



## BESCHLUSSVORLAGE

Federführung:  
FB Stadtplanung und Vermessung

**VORL.NR. 581/15**

Sachbearbeitung:  
Schröder, Sabine  
Moll, Janina

Datum:  
16.12.2015

Beratungsfolge	Sitzungsdatum	Sitzungsart
Ausschuss für Bauen, Technik und Umwelt	21.01.2016	NICHT ÖFFENTLICH
Gemeinderat	27.01.2016	ÖFFENTLICH

Betreff: Bebauungsplan "Werbeanlagen Frankfurter Straße" Nr. 074/14 -  
Aufstellungsbeschluss

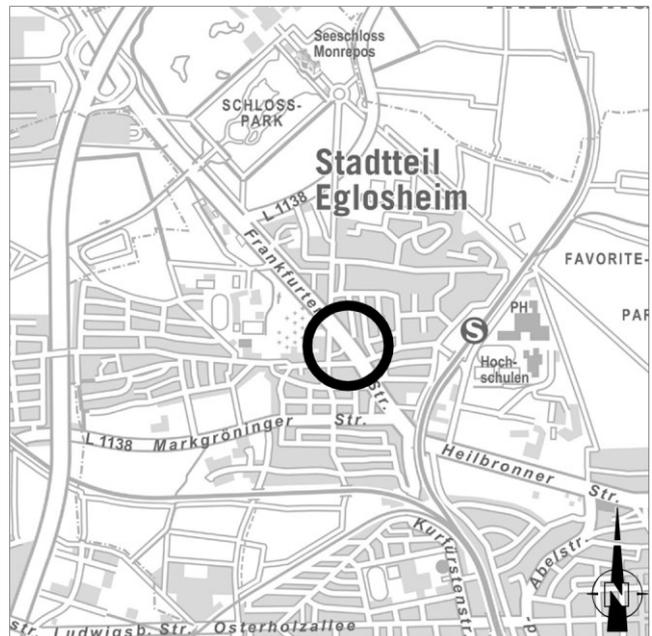
Bezug SEK: Masterplan 3 - Wirtschaft und Arbeit

**Bezug:** Baugesuch vom 23.11.2015

**Anlagen:** 1 Lageplan zur Abgrenzung des Geltungsbereichs vom 16.12.2015

### Beschlussvorschlag:

- I. Die Aufstellung des Bebauungsplans „**Werbeanlagen Frankfurter Straße**“ **Nr. 074/14** wird beschlossen. Maßgebend für den Geltungsbereich ist der Lageplan des Fachbereichs Stadtplanung und Vermessung vom 16.12.2015.
- II. Ziel der Planung ist die Regelung der Art, Form und Größe von Werbeanlagen entlang der Frankfurter Straße als einer Haupteinfahrtsstraße.
- III. Das Verfahren wird im vereinfachten Verfahren gem. § 13 BauGB durchgeführt. Von der Umweltprüfung, dem Umweltbericht, der Angabe welche Arten umweltbezogener Informationen verfügbar sind sowie der zusammenfassenden Erklärung, wird abgesehen.



## **Sachverhalt/Begründung:**

### **Bezug zum Stadtentwicklungskonzept**

Der Bebauungsplan kann dem Themenfeld 5 „Lebendige Innenstadt“ zugeordnet werden, denn er unterstützt durch seine Qualitätssicherung der wichtigen Straßenräume, vor allem der historischen Alleen und schützt damit das unverwechselbare Stadtbild von Ludwigsburg. Diese Hauptverkehrsachsen symbolisieren die Stadteingänge zur Innenstadt hin. Die Regelung der Fremdwerbung trägt zur Pflege der charakteristischen Barockstruktur bei. Der Bebauungsplan gewährleistet außerdem eine gute Orientierung im Stadtraum entsprechend dem Themenfeld 8 „Mobilität“. Die Regelung der Art, Form und Größe von Werbeanlagen verhindert ein Überfrachten der Straßenräume.

### **Ausgangssituation**

Die Frankfurter Straße ist in großen Abschnitten noch geprägt durch eine Wohnnutzung; in Teilbereichen ist aber auch ein höherer Anteil an gewerblichen Nutzungen, wie z. B. Autohäuser, Kfz-Werkstätten, Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Dienstleistungseinrichtungen zu verzeichnen.

Die Frankfurter Straße liegt innerhalb eines Alleensystems von großer städtebaulicher und stadtgeschichtlicher Bedeutung, das Ludwigsburg einzigartig macht. Es sind insgesamt 23 historischen Alleen der Stadt, die als Sachgesamtheit unter Denkmalschutz stehen. Im Wissen um die Eigenart und den unverwechselbaren Charakter des Stadtbildes hat die Stadt Ludwigsburg 2006 einen Rahmenplan „Historische Alleen Ludwigsburg“ aufgestellt. Ziel dieser Rahmenplanung ist die Sanierung, Erhaltung und Wiederherstellung sämtlicher teilweise verloren gegangener Alleen. Der Geltungsbereich des Bebauungsplans „Werbeanlagen Frankfurter Straße“ liegt im Wesentlichen innerhalb dieses Rahmenplans. Ziel des Rahmenplanes ist es die städtebauliche Attraktivität der innerörtlichen Hauptverkehrsachsen langfristig zu erhalten und zu steigern. Jedoch sind es nicht nur die an den Straßenraum angrenzenden Fassaden und die Grünstrukturen, die das Erscheinungsbild eines Straßenraumes prägen. Auch untergeordnete Bauteile in Form von Werbeanlagen sind in der Lage, ein Stadtbild ganz entscheidend ins Negative zu verändern.

Trotz der hohen Verkehrsbelastung ist der Straßenraum der Frankfurter Straße charakterisiert durch einen relativ hohen Anteil an Wohnbebauung durchsetzt mit gewerblichen Nutzungen. Um die Attraktivität der Wohn- und Gewerbeflächen entlang der Frankfurter Straße als eine der Haupteinfahrtsstraßen in die Ludwigsburger City zu erhalten und den gewachsenen Nutzungsmix langfristig zu sichern und zu entwickeln, sollen im Bebauungsplanverfahren Steuerungsinstrumentarien erarbeitet werden, die gestalterische Negativentwicklungen verhindern, jedoch dem wirtschaftlichen Wunsch der Gewerbetreibenden nach Werbung angemessen Raum bieten.

Für die öffentlichen Straßenräume kann die Stadt Ludwigsburg die Aufstellung von Werbeträgern über einen Konzessionsvertrag aus dem Jahre 2008 regeln. Für diesen Vertrag wurden detaillierte – auch städtebauliche – Rahmenbedingungen erarbeitet. Unter anderem sind bestimmte Werbemedien wie z.B. Mega-Light-Boards grundsätzlich ausgeschlossen, da diese Anlagen eine stark negativ prägende Wirkung auf das Stadtbild haben und städtebauliche sowie baukulturelle Belange beeinträchtigen. Zahlenmäßig begrenzte Großflächenwerbung kann nur an bestimmten, von der Stadt Ludwigsburg festgelegten Standorten aufgestellt werden. Gleiches gilt für sog. City-Light-Poster, die gegebenenfalls nur in bestimmter Zahl an ausgesuchten Standorten im Bereich von Bushaltestellen außerhalb der Innenstadt aufgestellt werden dürfen.

Unmittelbarer Anlass für die Aufstellung des Bebauungsplanes ist ein Baugesuch vom 23.11.2015. In diesem wird eine Großflächenwerbeanlage im Sinne eines sonstigen Gewerbebetriebes auf dem Flurstück 3287/5 beantragt.

Das vermeintlich geltende Planungsrecht wäre für eine Abweisung ausreichend gewesen. Die Prüfung hat allerdings ergeben, dass der entsprechende Bebauungsplan unwirksam ist und das darunterliegende Planungsrecht neu auflebt. Mit diesem kann man die Werbeanlage mit den damit verbundenen negativen Wirkungen für den Straßenraum nicht verhindern und es würde ein Präzedenzfall entstehen. Die Genehmigung der Werbeanlage würde Spielraum für weitere Anlagen dieser Art öffnen.

Im geplanten Geltungsbereich bestehen aktuell verschiedene Bebauungspläne bzw. Aufstellungsbeschlüsse. Diese beinhalten keine ausreichenden Festsetzungen, um Beeinträchtigungen in Form von Fremdwerbung zu vermeiden und ein einheitliches Erscheinungsbild sowie eine durchgängige Handlungsweise sicherzustellen.

Daher wurde die Abgrenzung des Geltungsbereichs so gewählt, dass im Wesentlichen die Sichtbeziehungen von der Frankfurter Straße, einschließlich der Kreuzungsbereiche der Querstraßen enthalten sind. Im weiteren Verfahren wird geprüft, welche Festsetzungstiefe in den entsprechenden Bereichen notwendig ist und inwieweit Blickbeziehungen von der Frankfurter Straße aus Wirkung für Werbeanlagen in Querstraßen sowie in „zweiter Reihe“ entfalten.

### **Ziel der Planung**

Die wichtigen Verkehrsachsen, insbesondere die Haupteingangsstraßen sind für Fremdwerbung, vor allem im Bereich Großflächenwerbung, zunehmend von Interesse. Um eine städtebaulich attraktive Gestaltung der Haupteingangsachsen in die Ludwigsburger Innenstadt langfristig zu gewährleisten, sollen Regelungen zu Art, Form und Größe von Werbeanlagen getroffen werden. Damit das Ziel, die planerischen Voraussetzungen zur Sicherung der stadtbildprägenden Qualität der Haupteingangsstraßen zu schaffen, weiter verfolgt werden kann, ist die Aufstellung dieses Bebauungsplanes erforderlich.

### **Vereinfachtes Verfahren**

Die Grundzüge der Planung der geltenden Bebauungspläne sind durch diesen einfachen Bebauungsplan „Werbeanlagen Frankfurter Straße“ nicht berührt. Die Pflicht zur Durchführung einer Umweltverträglichkeitsprüfung nach Anlage 1 zum Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung oder nach Landesrecht ist nicht gegeben. Es gibt keine Anhaltspunkte für eine Beeinträchtigung der in § 1 (6) Nr. 7b BauGB genannten Schutzgüter. Dieser umfasst die Belange des Umweltschutzes, einschließlich des Naturschutzes und der Landschaftspflege, insbesondere die Erhaltungsziele und der Schutzzweck der Gebiet von gemeinschaftlicher Bedeutung und der Europäischen Vogelschutzgebiete im Sinne des Bundesnaturschutzgesetzes. Somit sind auch die weiteren Voraussetzungen des § 13 (1) BauGB erfüllt.

### **Weiteres Vorgehen**

Von der frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange wird gemäß § 13 (2) Nr. 1 BauGB abgesehen. Erst im Rahmen der förmlichen Beteiligung, nach Fassung des Entwurfsbeschlusses, werden die Öffentlichkeit und die Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange beteiligt.

### **Unterschrift:**

---

Bebauungsplan "Werbeanlagen Frankfurter Straße" Nr. 074/14 - Aufstellungsbeschluss

**Martin Kurt**

<b>Finanzielle Auswirkungen?</b>				
<input type="checkbox"/> Ja	<input checked="" type="checkbox"/> Nein	Gesamtkosten Maßnahme/Projekt:		EUR
<b>Ebene: Haushaltsplan</b>				
Teilhaushalt		Produktgruppe		
ErgHH: Ertrags-/Aufwandsart				
FinHH: Ein-/Auszahlungsart				
Investitionsmaßnahmen				
Deckung		<input type="checkbox"/> Ja		
		<input type="checkbox"/> Nein, Deckung durch		
<b>Ebene: Kontierung (intern)</b>				
Konsumtiv			Investiv	
Kostenstelle	Kostenart	Auftrag	Sachkonto	Auftrag

**Verteiler: DI, DII, DIII, 23, 60, R05**