

Werbeanlagensatzung „Innenstadt Oranienburg“ Satzungstext und Anwendungsleitfaden



Förderhinweis

Diese Publikation wurde im Rahmen des Bund-Länder-Programms „Aktive Stadt- und Ortstzentren“ anteilig aus Mitteln der Stadterneuerung des Bundes, des Landes Brandenburg sowie aus Eigenmitteln der Stadt Oranienburg finanziert.



Bundesministerium
des Innern, für Bau
und Heimat



STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und
Gemeinden



LAND
BRANDENBURG

Genderhinweis

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet der Anwendungsleitfaden auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung von personenbezogenen Hauptwörtern. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter.

Ihre Ansprechpartnerin

Gabriele Perlick
Stadtplanungsamt
Schloßplatz 1, Haus II
16515 Oranienburg

Telefon: (03301) 600-790
E-Mail: perlick@oranienburg.de

Impressum



Auftraggeber
Stadt Oranienburg
vertreten durch den Bürgermeister
Schloßplatz 1, Haus II
16515 Oranienburg

Bilder: © BIG Städtebau GmbH

Oranienburg, Juni 2018



BIG Städtebau GmbH

Auftragnehmer
BIG Städtebau GmbH
Axel-Springer Straße 54b
10117 Berlin

Projektbearbeitung
Jens Trommeshauser
Christoph Pinkall
Stefan Wiesjahn

Inhaltsverzeichnis

Einführende Worte	2
Sinn und Zweck der Werbeanlagensatzung	4
Exkurs zum Verfügungsfonds	5
Rechtsgrundlage	6
Satzungstext mit Begründung	7
§ 1 Begriffe	7
§ 2 Räumlicher Geltungsbereich	9
§ 3 Sachlicher Geltungsbereich und Erlaubnispflicht	12
§ 4 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen	16
§ 5 Schriftzüge	20
§ 6 Ausleger	23
§ 7 Schaufensterbeklebung	25
§ 8 Sonstige Werbeanlagen	26
§ 9 Abweichungen	29
§ 10 Ordnungswidrigkeiten	30
§ 11 Inkrafttreten	31

Einführende Worte: Der Bürgermeister

Sehr geehrte Geschäftstreibende, sehr geehrte Eigentümer in der Innenstadt,

Oranienburg hat sich in den vergangenen Jahren durch viele Investitionen und für alle sichtbar sehr zum Positiven verändert. Wir sind einem wichtigen Ziel der Stadtsanierung sehr viel näher gekommen und entwickeln das Stadtzentrum weiter gestalterisch und wirtschaftlich zu einem interessanten und lebendigen Ort. Das Herz Oranienburgs, die Innenstadt, soll für alle Bewohner, Gewerbetreibenden und Besucher stetig attraktiver werden.

Straßenräume mit hoher Aufenthaltsqualität bilden die Visitenkarte der Oranienburger Innenstadt. Gemeinsam mit ihren Geschäften, Restaurants und sonstigen Dienstleistungseinrichtungen sorgen Sie für den wirtschaftlichen Erfolg des Einzelhandels und der Gewerbetreibenden.

Diesen wirtschaftlichen Erfolg gilt es zu schützen und durch eine attraktive Schaufenster- und Fassadengestaltung zu unterstützen. Die vorliegende Werbeanlagensatzung soll dabei helfen und das Stadtbild weiter verschönern, ohne Gestaltungsmöglichkeiten allzu sehr einzuschränken. Vielmehr wurde ein Rahmen geschaffen, der das Nebeneinander einer Vielzahl von Werbeanlagen mit jeweils eigener Formensprache ermöglicht. Ziel ist neben der Ermöglichung kreativer Gestaltungsmöglichkeiten eine hohe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum.

Vielen Dank für Ihren Beitrag, unsere Innenstadt auch in Zukunft als ansprechenden und lebendigen Ort zu erhalten. Ich wünsche Ihnen im Namen und im Sinne von Oranienburg viel Erfolg!

Ihr Bürgermeister Alexander Laesicke



Alexander Laesicke, Bürgermeister

Der Geschäftsstraßenmanager

Die Stadt Oranienburg wurde im Jahr 2014 in das Städtebauförderprogramm „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ aufgenommen. Zentrale Handlungsschwerpunkte dieses Programms bilden die funktionale und städtebauliche Aufwertung des Stadtzentrums, die Konzentration und Qualifizierung zentraler Funktionen sowie die Vernetzung und Aktivierung lokaler Akteure.

Die Stärkung des Einzelhandels und der Gewerbebetriebe sind eine Kernaufgabe des Geschäftsstraßenmanagements. Eine attraktive Innenstadt mit ansprechender Werbung, die auch weiterhin bzw. künftig verstärkt die Oranienburger und Besucher in der Innenstadt zum Verweilen, Einkaufen oder Restaurantbesuch einlädt, ist uns besonders wichtig.

Mit Hilfe von Zuschüssen für Mehraufwendungen für ästhetische und ansprechende Werbeanlagen wollen

wir Sie unterstützen. Uns ist bewusst, dass Kleinunternehmen in der Regel nicht über große Werbeetats verfügen. Egal ob Sie die Neuanbringung oder den Austausch von Außenwerbung planen, sprechen Sie mich direkt an!

Das Büro des Geschäftsstraßenmanagers befindet sich in der Bibliothek am Schloßplatz 2. Sprechzeiten für alle Händler, Gewerbetreibende und Interessierten sind mittwochs von 8.00 bis 12.00 Uhr und 16.00 bis 19.00 Uhr.

Ihr Stefan Wiesjahn



Stefan Wiesjahn, Geschäftsstraßenmanager



 Standort des Geschäftsstraßenmanagements

Sinn und Zweck der Werbeanlagensatzung

Die Oranienburger Innenstadt stellt ein städtebaulich schützenswertes Gebiet dar. In der barocken Altstadt und deren Erweiterungen sind wertvolle historische Gebäude und Platzräume vorhanden, die zur Wahrung des baukulturellen Erbes einen besonderen Schutz vor Beeinträchtigungen bedürfen, zum Beispiel durch überdimensionierte Schriftzüge oder Überfrachtung mit einer Vielzahl konkurrierender Werbemittel. Insbesondere die Verluste an Bausubstanz durch Kriegseinwirkung und spätere Abrisse machen den besonders sorgsam Umgang mit den erhalten gebliebenen Gebäuden und architektonischen Details erforderlich.

Wissenschaftlich wird die Wirkung von Werbung kontrovers diskutiert. Gesichert ist die Erkenntnis, dass der

Werbeeffect, also die positiven Wahrnehmung nebst umsatzsteigernder Komponente für den Werbenden nur bis zu einer gewissen Menge und Größe von Werbeanlagen gegeben ist. Ab einer bestimmten Häufung stagniert der Werbeeffect oder wird sogar als störend empfunden und wirkt sich damit negativ auf die Aufenthaltsqualität einer Straße aus. Deshalb soll der öffentlich zugängliche Raum nicht durch zu große, zu viele, zu auffällige oder falsch platzierte Anlagen beeinträchtigt werden.

Oberstes Ziel der Werbeanlagensatzung bildet die positive Pflege des Stadtbildes durch die städtebaulich ansprechende Gestaltung der Hauptverkaufsbereiche. Mit ihrer Hilfe können besondere Anforderungen an Art, Größe, Gestaltung, Farbe und

Anbringungsort von Werbeanlagen getroffen werden.

Gegebenenfalls wird mit einem Förderanreiz aus dem Budget des Verfügungsfonds ein ausgewogener Kompromiss bei der Gestaltung von Werbeanlagen angestrebt. Die positiven Ergebnisse der Stadtsanierung und der Investitionen im Rahmen der Landesgartenschau sollen langfristig auf diese Art gesichert werden.

Begleitend zur Werbeanlagensatzung wurde ein Leitfaden inklusive Begründungstext erarbeitet. Dieser bietet den Gewerbetreibenden eine Orientierung bei der Vielfalt der Gestaltungsmöglichkeiten und dient gleichzeitig den Mitarbeitern der Stadtverwaltung als Hilfestellung beim Vollzug der Satzung.

Exkurs zum Verfügungsfonds

Der Verfügungsfonds	Mögliche Maßnahmen und Aktionen	Geschäftsstraßenmanagement
<p>Mit dem Verfügungsfonds unterstützt die Stadt Oranienburg Maßnahmen und Aktionen, die sich positiv auf die Innenstadt auswirken. Ziel der geförderten Projekte ist die Stärkung und Belebung des Stadtzentrums.</p> <p>Bewerber können sich Gewerbetreibende und Unternehmen, soziale Einrichtungen, engagierte Bürgerinnen und Bürger sowie Schulen, Vereine und sonstige Akteure.</p> <p>Unterstützen Sie mit Ihrem Vorschlag unsere Stadt!</p>	<p><u>Veranstaltungen</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktionstage, Straßenfeste und Workshops • Marketingaktionen, Plakatierungen und temporäre Schaufenstergestaltungen • Ausstellungen • Kultur- und Sportveranstaltungen <p><u>Gestaltung öffentlicher Raum</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Errichtung von Kunstobjekten, Infotafeln • Um- und Neugestaltung von Grünflächen • Bepflanzungen (Bäume, Blumenbeete) • kleinteilige Investitionen zur Verbesserung des Erscheinungsbildes (zum Beispiel in Werbeanlagen, Markisen, Sonnenschirme) • Herstellung barrierefreier Zugänge 	<p>Gern berät Sie der Geschäftsstraßenmanager Stefan Wiesjahn auch persönlich:</p> <p><u>Büro Geschäftsstraßenmanagement</u> Am Schloßplatz 2 (2. OG Bibliothek) Tel.: 03301 6008156 E-Mail: wiesjahn@citygemeinschaft-oranienburg.de</p> <p><u>Sprechzeiten</u> Jeden Mittwoch 8-12, 16-19 Uhr und nach telefonischer Vereinbarung. Weitere Informationen zu Förderung und Antragstellung erhalten Sie auf der Website</p> <p>www.oranienburg.de > Wirtschaft > Verfügungsfonds</p>

Rechtsgrundlage

Bislang wurde im Rahmen der Erteilung der sanierungsrechtlichen Genehmigung gemäß § 144 Baugesetzbuch (BauGB) Einfluss auf die Ausbildung ortsfester Werbung genommen. Dabei diente der Entwurf einer Werbeanlagensatzung aus dem Jahr 1991 als informelle Planungsgrundlage. Dieser Entwurf wird nunmehr durch die Werbeanlagensatzung Innenstadt ersetzt.

Die Brandenburgische Bauordnung (BbgBO) stellt in § 61 Absatz 1 Nr. 12 die Errichtung und Änderung von

Werbeanlagen in vielen Fällen von der Baugenehmigungspflicht frei, soweit ihre Ansichtsfläche nicht mehr als 2,50 Quadratmeter beträgt.

Zur Verwirklichung baugestalterischer und städtebaulicher Absichten oder zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze oder Ortsteile von geschichtlicher, künstlerischer oder städtebaulicher Bedeutung kann eine Gemeinde nach § 87 Absatz 1 Nr. 2 BbgBO örtliche Bauvorschriften erlassen, zu denen eine Werbeanlagensatzung gehört. Ge-

mäß § 87 Absatz 1 Nr. 2 bis 4 BbgBO können besondere Anforderungen an Gestaltung und Anbringungsort von Werbeanlagen festgesetzt und Werbeanlagen an bestimmten baulichen Anlagen ausgeschlossen werden.

Sonstige rechtliche Vorschriften, insbesondere das Denkmalrecht, die Sondernutzungssatzung, die Regelungen von Bebauungsplänen sowie der Erhaltungssatzung Innenstadt sind ergänzend zur Werbeanlagensatzung Innenstadt zu beachten.

Werbeanlagensatzung „Innenstadt Oranienburg“ *

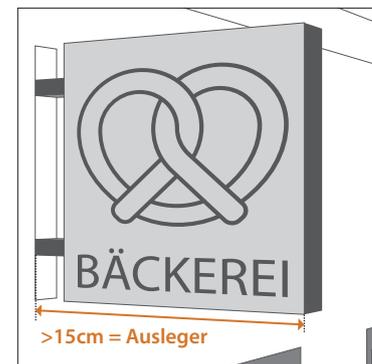
Auf Grundlage des § 87 Absatz 1 der Brandenburgischen Bauordnung (BbgBO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Mai 2016 (GVBl.I/16, [Nr. 14]) und des § 3 Abs. 1 der Kommunalverfassung des Landes Brandenburg (BbgKVerf) vom 18. Dezember 2007 (GVBl.I/07, Nr. 19, S.286), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 10. Juli 2014 (GVBl.I/14, Nr. 32) beschließt die Stadt Oranienburg folgende Satzung:

§ 1 Begriffe

- (1) Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, der Anpreisung oder dem Hinweis auf Gewerbe bzw. Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Fahnen, Transparente, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.
- (2) Schriftzüge sind Werbeanlagen in Form eines Schildes, einer Beschriftung bzw. Bemalung oder einer für Lichtwerbung bestimmten Tafel und Fläche, die nicht mehr als 15 Zentimeter in den Luftraum vor der Fassade hineinragen.
- (3) Ausleger sind Werbeanlagen in Form eines Schildes, einer Beschriftung bzw. plastischen Form oder einer für Lichtwerbung bestimmten Tafel und Fläche, die mehr als 15 Zentimeter in den Luftraum vor der Fassade hineinragen.



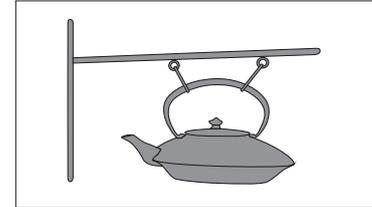
Definition Schriftzug



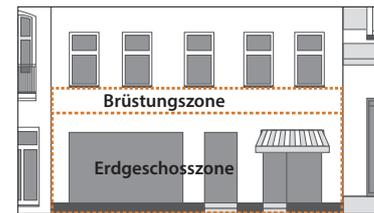
Definition Ausleger

*Die von der StVv Oranienburg am 11.12.2017 beschlossene Werbeanlagensatzung ist kursiv wiedergegeben. Die Abbildungen und die Begründung sind zur Erläuterung für die Nutzer des Leitfadens hinzugefügt worden.

- (4) *Schaufensterbeklebung* sind Werbeanlagen, die direkt hinter oder auf Fenster- und Türscheiben bzw. auf Türblättern angebracht sind.
- (5) *Kunsthandwerklich gefertigte Werbeanlagen* sind Werbeanlagen, für dessen Erstellung künstlerische und handwerkliche Fähigkeiten erforderlich sind. Kunsthandwerkliche Produkte sind Unikate bzw. nur in geringer Stückzahl verfügbar.
- (6) Die *Erdgeschosszone* ist der Bereich der Fassade, der durch architektonische bzw. gestalterische Elemente, insbesondere Gurtgesimse, Putzbänder bzw. unterschiedliche Materialitäten oder Putzstrukturen das Erdgeschoss von den darüber liegenden Geschossen trennt. Lässt sich diese nicht abgrenzen, gilt als Erdgeschosszone der Bereich zwischen angrenzender Geländeoberfläche und Fußbodenoberkante des ersten Obergeschosses.
- (7) Die *Brüstungszone* des ersten Obergeschosses ist der Bereich der Fassade, der sich zwischen der Erdgeschosszone und der Fensterbrüstung bzw. des Fenstergesimses des ersten Obergeschosses befindet.
- (8) *Stätte der Leistung* ist das Grundstück bzw. Gebäude, auf dem die Leistung, für die geworben bzw. auf die hingewiesen werden soll, erbracht wird. Die Stätte der Leistung kann auch im Obergeschoss bzw. im Hinterhof eines Gebäudes liegen.



Beispiel kunsthandwerklicher Ausleger



Erdgeschoss- und Brüstungszone



Zulässigkeit von Werbeanlagen

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

- (1) *Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst den in der Anlage 1 dargestellten Bereich innerhalb der Begrenzungslinie. Die Anlage 1 ist Bestandteil dieser Satzung.*

Begründung

§ 87 Abs. 1 Nr. 2 BbgBO eröffnet einer Kommune die Möglichkeit, eine örtliche Bauvorschrift über Werbeanlagen zu erlassen, „soweit dies zur Verwirklichung baugestalterischer und städtebaulicher Absichten oder zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze oder Ortsteile erforderlich ist“. Das heißt, die Satzung darf nicht pauschal das gesamte Gemeindegebiet abdecken, sondern einen definierten städtebaulichen Bereich mit bestimmten Merkmalen. Deshalb umfasst der Geltungsbereich den Teil der Oranienburger Innenstadt, für den die Durchmischung mit Wohnen, Einzelhandel und Dienstleistungen typisch ist und in dem sich fast alle historisch bedeutsamen Gebäude der Stadt befinden. Von Einwohnern und Besuchern der Stadt wird er am meisten frequentiert und weist eine hohe Konzentration von gewerblichen Nutzungen, vorwiegend in den Erdgeschosszonen auf.

Die Grenze des Geltungsbereiches erfolgt an den funktionalen und städtebaulichen Schnittstellen, an denen sich offene Wohnbebauung bzw. Wohnungsbau in industrieller Fertigbauweise oder Gewerbeflächen anschließen, d. h. Stadtstrukturen mit deutlich unterscheidbarer städtebaulicher Ausprägung beginnen. Abweichend von den Grenzen des Sanierungsgebietes wurden zentrale Bereiche arrondiert, d. h. in den Geltungsbereich einbezogen, die städtebaulich bedeutsam und durch einen Besatz mit Dienstleistungs- und Handelseinrichtungen gekennzeichnet sind.

Für die Bernauer Straße betrifft dies den Bereich bis zur Kreuzung André-Pican-Straße bzw. Straße der Einheit, in dem eine Konzentration beidseitig vorhandenen Wohn- und Geschäftshäusern vorliegt, die die Bebauungsstruktur der Stralsunder Straße und des

Boulevards fortführen. Gleichzeitig verläuft in diesem Abschnitt die fußläufige Verbindung zwischen Bahnhof und Gedenkstätte, der eine besondere Sensibilität hinsichtlich der Gestaltung gebietet. In südlicher Richtung reicht der Geltungsbereich bis zur Kreuzung der Berliner Straße und der Melancthonstraße, in nördlicher Richtung bis zur Einmündung der Heidestraße in die Sachsenhausener Straße, in östlicher Richtung wird der Bötzower Platz mit einbezogen. Die jeweils 3- bis 5-geschossige Bebauung ist gekennzeichnet durch eine Vielzahl von gewerblichen Nutzungen in der Erdgeschosszone.

Naturgemäß wird an den Gebäudeteilen gewonnen, die dem Betrachter zugewandt sind. In den Randbereichen des Geltungsbereiches sind deshalb besonders tiefe Grundstücke nicht komplett mit einbezogen worden. Für die

Werbeanlagensatzung sind nur die Gebäude- bzw. Grundstücksteile relevant, die vom öffentlichen Straßenraum aus einsehbar sind. Im Regelfall wurde daher bei der Festlegung des Geltungsbereiches von der jeweiligen Grundstücksgrenze, die an den öffentlichen Raum angrenzt, eine Tiefe von 50 Metern als relevanter Bereich festgelegt.

Auf eine mögliche Feingliederung, d.h. die Schaffung von Teilbereichen mit unterschiedlichen Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen, wurde verzichtet. Unbebaute Bereiche, wie die Flächen vor dem Schloss (barocker Stadtgrundriss), sollen einer geordneten Wiederbebauung mit hohen städtebaulichen Anforderungen zugeführt,

Gewerbe- und Einzelhandelsbereiche, die an den zentralen Bereich der Bernauer Straße grenzen, sollen gleichermaßen vor einer städtebaulichen Abwertung durch ungeordnete Werbeanlagen bewahrt werden. Nach umfassender Prüfung sind diese Ziele mit den festgesetzten Mindestanforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen erreichbar.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich und Erlaubnispflicht

- (1) Im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung bedürfen die Errichtung und die Änderung von Werbeanlagen, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind, der besonderen Erlaubnis, soweit für diese Werbeanlagen besondere Anforderungen nach dieser Satzung bestehen.*
- (2) Die in Absatz 1 genannte Erlaubnis wird gemäß § 58 Absatz 6 BbgBO durch die Stadt Oranienburg erteilt. Ist eine baurechtliche Genehmigung oder an ihrer Stelle eine baurechtliche Zustimmung erforderlich, wird diese durch die Baugenehmigungsbehörde im Einvernehmen mit der Stadt Oranienburg erteilt.*
- (3) Beträgt die Größe der Werbeanlage weniger als 0,25 Quadratmeter, bedarf ihre Errichtung unter Berücksichtigung der Festsetzungen gemäß § 4 keiner Erlaubnis. Eine störende Häufung erlaubnisfreier Werbeanlagen an einem Gebäude ist unzulässig.*
- (4) Vor Inkrafttreten dieser Satzung rechtmäßig errichtete Werbeanlagen genießen Bestandschutz.*
- (5) Nach dieser Satzung errichtete Werbeanlagen, deren Zweckbestimmung durch die Aufgabe der Stätte der Leistung entfallen ist, sind rückzubauen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.*

(6) Andere Rechtsvorschriften, insbesondere denkmalrechtlicher und sanierungsrechtlicher Art, die Festsetzungen über örtliche Bauvorschriften in rechtswirksamen Bebauungsplänen sowie die Vorschriften der kommunalen Sondernutzungssatzung bleiben von dieser Satzung unberührt.

Begründung

Die Brandenburgische Bauordnung unterscheidet im § 9 ortsfeste Werbeanlagen von den vorübergehend angebrachten und wechselnden Werbemitteln (Plakate, Anschläge, Schaukästen). Die vorliegende Werbeanlagensatzung regelt den Umgang mit ortsfesten Werbeanlagen auf privaten Flächen, sofern sie dauerhaft in den öffentlich zugänglichen Raum wirken und die Ansicht eines Gebäudes oder eines Straßenzuges beeinflussen.

Die Regelung der Errichtung bzw. temporären Anordnung von Werbeanlagen auf öffentlichen Flächen obliegt der Stadt Oranienburg im Rahmen ihres normalen Verwaltungshandelns. Diese setzt ein Abwägen zwischen der positiven Gestaltpflege einerseits und der Generierung von Einnahmen, bspw. durch die

Vermietung oder Verpachtung von Werbeflächen im öffentlichen Raum voraus. Somit ist eine Selbstbindung der Stadt durch diese Werbeanlagensatzung nicht notwendig bzw. ausreichend über die Sondernutzungssatzung der Stadt Oranienburg geregelt. Gleiches gilt für Plakattafeln, Schaukästen, Litfaßsäulen, Aufsteller, Fahrradständer mit Werbefläche etc., die sich üblicherweise auch im öffentlichen Straßenraum befinden. Für die Neuaufstellung dieser ortsfesten Werbeträger sind weiterhin Sondernutzungsgenehmigungen, planungsrechtliche Zustimmungen und Baugenehmigungen erforderlich.

Die Zulässigkeit der oben genannten Werbeanlagen auf privaten Grundstücken, wird über diese Satzung geregelt. Sie bedürfen grund-

sätzlich der Genehmigung durch die Stadt Oranienburg, sofern nicht umfassende Um- oder Neubauten ein Baugenehmigungsverfahren erforderlich machen. Die Genehmigung wird auf schriftlichen Antrag durch die Stadt Oranienburg erteilt. Im Vorfeld empfiehlt es sich, die geplante Werbeanlage im Stadtplanungsamt zu erörtern. Eine kostenlose Beratung erfolgt zu den üblichen Sprechzeiten, nach vorheriger telefonischer Anmeldung auch außerhalb dieser Zeiten bzw. telefonisch. Entsprechende Formulare sowie die formalen Anforderungen an den Antrag können im Stadtplanungsamt abgeholt bzw. auf der Internetpräsenz der Stadt Oranienburg online abgerufen werden.

Schilder, die auf den Arbeitsort von freiberuflichen und sonstigen Gewerbetreibenden

Von dieser Werbeanlagensatzung betroffene Werbeanlagen

hinweisen sind ebenfalls in der Lage, störend zu wirken bzw. wichtige Architekturdetails an Gebäuden zu verdecken und werden folglich von dieser Werbeanlagensatzung erfasst. Unter Beachtung der allgemeinen Anforderungen des § 4 dieser Satzung ist für Schilder, die nicht größer als 0,25 Quadratmeter (50 cm x 50 cm bzw. Format DIN A2) keine Genehmigung erforderlich. Zielstellung dieser Regelung ist eine Verfahrensvereinfachung, insbesondere bei dem Wechsel von Arztpraxen und Büronutzungen, die sich häufig in den Obergeschossen befinden und in der Erdgeschosszone mittels dieser Schilder auf ihre Vorortpräsenz aufmerksam machen.

Vorhandene, rechtmäßig errichtete Werbeanlagen genießen Bestandschutz. Diese Anlagen können folglich nicht den Festsetzungen dieser Werbeanlagensatzung rückwirkend unterworfen werden. Sobald der Bestandschutz für diese Werbeanlagen entfällt, bspw. bei einer grundhaften Erneuerung, sind die Regelungen der Werbeanlagensatzung anzuwenden.



Schriftzüge



Schaufensterbeklebung



Ausleger



Schaukästen Gastronomie



Fassadenwerbung



Schilder

Von dieser Werbeanlagensatzung nicht betroffene Werbeanlagen



Warenpräsentation



Bemahlungen



Schaukästen



Fahrradständer



Aufsteller



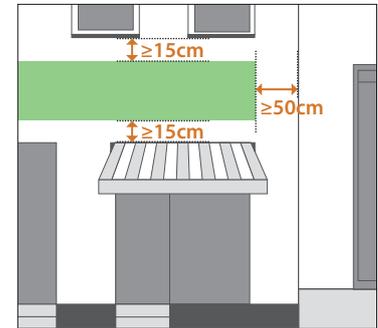
Außergastronomie

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Bei der Nutzungsaufgabe eines Gewerbebetriebes bzw. der Berufsausübung, auf den/ die mit der Werbeanlage hingewiesen wurde, entfällt diese Stätte der Leistung. Folglich ist sie unzulässig und rückzubauen. Beim Rückbau ist darauf zu achten, dass alle durch die Anbringung der Werbeanlage verursachten und sichtbaren Veränderungen an der Fassade, bspw. Trägersysteme, Verkabelungen, Bohrlöcher, Farbveränderungen etc. entfernt werden.

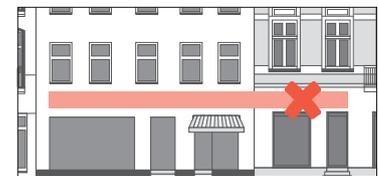
Sonderregelungen für temporär angebrachte Werbeanlagen, bspw. für saisonale Schlussverkäufe oder zeitlich befristete Aktionen, bleiben von dieser Satzung unberührt.

§ 4 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

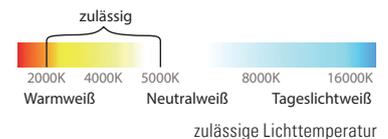
- (1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
- (2) Werbeanlagen sind so zu gestalten bzw. anzubringen, dass sie durch ihre Form, Größe, Materialität und Farbe nicht die architektonische Gestaltung baulicher Anlagen stören. Die architektonische Gestaltung wird durch vertikale und horizontale Elemente, wie Fenster, Brüstungsbänder, Pfeiler, Lisenen, Portiken, Traufkanten, Wandabschlüsse und Gebäudekanten bestimmt, die nicht von Werbeanlagen verdeckt werden dürfen.
- (3) Zu den unter Absatz 2 genannten Elementen haben Werbeanlagen einen Mindestabstand von 15 Zentimetern einzuhalten, zu Gebäudekanten beträgt der seitliche Mindestabstand 50 Zentimeter.
- (4) Werbeanlagen dürfen sich höchstens über ein Gebäude erstrecken. Auf Brand- und Giebelwänden sind Werbeanlagen nicht zulässig.
- (5) Werbeanlagen dürfen angeleuchtet oder hinterleuchtet werden. Die Beleuchtung ist Bestandteil der Werbeanlage, die Kabelführung hat unsichtbar zu erfolgen. Als Farbtemperatur des Lichtes sind Werte zwischen 2000 und 5000 Kelvin (Warmweiß/ Neutralweiß) zulässig. Farbiges, wechselndes, blinkendes und bewegliches Licht ist nicht zulässig.
- (6) Werbeanlagen dürfen keine reflektierenden Flächen und Leuchtfarben besitzen.



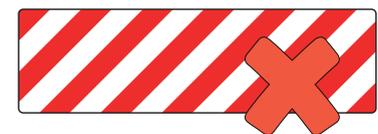
Abstandsgebote



Werbeanlagen über zwei Gebäude



zulässige Lichttemperatur



Keine reflektierenden Farben oder Leuchtfarben

- (7) Die Anzahl der Farben ist auf maximal drei je Werbeanlage beschränkt. Ein einfarbiger Hintergrund der Fassade bzw. des Trägermediums zählt nicht als Farbe im Sinne des vorherigen Satzes.
- (8) Von Werbeanlagen darf keine akustische Wirkung ausgehen.

Begründung

Der überwiegende Teil der Wohn- und Geschäftshäuser der Oranienburger Innenstadt ist durch eine gewerbliche Nutzung in den Erdgeschossen gekennzeichnet. Die für Werbung vorgesehenen Flächen, die sich in der Regel an den Gebäudefassaden befinden, sollen ausschließlich den in der Innenstadt ansässigen Gewerbetreibenden vorbehalten bleiben. Werbeanlagen auf unbebauten Grundstücken, in Vorgärten, an Einfriedungen und Toren, an Stützmauern, Freitreppen und Geländern, an Schornsteinen, Giebelflächen und Brandwänden sowie auf Dachflächen sind dem Stadtbild und der Orientierung nicht dienlich und aus gestalterischen Gründen nicht zulässig.

Die Information durch wechselnde Werbemittel, bspw. Plakate, ist an den dafür vorgesehenen Standorten (Litfaßsäulen, Plakatwände) im öffentlichen Raum möglich. Durch sie wird aktuellen Informationen im belebtesten Teil der Stadt Oranienburg die nötige Resonanz gesichert. Ihre Aufstellung im öffentlichen Raum wird durch diese Satzung nicht geregelt.



Negativ- und Positivbeispiel

Mit der Werbeanlagensatzung soll keine Einschränkung der gestalterischen Möglichkeiten von Werbung vorgenommen werden. Im Interesse der Vielfalt und Lebendigkeit sind alle allgemein üblichen Varianten von Werbung zulässig. Das Baualter und die Gebäudeform sind innerhalb der Innenstadt sehr heterogen. Sie reichen von barocken Elementen, über die Formensprachen der Gründerzeit, der 1920er Jahre und der Nachkriegszeit bis hin zu zeitgenössischer Architektur. Werbeanlagen sollen auf diese Formensprache individuell reagieren können.

Negative gestalterische Auswirkungen gehen meistens von Überdimensionierung, Überfrachtung, Farbe und Beleuchtung aus, deren Ausschluss durch entsprechende Festsetzungen erreicht werden soll.

Die Festsetzung eines Mindestabstandes von 15 Zentimetern zwischen Werbeanlage und den Fassadengliedernden Architekturelementen gewährleistet, dass architektonisch-gestalterische Fassadenelemente nicht durch Werbeanlagen verdeckt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden. Die Festsetzung eines Mindestabstandes von 50 Zentimetern zwischen Werbeanlage und Gebäudekante verhindert die mögliche Konkurrenz zwischen Werbeanlagen benachbarter Gebäude. Ebenfalls ist die Erstreckung von Werbeanlagen über mehrere Gebäude ausgeschlossen, sie würde zu einer städtebaulich störenden Dominanz der Werbung über das Ensemble der Blockrandbebauung führen.

Eine dezente Beleuchtung von Werbeanlagen belebt das Stadtbild positiv, ihre An- oder Hin-

terleuchtung ist die Regel. Die Festsetzung der Farbtemperatur des Lichtes (Lichtfarbe) als Warm- bzw. Neutralweiß beugt einer Konkurrenz zwischen eigentlicher Werbeanlage und der Lichtfarbe vor. Andersfarbiges Licht ist nicht zulässig.

Für Schriftzüge und Ausleger in Form einer für Lichtwerbung bestimmten Fläche oder Tafel wird die wahrnehmbare Lichtfarbe maßgeblich durch die verwendeten Farben der hinterleuchteten Fläche/ Tafel geprägt. Unter Berücksichtigung ihrer generellen Zulässigkeit und vielfältigen farblichen Gestaltung sind Regelungen zur Lichtfarbe nicht möglich.

Die Beleuchtung ist grundsätzlich der Werbeanlage (Schriftzug, Ausleger) zuzuordnen, für sie gelten die Abstände und Flächengrößen

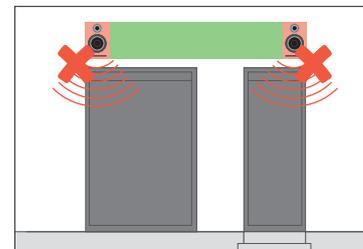
entsprechend. Wechselndes, blinkendes und bewegliches Licht ziehen naturgemäß das menschliche Auge durch ihre Aufdringlichkeit besonders an. Mit seinem Ausschluss wird eine Wirkung vermieden, die andere Werbeanlagen hinsichtlich ihrer Wahrnehmung zurücksetzt oder zu einer Desorientierung im öffentlichen Raum beiträgt.

Reflektierende Farben und Flächen sind in ihrer Wirkung grell und auffällig, dass sie bei entsprechender Anleuchtung ein Gebäude bzw. einen Straßenabschnitt dominieren. Sie sind daher aus gestalterischen Gründen ausgeschlossen.

Um eine farbliche Überfrachtung der Fassaden durch Werbung zu vermeiden wurde eine maximale Anzahl von 3 Farben festgesetzt.

Gegebenenfalls ist für das Trägermedium eine weitere Farbe zulässig. Von der häufig geforderten Einfarbigkeit der Werbung wird bewusst abgesehen, um Flexibilität in der Verwendung des jeweiligen Corporate Design (Schriftzug und ggf. Logo) eines Gewerbetreibenden Rechnung zu tragen.

Dauerbeschallung sowie jegliche, auf Werbewirkung abzielende Geräuschentwicklung beeinträchtigt den Besucher der Innenstadt im Regelfall negativ. Einkaufen, Flanieren und der Aufenthalt in der Innenstadt werden durch Verkehrsgeräusche und zwischenmenschliche Interaktionen geprägt. Ausgenommen von der Unzulässigkeit jeglicher akustischer Wirkung sind Veranstaltungen im öffentlichen Raum, wie zeitlich befristete Märkte (Wochenmarkt, Weihnachtsmarkt, etc.) und Feste.



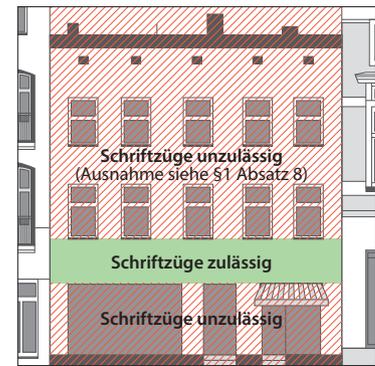
keine akustische Wirkung



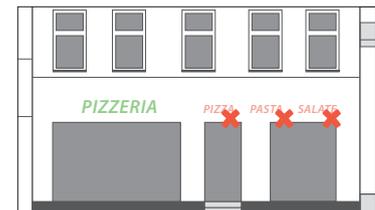
Maximal 3 Farben zulässig

§ 5 Schriftzüge

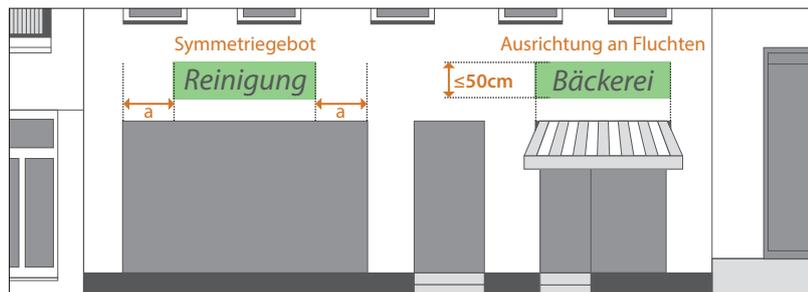
- (1) Schriftzüge sind in der Erdgeschosszone oberhalb der Tür- und Fensterlaibung und in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses zulässig.
- (2) Schriftzüge sind mit ihrem seitlichen Abschluss an die vertikale Flucht vorhandener Tür- oder Fensterlaibungen anzupassen. Kürzere Schriftzüge sind symmetrisch über dem jeweiligen Fenster bzw. der jeweiligen Tür anzuordnen.
- (3) Die Höhe von Schriftzügen darf maximal 50 Zentimeter betragen.
- (4) Die Summe der Einzellängen aller Schriftzüge je Gebäude darf zwei Drittel der Fassadenbreite nicht überschreiten.
- (5) Schriftzüge in Einzelbuchstaben dürfen unter Beachtung der seitlichen Mindestabstände gemäß § 4 Absatz 3, die gesamte Fassadenbreite einnehmen. Ihre maximale Höhe beträgt 60 Zentimeter. Ein Schriftzug in Einzelbuchstaben liegt vor, wenn jeder Buchstabe bzw. jedes Symbol unmittelbar auf der Fassade montiert, aufgemalt bzw. aufgedruckt ist oder mittelbar auf ein Trägersystem montiert ist.
- (6) Je Gewerbeinheit ist ein Schriftzug an der Straßenfassade zulässig. Eckgebäude besitzen zwei Straßenfassaden.



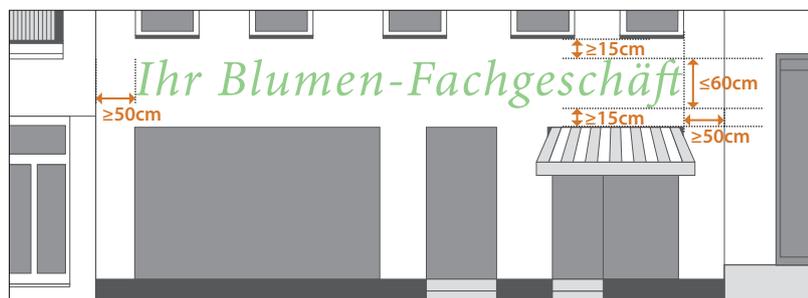
Zulässigkeit Schriftzüge



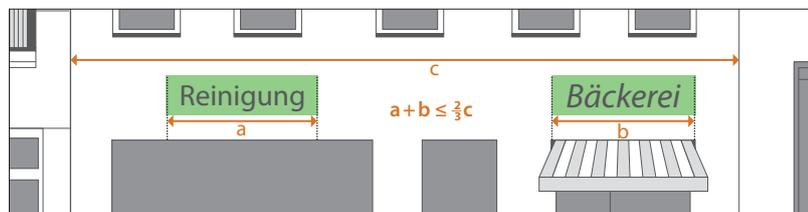
ein Schriftzug pro Straßenfassade



Ausrichtung und Höhe Schriftzüge



Maße zu Anlagen mit Einzelbuchstaben



maximale Ausmaße mehrere Schriftzüge

Begründung

Die gestalterische Prägnanz einer Werbeanlage entscheidet über ihre Wirkung. Um diese zu unterstützen und gleichzeitig Überdimensionierungen auszuschließen werden Lage, Anzahl und Fläche und Tiefe (Auskrägung) festgesetzt.

Schriftzüge in Form eines Schildes, einer Beschriftung bzw. Bemalung in Einzelbuchstaben oder einer für Lichtwerbung bestimmten Tafel und Fläche dürfen nicht mehr als 15 Zentimeter in den Luftraum vor der Fassade hineinragen. Mit ihnen wird am häufigsten geworben, durch ihre repräsentative Lage in der Erdgeschoss- bzw. Brüstungszone des ersten Obergeschosses geht von ihnen eine starke, gestalterische Wirkung aus. Um zwischen dem berechtigten Werbeinteresse auf der einen und der harmonischen Fassadenansicht auf der anderen Seite gerecht zu werden, ist ihre Höhe auf 50 Zentimeter und ihre Auskrägung auf 15 Zentimeter begrenzt.

Die Gesamtfläche für eine Werbeanlage, auch wenn sie sich aus unterschiedlichen Elemen-

ten zusammensetzt, bleibt im Interesse der architektonischen Wirkung des Gebäudes beschränkt. Die Begrenzung auf zwei Drittel der Fassadenbreite gewährleistet, dass die Werbeanlage im Verhältnis zur Fassade kein übermäßiges optisches Gewicht bekommt. Ihre ausschließliche Zulässigkeit in der Erdgeschosszone oberhalb der Tür- und Fensterlaibungen bzw. in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses dient der Beibehaltung der Harmonie der Fassadenansicht des jeweiligen Gebäudes.

Die Montage der Schriftzüge hat aus gestalterischen Gründen mit der vorhandenen Fas-

sadengliederung, die i. d. R. durch Öffnungen wie Fenster und Türen bestimmt wird, zu korrespondieren. Schriftzüge sind mit ihrem seitlichen Abschluss an die vertikale Flucht vorhandener Tür- oder Fensterlaibungen anzupassen. Ist ihr beidseitiger Abschluss am vorhandenen, vertikalen Raster mangels ausreichender Länge nicht möglich, sind sie symmetrisch über dem jeweiligen Fenster bzw. der jeweiligen Tür anzuordnen.

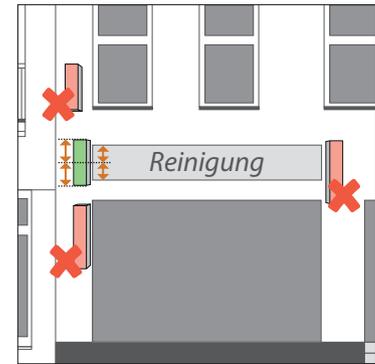
Schriftzüge, die in Einzelbuchstaben auf die Fassade aufgebracht werden, sind gestalterisch besonders wertvoll. Sie wirken in der Regel zurückhaltender als flächige Werbean-

lagen, so dass ihre maximale Höhe bis zu 60 Zentimeter betragen kann. Die Möglichkeiten der größeren Höhe und der Ausnutzung der gesamten Gebäudebreite sollen einen Anreiz darstellen, diese gestalterisch hochwertigeren Werbeanlagen zu verwenden.

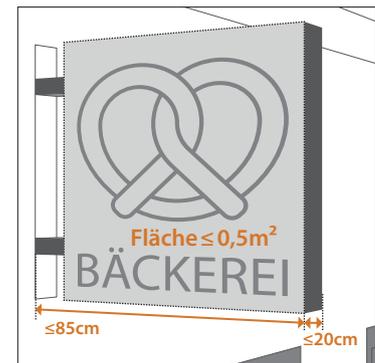
Um eine Überfrachtung der Fassade zu verhindern, ist je Gewerbeeinheit nur ein Schriftzug an der jeweiligen Straßenfassade zulässig. Unter Einhaltung der seitlichen Abstände und maximalen Flächen kann ein Gebäude, das mehrere Gewerbeeinheiten besitzt, auch eine entsprechende Anzahl an Schriftzügen aufweisen.

§ 6 Ausleger

- (1) Je Gewerbeeinheit ist die Anbringung eines Auslegers zulässig.
- (2) Ausleger sind nur in der Erdgeschosszone oberhalb der Tür- und Fensterlaibung und in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses zulässig. Werden sie in Ergänzung zum Schriftzug einer Gewerbeeinheit angebracht, hat die Anbringung auf der gleichen Höhe, bezogen auf die Mitte des Schriftzuges, zu erfolgen.
- (3) Ausleger dürfen eine Auskragung von 85 Zentimeter, eine Ansichtsfläche je Seite von jeweils 0,5 Quadratmeter und eine Stärke von 20 Zentimeter nicht überschreiten. Sie können von den horizontalen Mindestabständen gemäß § 4 Absatz 3 abweichen.



Anbringungsort Ausleger



Maße Ausleger

Begründung

Ausleger stellen zumeist eine Ergänzung der vorhandenen, flächigen Werbeanlage (Schriftzug) dar. Sie wirken durch ihre Auskragung direkt in die Richtung der Passanten des Gehweges. Neben den geltenden, bauordnungsrechtlichen Regelungen sind ihre Abmessungen, ihre Anzahl und ihre Montageorte aus gestalterischen Gründen näher bestimmt.

Analog zum Anbringungsort von Schriftzügen ist ihre Montage nur in der Erdgeschoss-

zone oberhalb der Tür- und Fensterlaibungen bzw. in der Brüstungszone des ersten Obergeschosses zulässig. Stehen sie ergänzend zum Schriftzug, d.h. weisen sie auf das gleiche Gewerbe wie der Schriftzug hin, hat ihre Anbringung symmetrisch zur Horizontalen (Mitte) des Schriftzuges zu erfolgen.

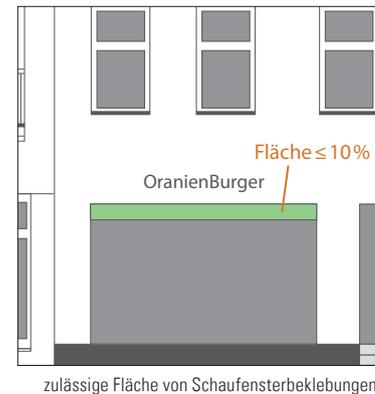
Um eine Überfrachtung der Fassade zu verhindern, ist je Gewerbeeinheit nur ein Ausleger an der jeweiligen Straßenfassade zulässig. Ein Gebäude, das mehrere Gewerbeeinheiten

besitzt, kann auch eine entsprechende Anzahl an Auslegern aufweisen.

Aus gestalterischen Gründen und zur Unterstützung des historischen Flairs der Oranienburger Innenstadt ist die kunsthandwerkliche Fertigung von Auslegern besonders wünschenswert. Bspw. schmiedeeiserne bzw. gefräste Ausleger wirken weniger massiv in den Straßenraum und sind aus gestalterischen Gründen besonders wünschenswert.

§ 7 Schaufensterbeklebungen

- (1) *Maximal 10 Prozent je Fensterfläche dürfen für Schaufensterbeklebungen im Sinne dieser Satzung verwendet werden.*
- (2) *Schaufensterbeklebungen bedürfen unter Berücksichtigung der Festsetzungen gemäß § 4 keiner Erlaubnis nach § 3 dieser Satzung.*



Begründung

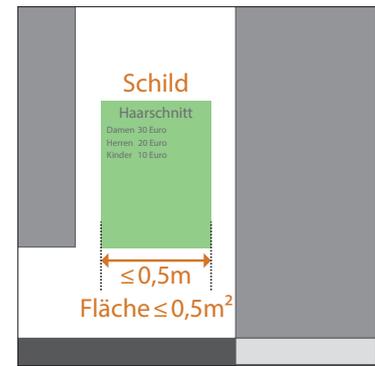
Werbung in Fenstern oder Glasbestandteilen von Türen, die unmittelbar vor oder hinter der Scheibe aufgeklebt ist, obliegt den Regelungen dieser Satzung. Aus gestalterischen Gründen dürfen maximal 10 Prozent je Fensterfläche für Schaufensterbeklebungen verwendet werden. Eine größere und somit übermäßige Verdeckung der transparenten Flächen verunklart die Konturen der Gebäudegliederung und beeinträchtigt das Gesamterscheinungsbild der Fassade negativ (Unruhe, störende Überfrachtung).

Schaufensterbeklebungen sind einfach herzustellen und werden häufig gewechselt. Unter Berücksichtigung der Farbigkeit und sonstigen Anforderungen des § 4 bedürfen sie daher keiner gesonderten Genehmigung gemäß dieser Satzung.

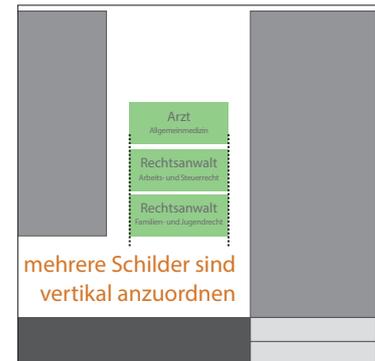
Die dekorative Gestaltung der Auslage, d. h. des Bereiches hinter der Schaufensterscheibe, bleibt von den Regelungen dieser Satzung unberührt.

§ 8 Sonstige Werbeanlagen

- (1) Für eine Gewerbeeinheit, die keinen Schriftzug besitzt, ist an der Stätte der Leistung ein Schild bis zu einer Größe von 0,5 Quadratmeter innerhalb der Erdgeschosszone zulässig. Die Breite darf 50 Zentimeter nicht übersteigen. Mehrere Schilder an einem Gebäude sind untereinander anzuordnen.
- (2) Betriebe der Schank- und Speisewirtschaft können zusätzlich zu den Werbeanlagen dieser Satzung je Gewerbeeinheit einen Schaukasten für die Speise- und Getränkekarte mit einer Größe bis zu 0,25 Quadratmeter und eine beschreibbare Tafel bspw. für Tagesangebote mit einer Größe von nicht mehr als 0,5 Quadratmeter innerhalb der Erdgeschosszone anbringen.
- (3) Werbetexte auf dem Volant von Markisen sind bis zu einer Höhe von 15 Zentimeter zusätzlich zu den Werbeanlagen dieser Satzung zulässig und bedürfen unter Berücksichtigung der Festsetzungen gemäß § 4 keiner Erlaubnis nach § 3 dieser Satzung.
- (4) Fremdwerbung sowie sonstige Werbeanlagen, die sich nicht unter den §§ 5 bis 7 oder den § 8 Absatz 1 bis 3 subsumieren lassen, sind nicht zulässig.



Maße Schilder



Anordnung mehrerer Schilder

Begründung

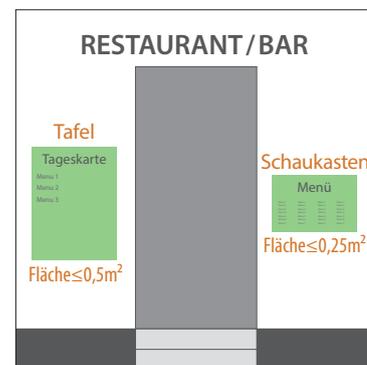
Gewerbe- und Handelsbetriebe bzw. die Ausübung von freien Berufen, die sich im Hinterhaus oder in einem der Obergeschosse eines Gebäudes befinden, sollen auch in angemessener Form gegenüber dem Straßenraum werben dürfen. Pro Einheit ist, analog zu den Regelungen von Auslegern und Schriftzügen, ein Firmenschild zulässig, um nicht durch eine übermäßige Häufung der Schilder das Straßenbild negativ zu beeinflussen. Die Größe des Schildes ist entsprechend reglementiert, mehrere Schilder an einem Objekt sind untereinander anzuordnen, um eine Überfrachtung der jeweiligen Fassade zu vermeiden. Bis zu einer Größe von 0,25 Quadratmetern wird angenommen, dass eine derartige Werbeanlage keine gestalterischen Auswirkungen auf die Erdgeschosszone eines Gebäudes haben kann. Ihre Anbringung bedarf unter Einhaltung der gestalterischen Anforderungen dieser Satzung gemäß § 3 Abs. 3 keiner Genehmigung.

Gaststätten, Bars, Cafés und sonstige gastronomische Einrichtungen, die sich unter dem Begriff der Schank- und Speisewirtschaften

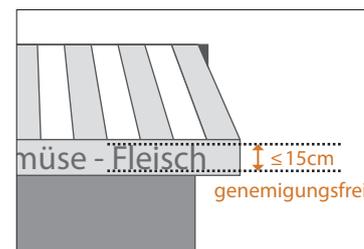
zusammenfassen lassen, werben häufig mit wechselnden Karten bzw. Tagesangeboten. Der Anbringung von dafür notwendigen, zusätzlichen Schaukästen bzw. Tafeln wird unter Berücksichtigung ihres die Innenstadt belebenden Charakters besondere Rechnung getragen.

Der sommerliche Wärmeschutz von Gebäuden sowie der Schutz vor Wetterereignissen von Warenpräsentations- bzw. Aufenthaltsbereichen werden oftmals durch Markisen sichergestellt. Ihre generelle Anbringung ist in der Brandenburgischen Bauordnung geregelt. Gemäß dieser Satzung kann ohne besondere Erlaubnis und unter Beachtung der gestalterischen Anforderungen gemäß § 3 Abs. 3 auf dem Volant der Markisen bis zu einer Höhe von 15 Zentimetern geworben werden. Markisen und insbesondere die Ansichtsfläche ihres Volanten prägen die Fassade eines Gebäudes, so dass eine Maximalhöhe aus gestalterischer Sicht festgesetzt wurde.

Ortsfeste Werbeanlagen, die nicht auf das Gewerbe vor Ort hinweisen (sogenannte



Maße Tafel und Schaukästen der Schank- und Speisewirtschaft



Volant Beschriftungen

Fremdwerbung), führen regelmäßig zu einer Überfrachtung der Gebäude bzw. Straßenräume und zur Desorientierung der Besucher der Innenstadt. Grundsätzlich ist diese Fremdwerbung als eigenständige Nutzungsart in Form eines nichtstörenden Gewerbebetriebes zu betrachten, dessen Zulässigkeit innerhalb

der verschiedenen Baugebiete nach der Bau-nutzungsverordnung zu prüfen ist. Innerhalb der als Mischgebiet / Wohngebiet definierten Oranienburger Innenstadt konzentriert sie sich bisher dort, wo gewerbliche Flächen angrenzen: z.B. Tafeln zur Aufnahme von Plakaten in der Sachsenhausener und Stralsunder

Straße ihr Bestand ist durch i.d.R. langfristige Verträge zur Sondernutzung geregelt. Da die Anzahl dieser Standorte überschaubar und die von ihnen ausgehenden Wirkungen nicht störend sind, bleiben sie in der gegenwärtigen Form erhalten.

§ 9 Abweichungen

(1) Von den Festsetzungen dieser Satzung können im Einzelfall Abweichungen gemäß § 67 Absatz 1 BbgBO gestattet werden.

Begründung

Unter Würdigung der öffentlichen Belange können Abweichungen von den Festsetzungen dieser Satzung zugelassen werden. Insbesondere der kunsthandwerklichen Gestaltung von Werbeanlagen bzw. einer dem Satzungsgeber nicht bekannten, besonderen Situation vor Ort

sollen hiermit Rechnung getragen werden. Es gilt weiterhin im Einzelfall Abweichungen von den Größen, bspw. bei durch Brauereien gesponserten Auslegern, unter Wahrung der städtebaulichen und gestalterischen Belange angemessen zu berücksichtigen.

§ 10 Ordnungswidrigkeiten

- (1) *Wer vorsätzlich oder fahrlässig innerhalb des Geltungsbereiches dieser Satzung eine Werbeanlage entgegen den Vorschriften der Paragraphen 4 bis 8 dieser Satzung errichtet oder ändert, begeht eine Ordnungswidrigkeit. Diese kann gemäß § 85 Absatz 3 BbgBO mit einer Geldbuße bis zu fünfhunderttausend Euro geahndet werden.*

§ 11 Inkrafttreten

(1) Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Oranienburg, den 19. Dezember 2017

Anlage 1: Geltungsbereich der Werbeanlagensatzung „Innenstadt Oranienburg“ (siehe Seite 11)

Hinweis: Die Werbeanlagensatzung ist am 11. Februar 2018 in Kraft getreten.

