

Telefon: 233 - 2 85 15  
Telefon: 233 - 2 28 21  
Telefax: 233 - 2 41 40  
E-Mail: plan.messestadt-riem@ems.muenchen.de

**Referat für Stadtplanung  
und Bauordnung**  
Stadtplanung

PLAN HA II/35 R + 35 V

Bebauungsplan Nr. 1952  
Messestadt Riem  
Werbeanlagen, Dachaufbauten,  
Antennen und Satellitenempfangsanlagen  
Paul-Wassermann-Straße östlich, Am Hüllgraben und  
Paul-Henri-Spaak-Straße südlich, De-Gasperi-Bogen westlich  
(Teiländerung der Bebauungspläne mit Grünordnung  
Nr. 1728 a, Nr. 1728 b Teil 1, Nr. 1728 b Teil 2, Nr. 1728 c,  
Nr. 1728 d Teil 1, Nr. 1728 f Teil 1 und Nr. 1850)

Stadtbezirk 15 Trudering-Riem

- A. Billigungs- und vorbehaltlicher Satzungsbeschluss
- B. Aufhebungsbeschluss

Anlagen

- 1. Bereichsplan
- 2. Übersichtsplan
- 3. Zu ändernde oder ergänzende Bestimmungen der  
Bebauungspläne mit Grünordnung  
Nr. 1728 a, Nr. 1728 b Teil 1, Nr. 1728 b Teil 2, Nr. 1728 c,  
Nr. 1728 d Teil 1, Nr. 1728 f Teil 1 und Nr. 1850
- 4. Stellungnahme BA 15

**Beschluss des Riem-Ausschusses vom 29.06.2005 (SB)**  
Öffentliche Sitzung

## **I. Vortrag der Referentin**

### **A. Billigungs- und vorbehaltlicher Satzungsbeschluss**

Wie nachstehende Satzung samt Begründung zum Bebauungsplanentwurf Nr. 1952 (Seite 8 ff.)

#### **1. Frühzeitige Unterrichtung (§ 3 Abs. 1 BauGB)**

Die frühzeitige Unterrichtung der Bürgerinnen und Bürger gemäß § 3 Abs. 1 des Baugesetzbuches (BauGB) wurde in der Zeit vom 11.01.2005 mit 11.02.2005 durchgeführt.

Während der Darlegung wurden nachfolgende Äußerungen vorgebracht; eine öffentliche Erörterung wurde nicht gefordert.

#### **1.1 Messe München GmbH (MMG)**

Für die Änderung der Bebauungspläne mit Grünordnung Nr. 1728 a und 1850 werden für die Regelungen für Großmessen bzw. -veranstaltungen folgende Modifikationen angeregt:

„Regelung für temporäre Großveranstaltungen

Werbung an der Stätte der Leistung für temporäre Großveranstaltungen, die nur vorübergehend für die Dauer dieser Veranstaltungen angebracht wird, muss nur die allgemeinen Regelungen a) bis f) einhalten. Werbeanlagen im westlichen Messevorfeld auf den befestigten Flächen zwischen den Gebäuden und dem Messesee müssen nur die allgemeinen Regelungen a), b) und f) einhalten. Gleiches gilt für Werbeanlagen auf den befestigten Flächen im östlichen Messevorfeld einschließlich Messeturm zwischen den Messegebäuden und der P+R Anlage bzw. der Straße am Ausstellungsfreigelände sowie für die Freiflächen innerhalb des Messegeländes vor und neben dem Eingang Nord. Vorstehende Regelungen gelten nur für temporäre Veranstaltungen. Werbung für temporäre Veranstaltungen ist maximal ab 2 Tage vor bis 1 Tag nach der Veranstaltung zulässig.“

Für die Begründung zu den Regelungen für Großmessen bzw. -veranstaltungen wird folgende Änderung vorgeschlagen:

„Regelung für temporäre Großveranstaltungen

Veranstalter und Aussteller von Messen, Ausstellungen, Kongressen und Kongress ähnlichen Veranstaltungen haben erhöhte Bedürfnisse auf ihre Veranstaltung bzw. ihre Produkte werblich hinzuweisen. Großflächige Darstellungsmöglichkeiten auch im Umfeld des Veranstaltungsortes gehören daher zum Standard internationaler Messe- und Kongresszentren. Da die Messe München zu den weltweit größten Veranstaltungszentren gehört und über ein internationales Einzugsgebiet verfügt, wird ihr eingeschränkt nur für die Dauer der Veranstaltung die Möglichkeit zu veranstaltungsbezogener Werbung eingeräumt. Dabei ist Werbung nur für die Dauer der Veranstaltung einschließlich eines Vorlaufs von 2 Tagen und eines Nachlaufs von 1 Tag für Auf- und Abbau zulässig. Die Dauer der Veranstaltung liegt regelmäßig zwischen 1 bis maximal 9 Tagen. Entsprechend der bisherigen Praxis ist pro Jahr mit nicht mehr als 100 Werbtagen zu rechnen. Da es sich nicht um Daueranlagen handelt, die Werbeanlagen aufgrund der Größe des Areals die Gestaltung nicht dominieren und ausreichend werbefreie Zeiten verbleiben, kann die Aufweitung aus gestalterischen Gründen akzeptiert werden.“

Hierzu wird festgestellt:

Die MMG schlägt vor, Sonderregelungen für Werbung - statt wie bisher für Großmessen - für Großveranstaltungen vorzusehen. Die Änderung ist sinnvoll, da neben reinen Messen auch messespezifische bzw. -akzessorische Veranstaltungen stattfinden, für die ein gleichartiges Werbebedürfnis besteht. Eine Ausweitung hinsichtlich der für stadtgestalterisch akzeptabel angesehenen Gesamtdauer möglicher Werbeaktionen ist mit dieser Begriffsänderung nicht verbunden, der notwendige Bezug zur Messe bleibt erhalten. Die Definition von Großveranstaltungen der Messe, deren jeweilige Dauer von 1 bis 9 Tagen und deren maximale Anzahl von insgesamt 100 Werbtagen pro Jahr wurden aus dem Schreiben der Messe nicht nur in die Begründung, sondern auch in die Satzung aufgenommen.

Die Messe regt ferner an, dass Werbung an der Stätte der Leistung für temporäre Großveranstaltungen, die nur vorübergehend für die Dauer dieser Veranstaltungen angebracht wird, nur sämtliche allgemeinen Regelungen a) 1. bis 6. [vormals a) bis f)] einhalten muss.

Für das westliche und östliche Messevorfeld sollen nach Auffassung der MMG Werbeanlagen nur die Regelungen

- a) 1. [vormals a)] – Einfügen und Unterordnen unter die Architektur,
- a) 2. [vormals b)] – Zulässigkeit von Werbeanlagen nur innerhalb der Wandhöhe und
- a) 6. [vormals f)] – Vorrang der Regelungen über Werbeanlagen vor Nebenanlagen einhalten müssen.

Diese Anregung wurde aufgenommen, jedoch wurde es für notwendig erachtet, dass auch für Werbung für Großveranstaltungen im westlichen und östlichen Messevorfeld die Regelungen

- a) 3. [vormals c)] – sich bewegende, blinkende Werbeanlagen sowie
- a) 4. [vormals d)] – freistehende Werbeanlagen gelten sollen.

Dabei wird der MMG aber insoweit entgegengekommen, als dass für das östliche und westliche Messevorfeld die Beschränkungen der Satzung über Einfriedungen und Vorgärten nicht gelten und die bis zum 01.05.2005 im westlichen Vorfeld der Messe bereits aufgestellten freistehenden und nicht parallel zur Fassade stehenden Werbetafeln zulässig sind. In der Regelung a) 3. – sich bewegende, blinkende Werbeanlagen wurde zur Klarstellung auf ein bestandgeschütztes Gebäude, den Messeturm eingegangen.

Die von der Messe gewünschte Aufweitung der Dauer der Werbemöglichkeiten auf maximal 2 Tage vor und 1 Tag nach der Veranstaltung wurde nicht in die Satzung aufgenommen, da dies bei der großen Zahl der Veranstaltungen (ca. 30), für welche Werbung vorgesehen sind, zu einer deutlichen Aufweitung der Werbetage insgesamt führen würde. Werbeanlagen für Großveranstaltungen dürfen daher nur für die Dauer der Veranstaltungen angebracht werden. Des Weiteren wurde, um Missverständnisse auszuräumen bzw. vorzubeugen, die Satzstellung in den sämtlichen Bestimmungen über Einzelbuchstaben und Firmenlogos geändert. Ebenso wurde der Begriff Wechselwerbung (statt bisher nur sich bewegende Werbung) zur Klarstellung in die Satzung aufgenommen.

## **1.2 Vodafone D2 GmbH**

Die Vertreter von Vodafone D2 GmbH haben ihre Bedenken telefonisch innerhalb der Frist geäußert. Sie wurden am 28.02.2005 zusätzlich zu einem Abstimmungsgespräch im Planungsreferat eingeladen. Die im Bebauungsplanentwurf vorgeschlagene Festsetzung, wonach Antennen und Satellitenempfangsanlagen jeweils nur auf der den wichtigen Stadträumen abgewandten Hälfte des Daches zulässig sind, lässt sich aus Sicht der Mobilfunkbetreiber so technisch nicht oder zum Teil nur unverhältnismäßig schwer realisieren. Die erforderlichen Sicherheitsabstände von mindestens 3 m für die unter dem Dach liegenden Aufenthaltsräume können dabei nicht mehr eingehalten werden. Denkbar wäre aus Sicht der Mobilfunkbetreiber ein Zurückversetzen der Antennen und Antennenträger der Satellitenempfangsanlagen von der Dachkante um das Maß ihrer Höhe.

Hierzu wird festgestellt:

Die Äußerung wurde zum Anlass genommen, die bestehenden und geplanten Festsetzungen unter Berücksichtigung der technischen Gegebenheiten nochmals einheitlich zu überarbeiten: Zunächst muss bei Satellitenempfangsanlagen zwischen Antennenträgern (Höhe 4 bis 6 m) und den daran befestigten Antennen unterschieden werden. Je weiter Antennen vom Dachrand nach hinten (bis zur Dachmitte) hin verschoben werden sollen, desto höher müssen die Antennenträger werden. Sollten Antennen und Satellitenempfangsanlagen nun nur auf der den wichtigen Stadträumen abgewandten Hälfte der Dächer zulässig sein, müssten diese Anlagen unter Berücksichtigung der erforderlichen Sicherheitsabstände sehr hoch werden, was sich wiederum störend auf das Stadtbild auswirken würde.

Auch die Überlegung, Antennen und Satellitenempfangsanlagen auf Gebäuden der ersten Reihe beschränkt auf maximal eine Gebäudetiefe von 15 m auszuschließen, musste wieder verworfen werden, da die Mobilfunkbetreiber dadurch zu sehr eingeschränkt würden und die Gefahr bestünde, dass diese Anlagen dann sogar eher ins Wohngebiet gedrängt werden würden.

Generell wurde deshalb lediglich ein Zurückversetzen um das Maß der Höhe der Aufbauten gefordert. Der stadtgestalterische Aspekt der Sicherung des vorherrschenden Wirkens der Fassade kommt noch ausreichend zur Geltung.

## **2. Beteiligung der Träger öffentlicher Belange (§ 4 Abs. 1 BauGB)**

Die Beteiligung der Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB wurde parallel zur frühzeitigen Unterrichtung der Bürgerinnen und Bürger durchgeführt.

Von folgenden Trägern öffentlicher Belange wurden Einwände vorgebracht:

### **2.1 Industrie- und Handelskammer**

„Ziel und Zweck der vorliegenden Planung ist es, stadtgestalterisch und städtebaulich unerwünschte Werbeanlagen zu verhindern. Zwar besteht auch von unserer Seite Verständnis für diese ästhetischen Aspekte, jedoch erachten wir die diesbezüglichen Festsetzungen im Bebauungsplan als zu reglementierend. Die immense Bedeutung von Werbung für die wirtschaftliche Entwicklung der Gewerbebetriebe in der Messestadt Riem darf nicht verkannt werden. Im übrigen ist die Messestadt ein modernes, neugestaltetes Viertel, das anderen Kriterien unter-

liegt als Altstadtgebiete oder ensemblesgeschützte Gebiete. Unter diesen Gesichtspunkten bitte wir die vorliegende Planung nochmals zu überdenken.“

Hierzu wird festgestellt:

Es ist sichergestellt, dass die Unternehmen insbesondere in den aufgeführten Gewerbegebieten auf sich aufmerksam machen können, nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, wird Modifizierungen unterworfen, was sich durch die besondere gestalterische Situation beispielsweise der Gewerbegebiete an der Stadtkante und im Übergang zur freien Landschaft rechtfertigt.

## **2.2 Autobahndirektion Südbayern**

„Dem Grunde nach besteht mit den Festsetzungen in diesem Bebauungsplan, soweit die Belange als Straßenbau- und Straßenverkehrsbehörde im Hinblick auf Werbeanlagen betroffen sind, Einverständnis.

Diese Zustimmung ersetzt aber nicht die Verpflichtung einzelner Firmen, die Werbung am Ort der Leistung anbringen wollen, für diese Werbeanlagen einen Bauantrag zu stellen, der dann von uns nach den „Richtlinien zur Werbung an (Bundes-)Autobahnen“ aus straßenverkehrs- und straßenrechtlicher Sicht (VkBl. I Heft 20-2001), eingeführt mit IMS vom 16.10.2002 Nr. IC4/IIB4-3612.333-13 Kra zu prüfen ist.“

Hierzu wird festgestellt:

Diese Anregung wurde an die für die Genehmigung von Werbeanlagen zuständige Stelle im Planungsreferat weitergegeben.

## **3. Anhörung des Bezirksausschusses**

Der Bezirksausschuss hat in seiner Sitzung am 27.01.2005 einstimmig Folgendem zugestimmt:

„Die Vorlage des Planungsreferates wird ausdrücklich begrüßt.

Der BA 15 bittet um Auskunft, ob und wie für andere sensible Bereiche im Bestand des 15. Stadtbezirkes Satzungen geschaffen werden können.“

Hierzu wird festgestellt:

Die Anregung des Bezirksausschusses wurde an die für den 15. Stadtbezirk (außer Messestadt Riem) zuständigen Stellen im Planungsreferat weitergeleitet.

## **4. Änderungen gegenüber der Darlegung**

Gegenüber dem Entwurf vom 29.11.2004 haben sich im Wesentlichen folgende Änderungen ergeben:

- Anpassung der Satzungsbestimmungen zur Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen an die technischen Gegebenheiten,
- Anpassung der Satzungsbestimmungen für die Messe im östlichen und westlichen Messenvorfeld an den Bestand und im Bezug auf den Messeturm,
- Definition von Großveranstaltungen in der Satzung und in der Begründung,
- Klarstellung der Bestimmung über Einzelbuchstaben und Firmenlogos durch Änderung der Satzstellung,
- Aufnahme des zusätzlichen Begriffs Wechselwerbung (bisher nur sich bewegende Werbung) zur Klarstellung in die Satzung und in die Begründung,
- Vereinheitlichung der Begründung für die einzelnen Bebauungspläne.

Durch die Änderungen und Ergänzungen im Plan und in der Begründung werden die Belange von Trägern öffentlicher Belange und die Grundzüge der Planung nicht berührt; eine erneute Beteiligung ist nicht erforderlich, da die Ergänzungen redaktioneller Natur sind, bzw. den Einwänden Rechnung tragen, keine nachteiligen Auswirkungen auf andere planbetroffene Grund-

stücke haben und auch Träger öffentlicher Belange nicht in ihren Aufgabenbereichen berührt sind.

Der Beschluss unter Ziffer 5 des Antrages ergeht unter dem Vorbehalt einer erneuten Beschlussfassung, wenn während der öffentlichen Auslegung Anregungen eingehen. In diesem Fall wird die Angelegenheit dem Stadtrat erneut zur Beschlussfassung vorgelegt.

## **B. Aufhebungsbeschluss**

Der vom Stadtrat am 23.06.2004 gefasste Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan Nr. 1952 erfasst auch einen Teilbereich des Gewerbegebietes Nordwest (Technologiepark Messestadt West) zwischen Paul-Wassermann-Straße und der Straße Am Mitterfeld, für den noch kein Bebauungsplan mit Grünordnung in Kraft getreten ist. Anlass für den vorliegenden Bebauungsplan Nr. 1952 ist aber die Änderung und Ergänzung von bereits rechtsverbindlichen Bebauungsplänen. Für diesen Bereich wird die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen analog diesen Festsetzungen in künftigen Bebauungsplänen geregelt. Planungssichernde Maßnahmen für diesen Teilbereich des Gewerbegebietes Nordwest (Technologiepark Messestadt West) sind nicht erforderlich.

Der Aufstellungsbeschluss des Bebauungsplans Nr. 1952 für diesen Teilbereich kann daher aufgehoben werden.

Der Bezirksausschuss des 15. Stadtbezirkes Trudering-Riem hat Abdrucke der Sitzungsvorlage erhalten.

Dem Korreferenten, Herrn Stadtrat Zöllner, und der zuständigen Verwaltungsbeirätin, Frau Stadträtin Lindner-Schädlich, ist ein Abdruck der Sitzungsvorlage zugeleitet worden.

## **I. Antrag der Referentin**

Ich beantrage folgendes

1. Die im Rahmen der frühzeitigen Unterrichtung vorgebrachten Äußerungen der
  - Messe München GmbH  
können in Bezug auf Großveranstaltungen berücksichtigt und hinsichtlich der Aufweitung der Werbezeiten für Großveranstaltungen, hinsichtlich sich bewegender und blinkender Werbeanlagen während Großveranstaltungen im östlichen und westlichen Messevorfeld nicht berücksichtigt werden und in Bezug auf freistehende Werbeanlagen während Großveranstaltungen im östlichen und westlichen Messevorfeld zum Teil nicht berücksichtigt werdenund der
  - Vodafone D2 GmbH  
können zur Lage der Antennenanlagen berücksichtigt werden.
2. Die im Rahmen der Beteiligung der Träger öffentlicher Belange vorgebrachten Äußerungen der
  - Industrie- und Handelskammer  
können hinsichtlich einer Überreglementierung der Werbung nicht berücksichtigtund der
  - Autobahndirektion Südbayern  
können in Bezug auf Prüfung des Bauantrages von Werbeanlagen in Autobahnnähe berücksichtigt werden.
3. Der Entwurf des Bebauungsplans Nr. 1952 mit der dazugehörigen Begründung wird gebilligt.
4. Das Planungsreferat wird beauftragt, den Entwurf des Bebauungsplans Nr. 1952 mit Begründung öffentlich auszulegen.
5. Der Bebauungsplan wird gemäß § 10 Abs. 1 BauGB als Satzung erlassen und ihm nachfolgende Begründung beigegeben.  
Dieser Satzungsbeschluss ergeht unter dem Vorbehalt einer erneuten Beschlussfassung nur bei eingehenden Anregungen während der öffentlichen Auslegung gemäß § 3 Abs. 2 BauGB.
6. Der Aufstellungsbeschluss des Bebauungsplans Nr. 1952 für den Teilbereich zwischen Paul-Wassermann-Straße und der Straße Am Mitterfeld wird aufgehoben.
7. Dieser Beschluss unterliegt nicht der Beschlussvollzugskontrolle.

**ENTWURF****BEBAUUNGSPLAN****Gliederung der Satzungsbestimmungen**

	Seite
§ 1	9
§ 2	9
§ 3	11
§ 4	12
§ 5	13
§ 6	14
§ 7	15
§ 9	16
§ 10	17

**Entwurf****Satzungstext**

des Bebauungsplans Nr. 1952  
der Landeshauptstadt München  
Messestadt Riem

Werbeanlagen, Dachaufbauten,  
Antennen und Satellitenempfangsanlagen  
Paul-Wassermann-Straße östlich, Am Hüllgraben und  
Paul-Henri-Spaak-Straße südlich, De-Gasperi-Bogen westlich  
(Teiländerung der Bebauungspläne mit Grünordnung  
Nr. 1728 a, Nr. 1728 b Teil 1, Nr. 1728 b Teil 2, Nr. 1728 c,  
Nr. 1728 d Teil 1, Nr. 1728 f Teil 1 und Nr. 1850)

vom.....

Die Landeshauptstadt München erlässt aufgrund der §§ 9 und 10 des Baugesetzbuches (BauGB), der Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke (BauNVO), des Art. 23 der Gemeindeordnung für den Freistaat Bayern (GO), des Art. 91 der Bayerischen Bauordnung (BayBO) folgende Satzung:

## **§ 1 Bebauungsplan mit Grünordnung**

- (1) Für den Bereich Messestadt Riem, Paul-Wassermann-Straße östlich, Am Hüllgraben und Paul-Henri-Spaak-Straße südlich, De-Gasperri-Bogen westlich wird ein Bebauungsplan als Satzung erlassen.
- (2) Der Bebauungsplan besteht aus diesem Satzungstext und dem beigefügten Umgriffsplan.
- (3) Die vom vorliegenden Bebauungsplan erfassten Bestimmungen in den Satzungen der rechtsverbindlichen Bebauungspläne Nr. 1728 a, Nr. 1728 b Teil 1, Nr. 1728 b Teil 2, Nr. 1728 c, Nr. 1728 d Teil 1, Nr. 1728 f Teil 1 und Nr. 1850) werden durch diesen Bebauungsplan Nr. 1952 verdrängt.

## **§ 2 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 a (Neue Messe München, südlich Riemer Straße)**

- (1) Werbeanlagen
  - a) allgemeine Regelungen:
    1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
    2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (d.h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
    3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegendende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen. Von dieser Regelung ausgenommen ist der Messeturm.
    4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen. Für das östliche (im Bereich zwischen Messeingang Ost und Straße Am Messegelände) und westliche Messenvorfeld (im Bereich zwischen den Messegebäuden und bis einschließlich der Straße Am Messesee) gelten die Beschränkungen der Satzung der Landeshauptstadt München über Einfriedungen und Vorgärten vom 18.04.1990 zuletzt geändert am 04.03.1992 nicht.
    5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
      6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.
  - b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft:

Entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße sind Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Messenamen in Einzelbuchstaben und/oder Messelogos zulässig.



- c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt-Platz und die Willy-Brandt-Allee:  
Am zentralen Stadtraum rund um den Messesee, am Willy-Brandt-Platz und an der Willy-Brandt-Allee ist
1. nur Werbung an der Stätte der Leistung
  2. und diese ab dem 1. Obergeschoss nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/oder Firmenlogos zulässig.

d) Regelung für Großveranstaltungen:

Großveranstaltungen sind Messen, Ausstellungen, Kongresse und Kongress ähnliche Veranstaltungen mit jeweils mehr als 1 500 Besucher pro Tag.

Für Großveranstaltungen müssen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die nur vorübergehend für die Dauer dieser Veranstaltungen angebracht werden, nur die allgemeinen Regelungen in Buchstabe a) Ziffern 1 bis 6 im östlichen und westlichen Messevorfeld ohne 5 einhalten. Dies gilt für maximal 9 Tage je Großveranstaltung an insgesamt bis zu 100 Tagen pro Jahr.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

- a) Die Regelungen zu Dachaufbauten des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 a gelten unverändert.
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- c) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

**§ 3 Änderungen der Bestimmung über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1 (Messestadt Riem, Willy-Brandt-Allee und Willy-Brandt-Platz südlich)**

(1) Werbeanlagen

- a) allgemeine Regelungen:
  1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
  2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (d.h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
  3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
  4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
  5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
  6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.
- b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den Riemer Park und die Grünzüge:

Am Platz der Menschenrechte, entlang der Promenade sowie entlang der Grünzüge ist je Nutzungseinheit nur eine Werbeanlage nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/oder Firmenlogos zulässig.

c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Willy-Brandt-Allee und den Edinburghplatz:

An der Willy-Brandt-Allee und am Edinburghplatz ist

1. nur Werbung an der Stätte der Leistung
2. und diese ab dem 1. Obergeschoss nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

a) Die Regelungen zu Dachaufbauten des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1 gelten unverändert.

b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.

c) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

#### **§ 4 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 (Messstadt Riem, Zentrum, Willy-Brandt-Allee und Willy-Brandt-Platz südlich)**

(1) Werbeanlagen

a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (d.h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.

b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt-, Edinburghplatz, die Willy-Brandt-Allee und den Platz der Menschenrechte:

Entlang des Willy-Brandt- und Edinburghplatzes, der Willy-Brandt-Allee und am Platz der Menschenrechte ist

1. nur Werbung an der Stätte der Leistung

2. und diese ab dem 1. Obergeschoss nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/oder Firmenlogos zulässig; hiervon ausgenommen ist Werbung für laufenden Kinobetrieb.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

Die Regelungen zu Dachaufbauten des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 gelten unverändert bis auf § 12 Abs. 3, der wie folgt neu gefasst wird:

- a) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

**§ 5 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 c (Messestadt Riem, Arbeiten am See, Olof-Palme-Straße westlich, Willy-Brandt-Platz nördlich)**

(1) Werbeanlagen

a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (d.h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.

- b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten (Paul-Henri-Spaak-Straße und Am Hüllgraben) und den Übergang zur freien Landschaft:  
Entlang der Straße Am Hüllgraben ist je Nutzungseinheit nur eine Werbeanlage nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig.

- c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf das Stadttor, den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt- und den Edinburghplatz sowie die Willy-Brandt-Allee:

Entlang der Olof-Palme-Straße und der Willy-Brandt-Allee ist

1. nur Werbung an der Stätte der Leistung
2. und diese ab dem 1. Obergeschoss nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

Die Regelungen zu Dachaufbauten und Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 c gelten unverändert bis auf § 10 Abs. 4, der wie folgt neu gefasst wird:

- a) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

**§ 6 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 (Messestadt Riem, Gewerbegebiet Nordwest, Riemer Straße neu südlich, Willy-Brandt-Platz nördlich und Am Mitterfeld östlich)**

(1) Werbeanlagen

§ 15 - Werbeanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 wird wie folgt neu gefasst:

a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (, d. h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.

b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten Am Hüllgraben und Paul-Henri-Spaak-Straße und den Übergang zur freien Landschaft:  
Entlang der Straße Am Hüllgraben ist je Nutzungseinheit nur eine Werbeanlage nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig.

c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den Willy-Brandt-, den Edinburghplatz sowie die Willy-Brandt-Allee:

Entlang des Edinburghplatzes ist

1. nur Werbung an der Stätte der Leistung
2. und diese ab dem 1. Obergeschoss nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/oder Firmenlogos zulässig.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

Die Regelungen zu Dachaufbauten des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 gelten unverändert bis auf § 11 Abs. 4, der wie folgt neu gefasst wird:

- a) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

**§ 7 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 (Messestadt Riem, Gewerbegebiet Nordost, De-Gasperi-Bogen westlich und nördlich)**

(1) Werbeanlagen

§ 13 - Werbeanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 wird wie folgt neu gefasst:

- a) allgemeine Regelungen:
  1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
  2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (, d. h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
  3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegendende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
  4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
  5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
  6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.
- b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft:  
Entlang des De-Gasperi-Bogens ist je Nutzungseinheit nur eine Werbeanlage nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig.

(2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

- a) Die Regelung § 7 - Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 wird wie folgt neu gefasst:
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- c) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

**§ 8 Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1850 (Messestadt Riem, Neue Messe München, Parkhaus West, Paul-Henri-Spaak-Straße südlich)**

(1) Werbeanlagen § 9 - Werbeanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 wird wie folgt neu gefasst:

- a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und sich der Architektur unterordnen.
  2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. der Oberkanten der Attika (d.h. auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach) ist unzulässig.
  3. Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen (Light-Boards, Videowände) sind ausgeschlossen.
  4. Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten und sind auf öffentlichem Grund sowie im Vorgartenbereich ausgeschlossen.
  5. Werbeanlagen sind nur parallel zur Fassadenfläche zulässig.
  6. Die Regelungen über Werbeanlagen gehen einschlägigen Regelungen über Nebenanlagen vor.
- b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten Am Hüllgraben, Paul-Henri-Spaak-Straße und den Übergang zur freien Landschaft:  
Entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße sind nur Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung nur in Form von Messenamen in Einzelbuchstaben und/ oder Messelogos zulässig.
- c) Regelung für Großveranstaltungen:  
Großveranstaltungen sind Messen, Ausstellungen, Kongresse und Kongress ähnliche Veranstaltungen mit jeweils mehr als 1.500 Besucher pro Tag. Für Großveranstaltungen müssen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die nur vorübergehend für die Dauer dieser Veranstaltungen angebracht werden, nur die allgemeinen Regelungen in Buchstabe a) Ziffer 1 bis 6 einhalten. Dies gilt für maximal 9 Tage je Großveranstaltung an insgesamt bis zu 100 Tagen pro Jahr.

#### (2) Antennen und Satellitenempfangsanlagen

Die Regelungen zu Dachaufbauten des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 gelten unverändert. § 8 - Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 wird wie folgt neu gefasst:

- a) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind an den Fassaden der Gebäude nicht zulässig.
- b) Antennen und Satellitenempfangsanlagen sind auf den Dachflächen von den Außenkanten mindestens um das Maß ihrer Höhe zurückgesetzt zulässig.

## **§ 9**

### **Inkrafttreten**

Der Bebauungsplan tritt mit der Bekanntmachung gemäß § 10 BauGB in Kraft.

# ENTWURF

## Gliederung der Begründung

	Seite
1. Planungsvoraussetzungen	19
1.1 Anlass, Ziel und Zweck der Planung	19
1.2 Wettbewerbe	19
1.3 Rechtliche Grundlagen der Planung	20
1.4 Planungsumgriff	20
1.5 Denkmalschutz	21
2. Bestandsaufnahme und Bewertung	21
Städtebauliche Grundlagen	21
3. Planungskonzept	21
3.1 Städtebauliches Konzept	21
3.2 Entwurfskonzept	22
4. Auswirkungen	24
Städtebauliche Ordnung	24
5. Begründung zu den Satzungsbestimmungen	24
5.1 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 a	24
5.2 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1	28
5.3 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2	32
5.4 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 c	35
5.5 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1	39
5.6 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1	42
5.7 Änderung im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1850	45

## **1. Planungsvoraussetzungen**

### **1.1 Anlass, Ziel und Zweck der Planung**

Anlässlich eines Rechtsstreits über die Zulässigkeit von Werbeanlagen am Messeparkhaus West hat sich gezeigt, dass die derzeit in den Bebauungsplänen vorhandenen Regelungen z. T. eine Auslegung zulassen, die den mit diesen Festsetzungen ursprünglich verfolgten Zielsetzungen nicht entspricht. Teilweise sind die Satzungsbestimmungen ferner nicht umfassend genug, um stadtgestalterisch und städtebaulich unerwünschte Werbeanlagen zu verhindern. Dies wurde zum Anlass genommen, die von Anfang an vorhandenen stadtgestalterischen und städtebaulichen Ziele zur Zulässigkeit von Werbeanlagen für das Gesamtgebiet Messestadt Riem in einem Gesamtkonzept darzustellen und festzulegen. Die Regelungen in den vorhandenen Bebauungsplänen werden mit dieser Änderung entsprechend präzisiert und ergänzt, wobei insbesondere die stadtgestalterisch sensiblen Bereiche geregelt werden. Daneben ist eine präzise Fassung zur Zulässigkeit von Werbeanlagen im Bebauungsplan im Hinblick auf die vorgesehene Novellierung der Bayerischen Bauordnung erforderlich, da nach den derzeit vorgesehenen Änderungen eine Einflussnahme auf die Qualität der Baugestaltung voranging nur noch bei entsprechenden Regelungen im Bebauungsplan möglich sein wird. Auch die Erfahrungen bei Genehmigungsverfahren haben gezeigt, dass festgesetzte, einheitliche Regelungen in der ganzen Messestadt die Arbeit der Genehmigungsbehörde erheblich erleichtern und zu mehr Transparenz, Rechtsklarheit und Gleichbehandlung beitragen können.

Ferner ist es erforderlich, die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen in der ganzen Messestadt einheitlich zu regeln und den technischen Gegebenheiten anzupassen.

Ziel des vorliegenden Bebauungsplans ist daher, die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen sowohl für die Straßen- und Stadträume „innerhalb“ der Messestadt als auch – soweit sie „nach außen“ wirken – für die Stadtkanten, der jeweiligen städtebaulichen Situation entsprechend so zu regeln, dass sich diese Anlagen in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen.

Um diese Zielsetzungen zu erreichen, ist es erforderlich, einen neuen Bebauungsplan zur Änderung und Ergänzung der Bebauungspläne mit Grünordnung Nr. 1728 a, Nr. 1728 b Teil 1, Nr. 1728 b Teil 2, Nr. 1728 c, Nr. 1728 d Teil 1, Nr. 1728 f Teil 1 und Nr. 1850 hinsichtlich der Zulässigkeit von Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen aufzustellen.

### **1.2 Wettbewerbe**

Die Entstehung der Messestadt Riem basiert angefangen vom Gesamtkonzept über die Entwicklung der verschiedenen Teilbereiche bis hin zur Bebauung städtebaulich wichtiger Einzelgrundstücke auf den Ergebnissen von Wettbewerben:

So wurde auf der Grundlage des Beschlusses der Vollversammlung des Stadtrates vom 04.04.1990 ein städtebaulicher und landschaftsplanerischer Ideenwettbewerb mit vertiefender Messeplanung „Künftige Nutzung Flughafengelände München-Riem“ durchgeführt. Der 1. Preis wurde im Juli 1991 der Arbeitsgemeinschaft Frauenfeld und Partner, Frankfurt am Main zugesprochen. Das städtebauliche Gesamtkonzept gibt die Gruppierung der drei unterschiedlichen Nutzungsstrukturen Wohnen, Gewerbe und Messe im nördlichen Bereich des alten Flughafenovals und das Angebot eines großzügigen Freiraumes im Süden vor und bildet damit nach dem Beschluss der Vollversammlung des Stadtrates vom 23.10.1991 die Grundlage für alle weiteren Verfahren.

In Ergänzung zum Wettbewerb für das städtebauliche Gesamtkonzept wurden für die vertiefende Planung weitere Wettbewerbe für Teilbereiche durchgeführt.

1993 wurden in dem zweistufigen Wettbewerbsverfahren „Neuriem-Mitte“ für das städtebauliche Konzept wesentliche Planungsinhalte, darunter die räumliche Definition des zentralen Platzes (Willy-Brandt-Platz) und die künftige Stadtteileinfahrt erarbeitet.



Am 26.01.1994 hat der Stadtrat u.a. beschlossen, dass für den Bereich der Stadtkante, des zentralen Stadtraumes und des Willy-Brandt-Platzes der Entwurf der Architektengemeinschaft Bystrup, Bregenhøj und Partners, Kopenhagen, der Planung zugrundegelegt wird.

Die besondere Bedeutung der Bereiche Stadtkante, zentraler Stadtraum und Willy-Brandt-Platz im Gesamtkonzept führte dazu, dass die Bauwerber dieser Einzelgrundstücke, welche im städtebaulichen Kontext Schlüsselpositionen einnehmen, verpflichtet wurden und werden, Einzelwettbewerbe durchzuführen: Deshalb gelten im vorliegenden Bebauungsplan, in diesen Bereichen für die Anbringung und Ausgestaltung von Werbeanlagen die im nachfolgenden erörterten besonderen Rahmenbedingungen.

### **1.3 Rechtliche Grundlagen der Planung**

Für das Planungsgebiet besteht ein Aufstellungsbeschluss – Bebauungsplan Nr. 1952, Messestadt Riem – Werbeanlagen, Dachaufbauten, Antennen und Satellitenempfangsanlagen, Am Mitterfeld östlich, Am Hüllgraben und Paul-Henri-Spaak-Straße südlich, Olof-Palme-Straße beiderseits, Am Messesee östlich, Willy-Brandt-Allee, Willy-Brandt-Platz nördlich und südlich, De-Gaspero-Bogen westlich. Er wurde vom Stadtrat am 23.06.2004 beschlossen. Mit diesem Bebauungsplan werden die o.a. Bebauungspläne mit Grünordnung in Bezug auf die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen geändert, d.h. bestehende Bestimmungen werden durch die Neuregelungen verdrängt und soweit bisher Festsetzungen fehlten durch die Neuregelungen ergänzt. In die künftigen Bebauungspläne der Messestadt Riem sollen diese Festsetzungen ebenfalls einfließen. Die Bebauungspläne mit Grünordnung Nr. 1808, Messestadt Riem, Towergrundstück und Nr. 1728 h, 2. Bauabschnitt Wohnen sowie die Entwürfe der Bebauungspläne für das Gewerbegebiet Messestadt Ost Nr. 1728 f, Teil 2 und den 3. Bauabschnitt Wohnen Nr. 1728 I enthalten bereits entsprechende Regelungen über die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen.

### **1.4 Planungsumgriff**

Das Planungsgebiet des vorliegenden Bebauungsplans Nr. 1952 umfasst mit Ausnahme des Towergrundstücks die baulich genutzten Bereiche östlich der Paul-Wassermann-Straße, südlich der Straßen Am Hüllgraben und Paul-Henri-Spaak-Straße, nördlich und südlich der Willy-Brandt-Allee und des Willy-Brandt-Platzes einschließlich des 1. Bauabschnittes Wohnen sowie das Gebiet westlich der Straße De-Gaspero-Bogen.

Die Größe des Planungsgebiets umfasst ca. 188 ha, die sich mit Ausnahme der öffentlichen Verkehrs- und Grünflächen zum Großteil bereits in privatem Eigentum befinden.

### **1.5 Denkmalschutz**

Im Planungsgebiet liegt die denkmalgeschützte Wappenhalle. Das Baudenkmal Tower liegt zwar außerhalb des Umgriffs dieses Bebauungsplans wirkt aber optisch, da es sich um ein profilüberragendes Gebäude handelt, in das Planungsgebiet hinein.

## **2. Bestandsaufnahme und Bewertung Städtebauliche Grundlagen**

Das Planungsgebiet liegt am östlichen Stadtrand von München, auf dem Gelände des ehemaligen Flughafens München-Riem. In diesem Bereich ist der für die Münchner Schotterebene typische, offene und weitläufige Landschaftscharakter durch die damalige Flughafennutzung und die damit verbundene Beschränkung der baulichen Entwicklung bis heute spürbar geblieben. Prägend für die gegenwärtige Situation in der Umgebung der Messestadt Riem sind die in der Ebene verstreuten alten Dorfkerne von Riem, Kirchtrudering, Salmdorf und Grons Dorf, deren Kirchtürme aus der niedrigen, teils noch dörflichen Bebauung herausragen.

Im Norden wird das Planungsgebiet durch die Stadtkante und den Übergang in die freie Landschaft definiert. Im Technologiepark Messestadt West ist ein Teil der gebauten Stadtkante bereits verwirklicht. Im weiteren Verlauf dieser Stadtkante ist an der Paul-Henri-Spaak-Straße

das Messeparkhaus realisiert. Der Messeeingang Nord ist inzwischen ebenfalls fertiggestellt, daran grenzt die Sonderfreifläche an. Im Osten grenzt das Gebiet an die Ver- und Entsorgungsfläche sowie den Riemer Wald an. Den südlichen Abschluss bildet der Übergang zum Riemer Park. Der östliche Teil des 1. Bauabschnitts Wohnen ist bereits bezogen, im westlichen Teil wird derzeit noch gebaut. Der Stadtteil-Eingang und der zentrale Stadtraum rund um den Messesee sowie die Willy-Brandt-Allee und der Willy-Brandt-Platz sind zum Teil bereits räumlich gefasst.

Insgesamt ist die Messestadt Riem deutlich als eine in sich geschlossene, neue Siedlung mit eigenem Charakter und eigenem Zentrum erkennbar und hebt sich vom angrenzenden Stadtgebiet durch ihre exponierte Lage und Kompaktheit ab.

### **3. Planungskonzept**

#### **3.1 Städtebauliches Konzept**

Das Erscheinungsbild der Messestadt Riem von „außen“ – d.h. von der Autobahn BAB A 94, Riem, Kirchtrudering oder Salmdorf aus – wird wesentlich von der Gestaltung der Stadtkanten bestimmt. Diese Stadtkanten werden in der Messestadt nach Gebieten differenziert ausgebildet: So wird die bauliche Stadtkante Am Hüllgraben sowie an der Paul-Henri-Spaak-Straße durch die geplante und zum Teil bereits umgesetzte gradlinige Anordnung der Gebäude in durchgehender Bauflucht definiert, im Vordergrund steht dabei die Architektur; im weiteren Verlauf der Paul-Henri-Spaak-Straße bildet die Messebebauung sowie deren vorgelagerte nördliche Randeingrünung den räumlichen Abschluss der Messestadt. Im Gewerbegebiet Messestadt Ost und außerhalb des Umgriffs dieses Bebauungsplans - ganz im Westen der Messestadt, Am Mitterfeld im Technologiepark Messestadt West erhalten die Stadtkanten – der Übergangszone zu den Landschaftsbereichen entsprechend - unter Zurücktreten der baulichen Strukturen ein landschaftlich geprägtes Erscheinungsbild.

Dabei wirken aber nicht nur die Baukörper oder Randeingrünungen selbst nachhaltig auf die Gestaltung der Stadtkanten ein, sondern auch an oder auf diesen Gebäuden angebrachte oder in den Vorgärten und Randeingrünungen aufgestellte Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen.

Durch diesen Bebauungsplan soll an den Stadtkanten, diesen für die Messestadt städtebaulich wichtigen und repräsentativen Bereichen, ein ruhiges von der Architektur bestimmtes und damit letztlich qualitativ hochwertiges Erscheinungsbild der Messestadt Riem „nach außen“ präsentiert und auch langfristig gesichert werden.

Die planerische Zielvorstellung eines ruhigen von der Architektur geprägten Erscheinungsbildes existiert aber nicht nur für die Stadtkanten sondern auch für die öffentlichen Räume in der Messestadt selbst: „innerhalb“ der Messestadt sind die relativ hohen Baudichten und die urbanen Stadträume im Bereich der Straßen und Plätze charakteristisch, welche wiederum durch die großzügigen, weiträumigen miteinander vernetzten Grün- und Erholungsgebiete ausgeglichen und qualitativ aufgewertet werden. Die Messestadt soll eine eigene Identität und charakteristische Stadtgestalt erhalten und den dort lebenden und arbeitenden Menschen das Gefühl von Heimat vermitteln.

Werbeanlagen sind wegen der mit ihnen verbundenen Zielsetzung, einen möglichst hohen Grad an Aufmerksamkeit zu erzielen, von ihrer Natur her besonders geeignet, „Unruhe“ in das Erscheinungsbild der Stadträume zu bringen. Es ist deshalb notwendig, Regelungen zu treffen, die einen gerechten Ausgleich zwischen dem individuellen Wunsch Einzelner, auf sich aufmerksam zu machen und dem Anspruch der Allgemeinheit auf Rücksichtnahme auf stadtgestalterische und städtebauliche Erfordernisse schaffen. In vergleichbarer Weise gilt dies auch für Antennen und Satellitenempfangsanlagen, die zwar aus Sicht der Betreiber möglichst exponiert anzubringen sind, jedoch dabei dennoch die Belange der Stadtgestaltung und die städtebaulichen Zielsetzungen berücksichtigen müssen.

### 3.2 Entwurfskonzept

Der Zulässigkeit von Werbeanlagen, liegt ein abgestuftes Konzept zugrunde:

- Für die gesamte Messestadt Riem sind allgemeine Regelungen einzuhalten, welche sicherstellen, dass sich Werbung der Architektur unterordnet. Das Straßen- und Ortsbild soll durch die Architektur und nicht durch Werbungen bestimmt werden.
- In Bereichen mit zentraler Bedeutung für die Messestadt, für die beispielsweise Wettbewerbsverfahren durchgeführt wurden, gelten zum Schutz dieser wichtigen Stadträume über die allgemeinen Regelungen hinausgehende Festsetzungen: Damit ist sichergestellt, dass besonders an den Schlüsselpositionen „innerhalb“ der Messestadt wie Stadttor, Messesee, Willy-Brandt-Platz, Edinburghplatz und Willy-Brandt-Allee qualitativ hochwertige öffentliche Räume, in denen die Architektur gestalt- und raumbildend wirkt, verwirklicht werden können.
- An den Stadtkanten und im Übergang zur freien Landschaft gelten ebenfalls über die allgemeinen Regelungen hinausgehende Festsetzungen: In diesen Bereichen wirken nicht nur die Baukörper oder Randeingrünungen selbst nachhaltig auf die Gestaltung der Stadtkanten ein, sondern auch an oder auf diesen Gebäuden angebrachte oder in den Randeingrünungen aufgestellte Werbeanlagen. Darüber hinaus sind die Stadtkanten und der Übergang zur freien Landschaft Orte mit großer Fernwirkung. Insbesondere hier muss sich die Werbung der Architektur unterordnen.

Auch Antennen und Satellitenempfangsanlagen können sich auf die Gestaltung der Stadtkante, der großen Stadträume und der Straßenräume auswirken. Städtebaulich wünschenswert für die Änderung der Bebauungspläne in Bezug auf die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen wäre ein abgestuftes Konzept – ähnlich wie für Werbeanlagen – gewesen. An den städtebaulich besonders schützenswerten Stadtkanten und im Übergang zur freien Landschaft sowie in den wichtigsten Stadträumen (Olof-Palme-Straße, Am Messesee, Willy-Brandt-, Edinburghplatz und Willy-Brandt-Allee) und im Bereich der an die Grünzüge und den Riemer Park angrenzenden Bebauung war vorgesehen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen vollständig auszuschließen, damit dort ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild gewahrt werden kann.

Dabei wurde ursprünglich darüber nachgedacht, Antennen und Satellitenempfangsanlagen nur auf der Hälfte des Daches, welches den aufgeführten Bereichen entgegengesetzt ist, zuzulassen.

Im Gespräch den Mobilfunkbetreibern wurde jedoch klar, dass ein solches Konzept technisch nicht oder zum Teil nur schwer umsetzbar ist. Ein weiterer Grund für die Neuregelung ist, dass die bestehenden Regelungen, die im wesentlichen die Zulässigkeit von Dachaufbauten betreffen, zum Teil nicht eindeutig sind etwa, ob sie auch für Antennen und Satellitenempfangsanlagen gelten. Aus diesen Gründen sollen im nun vorliegenden Bebauungsplan Antennen und Satellitenempfangsanlagen ausdrücklich und einheitlich geregelt werden.

In Abwägung der stadtgestalterischen Ziele, ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren und der Bedürfnisse der Betreiber von Antennen und Satellitenempfangsanlagen wurden schließlich für sämtliche Bebauungspläne einheitliche Regelungen getroffen, die einerseits Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden generell ausschließen und andererseits diese auf den Dächern – zum Schutz der Stadtgestalt, um das Maß ihrer Höhe zurückversetzt – zulassen.

Im Rahmen der Abwägung wurde das Recht der Mobilfunkbetreiber aus Art. 14 GG (Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb) beachtet. Den Betreibern müssen ausreichende Flächen auf den Dächern zur Verfügung stehen, um einen funktionierenden Sendebetrieb sicherzustellen. Dagegen ist es sachgerecht, wenn die Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus Gründen der Stadtgestaltung auf den Dächern nur zurückgesetzt zugelassen werden. Das Gebiet der Messestadt Riem weist in seiner realisierten Bebauung ausrei-

chende Gebäudetiefen bzw. in den Bebauungsplänen ausreichend tiefe Bauräume auf. Daher kann ein funktionierender Sendebetrieb in der Messestadt Riem auch gewährleistet werden, wenn auf einzelnen Dächern eine Antennen oder Satellitenanlage – zurückversetzt um das Maß ihrer Höhe – nicht möglich sein sollte.

#### **4. Auswirkungen Städtebauliche Ordnung**

Dieser Bebauungsplan stellt einen wichtigen Beitrag dar, „innerhalb“ der Messestadt Riem die Stadt- und Straßenräume sowie in Bereichen des Stadtteils mit Wirkung „nach außen“ die Stadtkanten so zu schützen, dass hier die Architektur und nicht Werbeanlagen, Antennen und Satellitenempfangsanlagen raumbildend sein sollen. Dabei wurde besonderer Wert darauf gelegt, durch das abgestufte Konzept über die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Werbung nicht generell zu untersagen, sondern der jeweiligen Situation entsprechend zuzulassen, so dass sowohl den gestalterischen Zielen als auch dem Anliegen der Werbetreibenden auf sich aufmerksam zu machen, Rechnung getragen und diese gegenläufigen Interessen zu einem ausgewogenen Ausgleich gebracht wurden.

Mit den Festsetzungen zur Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen sollen diese Anlagen innerhalb der Messestadt Riem so geordnet werden, dass sowohl in der Messestadt als auch an den Stadtkanten qualitativ hochwertige öffentliche Räume, in denen die Architektur gestalt- und raumbildend wirkt, entstehen können und langfristig gesichert werden.

#### **5. Begründung zu den Satzungsbestimmungen**

##### **5.1 Begründung zu § 2: (Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 a, Neue Messe München, südlich Riemer Straße)**

###### **5.1.1 Werbeanlagen**

###### **a) allgemeine Regelungen:**

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Das Landschaftsbild darf nicht durch Werbeanlagen, welche in die Landschaft hineinwirken und große Fernwirkung besitzen, beeinträchtigt werden. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Im Bebauungsplan 1728 a sind, wie in der Messestadt generell, die Gebäudehöhen festgelegt. In städtebaulich markanten Bereichen ist die Wandhöhe zwingend festgesetzt. Nach § 12 Abs. 1 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr.

1728 a sind Nebenanlagen bereits bisher ins Gebäude zu integrieren. Werbung an der Stätte der Leistung auf dem Dach ist daher bereits jetzt mittelbar als Nebenanlage ausgeschlossen. Ebenso sind nach § 13 Abs. 1 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 a Dachaufbauten nur für technische Einrichtungen (Gebäude- und Aufzugstechnik) zulässig, daher ist auch Fremdwerbung auf dem Dach bereits zur Zeit mittelbar ausgeschlossen. Da in Teilbereichen die im Bebauungsplan angegebenen Gebäudehöhen bzw. das Höchstmaß für die Wandhöhe durch die Bebauung ausgeschöpft wurden, ist auch aus diesem Grund dort Fremdwerbung bereits derzeit über Dach ausgeschlossen. Daher gilt auch hier, dass durch diese Neuregelung nur eine Klarstellung aber keine Einschränkung gegenüber der bisherigen Praxis verbunden ist. Es sind auch noch keine Werbeanlagen über Dach vorhanden, die diesbezüglich abwägend zu berücksichtigen wären.

3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierendem unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, eine Einschränkung ist damit nicht verbunden. Von dieser Regelung ausgenommen ist der Messeturm als Landmarke. Laufende Schriften, Blink- und Wechselwerbung waren gerade Gegenstand des Kunstkonzepts. Er genießt in seiner Singularität Bestandschutz.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen.
 

Für das östliche (im Bereich zwischen Messeeingang Ost und der Straße Am Messsegelände) und westliche Messevorfeld (im Bereich zwischen den Messegebäuden und einschließlich der Straße Am Messesee) soll im Einzelfall die Möglichkeit offengehalten werden, Werbung zuzulassen, unabhängig davon, ob es sich bei diesen Bereichen um Vorgartengrundstücke handelt oder nicht.

Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, da nach § 12 Abs. 1 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr.1728 a Nebenanlagen im Gebäude zu integrieren sind und Fremdwerbung, weil sie eine eigenständige gewerbliche Hauptnutzung darstellt, außerhalb des Bauraums ausgeschlossen ist. Aus diesem Grund ist auch diese Neuregelung wiederum nur eine Klarstellung und stellt keine Verschlechterung gegenüber der bisherigen Situation dar.
5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weithin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch von der besonders geschützten Stadtkante aus.
 

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Die Messe ist umgekehrt aber mit Ausnahme der Bereiche östliches und westliches Messevorfeld und dort auch nur während Großveranstaltungen nicht darauf angewiesen, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Messe insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

Die bis zum 01.05.2005 im westlichen Vorfeld der Messe bereits aufgestellten freistehenden und nicht parallel zur Fassade stehenden Werbetafeln sind zulässig.

**b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft:**

Die Stadtkanten und der Übergang zur freien Landschaft sind besonders sensible Bereiche mit großer Fernwirkung, welche die Messestadt als eigenständigen neuen Stadtteil nach außen darstellen. Dabei müssen an den Stadtkanten, entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße ausschließlich die aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangene Architektur bzw. die landschaftlich geprägten Strukturen und nicht Werbeanlagen raum- und gestaltbildend sein.

Daher ist in diesen Bereichen Fremdwerbung, also Werbung ohne Messebezug nicht zulässig. Das Recht auf Fremdwerbung, als Vermarktung der Fassadenflächen, als Teil der Eigentumsposition der Messe muss gegenüber den gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche insoweit zurücktreten. In der Abwägung dieser stadtgestalterischen Ziele mit dem Bedürfnis der Messe nach Außendarstellung werden Regelungen getroffen, die Werbeanlagen an der Stätte der Leistung innerhalb der Wandhöhe in Form von Messenamen in Einzelbuchstaben und/oder Messelogos zulassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben. Mit diesen Regelungen kann die Messe mit ihrer internationalen Bedeutung und ihrem großen Einzugsgebiet ausreichend auf sich aufmerksam machen, ohne dass die durch die Festsetzung der Einzelbuchstaben erreichte einheitliche Wirkung der Werbung das Ortsbild zu stark dominiert. Diese Regelungen entsprechen der bisherigen Genehmigungspraxis.

Hinzu kommt, dass den spezifischen Bedürfnissen der Messe bei Werbung an der Stätte der Leistung in besonderer Weise durch die unter Regelung für Großveranstaltungen dargestellte Festsetzung, die für die jeweilige Dauer einer Großveranstaltung, also zeitlich begrenzt, weitergehende Werbemöglichkeiten einräumt, Rechnung getragen wird. Dies ist Ergebnis einer Abwägung zwischen dem Eigentumsgrundrecht zuzurechnenden Bedürfnis der Messe nach Selbstdarstellung und den genannten gestalterischen Vorgaben.

**c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt-Platz und die Willy-Brandt-Allee:**

Der zentrale Stadtraum rund um den Messesee, der Willy-Brandt-Platz und die Willy-Brandt-Allee, die durch diesen Bebauungsplan gefasst werden, stellen eines der „Aushängeschilder“ und „Visitenkarten“ der gesamten Messestadt Riem dar.

Ziel der Festsetzungen ist, die Wirkung der Architektur, die zum Großteil aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen ist, zu wahren. Die Festsetzungen zur Werbung sind notwendig, um die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes für die Bereiche zentraler Stadtraum rund um den Messesee, Willy-Brandt-Platz und -Allee zu sichern.

1. Im zentralen Stadtraum rund um den Messesee, am Willy-Brandt-Platz und an der Willy-Brandt-Allee wird Fremdwerbung, die keinen Bezug zur Messe hat, ausgeschlossen, weil in diesem Bereich, der einen der zentralen Stadträume der Messestadt mitbildet und beeinflusst, so wenig Werbung wie möglich angebracht werden soll. Bei diesem generellen Ausschluss von Fremdwerbung wurde wiederum berücksichtigt, dass das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, zwar Teil der Eigentumsposition der ansässigen Messe ist. Gleichwohl sind die gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche höher zu bewerten, so dass die Interessen der Messe insoweit zurücktreten müssen.
2. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, werden ab dem 1. Obergeschoss nur Einzelbuchstaben/Logos zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben ab dem 1. Obergeschoss wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben und die Werbeanlagen treten nicht zu sehr in den Vordergrund.

In der Erdgeschosszone müssen die in den genannten Bereichen ausschließlich zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung lediglich die allgemeinen Regelungen einhalten. Dadurch wirkt diese Werbung nur auf die Fußgänger, unerwünschte Fernwirkung der Werbung ist bei einer Begrenzung derselben auf die Erdgeschosszone eingeschränkt. Da ab dem 1. Obergeschoss Einzelbuchstaben zu verwenden sind, ist sichergestellt, dass hier der Blick auf die Fassade nicht verstellt wird. Die Architektur bleibt damit nach wie vor raumbildend. Gleichzeitig wird dadurch sowohl dem Interesse der Messe, diese besonders werbewirksamen und gerade die auf Augenhöhe der Passanten befindlichen Flächen zu nutzen, als auch dem innerstädtischen Charakter mit den vielfältigen angrenzenden Nutzungen einerseits und den repräsentativen, aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen städtischen Räumen andererseits Rechnung getragen.

Mit dieser Regelung kann die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes sichergestellt werden.

Umgekehrt kann die Messe ausreichend auf sich aufmerksam machen. Es wird nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, Modifizierungen unterworfen, was sich durch die dargestellte besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Messelogo/-name auch der bisherigen Genehmigungspraxis.

#### **d) Regelung für Großveranstaltungen:**

Da die Messe München zu den weltweit größten Veranstaltungszentren gehört und über ein internationales Einzugsgebiet verfügt, wird ihr im Rahmen der Voraussetzungen der allgemeinen Regelungen in § 2 a) Ziffern 1 bis 6, im östlichen und westlichen Messevorfeld ohne Ziffer 5, für die Dauer von Großveranstaltungen die Möglichkeit zu veranstaltungsbezogener Werbung eingeräumt. Im östlichen und westlichen Messevorfeld werden vorwiegend für die zu den Messeeingängen strömenden Fußgänger Werbeanlagen auch nicht parallel zur Fassade zugelassen. Da diese Werbeanlagen nie sehr lange (jeweilige Veranstaltungsdauer höchstens 9 Tage) angebracht werden dürfen und die Zahl der Werbetage für Großveranstaltungen auf 100 Tage pro Jahr begrenzt wird, kann diese Abweichung akzeptiert werden, da es sich bei diesen Werbeanlagen damit nicht um Daueranlagen handelt und ausreichend werbefreie Zeiten verbleiben. Dabei fällt zugunsten der Messe vor allem ins Gewicht, dass auf einem Messegelände ständig wechselnde Veranstaltungen stattfinden, so dass ausschließlich Werbung über Einzelbuchstaben nicht realisierbar ist, da diese ständig geändert und neu montiert werden müssten. Zum anderen ist temporäre Werbung gerade auch Kennzeichen einer Messe, die an markanten Bereichen wie der Stadtkante in besonderer Weise darauf angewiesen ist, auf sich aufmerksam zu machen und Besucher anzulocken. Als Werbung an der Stätte der Leistung wird auch eine Werbung durch Aussteller angesehen, wenn ein Bezug zur jeweils gerade stattfindenden Großveranstaltung gegeben ist.

#### **5.1.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen:**

Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandsschutz. Trotz teilweise bereits vorhandener umfangreicher Anlagen ist diese Regelung sinnvoll, da nur so eine noch weitere Konzentration dieser sehr deutlich ins Auge fallenden Anlagen vermieden werden kann.

#### **5.2 Begründung zu § 3:**

(Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1, Messestadt Riem, Willy-Brandt-Allee und Willy-Brandt-Platz südlich)

### 5.2.1 Werbeanlagen

#### a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Das Landschaftsbild darf nicht durch Werbeanlagen, die in die Landschaft hineinwirken und Fernwirkung besitzen, beeinträchtigt werden. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1 sind maximal zulässige Wandhöhen oder die Zahl der Vollgeschosse als Höchstmaß festgelegt. Insofern das in diesem Bebauungsplan angegebene Höchstmaß für die Wandhöhe oder die Zahl der Geschosse durch die Bebauung ausgeschöpft wird, ist Fremdwerbung bereits derzeit über Dach ausgeschlossen. Werbung an der Stätte der Leistung auf dem Dach ist nach § 21 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 1, wonach Dachaufbauten nur für technische Einrichtungen zulässig sind, bereits jetzt ausgeschlossen. Daher stellt die Neuregelung keine Verschlechterung der bisherigen Situation dar, entsprechend zu berücksichtigende Werbeanlagen sind nicht vorhanden.
3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, eine Einschränkung ist damit nicht verbunden.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen.  
Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis. Im Vorgarten ist Werbung bereits bisher unzulässig, da es sich hier um eine selbständige gewerbliche Hauptnutzung außerhalb des Bauraums bzw. um eine im Vorgarten unzulässige Nebenanlage handelt.
5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch



überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weithin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch vom Riemer Park aus.

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Der Private ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Privaten insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

#### **b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den Riemer Park:**

Der Übergang zur freien Landschaft ist ein besonders sensibler Bereich mit großer Fernwirkung, der die Messestadt als eigenständigen neuen Stadtteil nach außen darstellt. An dieser Stelle müssen die landschaftlich geprägten Strukturen und nicht Werbeanlagen raum- und gestaltbildend sein.

Daher ist in diesem Bereich Fremdwerbung, die keinen Bezug zu den ansässigen Betrieben bzw. Freiberuflern hat, nicht zulässig. Das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, als Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen bzw. Freiberufler muss gegenüber den gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche insoweit zurücktreten. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, wird für diese Bereiche mit Wirkung auf den Riemer Park nur eine Werbeanlage je Nutzungseinheit zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben wird - im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben.

Mit diesen Regelungen können die Firmen bzw. Freiberufler ausreichend auf sich aufmerksam machen, ohne dass die durch die Festsetzung der Einzelbuchstaben erreichte einheitliche Wirkung der Werbung das Ortsbild zu stark dominiert.

In der Messestadt entspricht diese Regelung der bisherigen Genehmigungspraxis. In allgemeinen Wohngebieten und auf Gemeinbedarfsflächen ist Fremdwerbung bereits derzeit kaum zulässig. Werbung an der Stätte der Leistung bleibt zulässig, sie wird nur bestimmten Modifikationen, nämlich der Ausgestaltung in Einzelbuchstaben/Firmenlogo unterworfen, was der normalerweise üblichen Werbeform der hier betroffenen Läden entspricht. Im Plangebiet sind auch derzeit keine anders ausgestalteten Anlagen vorhanden, die Vorbildcharakter hätten und daher in der Abwägung besonders zu berücksichtigen wären. Daher wird die Situation der neu hinzukommenden Läden bzw. der Läden, die ggf. noch Werbung anbringen wollen, gegenüber der jetzigen Situation nicht verschlechtert.

#### **c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Willy-Brandt-Allee:**

Der zentrale Stadtraum entlang der Willy-Brandt-Allee und des Edinburghplatzes stellt eines der „Aushängeschilder“ und „Visitenkarten“ der gesamten Messestadt dar. Die Willy-Brandt-Allee und der Edinburghplatz sind nach den planerischen Zielsetzungen nicht als reine Ausfallstraße zu betrachten, sondern als geschlossener Stadtinnenraum, auf den sich alle Quartiersstraßen der angrenzenden Wohngebiete gleichermaßen beziehen: Hier entsteht eine Art übergeordneter „Stadtanger“ für das gesamte Wohngebiet.

Ziel der Festsetzungen ist, die Wirkung der Architektur, die zum Großteil aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen ist, zu wahren. Die Festsetzungen zur Werbung sind notwendig, um die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes für diesen zentralen Stadtraum entlang der Willy-Brandt-Allee und des Edinburghplatzes zu sichern. Entlang des Edinburghplatzes kann in der Gebietskategorie Allgemeines Wohngebiet bereits derzeit Fremdwerbung nur im Ausnahmefall zugelassen werden. Im Mischgebiet und im Sondergebiet Parken an der Willy-Brandt-Allee sind nicht störende gewerbliche Nutzungen und damit auch Fremdwerbungen grundsätzlich zulässig, allerdings mit den sich durch die Nähe zum Wohnen bzw. durch die im Mischgebiet prägende Wohnnutzung ergebenden Einschränkungen.

1. Entlang der Willy-Brandt-Allee und des Edinburghplatzes wird Fremdwerbung ausgeschlossen, weil in diesem Bereich, der einen der zentralen Stadträume der Messestadt mitbildet und beeinflusst, so wenig Werbung wie möglich angebracht werden soll. Das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, als Teil der Eigen-

tumsposition der ansässigen Firmen muss gegenüber den gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche insoweit zurücktreten, zumal sich durch die Nähe zum Wohnen bzw. durch die im Mischgebiet prägende Wohnnutzung bei der Zulässigkeit von Fremdwerbung schon derzeit Einschränkungen ergeben. Insoweit fällt aber auch zugunsten der gestalterischen Beschränkungen ins Gewicht, dass der Ausschluss auf sehr wenige Bereiche beschränkt wurde, im Übrigen Fremdwerbung aber zulässig bleibt.

2. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, werden ab dem 1. Obergeschoss nur Einzelbuchstaben/Logos zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben.

In der Erdgeschosszone müssen die in der Willy-Brandt-Allee und am Edinburghplatz ausschließlich zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung lediglich die allgemeinen Regelungen einhalten. Dadurch wirkt diese Werbung nur auf die Fußgänger, unerwünschte Fernwirkung der Werbung ist bei einer Begrenzung derselben auf die Erdgeschosszone eingeschränkt. Da ab dem 1. Obergeschoss Einzelbuchstaben zu verwenden sind, ist sichergestellt, dass hier der Blick auf die Fassade nicht verstellt wird. Die Architektur bleibt damit nach wie vor raumbildend. Gleichzeitig wird dadurch sowohl dem Interesse der Firmeninhaber, diese besonders werbewirksamen und gerade die auf Augenhöhe der Passanten befindlichen Flächen zu nutzen, als auch dem innerstädtischen Charakter mit den vielfältigen angrenzenden Nutzungen einerseits und den repräsentativen, aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangenen städtischen Räumen andererseits Rechnung getragen.

Mit dieser Regelung erhalten die Willy-Brandt-Allee und der Edinburghplatz ihre zuge dachte Wirkung, ohne dass die Blicke der Besucher sofort auf großflächige Werbeanlagen gelenkt werden.

Umgekehrt können die Firmen ausreichend auf sich aufmerksam machen. Es wird nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, Modifizierungen unterworfen, was sich durch die besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Firmenlogo/-name auch der bisherigen Genehmigungspraxis und dem in allen Städten zu beobachtenden Werbeverhalten.

## **5.2.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandsschutz.

## **5.3 Begründung zu § 4:**

**Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 (Messestadt Riem, Zentrum, Willy-Brandt-Allee und Willy-Brandt-Platz südlich)**

### **5.3.1 Werbeanlagen**

#### **a) allgemeine Regelungen:**

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen- und Ortsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und

raumbildend wirkt. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen- und Ortsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.

2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 sind in den Randbereichen zur Willy-Brandt-Allee und zum Willy-Brandt-Platz Wandhöhen zwingend festgesetzt, in den übrigen Bereichen sind maximal zulässige Wandhöhen festgelegt. Insofern eine zwingende Wandhöhe vorgegeben ist oder das in diesem Bebauungsplan angegebene Höchstmaß für die Wandhöhe durch die Bebauung ausgeschöpft wird, ist Fremdwerbung bereits derzeit über Dach ausgeschlossen. Werbung an der Stätte der Leistung ist als oberirdische Nebenanlage nach § 7 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 ausgeschlossen; Werbung an der Stätte der Leistung auf dem Dach ist nach § 12 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2, wonach Dachaufbauten nur für technische Einrichtungen unter bestimmten Voraussetzungen zulässig sind, ausgeschlossen. Daher gilt auch hier, dass durch diese Neuregelung nur eine Klarstellung, aber keine Einschränkung gegenüber der bisherigen Praxis verbunden ist. Es sind auch noch keine Werbeanlagen über Dach vorhanden, die diesbezüglich abwägend zu berücksichtigen wären.
3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, eine zusätzliche Einschränkung ist damit nicht verbunden.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen.  
Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis. Werbung an der Stätte der Leistung, die Nebenanlagen zuzuordnen ist, ist bereits derzeit nach § 7 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b, Teil 2 ausgeschlossen. Fremdwerbung ist bereits jetzt als eigenständige gewerbliche Hauptnutzung außerhalb des Bauraums nicht zulässig. Aus diesem Grund ist auch diese Neuregelung wiederum nur eine Klarstellung und stellt keine Verschlechterung gegenüber der bisherigen Situation dar.
5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten.

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Der Private ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Privaten insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

**b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt- und Edinburghplatz, die Willy-Brandt-Allee und den Platz der Menschenrechte:**

Der zentrale Stadtraum rund um den Willy-Brandt-, den Edinburghplatz, die Willy-Brandt-Allee und der Platz der Menschenrechte stellen eines der „Aushängeschilder“ und „Visitenkarten“ der gesamten Messestadt Riem dar. Ziel der Festsetzungen ist, die Wirkung der Architektur, die zum Großteil aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen ist, zu wahren. Die Festsetzungen zur Werbung sind notwendig, um die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes für die Bereiche zentraler Stadtraum rund um den Messesee, Edinburghplatz, Willy-Brandt-Platz und -Allee sowie des Platzes der Menschenrechte zu sichern.

1. In den genannten Bereichen wird Fremdwerbung, die keinen Bezug zu den ansässigen Läden hat, ausgeschlossen, weil in diesen zentralen Stadträumen der Messestadt so wenig Werbung wie möglich angebracht werden soll. Bei diesen generelle Ausschluss von Fremdwerbung wurde berücksichtigt, dass das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, zwar Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen ist. Gleichwohl sind die gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche höher zu bewerten, so dass die Interessen der Privaten insoweit zurücktreten müssen, zumal sich beim Platz der Menschenrechte durch die Nähe zum Wohnen schon derzeit Einschränkungen ergeben.

Die Werbung an der Stätte der Leistung der ansässigen Firmen ist dagegen gesichert, sie wird nur bestimmten Modifikationen unterworfen, um eine einheitliche Wirkung der Hinweisschilder zu erreichen und damit sicherzustellen, dass auch die Werbung an der Stätte der Leistung das Ortsbild nicht zu stark dominiert. Dabei wird das Einkaufszentrum als Einheit betrachtet, so dass jede darin ansässige Firma auch an jeder Seite der Fassade werben kann.

2. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, werden ab dem 1. Obergeschoss nur Einzelbuchstaben/Logos zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben ab dem 1. Obergeschoss wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben.

In der Erdgeschosszone müssen die in diesen Bereichen ausschließlich zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung lediglich die allgemeinen Regelungen einhalten. Dadurch wirkt diese Werbung nur auf die Fußgänger, unerwünschte Fernwirkung der Werbung ist bei einer Begrenzung derselben auf die Erdgeschosszone eingeschränkt. Da ab dem 1. Obergeschoss Einzelbuchstaben zu verwenden sind, ist sichergestellt, dass hier der Blick auf die Fassade nicht verstellt wird. Die Architektur bleibt damit nach wie vor raumbildend. Dieses Prinzip entspricht auch der gängigen Praxis in Einkaufspassagen. Eine Benachteiligung der im 1. Stock befindlichen Firmen ist dadurch nicht gegeben, weil sie zum einen, wie auch sonst üblich durch Einzelbuchstaben auf sich aufmerksam machen können. Hinzu kommt, dass der Zugang und die Verteilung zu allen Läden im 1. Obergeschoss ohnehin über das Erdgeschoss über die Passagen des Einkaufszentrums Riem Arcaden erfolgt. Daher ist auch eine Werbung im Bereich des Erdgeschosses für Firmen, die sich im 1. Obergeschoss befinden, attraktiv.

Durch diese Regelung tritt die Weite des Willy-Brandt-Platzes in Erscheinung. Er erhält seine zugeordnete Wirkung, ohne dass die Blicke der Besucher sofort auf großflächige Werbeanlagen gelenkt werden. Auch die Blickachsen vom Messesee aus werden nicht zu sehr gestört, denn gerade großflächige Plakate würden hier, u.a. verstärkt durch den

Geländesprung und die dadurch erhöhte Lage des Bebauungsplangebiets dominieren und die Entfernungen und Großzügigkeit der Gesamtkonzeption dieses Stadtbereiches verwischen.

Dies gilt noch mehr für den Platz der Menschenrechte, der unmittelbar den Wohngebieten zugewandt ist und von seiner Konzeption her der überwiegende Aufenthalts- und Aneignungsbereich der Messestadtbewohner sein soll.

Hier ist es besonders wichtig, dass er nicht zu sehr vom Einkaufszentrum im Norden dominiert wird. In diesem Bereich befinden sich im Erdgeschoss überwiegend Cafés in den darüber liegenden Geschossen ist nur Werbung an der Stätte der Leistung in Form von Firmennamen in Einzelbuchstaben und/ oder Firmenlogos zulässig, so dass die entstehende Atmosphäre nicht durch zu aufdringliche Werbung gestört werden soll.

Der laufende Kinobetrieb ist von der Regelung der Einzelbuchstaben ab dem 1. Obergeschoss am Willy-Brandt-Platz ausgenommen. Ihm wird im Rahmen der Voraussetzungen der allgemeinen Regelungen in § 4 a) Ziffer 1 bis 6 die Möglichkeit eingeräumt, nur auf dort laufende Filme hinzuweisen.

### **5.3.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Nach § 12 Abs. 3 – Dachaufbauten, Antennen, Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 b Teil 2 sind auf der Randbebauung entlang der Willy-Brandt-Allee, des Willy-Brandt-Platzes und den Gassen zum Platz der Menschenrechte Antennen und Satellitenempfangsanlagen nicht zulässig. Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus technischen Gründen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen jetzt auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandschutz.

## **5.4 Begründung zu § 5:**

**Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 c (Messestadt Riem, Arbeiten am See, Olof-Palme-Straße westlich, Willy-Brandt-Platz nördlich)**

### **5.4.1 Werbeanlagen**

#### **a) allgemeine Regelungen:**

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen- und Ortsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes

Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 c ist am Stadtteileingang und in einem Bereich Am Hüllgraben die Wandhöhe zwingend festgesetzt, in den übrigen Bereichen Am Hüllgraben und an der Olof-Palme-Straße sind Bandbreiten für die Wandhöhe vorgeben sowie maximal zulässige Wandhöhen in den verbleibenden Zonen. Insofern eine zwingende Wandhöhe vorgegeben ist oder das in diesem Bebauungsplan angegebene Höchstmaß für die Wandhöhe durch die Bebauung ausgeschöpft wird, ist Fremdwerbung über Dach dort bereits derzeit ausgeschlossen.

Werbung an der Stätte der Leistung ist derzeit auf dem Dach nach § 10 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 c, wonach Dachaufbauten nur für technische Einrichtungen unter bestimmten Voraussetzungen zulässig sind, ebenfalls ausgeschlossen, in den Kerngebieten MK 1 und MK 2 ergibt sich dies zusätzlich aus § 11 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 c, da Nebenanlagen in die Gebäude zu integrieren sind. Daher gilt auch hier, dass durch diese Neuregelung nur eine Klarstellung aber keine Einschränkung gegenüber der bisherigen Praxis verbunden ist. Es sind auch noch keine Werbeanlagen über Dach vorhanden, die diesbezüglich abwägend zu berücksichtigen wären.

3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nahstätt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen.

Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis. Werbung an der Stätte der Leistung, die als Nebenanlage einzuordnen ist, ist bereits derzeit nach § 11 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 c in den Kerngebieten MK 1 und MK 2 außerhalb der Gebäude ausgeschlossen. Fremdwerbung ist, da sie eine eigenständige gewerbliche Hauptnutzung darstellt, bereits jetzt außerhalb des Bauraums nicht zulässig.

Im Vorgartenbereich sind damit auch Stelen (hochformatige, flache Hinweisschilder) nicht zulässig, da sie das einheitliche, ruhige Erscheinungsbild der Vorgärten stören. Die bisher aufgestellten und genehmigten Stelen genießen Bestandsschutz. Eine Zulassung einer unbegrenzten Zahl von Stelen wäre dagegen wegen der Häufung der Stelen unverträglich für das Erscheinungsbild der Vorgärten. Soweit im Einzelfall eine einzelne Stele auf einem Grundstück zwingend erforderlich ist, etwa weil andernfalls der Haupteingang nicht oder nur unter Schwierigkeiten auffindbar wäre, muss diese im Wege der Befreiung von den Vorschriften des Bebauungsplanes beantragt werden. Aus Gründen der Stadtgestaltung sollte bei der Ausgestaltung – wie schon bei den bestandsgeschützten Stelen geschehen – die in den „Leitlinien zur Gestaltung“ vorgegebene Größe und Lage der Stelen eingehalten werden.

5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weit-

hin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch von der besonders geschützten Stadtkante aus.

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Der Private ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen ist, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Privaten insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

**b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten (Paul-Henri-Spaak-Straße und Am Hüllgraben) und den Übergang zur freien Landschaft:**

Die Stadtkanten und der Übergang zur freien Landschaft sind besonders sensible Bereiche mit großer Fernwirkung, welche die Messestadt als eigenständigen neuen Stadtteil nach außen darstellen. Dabei müssen an den Stadtkanten, die aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangene Architektur bzw. die landschaftlich geprägten Strukturen und nicht Werbeanlagen raum- und gestaltbildend sein.

Daher ist in diesen Bereichen Fremdwerbung, die keinen Bezug zu den ansässigen Betrieben hat, nicht zulässig. Bei diesem generellen Ausschluss von Fremdwerbung wurde berücksichtigt, dass das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, zwar Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen ist. Gleichwohl sind die gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche höher zu bewerten, so dass die Interessen der Privaten insoweit zurücktreten müssen. Insoweit fällt aber auch zugunsten der gestalterischen Beschränkungen ins Gewicht, dass der Ausschluss auf sehr wenige Bereiche beschränkt wurde, im Übrigen Fremdwerbung aber zulässig bleibt.

Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, wird für diese Bereiche mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft nur eine Werbeanlage je Nutzungseinheit zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben. Das Erscheinungsbild von Einzelbuchstaben ist nicht so dominierend wie von Werbetafeln und stört daher die landschaftlich geprägten Strukturen der Stadtkante weniger.

Mit diesen Regelungen können die dort ansässigen Firmen ausreichend auf sich aufmerksam machen, ohne dass aber die durch die Festsetzung der Einzelbuchstaben erreichte einheitliche Wirkung der Hinweisschilder das Ortsbild zu stark dominiert.

Es wird also nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, Modifizierungen unterworfen, was sich durch die besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Firmenlogo/-name auch dem üblichen, überall zu beobachtenden Werbeverhalten und der bisherigen Genehmigungspraxis.

**c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf das Stadttor, den zentralen Stadtraum rund um den Messesee, den Willy-Brandt-, den Edinburghplatz und die Willy-Brandt-Allee:**

Das Stadttor, der zentrale Stadtraum rund um den Messesee, der Willy-Brandt-, der Edinburghplatz und die Willy-Brandt-Allee, die durch diesen Bebauungsplan im westlichen Bereich gefasst wird, stellen eines der „Aushängeschilder“ und „Visitenkarten“ der gesamten Messestadt Riem dar. Dies vor allem auch wegen der unterschiedlichen Sichtbeziehungen: die Gebäude entlang der Olof-Palme-Straße und der Willy-Brandt-Allee sind vom Willy-Brandt-Platz aus einsehbar, umgekehrt ist die Bauflucht Olof-Palme-Straße von der Stadtkante und Stadtteilseinfahrt, sowie vom Haupteingang der Messe aus einsehbar, der gesamte Bereich präsentiert sich damit als Einheit und bestimmt den ersten Eindruck der Messestadt.

Ziel der Festsetzungen ist, die Wirkung der Architektur, die zum Großteil aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen ist, zu wahren. Die Festsetzungen zur Werbung sind notwendig, um die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes für die Bereiche zentraler Stadtraum rund um den Messesee, Willy-Brandt-, Edinburghplatz und Willy-Brandt-Allee zu sichern.

1. Entlang der Olof-Palme-Straße und der Willy-Brandt-Allee wird Fremdwerbung, die keinen Bezug zu den ansässigen Läden hat, ausgeschlossen, weil in diesem Bereich, der

einen der zentralen Stadträume der Messestadt mitbildet und beeinflusst, so wenig Werbung wie möglich angebracht werden soll. Bei diesem generellen Ausschluss von Fremdwerbung wurde wiederum berücksichtigt, dass das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, zwar Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen ist. Gleichwohl sind die gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche höher zu bewerten, so dass die Interessen der Privaten insoweit zurücktreten müssen. Insoweit fällt aber auch zugunsten der gestalterischen Beschränkungen ins Gewicht, dass der Ausschluss auf sehr wenige Bereiche beschränkt wurde, im Übrigen Fremdwerbung aber zulässig bleibt.

2. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, werden ab dem 1. Obergeschoss nur Einzelbuchstaben/Logos zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben ab dem 1. Obergeschoss wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben und die Werbeanlagen treten nicht zu sehr in den Vordergrund.

In der Erdgeschosszone müssen die in den genannten Bereichen ausschließlich zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung lediglich die allgemeinen Regelungen einhalten. Dadurch wirkt diese Werbung nur auf die Fußgänger, unerwünschte Fernwirkung der Werbung ist bei einer Begrenzung derselben auf die Erdgeschosszone eingeschränkt. Da ab dem 1. Obergeschoss Einzelbuchstaben zu verwenden sind, ist sichergestellt, dass hier der Blick auf die Fassade nicht verstellt wird. Die Architektur bleibt damit nach wie vor raumbildend. Gleichzeitig wird dadurch sowohl dem Interesse der Firmeninhaber, diese besonders werbewirksamen und gerade die auf Augenhöhe der Passanten befindlichen Flächen zu nutzen, als auch dem innerstädtischen Charakter mit den vielfältigen angrenzenden Nutzungen einerseits und den repräsentativen, aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen städtischen Räumen andererseits Rechnung getragen.

Mit dieser Regelung kann die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes sichergestellt werden.

Umgekehrt können die Firmen ausreichend auf sich aufmerksam machen. Es wird nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, Modifizierungen unterworfen, was sich durch die dargestellte besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Firmenlogo/-name auch dem üblichen, überall zu beobachtenden Werbeverhalten und der bisherigen Genehmigungspraxis.

#### **5.4.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Nach § 10 Abs. 4 – Dachaufbauten, Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 c sind Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Gebäuden entlang der öffentlichen Verkehrsflächen sowie auf den Dächern der Straße Am Hüllgraben, Olof-Palme-Straße und Willy-Brandt-Allee und beiderseits des Konrad-Zuse-Platzes nicht zulässig. Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus technischen Gründen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen jetzt auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandschutz.

#### **5.5 Begründung zu § 6:**

**Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 (Messestadt Riem, Gewerbegebiet Nordwest, Riemer Straße neu südlich, Willy-Brandt-Platz nördlich und Am Mitterfeld östlich)**



### 5.5.1 Werbeanlagen

#### a) allgemeine Regelungen:

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen- und Ortsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Diese Regelung entspricht der bisherigen Festsetzung in § 15 Abs. 1 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1.
3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Regelung entspricht der bisherigen Festsetzung in § 15 Abs. 3 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen.

Diese Regelungen entsprechen den bisherigen Festsetzungen § 15 Abs. 2 und 5 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 ergänzt um den Ausschluss freistehender Werbeanlagen auf öffentlichem Grund.

Im Vorgartenbereich sind damit auch Stelen (hochformatige, flache Hinweisschilder) nicht zulässig, da sie das einheitliche, ruhige Erscheinungsbild der Vorgärten stören. Die bisher aufgestellten und genehmigten Stelen genießen Bestandsschutz. Eine Zulassung einer unbegrenzten Zahl von Stelen wäre dagegen wegen der Häufung der Stelen unverträglich für das Erscheinungsbild der Vorgärten. Soweit im Einzelfall eine einzelne Stele auf einem Grundstück zwingend erforderlich ist, etwa weil andernfalls der Haupteingang nicht oder nur unter Schwierigkeiten auffindbar wäre, muss diese im Wege der Befreiung von den Vorschriften des Bebauungsplanes beantragt werden. Aus Gründen der Stadtgestaltung sollte bei der Ausgestaltung – wie schon bei den bestandsgeschützten Stelen geschehen – die in den „Leitlinien zur Gestaltung“ vorgegebene Größe und Lage der Stelen eingehalten werden.

5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu

ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weit hin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch von der besonders geschützten Stadtkante aus.

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Der Private ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen ist, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Privaten insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

**b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten Am Hüllgraben und Paul-Henri-Spaak-Straße und den Übergang zur freien Landschaft:**

Die Neuregelung entspricht der bisherigen Regelung in § 15 Abs. 4 der Satzung des Bebauungsplans Nr. 1728 d, Teil 1 und ist, da die Höhenbegrenzung der Einzelbuchstaben entfällt, sogar großzügiger. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, wird für diese Bereiche mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft – abweichend von den bisherigen Regelungen – nur eine Werbeanlage je Nutzungseinheit zugelassen. Somit kann jede Firma auf sich aufmerksam machen, gleichzeitig aber wird die Werbung an der Stätte der Leistung auf das unbedingt erforderliche Mindestmaß beschränkt und so den besonderen gestalterischen Anforderungen dieser Bereiche Rechnung getragen.

**c) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf den Willy-Brandt-, den Edinburghplatz und die Willy-Brandt-Allee:**

Der zentrale Stadtraum rund um den Willy-Brandt-, den Edinburghplatz und die Willy-Brandt-Allee stellt eines der „Aushängeschilder“ und „Visitenkarten“ der gesamten Messestadt Riem dar. Der vom vorliegenden Bebauungsplan umfasste Bereich grenzt direkt an den Edinburghplatz an und reicht auch an den Willy-Brandt-Platz und die Willy-Brandt-Allee so nah heran, dass Sichtbeziehungen zwischen den Gebäuden im Südosten des Bebauungsplans und dem Willy-Brandt-Platz und der -Allee bestehen. Diese Gebäude im Norden des Edinburghplatzes wirken optisch noch auf den Willy-Brandt-Platz und die -Allee ein.

Ziel der Festsetzungen ist, die Wirkung der Architektur, die zum Großteil aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangen ist, zu wahren. Die Festsetzungen zur Werbung sind notwendig, um die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes für die Bereiche Willy-Brandt-, Edinburghplatz und Willy-Brandt-Allee zu sichern.

1. Entlang des Edinburghplatzes wird Fremdwerbung ausgeschlossen, weil in diesem Bereich, der den zentralen Stadtraum der Messestadt mitbildet und beeinflusst, so wenig Werbung wie möglich angebracht werden soll. Bei diesem generellen Ausschluss von Fremdwerbung wurde berücksichtigt, dass das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, zwar Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen ist. Gleichwohl sind die gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche höher zu bewerten, so dass die Interessen der Privaten insoweit zurücktreten müssen. Insoweit fällt aber auch zugunsten der gestalterischen Beschränkungen ins Gewicht, dass der Ausschluss auf sehr wenige Bereiche beschränkt wurde, im Übrigen Fremdwerbung aber zulässig bleibt.
2. Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, werden ab dem 1. Obergeschoss nur Einzelbuchstaben/Logos zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben ab dem 1. Obergeschoss wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben und die Werbeanlagen treten nicht zu sehr in den Vordergrund.  
In der Erdgeschosszone müssen die am Edinburghplatz ausschließlich zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung lediglich die allgemeinen Regelungen einhalten.

Dadurch wirkt diese Werbung nur auf die Fußgänger, unerwünschte Fernwirkung der Werbung ist bei einer Begrenzung derselben auf die Erdgeschosszone eingeschränkt. Da ab dem 1. Obergeschoss Einzelbuchstaben zu verwenden sind, ist sichergestellt, dass hier der Blick auf die Fassade nicht verstellt wird. Die Architektur bleibt damit nach wie vor raumbildend. Gleichzeitig wird dadurch dem Interesse der Firmeninhaber, diese besonders werbewirksamen und gerade die auf Augenhöhe der Passanten befindlichen Flächen zu nutzen, sowie dem innerstädtischen Charakter mit den vielfältigen angrenzenden Nutzungen einerseits und den repräsentativen, aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangenen städtischen Räumen andererseits Rechnung getragen.

Mit dieser Regelung kann die Entwicklung eines einheitlichen Gesamtbildes sichergestellt werden. Umgekehrt können die Firmen ausreichend auf sich aufmerksam machen. Es wird nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung an der Stätte der Leistung Modifizierungen unterworfen, was sich durch die dargestellte besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Firmenlogo/-name auch dem üblichen, überall zu beobachtenden Werbeverhalten und der bisherigen Genehmigungspraxis.

### **5.5.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Nach § 11 Abs. 4 -Dachaufbauten - des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 d, Teil 1 sind Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude entlang der öffentlichen Verkehrsflächen sowie auf den Dächern entlang der Straße Am Hüllgraben und entlang der Willy-Brandt-Allee nicht zulässig. Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus technischen Gründen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen jetzt auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandschutz.

## **5.6 Begründung zu § 7:**

### **Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 (Messestadt Riem, Gewerbegebiet Nordost, De-Gasperi-Bogen westlich und nördlich)**

#### **5.6.1 Werbeanlagen**

##### **a) allgemeine Regelungen:**

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen- und Ortsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Brüstungshöhen berücksichtigen, dürfen nicht in die Fensterflächen hineinragen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.
2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf

dem Dach unzulässig. Diese Regelung entspricht der bisherigen Festsetzung in § 13 Abs. 1 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1.

3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Regelung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Nach § 13 Abs. 3 des Bebauungsplans mit Grünordnung dürfen Werbeanlagen allgemein, also nicht nur freistehende eine Höhe von 3,50 m nicht überschreiten. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen. Diese Regelung entspricht der bisherigen Festsetzung § 13 Abs. 3 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1, ergänzt um den Ausschluss auf öffentlichem Grund.

Im Vorgartenbereich sind damit auch Stelen (hochformatige, flache Hinweisschilder) nicht zulässig, da sie das einheitliche, ruhige Erscheinungsbild der Vorgärten stören. Die bisher aufgestellten und genehmigten Stelen genießen Bestandsschutz. Eine Zulassung einer unbegrenzten Zahl von Stelen wäre dagegen wegen der Häufung der Stelen unverträglich für das Erscheinungsbild der Vorgärten. Soweit im Einzelfall eine einzelne Stele auf einem Grundstück zwingend erforderlich ist, etwa weil andernfalls der Haupteingang nicht oder nur unter Schwierigkeiten auffindbar wäre, muss diese im Wege der Befreiung von den Vorschriften des Bebauungsplanes beantragt werden. Aus Gründen der Stadtgestaltung sollte bei der Ausgestaltung – wie schon bei den bestandsgeschützten Stelen geschehen – die in den „Leitlinien zur Gestaltung“ vorgegebene Größe und Lage der Stelen eingehalten werden.

5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weithin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch von der besonders geschützten Stadtkante aus.

Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Der Private ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen ist, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Privaten insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

#### **b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft:**

Die Stadtkanten und der Übergang zur freien Landschaft sind besonders sensible Bereiche mit großer Fernwirkung, welche die Messestadt als eigenständigen neuen Stadtteil nach außen darstellen. Die Stadtkante entlang der Straße De-Gasperi-Bogen wird von landschaftlich geprägten Strukturen gebildet. Ziel dieser Festsetzung ist, dass die landschaftlich geprägten Strukturen und nicht Werbeanlagen raum- und gestaltbildend sind.

Daher ist in diesen Bereichen Fremdwerbung, die keinen Bezug zu den ansässigen Betrieben hat, nicht zulässig. Das Recht auf Fremdwerbung, also Vermarktung der Fassadenflächen, als

Teil der Eigentumsposition der ansässigen Firmen muss gegenüber den gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche insofern zurücktreten. Insofern fällt aber auch zugunsten der gestalterischen Beschränkungen ins Gewicht, dass der Ausschluss auf sehr wenige Bereiche beschränkt wurde, im Übrigen Fremdwerbung aber zulässig bleibt.

Damit die zulässige Werbung an der Stätte der Leistung nicht zu sehr in den Vordergrund tritt, sondern noch Raum für die Wirkung der Architektur bleibt, wird für diese Bereiche mit Wirkung auf die Stadtkanten und den Übergang zur freien Landschaft nur eine Werbeanlage je Nutzungseinheit zugelassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuchstaben wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben.

Das Erscheinungsbild von Einzelbuchstaben ist nicht so dominierend wie von Werbetafeln und stört daher die landschaftlich geprägten Strukturen der Stadtkante weniger.

Mit diesen Regelungen können die dort ansässigen Firmen ausreichend auf sich aufmerksam machen, ohne dass aber die durch die Festsetzung der Einzelbuchstaben erreichte einheitliche Wirkung der Hinweisschilder das Ortsbild und die Stadtkante zu stark dominieren.

Es wird also nur die Ausgestaltung, das „Wie“ der Werbung, Modifizierungen unterworfen, was sich durch die besondere gestalterische Situation rechtfertigt. Im Übrigen entspricht die Werbung mit Firmenlogo/-name auch dem üblichen, überall zu beobachtenden Werbeverhalten und der bisherigen Genehmigungspraxis.

### **5.6.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Nach § 7 - Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 sind Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden und auf den Dächern entlang der Straßen nicht zulässig. Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus technischen Gründen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen jetzt auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandschutz.

Hinsichtlich der Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen ist insbesondere auf die maximal zulässige Höhe nach § 5 Abs. 2 des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1728 f, Teil 1 zu achten.

### **5.7 Begründung zu § 8:**

#### **Änderungen der Bestimmungen über Werbeanlagen sowie Antennen und Satellitenempfangsanlagen im Bebauungsplan mit Grünordnung Nr. 1850 (Messestadt Riem, Neue Messe München, Parkhaus West, Paul-Henri-Spaak-Straße südlich)**

##### **5.7.1 Werbeanlagen**

###### **a) allgemeine Regelungen:**

1. Werbeanlagen müssen sich in Umfang, Größe, Form und Farbgebung sowie der Materialwahl in die Architektur der Gebäude und in das Straßen- und Orts- und Landschaftsbild einfügen und der Architektur unterordnen, so dass die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Das Landschaftsbild darf nicht durch Werbeanlagen, welche in die Landschaft hineinwirken und große Fernwirkung besitzen, beeinträchtigt werden. Die Größe der Werbeanlagen (Fläche, Motiv) und die Farbgebung sowie die Materialwahl müssen in einem angemessenen Verhältnis zur städtebaulichen Situation stehen. Die Form der Werbeanlagen darf das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören und hat sich der Architektur, an der sie angebracht sind, unterzuordnen. Werbeanlagen müssen dabei die Architekturgliederung wie beispielsweise Geschossdecken, Geländer- und Brüstungshöhen berücksichtigen, damit die architektonische Gestaltung und Wirkung der Gebäude erhalten bleiben. Eine störende Häufung von Werbung ordnet sich der Architektur nicht unter und fügt sich auch nicht in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild ein. Diese

Festsetzung entspricht der bisherigen Genehmigungspraxis, daher sind mit ihr keine Einschränkungen gegenüber der jetzigen Situation verbunden.

2. Die Errichtung von Werbeanlagen über der Wandhöhe der Gebäude bzw. den Oberkanten der Attika ist generell nicht zulässig, um ein ruhiges von der Architektur bestimmtes Erscheinungsbild zu wahren. Damit sind auch Werbeanlagen in Form von Aufbauten auf dem Dach unzulässig. Diese Regelung entspricht der bisherigen Festsetzung in § 9 Abs. 4 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850.
3. Wegen der zu großen Dominanz im Straßenraum und dem daraus resultierenden unruhigen Erscheinungsbild sind Werbeanlagen in Form von laufenden Schriften, Blink- und Wechselbeleuchtung, Wechselwerbung sowie sich bewegende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie die Aufmerksamkeit zu sehr auf sich ziehen und der Architektur, dem eigentlichen raumbildenden Element somit „die Schau stehlen“. Diese Festsetzung entspricht im Bereich entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße sowie der Olof-Palme-Straße der bisherigen Festsetzung in § 9 Abs. 5 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850.
4. Die maximale Höhe von 3,50 m für freistehende Werbeanlagen entspricht in ungefähr der Erdgeschosszone, in der Werbung an der Stätte der Leistung an den dafür bestimmten Stellen in der Messestadt Riem möglich ist. Durch diese Regelung wird sichergestellt, dass freistehende Werbeanlagen den Blick auf die Architektur freigeben und im Nah- statt im Fernbereich wirken. Im öffentlichen Grund sowie im Vorgarten sind freistehende Werbeanlagen ausgeschlossen, da sie den Blick auf die Architektur verstellen bzw. zumindest optisch den öffentlichen Straßenraum einengen. Nach der bisherigen Regelung § 9 Abs. 5 des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 sind bereits entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße und der Olof-Palme-Straße freistehende Werbeanlagen und Werbung im Vorgartenbereich ausgeschlossen. Diese Regelung wurde daher nur für den Gesamtbereich um die Höhenbegrenzung und die Unzulässigkeit auf öffentlichen Grund erweitert.
5. Werbeanlagen werden nur parallel zur Fassadenfläche zugelassen, damit hier die Architektur und nicht die Werbeanlagen gestalt- und raumbildend wirkt. Nicht parallel zur Fassadenfläche stehende Werbeanlagen würden sich von der Architektur durch einen zu ihr gebildeten Winkel absetzen und – indem sie die Fassade aus fast allen Perspektiven optisch überlagern – noch mehr in den Vordergrund treten. Dadurch wären sie auch weithin sichtbar, bei seitlicher Anbringung am Gebäude z. B. auch von der besonders geschützten Stadtkante aus.  
Es handelt sich nur um eine bestimmte der vielfältigen Möglichkeiten zur Anbringung von Werbeanlagen. Mit ihr sind massive gestalterische Auswirkungen auf die Architektur verbunden. Die Messe ist umgekehrt aber nicht darauf angewiesen ist, die Werbeanlage gerade in einem Winkel zum Gebäude anzubringen. Daher ist es sachgerecht, die Werbemöglichkeiten der Messe insoweit aus gestalterischen Gründen einzuschränken.

**b) Ergänzende Regelungen für Werbung mit Wirkung auf die Stadtkanten Am Hüllgraben, Paul-Henri-Spaak-Straße und den Übergang zur freien Landschaft:**

Die Stadtkanten und der Übergang zur freien Landschaft sind besonders sensible Bereiche mit großer Fernwirkung, welche die Messestadt als eigenständigen neuen Stadtteil nach außen darstellen. Dabei müssen an den Stadtkanten, entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße ausschließlich die aus Wettbewerbsverfahren hervorgegangene Architektur bzw. die landschaftlich geprägten Strukturen und nicht Werbeanlagen raum- und gestaltbildend sein.

Daher ist in diesen Bereichen Fremdwerbung, also Werbung ohne Messebezug nicht zulässig. Das Recht auf Fremdwerbung, als Vermarktung der Fassadenflächen, als Teil der Eigenumsposition der Messe muss gegenüber den gestalterischen Anforderungen dieser besonders sensiblen Bereiche insoweit zurücktreten. In der Abwägung dieser stadtgestalterischen Ziele mit dem Bedürfnis der Messe nach Außendarstellung werden Regelungen getroffen, die Werbeanlagen an der Stätte der Leistung innerhalb der Wandhöhe in Form von Messenamen in Einzelbuchstaben und/oder Messelogos zulassen. Durch die Festsetzung von Einzelbuch-

staben wird – im Gegensatz zu Werbetafeln – der Blick auf das Gebäude zwischen den Buchstaben freigegeben. Mit diesen Regelungen kann die Messe mit ihrer internationalen Bedeutung und ihrem großen Einzugsgebiet ausreichend auf sich aufmerksam machen, ohne dass aber die durch die Festsetzung der Einzelbuchstaben erreichte einheitliche Wirkung der Werbung das Ortsbild zu stark dominiert.

Diese Regelung greift § 9 Abs. 3 der Satzung des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 auf und präzisiert sie entsprechende den ursprünglichen Vorstellungen. Die maximal festgesetzte Schrifthöhe von 2 m wurde nicht mehr aufgenommen, da sich eine Höhenbegrenzung bereits über die allgemeinen Regelungen, wonach sich Werbung in die Architektur einfügen und ihr unterordnen muss, ergibt. Diese Regelungen entsprechen den bisherigen Festsetzungen inhaltlich und präzisieren diese. Hinzu kommt, dass die durch die Gerichtsentscheidung eingetretene unklare Genehmigungssituation zugunsten der Messe beendet wird.

Den spezifischen Bedürfnissen der Messe bei Werbung an der Stätte der Leistung wird in besonderer Weise durch die unter Regelung für Großveranstaltungen dargestellte Festsetzung, die für die jeweilige Dauer einer Großveranstaltung, also zeitlich begrenzt, weitergehende Werbemöglichkeiten einräumt, Rechnung getragen. Dies ist Ergebnis einer Abwägung zwischen dem Eigentumsgrundrecht zuzurechnenden Bedürfnis der Messe nach Selbstdarstellung und den genannten gestalterischen Vorstellungen. Die Neuregelungen sind auch im Interesse der Rechtssicherheit und -klarheit nötig. Wie das einschlägige Gerichtsverfahren vor dem Bayerischen Verwaltungsgericht München im Jahr 2002 gezeigt hat, sind die bisherigen Regelungen für den Verwaltungsvollzug nicht immer praktikabel.

### **c) Regelung für Großveranstaltungen:**

Da die Messe München zu den weltweit größten Veranstaltungszentren gehört und über ein internationales Einzugsgebiet verfügt, wird ihr im Rahmen der Voraussetzungen der allgemeinen Regelungen in § 8 a) Ziffern 1 bis 6, für die Dauer der Großveranstaltungen die Möglichkeit zu veranstaltungsbezogener Werbung eingeräumt. Da diese Werbeanlagen nie sehr lange (jeweilige Veranstaltungsdauer höchstens 9 Tage) angebracht werden dürfen und die Zahl der Werbetafeln für Großveranstaltungen auf 100 Tafeln pro Jahr begrenzt wird, kann diese Abweichung akzeptiert werden, da es sich bei diesen Werbeanlagen damit nicht um Daueranlagen handelt und ausreichend werbefreie Zeiten verbleiben. Dabei fällt zugunsten der Messe vor allem ins Gewicht, dass auf einem Messegelände ständig wechselnde Veranstaltungen stattfinden, so dass ausschließlich Werbung über Einzelbuchstaben nicht realisierbar ist, da diese ständig geändert und neu montiert werden müssten. Zum anderen ist temporäre Werbung gerade auch Kennzeichen einer Messe, die an markanten Bereichen wie der Stadtkante in besonderer Weise darauf angewiesen ist, auf sich aufmerksam zu machen und Besucher anzulocken. Als Werbung an der Stätte der Leistung wird auch eine Werbung durch Aussteller angesehen, wenn ein Bezug zur jeweils gerade stattfindenden Großveranstaltung gegeben ist.

### **5.7.2 Antennen und Satellitenempfangsanlagen**

Nach § 8 – Antennen und Satellitenempfangsanlagen des Bebauungsplans mit Grünordnung Nr. 1850 sind Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden entlang der Paul-Henri-Spaak-Straße nicht zulässig. Auf dem Dach sind sie bisher nur in der südlichen Hälfte der Parkhausanlage zulässig. Mit dem vorliegenden Bebauungsplan wird die Zulässigkeit von Antennen und Satellitenempfangsanlagen aus technischen Gründen neu geregelt:

Um ein ruhiges Erscheinungsbild zu erhalten, werden Antennen und Satellitenempfangsanlagen an den Fassaden der Gebäude generell ausgeschlossen. Diese Einschränkung ist zumutbar, da diese Anlagen jetzt auf den Dachflächen, mindestens um das Maß der eigenen Höhe von der Gebäudekante zurückversetzt, angeordnet werden können. Durch die Freihaltung der Fassaden und das Zurückversetzen von Dachrand treten diese Anlagen weniger störend in Erscheinung.

Von der Neuregelung werden nur neu errichtete Anlagen erfasst, bisher bereits angebrachte Antennen und Satellitenempfangsanlagen genießen Bestandschutz.

Die getroffenen Festsetzungen sind das Ergebnis einer gerechten Abwägung aller erkennbaren öffentlichen und privaten Belange gegeneinander und untereinander.



**III. Beschluss**

Nach Antrag.

Stadtrat der Landeshauptstadt München

Der Vorsitzende

Die Referentin

Ober-/Bürgermeister

Prof. Thalgott  
Stadtbaurätin

**IV. Abdruck von I. mit III.**

über den Stenographischen Sitzungsdienst  
an das Direktorium HA II/V 1  
an das Revisionsamt  
an die Stadtkämmerei  
z.K.

**V. WV Planungsreferat HA II/35 V**  
zur weiteren Veranlassung

- zu V.
1. Die Übereinstimmung des vorstehenden Abdruckes mit der beglaubigten Zweitschrift wird bestätigt.
  2. An den Bezirksausschuss 15
  3. An das Referat für Arbeit und Wirtschaft
  4. An das Planungsreferat HA I
  5. An das Planungsreferat HA II
  6. An das Planungsreferat HA III
  7. An das Planungsreferat HA IV
  8. An das Planungsreferat SG 3  
z.K.

Am  
Planungsreferat HA II/35 V  
i.A.

Am

.....

Mitz. II

II/3

II/35 V

II/35 R

Entwurfsverfasserin:  
Frau Graf