

TEIL B – TEXT

PLANUNGSRECHTLICHE FESTSETZUNGEN

§ 9 BauGB, BauNVO

ART DER BAULICHEN NUTZUNG

§ 9 Abs. 1 Nr. 1 BauGB in Verbindung mit § 11 BauNVO

1. Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel ist ausschließlich ein Hersteller-Direktverkaufszentrum für Markenartikel (Designer-Outlet-Center) – DOC – mit großflächigen und nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit einer max. Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m² und mit einer höchstzulässigen durchschnittlichen Größe der Einzelhandelsbetriebe von 250 m² Verkaufsfläche sowie einer höchstzulässigen Größe der Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb von 1.200 m² zulässig,
 - a) in denen ausschließlich Waren aus Teilen des Markenartikel-Sortiments von Herstellern unterhalb der üblichen Preise für Waren im Facheinzelhandel verkauft werden, die mind. eine der folgenden Besonderheiten aufweisen:
 - Waren 2. Wahl (Waren mit kleinen Fehlern),
 - Auslaufmodelle (Produkte, die nicht länger produziert werden, oder deren Produktion ausläuft),
 - Modelle vergangener Saisons (Waren, die nicht mehr der aktuellen Kollektion des Herstellers entsprechen),
 - Restposten (Waren, die vom Einzelhandel zurückgegeben werden, an diesen nicht ausgeliefert oder von diesem nicht abgenommen wurden)
 - Waren für Markttestzwecke (Waren, die noch keiner an den Einzelhandel ausgelieferten Kollektion entsprechen und dazu dienen, hinsichtlich ihrer Akzeptanz getestet zu werden),
 - Überproduktion (Waren, die aufgrund einer Fehleinschätzung der Marktentwicklung produziert wurden),
 - b) für ausschließlich folgende Sortimente und Verkaufsflächengrößen:
 - (1) Bekleidung / Wäsche: Herren-, Damen- und Kinderbekleidung, Wäsche / Bademoden, Bekleidungszubehör bis zu 13.000 m² Verkaufsfläche
 - (2) Schuhe / Lederwaren: Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile), Zubehör bis 2.500 m² Verkaufsfläche
 - (3) Sportartikel: Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel, Sportgeräte, Zubehör bis 2.000 m² Verkaufsfläche
 - (4) Wohneinrichtung: Gardinen, Heimtextilien / Dekostoffe, Haus-, Bett-, Tischwäsche bis 1.000 m² Verkaufsfläche
 - (5) GPK: Glas, Porzellan, Keramik bis 1.000 m² Verkaufsfläche
 - (6) Uhren, Schmuck, Accessoires bis 500 m² Verkaufsfläche
 - c) Zum Zubehör / Accessoires gehören bei
 - b) (1): (Hals-)Tücher, Kappen, Mützen, Hüte, Sonnenbrillen ohne Sehhilfe, Gürtel, Gürtelschnallen, Schirme, Krawattenklammern, Manschettenknöpfe, Uhren, Modeschmuck
 - b) (2): Gürtel / Gürtelschnallen, Schirme;
 - b) (3): (Hals-)Tücher, Kappen, Mützen, Sonnenbrillen ohne Sehhilfe, Gürtel, Gürtelschnallen, Schirme, Krawatten, Manschettenknöpfe

- b) (6): Krawattenklammern, Manschettenknöpfe, Sonnenbrillen ohne Sehhilfe.

Einzelhandelsbetriebe, die ausschließlich die in Ziffer 1c) festgesetzten Sortimente anbieten, sind unzulässig.

2. Verkaufsfläche ist die gesamte dem Kunden ordnungsgemäß zugängliche Fläche des Einzelhandelsbetriebes einschließlich Flure, Treppen, Kassenzonen, Ausstellungsflächen (einschl. Schaufenster) mit Ausnahme der Kundensozialräume (Toiletten u. ä.). Zur Verkaufsfläche zählen auch jene Flächen, die außerhalb der Abgrenzung des Einzelhandelsbetriebes (z. B. Türen, Zugänge, Schaufenster) liegen und für die Präsentation oder den Verkauf von Waren genutzt werden; auf die Nutzungshäufigkeit kommt es nicht an. Gastronomieflächen gelten nicht als Verkaufsflächen im Sinne dieser Festsetzung. Nicht zur Verkaufsfläche zählen: Restaurants, Nebenflächen der Mieter (z. B. Personalräume, Toiletten, Lagerflächen), öffentliche Flächen (d. h. Ladenpassagen, Toiletten etc.), Kinderspielflächen, Kinderbetreuungsflächen.
3. Sortiment ist die Gesamtheit aller hergestellten oder zugekauften Waren, die ein Hersteller unter seinem eigenen Namen oder Markennamen allgemein anbietet oder anbieten lässt.
4. Hersteller ist, wer die Markenrechte innehält oder nutzen darf und die Ware entweder selbst herstellt oder für sich zum Betrieb unter dem Markennamen herstellen lässt.
5. Markenartikel sind Waren, deren Lieferung in gleichbleibender oder verbesserter Güte von einem Markeninhaber / Lizenznehmer gewährleistet wird und
 - die selbst oder
 - deren für die Abgabe an den Verbraucher bestimmte Umhüllung oder Ausstattung oder
 - deren Behältnisse, aus denen sie verkauft werden,mit einem ihre Herkunft kennzeichnenden Merkmal (Firmen-, Wort- oder Bildzeichen) versehen sind.
6. Die nach Ziffer 1. höchstzulässige durchschnittliche Verkaufsfläche (250 m²) darf auch dann nicht überschritten werden, wenn das DOC abschnittsweise oder nur in Teilen verwirklicht wird. Der Anteil der DOC-Verkaufsfläche für Damen-, Herren-, Kinder-, Säuglingsbekleidung sowie Bekleidungszubehör an der gesamten realisierten und betriebenen DOC-Verkaufsfläche muss stets mindestens 62 % betragen.
7. Andere Sortimente als die unter Ziffer 1. genannten sind, auch als Rand- oder Nebensortimente, im DOC ausgeschlossen. Service- oder Dienstleistungen (z. B. Änderung der Reparaturen) ergänzend zum Warenverkauf oder getrennt davon sind unzulässig; dies gilt nicht für Änderungen an im jeweiligen Einzelhandelsbetrieb des DOC neu erworbenen Waren.
8. Außerdem sind innerhalb der Gesamtverkaufsfläche zulässig:
 - a) Ein einzelner Einzelhandelsbetrieb bis zu 200 m² Verkaufsfläche zum Verkauf orts- oder landschaftsbezogener Souvenirs und üblicher Kioskwaren (Zigaretten, Snacks, Getränke, Bücher und Zeitungen u. ä.),
 - b) ein Einzelhandelsbetrieb zum Verkauf von Schokolade und anderen Süßigkeiten bis zu einer Verkaufsfläche von 70 m².

Im Übrigen sind Einzelhandelsbetriebe zum Verkauf von sonstigen Lebensmitteln und Getränken ausgeschlossen.

9. Ausnahmsweise können die höchstzulässigen Verkaufsflächen nach Ziffer 1 b) überschritten werden, wenn es bei der Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m² bleibt und im Einzelfall durch ein Gutachten nachgewiesen wird, dass keine Auswirkungen dieser Überschreitung im Verhältnis zu jenen der Flächenverteilung nach Ziffer 1 b) entstehen.
10. Die Einrichtung sonstiger, nicht großflächiger und großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Fachmärkte und Einkaufszentren ist im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel ausgeschlossen.
11. Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel sind Schank- und Speisewirtschaften zulässig, deren den Gästen zugängliche Aufenthaltsfläche insgesamt max. 2.000 m² nicht überschreitet.
12. Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel sind Büroräume auf max. 2000 m² Gesamtgeschossfläche für den Eigenbedarf des Betreibers und der Einzelhandelsmieter zulässig.
13. Ausnahmsweise können im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel Wohnungen für Aufsichts- und Bereitschaftspersonen sowie Betriebsinhaber und Betriebsleiter, die dem DOC zugeordnet und ihm gegenüber in der Grundfläche und Baumasse untergeordnet sind zugelassen werden.

MASS DER BAULICHEN NUTZUNG

§ 9 Abs. 1 Nr. 1 BauGB, §§ 16 und 19 BauNVO

Die nach § 19 Abs. 4 BauNVO max. zulässige Grundfläche von 0,8 darf für Stellplatzanlagen als Nebenanlage im Sinne des § 14 BauNVO um weitere 0,1 überschritten werden (§ 19 Abs. 4 Satz 3 BauNVO).

Abweichend von der max. zulässigen Firsthöhe der Gebäude des Centers bezogen auf die Oberkante der Oderstraße in Höhe der Mitte der Grundstücks-Straßenfront, kann / können

- a) ein Parkhaus mit einer Firsthöhe von 23 m, bezogen auf den o. g. Bezugspunkt,
- b) als untergeordnete Gebäude auf max. 600 m² Grundfläche Türme mit einer max. Höhe von 25 m bezogen auf den o. g. Bezugspunkt und
- c) zwei Werbepylone mit einer max. Höhe von 50 m bezogen auf den o. g. Bezugspunkt errichtet werden (§ 16 Abs. 3 und Abs. 6 BauNVO).

ANPFLANZEN VON BÄUMEN, STRÄUCHERN UND SONSTIGEN BEPFLANZUNGEN § 9 Abs. 1 Nr. 25 a BauGB

Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel sind die ebenerdigen Stellplätze in einer Weise zu gliedern und zu bepflanzen, dass auf jeweils 6 Stellplätze ein Baum (Mindestumfang 16 cm – 18 cm) entfällt. Die anzupflanzenden Bäume können in Gruppen zusammengefasst werden. Bäume in anschließenden begehbaren Flächen können auf die erforderliche Anzahl angerechnet werden.

VORKEHRUNGEN ZUM SCHUTZ VOR SCHÄDLICHEN UMWELTEINWIRKUNGEN
(LÄRMSCHUTZ)
(§ 9 Abs. 1 Nr. 24 BauGB)

Schallschutz von Büro- und ausnahmsweise zulässiger Wohnnutzung

In den in der Planzeichnung gekennzeichneten Lärmpegelbereichen sind für Büro- und ausnahmsweise zulässige Wohnnutzung gemäß Ziffer 14 der Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung die folgenden erforderlichen Schalldämmmaße (erf. R'w, res) durch die Außenbauteile (Wandanteil, Fenster, Lüftung, Dächer etc.) einzuhalten:

Lärmpegelbereich IV:

Aufenthaltsräume von Wohnungen:	erf. R'w, res = 40 dB(A)
Büroräume o. ä.:	erf. R'w, res = 35 dB(A)

Lärmpegelbereich V

Aufenthaltsräume von Wohnungen:	erf. R'w, res = 45 dB(A)
Büroräume o. ä.:	erf. R'w, res = 40 dB(A)

Schallschutz von Schlaf- und Kinderzimmern

Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel mit der Zweckbestimmung Designer-Outlet-Center (Hersteller-Direktverkaufszentrum für Markenartikel) sind zum Schutz für Schlaf- und Kinderzimmer der ausnahmsweise zulässigen Wohnnutzung gemäß Ziffer 14 der Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung schallgedämmte Lüftungen vorzusehen, falls der notwendige hygienische Luftwechsel nicht auf andere geeignete, dem Stand der Technik entsprechende Weise sichergestellt werden kann. Die schalltechnischen Eigenschaften der Gesamtkonstruktion (Wand, Fenster, Lüftung) müssen den Anforderungen des jeweiligen Lärmpegelbereiches genügen.

Schutz von Aufenthaltsbereichen im Freien (Außenwohnbereiche)

Bis zu einem Abstand von 40 m zur Mittelachse der B 205 sind die straßenseitigen Fassaden der baulichen Anlagen mit schützenswerten Nutzungen geschlossen auszuführen. Innerhalb dieses Abstandes sind Außenwohnbereiche nur im Schutz von Baukörpern an der der B 205 abgewandten Gebäudeseite zulässig. Die Ausführung von nicht beheizten Wintergärten innerhalb dieses Abstandes ist generell zulässig.

Von den vorstehend genannten Festsetzungen kann abgewichen werden, wenn im Rahmen eines Einzelnachweises ermittelt wird, dass aus der tatsächlichen Lärmbelastung geringere Anforderungen an den passiven Schallschutz resultieren.

ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFTEN

§ 92 LBO

WERBEANLAGEN

§ 92 Abs. 1 Nr. 1 LBO

Im Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel sind zwei selbstständige Werbeanlagen bis zu einer Höhe von 50 m bezogen auf den o. g. Bezugspunkt zulässig.

Werbeanlagen mit Blink- und Wechselbeleuchtung sind unzulässig.

GESTALTUNG UND BEPLANZUNG DER EBENERDIGEN STELLPLÄTZE UND DER ANSCHLIESSENDEN BEGEHBAREN FLÄCHEN

§ 92 Abs. 3 LBO

Die ebenerdigen Stellplätze sind so anzulegen, dass im Kronenbereich der anzupflanzenden Bäume eine offene Vegetationsfläche von mindestens 6 m² und ein durchwurzelbarer Raum von mind. 10 m³ entsteht.