

**Stadt Asperg**  
Landkreis Ludwigsburg

**BEBAUUNGSPLAN**  
**„WERBEANLAGEN LURER PLATZ“**

**BEGRÜNDUNG, TEXTTEIL, PLANTEIL**

Stand 27.06.23

## **Begründung zur Planaufstellung** gemäß § 9 (8) BauGB

### **1. Erfordernis der Planung**

Der Bebauungsplan „Werbeanlagen“ für ausgewählte Hauptstraßen im Stadtgebiet Asperg wurde am 14.07.2022 rechtskräftig.

Es sind dort aus dem Geltungsbereich solche Flächen ausgespart, über die bereits Bebauungspläne mit expliziten Festsetzungen zu Werbeanlagen wirksam sind.

Dazu gehört auch der Bereich Lurer Platz, zu dem seinerzeit ein Bebauungsplan in Aufstellung begriffen war; das Verfahren wurde jedoch nicht weitergeführt.

Mit dem nun vorliegenden Bebauungsplan „Werbeanlagen Lurer Platz“ soll diese Lücke im rechtskräftigen Bebauungsplan „Werbeanlagen“ geschlossen und damit sichergestellt werden, dass sich Städtebau und Stadtbild gem. § 1 (3) - (5) BauGB in der Kernstadt möglichst einheitlich weiterentwickeln.

### **2. Beschreibung des Plangebiets**

Das Plangebiet umfasst 1,4 ha an öffentlichen und privaten Grundstücken, erstreckt sich bandartig beidseitig entlang der Eglosheimer Straße und ebenso beidseitig der Fahrbahnen des Parkplatzes vor der Asperger Stadthalle.

### **3. Entwicklung aus übergeordneter Planung, geltendes Recht**

Mit vorliegender Planung werden bauliche (Werbe-) Anlagen im Siedlungsbestand geregelt, Bauflächen werden nicht ausgewiesen. Eine Entwicklung aus dem Flächennutzungsplan ist daher nicht nachweisbar.

### **4. Planverfahren**

Der Gemeinderat der Stadt Asperg hat am 28.02.2023 die Erforderlichkeit des Bebauungsplans „Werbeanlagen Lurer Platz“ festgestellt und die Einleitung des Bebauungsplan-Verfahrens beschlossen.

Es wird das Planaufstellungsverfahren nach § 13 BauGB angewandt (vereinfachtes Verfahren). Die Voraussetzungen dafür sind, dass

- keine Vorhaben vorbereitet werden, die dem UVPG unterliegen sowie
- keine Beeinträchtigung der Schutzgüter und
- keine Unfallgefährdung nach BImSchG zu erwarten sind.

Von frühzeitiger Unterrichtung, Umweltbericht, Umweltprüfung und Eingriffsregelungen ist das Verfahren aufgrund der o. g. Voraussetzungen nach § 13 BauGB freigestellt.

### **5. Geltungsbereich**

Der Geltungsbereich des Bebauungsplans „Werbeanlagen Lurer Platz“ umfasst alle öffentlichen und privaten Flächen entlang der Eglosheimer Straße in einem ausgesparten Abschnitt des rechtskräftigen Bebauungsplanes „Werbeanlagen“ einschließlich des Parkplatzes vor der Stadthalle, und zwar innerhalb eines Abstands von jeweils 30 m beidseitig parallel zur Mittelachse der Fahrbahntrassen.

Der vorliegende Bebauungsplan fügt sich in den Geltungsbereich des rechtskräftigen Bebauungsplans „Werbeanlagen“ nahtlos ein; er überlagert allerdings Teile der nachfolgend aufgeführten rechtskräftigen Bebauungspläne der Stadt Asperg, die entweder als nicht qualifiziert gelten oder die lediglich unbestimmte bzw. gar keine Festsetzungen zu Werbeanlagen treffen:

- BP Zwischen Altstadt und Bahnhof (1902)
- BP Ortsbauplanänderung An der Eberhardstraße (1952)
- BP Lange Äcker (1953)
- BP Neuwiesen (1955)
- BP Eberhardstraße zwischen Wilhelm- und Badstraße (1955)

#### **6. Städtebauliche Ziele**

In der Präambel werden die städtebaulichen Grundlagen der Satzung erläutert. Die planungs- und bauordnungsrechtliche Konkretisierung der gewünschten Ziele hinsichtlich Fremd- und Eigenwerbeanlagen im Bereich des Lurer Platzes erfolgt durch die Festsetzungen des Plan- und Textteils und wird begründet mit jeweils nebenstehendem kursivem Text.

	Inhalt
	<p><b>Präambel, Textteil, Begründung</b></p> <p>§ 1 Geltungsbereich</p> <p>§ 2 Begriffsbestimmung</p> <p>§ 3 Genehmigungspflicht</p> <p>§ 4 Zulässigkeit von Werbeanlagen</p> <p>§ 5 Unzulässigkeit von Werbeanlagen</p> <p>§ 6 Sonderfälle von Werbeanlagen</p> <p>§ 7 Nutzungsende von Werbeanlagen</p> <p>§ 8 Abweichungen</p> <p>§ 9 Ordnungswidrigkeiten</p> <p>§ 10 Inkrafttreten</p> <p>§ 11 Rechtsgrundlagen</p> <p>Hinweise</p> <p><b>Planteil</b></p>
<p><b>Präambel</b></p>	
<p>Der Bebauungsplan regelt Neuerrichtung, Umbau und Änderung von Werbeanlagen mit dem Ziel, die Stadtbildqualität in der Stadt Asperg zu erhalten und zu fördern.</p> <p>Generell soll ein praktikabler Ausgleich zwischen der notwendigen Auffälligkeit von Werbeanlagen und den Erfordernissen von Ortsgestalt und Ortsbildpflege erreicht werden. Städtebauliche Besonderheiten sollen durch diese Regelungen geschützt werden. Werbeanlagen, die in der einen Lage als störend empfunden werden, sind in einer anderen Lage als gut eingefügt zu betrachten.</p> <p>Bestandteile dieses Bebauungsplans sind ein Lageplan M 1:3500 (<b>Planteil</b>) mit Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereiches sowie ein <b>Textteil</b> mit <b>Begründung</b> (kursiv), beide vom 27.06.2023.</p> <p>Anlass für diese Satzung sind vermehrte Nachfragen zu Errichtung und Betrieb von Eigen- und</p>	<p>besonders Fremdwerbungsanlagen, darüber hinaus sind es aber auch folgende Überlegungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ wesentliche innerstädtische Bereiche sind bereits durch entsprechende Festsetzungen geschützt</li> <li>▪ der Geltungsbereich ergänzt eine Lücke im System der Werbeanlagen-Satzung</li> <li>▪ Konflikte in der täglichen Genehmigungspraxis und der Einheitlichkeit der Handhabung</li> <li>▪ Differenzierung der Raum und Stadtbildstrukturen um den Lurer Platz</li> </ul> <p>Ausgangsbasis des Bebauungsplans ist die <b>Bestandsanalyse</b> zu Stadt- und Straßenraum der vom Gemeinderat festgelegten Hauptverkehrsstraßen in Asperg vom 18.05.21 unter dem Gesichtspunkt heutiger und künftiger Werbeanlagen.</p> <p>Ein <b>Übersichtsplan</b> gliedert dazu die Straßenräume in 26 Teilabschnitte mit Ortsbild- und Eigentums-Analyse.</p>

Textteil	Begründung
<p><b>§ 1 Geltungsbereich</b></p> <p>(1) Der räumliche Geltungsbereich erstreckt sich auf den Stadtraum entlang der</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- L1138 Eglosheimer Straße Haus-Nr 15 bis 35 und Nr. 18 bis 34</li> <li>- Badstraße Nr. 2,</li> <li>- Johannisstraße Nr. 36 -38</li> <li>- Lurer Platz</li> </ul> <p>entsprechend der Planzeichnung jeweils 30 m beidseits der Straßenachse der Eglosheimer Straße bzw. der beiden Fahrbahnachsen des Parkplatzes vor der Stadthalle.</p> <p>1.1 <u>Kernlage</u> kennzeichnet die engere Stadtmitte; Abgrenzung s. Planteil</p> <p>1.2 <u>Randlage</u> - entfällt -</p> <p>(2) Der Bebauungsplan gilt nicht: - entfällt -</p> <p>(3) Die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes und der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen bleiben durch diese Satzung unberührt.</p>	<p><i>Es sind die der unmittelbaren Wahrnehmung zugänglichen öffentlichen Räume der Eglosheimer Straße sowie des daran anschließenden Lurer Platzes, die hinsichtlich Maßstäblichkeit, Verunstaltung, Überladung einer Störung des Ortsbildes durch Werbeanlagen ausgesetzt sein können.</i></p> <p><i>Im Außenbereich gilt diese Satzung nicht, jedoch sind dort Werbeanlagen gemäß § 21 Abs. 1 NatSchG BW. generell unzulässig</i></p> <p><i>Das Ziel der Satzung ist es nicht, Werbung zu be- oder zu verhindern; diese Regelungen dienen dazu, Werbeanlagen bezogen auf das jeweilige städtebauliche Umfeld auf ein verträgliches Maß zu begrenzen, das gilt für jedes Sichtfeld in Höhe, Dichte, Zahl und Störgrad.</i></p> <p><i>Kernlagen sind solche Bereiche beidseitig der Hauptstraße, die mindestens die historische Stadtlage von 1832 umfassen und darüber hinaus stadträumlich zur heutigen Innenstadt zu rechnen sind</i></p> <p><i>Sie betreffen die zentrale Geschäftszone mit höherer Dichte und kleineren und größeren Gebäuden, die unmittelbar an der Straßenhinterkante oder um den Lurer Platz herum stehen.</i></p> <p><i>Die erhöhte Zentralität bedeutet einen entsprechenden Werbedruck für Eigen-, insbesondere aber auch für Fremdwerbung.</i></p> <p><i>Auch im Außenbereich gilt diese Satzung nicht, dort sind Werbeanlagen gem. § 21 Abs. 1 NatSchG BW unzulässig. Die Naturschutzbehörde kann bestimmte Werbeanlagen widerruflich zulassen, wenn sie weder das Landschaftsbild noch die Tierwelt beeinträchtigen.</i></p>

**§ 2 Begriffsbestimmung**

- (1) Werbeanlagen sind zu unterscheiden in
- 1.1 Anlagen an der Stätte der Leistung = Eigenwerbung und
- 1.2 Anlagen ohne Bezug zur Stätte der Leistung = Fremdwerbung
- (2) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind über die in § 2 (9) LBO genannten Anlagen hinaus auch
- 2.1 Anlagen in Form der Beklebung von Infrastruktureinrichtungen und in Form von Veranstaltungsplakaten.
- 2.2 Lichtwerbung an Säulen, Tafeln oder Flächen, die allgemein dafür baurechtlich genehmigt sind.
- (3) Keine Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind:
- Plakatierungen, die im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen oder Abstimm-

*Werbeanlagen an der Stätte der Leistung dienen der Eigenwerbung; zwischen der Leistungsstätte und der Werbeanlage muss ein enger sachlicher und räumlicher Zusammenhang bestehen. Es handelt sich um Nebenanlagen i.S. von § 14 BauNVO.*

*Fremdwerbung dient der Werbung für nicht unmittelbar örtlich ansässige Betriebe, Dienstleistungen und Produkte; es besteht weder ein sachlicher noch ein räumlicher Zusammenhang zur Stätte der Leistung oder zur direkten Umgebung. Sie gilt als eigenständige gewerbliche Hauptnutzung i.S. § 29 BauGB.*

*Werbeanlagen gem. § 2 Abs. 9 LBO sind örtlich gebundene Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören alle visuell wahrnehmbaren Anlagen, vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Großflächentafeln sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen und Tafeln. Dies können insbesondere auch sein:*

*ortsfeste Anlagen:*

- Wandtransparente bandartig
- Einzelelemente, Einzelbuchstaben
- Schaukästen
- Schaufensterbeklebung
- Fahnen (= bewegliche Anlagen)
- Spanntuch-Anlagen
- Pylone freistehend
- Ausleger, Ausstecker, Stechschilder

*mobile Anlagen:*

- Straßenaufsteller, Passantenstopper
- fahrbare Anlagen
- Beklebung
- Video- und LED-Displays
- Skybeamer uä.

*Die im § 2 Abs. 9 LBO ausgenommenen Werbeanlagen (Anschläge bzw. Lichtwerbung an Säulen Tafeln etc) an dafür baurechtlich genehmigten Orten und Flächen, werden in der vorliegenden Satzung ausgenommen.*

*§ 2 Abs. 9 LBO*

mungen angebracht oder aufgestellt werden, während der Dauer des Wahlkampfes,

- Bauschilder an Baustellen, soweit sie sich auf das dortige Vorhaben beziehen,
- Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen,
- Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften.
- Preistürme von Tankstellen mit Firmenlogo und elektronischer Preisanzeige
- freistehende bzw. an der Fassade angebrachte Kommunikationsanlagen mit Klingel, Briefkasten etc. und Firmen Namensschild
- Orientierungsgerüste in Form von Sammelschildern sowie Hinweisschilder, die durch die Stadt Asperg errichtet werden.

Solche Anlagen sind von dieser Satzung ausgenommen.

### **§ 3 Genehmigungspflicht**

- (1) Die Errichtung oder das Anbringen von Werbeanlagen i.S. dieser Satzung bedürfen einer förmlichen Zustimmung der Stadt Asperg und der Genehmigung der Baurechtsbehörde (LRA Ludwigsburg).
- (2) Ausgenommen von einer Genehmigungspflicht sind Werbeanlagen, die nicht größer als 1,0 m<sup>2</sup> Ansichtsfläche sind und solche, die nicht vom öffentlichen Verkehrsraum aus einsehbar sind.
- (3) Mehrere Werbeanlagen, deren Ansichtsflächen zusammen größer als 1,0 m<sup>2</sup> sind, stellen eine Werbeanlage dar und sind genehmigungspflichtig. Einzelne Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m<sup>2</sup> müssen, um nicht aufaddiert zu werden, zueinander einen Mindestabstand von 5,0 m haben.

### **§ 4 Zulässigkeit von Werbeanlagen**

- (1) Werbeanlagen der Eigenwerbung sind zulässig an der Stätte der Leistung.

*Einzureichen in Form eines Bauantrags für Werbeanlagen zusammen mit in B-W amtlich eingeführtem Formular und entsprechenden Bauvorlagen beim Bauamt der Stadt Asperg.*

*Solche Anlagen haben dann kaum eine öffentliche Präsenz und können somit das Umfeld nicht wesentlich stören.*

*Die Anlage steht unmittelbar an dem Ort, an dem der beworbene Gegenstand hergestellt, angeboten, gelagert oder verwaltet wird.*

- (2) Werbeanlagen der Fremdwerbung
- 2.1 sind in Kernlage unzulässig.
- 2.2 sind in Randlage zulässig, dort jedoch nur in solchen Abschnitten, deren Nutzungsschwerpunkt auf Arbeitsstätten liegt und deren Raumkanten durch mehrgeschossige Bebauung mit Vorzone geprägt ist.
- 2.3 Ausnahmsweise sind Litfaßsäulen in Kern- und Randlage genehmigungsfähig.
- (3) Positionierung der Werbeanlagen:
- 3.1 nur auf privaten Grundflächen
- 3.2 nur an den dem öffentlichen Raum zugewandten Gebäudefassaden
- 3.3 direkt auf der Fassadefläche und/oder im rechten Winkel zur Fassade;
- 3.4 bis max. Unterkante Fensterbrüstung des 2.OG
- 3.5 Einschränkung für die Durchgangshöhe ist das Lichtraumprofil öffentlicher Verkehrsflächen:  
2,50 m bei Fußwegen,  
4,50 m über Fahrbahnoberkante an Straßen und befahrbaren Wegen.
- 3.6 architektonische Elemente der Gliederung einer Fassade (z.B. Kanten, Lisenen, Stützen, Säulen, Pilaster, Fenster, Verzierungen etc) dürfen nicht überdeckt werden.
- 3.7 auf den zwischen öffentlichem Raum und Gebäude liegenden Grundstücksflächen
- 3.8 auf den an den öffentlichen Raum angrenzenden Teilflächen unbebauter Grundstücke bis zu einer Tiefe von 2,50 m gemessen ab der straßenseitigen Grundstücksgrenze
- (4) Gestaltung der Werbeanlagen an Gebäuden in Kernlage:
- 4.1 Länge
- a bei zusammenhängender Fläche: max. 1/2 der Gebäudebreite je Nutzungseinheit,
- b Einzelbuchstaben und aufgemalte Schriften max. 2/3 der Gebäudebreite je Nutzungseinheit,
- c insgesamt jedoch max. 7,50 m

*Dies sind Anlagen ohne räumlichen Zusammenhang zur Leistungsstätte, also z.B. reine Produktwerbung, und betreffen meist*

- Plakatwände, Großflächenplakate, Euroformate „18/1“ (3,56 x 2,52 m)
- City-Light-Poster (Fahrgastunterstände), verglast und hinterleuchtet
- City-Light-Boards
- Litfaß\_Säulen etc.

*Der öffentliche Verkehrsraum ist damit für Werbeanlagen ausgeschlossen, rückwärtige Wohn-/Grünbereiche werden geschützt.*

*Bei Eckgebäuden sind an beiden, dem öffentlichen Raum zugewandten Gebäudefassaden Werbeanlagen zulässig.*

*Gehwege werden freigehalten.*

*Anlagen oberhalb der Brüstung des 2.OG verlieren in der Regel den Bezug zu den Nutzungen, für die sie werben, sie sollen sich auf die EG-Zone beschränken. So bleibt die Wirkung der Gesamtfassade und des Stadtbildes weitgehend ungestört erhalten.*

*Ausleger und Stechschilder, die in den öff. Raum ragen, sind möglich.*

*Die Durchfahrts Höhe orientiert sich an den Regelungen der Verkehrssicherheit.*

*Der architektonische Gesamtzusammenhang der Gliederung einer Fassade muss über alle Geschosse erkennbar bleiben.*

*Gem. § 11 LBO BW sind Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen sind, mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, dass sie das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild nicht verunstalten oder deren beabsichtigte Gestaltung nicht beeinträchtigen. Auf Kultur- und Naturdenkmale und auf erhaltenswerte Eigenarten der Umgebung ist Rücksicht zu nehmen. Die Anlagen sind so zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Verhältnis der Baumassen und Bauteile*



4.2 Höhe

- a Einzelbuchstaben max. 0,40 m
- b Symbole, Warenzeichen, Firmenlogos uä max. 0,60 m

4.3 Ausladung

- a Ausleger senkrecht zur Fassade max 1,00 m, Ansichtsfläche max 0,6 m<sup>2</sup>;  
Ausnahme: historische Stechschilder und Ausleger (Gastronomie, Apotheken etc)

(5) Gestaltung der Werbeanlagen an Gebäuden in Randlage:

- entfällt -

(6) Beleuchtung von Werbeanlagen:

6.1 Die Helligkeit der Anlage muss sich dem Umgebungslicht (öffentl. Beleuchtung) nach ihrer Beleuchtungsstärke deutlich unterordnen.

6.2 Strahler für die indirekte Beleuchtung dürfen keine Blendwirkung für den Verkehrsteilnehmer und den Anlieger entfalten.

6.3 Die ausgeleuchtete Fläche unterliegt maßlich allen Festlegungen für Werbeanlagen

6.4 Direkte und/oder indirekte Beleuchtung muss bei einer Ansichtsfläche über 1 m<sup>2</sup> zwischen 22:00 Uhr und 06:00 Uhr abgeschaltet sein

(7) Zahl der Werbeanlagen

7.1 In der Kernlage sind je Grundstück und je Nutzungseinheit zulässig max. eine Werbeanlage auf den dem öffentlichen Raum zugewandten Fassadenseiten;

7.2 in der Randlage sind je Grundstück zulässig:

- entfällt -

*le zueinander nicht verunstaltet wirken.*

*Festsetzungen zur Gestaltung der Anlagen werden ausschließlich im Interesse der Allgemeinheit erlassen und dienen nicht individuellen Interessen.*

*Festsetzungen bzgl. der Größe der Anlagen sollen dazu führen, dass diese sich in die Fassade integrieren und somit Teil des Gebäudes werden.*

- *Die Größe der Anlage ist abhängig von der zur Verfügung stehenden Bezugsgrundfläche*
- *Zusammenhängende Werbeflächen wirken auffällender und dominanter als Einzelbuchstaben*
- *angegebene Werte als Maximalwerte*
- *bei mehreren Nutzungseinheiten ist die einzelne Einheit als Bemessungsgrundlage anzusetzen*
- *Ausladung bezieht sich auf den Abstand zwischen Hauswand und äußersten Punkt der Werbeanlage*

- *Die Werbewirkung bei Nacht ist für das Ortsbild nicht unerheblich; die Einzelanlage soll sich in das Gesamtbild einfügen.*

- *Indirekte Beleuchtung soll die Werbeanlage treffen und nicht weitere Fassadenflächen hervorheben*

- *Keine weit ausladenden Wandstrahler, die techn. Beleuchtung soll sich unterordnen und auch bei Tage keine Beeinträchtigung der Fassade bewirken*

- *Keine Dominanz, gestalterische Elemente der Fassade sollen nicht überstrahlt werden.*

- *Eine nächtliche Störwirkung insbesondere während der geringen Wirkungszeit über Nacht soll weitestgehend vermieden werden.*

- *Die Ladenzone im EG ist der angemessene Ort für Werbeanlagen.*

- *Die Werbeanlage richtet sich an der Stätte der Leistung an Passanten im öffentlichen Straßenraum; Anlagen oberhalb des zulässigen Bereichs verlieren (hier) den Bezug zur Stätte der Leistung*

- *Maßstäblichkeit, Orts-/Straßenbild*

- *mehrere Werbeanlagen von verschiedenen*

## § 5 Unzulässigkeit von Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen sind unzulässig
- 1.1 an Böschungen, Stützmauern, Einfriedigungen, Leitungsmasten, Bäumen, auf geneigten Dächern, Schornsteinen, Balkonen, Brückengeländern und technischen Bauten (Verteilerschränke, Hydranten, Trafostationen etc.)
- 1.2 als akustische oder duftversprühende Anlagen.
- 1.3 wenn sie sich bewegen
- 1.4 wenn sie mit wechselndem und bewegtem Licht ausgestattet sind,
- 1.5 wenn sie Blendwirkung entfalten,
- 1.6 wenn sie von der freien Landschaft aus in störender Weise in Erscheinung treten,
- 1.7 wenn sie wesentliche Sichtachsen und Blickbezüge, wichtige stadtbildprägende Grünstrukturen beeinträchtigen, verstellen oder störend überschneiden

## § 6 Sonderfälle von Werbeanlagen

- (1) Bei zeitlich begrenzten Sonderveranstaltungen (z.B. Saisonverkauf, Ausstellungen und Stadtveranstaltungen) können ausnahmsweise Werbeanlagen als Attrappen, Spannbänder oder Fahnen zur Ankündigung und während der Dauer der Veranstaltung, längstens jedoch auf die Dauer eines Monats, zugelassen werden.

*Nutzungseinheiten an einem Gebäude oder einer Fassadenseite sind zu einer gemeinsamen Werbeanlage zusammenzufassen*

- *Fahnenmasten werden Werbeanlagen gleichgestellt*
- *Beschränkung der Anzahl, um das Ort-/Straßenbild nicht zu überfrachten;*
- *Freistehende Werbeanlagen (Pylone) sind zulässig,*

*Dies betrifft auch Anlagen für Fremdwerbung ohne unmittelbaren Bezug zur Stätte der Leistung.*

*Werbeanlagen an den genannten Anbringungsorten beeinträchtigen die städtebauliche Struktur, das Ortsbild, die Orientierung, die Bedeutung oder Funktion des Anbringungsortes; störende Dominanz und das Aufzwingen von ungewollter Aufmerksamkeit durch*

- *regellooses Anbringen, Wiederholen, Häufung*
  - *grelle Farben*
  - *Sichtbehinderung*
  - *nächtliche Strahlwirkung*
- müssen vermieden werden.*

*Die Regelungen nach 5.1.1 – 5.1.7 sollen Beeinträchtigungen der Anwohner, der Nachbarschaft oder des Stadtbildes ausschließen, wenn Werbeanlagen diese stören, wenn sie also übertriebene Auffälligkeit besitzen und verstärkte Aufmerksamkeit auf sich ziehen oder wenn sie unangemessene Bedeutung und Dominanz ausstrahlen.*

*Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers werden reduziert*

*Die zeitliche Begrenzung der Bewerbung einer Sonderveranstaltung soll eine dauerhafte Überfrachtung und Verunstaltung des Stadtbildes verhindern.*

- (2) Baugerüstwerbung ist nur an Gerüsten zulässig, die für den Bauablauf zwingend erforderlich sind. Die Hängedauer beträgt max. 12 Monate und die Fläche der Werbeanlage max. 80 m<sup>2</sup>. Der Erdgeschossbereich und der Bereich oberhalb der Traufe sind freizuhalten.

### **§ 7 Nutzungsende von Werbeanlagen**

Läuft eine Nutzung aus, für die mit Werbeanlagen auf dem betroffenen Grundstück geworben wurde, so sind die Werbeanlagen innerhalb eines Monats nach Einstellung der Nutzung zu entfernen.

### **§ 8 Abweichungen**

Abweichungen von Vorschriften dieser Satzung können im Einzelfall auf begründeten Antrag zugelassen werden, wenn die architektonische Gestaltung des betroffenen Einzelgebäudes und die charakteristischen Merkmale der unmittelbaren Umgebung und des Straßenbildes berücksichtigt sind.

*Für begründete Einzelfällen soll es möglich sein, im Einvernehmen von den Bestimmungen der vorliegenden Satzung abzuweichen, wenn dadurch die grundlegenden Ziele der Werbeanlagensatzung eingehalten werden; dies kann im Wege der Befreiung erfolgen.*

### **§ 9 Ordnungswidrigkeiten**

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig i.S.v. § 75 LBO und kann mit einer Geldbuße belegt werden.

### **§ 10 Inkrafttreten**

Die Satzung tritt am Tag nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

### **§ 11 Rechtsgrundlagen**

- (1) Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.11.2017 (BGBl. I S 3634)(BGBl. I S. 3634) zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 08.08.2020 (BGBl. I S. 1728)
- (2) Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.11.2017 (BGBl. I S. 3786), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes

§ 9 (1) BauGB  
§ 29 ff BauGB (bauliche Anlagen)  
§ 34 BauGB (Innenbereich)

§ 14 BauNVO (Haupt-/Nebenanlage)  
§ 23 (5) BauNVO (überbaubare Flächen)

vom 14. Juni 2021 (BGBl. I S. 1802)

- (3) Planzeichenverordnung 1990 (PlanZV) in der Fassung vom 18.12.1990 (BGBl. 1991 I S. 58), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 04.05.2017 (BGBl. I S. 1057)

- (4) Landesbauordnung für Baden-Württemberg - LBO BW - in der Fassung vom 05.03.2010 (GBl. S. 358, ber. S. 416), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18. Juli 2019 (GBl. S. 313)

§ 2 (9) LBO (Haupt- und Nebenanlagen)  
§ 11 LBO (Einfügen)  
§ 14 LBO (Nebenanlagen)

