

Werbeanlagensatzung
der Großen Kreisstadt Remseck am Neckar

Der Gemeinderat der Großen Kreisstadt Remseck am Neckar hat am 26.09.2023 aufgrund von § 74 Abs. 1 Ziffer 2 Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) in der derzeit geltenden Fassung und § 4 der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (GemO) in der derzeit geltenden Fassung die folgenden örtlichen Bauvorschriften als Satzung beschlossen:

§ 1

Gegenstand der Satzung

Gegenstand dieser Satzung ist die Zulässigkeit von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung (Warenherstellung, Verkauf oder Ort der Dienstleistung) sowie Fremdwerbungen.

Zeitlich befristete Werbeanlagen sind davon ausgenommen, sie sind bis zum Ende der Veranstaltung, längstens für 1 Monat gestattet.

§ 2

Geltungsbereich der Satzung

Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die in den beigefügten Lageplänen (Anlage 1) abgegrenzten Bereiche.

Innerhalb des Geltungsbereiches dieser Satzung werden die Festsetzungen der rechtsgültigen Bebauungspläne bzw. örtlichen Bauvorschriften über Werbeanlagen ersetzt, bzw. ergänzt; alle übrigen Festsetzungen gelten unverändert fort.

Es werden 2 Gebietstypen entsprechend ihrer jeweiligen Lage und Funktion unterschieden:

- **Schutzzonen der Ortskerne,**
- **Gewerbegebiete.**

Die Abgrenzung der Geltungsbereiche erfolgt nach städtebaulichen Gesichtspunkten. Dabei gelten zusätzlich zu den allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen (§ 4), die für den gesamten Geltungsbereich gelten, für die unterschiedlichen Gebietstypen verschiedene Regelungen hinsichtlich Gestaltung und Größe von Werbeanlagen (§ 5 und § 6).

§ 3

Begriff der Werbeanlage

Werbeanlagen sind bauliche Anlagen und unterliegen damit dem Baurecht i.S.d. Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO).

Nach § 2 Abs. 9 LBO wird definiert, wann Werbeanlagen bauliche Anlagen sind:

- (1) Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

-
- (2) Keine Werbeanlagen im Sinne des § 2 Abs. 9 LBO sind:
1. Werbeanlagen, die im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden, während der Dauer des Wahlkampfes,
 2. Werbeanlagen in Form von Anschlägen,
 3. Werbeanlagen an Baustellen, soweit sie sich auf das Vorhaben beziehen,
 4. Lichtwerbungen an Säulen, Tafeln oder Flächen, die allgemein dafür baurechtlich genehmigt sind,
 5. Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen,
 6. Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften.
- (3) Die Regelungen beziehen sich somit auf den Regelungsgegenstand einer Werbeanlage i.S.d. § 2 Abs. 9 LBO.
- (4) Definition:
- a. **Ausleger** sind Werbeschilder von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die an der Hauswand verankert werden und rechtwinklig vom Haus aus in den Straßenraum ragen. Ausleger sind i.d.R. so gestaltet, dass ihre Kennzeichen von beiden Seiten gut zu sehen sind.
 - b. **Booster** sind Lichtwerbung am Himmel.
 - c. **City-Light-Poster** sind verglaste und meist hinterleuchtete Vitrinen.
 - d. **Firmenfinder** befinden sich i.d.R. an Zufahrten zu gewerblich geprägten Bereichen und geben eine Übersicht über die am Standort vertretenen Firmen/ Betriebe.
 - e. **Großbildwand** ist eine Werbeanlage mit wechselnder Bilddarstellung (vgl. "Videowand/ Mediaboard").
 - f. Ein **Kundenstopper** ist eine Werbetafel in Form eines Klappaufstellers, an dem Informationen angebracht werden können. Der Kundenstopper soll den Erstkontakt zu neuen Kunden, insbesondere zur Laufkundschaft herstellen bzw. die Kunden informieren. Kunden, die sich in der Nähe des Verkaufsortes befinden, sollen im übertragenen Sinne "gestoppt" und auf Produkte und Dienstleistungen aufmerksam gemacht werden.
 - g. **Litfaßsäule**, die von mehreren Werbetreibenden gebucht werden kann wird als „Allgemeinstelle“ bezeichnet, die von einem Werbetreibenden exklusiv belegt wird als „Ganzstelle“.
 - h. **Mega-Light-Board** sind Werbeanlagen als verglaste und hinterleuchtete Vitrine i.d.R. in 2,50 m Höhe auf einem Standfuß; zum Teil auch mit wechselnden Motiven.
 - i. (LED-) **Videowand/ Mediaboard** sind Werbeanlagen mit bewegten Bildern in verschiedenen Größen. Videowände gehören zu den Wechsellichtanlagen.
 - j. **Wechsellichtanlagen** sind technische Anlagen mit schwankender Beleuchtungsstärke, schnell wechselnden Hell-Dunkel-Übergängen oder blitzlichtartigen Vorgängen. Dazu zählen insbesondere Lauflichtanlagen und Videowände/ Mediabords.
 - k. Die **Wechselwerbung** ist dadurch definiert, dass sich die Werbung oder das Motiv ändert, z.B. durch ein Plakat, das sich wechselt. Sie ist jedoch nicht zu verwechseln mit Wechsellichtanlagen. Sich drehende Litfaßsäulen gehören demnach zur Wechselwerbung.
 - l. **(Werbe-)Pylone** oder Stelen sind bauliche Konstruktionen, die zur Aufnahme von Werbemitteln, Hinweisen usw. errichtet werden. Sie bestehen aus mindestens einer

vertikalen Säule an der mindestens ein Trägerelement zur Aufnahme eines flächigen Plakats angebracht werden kann. Oft sind diese nachts beleuchtet.

- m. **Werb Schild:** Werbeschilder sind i.d.R. Hinweisschilder auf bestimmte Nutzungen/ Angebote in verschiedenen Formen und Größenordnungen ohne bestimmte Definition.
- n. **Werbetafel/ Großfläche** sind Werbeanlagen mit einer Fläche von 3,80 m auf 2,70 m (Euroformat), z.T. auch beleuchtet.

§ 4

Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Gestaltung der Werbeanlagen

- a. Werbeanlagen sind so zu gestalten, dass sie stets Rücksicht auf den Maßstab, die architektonische Gliederung, den gestalterischen Charakter des Gebäudes und des städtebaulichen Raums nehmen.
- b. Werbeanlagen sind an das Ortsbild sowie in das Straßen- und Landschaftsbild anzupassen und sind in Größe, Farbe, Form, Werkstoff und Anbringungsart einzufügen. Werbeanlagen sind unzulässig, wenn sie durch regellose Anbringung, Häufung, Wiederholung, grelle Farbgebung oder Beleuchtung, durch Verdecken und Überschneiden von architektonischen Gliederungselementen sowie an Schornsteinen und auf geneigten Dachflächen verunstaltend wirken.
- c. Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem Stadtbild anzupassen. Dies gilt auch für serienmäßig hergestellte Firmenwerbung sowie Waren- und Firmenzeichen.
- d. Bauteile und architektonische Gestaltungs- und Gliederungselemente, die dem Gebäude ihr charakteristisches Gepräge geben, dürfen in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigt werden.
- e. Mehrere Werbeanlagen, insbesondere bei mehreren Gewerbeeinheiten in einem Gebäude, sind so zu errichten, anzuordnen und zu gestalten, dass ein einheitliches Gesamtkonzept vorliegt. Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist zu vermeiden.

(2) Anordnung zulässiger Werbeanlagen

- a. Zulässig sind Werbeanlagen in Form von Schildern, Beschriftungen, Bemalungen, Symbolen, Warenzeichen und Schaukästen.
- b. Werbeanlagen sind nur an straßenseitigen Fassaden anzubringen. Dies dient dem Schutz der rückwärtigen Wohn- bzw. Grünbereiche.
- c. Werbeanlagen sind nur im Erdgeschoss und zwischen den Fenstern des Erdgeschosses sowie den Fenstern des Obergeschosses (Brüstungszone des 1. Obergeschosses) zulässig. Für Betriebe, deren Geschäftsräume ausschließlich in den Obergeschossen liegen, ist ausnahmsweise auch eine Anbringung der Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfelds des 1. Obergeschosses zulässig.
- d. Bei fensterlosen Fassaden oder abweichender Fassadengliederung ist die Werbeanlage in einem Bereich bis maximal 4,00 m Höhe, gemessen vom Straßenniveau, anzubringen.
- e. Bei eingeschossigen Gebäuden und Fassaden sind Werbeanlagen nur bis unterhalb der Dachtraufe zulässig.
- f. Die Gesamtlänge aller Werbeanlagen an der straßenzugewandten Fassade darf insgesamt max. 50% der Fassadenlänge / Gebäudebreite betragen.
- g. Schriftzüge von Werbeanlagen dürfen nur horizontal auf der Fläche der Brüstungszone des 1. Obergeschosses angebracht werden. Die Tiefe der Buchstaben und Schrifttafeln darf 0,15 m

(von Vorderkante bis Putz gemessen) nicht überschreiten. Einzelbuchstaben dürfen das Höhenmaß von 0,80 m nicht überschreiten.

- h. Bei beleuchteten bzw. hinterleuchteten Werbeanlagen ist die Beleuchtung nur auf den Bereich der Werbeanlage zu beschränken und darf keine beeinträchtigende Reflexion bzw. Störungen der Verkehrsteilnehmer verursachen.
- i. Eine Beklebung von Schaufenstern, Fenstern oder Glastüren in Form von Schrift- und Bildwerbung ist grundsätzlich nur im Bereich des Erdgeschosses und bis zur Hälfte der Glasfläche zulässig. Die Beklebung darf nur von innen erfolgen. Bei vorübergehenden Beklebungen können Abweichungen zugelassen werden.
- j. Es ist nur eine Stele/ Pylon pro Gewerbeeinheit zulässig.
Freistehende Stelen/ Pylone sind nur zulässig, sofern
 - die Leistungsstätte mehr als 5,00 m von der straßenseitigen Grundstücksgrenze zurückgesetzt ist,
 - mindestens 0,50 m Abstand zur öffentlichen Verkehrsfläche eingehalten werden,
 - das Flächenmaß von 3 m² nicht überschritten,
 - und die Höhe auf maximal 3,00 m begrenzt wird.

In gewerblich geprägten Gebieten kann von diesen Vorgaben hinsichtlich Fläche und Höhe abgewichen werden, wenn die Werbeanlage in einem angemessenen Verhältnis zur Umgebung/ zum Gebäude steht sowie das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht beeinträchtigt und Fernwirkungen vermieden werden.

Für **Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels** gelten gesonderte Vorgaben, diese gelten auch für **Tankstellen** zur Gewährleistung des §15 Abs. 1 Preisangabenverordnung (PAngV) (deutliche Lesbarkeit für heranfahrende Kraftfahrer):

- die Größe des Pylons/Stele ist auf eine maximale Höhe von 7,00 m und einer maximalen Breite von 2m begrenzt.
- k. Fahnenmaste sind auf eine maximale Höhe von 4,00 m begrenzt. Es ist maximal ein Fahnenmast pro Gewerbeeinheit zulässig.

§ 5

Zulässigkeit von Werbeanlagen in den ausgewiesenen Schutzzonen der Ortskerne

Für die im Lageplan gekennzeichneten Schutzzonen gelten neben den Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen gem. § 4 sowie den unzulässigen Werbeanlagen gem. § 7 folgende Regelungen:

- a. Zulässig sind Werbeanlagen, die für Werbeanschläge bestimmt sind, nur als Säulen und in einheitlichen Schaukästen (City-Light-Poster) und in Schaukästen in Buswartehäuschen.
- b. Säulen (Litfaßsäulen) sind bis 3,60 m Höhe und bis 1,30 m Außendurchmesser zulässig.
- c. Anschläge sind in Schaukästen und in Schaukästen an Buswartehäuschen in folgenden Höchstmaßen (inklusive Standfuß) zulässig: maximal zwei Tafeln von je 2,00 m Höhe und 1,50 m Breite. Werbeanlagen an der Attika oder an/ auf dem Dach der Buswartehäuschen sind nicht zulässig.
- d. An einem Aufstellungsort sind maximal zwei Werbeanlagen zur Fremdwerbung zulässig. *Definition Aufstellungsort: als ein Aufstellungsort wird ein unmittelbar zusammenhängender Bereich mit Werbeanlagen zur Fremdwerbung bezeichnet.*
- e. Die einzelnen Aufstellungsorte für Werbeanlagen zur Fremdwerbung müssen einen Abstand zueinander aufweisen, der stets einen optischen Eindruck von getrennten Aufstellungsorten

vermittelt (abhängig von den konkreten Gegebenheiten vor Ort und daher nicht pauschal bestimmbar).

- f. Unzulässig sind Anschlagtafeln, Plakatwände oder Mega-Light-Plakate.
- g. Lauf- Wechsel- und Blinklicht und Werbepylone sowie Großbild-/ Videowände mit wechselnden Bild Darstellungen sind unzulässig.

§ 6

Zulässigkeit von Werbeanlagen in Gewerbegebieten

Für die Gewerbegebiete gelten neben den Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen gem. § 4 sowie den unzulässigen Werbeanlagen gem. § 7 folgende Regelungen:

- a. In den Gewerbegebieten sind Anlagen für Fremdwerbung bis zu einer Größe von 2,70 m Höhe und 3,80 m Breite (Außenmaß) zulässig.
- b. Großflächenwerbung (größer als 2,70 m Höhe und 3,80 m Breite (Außenmaß)) an Gebäuden kann ausnahmsweise zugelassen werden, wenn sie in einem angemessenen Verhältnis zum Gebäude steht und das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht beeinträchtigt.
- c. Litfaßsäulen (bis zu einer Höhe von 3,60 m, Außendurchmesser 1,30 m), Werbung in einheitlichen Schaukästen (City-Light-Poster) und in Schaukästen in Buswartehäuschen (bis zu einer Höhe von 2,00 m, Breite 1,50 m) sind zulässig.
- d. An einem Aufstellungsort sind maximal zwei Werbeanlagen zur Fremdwerbung zulässig. *Definition Aufstellungsort: als ein Aufstellungsort wird ein unmittelbar zusammenhängender Bereich mit Werbeanlagen zur Fremdwerbung bezeichnet.*
- e. Die einzelnen Aufstellungsorte für Werbeanlagen zur Fremdwerbung müssen einen Abstand zueinander aufweisen, der stets einen optischen Eindruck von getrennten Aufstellungsorten vermittelt (abhängig von den konkreten Gegebenheiten vor Ort und daher nicht pauschal bestimmbar).

§ 7

Unzulässigkeit von Werbeanlagen

- (1) Unzulässig sind:
 - a. Werbeanlagen in Form von Wechselanlagen, Laser- und Lauflichtanlagen,
 - b. Booster (Lichtwerbung am Himmel),
 - c. Werbeanlagen auf dem Dach,
 - d. Werbeanlagen an Schornsteinen,
 - e. Werbeanlagen an Einfriedungen sind unzulässig,
 - f. Werbeanlagen in Neonfarben sowie grellen, reflektierenden oder fluoreszierenden Farben.

§ 8

Genehmigungs- und Anzeigepflicht

- (1) Die Errichtung oder Anbringung von Werbeanlagen bei mehr als 1,0 m² Ansichtsfläche bedarf einer Baugenehmigung.
- (2) Mehrere Werbeanlagen, deren Ansichtsflächen zusammen größer als 1,0 m² sind, stellen eine Werbeanlage dar und sind als Sammelwerbeanlage genehmigungspflichtig. Einzelne Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m² müssen zueinander einen Mindestabstand von 50 m haben.

§ 9

Widerruflichkeit, Bedingungen, Auflagen

- (1) Die Genehmigung kann in widerruflicher Weise erteilt werden. Sie kann mit Bedingungen und Auflagen verbunden werden.

§ 10

Hinweise

- (1) Für Gewerbetreibende besteht die Möglichkeit, in den Gewerbegebieten auf Sammelaufstellern zu werben.
- (2) An Gebiete, die unmittelbar an den Außenbereich angrenzen sind strengere Anforderungen zu stellen. Diese sind im Einzelfall mit der Baurechtsbehörde abzustimmen.

§ 11

Befreiungen

Befreiungen können im Einzelfall gestattet werden, wenn die Einhaltung der Vorschriften an den konstruktiven und räumlichen Gegebenheiten der Gebäude scheitert, die Architektur der Gebäude und der Charakter des Straßenbildes dies zulassen und die Abweichung mit der gestalterischen und städtebaulichen Zielsetzung der Satzung vereinbar ist.

§ 12

Sonderregelungen

Diese Satzung gilt nicht für Werbeanlagen an denkmalgeschützten Gebäuden. Hier können weitergehende Auflagen nach dem Denkmalschutzgesetz gefordert werden.

§ 13

Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne von § 75 Abs. 3 Nr. 2 LBO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen der §§ 3 und 4 dieser Satzung mit Werbeanlagen die genannten und zugelassenen Maße überschreitet. Diese Ordnungswidrigkeit kann nach § 75 LBO mit einer Geldbuße geahndet werden.

§ 14

Bestandteile der Satzung

Diese Satzung besteht aus:

- (1) Satzungstext
- (2) Anlage 1 Lagepläne zur Abgrenzung des Geltungsbereiches
- (3) Begründung: Gutachten zur Steuerung von Werbeanlagen in der Stadt Remseck am Neckar, Berichtsentwurf vom 27.03.2023, Büro Dr. Donato Acocella - Stadt- und Regionalentwicklung, Dortmund/ Nürnberg.

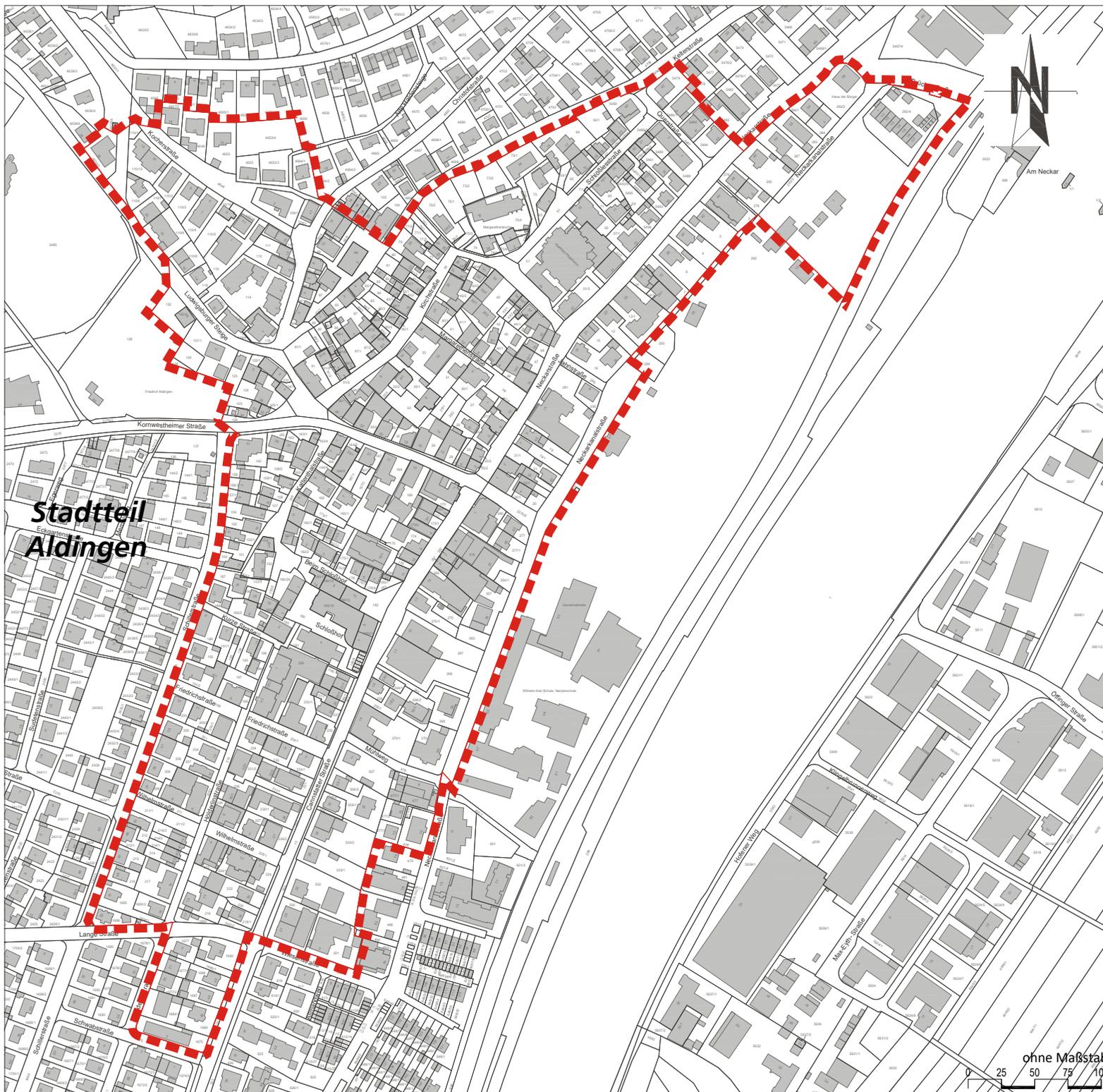
§ 15

Inkrafttreten

Die Satzung tritt mit ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Remseck am Neckar, den 27.09.2023

.....
Birgit Priebe, Bürgermeisterin



**Stadtteil
Aldingen**

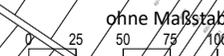
LEGENDE

 Abgrenzung Schutzzone

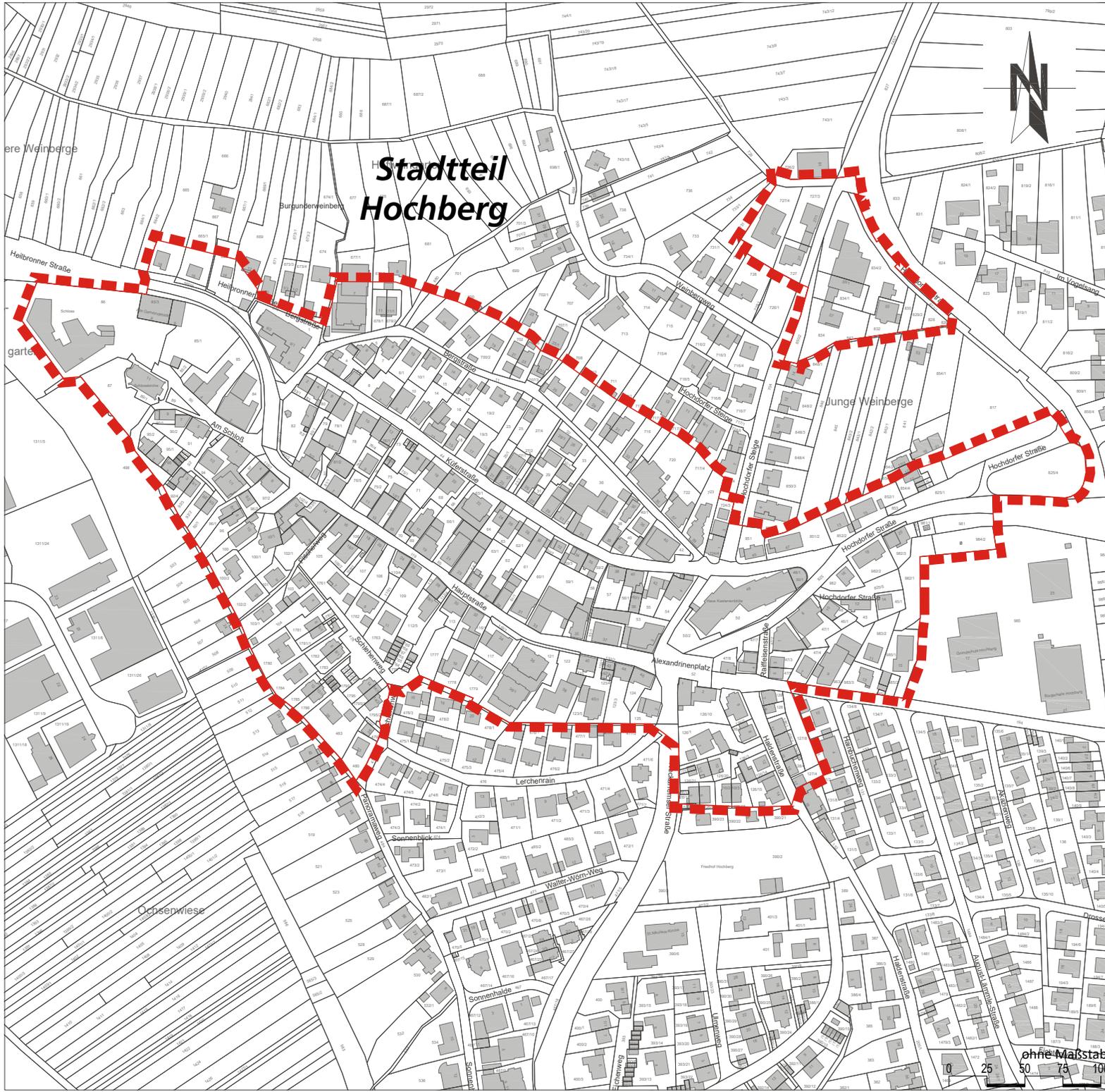


Anlage 1.a
Werbeanlagensatzung

Stadtteil Aldingen
Abgrenzung Schutzzone



Planverfasser:
Stadt Remscheid am Neckar
 Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
 Marktplatz 1 71686 Remscheid am Neckar
 Telefon: 07146 2809-0 info@remscheid.de



**Stadtteil
Hochberg**

LEGENDE

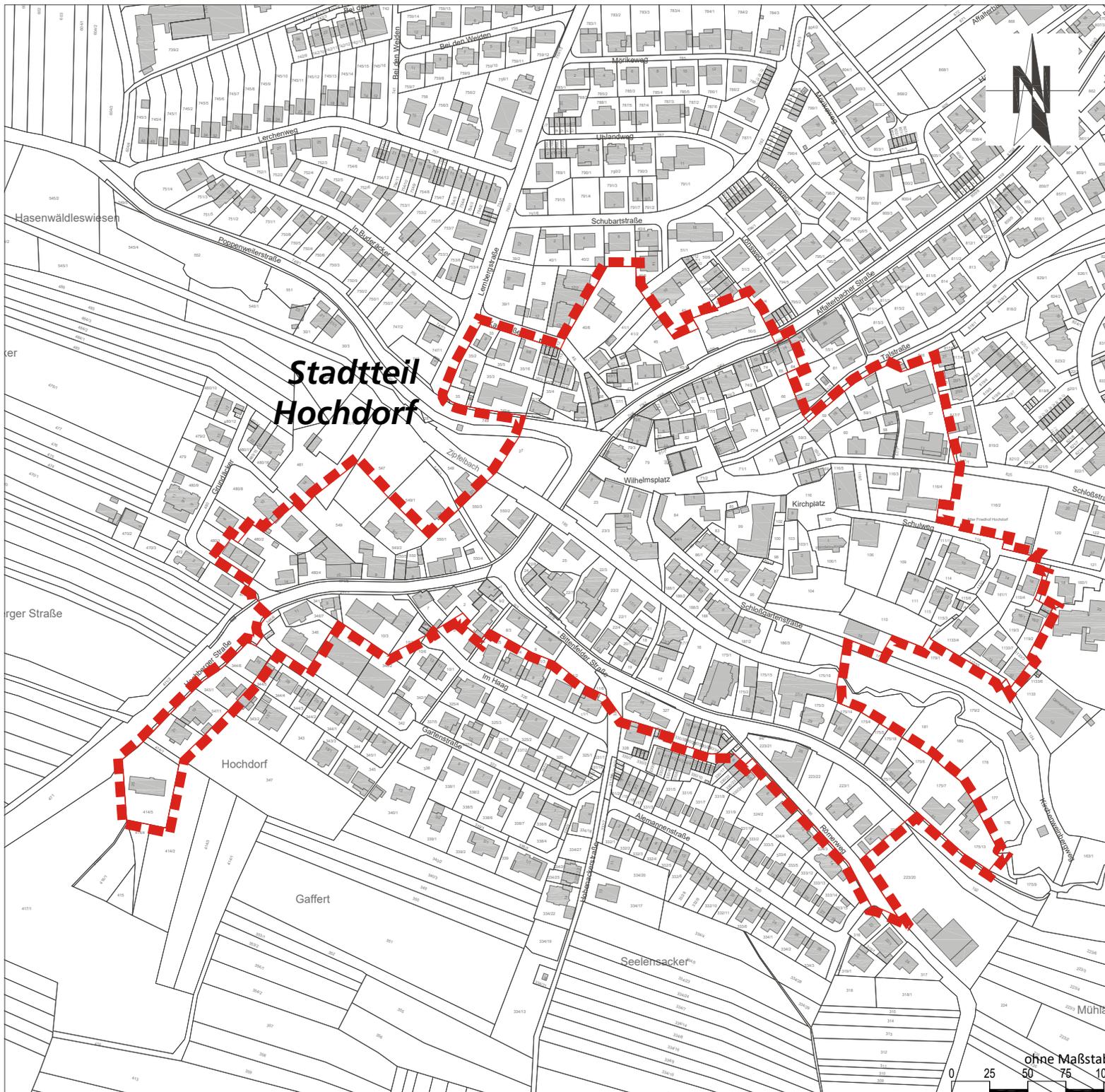
 Abgrenzung Schutzzone



Anlage 1.b
Werbeanlagensatzung
Stadtteil Hochberg
Abgrenzung Schutzzone

Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de

ohne Maßstab
0 25 50 75 100



LEGENDE

 Abgrenzung Schutzzone

**Stadtteil
Hochdorf**

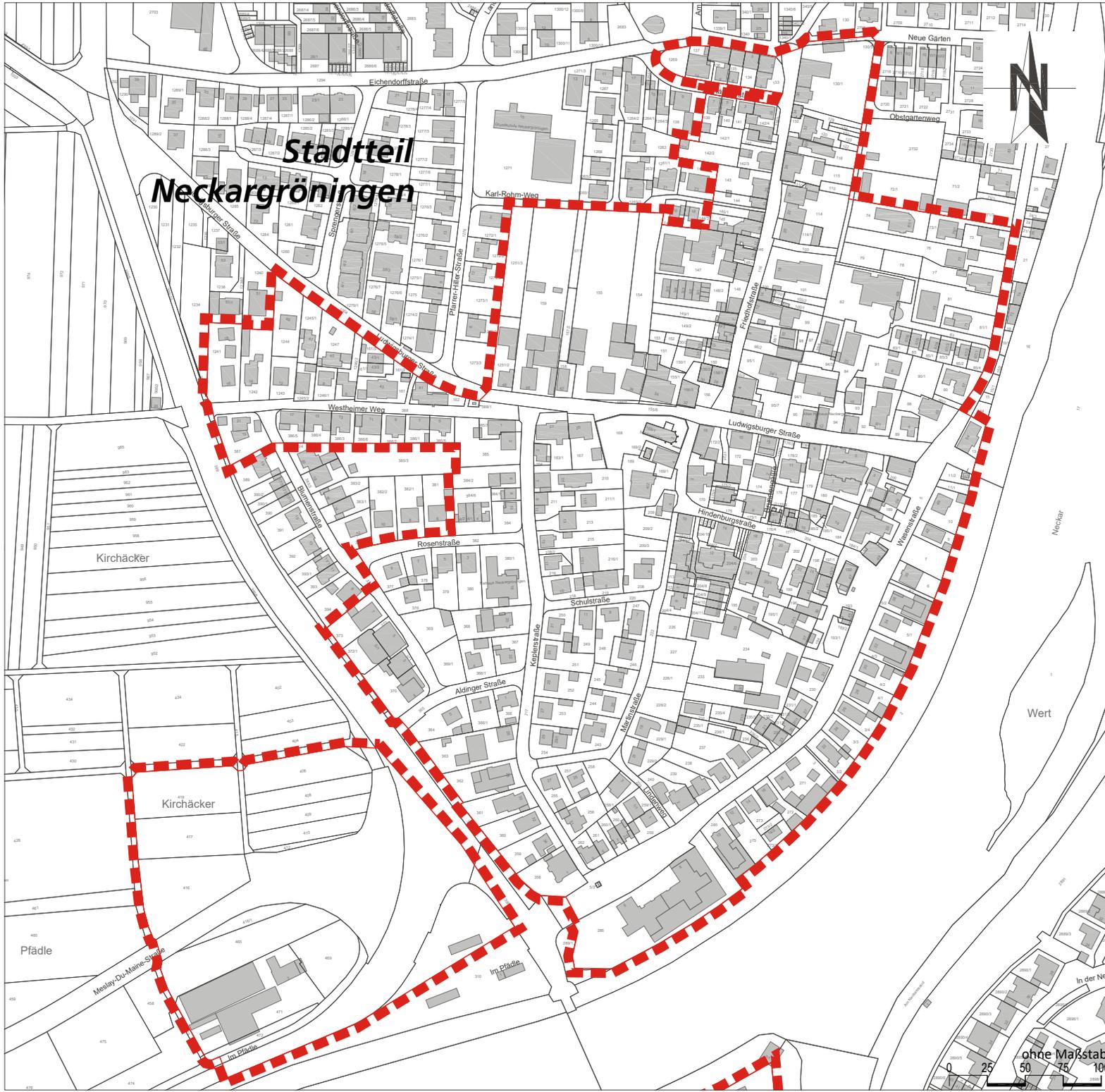


Anlage 1.c
Werbeanlagensatzung

**Stadtteil Hochdorf
Abgrenzung Schutzzone**

ohne Maßstab
0 25 50 75 100

Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de



LEGENDE
 Abgrenzung Schutzzone



Anlage 1.d
Werbeanlagensatzung
 Stadtteil
 Neckargröningen
 Abgrenzung Schutzzone

Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
 Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
 Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
 Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de





LEGENDE

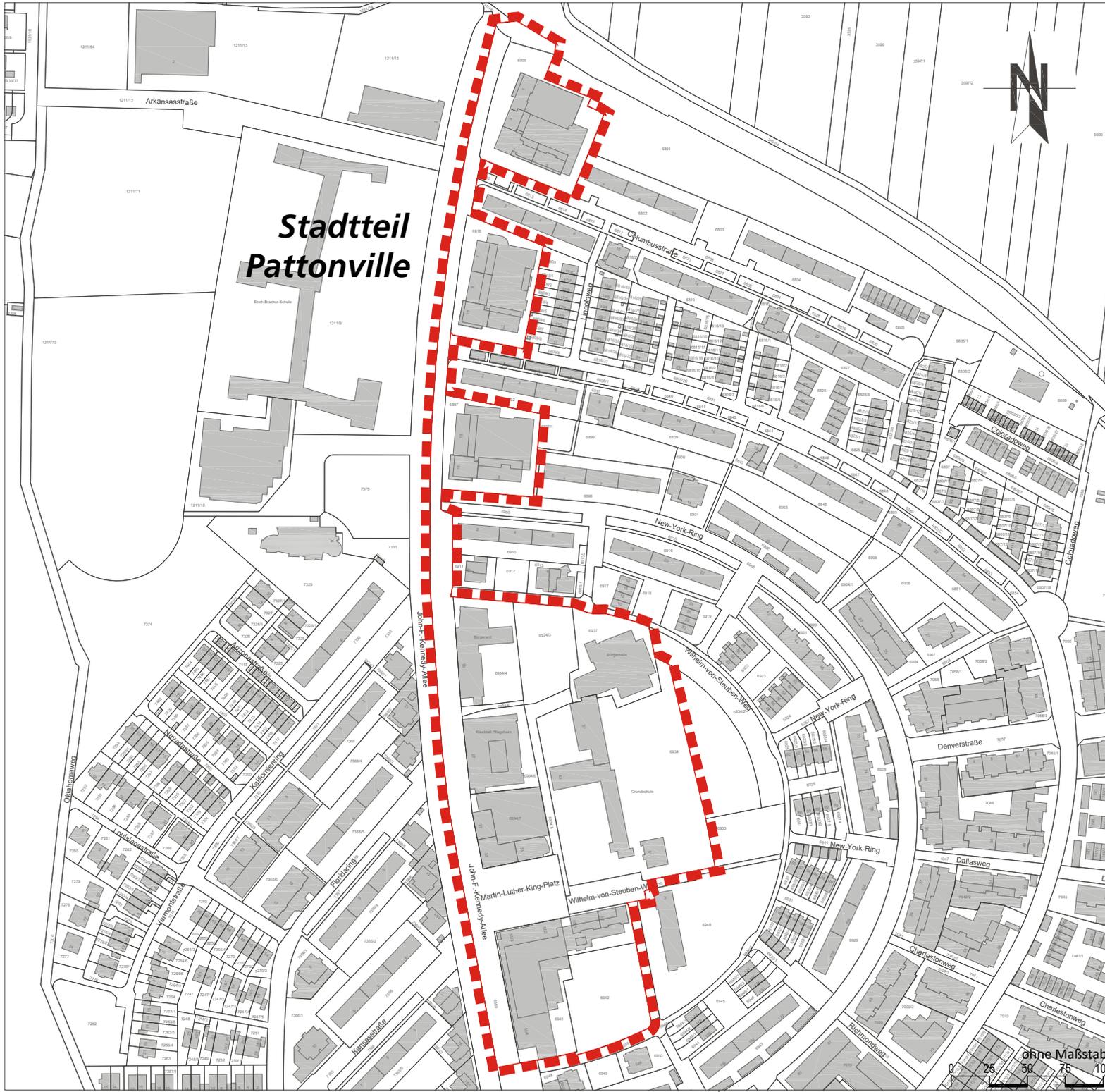
 Abgrenzung Schutzzone



Anlage 1.e
Werbeanlagensatzung

**Stadtteil Neckarrems
 Abgrenzung Schutzzone**

Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
 Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
 Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
 Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de



Stadtteil Pattonville

LEGENDE

 Abgrenzung Schutzzone

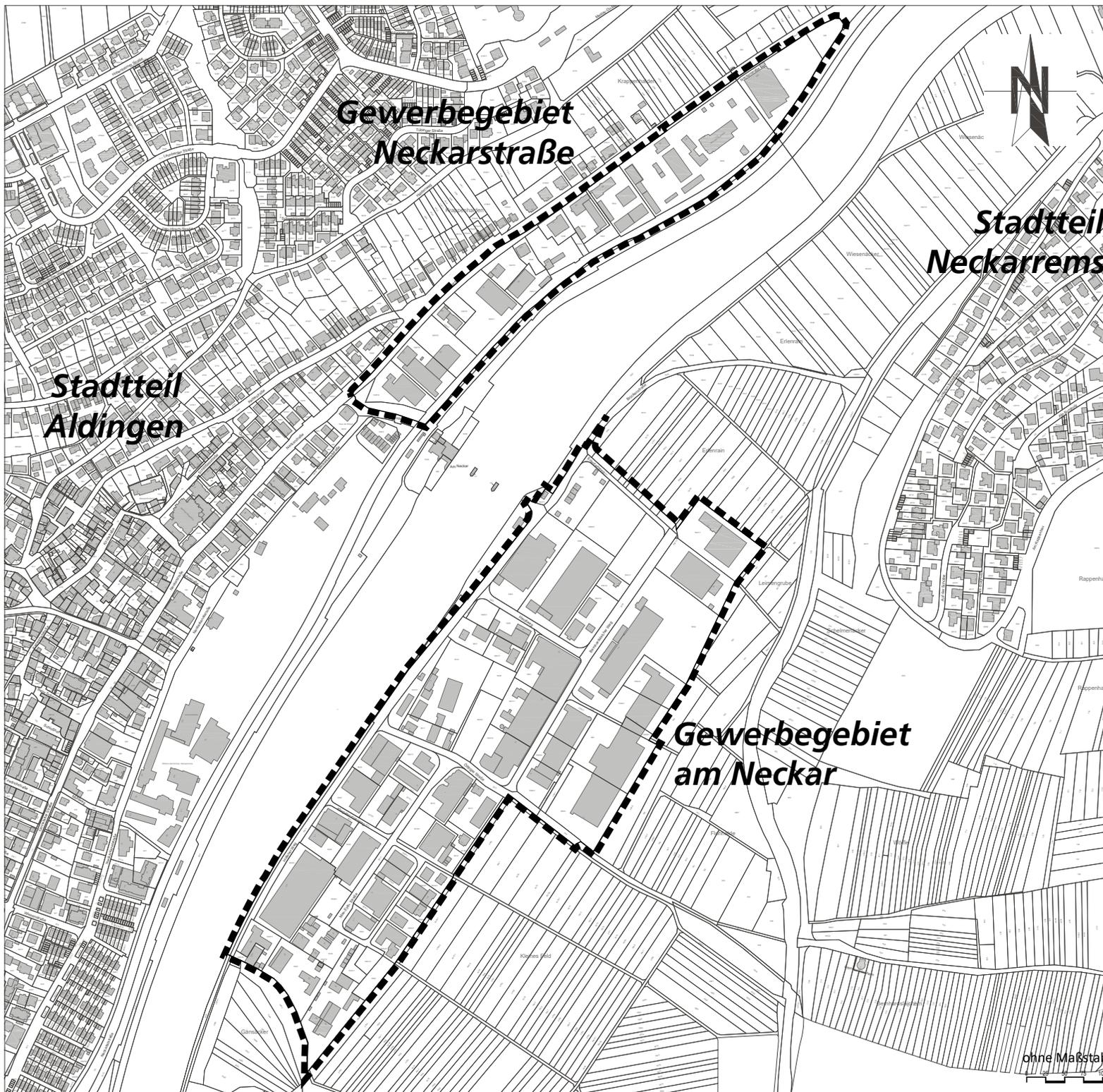


Anlage 1.f Werbeanlagensatzung

Stadtteil Pattonville Abgrenzung Schutzzone



Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
 Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
 Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
 Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de



LEGENDE

 Abgrenzung Gewerbegebiete

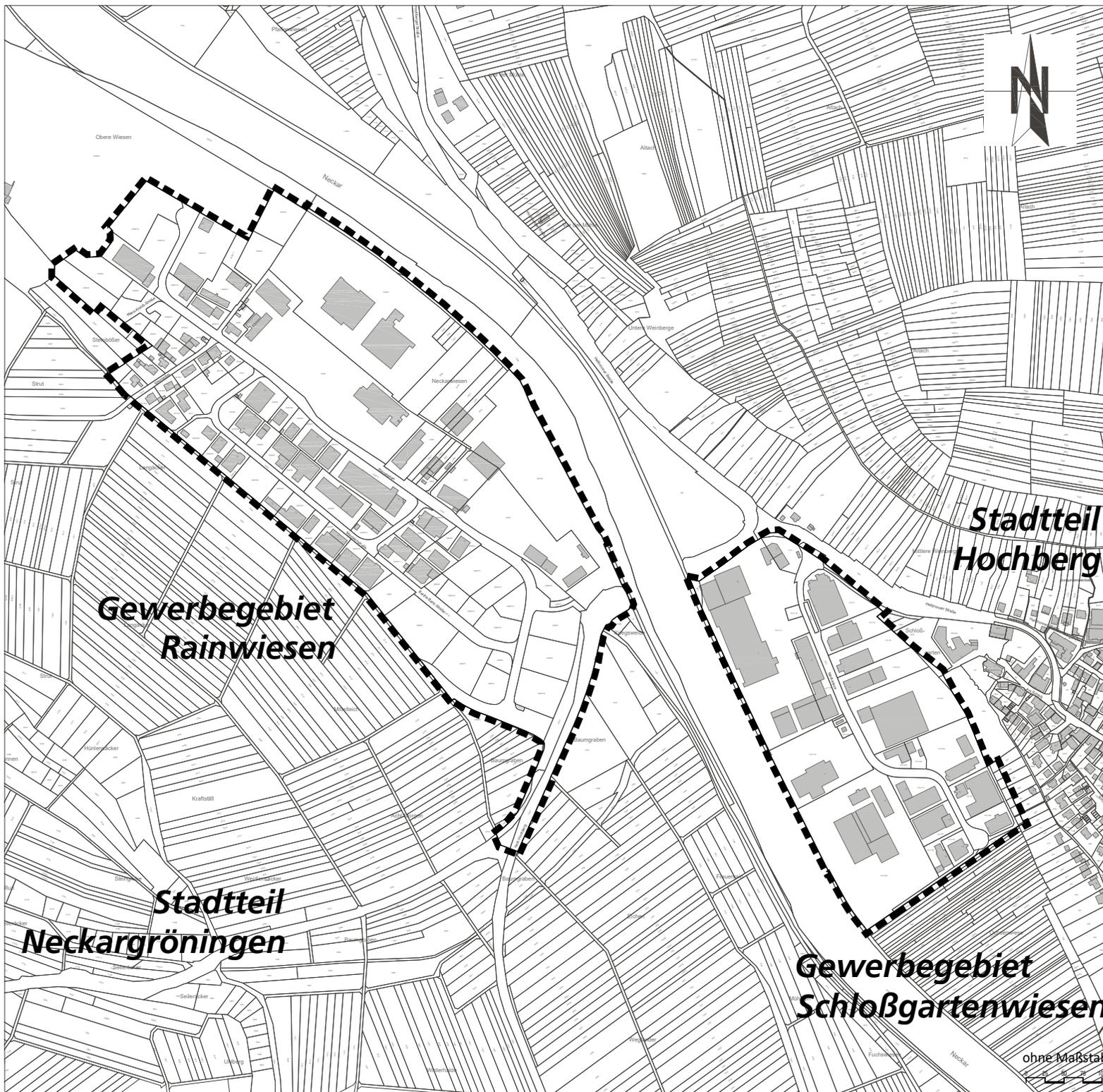


Anlage 1.g
Werbeanlagensatzung

Stadtteil Aldingen
Abgrenzung
Gewerbegebiete

Planverfasser:
Stadt Remscheid am Neckar
 Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
 Marktplatz 1 71686 Remscheid am Neckar
 Telefon: 07146 2809-0 info@remseick.de

ohne Maßstab



LEGENDE

 Abgrenzung Gewerbegebiete



Remseck am Neckar
Große Kreisstadt

Anlage 1.i
Werbeanlagensatzung
**Stadtteil Hochberg/
Neckargröningen**

**Abgrenzung
Gewerbegebiete**

Planverfasser:
Stadt Remseck am Neckar
Fachbereich Bauverwaltung, Stadtplanung
Marktplatz 1 71686 Remseck am Neckar
Telefon: 07146 2809-0 info@remseck.de

ohne Maßstab



