

<b>Gestaltungs- und Werbeanlagensatzung Pforzheim Innenstadt</b>		
Neu-/Erstfassung	Beschlussvorlage	Q 0498
	Beschlussfassung im Gemeinderat	15.12.2015
	Bekanntmachung/Inkrafttreten	22.12.2015
1.Änderungssatzung	Beschlussvorlage	R 0011
	Beschlussfassung im Gemeinderat	08.10.2019
	Bekanntmachung/Inkrafttreten	

# Gestaltungs- und Werbeanlagensatzung Pforzheim Innenstadt

## Rechtliche Grundlagen

Aufgrund der § 74 Abs. 1 Nr. 1, Nr.2 und Nr. 6 LBO und § 75 LBO in der Fassung vom 05.März 2010 (GBl. S. 416) zuletzt mehrfach geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom November 2014 (GBl. S. 501) und § 4 der Gemeindeordnung für Baden Württemberg in der Fassung der Bekanntmachung vom 24. Juli 2000 (GBl. S. 698) zuletzt geändert durch Gesetz vom 16.April 2013 (GBl. S. 55) hat der Gemeinderat der Stadt Pforzheim in seiner Sitzung vom 15.12.2015 folgende Satzung über Anforderungen an Werbeanlagen und Automaten beschlossen. Die bestehende „Gemeindesatzung zur Gestaltung und Genehmigungspflicht von Werbeanlagen im Raume Marktplatz und Umgebung“ von 1984 wird durch diese Satzung ersetzt.

## Präambel – Ziele der Gestaltungs- und Werbeanlagensatzung

Die Innenstadt Pforzheims ist eine der im 2. Weltkrieg am meisten zerstörten Stadtzentren Deutschlands. Die Innenstadt wird daher fast ausschließlich durch nach dem Krieg errichtete Gebäude geprägt. Viele dieser Gebäude wurden in den letzten Jahrzehnten umgebaut oder mit den unterschiedlichsten Anbauten und Ergänzungen versehen. Insgesamt entstand so trotz der in vielen Teilbereichen vorhandenen prägnanten Stadträume und relativ einheitlicher Gebäudekubaturen ein unzusammenhängendes Stadtbild, das von vielen Bürgern als unattraktiv und hässlich empfunden wird.

Die Stadt Pforzheim arbeitet zurzeit auf unterschiedlichen Ebenen an einer umfassenden Aufwertung der Innenstadt. Bei der geplanten gestalterischen Aufwertung des öffentlichen Raumes spielen die Fassaden der raumbegrenzenden Gebäude und die daran angebrachten Werbeanlagen eine sehr wichtige Rolle. Die Neugestaltung der innerstädtischen Straßen und Plätze wird ihre Wirkung nur dann voll entfalten können, wenn nicht nur der städtische Boden, sondern auch die überwiegend in Privatbesitz befindlichen Wände des öffentlichen Raumes aufgewertet werden.

Als Leitlinie für die zukünftige Aufwertung der innerstädtischen Fassaden wurde ein Fassadenkonzept erarbeitet, in dem auf der Grundlage einer umfassenden Bestandsanalyse Empfehlungen zum Umgang mit der Fassadengliederung, den Dachgeschossen, dem Fassadenmaterial, der Fassadenfarbe, den Fenstern, Vordächern, Ladenfassaden und Werbeanlagen formuliert werden. Das Fassadenkonzept dient als inhaltliche Grundlage für eine Beratung und eventuelle Förderung von Aufwertungsmaßnahmen an Fassaden und gibt Empfehlungen für eine rechtlich verbindliche Absicherung der Leitbildziele.

In der Gestaltungs- und Werbeanlagensatzung werden auf der Grundlage der Empfehlungen des Fassadenkonzeptes verbindliche Grundregeln für die Gestaltung der Fassaden und Werbeanlagen definiert. Die Satzungsfestsetzungen beschränken sich auf Mindestanforderungen, die im Zuge einer Beratung und eventuellen Förderung ergänzt werden können.

## § 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich erstreckt sich auf das im Lageplan umgrenzte Gebiet der Innenstadt. Der Lageplan ist Bestandteil dieser Satzung.

## § 2 Sachlicher Geltungsbereich

Diese Satzung gilt für Neu- und Wiederaufbauten, Sanierungen, Instandsetzungen, Modernisierungen, Umbauten und Erweiterungen von baulichen Anlagen und Teilen baulicher Anlagen sowie Werbeanlagen innerhalb des Geltungsbereiches.

Diese Satzung gilt auch dann, wenn (z.B. im Rahmen eines Inhaberwechsels) vorhandene Werbeanlagen in ihrem äußeren Erscheinungsbild geändert werden.

Sie gilt ausschließlich für Maßnahmen an Fassaden, die an den öffentlichen Raum angrenzen.

Die Festsetzungen für Werbeanlagen gelten zusätzlich auch für Brandwände, die unmittelbar an straßenseitige Fassaden angrenzen.

Bei Fassaden, die auf der Grundlage des § 24 EnEV als besonders erhaltenswerte Bausubstanz ausgewiesen sind, gilt die Satzung für alle nicht erhaltenswerten Bauteile und Werbeanlagen. Bei einer Veränderung der als erhaltenswert ausgewiesenen Fassadenteile müssen die Veränderungen der Satzung entsprechen.

Die Anforderungen nach §§ 7-14 dieser Satzung gelten nicht, soweit sie die Nutzung erneuerbarer Energien ausschließen oder unangemessen beeinträchtigen ( § 74 I S. 2 LBO).

Diese Satzung gilt nicht für Werbeanlagen im öffentlichen Raum.

Anforderungen von sonstigen rechtlichen Vorschriften wie z.B. dem Denkmalschutzgesetz Baden - Württemberg und bestehenden Bebauungsplänen bleiben von dieser Satzung unberührt.

## § 3 Begriffe

Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung (Anlagen der Außenwerbung) 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, Lichtwerbung, Schaukästen, sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln oder Flächen.

Einzelbuchstaben:

Einzelbuchstaben sind einzeln an der Fassade befestigte oder auf die Fassade aufgemalte Buchstaben ohne über die Buchstabenkontur hinausgehende Trägerplatte.

Schriftzüge:

Schriftzüge sind Schriften aus typografisch zusammenhängenden Einzelbuchstaben ohne über die Schriftkontur hinausgehende Trägerplatte.

Keine Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind:

1. Werbeanlagen, die im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen angebracht oder aufgestellt werden, während der Dauer des Wahlkampfes
2. Theaterwerbung
3. Werbeanlagen an Baugerüsten
4. Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Vitrinen

Die Abbildungen in der Satzung sind keine eigenständigen Festsetzungen, sondern veranschaulichen lediglich die textlichen Festsetzungen.

## § 4 Verpflichteter

Verpflichteter ist, wer eine Maßnahme im Sinne dieser Satzung als Bauherr durchführt oder veranlasst.

## § 5 Kenntnisgabe- und Genehmigungspflicht

Folgende Vorhaben unterliegen nach § 74 Abs. 1 Nr. 6 LBO der schriftlichen Kenntnisgabe:

Aus dem Anhang zu § 50 Abs. 1 LBO folgende Ziffern, sofern die betreffenden Vorhaben vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind:

1. Gebäude und Gebäudeteile
  - k) Vorbauten ohne Aufenthaltsräume bis 40 m<sup>3</sup> Brutto-Rauminhalt (z.B. auskragende Vordächer)
  - m) Balkonverglasungen sowie Balkonüberdachungen bis 30 m<sup>2</sup> Grundfläche
2. tragende und nichttragende Bauteile
  - c) Öffnungen in Außenwänden und Dächern von Wohngebäuden und Wohnungen
  - d) Außenwandverkleidungen, Verblendungen und Verputz baulicher Anlagen
  - e) sonstige unwesentliche Änderungen der Anlagen oder Einrichtungen, soweit sie die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbare Gestaltung der Anlage verändern (z.B. Fassadenanstriche, Fenstererneuerung)
3. Werbeanlagen, Automaten
  - a) Werbeanlagen bis 1m<sup>2</sup> Ansichtsfläche
  - d) Automaten

Abweichend von § 50 Abs. 4 LBO ist die Durchführung eines Kenntnisgabeverfahrens auch für Instandsetzungsarbeiten erforderlich, sofern in der Gestaltungs- und Werbeanlagensatzung definierte Anforderungen einzuhalten sind.

Bei allen Arbeiten an Werbeanlagen, die zu einem geänderten Erscheinungsbild der Werbeanlage führen, sind eine neue Kenntnisgabe und eine Beratung entsprechend § 6 dieser Satzung erforderlich.

## § 6 Beratungspflicht

1. Sämtliche Vorhaben im Sinne dieser Satzung unterliegen der Beratungspflicht durch die Stadt Pforzheim oder durch den von der Stadt beauftragten Berater. Die Beratung muss vor Kenntnisgabe und Maßnahmenbeginn erfolgen. Die Beratung entbindet nicht von vorgesehenen Genehmigungs- oder Kenntnisgabeverfahren.

2. Die Stadt Pforzheim kann zur Beurteilung der Vorhaben notwendige besondere Nachweise und Planunterlagen verlangen wie z.B.:
  - Darstellung der an die Maßnahme angrenzenden baulichen Gegebenheiten
  - Darstellung von Details
  - Farbskizzen, Farbmuster und Farbproben, auch an Gebäuden

## **§ 7 Fassadengliederung**

1. Fassaden sind mittels sichtbarer Stützen oder Wandflächen als Lochfassaden, Bandfassaden oder Rasterfassaden zu gliedern. Die Ausführung von flächigen Ganzglasfassaden ohne gliedernde massive Fassadenteile ist nicht zulässig.
2. Bei der Neugestaltung von Fassaden ist zeichnerisch darzustellen, ob durch Farb- und/oder Materialdifferenzierung und/oder abgestufte Dämmstoffstärken eine Verbesserung der vorhandenen Gliederung zu erreichen ist. Wenn die Fassade nach Auffassung der städtischen oder von der Stadt beauftragten Berater durch zusätzliche Differenzierung zu verbessern ist, ist sie entsprechend auszuführen.

## **§ 8 Fassadendämmung**

1. Sind Fassaden oder Fassadenteile nach § 24 EnEV als besonders erhaltenswerte Bausubstanz ausgewiesen, ist eine Außendämmung nicht zulässig, wenn die erhaltenswerte Substanz oder das Erscheinungsbild dadurch beeinträchtigt werden.
2. Beim Anbringen einer Außendämmung ist zeichnerisch darzustellen, ob abgestufte Dämmstoffstärken, z.B. im Bereich zwischen den Fenstern, zu einer Verbesserung der Gliederung führen können. Wenn nach Auffassung der städtischen oder von der Stadt beauftragten Berater durch abgestufte Dämmstärken eine Verbesserung erreicht werden kann, ist die Fassade so auszuführen.
3. Bei einer Dämmung der Fassade sind Blenden von Sonnenschutzeinrichtungen (Raffstoren, Markisen etc.) oberhalb der Fensteröffnungen in die Dämmebene zu integrieren und im Material der Fassade nicht sichtbar zu verkleiden.

## **§ 9 Fassadenmaterial**

1. Außenwandflächen sind zu verputzen, mit Naturstein (Travertin oder Kalkstein/Muschelkalk), Backstein, Klinker, oder matten keramischen Fliesen in einem an die in Anlage 3 definierten Leitfarben angelehnten Farbspektrum zu verkleiden.
2. Bei Ladenfassaden sind zusätzlich zu den unter 1. genannten Materialien auch farblich auf die Schaufensterrahmen abgestimmte Metallverkleidungen und hochglänzende schwarze Fliesen zulässig.

## § 10 Fassadenfarbe

1. Bei farblichen Neugestaltungen von Fassaden oder Fassadenteilen ist vorab ein Farbkonzept bei der Stadt vorzulegen und abzustimmen. Grundlage für die Beurteilung des Farbkonzeptes sind farbige Plandarstellungen und Farbkarten des Farbherstellers.
2. Farbliche Neugestaltungen von Fassaden oberhalb des Erdgeschosses müssen sich an den im Anhang definierten Leitfarben orientieren (Brillux Scala Farben aus dem Gestaltungsleitbild Fassaden). Untergeordnete Bauteile wie z.B. Fensterfaschen oder Gesimse können auch in harmonisch auf die Leitfarbe abgestimmten Farben ausgeführt werden
3. Im Erdgeschoss können die definierten Leitfarben und dunklere Abmischungen dieser Farben verwendet werden.

## § 11 Fenster

1. Blenden von Raffstoren oder Markisen sind in Farbe und Material auf das Rahmenmaterial der Fenster abzustimmen. Die Blenden sind zu minimieren und dürfen nicht über die Fassade vorstehen
2. Waren im historischen Bestand feststehende Teile und Öffnungsflügel der Fenster farblich differenziert, so ist eine farbliche Differenzierung auch bei neuen Fenstern beizubehalten bzw. wiederherzustellen.
3. Zur Minimierung der Fensterprofile ist im Rahmen der Beratung zu prüfen, ob Teilbereiche der Fenster als festverglaste Elemente ausgeführt werden können.
4. Bei nach § 24EnEV als „sonstige besonders erhaltenswerte Bausubstanz“ ausgewiesenen Fassaden, bei denen Fenster als besonders erhaltenswert ausgewiesen sind, sind neue Fenster in Material, Oberfläche und Dimensionierung entsprechend des erhaltenswerten Bestandes zu gestalten.

## § 12 Schaufenster und Ladenfassaden

1. Rahmen und Teilungen von Schaufenstern und Eingangstüren sind aus Metall oder Holz herzustellen. Sie sind farblich in neutralen Grautönen oder RAL Classic Farbtönen 7000-7006, 7009-7048, Schwarz, Weißtönen oder folgenden metallischen Eloxalfarben zu gestalten: Silber, Bronze, Gold, Aluminium.  
Bei Holzrahmen kann das Material ohne Farbauftrag sichtbar bleiben.
2. Schaufensterteilungen sind so anzuordnen, dass möglichst große zusammenhängende Schaufensterflächen entstehen. Horizontale Formate sind zu bevorzugen. Horizontale Schaufensterteilungen sind nicht zulässig.
3. Ladenfassaden unterschiedlicher Läden in einem Gebäude sind gestalterisch aufeinander abzustimmen. Eine Abstimmung ist nicht erforderlich, wenn der umgebende Bestand nicht den Anforderungen der Gestaltungssatzung entspricht.

## § 13 Vordächer und Markisen

1. Vordächer sind in ihrer Höhe auf das konstruktiv unbedingt notwendige Maß zu beschränken, farblich auf die Gesamtfassade abzustimmen und zurückhaltend in die Gesamtgestaltung der Fassade zu integrieren.
2. Vordächer an einem Gebäude sind einheitlich zu gestalten.
3. Fest am Gebäude angebrachte einfahrbare Markisen dürfen wichtige Gliederungselemente der Fassade nicht verdecken und sind zurückhaltend in die Gesamtfassade zu integrieren.
4. Korbmarkisen sind nicht zulässig.

## § 14 Technische Anlagen

1. Technische Anlagen (wie z.B. Lüftungs- und Klimageräte) dürfen vom öffentlichen Raum aus nicht sichtbar sein. Ausnahmen können zugelassen werden, wenn dies nachweislich technisch nicht anders möglich ist.  
In diesem Fall ist die Anlage gestalterisch in die Fassade zu integrieren.

## § 15 Fremdwerbung

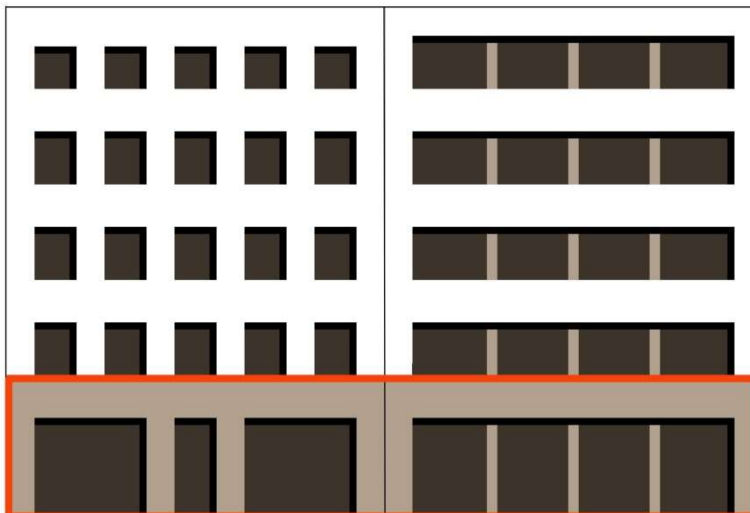
1. Fremdwerbung ist nur an folgenden Orten und nach folgender Maßgabe zulässig:
  - 1.1 Auf vom öffentlichen Raum aus einsehbaren fensterlosen Brandwänden.
  - 1.2 Werbung für Hersteller oder Zulieferer mit anderer Betriebsstätte sind als untergeordneter Teil der an der Stätte der Leistung zulässigen Werbeanlagen eines Betriebes zulässig. Die Fremdwerbung ist gestalterisch in die Werbeanlage an der Stätte der Leistung zu integrieren. (z.B. Brauereilogo auf Gaststättenwerbeanlage, Markenschriftzug als Schaufensterbeklebung eines Bekleidungsgeschäftes).
  - 1.3 Am zentralen Kopfbau des Leopoldplatzes (siehe Anlage 4).
2. Zulässige Arten von Fremdwerbeanlagen  
Fremdwerbeanlagen sind nur zulässig als auf Putz aufgebrachte Bemalung oder Beschriftung, als Banner, als Flachtransparent, als Plakattafel, Kastenanlage, als Einzelbuchstaben oder als zusammenhängender Schriftzug. Die Anlage kann beleuchtet sein oder selbst leuchten. Am zentralen Kopfbau des Leopoldplatzes (siehe Anlage 4) ist eine Videowand als kombinierte Informations- und Werbeanlage zulässig.
3. Zulässige Anzahl von Fremdwerbeanlagen  
Pro Brandwand bzw. Fassadenansicht ist nur eine Werbeanlage zulässig.
4. Zulässige Größen von Fremdwerbeanlagen  
Die Werbeanlage darf nicht mehr als  $\frac{1}{4}$  der Wandfläche und höchstens 20 m<sup>2</sup> bedecken. Diese maximale Größe gilt auch für die Videowand am zentralen Kopfbau des Leopoldplatzes (siehe Anlage 4).

5. Unzulässige Fremdwerbeanlagen
  - sich bewegende Werbeanlagen
  - Lichtwerbeanlagen mit blinkendem, wechselndem oder laufendem Licht
  - Projizierte Schriften oder Bilder auf Fassaden oder Verkehrsflächen

## § 16 Anbringungsorte von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung

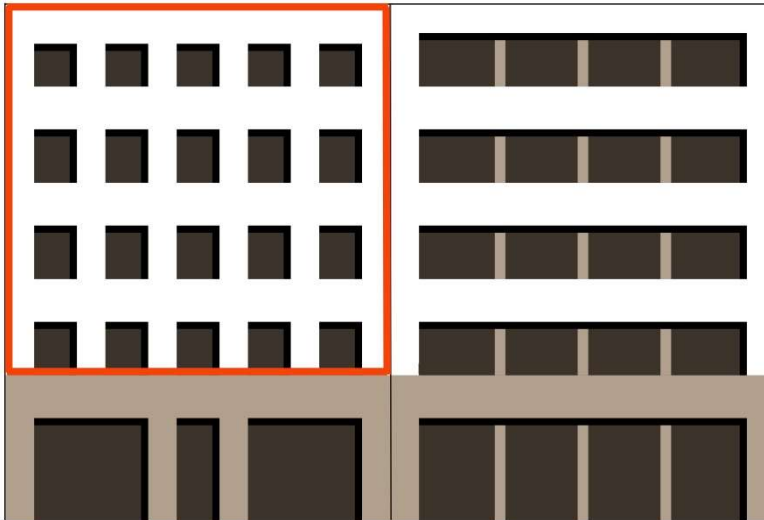


1. Werbeanlagen an der Stätte der Leistung (Beispiel siehe Bild oben) sind nur nach folgender Maßgabe zulässig:

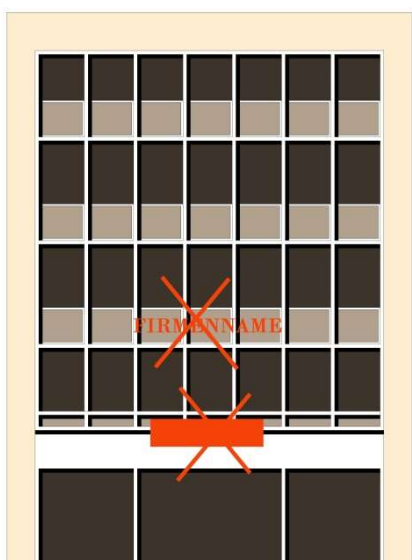


- 1.1 für Nutzungen im Erdgeschoss:  
an den Fenstern und der Fassade des Erdgeschosses bis zur Oberkante des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses.

## § 16 Anbringungsorte von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung

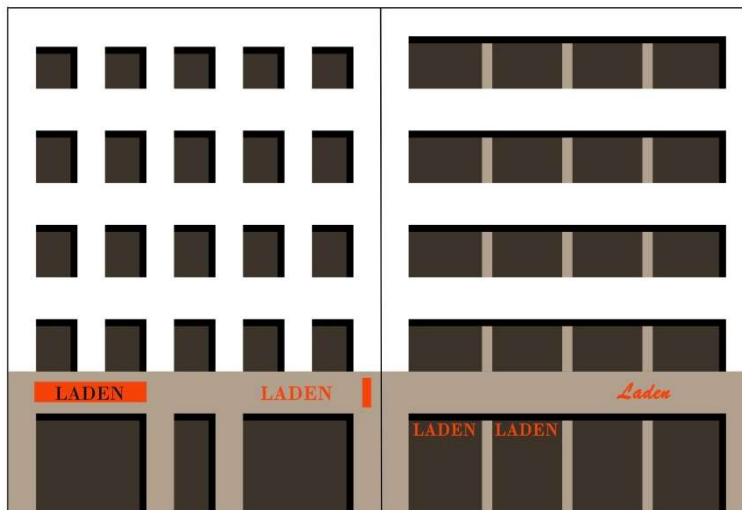


- 1.2 für Nutzungen in den Obergeschossen:  
im Fassadenbereich zwischen der Unterkante der Fenster des 1.Obergeschosses bis zur Gebäudeoberkante.
2. Einzelheiten:
  - 2.1 Mehrere Werbeanlagen im gleichen Geschoss eines Gebäudes müssen auf einer Höhe angebracht werden.
  - 2.2 Die Lage der Anlage ist auf die vorhandene Fassadengliederung abzustimmen und sie muss im Bezug zur Lage des beworbenen Betriebes stehen (z.B. mittig über Eingangstür oder Schaufensteranlage).
  - 2.3 Fensterbeklebungen in den Obergeschossen müssen pro Geschoss einheitlich am unteren oder oberen Fensterrand angebracht werden.
  - 2.4 Wird eine Werbeanlage parallel zum Vordach an der Vorderkante des Vordaches befestigt, darf die Unterkante der Werbeanlage die Unterkante des Vordaches nicht unterschreiten.



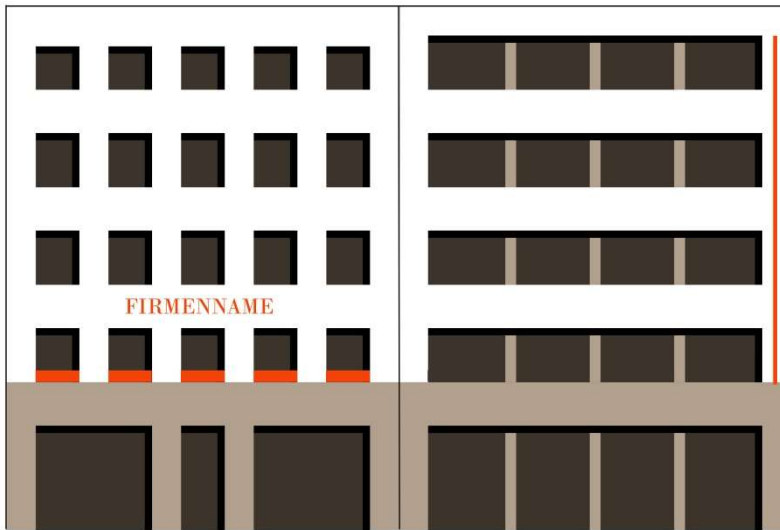
- 2.5 Plastische Gliederungselemente der Fassade (Gesimse, Lisenen, Pfeiler usw.) dürfen durch die Werbeanlage nicht verdeckt werden.

## § 17 Arten von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung



1. Im Erdgeschoss sind nur folgende Arten von Werbeanlagen zulässig
  - 1.1 Flachwerbeanlagen als:
    - 1.1.1 Schrift aus Einzelbuchstaben
    - 1.1.2 Zusammenhängende Schriftzüge
    - 1.1.3 Kastenanlage
  - 1.2 Folienbeschriftungen aus einfarbigen Einzelbuchstaben mit transparentem oder schwarzem Hintergrund im Schaufenster
  - 1.3 Logos
  - 1.4 Eine Kombination der unter 1.1 bis 1.2 genannten Anlagen mit jeweils gleich ausgeführten Logos
  - 1.5 Wandausleger

## § 17 Arten von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung

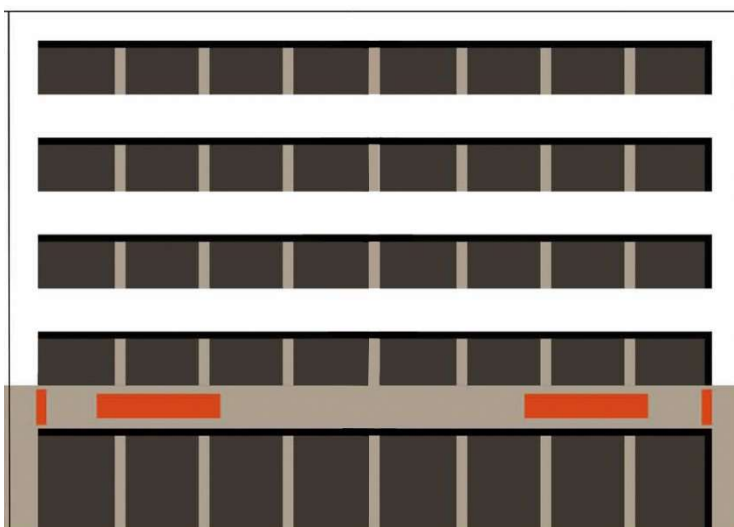


2. In den Obergeschossen sind nur folgende Arten von Werbeanlagen zulässig
  - 2.1 Bei Nutzung des kompletten Gebäudes durch das werbende Unternehmen
    - 2.1.1 Wandausleger
    - 2.1.2 Alle unter 2.2 genannten Werbeanlagen
  - 2.2 Bei Nutzung eines kompletten Geschosses durch das werbende Unternehmen
    - 2.2.1 Schriften aus Einzelbuchstaben im Brüstungsfeld
    - 2.2.2 Zusammenhängende Schriftzüge im Brüstungsfeld
    - 2.2.3 Folienbeschriftungen im Fenster
  - 2.3 Bei Nutzung von weniger als einem Geschoss durch das werbende Unternehmen
    - 2.3.1 Folienbeschriftungen im Fenster

## § 18 Anzahl der zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung



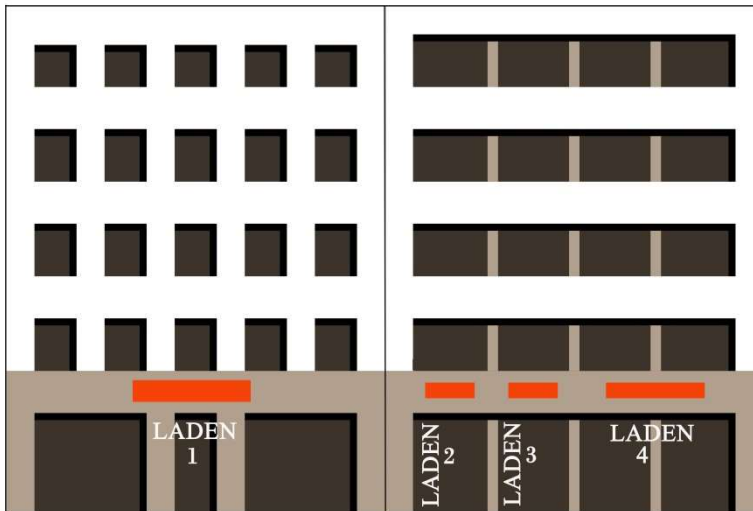
1. Im Erdgeschoss sind pro Betrieb maximal 2 Werbeanlagen in folgenden Kombinationen zulässig:
  - 1.1 Eine Flachwerbeanlage (Einzelbuchstaben, Schriftzug oder Kastenanlage) und ein Ausleger
  - oder
  - 1.2 Eine Flachwerbeanlage und Folienbeschriftung in den Schaufenstern
  - oder
  - 1.3 Folienbeschriftung in den Schaufenstern und ein Ausleger
2. Bei Betrieben in Ecklage (Schaufenster an zwei oder mehr Straßen) sind an jeder Seite des Ladens jeweils nur zwei Werbeanlagen in den unter 1. genannten Kombinationen zulässig.



3. Bei einer Ladenfrontlänge von mehr als 20 m sind im Erdgeschoss bis zu 4 Werbeanlagen, allerdings nur in einer der unter 1. genannten Kombination, zulässig

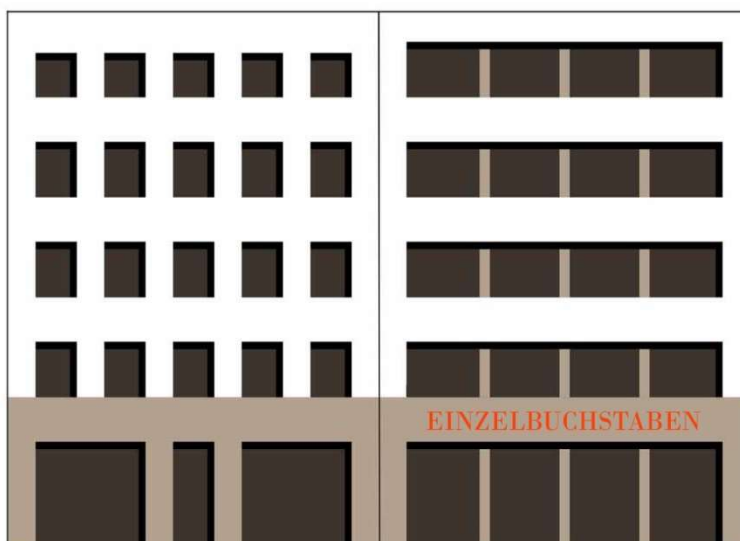
4. In den Obergeschossen ist maximal eine Werbeanlage pro Betrieb zulässig.  
Bei mehreren einheitlich gestalteten Folienbeklebung eines Betriebes an den Fenstern eines Geschosses gilt die Beklebung als eine Werbeanlage.

## § 19 Größen von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung



1. Kastenanlagen im Erdgeschoss :

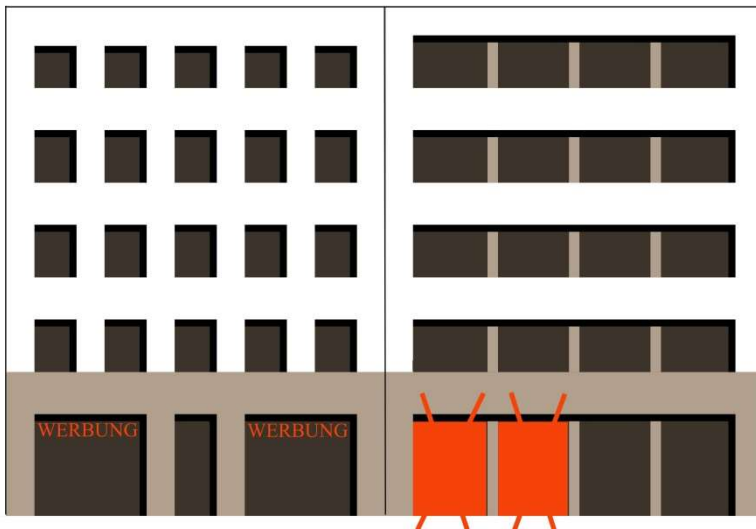
Länge maximal  $\frac{2}{3}$  der Ladenfrontlänge, Höchstmaß 5,0m  
Höhe maximal 0,6m  
Tiefe maximal 0,15m



2. Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben oder zusammenhängendem Schriftzug im Erdgeschoss:

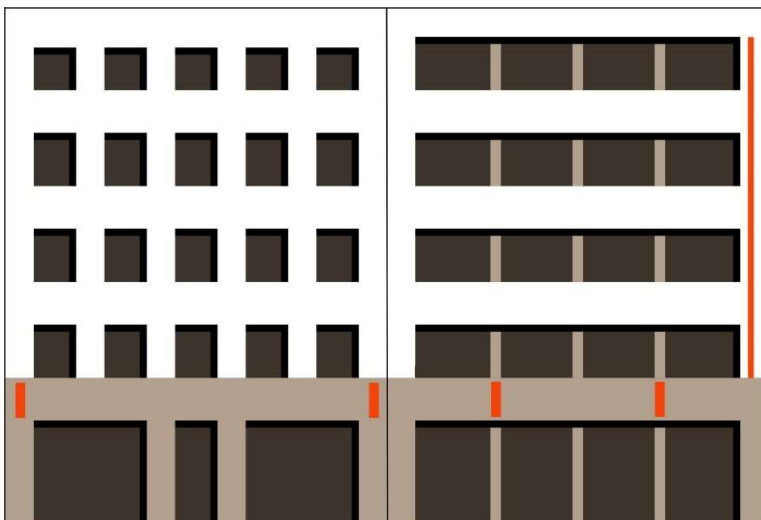
Anlagen aus Einzelbuchstaben und zusammenhängenden Schriftzügen können die Längenbeschränkung von  $\frac{2}{3}$  der Ladenfrontlänge bzw. 5m überschreiten. Ein Mindestabstand von 1,0m zu den jeweils angrenzenden Ladenfronten und Werbeanlagen ist einzuhalten.  
Höhe maximal 0,6m  
Tiefe maximal 0,15m

## § 19 Größen von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung



### 3. Folienbeschriftungen des Schaufensters im Erdgeschoss

Folienbeschriftungen dürfen auf maximal 20% der Schaufensterfläche angebracht werden.  
Bei einer Beklebung mit Einzelbuchstaben werden auch alle Buchstabenzwischenräume und ein Rand von 5cm um die Beschriftung zur Ermittlung des Flächenanteils der Beklebung herangezogen.



### 4. Ausleger im Erdgeschoss

Maximale Ansichtsfläche  $0,7\text{m}^2$

Maximale Bautiefe  $0,15\text{m}$

Die Anlage darf einschließlich Befestigung nicht mehr als  $1,5\text{m}$  in den Straßenraum hineinragen

Die Unterkante des Auslegers muss mindestens  $2,5\text{m}$  über der Gehwegoberkante liegen.

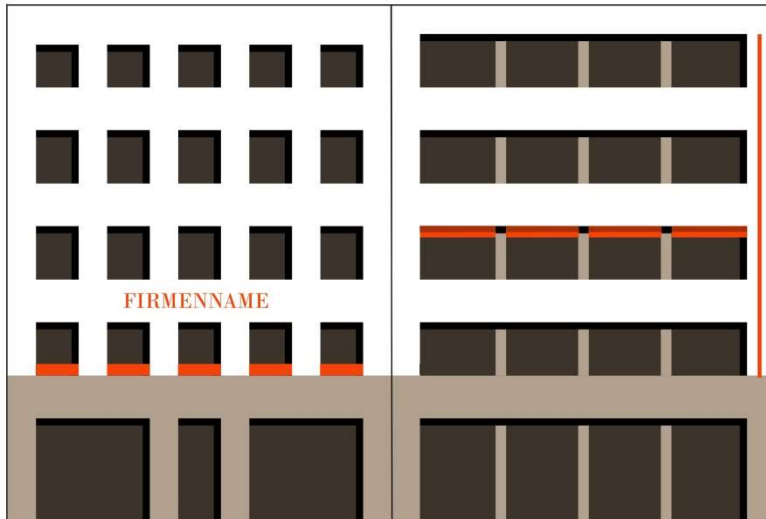
### 5. Ausleger in den Obergeschossen

Die nur bei Nutzung des gesamten Gebäudes durch das werbende Unternehmen zulässige Anlage darf einschließlich Befestigung nicht mehr als  $1,5\text{m}$  in den Straßenraum hineinragen.

Maximale Höhe:

Vom Brüstungsfeld des 1. Obergeschosses bis zur Oberkante der obersten Fenster in der auf gleicher Flucht liegenden Fassade.

Maximale Tiefe  $0,15\text{m}$



#### 6. Einzelbuchstaben und Schriftzüge in den Obergeschossen

Länge maximal 1/3 der Fassadenlänge

Höhe maximal 0,6m

Tiefe maximal 0,15m

#### 7. Fensterbeklebungen in den Obergeschossen

Maximale Höhe 21cm (Höhe DIN A4 quer)

Liegendes Format an der Unter- oder Oberkante der Fenster

## § 20 Unzulässige Anlagen

1. Werbeanlagen, die sich durch regellose Anbringung, Häufung, Wiederholung, Größe, Anbringungsort oder Verdeckung von Fassadengliederungen nicht in die Gesamtgestaltung der Fassade einfügen.
2. Farbliche Gestaltungen in den Farben der Werbeanlage auf Fassadenteilen außerhalb der eigentlichen Werbeanlage (z.B. farbige Gestaltung des Vordaches oder der Schaufensterrahmen)
3. Sich bewegende Werbeanlagen
4. Lichtwerbeanlagen mit blinkendem, wechselndem oder laufendem Licht und Werbeanlagen mit wechselnden Anzeigen (Billboards, Bildschirme etc.)
5. Projizierte Schriften oder Bilder auf Fassaden oder Verkehrsflächen
6. Plastisch gestaltete Werbeanlagen, die verunstaltend wirken (z.B. große Eistüte oder Essenspieß an Wand oder Vordach)
7. Werbeanlagen, die den §§ 15-19 nicht entsprechen

## **§ 21 Ordnungswidrigkeiten**

1. Ordnungswidrig gemäß § 75 Abs. 3 Nr. 2 LBO handelt, wer in dem in § 2 genannten Geltungsbereich dieser Satzung vorsätzlich oder fahrlässig:
  - 1.1 die in § 5 genannten Vorhaben nicht schriftlich zur Kenntnis gibt
  - 1.2 die in § 5 genannten Vorhaben ohne Beratung entsprechend § 6 durchführt
  - 1.3 Fassaden anders als in § 7 festgesetzt gliedert
  - 1.4 Außendämmungen anders anbringt als in § 8 festgesetzt.
  - 1.5 Fassaden mit anderen als den in § 9 festgesetzten Materialien verkleidet
  - 1.6 Fassaden anders farblich gestaltet als nach § 10 festgesetzt
  - 1.7 Fenster anders als in § 11 festgesetzt gestaltet
  - 1.8 Schaufenster und Ladenfassaden anders gestaltet als nach § 12 festgesetzt
  - 1.9 Vordächer und Markisen anders gestaltet als nach § 13 festgesetzt
  - 1.10 Technische Anlagen entgegen der Festsetzungen des § 14 anbringt
  - 1.11 Fremdwerbung anders ausführt als nach § 15 vorgegeben
  - 1.12 Werbeanlagen an der Stätte der Leistung an anderen Orten anbringt als nach § 16 dieser Satzung zulässig
  - 1.13 andere Arten von Werbeanlagen an der Stätte der Leistung als nach § 17 dieser Satzung zulässig anbringt
  - 1.14 mehr Werbeanlagen an der Stätte der Leistung als nach § 18 dieser Satzung zulässig anbringt
  - 1.15 größere Werbeanlagen an der Stätte der Leistung als nach § 19 dieser Satzung zulässig anbringt
  - 1.16 nach § 20 dieser Satzung unzulässige Werbeanlagen anbringt.

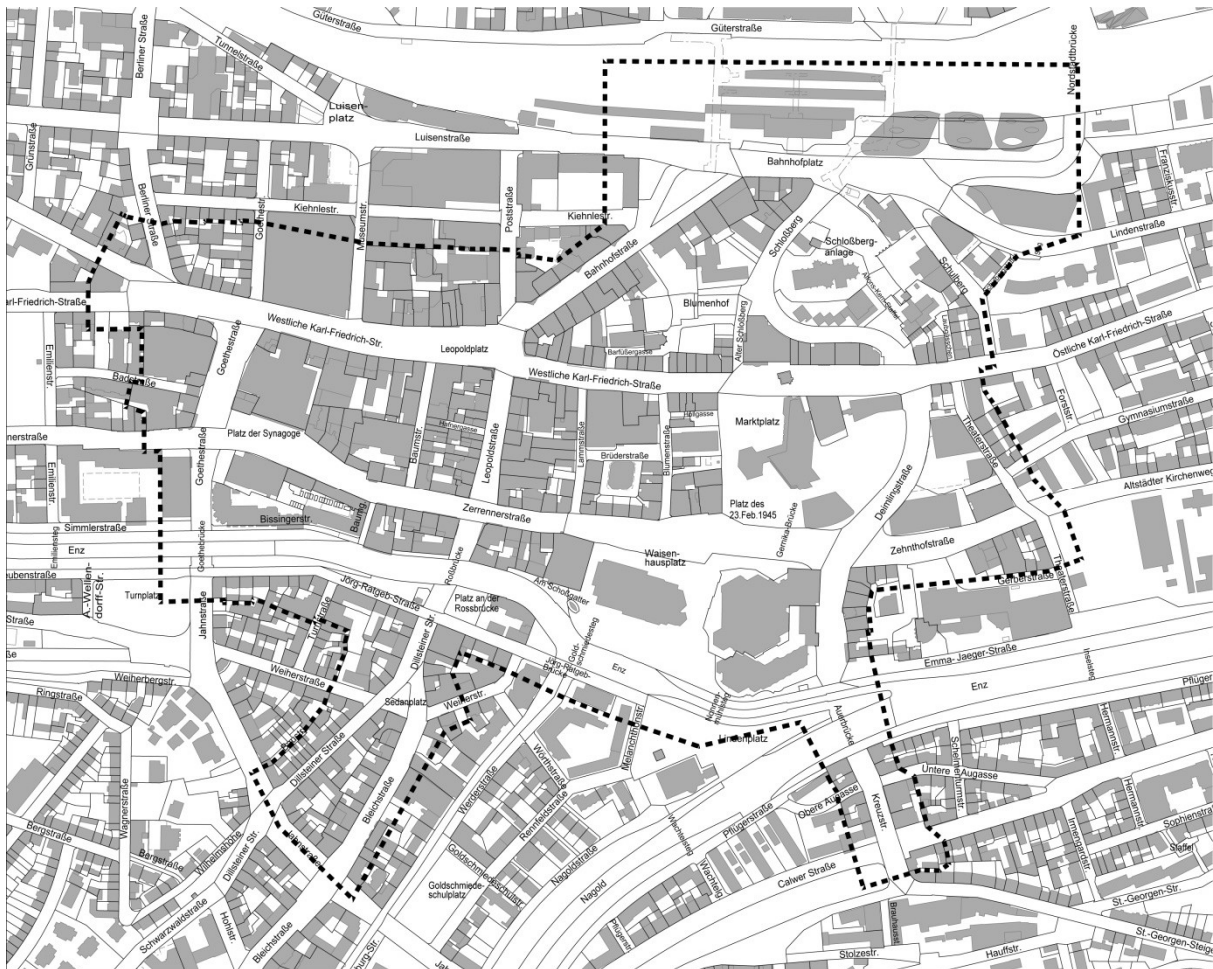
## **§ 22 Bestandteile dieser Satzung**

„Die Satzung besteht aus den textlichen Festsetzungen und dem Lageplan mit Geltungsbereich vom 30.04.2015, dem Lageplan mit Eintragung der nach § 24 EnEV ausgewiesenen ‚sonstigen besonders erhaltenswerten Bausubstanz‘ vom 30.04.2015, der Übersicht der Leitfarben und dem Zulässigkeitsbereich für eine Videowand als kombinierte Informations- und Werbeanlage.“

## **§ 23 Inkrafttreten**

1. Diese Satzung tritt mit der ortsüblichen Bekanntmachung in Kraft.

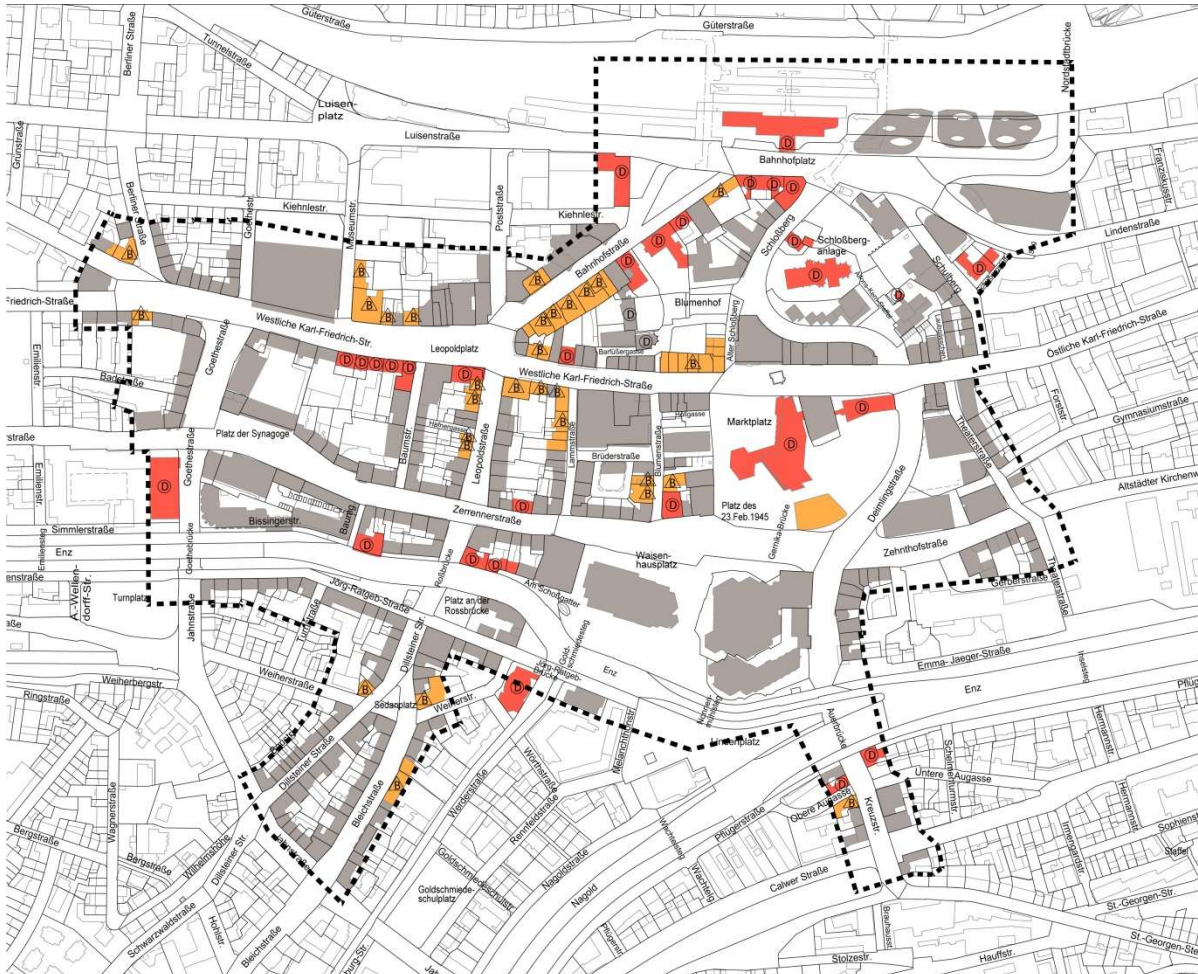
# Anlage 1: Geltungsbereich





Lageplan Geltungsbereich vom 30.04.2015

# Anlage 2: Sonstige besonders erhaltenswerte Bausubstanz

# nach § 24 EnEV



-  Besonders erhaltenswerte Bausubstanz nach § 24 EnEV
-  Kulturdenkmal im Sinne des § 2, 12, 28 DSchG

Lageplan besonders erhaltenswerte Bausubstanz vom 30.04.2015

## Anlage 3: Übersicht der Leitfarben

## Leitfarben aus dem Farbsystem Brillux Scala

Farbnummern:

03.06.12

06.06.06

06.06.09

06.06.12

06.09.09

09.06.03

09.06.09

09.06.12

09.07.09

09.09.12

12.03.06

12.03.09

12.03.12

15.03.06

15.03.09

63.03.15

66.03.15

66.03.18

93.03.06

# Anlage 4: Zulässigkeitsbereich für eine Videowand als kombinierte Informations- und Werbeanlage

