

KAUFBEURER STADTRECHT

SATZUNG ÜBER BESONDERE ANFORDERUNGEN AN WERBEANLAGEN

IN DER STADT KAUFBEUREN

(Werbeanlagensatzung - WerbeAS)

Vom 28.07.1994

Bekanntgemacht: 04. August 1994 (ABl. Nr. 14/1994)

Geändert durch Satzung vom 26. September 2001 (ABl. Nr. 18/2001)

In der Absicht, die in Jahrhunderten gewachsene Altstadt von Kaufbeuren, insbesondere die Bilder ihrer Straßen und Plätze, vor aufdringlichen Werbeanlagen zu schützen, erlässt die Stadt Kaufbeuren aufgrund von Art. 98 Abs. 1 Nrn. 1 und 2, Abs. 2 Nr. 1 der Bayer. Bauordnung (BayBO) vom 18.04.1994 (BayRS 2132-1-I) folgende vom Stadtrat am 26.07.1994 beschlossene Werbeanlagensatzung:

§ 1

Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung gilt für alle Werbeanlagen innerhalb des Altstadtbereichs.
- (2) Die Grenze um den Altstadtbereich verläuft wie folgt: Von der Einmündung des Schießstattweges in die Straße Kemptener Tor entlang der Südgrenzen der Straßen Kemptener Tor und Josef-Landes-Straße bis zur Spittelmühlkreuzung, von dort entlang der Westgrenze der Straße Am Graben bis zur Einmündung des Ringweges. Sie folgt von dort der Nordgrenze der Schraderstraße bis zur Kreuzung mit der Inneren Buchleuthenstraße, quert diese zum gemeinsamen östlichen Grenzpunkt der Flurstücke 761 und 762 und folgt dieser Flurstücksgrenze hangaufwärts bis zum öffentlichen Weg Fl.Nr. 767/8. Von hier führt sie entlang der Ostgrenzen des Flurstücks 767/8 und des Schießstattweges bis zur Einmündung in die Straße Kemptener Tor.

Die Grenze ist in einer Karte im Maßstab 1 : 5000 eingetragen. Die Karte ist Bestandteil dieser Satzung.

- (3) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden, soweit in Bebauungsplänen abweichende Festsetzungen enthalten sind. Die Bestimmungen des Denkmalschutzgesetzes und der Sondernutzungssatzung der Stadt Kaufbeuren bleiben unberührt.

§ 2

Genehmigungspflicht

- (1) Das Errichten, Anbringen, Aufmalen, Aufstellen, Ändern und Betreiben von Werbeanlagen jeder Größe (einschließlich Automaten) bedarf über die Vorschrift des Art. 63 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11, Abs. 2 Satz 1 Nr. 6 BayBO hinaus der vorherigen Genehmigung.
- (2) Genehmigungsfrei sind
1. Hinweisschilder bis zu einer Größe von 0,25 m², die flach an der Wand liegen, sofern sie keine Waren anpreisen. Die Längen ihrer Außenkanten sollen im Verhältnis 2 : 1 stehen.
 2. Beschriftungen von Schaufenstern sowie Zettel- und Bogenanschläge an Schaufenstern oder in Schaukästen, wenn sie nur vorübergehend angebracht sind.
 3. Fahnen und Transparente an der Stätte der Leistung während der Dauer von Schluss-, Jubiläums- und Räumungsverkäufen im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb in seiner jeweiligen Fassung und während zweier Wochen aus Anlass von Geschäftseröffnungen.
 4. Werbeanlagen an Gebäudefassaden, die geeignet sind, dem jeweiligen Straßenraum ein weihnachtliches Gepräge zu geben und die dem Herkommen entsprechen, während der Zeit vom ersten verkaufsoffenen Samstag vor dem 24. Dezember bis zum darauf folgenden 6. Januar (Weihnachtsverkaufszeit), wenn sie mit § 6 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 3 Satz 3 vereinbar sind.
- (3) Die Genehmigung für eine Werbeanlage wird grundsätzlich mit dem Vorbehalt des Widerrufs erteilt. Sie kann befristet werden.

§ 3

Allgemeine Gestaltungsgrundsätze

- (1) Werbeanlagen müssen so gestaltet sein, dass sie sich nach Form, Abmessung, Ausführungsart, Anbringungsart und -ort, Werkstoff und Farbe harmonisch in das Altstadtbild eingliedern, dass sie die Architektur des Gebäudes, an dem sie angebracht werden, nicht beeinträchtigen und dass die statische Funktion von Mauern und Pfeilern dieses Gebäudes optisch klar erkennbar bleibt.

- (2) Werbeanlagen dürfen insbesondere nicht auffallen durch
1. übermäßige Größe,
 2. grelle Farbgebung oder Lichtabstrahlung oder starke Kontraste der Materialien und Lichtfarben,
 3. Häufung gleicher oder miteinander unvereinbarer Werbeanlagen.
- (3) Auf Gebäude, Ensembles sowie sonstige bauliche und freiräumliche Anlagen von geschichtlicher, künstlerischer und städtebaulicher Bedeutung ist besonders Rücksicht zu nehmen.

§ 4

Besondere Vorschriften für Werbeanlagen an Gebäudefassaden

- (1) Die Höhe von Werbeanlagen, die zwischen den Öffnungen des Erdgeschosses und des ersten Obergeschosses angebracht werden, ist auf höchstens die Hälfte des Abstandes zwischen Oberkante-Erdgeschoßfenster und Unterkante-Obergeschoßfenster zu begrenzen; sie darf bei Buchstaben maximal 0,4 m und bei unselbständig stehenden Symbolen maximal 0,55 m betragen. Die hiernach zulässige Werbeanlage darf aber benachbarte Werbeanlagen an Höhe und Größe nicht wesentlich übertreffen.
- (2) Von den Gebäudeecken bzw. von Vorsprüngen in der Fassade (Erker und dgl.) ist ein seitlicher Abstand von mindestens dem Eineinhalbfachen der Höhe der Schrift oder sonstiger Werbesymbole zu wahren. Darüber hinaus muss der Abstand mindestens der Breite des Schaufensterpfeilers entsprechen.
- (3) Oberhalb der Unterkante-Obergeschoßfenster sind Werbeanlagen nur zulässig, wenn sie als historische oder kunsthandwerkliche Arbeiten eine Verbesserung für das Altstadtbild oder des betreffenden Gebäudes darstellen.
- (4) An ungegliederten Wandflächen sollen Werbeanlagen auf die Fläche unterhalb der Giebelzone beschränkt werden.
- (5) Die Ausladung von parallel zur Gebäudefront angebrachten Werbeanlagen (einschließlich Unterkonstruktion) darf eine Tiefe von 15 cm vor der Fassadenfläche nicht überschreiten. Die Buchstaben und Symbole von Werbeanlagen nach Satz 1 sind, soweit sie nicht auf Schilder aufgemalt sind, als Einzelprofilkörper auszuführen und sicher an der Fassade anzubringen. Bei Schreibrchriften kann der Profilkörper einteilig sein, er muss mit seiner Außenlinie jedoch dem Schriftzug folgen. Werbeanlagen in Kastenform, auf denen durch Farbe, anderweitige Materialien

oder durch Aussparungen Schriften oder Symbole angebracht sind, oder Kästen, die zusammen mit Schriften oder Symbolen eine Werbeanlage bilden, sind, unabhängig von der Form des Kastens, nicht zugelassen. Satz 4 gilt nicht für Werbeanlagen an Apotheken mit einer Ansichtsfläche bis zu 0,5 m², die ein Rotes "A" auf weißem Grund zeigen.

- (6) Alle sichtbaren Teile der Werbeanlage, insbesondere Profilkörper, Schilderflächen, Tragekonstruktionen und Beschriftungen, sind in gedämpften und aufeinander abgestimmten Farben so auszuführen, dass sich die Anlage harmonisch in das Altstadtbild einfügt. Fluoreszierende und phosphoreszierende Farben dürfen nicht verwendet werden.
- (7) Nasenschilder und sonstige Ausleger sind unzulässig. Ausgenommen sind kunsthandwerklich gestaltete Nasenschilder für Gaststätten und Beherbergungsbetriebe sowie Berufszeichen in der Art von Zunftzeichen, wenn sie durchbrochen sind; sie sollen unbeleuchtet sein. Für Apotheken darf ein beleuchtbares Nasenschild mit einer Ansichtsfläche bis zu 0,5 m² angebracht werden, das ein rotes "A" auf weißem Grund zeigt.
- (8) Die Genehmigung für Schaukästen und Warenautomaten kann, insbesondere zur Erreichung einer Gestaltung im Sinne des § 3 Abs. 1 letzter Satzteil, davon abhängig gemacht werden, dass der Schaukasten oder Warenautomat so tief in die Fassade eingelassen wird, dass er mit der Gebäudefront bündig abschließt.
- (9) Im übrigen ist auf die Gliederung der Fassade Rücksicht zu nehmen. Giebelfläche, tragende Bauteile oder architektonische Gliederungen (z. B. Simse) dürfen weder in störender Weise bedeckt noch übermalt oder überschritten werden. Inschriften und Gedenktafeln von geschichtlicher Bedeutung dürfen in ihrer Wirkung und in ihrem Wesensgehalt nicht beeinträchtigt werden.

§ 5

Unzulässige Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen sind unzulässig
1. in Vorgärten, an Böschungen, Aufschüttungen und sonstigen Freiflächen,
 2. an Einfriedungen (Mauern, Zäunen),
 3. an Bäumen, Leitungsmasten, Straßenlaternen, Ampelanlagen, Verkehrszeichen etc.,
 4. an Toren, Fensterläden, Markisen und Türen, ausgenommen Ladentüren, und in Schaukästen,
 5. an oder in Schaufenstern und an Ladentüren, wenn sie nicht auf die Angabe des Namens des Geschäftes, der Branche oder eines Überbegriffs des angebotenen Waren- oder

Dienstleistungssortiments beschränkt sind und soweit sie nicht nach § 2 Abs. 2 Nr. 2 genehmigungsfrei sind,

6. auf oder an Dächern und Kaminen sowie sonstigen hochragenden Bauteilen (z. B. Dachgauben, Aufzugshäusern usw.),
7. an den historischen öffentlichen Gebäuden sowie an Stadtmauern und Stadttürmen.

(2) Markisen sind unzulässig über Türen und an Fassaden, die nach Norden ausgerichtet und nicht oder weniger als um 30° aus der reinen Ost-West- Achse verschwenkt sind.

(3) Unzulässig sind ferner

1. Markisen in der Form sog. Korbmarkisen und feststehende Vordächer aus Stoff oder stoffähnlichem Material,
2. Werbeanlagen, bei denen die Werbung für die eigene Leistung oder der eigene Name gegenüber einer Fremdwerbung, z. B. Markenreklame, in den Hintergrund tritt,
3. Fahnen und Transparente. Dies gilt nicht für Zeiträume, in denen sie gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 3 befristet genehmigungsfrei zugelassen sind.

§ 6

Beleuchtbare Werbeanlagen

(1) Beleuchtbare Werbeanlagen müssen über eine Lichtschaltung verfügen, die zu einer kontinuierlichen Lichtabstrahlung führt (Verbot von Blink-, Wechsel- und Flimmerlicht). Kabelzuführungen sollen nicht sichtbar sein.

(2) Bei Werbeanlagen, die für ein direktes Abstrahlen von Licht eingerichtet sind, muss die Farbe des abgestrahlten Lichts mit § 4 Abs. 6 vereinbar sein. Die Lichtquellen der Werbeanlagen nach Satz 1 dürfen das direkte Lichtabstrahlen nur mittelbar bewirken (Verbot sichtbarer Leuchtstoffröhren und Lampen). § 4 Abs. 5 Satz 5 und Abs. 7 Satz 3 bleiben unberührt. Gebündelte Lichtstrahlen (Laser-Licht) sind nicht zulässig.

(3) Zum Hinterleuchten oder zum Anstrahlen von Werbeanlagen darf nur weißes Licht verwendet werden. An angestrahlten Werbeanlagen darf sich nur eine nicht blendende, farblich mit § 4 Abs. 6 vereinbare Leuchtwirkung ergeben. Lichtquellen hinterleuchteter Profilkörper sind blendungsfrei abzuschirmen.

- (4) Das Anstrahlen von Fassaden zu Werbezwecken sowie Bild- und Schriftprojektionen auf Fassaden sind unzulässig.

§ 7

Abweichungen

Von den bauaufsichtlichen Anforderungen dieser Satzung können gemäß Art. 70 BayBO Abweichungen zugelassen werden, wenn sie unter Berücksichtigung der jeweiligen Anforderung mit den öffentlichen Belangen, insbesondere dem Denkmalschutz, vereinbar sind.

§ 8

Instandhaltung

Werbeanlagen sind so instand zu halten, daß sie das Gesamtbild ihrer Umgebung nicht verunstalten. Im übrigen gilt Art. 3 Abs. 1 BayBO entsprechend.

§ 9

Ordnungswidrigkeiten

Nach Art. 89 Abs. 1 Nr. 17 BayBO kann mit Geldbuße bis zu fünfhunderttausend Euro belegt werden, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. eine Werbeanlage ohne die nach dieser Satzung erforderliche Genehmigung (§ 2) errichtet, anbringt, aufmalt, aufstellt, ändert oder betreibt;
2. von einer nach dieser Satzung erteilten Genehmigung abweicht oder einer mit der Genehmigung verbundenen Auflage nicht nachkommt;
3. Werbeanlagen, die nach § 2 Abs. 2 Nr. 1 und 3 genehmigungsfrei sind, an Stellen anbringt, die nach § 5 Abs. 1 von allen Werbeanlagen freizuhalten sind;,
4. eine Werbeanlage nicht nach § 8 vorschriftsmäßig in Stand hält;
5. eine Werbeanlage trotz Ablaufs oder Widerrufs der Genehmigung nicht beseitigt;
6. einer Beseitigungspflicht nach § 10 Abs. 3 oder 4 nicht fristgerecht nachkommt.

§ 10

Bestehende Werbeanlagen, Übergangsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen, die vor dem 08.09.1978 rechtmäßig angebracht wurden, dürfen ohne vorherige Genehmigung nicht erneuert werden.

- (2) Ist der Antrag auf Erteilung einer Genehmigung mit allen für die Beurteilung des Vorhabens und die Antragsbearbeitung erforderlichen Unterlagen vor der Veröffentlichung dieser Satzung eingereicht worden, beurteilt sich die Genehmigungsfähigkeit der Anlage nach der bis zum Inkrafttreten dieser Satzung geltenden Rechtslage.
- (3) Für Werbeanlagen, die den §§ 3 bis 6 dieser Satzung nicht entsprechen und diesen Bestimmungen bis 31.05.1999 nicht angepasst worden sind, gilt die Genehmigung mit Ablauf dieses Termins als widerrufen. Sie sind bis spätestens 31.08.1999 zu beseitigen oder unter Beantragung der Aufhebung der Widerrufsfiktion anzupassen.
- (4) Auf Antrag kann die Frist des Abs. 3 Satz 1 bis längstens 31.05.2004 verlängert werden, wenn die Beseitigung der Werbeanlage nachgewiesenermaßen wirtschaftlich unzumutbar wäre. Abs. 3 Satz 2 gilt entsprechend: Termin ist der 31.08.2004.

§ 11

In-Kraft-Treten

- (1) Diese Satzung tritt am 1. des auf die Veröffentlichung folgenden Monats in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt die Verordnung über besondere Anforderungen an Werbeanlagen in der Stadt Kaufbeuren (Werbeanlagenverordnung) vom 24.08.1978 außer Kraft.