

**Satzung der Stadt Ludwigshafen am Rhein über die äußere Gestaltung von Werbeanlagen
in der Innenstadt (Werbeanlagensatzung), i.d.F. vom 08.11.2008¹**

Der Stadtrat hat aufgrund des § 24 der Gemeindeordnung für Rheinland-Pfalz (GemO) in der Fassung vom 31.01.1994 (GVBl. S. 153), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 28.05.2008 (GVBl. S. 79; 81) i.V.m. den §§ 2 GemO und 88 Abs. 1 Nr.1 der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (LBauO) vom 24.11.1998 (GVBl. S. 365), zuletzt geändert durch das Gesetz vom 04.07.2007 (GVBl. S. 105), am 29.09.2008 folgende Satzung beschlossen:

**§ 1
Aufgaben und Ziele der Satzung**

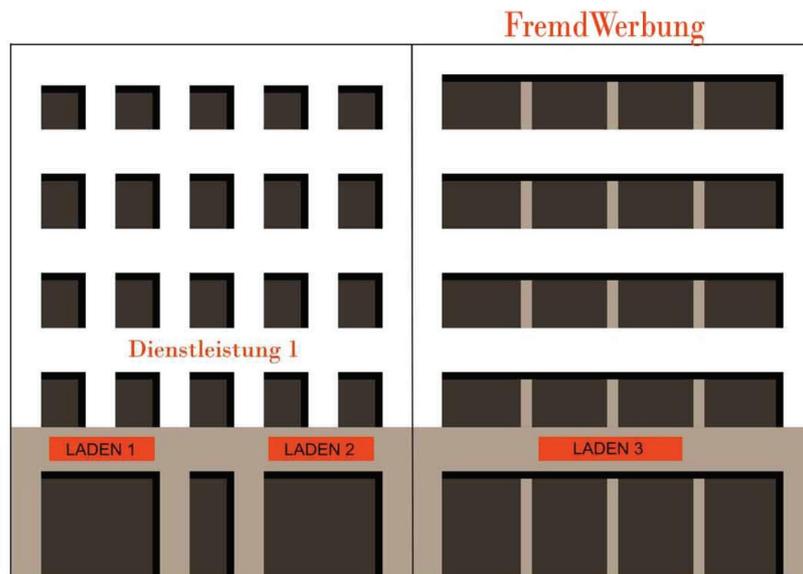
1. Werbeanlagen prägen wesentlich das Bild der Innenstadt Ludwigshafen am Rhein. Aufgabe der Satzung ist es daher, ihre äußere Gestaltung zu regeln.
2. Die Innenstadt soll als attraktiver Aufenthalts- und Einkaufsstandort stabilisiert und ausgebaut werden. Sie weist neben innenstadtspezifischen Nutzungen wie z.B. Bildungs-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, zentralen privaten und öffentlichen Dienstleistungs- und Verwaltungseinrichtungen sowie Einzelhandelsbetrieben einen hohen Anteil an Wohnnutzung auf. Alle genannten Nutzungen werden durch ein ansprechendes Erscheinungsbild ihrer unmittelbaren Umgebung aufgewertet. Die Satzung soll den genannten Anforderungen an die Innenstadt Rechnung tragen. Ihre Regeln sollen dazu beitragen, die Qualität des werblichen Erscheinungsbildes der Innenstadt zu gewährleisten und zu verbessern. Aus diesem Grund sollen sich Werbeanlagen in Größe, Form und Anbringungsort in das Stadt- und Straßenbild einfügen. Die mit der Satzung verfolgte Zielsetzung deckt sich mit dem im Oktober 2006 durch den Stadtrat beschlossenen Entwicklungskonzept für die Innenstadt Ludwigshafen am Rhein.

**§ 2
Räumlicher und sachlicher Geltungsbereich**

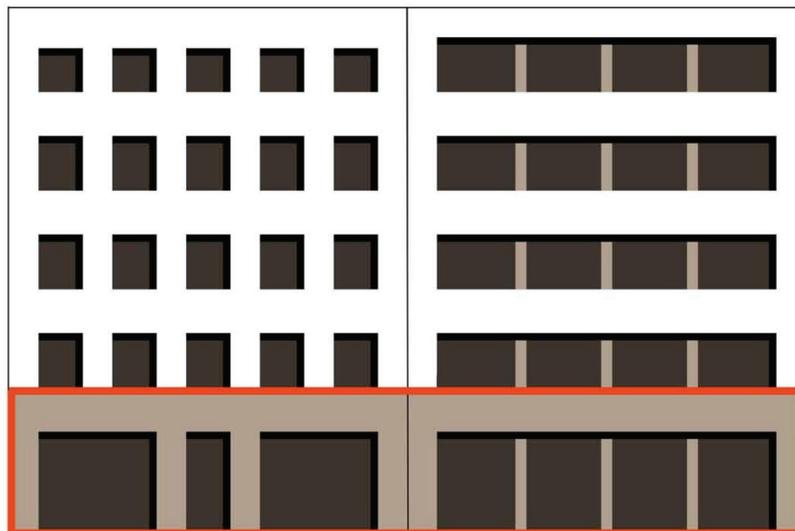
1. Räumlicher Geltungsbereich
Der räumliche Geltungsbereich der Satzung ergibt sich aus dem Lageplan, der als Anlage Bestandteil dieser Satzung ist. Ein Plan im Maßstab 1 : 1000 mit Datum vom 08.09.2008 kann beim Bereich Stadtplanung eingesehen werden.
2. Sachlicher Geltungsbereich
Die Satzung gilt für alle genehmigungsbedürftigen Anlagen der Außenwerbung im räumlichen Geltungsbereich mit Ausnahme der Werbeanlagen in öffentlichen Verkehrs- und Grünflächen. Örtliche Bauvorschriften in Bebauungsplänen gehen den Regelungen dieser Satzung vor.

¹ veröffentlicht in Amtsblatt Nr. 77/2008 vom 07.11.2008

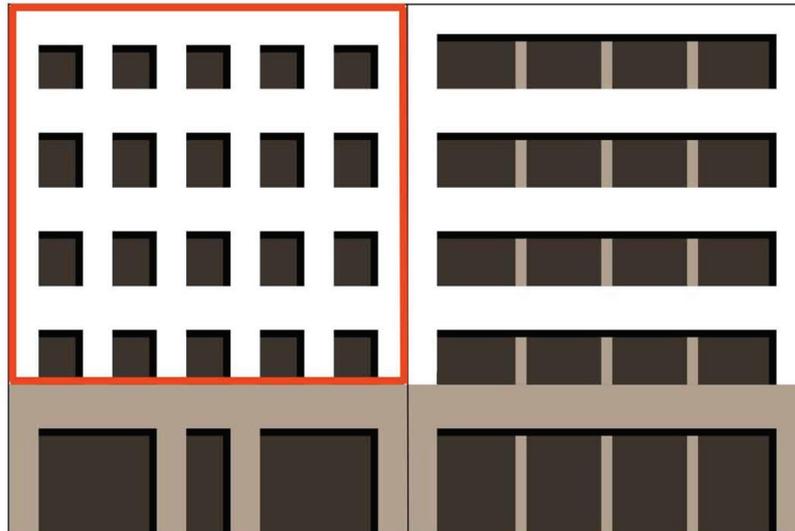
§ 3
Anbringungsorte von Werbeanlagen



1. Werbeanlagen an der Stätte der Leistung sind zulässig:



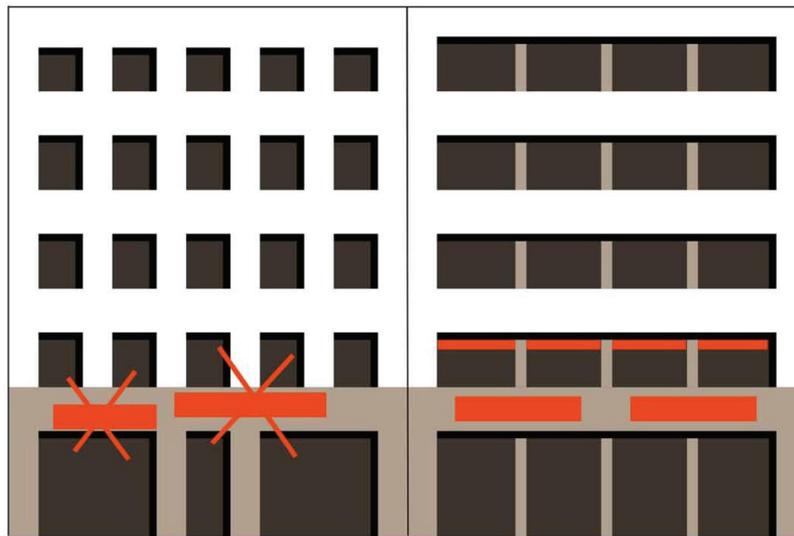
- 1.1 für Nutzungen im Erdgeschoss: an den Fenstern und der Fassade des Erdgeschosses bis zur Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses. Fehlt an der Fassade eines überhöhten Erdgeschosses ein geschlossenes Brüstungsfeld, ist die Werbeanlage im oberen Bereich des Erdgeschosses (z.B. auf Glas) oder im Brüstungsfeld zwischen dem 1. und dem 2. Obergeschoss zulässig,



- 1.2 für Nutzungen in den Obergeschossen: im Fassadenbereich zwischen der Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses bis zur Gebäudeoberkante,

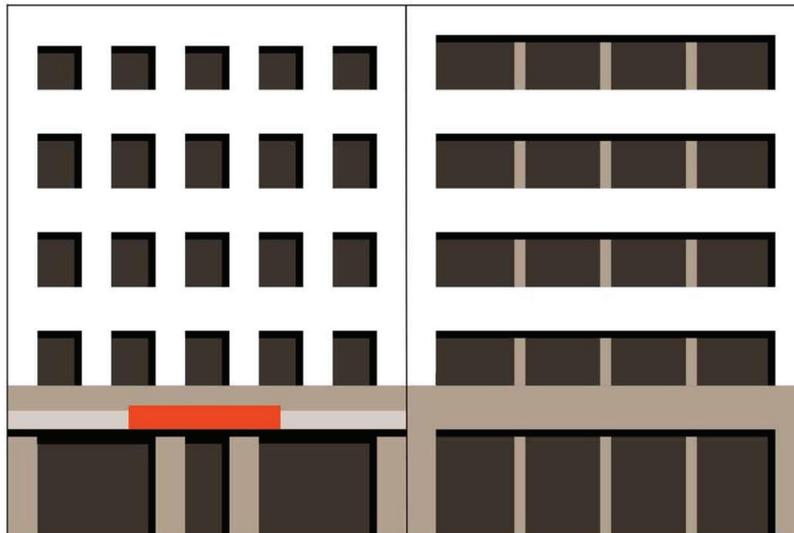


- 1.3 als Dachwerbung.
2. Fremdwerbung ist als Dachwerbung zulässig.
3. Dachwerbung ist ausschließlich oberhalb der Firstlinie und ausschließlich an den im Plan gekennzeichneten Standorten zulässig (s. Anlage rot markiert).
Infoscreens sind ebenfalls ausschließlich an diesen Standorten zulässig.
4. Auf Infoscreens dürfen die im Geltungsbereich dieser Satzung ansässigen Unternehmen werben, wobei ausschließlich für ihr konkretes Unternehmen geworben werden darf.

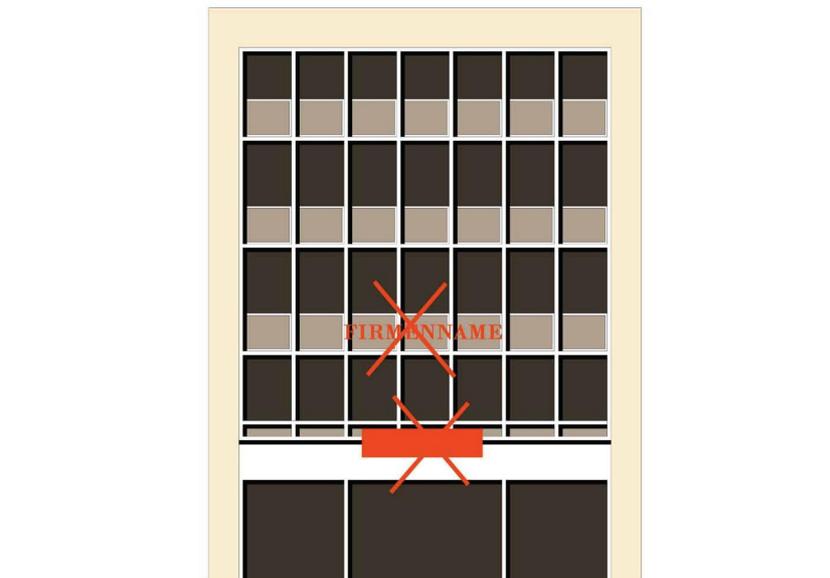


5 Einzelheiten:

- 5.1 Mehrere Werbeanlagen im gleichen Geschoss eines Gebäudes sollen auf einer Höhe angebracht werden.
- 5.2 Die Lage der Werbeanlage ist auf die vorhandene Fassadengliederung abzustimmen und sie muss im Bezug zur Lage des beworbenen Betriebes stehen (z.B. mittig über der Eingangstür oder der Schaufensteranlage).
- 5.3 Die Fenster in den Obergeschossen dürfen entweder am oberen oder am unteren Fensterrand beklebt werden.

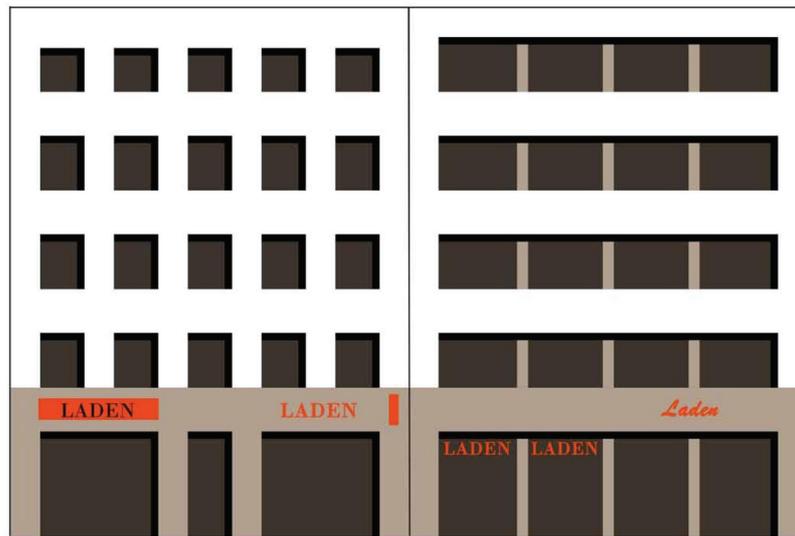


6. Wird eine Werbeanlage am Vordach befestigt, darf die Unterkante der Werbeanlage die Unterkante des Vordaches nicht unterschreiten.

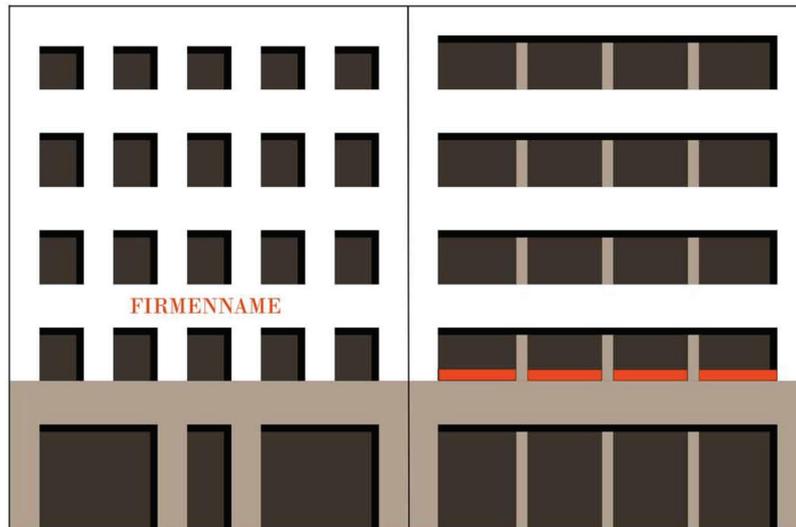


7. Plastische Gliederungselemente der Fassade (Gesimse, Lisenen, Pfeiler usw.) dürfen durch die Werbeanlage nicht verdeckt werden.

§ 4
Gestaltungen von Werbeanlagen



1. Für das Erdgeschoss sind folgende Gestaltungen von Werbeanlagen zulässig:
 - 1.1 Schriften aus Einzelbuchstaben
 - 1.2 zusammenhängende Schriftzüge
 - 1.3 Kastenanlagen
 - 1.4 Logos
 - 1.5 Einzelzeichen
 - 1.6 eine Kombination der unter 1.1 bis 1.3 genannten Gestaltungen von Werbeanlagen mit Logos (1.4) oder Einzelzeichen (1.5) bzw. eine Kombination mit einem Logo (1.4) und einem Einzelzeichen (1.5)
 - 1.7 auf Putz aufgemalte oder als Putzvertiefung ausgeführte Schriften
 - 1.8 eine Kombination der unter 1.7 genannten Werbeanlagen mit Logos (1.4) oder Einzelzeichen (1.5) bzw. eine Kombination mit einem Logo (1.4) und einem Einzelzeichen (1.5), wobei auch Logo und Einzelzeichen entsprechend den Schriften auf Putz aufgemalt oder als Putzvertiefung ausgeführt werden müssen
 - 1.9 Wandausleger
 - 1.10 selbstklebende Folie auf Glas im Schaufenster
 - 1.11 auf Markisenvorderseiten aufgedruckte Schriften, Schriftzüge sowie Logos und Einzelzeichen über die gesamte Markisenlänge



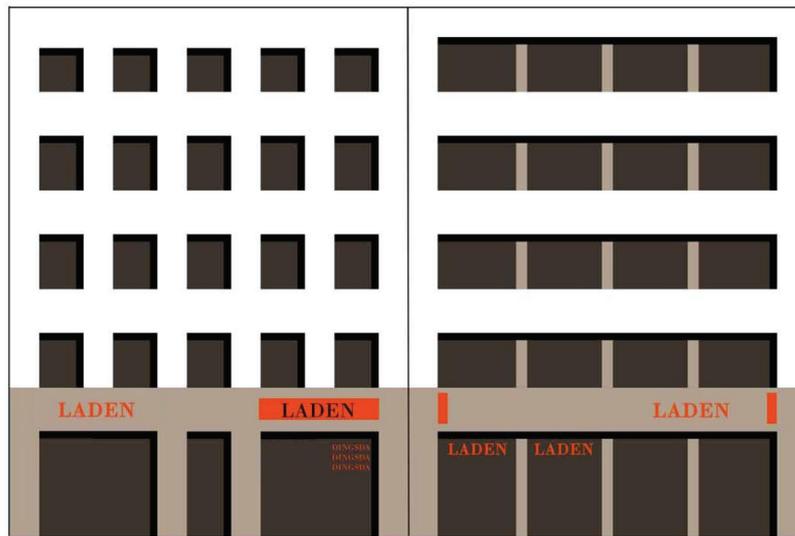
2. In den Obergeschossen sind folgende Gestaltungen von Werbeanlagen zulässig:
 - 2.1 die unter 1.1, 1.2 sowie 1.7 und 1.8 aufgeführten Gestaltungen von Werbeanlagen;
eine Kombination der unter 1.1 und 1.2 genannten Gestaltungen von Werbeanlagen mit Logos (1.4) oder Einzelzeichen (1.5) bzw. eine Kombination mit einem Logo (1.4) und einem Einzelzeichen (1.5)
 - 2.2 Folienbeklebung im Fenster
 - 2.3 Infoscreen, jedoch ausschließlich an den dafür im Plan vorgesehenen Standorten (s. Anlage rot markiert)

DACHWERBUNG

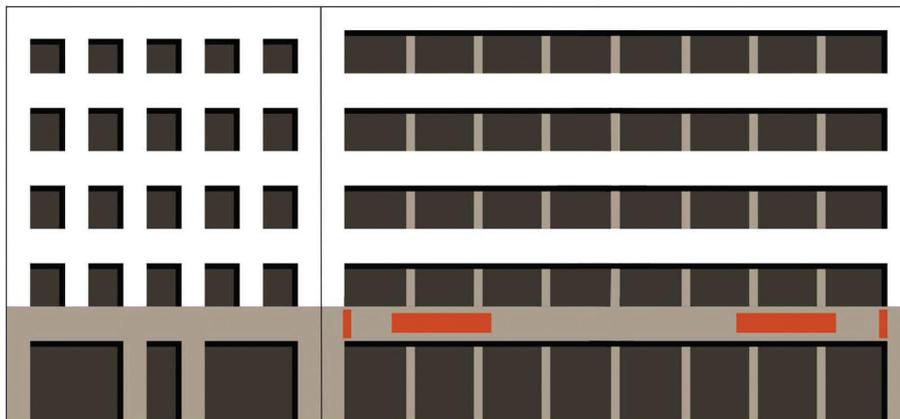


3. Bei Dachwerbung sind folgende Gestaltungen von Werbeanlagen zulässig:
 - 3.1 Einzelbuchstaben
 - 3.2 zusammenhängende Schriftzüge
 - 3.3 Logos
 - 3.4 Einzelzeichen
4. Vertikale Werbeanlagen sind zulässig, wenn die Fassade eine die Gliederung bestimmende geschlossene Fläche aufweist. Hier sind nur Anlagen aus Einzelbuchstaben zulässig.
5. Bei den unter 1.1 bis 1.6 genannten Gestaltungsmöglichkeiten von Werbeanlagen handelt es sich um Flachwerbeanlagen.

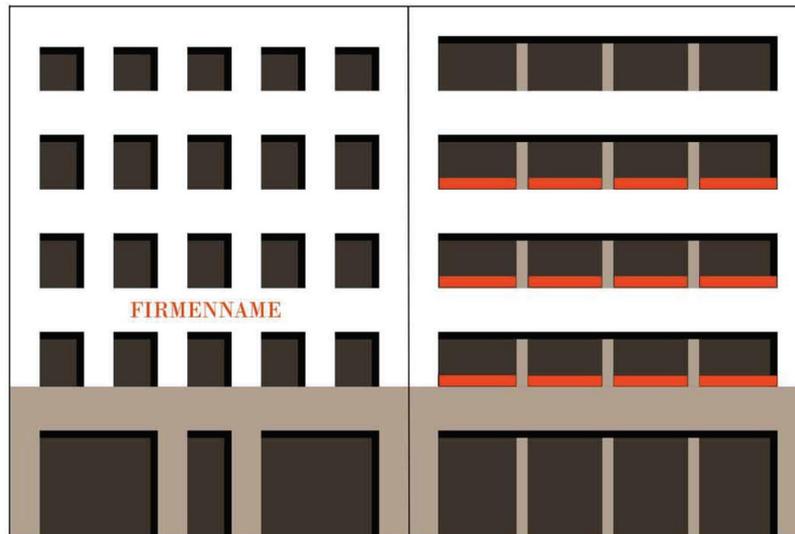
§ 5
Anzahl von Werbeanlagen



1. Im Bereich des Erdgeschosses sind pro Betrieb maximal zwei Werbeanlagen zulässig.
 - 1.1 Im Erdgeschoss sind folgende Werbeanlagen und Kombinationen von Werbeanlagen zulässig:
 - 1.1.1 nur eine Flachwerbeanlage (s. § 4 Nr. 5) bzw. eine gem. § 4 Nr. 1.7 oder § 4 Nr. 1.8 gestaltete Werbeanlage oder
 - 1.1.2 eine Flachwerbeanlage (s. § 4 Nr. 5) und ein Wandausleger (§ 4 Nr. 1.9) oder
 - 1.1.3 eine gem. § 4 Nr. 1.7 oder § 4 Nr. 1.8 gestaltete Werbeanlage und ein Wandausleger (§ 4 Nr. 1.9) oder
 - 1.1.4 eine Flachwerbeanlage (s. § 4 Nr. 5) und eine Folienbeklebung im Schaufenster (§ 4 Nr. 1.10) mit der Einschränkung, dass auf der Folie nicht der Schriftzug der Flachwerbeanlage wiederholt werden darf oder
 - 1.1.5 eine gem. § 4 Nr. 1.7 oder § 4 Nr. 1.8 gestaltete Werbeanlage und eine Folienbeklebung im Schaufenster (§ 4 Nr. 1.10) mit der Einschränkung, dass auf der Folie nicht der Schriftzug der Flachwerbeanlage wiederholt werden darf oder
 - 1.1.6 ein Wandausleger (§ 4 Nr. 1.9) und Folienbeklebung im Schaufenster (§ 4 Nr. 1.10).

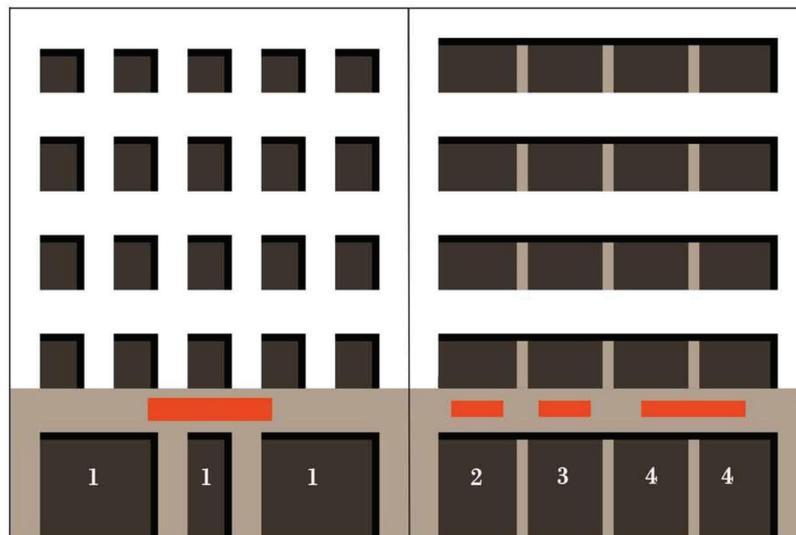


- 1.1.7 Bei einer Ladenfrontlänge von mehr als 20 m sind im Erdgeschoss maximal vier Werbeanlagen zulässig. Bei mehr als zwei angebrachten Werbeanlagen sind zwei unterschiedliche Gestaltungsformen (z.B. zwei Flachwerbeanlagen und zwei Wandausleger oder ein Wandausleger und zwei Folienbeklebungen) zu wählen. Mehr als zwei unterschiedliche Gestaltungsformen sind nicht zulässig.



2. Im Bereich der Obergeschosse sind folgende Werbeanlagen und Kombinationen von Werbeanlagen zulässig:
 - 2.1 nur eine der unter § 4 Nr. 1.1, 1.2, 1.7, 1.8 genannten Werbeanlagen oder eine Werbeanlage nach § 4 Nr. 1.6 mit Ausnahme der dort möglichen Kombinationen unter Beteiligung einer Kastenanlage (§ 4 Nr. 1.3) in nur einem Brüstungsfeld der Obergeschosse oder
 - 2.2 eine Folienbeklebung der Fenster (§ 4 Nr. 2.2) oder
 - 2.3 maximal ein Infoscreen (§ 4 Nr. 2.3) je Gebäudefassade

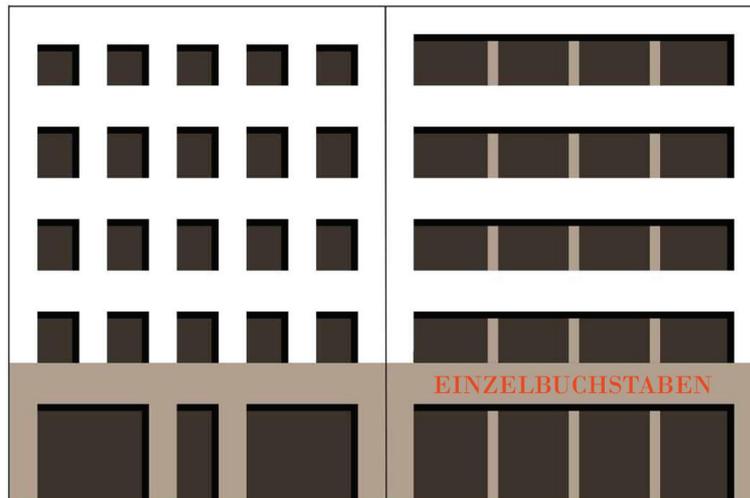
**§ 6
Größen von Werbeanlagen**



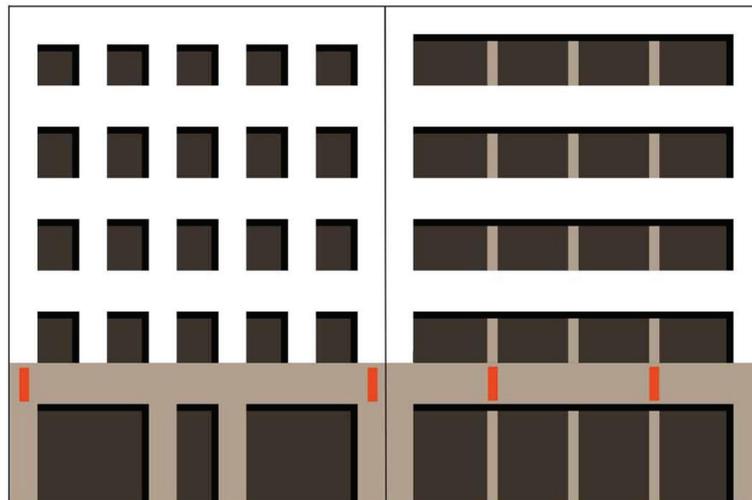
1. Erdgeschoss

1.1 Im Bereich des Erdgeschosses sollen Kastenanlagen (§ 4 Nr. 1.3) und die unter § 4 Nr. 1.6 genannten möglichen Kombinationen mit Kastenanlagen folgende Maße nicht überschreiten:

- Länge: 2/3 der Ladenfrontlänge; Höchstmaß 5,0 m
- Höhe: 0,7 m
- Tiefe: 0,2 m



- 1.2 Gestaltungsformen von Werbeanlagen nach § 4 Nr. 1.1, 1.2, 1.7, 1.8 und nach 1.6 mit Ausnahme der dort genannten möglichen Kombinationen mit Kastenanlagen dürfen im Bereich des Erdgeschosses die geltende Längenbeschränkung von maximal 2/3 der Ladenfrontlänge bzw. das Höchstmaß von 5,0 m ausnahmsweise überschreiten.
- 1.3 Bei den unter § 6 Nrn. 1.1 und 1.2 genannten Werbeanlagen ist ein seitlicher Mindestabstand von 1,0 m zu den jeweils angrenzenden – auch den eigenen – Werbeanlagen einzuhalten. Wenn zwischen zwei Werbeanlagen eine Gebäudegrenze verläuft, sind zwischen Werbeanlage und Gebäudegrenze 0,5 m einzuhalten.

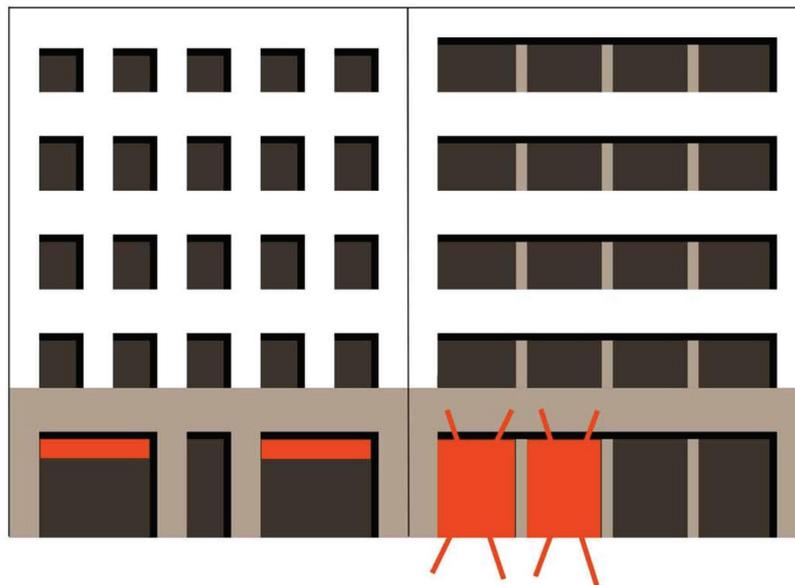


1.4 Im Bereich des Erdgeschosses sollen Wandausleger folgende Maße nicht überschreiten:

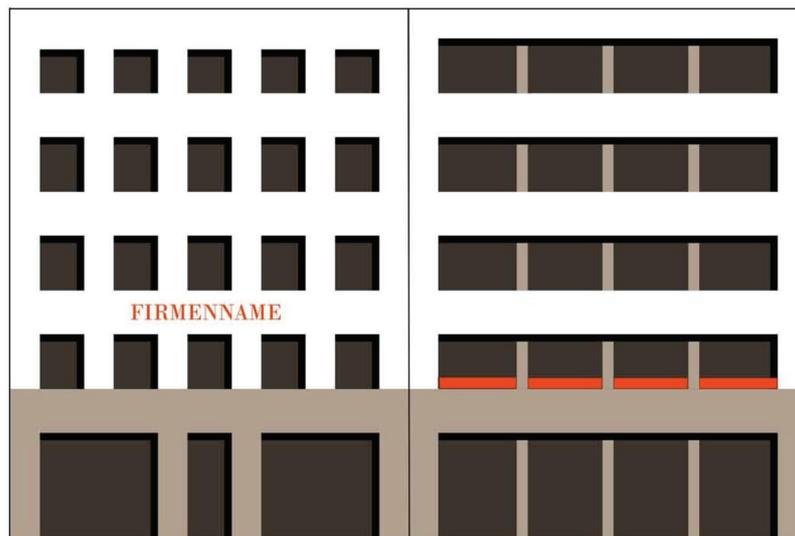
- Ansichtsfläche: 0,7 m²
- Höhe: 0,7 m
- Tiefe: 0,2 m

Der Wandausleger darf maximal (einschließlich Befestigung) nicht mehr als 1,0 m in den Straßenraum hineinragen.

Sofern Ausleger unter Vordächern angebracht werden, dürfen diese die Tiefe des Vordaches nicht überschreiten.



- 1.5 Folien auf Glas dürfen maximal 20 % der Schaufenster im Erdgeschoss bedecken.
Vollflächige Fensterbeklebungen zu Werbezwecken sind nicht zulässig.



2. Obergeschosse

2.1 Die im Bereich der Obergeschosse zulässigen Werbeanlagen und Kombinationen von Werbeanlagen (§ 5 Nr. 2.1) sollen folgende Maße nicht überschreiten:

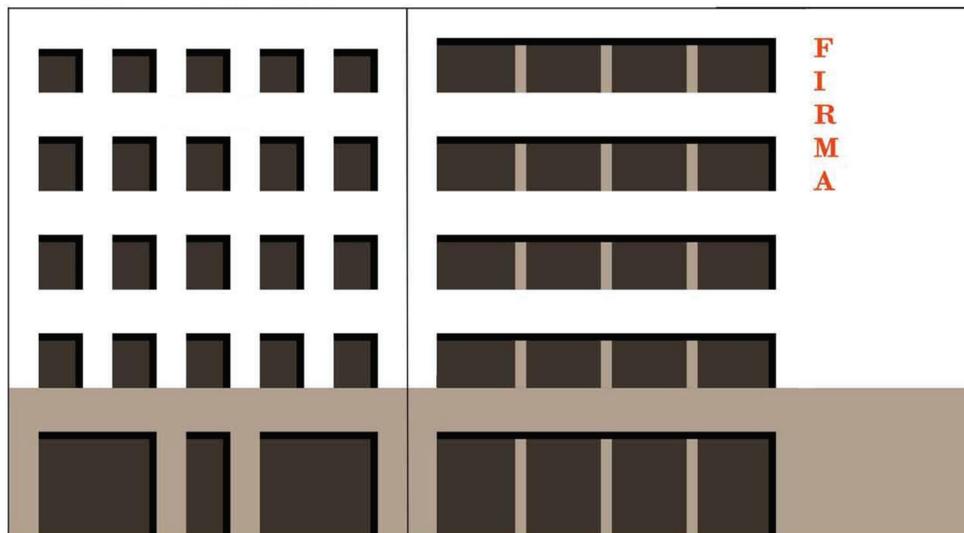
- Länge: 1/3 der Fassadenlänge; Höchstmaß 6,0 m
- Höhe: 0,7 m
- Tiefe: 0,2 m

2.2 Folien im Fensterbereich der Obergeschosse (§ 5 Nr. 2.2) dürfen maximal 30 % der Fensterfläche des jeweiligen Fensters bedecken.

2.3 Ein Infoscreen soll nicht in die Fensterflächen (ausgenommen sind flächige Verglasungen) hineinragen und folgende Maße nicht überschreiten:

- Ansichtsfläche: 2,0 m²
- Tiefe: 0,2 m

Infoscreens sind ausschließlich parallel zur Fassade anzubringen.



3. Vertikale Werbeanlagen sollen folgende Maße nicht überschreiten:

- Höhe: 8,0 m
- Breite: 1,0 m
- Tiefe: 0,2 m

§ 7 Unzulässige Werbeanlagen

1. Nicht zulässig sind Werbeanlagen, die durch regellose Anbringung, Häufung, Wiederholung, Überschneidung und Verdeckung von Fassadengliederungen sowie aufdringliche Beleuchtung verunstaltend wirken.
2. Unzulässig sind insbesondere:
 - 2.1 Folienbeklebungen von Fassadenteilen außerhalb des Schaufensters (z.B. in Firmenfarben)
 - 2.2 Werbeanlagen, die sich bewegen
 - 2.3 Lichtwerbeanlagen mit blinkendem, wechselndem oder laufendem Licht
 - 2.4 Planen und Transparente

§ 8 Verkehrssicherheit

Die Werbeanlagen müssen den Anforderungen der Verkehrssicherheit genügen.

**§ 9
Ordnungswidrigkeiten**

1. Gemäß § 24 Abs. 5 GemO handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig
 - 1.1 entgegen § 3 Fremdwerbeanlagen an anderen als den dafür vorgesehenen Anbringungsorten anbringt und die zulässigen Anbringungsorte der Werbeanlagen an den Gebäuden nicht einhält,
 - 1.2 entgegen § 3 Nr. 4.1 Werbeanlagen im gleichen Geschoss nicht auf gleicher Höhe anbringt,
 - 1.3 entgegen § 3 Nr. 4.3 bei Werbeanlagen an Fenstern im Obergeschoss die Fenster nicht nur entweder am oberen oder unteren Rand beklebt,
 - 1.4 entgegen § 3 Nr. 5 bei am Vordach befestigten Werbeanlagen diese so anbringt, dass die Unterkante der Werbeanlage die Unterkante des Vordaches unterschreitet,
 - 1.5 entgegen § 3 Nr. 6 plastischen Gliederungselemente der Fassade durch Werbeanlagen verdeckt,
 - 1.6 entgegen § 4 andere als die dort für Erdgeschoss, Obergeschosse oder Dachwerbung abschließend aufgezählten Gestaltungsarten wählt,
 - 1.7.1 entgegen § 5 Nr. 1 im Bereich des Erdgeschosses mehr als zwei Werbeanlagen pro Betrieb anbringt,
 - 1.8 entgegen § 5 Nr. 1.1 eine andere Anzahl von Werbeanlagen als die dort erlaubten bzw. eine andere Kombination von Werbeanlagen als die dort erlaubten anbringt,
 - 1.9 entgegen § 5 Nr. 1.1.7 bei einer Ladenfrontlänge von mehr als 20 m im Erdgeschoss mehr als vier Werbeanlagen oder mehr als zwei unterschiedliche Gestaltungsformen von Werbeanlagen anbringt,
 - 1.10 entgegen § 5 Nr. 2 im Bereich der Obergeschosse eine andere Anzahl von Werbeanlagen als die dort erlaubten anbringt,
 - 1.11 entgegen § 6 die dort festgelegten Größen / Maximalmaße überschreitet bzw. den in § 6 Nr. 1.3 genannten seitlichen Mindestabstand nicht einhält,
 - 1.12 Folien und Beklebungen entgegen § 6 Nr. 1.5 und 2.2 anbringt,

- 1.13 unzulässige Werbeanlagen (§ 7) anbringt.
2. Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu € 5.000 geahndet werden.
3. § 89 LBauO bleibt darüber hinaus unberührt.

**§ 10
Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung in Kraft.

Ludwigshafen am Rhein, den 20.10.2008

Stadtverwaltung

gez.:

Dr. Eva Lohse

Oberbürgermeisterin

Anlage zu § 2 Nr. 1 Werbeanlagensatzung: Lageplan

