

Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung und Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen in der Stadt Landshut (Werbeanlagensatzung – WaS)

Die Stadt Landshut erlässt aufgrund des Art. 81 Abs. 1 Nr. 1 und 2 der Bayerischen Bauordnung (BayBO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. August 2007 (GVBl. S. 588, BayRS 2132-1B), zuletzt geändert durch Gesetzes vom 24. Juli 2020 (GVBl. S. 381), folgende

Satzung:

Präambel

Die Satzung wird zur Bewahrung des Gesamtensembles der Stadt Landshut mit seiner hohen Dichte an Baudenkmalern und zur Verhinderung von Werbeauswüchsen im gesamten Stadtgebiet erlassen. Anlagen zur Außenwerbung beeinflussen in hohem Maße das Erscheinungsbild der Stadt. Gleichzeitig sind Werbeanlagen für jeden Gewerbetreibenden ein wichtiger und unabdingbarer Bestandteil der Existenzsicherung. Aus diesem Grund sind Regelungen erforderlich, um Werbeanlagen mit dem Orts-, Straßen und Stadtbild in Einklang zu bringen.

Diese Satzung soll sicherstellen, dass Werbeanlagen nicht im Widerspruch zu den historischen, architektonischen und städtebaulichen Besonderheiten des Stadtbildes entstehen. Erwünscht sind deshalb:

1. auf die Fassade gemalte Schriften,
2. Schriftzüge, die sich aus graphisch gut gestalteten, in ihrer Größe auf die Fassade abgestimmte Einzelbuchstaben zusammensetzen,
3. dezente Schattenschriften,
4. Nasenschilder, die aus der Tradition alter Zunftzeichen entstanden sind,
5. historische alte Wirtshaus- und Handwerksschilder,
6. Werbeanlagen mit dezenter Farbwirkung, die im Einklang mit der Fassadenfarbe stehen.

Um die unterschiedliche Schutzwürdigkeit der verschiedenen Stadtteile zu berücksichtigen, enthält diese Satzung individuelle und abgestufte Festsetzungen für die jeweiligen Gebiete.

§ 1

Geltungsbereich

(1) Diese Satzung regelt Anforderungen und Verbote für die Errichtung sowie Anforderungen an die Gestaltung von genehmigungspflichtigen, verfahrensfreien und genehmigungsfrei gestellten ortsfesten Anlagen der Wirtschaftswerbung (Werbeanlagen) einschließlich Automaten im Sinne des Art. 2 Abs. 1 Satz 2 BayBO.

(2) Der Geltungsbereich umfasst das gesamte Stadtgebiet.

(3) Auf Werbemittel, die an dafür genehmigten Säulen, Tafeln oder Flächen angebracht sind, und auf Warenauslagen und zugehörige Dekorationen in Schaufenstern und zulässigen Schaukästen sind die Vorschriften dieser Satzung nicht anzuwenden.

(4) Auf Schaufensterbeleuchtung, die keine über den üblichen Rahmen einer Schaufensterdekoration hinausgehende Wirkung in den öffentlichen Raum hat, ist diese Satzung nicht anzuwenden. Eine über den üblichen Rahmen hinausgehende Wirkung besteht insbesondere dann, wenn deren Wirkung weiträumig und nicht auf den unmittelbar angrenzenden Straßenraum beschränkt ist. Satz 1 gilt nicht für Werbeanlagen i.S.v. § 2 Ziffer 1-5.

(5) Weitergehende gesetzliche Regelungen und Regelungen in sonstigen ortsrechtlichen Vorschriften, namentlich der Sicherheitsverordnung vom 01.04.2009, in den jeweils geltenden Fassungen, sowie anderslautende Regelungen in Bebauungsplänen bleiben unberührt. Von dieser Satzung unberührt bleiben ferner weitergehende Anforderungen aufgrund des Denkmalschutzgesetzes -DSchG- (BayRS 2242-1-K) und straßenverkehrsrechtlicher Vorschriften.

§ 2 Begriffe

Dem Begriff Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind insbesondere folgende Anlagen zuzuordnen:

1. Lichtwerbung ist eine immaterielle Werbung. Sie umfasst z.B. Projektionen auf oder am Gebäude, auf Grundstücken, an baulichen Anlagen und in Schaufenstern, auf Straßen im Sinne des Art. 2 des Bayerischen Straßen- und Wegegesetzes (BayStrWG) und auf selbständigen Geh- oder Radwege sowie in den Luftraum abstrahlende Licht- und Laserstrahlen, sog. Himmelsstrahler.
2. Lauflichtanlagen lenken durch eine programmierte Lichtfolge die Aufmerksamkeit in eine bestimmte gewünschte Richtung.
3. Wechsellichtanlagen sind Anlagen, deren Betriebszustände sich in einem Rhythmus von weniger als 5 Minuten verändern. Dazu zählen z.B. Lauflichtanlagen, Videowände, Media Boards und andere Anlagen, deren Betriebszustände große Schwankungen der Beleuchtungsstärke, schnelle Hell-Dunkelübergänge, blitzlichtartige Vorgänge oder schnelle Folgefrequenzen des Wechsellichts beinhalten.
4. LED-Werbeanlagen sind i.d.R. als Wechsellichtanlagen einzustufen, wenn der Betriebszustand einer Darstellung häufiger als im 5 Minuten-Rhythmus wechselt.
5. Wechselwerbung ist an den Wechsel verschiedener Motive gebunden, indem z.B. ein Plakat wechselt. City Light Boards, elektronische Plakatwechsler oder drehende Litfaßsäulen gehören zur Wechselwerbung.
6. Pylone sind freistehende, mit Logos oder Großbuchstaben versehene Stelen.
7. Werbetafeln, sind beschriftete, bemalte, bedruckte oder beklebte Platten aus Kunststoff, Holz, Metall oder vergleichbaren Materialien
8. Leuchtkästen bzw. Leuchttransparente bestehen aus einer transparenten, hinterleuchteten Front- und ggf. Seitenansicht. Ihre Leuchtmittel sind grundsätzlich nicht sichtbar. Im Gegensatz dazu kennzeichnet eine Schattenschrift eine nicht transparente Front- und Seitenansicht.

§ 3

Allgemeine Gestaltungsgrundsätze

Die allgemeinen Gestaltungsgrundsätze gelten grundsätzlich für alle Baugebietstypen und sind generell, auch im Außenbereich, zu beachten.

1. Werbeanlagen sind so zu gestalten und zu unterhalten, dass sie insbesondere nach Anzahl, Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe, Lichtwirkung und Gliederung das Erscheinungsbild des Grundstücks und des Gebäudes, auf dem sie errichtet werden, und der sie umgebenden baulichen Anlagen sowie das Orts-, Straßen- und Landschaftsbild nicht erheblich stören. Sie dürfen grundsätzlich nicht in die freie Landschaft wirken.

Generell unzulässig sind Werbeanlagen an Brücken, an Leitungsmasten, Bäumen und Schornsteinen oder vergleichbar hochragenden, das Ortsbild beeinflussenden Bauteilen.

2. Grundsätzlich dürfen wesentliche Sichtachsen und Blickbezüge, wesentliche Straßenräume und Fahrbahnmittelstreifen der Hauptzufahrten in die Stadt, sowie stadtbildprägende Grünstrukturen wie Grünanlagen, Alleen, Grünzüge, begrünte Bahndämme, begrünte Vorgartenzonen und Straßenraumbegrünungen durch die Wirkung von Werbeanlagen nicht erheblich gestört werden. Überdimensionierte Werbeanlagen mit einer weithin sichtbaren übergeordneten Auswirkung auf die Stadtsilhouette sind unzulässig.

3. Die Beleuchtung von Werbeanlagen ist blendfrei auszuführen. Die Lichtquelle darf vom öffentlichen Verkehrsraum aus nicht sichtbar sein. Blink-, Lauf-, Laser- oder Reflexlichtanlagen sowie sonstige Lichtwerbung sind nicht zulässig. Dies gilt außerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten auch für Leuchtketten, Leuchtbänder und Leuchtkonturen mit Ausnahme der Zeit vom 1.11. bis 15.1. eines Kalenderjahres.

4. Mehrere Werbeanlagen an Gebäuden, baulichen Anlagen oder auf Grundstücken sind so zu errichten, aufzustellen, anzuordnen und zu gestalten, dass ein einheitliches Gestaltungskonzept vorliegt. Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.

5. Hinweisschilder und -zeichen auf abseits gelegene Betriebe müssen geordnet angebracht und bei mehreren aufeinander abgestimmt sein (Sammelhinweise). Sie müssen sich der Situation anpassen und dürfen den sonstigen Vorgaben dieser Satzung nicht widersprechen. Sie müssen unbeleuchtet sein. Sie dürfen nur den Firmennamen und den Branchenhinweis enthalten.

§ 4

Werbeanlagen in gewerblich oder industriell geprägten Gebieten

(1) Für Werbung in Gewerbe- (§ 8 BauNVO) und Industriegebieten (§ 9 BauNVO) sowie in gewerblichen Sondergebieten (§ 11 BauNVO) gilt:

1. Überdachwerbung ist ausnahmsweise zulässig, solange sie nicht verunstaltend wirkt und in ihrer Fernwirkung die Stadtsilhouette oder prägende landschaftliche oder bauliche Merkzeichen nicht stört.
2. Werbeanlagen dürfen sich nicht über die gesamte Fassadenlänge und Fassadenhöhe erstrecken. Sie müssen gliedernd angeordnet werden und sich an die baulichen Strukturen anpassen.
3. Die Errichtung von Pylonen mit einer Höhe von mehr als 7,0 m ist unzulässig. Das Verhältnis der Höhe zur Breite des Pylons muss mindestens 3 zu 1 betragen.
4. Werbung an Anlagen des öffentlichen Verkehrs, insbesondere an Lichtmasten (z.B. Straßenlaternen), Verkehrszeichen, Ampelanlagen und Verkehrsinseln ist unzulässig.

(2) Für Gebiete im Sinne des § 34 des Baugesetzbuchs, die nach der in der näheren Umgebung vorhandenen Bebauung gewerblich oder industriell geprägt sind, gilt Abs. 1 entsprechend.

§ 5

Werbeanlagen in Kern- und Mischgebieten sowie urbanen Gebieten

(1) Für Werbung in Mischgebieten (§ 6 BauNVO), urbanen Gebieten (§ 6a BauNVO) und Kerngebieten (§ 7 BauNVO), außerhalb der Denkmalensembles nach § 7, gilt zusätzlich zu § 4 Abs.1:

1. Werbeanlagen sind unzulässig
 - die Giebelflächen, tragende Bauglieder oder architektonische Gliederungen in störender Weise bedecken oder überschneiden,
 - an Erkern, Balkonen, Gesimsen und tragenden Baugliedern, z.B. Säulen und Pfeilern,
 - an Einfriedungen, außer an der Stätte der Leistung,
 - auf, an oder in Dächern, oberhalb der Dachtraufe oder Dachattika.
2. Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig.
Das gilt bei fensterlosen Giebelfassaden auch für Werbeanlagen oberhalb des fiktiven Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses. Für Giebelbemalungen kann eine Ausnahme zugelassen werden. Bei Gebäuden mit Gurtgesims sind Werbeanlagen grundsätzlich nur unterhalb der Gurtgesimse zulässig. Für Betriebe, deren Geschäftsräume ausschließlich in den Obergeschossen liegen oder sich über mehrere Etagen erstrecken, kann in Ausnahmefällen auch eine Anbringung der Werbeschrift oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses zugelassen werden.
3. Werbeanlagen und Wechsellichtanlagen mit grellen Neon-, fluoreszierenden oder reflektierenden Farben sind unzulässig.
4. Die Errichtung von Pylonen mit einer Höhe von mehr als 3,5 m ist unzulässig. Das Verhältnis der Höhe zur Breite des Pylons muss mindestens 3 zu 1 betragen. Selbstleuchtende Pylone sind unzulässig; die Beleuchtung ist so auszuführen, dass nur die Schrift oder ein Schriftfeld leuchtet.
5. Werbung an technischen Versorgungseinrichtungen ohne direkten Bezug zur Anlage, insbesondere an Verteiler- und Schaltkästen, Trafostationen, Kabelverteilerschränken, Postverteilerschränken und Hydranten ist unzulässig.
6. In den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, sind
 - Werbeanlagen grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig,
 - Wechsellichtanlagen nur werktags während der Ladenöffnungszeiten, maximal von 08.00 – 21.00 Uhr, zulässig.

(2) Für Gebiete im Sinne des § 34 des Baugesetzbuchs, die nach der in der näheren Umgebung vorhandenen Bebauung einem überwiegend durch Wohnen geprägtem Mischgebiet, einem urbanen Gebiet oder einem Kerngebiet entsprechen, gilt Abs. 1 entsprechend.

§ 6

Werbeanlagen in überwiegend durch Wohnen geprägten Gebieten und Dorfgebieten

(1) Für Werbung in Kleinsiedlungsgebieten (§ 2 BauNVO), reinen (§ 3 BauNVO), allgemeinen (§ 4 BauNVO) und besonderen Wohngebieten (§ 4a BauNVO), in Dorfgebieten (§ 5 BauNVO) und Sondergebieten (§§ 10, 11 BauNVO), die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, gilt zusätzlich zu § 4 Abs.1 und § 5 Abs. 1:

1. Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sammelwegweiser für in diesen Gebieten angesiedelte Einzelhandelsbetriebe des täglichen Bedarfs,

- Handwerksbetriebe, Gaststätten und Beherbergungsbetriebe können ausnahmsweise zugelassen werden.
2. Werbeanlagen sind unzulässig in der Form von frei aufgestellten Schauwerbekästen sowie als Werbetafeln in Vorgärten und an Einfriedungen.
 3. Werbeanlagen in Grünflächen, an Böschungen und Abflachungen, die im direkten Sichtfeld der Verkehrsteilnehmer liegen und damit ort- und straßenbildbestimmend sind, sind unzulässig.
 4. Wechsellichtanlagen sowie Leuchtkästen bzw. Leuchttransparente sind unzulässig.
 5. An Betriebsstätten nicht zulässig sind stationäre Anlagen zur Außenbeschallung für Werbezwecke, die vom öffentlichen Raum aus wahrnehmbar sind.
 6. Senkrechtschriften sind unzulässig.

(2) Für Gebiete im Sinne des § 34 des Baugesetzbuchs, die nach der in der näheren Umgebung vorhandenen Bebauung durch Wohnen geprägt sind oder dem Charakter eines Dorfgbietes entsprechen, gilt Abs. 1 entsprechend.

§ 7

Werbeanlagen in Denkmalensembles und an Einzeldenkmälern

Für Werbung an Baudenkmalern in Sinne des Art. 1 Abs. 1 Denkmalschutzgesetz und im Bereich aller Denkmalensembles nach Art. 1 Abs. 3 Denkmalschutzgesetz gelten zusätzlich zu § 4 Abs.1, § 5 Abs. 1 und § 6 Abs. 1 die nachfolgenden Bestimmungen:

1. Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt auch für Werbung auf Fensterflächen.
2. An Giebelflächen, Verzierungen, Lisenen, Pilastern, Risaliten, Fenster- und Torrahmungen sowie Fensterläden sind Werbeanlagen generell unzulässig.
3. Fassadenwerbung darf nur als aufgemalter Schriftzug oder aus auf der Fassade befestigten Einzelbuchstaben angebracht werden. Eine zugehörige Beleuchtung darf nur in einer Form ausgeführt werden, die weder direkt nach vorne noch zur Seite leuchtet, sondern nur in einem warmweißen Ton hinterleuchtet bzw. rückwärtig auf die Fassade leuchtend ausgeführt wird (Schattenschrift). Im Übrigen ist eine Beleuchtung nur in Form einer verdeckt angebrachten oder integrierten Lichtquelle zulässig. Auf sichtbaren Montageschienen befestigte Einzelbuchstaben sowie Trägerplatten sind unzulässig. Die Breite der Werbeanlage darf nicht mehr als 1/3 der Fassadenbreite betragen. Schriftzüge aus Einzelbuchstaben dürfen nicht mehr als 8 cm über die Außenkante der Wandfläche vorragen.
4. Fassadenwerbung und Nasenschilder haben sich ausschließlich auf den Firmennamen, ein Firmenzeichen und Branchenhinweise zu beschränken. Produktwerbung ist unzulässig. Der Schriftzug darf aus nicht mehr als zwei Schriftzeilen bestehen.
5. Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden (Ausleger/Nasenschilder), sind nur mit einer Gesamtausladung von max. 1 m sowie mit einer Gesamtgröße von max. 0,6 m² zulässig (ausgenommen kunsthandwerklich gestaltete Nasenschilder). Es ist nur eine indirekte Beleuchtung der Auslegerwerbung/Nasenschilder zulässig, die verdeckt angeordnet sein muss. Integrierte Lichtquellen sind grundsätzlich nicht zulässig, außer die technische Ausführung kann die Wirkung einer indirekten Beleuchtung erzeugen. Je Betrieb ist je Hausfront nur ein Ausleger/Nasenschild zulässig.
6. Werbeanlagen mit aufdringlicher Wirkung durch übermäßige Größe oder grelle bzw. glitzernde Farben und dgl. sind unzulässig.
7. Unzulässig sind
 - Pylone, Fahnen, Transparente, Sammelwegweiser,
 - Hinweisschilder auf einzelne Betriebe, außerhalb des Orts der Leistung,
 - Großflächenwerbeanlagen an Gerüsten und Bauzäunen,

- sich drehende oder in ähnlicher Weise bewegliche Werbeanlagen oder Teile, davon
 - unmittelbar am Boden befindliche oder im Boden eingelassene Werbeanlagen, die in den öffentlichen Raum wirken.
- Bei nach ihrem erkennbaren Zweck (z.B. Aus- und Schlussverkäufe, Jubiläen, Eröffnungen) nur vorübergehend für höchstens 4 Wochen und insgesamt für nicht mehr als 2 Ereignisse pro Kalenderjahr verwendeten Werbeanlagen können Ausnahmen zugelassen werden.
- Schaukästen und Warenautomaten sind nur zulässig, sofern sie nicht die Fassadenfront bzw. Eigentumsgrenzen überschreiten.
8. Werbeanlagen bzw. -aufdrucke an Markisen sind unzulässig.
 9. Werbeanlagen in bzw. auf den Glasflächen von Fenstern, Türen und Schaufenstern sind grundsätzlich nur im Erdgeschoss mit einer Fläche von maximal 15 % der Gesamtglasfläche als Einzelbuchstaben oder Einzelsymbole zulässig. Eine Beklebung oder Bedruckung darf nur von innen und im Bereich der Fensterränder erfolgen. Maßgeblich für die Bestimmung der Werbefläche ist die optische Wirkung; das Aussparen einzelner Teilflächen vermindert den Werbeflächenanteil nicht, wenn ein Effekt wie bei einer ganzheitlichen Werbung erzielt wird.
Das Verbot nach Satz 1 gilt nicht für Werbeanlagen, die nach ihrem erkennbaren Zweck (z.B. Aus- und Schlussverkäufe) nur vorübergehend für höchstens 4 Wochen und insgesamt für nicht mehr als 2 Ereignisse pro Kalenderjahr angebracht werden.
 10. Wechsellichtanlagen sind nur in Schaufenstern und nur werktags während der Ladenöffnungszeiten, maximal von 08.00 – 21.00 Uhr zulässig. Die Wechsellichtanlage muss einen Abstand zur Schaufensterverglasung von 50 cm einhalten. Die Anlage ist so zu dimensionieren und zu betreiben, dass keine unruhige und aufdrängende Außenwirkung entsteht.
 11. Firmen- und Namensschilder (für freie Berufe etc.) dürfen eine Größe von maximal 0,25 m² aufweisen, müssen flach an der Außenwand und in unmittelbarer Nähe des Zugangs angebracht werden. Je wirtschaftlich und räumlich voneinander getrennter Einheit ist nur ein Schild zulässig. Ausnahmsweise können bei von der Straße abgewandten Eingängen (z.B. Erschließung über Fußwege, Hinterhöfe, usw.) insgesamt maximal zwei Schilder angebracht werden. Mehrere Schilder müssen aufeinander abgestimmt und zusammengefasst werden.
Für gastronomische Betriebe dürfen Speise- und Getränkekarten nicht größer als 0,25 m² sein. Während der Betriebszeiten darf eine zusätzliche mobile Werbetafel nicht größer als 70x50 cm aus hochwertigem Material an oder vor der Fassade platziert werden.

Die hier besonders geschützten Bereiche (Baudenkmäler und Denkmalensembles) sind aus der Denkmalliste des Bayerischen Landesamtes für Denkmalpflege zu entnehmen. Die Umgriffe der Denkmalensembles sind zudem aus dem als Anlage 1 beigefügten Lageplan (Maßstab 1:10000) ersichtlich, der Bestandteil dieser Satzung ist. Dieser Lageplan wird auch bei der Stadt Landshut (Amt für Bauaufsicht) archivmäßig verwahrt und ist dort während der Dienststunden allgemein zugänglich.

§ 8 Unterhalts- und Beseitigungspflicht

- (1) Werbeanlagen einschließlich der dazugehörigen Konstruktionen, Pylone sowie Fahnenmasten sind spätestens 6 Monate, nachdem der Betrieb bzw. die Errichtung, für die geworben wird, nicht mehr besteht oder der Zweck der Werbung aus sonstigen Gründen nicht mehr erreicht werden kann, zu entfernen. Beschädigte Werbeanlagen sind instand zu setzen.
- (2) Verantwortlich im Sinne des Absatzes 1 sind der Betreiber der Werbeanlage sowie der Eigentümer des Grundstücks, auf welchem die Werbeanlage betrieben wird.

§ 9 Abweichungen

In besonders gelagerten Fällen können von den Anforderungen dieser Satzung ausnahmsweise Abweichungen zugelassen werden, wenn die Architektur oder der Charakter des Straßenbildes dies gestatten. Die Abweichung muss mit sonstigen öffentlichen Belangen, insbesondere den allgemeinen Anforderungen nach Art. 3 Satz 1 BayBO, vereinbar sein. Die Abweichungen sind gesondert schriftlich zu beantragen. Der Antrag ist zu begründen.

§ 10 Bestehende Werbeanlagen

- (1) Die Paragraphen 3 bis 7 dieser Satzung gelten nicht für Werbeanlagen, die vor dem Inkrafttreten dieser Satzung rechtmäßig errichtet worden sind.
- (2) Werden bestehende Werbeanlagen wesentlich geändert oder erneuert, gelten für die Änderung oder Erneuerung die Anforderungen dieser Satzung.

§ 11 Ordnungswidrigkeiten

Gemäß Art. 79 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 BayBO kann mit Geldbuße bis zu 500.000 Euro belegt werden, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. eine Werbeanlage entgegen der Gestaltungsgrundsätze des § 3 errichtet, anordnet oder aufstellt;
2. Werbeanlagen entgegen der besonderen Verbote und Anforderungen nach §§ 4, 5, 6 und 7 errichtet, anordnet oder aufstellt.

§ 12 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt mit dem auf die Bekanntmachung im Amtsblatt der Stadt Landshut folgenden Tag in Kraft.

Gleichzeitig tritt die Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung, Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen in der Stadt Landshut (Werbeanlagensatzung) vom 01. August 1985 (Abl. S. 65) in der Neufassung vom 11. Januar 1999 (ABI S.24, ber. S. 30) außer Kraft.

Landshut, den 00.00.2020
STADT LANDSHUT

Alexander Putz
Oberbürgermeister

Anlage 1 Umgriff der Denkmalensembles

