

# Satzung der Stadt Landsberg am Lech über örtliche Bauvorschriften für Außenwerbeanlagen – AWS



## Inhaltsübersicht

<b>Einleitung und Begründung</b>	Seite 2
----------------------------------	---------

### **Teil 1- Allgemeine Ausführungen**

§ 1	Gegenstand	Seite 4
§ 2	Geltungsbereich Zonen 1 bis 3	Seite 4
§ 3	Begriffsbestimmungen	Seite 6
§ 4	Arten und Orte unzulässiger Werbeanlagen	Seite 7
§ 5	Allgemeine Anforderungen	Seite 8

### **Teil 2 – Anforderungen Zone 1**

§ 6	Geltung zusätzliche Vorschriften	Seite 8
§ 7	Gestaltung	Seite 8
§ 8	Markisenbeschriftung	Seite 8
§ 9	Produktwerbung und Logos	Seite 9
§ 10	Ausladende Werbeanlagen	Seite 9
§ 11	Namens- und Betriebsschilder	Seite 10
§ 12	Hinweiszeichen	Seite 10
§ 13	Anpreiswaren und – tafeln	Seite 10
§ 14	Schaukästen und Warenautomaten	Seite 10
§ 15	Schaufensterwerbung	Seite 11
§ 16	Lichtreklame	Seite 11

### **Teil 3 – Anforderungen Zonen 2 und 3**

§ 17	Geltung zusätzliche Vorschriften	Seite 13
§ 18	zusätzliche Anforderungen	Seite 13
§ 19	Großflächenwerbung	Seite 14
§ 20	Ausladende Werbeanlagen	Seite 14
§ 21	Schaufensterwerbung in Zone 3	Seite 14
§ 22	Tankstellenwerbung	Seite 15
§ 23	Werbefahren	Seite 15

### **Teil 4 – Zone 4**

§ 24	Verbot	Seite 15
------	--------	----------

### **Teil 5 – Schlussbestimmungen**

§ 25	Abweichungen	Seite 15
§ 26	Genehmigungspflicht	Seite 15
§ 27	Ordnungswidrigkeiten	Seite 16
§ 28	Inkrafttreten	Seite 16

Anlage: Übersichtsplan mit Darstellung der Zoneneinteilungen

Die Stadt Landsberg am Lech erlässt aufgrund Art. 81 Abs. 1 Nrn. 1 und 2 sowie Abs. 3 der Bayerischen Bauordnung (BayBO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. August 2007 (GVBl. S. 588, zuletzt geändert am 09.05.2016 (GVBl. S. 89), und Art. 23 ff Gemeindeordnung für den Freistaat Bayern (Gemeindeordnung – GO) i.d.F. der Bekanntmachung vom 22.08.1998 (GVBl. S. 796, zuletzt geändert am 22.12.2015 (GVBl. S. 458) folgende

## **Satzung**

### **über örtliche Bauvorschriften für Außenwerbeanlagen (AWS)**

#### **Einleitung und Begründung**

Außenwerbeanlagen, wie freistehende Werbeanlagen und Werbeanlagen an Gebäudefassaden sind wesentlicher Bestandteil des Straßenbildes, Ortsbildes und Landschaftsbildes einer Stadt. Sie prägen und gestalten insbesondere den öffentlichen Straßenraum. Solche Anlagen können sowohl die Architektur von Gebäuden und Häuserzeilen als auch ganze Straßenzüge empfindlich stören, wenn sie ohne Rücksicht auf Gebäude und ihren Charakter ausgebildet werden. Die Werbeanlagen sollen dabei hinsichtlich Art, Größe, Ort und Anzahl in einem ausgeglichenen Verhältnis zum Orts- und Straßenbild stehen und das Orts- und Landschaftsbild nicht beeinträchtigen. Um diesen grundlegenden Gestaltungsgedanken umsetzen zu können, ist der Erlass einer Werbeanlagensatzung mit besonderen Anforderungen an die äußere Gestaltung und die Regelung der Zulassung von Werbeanlagen für das gesamte Stadtgebiet erforderlich. Grundsätzlich wird das gesamte Stadtgebiet für schutzwürdig empfunden. So dürfen z.B. im gesamten Stadtgebiet an Schornsteinen, Hauskaminen oder ähnlich hochragenden Bauteilen keine Werbeanlagen angebracht werden. Auch an Kunst- und Naturdenkmälern werden Werbeanlagen gänzlich ausgeschlossen. Eine Differenzierung nach unterschiedlich geprägten Stadtvierteln ist hierbei nicht erforderlich, da das Erscheinungsbild und die Außendarstellung der Stadt Landsberg am Lech oberste Priorität besitzt. Eine Werbeanlage, z.B. an einen Schornstein würde das Ortsbild negativ beeinflussen. Man geht dabei davon aus, dass das Stadtbild in allen Teilen des Stadtgebietes eine grundsätzliche Schutzwürdigkeit besitzt. Diese Schutzwürdigkeit muss jedoch in einem engeren Maßstab und Körnigkeit weiter differenziert werden, je unterschiedlicher die Stadtteile bebaut und genutzt werden. Es werden deshalb Differenzierungen für verschiedenen städtische Stadtteile vorgenommen. Dabei werden insbesondere drei besondere Schutzzonen (Zone 1, 2 und 3) herausgestellt, für die zusätzlich zu den allgemeinen Beschränkungen für das gesamte Stadtgebiet Anforderungen bzw. Beschränkungen erlassen werden.

#### **Zone 1 Altstadt, Ortskerne der Ortsteile und ehemalige Landsberger Pflugfabrik**

Bei der Landsberger Altstadt und den Landsberger Ortsteilen Erpfting, Ellighofen, Pitzling und Reisch handelt es sich um historisch gewachsene Ortskerne, deren Entstehungsgeschichten z.T. bis in das 12. Jahrhundert zurück reichen. Es soll nicht verkannt werden, dass sich im Laufe der Jahrhunderte und Jahre die Ansprüche und Nutzungen geändert haben. Die Struktur des Städtebaus und die Ausgestaltung der Häuser sind jedoch im Grunde unverändert geblieben. Nahezu alle Gebäude der Altstadt sowie die Ensembles der Häuserzeilen stehen unter Denkmalschutz. Das Erscheinungsbild des Ensembles kann nur gewahrt werden, wenn sie nicht durch Werbeanlagen verunstaltet werden. D.h. an die einzelne Werbeanlage müssen hohe Anforderungen an die Qualität, den Standort und die Ausgestaltung gestellt werden. Neben den allgemeinen Anforderungen an das Verbot von Werbeanlagen müssen deshalb für den Bereich der Altstadt zusätzliche Anforderungen gestellt werden.

Die Aufnahme des Geländes der ehemaligen Landsberger Pflugfabrik geschieht im Hinblick auf die Überplanung des Geländes für das „Urbane Leben am Papierbach“. Mit der Überplanung des Gebiets werden hohe Anforderungen an die städtebauliche und architektonische Qualität gestellt. Durch den geplanten Lechsteg wird das Gebiet eng an die Altstadt von Landsberg angebunden und verflochten. Für Werbeanlagen sind deshalb ebenfalls die hohen Anforderungen wie für Werbeanlagen in der Altstadt zu stellen.

## **Zone 2 Gewerbe- und Industriegebiete**

Auf den ersten Blick erscheinen Anforderungen an Außenwerbeanlagen in Gewerbe- und Industriegebieten sowie vergleichbarer Gebiete nicht erforderlich. Da auch an die Gebäude keine hohen architektonischen und gestalterischen Anforderungen gestellt werden, könnte man darauf schließen, dass auch Außenwerbeanlagen nicht reglementiert werden müssten. Wollte man dieser Argumentation folgen, würde außer Acht gelassen, dass insbesondere in Gewerbe- und Industriegebieten eine Vielzahl von Werbeanlagen gewünscht wird. Bei ausufernden Werbeanlagen, z.B. großflächige Werbeschilder an Gebäuden und Giebelbema- lungen sowie überdimensionierte freistehende Großflächenwerbetafeln, würde eine Überflutung des Gebietes hervorgerufen werden, die zu einer Verunstaltung des Gebietes führen würde. Es ist deshalb besonderes Augenmerk auf Größenverhältnisse von Werbeanlagen in diesen Gebieten zu werfen. Die zusätzlichen Anforderungen unterscheiden sich jedoch wesentlich von den Anforderungen der Zone 1 und sind deshalb weniger einschränkend vorge- sehen.

## **Zone 3 Einfall- und Sammelstraßen**

Als dritte Zone, für die zusätzliche Anforderungen erlassen werden, werden wichtige Einfall- und Sammelstraßen im Stadtgebiet definiert. Einfallstraßen und Sammelstraßen stellen das Tor zur Stadt und somit eine Art Visitenkarte einer Stadt vor. Der erste Eindruck einer Stadt, der sich einem auswärtigen Besucher aufdrängt, wird durch das Stadtbild entlang der Einfall- straßen vermittelt. Auch und gerade weil die Gebäude und Architektur an manchen Einfall- straßen keine hohen gestalterischen Anforderungen ausstrahlen, muss umso behutsamer mit Werbeanlagen umgegangen werden. Bei unregelmäßigen Werbeanlagen muss mit einer weitergehenden Verunstaltung gerechnet werden, die im Endeffekt nicht mehr reparabel wäre. Die geregelte Werbeanlage kann dagegen z.B. bei guter Gestaltung und ausgewoge- nem Größenverhältnis, sich mildernd auf die Architektur auswirken, Missstände schrittweise abbauen und ein ansprechendes Ortsbild auch bei mäßiger Architektur wieder herstellen.

Einige Einfahrtsstraßen zum Stadtgebiet, wie z.B. die Augsburgsburger Straße von Norden kom- mend, sind durch unregelmäßige Werbeanlagen in ihrem Erscheinungsbild bereits gestört. Die Satzung soll dazu beitragen, dass diese städtebaulichen Missstände langfristig beseitigt werden. Zwar können genehmigte Werbeanlagen nicht nachträglich beseitigt werden, jedoch tragen die hier erlassenen Anforderungen dazu bei, dass bei einer Nutzungsänderung eines Geschäftes und der erforderlichen Neuerrichtung von Werbeanlagen, die Störung des Orts- und Straßenbildes schrittweise behoben wird. Die Außenwerbeanlagensatzung ist insofern auch als städtebauliches Instrument zu sehen, dass zur Bereinigung und Wiederherstellung des Ortsbildes beitragen soll.

## **TEIL 1** **Allgemeine Ausführungen**

### **§ 1** **Gegenstand**

- (1) Die Satzung betrifft die Errichtung, Anbringung, Aufstellung, Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen und regelt deren Anforderungen.
- (2) Die Satzung ist nicht anzuwenden auf Werbemittel gemäß § 3 Abs. 2 dieser Satzung.
- (3) Diese Satzung gilt für das **gesamte** Stadtgebiet Landsberg am Lech (einschließlich der Ortsteile und aller nicht bebaubaren Grundstücke und Außenbereichsflächen). Für besonders schutzwürdige Gebiete wie Altstadt (Zone 1), ortsbildprägende Einfahrts- und Sammelstraßen (Zone 3) sowie zur Vermeidung von Störungen bzw. Wiederherstellung des Ortsbildes in Gewerbe- und Industriegebieten (Zone 2) werden besondere Anforderungen gestellt.
- (4) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden, wenn und soweit Bebauungspläne oder sonstige Satzungen Regelungen über die Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen treffen und diese von den hier getroffenen Festsetzungen abweichen.

### **§ 2** **Geltungsbereich Zonen 1 bis 3**

Der Geltungsbereich der Zonen 1 bis 3 ist dem beiliegendem Übersichtsplan (Anlage) zu entnehmen. Für die Einstufung in eine Zone ist primär der Eintrag in dem Übersichtsplan maßgebend.

In den Straßenbereichen der Zone 3 erstreckt sich die Schutzzone in einem beidseitig vom öffentlichen Verkehrsraum leicht einsehbaren 25-Meter-Bereich, gemessen von der Straßenbegrenzungslinie (= Grenzlinie zwischen öffentlicher Verkehrsfläche und privatem Grundstück) aus. Bei Überschneidung des 25-Meter-Bereiches mit Zone 2 gelten die Anforderungen der Zone 3, sofern nachfolgend keine anderen Regelungen getroffen sind.

Die nachfolgende Beschreibung dient als Orientierung für die Zuordnung zu den drei Zonen.

#### (1) Zone 1

- a. Altstadtgebiet, das wie folgt begrenzt wird:

*Epfenhauser Straße ab Höhe Peter-Rosegger-Straße - Weilheimer Straße einschließlich bis Abzweigung Pössinger Straße – Teilstück Lech - Neue Bergstraße – Karolinenbrücke – Katharinenstraße beidseitig bis Höhe Johann-Arnold-Straße - von-Kühlmann-Straße - Sandauer Brücke - Sandauer Straße - Fußweg von der Sandauer Straße zur Epfenhauser Straße (soweit Straßen die Abgrenzung des Gebiets bilden, sind sie beidseitig einbezogen).*

- b. sämtliche in der jeweils aktuellen Fassung der Denkmalliste, Teil A der Stadt Landsberg am Lech aufgeführten Baudenkmäler (Gebäude, Kirchen, Kapellen, Türme, Tore, Stadtmauern, Ensembles etc.)

## Geltungsbereiche der folgenden Bebauungspläne

- Altort Ellighofen
- Ortskern Erpfting
- Ortskern Reisch
- Pitzling Mitte

- c. Gelände der ehemalige Landsberger Pflugfabrik, das wie folgt begrenzt wird:

Spöttinger Straße, Frühlingstraße, von-der-Kühlmann-Straße, Südgrenze Grundstück Fl.Nr. 720/1 und Papierbach westlich Bahngleis;

(2) Zone 2

- a. Gewerbegebiete, Industriegebiete und Sondergebiete
- b. Mischgebiete an folgenden Straßen
  - Augsburgener Straße (Teilstück zwischen Augsburgener Straße 38 und 76)
  - Münchener Straße (Teilstück zwischen Dr.-Baur-Straße und Münchener Str.36)
  - Weilheimer Straße (Teilstück zwischen Münchener Straße & Weilheimer Str. 11)

(3) Zone 3

Örtliche Einfahrtsstraßen:

Nr.	Bezeichnung Straßenabschnitt
1	Augsburger Straße Teilstück von Sandauer Brücke bis Königsberger Platz
2	Augsburger Straße Teilstück von Königsberger Platz bis Höhe Hs.Nr. 76
3	Iglinger Straße Teilstück von Einmündung Augsburgener Straße bis Robert-Bosch-Straße
4	Iglinger Straße Teilstück von Einmündung Robert-Bosch-Straße bis Unterführung A 96
5	Schwaighofstraße
6	Spöttinger Straße
7	Holzhauser Straße
8	Breslauer Straße
9	Hindenburgring
10	Schongauer Straße
11	Erpftinger Straße
12	Katharinenstraße (ohne Zone 1)
13	Weilheimer Straße (ohne Zone 1)
14	Ummendorfer Straße
15	Schwiftinger Straße
16	Münchener Straße Teilstück von Einmündung Epfenhauser Str. bis Schwiftinger Str.
17	Münchener Straße Teilstück von Einmündung Schwiftinger Straße bis Penzinger Feld
18	Epfenhauser Straße (ohne Zone 1)

Stark frequentierte Sammelstraßen:

Nr.	Bezeichnung Straßenabschnitt
19	Carl-Friedrich-Benz-Straße
20	Lechwiesenstraße Teilstück zwischen Einmündung Iglinger Straße und Sudetenstraße
21	Ahornallee
22	Lindenallee
23	Pössinger Straße
24	Bayerfeldstraße Teilstück zwischen Ummendorfer Str. und Pössinger Str.
25	Luibachstraße Teilstück von Hs.Nr. 1 bis 11
26	Ellighofer Straße Teilstück von Einmündung Hauptstraße bis Mittelstetter Straße

### § 3 Begriffsbestimmungen

- (1) **Werbeanlagen** im Sinne dieser Satzung sind ortsfeste Anlagen der Wirtschaftswerbung bzw. Wirtschaftswerbung an baulichen Anlagen die vom öffentlichen Verkehrsraum aus eingesehen werden können. Eine Wirtschaftswerbung liegt vor, wenn die Anlage der gewerblichen oder beruflichen Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dient.
- (2) Als **Werbemittel** sind insbesondere die Anschläge (z.B. Zettel- und Bogenanschlätze), Plakate, Bilder usw. an Säulen (z.B. Litfasssäulen), Tafeln (z.B. Plakattafeln) oder Flächen (z.B. Plakat- und Reklameflächen) und die auswechselbare Kino- und Theaterreklame auf Werbeflächen zu verstehen, die als Werbeanlagen genehmigt wurden.
- (3) Unter **Hinweisschilder** sind Werbeanlagen zu verstehen, die auf einer einzigen Tafel eine Mehrzahl von gewerblichen Betrieben zusammenfassen.
- (4) Als **Hinweiszeichen** sind Werbeanlagen zu bezeichnen, die vornehmlich wegweisenden Charakter haben und sich hinsichtlich Größe, Gestaltung, Farbgebung, Belichtung und Beschriftung auf das Beschränken, was das Auffinden der abseits oder versteckt gelegenen Stätte im Interesse des Verkehrs ermöglicht. Unter Hinweiszeichen sind auch sog. „Stelen“ zu bezeichnen. Dabei handelt es sich um eine frei stehende Platte oder Säule.

*Hinweis: Das bloße Auswechseln der Werbeinformation einer Werbeanlage ist verfahrensfrei, wenn die Werbeanlage als Träger für wechselnde Werbung in dieser Funktion – sofern die Werbeanlage genehmigungspflichtig war - genehmigt wurde.*

- (5) Unter **Fläche** der Werbeanlage ist die gesamte Außenfläche, d.h. das Gesamtmaß der sichtbaren, zusammenhängend für Werbezwecke genutzte Außenflächen zu verstehen. Bei einseitig wirkenden Werbeanlagen ist das die Fläche, auf der die Werbung erscheint. Bei zwei- und mehrseitig wirkenden Werbeanlagen ist die gesamte Außenfläche (also Vorder- und Rückseiten) zugrunde zu legen.
- (6) Ein **Warenautomat** ist zu verstehen als ein Apparat, der nach Münzeinwurf bzw. EC-Kartennutzung selbsttätig Waren abgibt oder eine Dienst- oder Bearbeitungsleistung erbringt. Des Weiteren muss es sich um einen Automaten der Wirtschaft oder des Berufs handeln.
- (7) **Keine Werbeanlagen** im Sinne dieser Satzung sind insbesondere Anlagen der Parteienwerbung, amtliche Anschlagtafeln und Hinweise auf öffentliche Einrichtungen sowie Gottesdienstanzeiger von Kirchen und Religionsgemeinschaften.
- (8) Unter **Großflächenwerbeanlagen** sind freistehende Werbeanlagen mit einer **Fläche** von mehr als 6 m<sup>2</sup> zu verstehen (z.B. Euroformat), die in Form von Werbetafeln errichtet werden.
- (9) Bei **Werbepylonen** handelt es sich um freistehende Werbeanlagen, die in Form von Werbetürmen errichtet werden.
- (10) **Stätte der Leistung** ist der Ort der Herstellung eines Erzeugnisses, seiner Verwaltung, seiner Lagerung und seiner Veräußerung (Vertrieb).

Das Gesetz räumt somit jedermann das Recht ein, an seiner eigenen Produktions-, Betriebs- und Verkaufsstätte auf seinem Betrieb und auf seine Waren hinzuweisen. Stätte der Leistung ist aber auch der Ort, wo nicht nur eine Leistung erbracht wird, sondern auch direkt von einem potentiellen Abnehmer nachgefragt werden kann. Für die Stätte der Leistung ist es unerheblich, dass der Veräußerer eines Erzeugnisses zugleich für den Hersteller wirbt und damit auch Fremdwerbung treibt. Die Leistung, z.B. der Warenverkauf, wird in einem solchen Fall nicht vom Hersteller, sondern vom Händler erbracht. Das gilt auch, wenn ein Händler Markenreklamen an seiner Verkaufsstätte anbringt, die ihm vom Markenartikelhersteller geliefert werden.

- (11) **Öffentlicher Verkehrsraum** im Sinne dieser Satzung sind alle nach dem Bayer. Straßen- und Wegegesetz und dem Bundesfernstraßengesetz dem öffentlichen Verkehr gewidmeten Straßen, Wege und Plätze mit allen Bestandteilen sowie Verkehrsflächen, für die aufgrund von Dienstbarkeiten der Öffentlichkeit ein Benutzungsrecht eingeräumt ist.
- (12) **Bauliche Anlagen** im Sinne dieser Satzung sind bauliche Anlagen im Sinne des Art. 2 Abs. 1 BayBO.
- (13) **Gebäude** im Sinne dieser Satzung sind Gebäude im Sinne des Art. 2 Abs. 2 BayBO.
- (14) **Logos** im Sinne dieser Satzung sind Embleme, Sinnbilder oder symbolhafte Werbezeichen.

#### § 4

#### Arten und Orte unzulässiger Werbeanlagen

Wegen ihrer verunstaltenden Wirkung sind Werbeanlagen insbesondere unzulässig:

(1) im gesamten Stadtgebiet

1. an Schornsteinen, Hauskaminen und ähnlichen hochragenden Bauteilen;
2. an Natur-, Kunst- oder Kulturdenkmälern;
3. als dauerhaft aufgestellte Werbeanlagen mit Gebläse (sogenannten SkyDancer);
4. als Projektion einer Reklameschrift oder eines Reklamebildes auf einer Wandfläche bzw. Verkehrsfläche mittels eines Bildwerfers;
5. als Anlagen zur Erzeugung von Lichtstrahlen am Nachthimmel mittels sog. Himmelsstrahler;

(2) zusätzlich in Zone 1 und Zone 3

1. an Freileitungsführungen, Licht- und Abspannmasten, Straßenlaternen, Umformerstationen, Wartehäuschen, Fernsprechkablen und ähnlichen öffentlichen Einrichtungen;
2. an Einfriedungen aller Art, Türen, Toren und Fenstern, sofern nichts anderes bestimmt ist;
3. an Brücken, Stegen, Außentreppen, Stützmauern und Geländern, Über- und Unterführungen, Gartenhäusern, Scheunen, Brunnen, Türmen und Toren sowie an der Stadtmauer;
4. an Balkonen, Erkern, Gesimsen, an und auf Vordächern, Dächern einschließlich der Dachgesimse und über den Dachtraufen,
5. an Bäumen, Böschungen, Felsen, Gebüsch und Uferbefestigungen;
6. als wechselnde Produktwerbung mit elektronischen Werbetafeln;
7. als mehr als täglich wechselnde Produktwerbung an sonstigen Werbetafeln;
8. in der Gestalt von Werbeattrappen aller Art außerhalb von Verkaufsstellen, Geschäfts- oder Betriebsräumen;
9. mit Deko-Artikeln in Form von Luftballonen, Netzen, Ernteerzeugnisse und dgl.;
10. als Gebets-, Strandfahnen und dgl.;

(3) zusätzlich in Zone 1 und Zone 3 Nr. 1

**Zusätzlich** sind Werbeanlagen in der Gestalt von Spannbändern, Werbefahnen und –wimpeln unzulässig. Davon ausgenommen sind Spannbänder an der Fuß- und Radwegbrücke über der Neuen Bergstraße und der Eisenbahnbrücke Augsburgsberger Straße.

Für Firmenjubiläen ist die Erteilung einer Ausnahme für die folgende Dauer zulässig:

- a) bei Jubiläen in Abständen von 5 Jahren 2 Wochen;
- b) bei Jubiläen in Abständen von 10 und 25 Jahren 4 Wochen;

## **§ 5 Allgemeine Anforderungen**

- (1) Werbeanlagen haben sich entsprechend Art. 8 BayBO in Farbgestaltung, Materialwahl, Proportion und in der Anordnung am Gebäude der gegebenen Architektur unterzuordnen sowie dem Straßen-, Orts- und Landschaftsbild anzupassen. Die störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.
- (2) In der Zone 1 sind Werbeanlagen nur an der Stätte der Leistung zulässig.

## **TEIL 2 Anforderungen Zone 1**

### **§ 6 Geltung zusätzliche Vorschriften**

Im Geltungsbereich der Zone 1 (sh. § 2 Abs. 1 AWS) sind zusätzlich zu den §§ 1 bis 5 die folgenden §§ 7 bis 16 zu beachten.

### **§ 7 Gestaltung**

Hinsichtlich der Gestaltung sind folgende Anforderungen zu beachten:

- 1. Aufdringliche Wirkung, insbesondere durch übermäßige Größe, Signalfarben oder Rückstrahlungen, sowie die Verwendung von mehr als zwei Farben, ist unzulässig.
- 2. Die Häufung gleicher oder miteinander unvereinbarer Werbeanlagen ist unzulässig.
- 3. Werbeanlagen, die auf der Hauswand angebracht werden, müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zur Fassade des Gebäudes und Ihrer Gliederung stehen. Die Schrifthöhe hat sich dem Charakter und der Proportion der Fassade anzupassen. Die Buchstabenhöhe darf in der Regel 35 cm nicht überschreiten.
- 4. Werbeschriften sind nur in der Form von aneinander gereihten Einzelbuchstaben auf der Fassade oder einer Trägerplatte, die im gleichen matten Farbton wie die Fassade gestrichen, zulässig. Bei Einzelbuchstaben muss darauf geachtet werden, dass die Fassadenstruktur zwischen den einzelnen Buchstaben sichtbar bleibt.
- 5. Werbung ist nicht zulässig, wenn Gedenktafeln, Inschriften von geschichtlicher Bedeutung, bildliche oder figürliche Darstellungen historischer Art und dgl. in ihrem Wesensgehalt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden,
- 6. Werbeschriften dürfen maximal nur zweizeilig ausgeführt werden,
- 7. Werbeschriften in Form von senkrecht oder schräg untereinander angeordneter Buchstabenfolge sind unzulässig.

### **§ 8 Markisenbeschriftung**

Markisenbeschriftungen werden nur im unteren Viertel, am Volant oder seitlich zugelassen, wenn eine andere Beschriftungsmöglichkeit an der Fassade unter Berücksichtigung von § 10

Abs. 2 nicht gegeben ist, diese Beschriftung einzeilig und mit geringer Schriftstärke ausgeführt wird. Die Anbringung eines Logos in diesem Bereich in Schriftfarbe ist möglich.

## **§ 9 Produktwerbung und Logos**

- (1) Produktwerbung ist an Außenwänden und auf Auslegern unzulässig.
- (2) Logo-Schriftzüge haben sich den allgemeinen Gestaltungsgrundsätzen unterzuordnen. Sie sind deshalb ggfls. nur in modifizierter Form hinsichtlich Größe, Farbe und Material möglich.

## **§ 10 Ausladende Werbeanlagen**

- (1) Winkelig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (sog. Ausleger, Nasenschilder) sind nur zulässig für Nacht arbeitende Betriebe (Apotheken, Kinos, Hotels, Gaststätten) und Handwerksbetriebe. Die vorgenannten Werbeanlagen dürfen nur bis zur Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden und müssen eine überwiegende horizontale Ausdehnung aufweisen. Die Ausladung darf nicht mehr als 1,30 m betragen und muss mindestens 0,70 m von der Gehsteigkante entfernt sein. Das Quergefälle der Straße ist dabei in jedem Einzelfall besonders zu berücksichtigen. Die Unterkante muss mindestens 2,50 m über dem Gehsteig liegen, in Straßenzügen ohne besondere Gehsteigflächen 4,0 m über Gelände, wobei dann Satz 2 nicht gilt. Die Ansichtsfläche darf 0,50 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Abweichungen können aufgrund örtlicher Gegebenheiten in Abstimmung mit dem Stadtbauamt Landsberg zugelassen werden.
- (2) An der Gebäude- bzw. Hausfront angebrachte Werbeanlagen in Form von aufgesetzten Schriften und Zeichen aus Metall oder Kunststoff sowie aufgemalte Schriften müssen unterhalb der Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses enden. Ihre Ausladung darf nicht mehr als 0,20 m betragen.
- (3) Je Betrieb ist grundsätzlich nur eine ausladende Werbeanlage (Ausleger, Nasenschild) an einer Fassade zulässig. Mehrere ausladende Werbeanlagen nebeneinander sollen einen Zwischenraum von mindestens 3 m und einen Abstand von 1,50 m von der Grenze des Nachbargrundstückes oder von Gebäudeecken einhalten. Dies gilt nicht für Werbeanlagen der in Abs. 2 genannten Art.
- (4) Die folgenden vorhandenen Ausleger müssen erhalten werden und können jeweils mit dem Firmennamen des aktuellen Betriebes belegt werden:
  - a. Alte Bergstraße 453, Wirtshausschild des ehem. Brauereigasthofes Süßbräu;
  - b. Alte Bergstraße 488, Wirtshausschild des ehem. Brauereigasthofes Pflerschbräu;
  - c. Hintere Salzgasse 141 (heute Flößerplatz 141), Wirtshausschild des ehem. Gasthauses
  - d. Hubert-von-Herkomer-Straße 74, Wirtshausschild des ehem. Brauereigasthofes Kratzerbräu;
  - e. Vorderanger 212, ehemals Wirtshaus Unterfeigerl
  - f. Vorderanger 274, Schuhhaus Pflanz
  - g. Vorderanger 231, Lederwaren Mack, vormals Gasthof Sturmwirt
  - h. Hubert-von-Herkomer-Straße 19 und 20, Gasthof Zum Goggl
  - i. Hauptplatz 148, Gasthof zum Mohren
  - j. Hinterer Anger 338, Brauereigasthof Schafbräu
  - k. Ludwigstraße 155, ehem. Brauereigasthof Zederbräu – heute Zederpassage
  - l. Roßmarkt 197, Fischerwirt

## **§ 11 Namens- und Betriebsschilder**

- (1) Namens- und Betriebsschilder an Wohn- oder Geschäftsstätten dürfen nicht größer als 0,35 qm (etwa 50/70 cm) sein. Mehrere derartige Schilder sind in einem Rahmen zusammenzufassen. Sie sind in der Größe, Form und Farbe einheitlich zu gestalten und dürfen insgesamt 0,70 qm nicht überschreiten.
- (2) Schilder der in Abs. 1 und 2 genannten Art dürfen nur flach und nur in Erdgeschosshöhe von Gebäuden angebracht werden.

## **§ 12 Hinweiszeichen**

Das Aufstellen und Anbringen von Hinweiszeichen und Hinweisschildern ist unzulässig. Ausnahmen sind zulässig für öffentliche Einrichtungen und Beherbergungsbetriebe, die sich in Zone 1 befinden.

## **§ 13 Anpreiswaren und Anpreistafeln**

- (1) Auf privaten Verkehrsflächen ist das Aufstellen und Anbringen von Anpreistafeln unzulässig.
- (2) An einer Verkaufsstelle darf während der gesetzlichen Ladenöffnungszeiten pro Ladeneingang höchstens eine Tafel von je 0,60 qm Größe, die dem Anpreisen leicht verderblicher Ware dienen, abnehmbar und flach an der Gebäudefront aufgehängt oder aufgestellt werden. Für Gaststätten sind max. zwei der vorgenannten Tafeln zulässig. Für die Anbringung an Gebäudepfeilern gilt § 11 Abs. 1 Satz 2 und 3 dieser Satzung entsprechend.
- (3) Für die Werbung für Zeitungen und Zeitschriften an deren Verkaufsstellen (z.B. Kioske) gilt Abs. 2 sinngemäß.

## **§ 14 Schaukästen und Warenautomaten**

- (1) Schaukästen und Warenautomaten dürfen nur angebracht werden, wenn die statische Funktion von Mauern und Pfeilern auch optisch klar erkennbar bleibt. Sie sind so tief in die Fassade einzulassen, dass sie mit der Gebäudefront bündig abschließen. An Eckgebäuden ist ein Abstand von mindestens 1 m von der Ecke einzuhalten. Für die Anbringung an Gebäudepfeilern gilt § 11 Abs. 1 Satz 2 und 3 entsprechend.
- (2) Die Beleuchtung von Schaukästen und Warenautomaten ist blendfrei abzuschirmen. § 16 dieser Satzung gilt sinngemäß.
- (3) Warenautomaten dürfen nur angebracht werden, wenn sie einfarbig und auf den Farbton der Fassade abgestimmt sind.
- (4) Frei aufgestellte Schaukästen und Warenautomaten sind unzulässig.

## § 15 Schaufensterwerbung

- (1) Die Glasflächen der Schaufenster und Türen dürfen nicht mit Beschriftungen, Sinnbildern oder Zeichnungen bemalt werden. Das Grundieren von Schaufenstern oder Teilen davon mit grellen Farben ist unzulässig. Beklebezettel, Abziehbilder und dgl. dürfen auf den Glasflächen der Schaufenster oder innerhalb eines Abstandes von 25 cm gemessen vom Schaufensterglas, nicht angebracht werden. Diese Regelung gilt nicht für öffentliche Anschläge nach § 1 der Verordnung über öffentliche Anschläge in der Stadt Landsberg am Lech.
- (2) Abs. 1 Satz 3 gilt nicht, wenn die dort genannten Werbeanlagen (Beklebezettel, Abziehbilder u. dgl.), die hinter der Glasfläche angebracht werden, insgesamt nicht mehr als 0,5 qm der Schaufensterfläche verdecken und eine Verunstaltung durch Häufung vermieden wird.
- (3) Ausnahmsweise sind Beklebungen von Schaufenstern möglich, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:
  - a) maximal 10% der Schaufensterfläche
  - b) als flächige Beklebung nur am oberen Rand des Schaufensters
  - c) maximale Höhe der Beklebung: 25 cm
  - d) Beklebungen mit Einzelbuchstaben oder in transparenter Folie in waagerechter Anbringung sind unter den v.g. Voraussetzungen auch in der unteren Hälfte des Schaufensters möglich
- (4) Schaufenster dürfen nur mit weißem, ruhigem Licht ausgeleuchtet werden. Blinkende oder sonstige bewegliche Schaufensterbeleuchtung ist unzulässig. Leuchtröhren und andere Lichtquellen sind blendungsfrei abzuschirmen.
- (5) Werbungen für Gebäude (Immobilienwerbung) die zum Verkauf angeboten werden, sind nur entsprechend der vorgenannten Bestimmungen und ausschließlich in einem Schaufenster des zu veräußernden Gebäudes zulässig. Die Werbung darf max. für die Dauer von 3 Monaten in dem Schaufenster angebracht werden.

*Hinweis: Für die bestehenden Immobilienwerbungen in Schaufenstern besteht Bestandsschutz. Es handelt sich hierbei um Immobilienwerbungen in den folgenden Schaufenstern:*

- Hauptplatz 7
- Hinterer Anger 305
- Hubert-von-Herkomer-Straße 78
- Hubert-von-Herkomer-Straße 114
- Ludwigstraße 168a
- Schlosnergasse 375
- Vorderer Anger 236

*Bei Aufgabe des Betriebes erlischt der Bestandsschutz. Für nachfolgende Nutzungen sind die Festsetzungen dieser Satzung zu beachten.*

## § 16 Lichtreklame

- (1) Lichtreklame ist wegen der geschichtlichen, künstlerischen und städtebaulichen Bedeutung unzulässig. Für Gaststätten, Hotels, Apotheken und Lichtspieltheater kann die Stadt Ausnahmen zulassen, wenn es sich um handwerklich und künstlerisch besonders gut

gestaltete Werbeanlagen handelt, die sich dem historischen Charakter der Stadt einwandfrei anpassen und den in Abs. 2 genannten Anforderungen entsprechen. Abs. 3 bleibt unberührt.

- (2) Abweichend von der Vorschrift des Abs. 1 kann Lichtwerbung genehmigt werden, wenn sie innerhalb der Schaufenster angebracht wird und die folgenden Bestimmungen beachtet werden, wobei für Apotheken das „Apotheken A“ mit rotem Licht ausgeleuchtet werden kann:
  - a) Beleuchtete Werbeanlagen dürfen nur bis zur Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.
  - b) Die Leuchtwirkung der Werbeanlagen ist nur in weiß zulässig.
  - c) Leuchtfarbe und Lichtstärke sind so zu wählen, dass keine grelle oder blendende Lichtwirkung erzielt wird.
  - d) Blinkende oder sonstige bewegliche Lichtreklame (z.B. Laufschrift etc.) ist unzulässig.
  - e) Leuchtröhren sind so abzuschirmen, dass nur eine indirekte Leuchtwirkung entsteht.
  - f) Alle Lichtquellen sind blendungsfrei abzuschirmen.
  
- (3) Beleuchtete Weihnachtswerbung darf in der Zeit vom Samstag vor dem 1. Advent bis zum 06. Januar betrieben werden, wenn neben den in Abs. 2 genannten Anforderungen (ohne Buchstabe a) zusätzlich noch die folgenden Anforderung erfüllt werden:
  - a. Profilkörper und Konstruktionsteile sind in Form und Farbe so auszuführen, dass sie in der Tageswirkung das Ortsbild nicht beeinträchtigen.
  - b. Beleuchtete Werbeanlagen dürfen nur vom Einbruch der Dunkelheit bis zum Tagesanbruch betrieben werden.
  - c. Die Werbeanlage darf das religiöse Empfinden nicht verletzen.
  
- (4) Das Anstrahlen von Fassaden oder Teilen davon ist unzulässig. Ausgenommen ist das Anstrahlen und Beleuchten von Fassaden, die nach Lichtkonzepten der Stadt Landsberg am Lech vorgesehen sind.
  
- (5) Monitore sind nur bis zu einer Bilddiagonalen von max. 100 cm und einem Mindestabstand von 25 cm zur Schaufensterscheibe zulässig. Pro Laden ist max. ein Monitor zulässig. Ab einem Abstand von 2 m zur Schaufensterscheibe bestehen keine Beschränkungen für die Größe von Monitoren. Sofern der Monitor eine Bilddiagonale von 50 cm nicht überschreitet, bestehen für Apotheken keine Beschränkungen hinsichtlich des Abstands zur Schaufensterscheibe.

### Teil 3 Anforderungen Zonen 2 und 3

#### § 17 Geltung zusätzlicher Vorschriften

Im Geltungsbereich der Zonen 2 und 3 sind zusätzlich zu den §§ 1 bis 5 die folgenden §§ 18 bis 23 zu beachten.

#### § 18 zusätzliche Anforderungen

- (1) Anpreiswaren und Anpreistafeln dürfen in Gebieten außerhalb von Verkaufsstellen nur während der gesetzlichen Ladenöffnungszeiten und nur dann ausgehängt, aufgestellt oder angebracht werden, wenn dadurch das Gebäude oder Straßenbild und die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs (Restgehwegbreite mind. 1,50 m) nicht beeinträchtigt wird.
- (2) Leuchtröhren oder sonstige Leuchtkörper als Bestandteil von Werbeanlagen sind so zu gestalten und abzuschirmen, dass keine grelle oder blendende Lichtwirkung erzielt wird. Leuchtwerbeanlagen sind so zu konstruieren, dass keine Lichtabstrahlung nach oben erfolgt.
- (3) Werbeanlagen (Schilder, Tafeln und dgl.) dürfen nur an Gebäuden angebracht werden. Sie dürfen dabei folgende Abmessungen nicht überschreiten:

Zone 2, Zone 3 Nrn. 2, 7, 10, 16, 17	4,00 m x 1,50 m (Länge x Höhe in Meter)
Zone 3 ohne Nrn. 2, 7, 10, 16, 17	4,00 m x 0,75 m (Länge x Höhe in Meter)

Zusätzlich sind Logos mit folgenden Größen zulässig:

Zone 2, Zone 3 Nrn. 2, 7, 10, 16, 17	max. 3,0 m <sup>2</sup>
Zone 3 ohne Nrn. 2, 7, 10, 16, 17	max. 1,0 m <sup>2</sup>

- (4) Die Höhenlage der Oberkante der an Gebäuden angebrachten Werbeanlagen wird wie folgt begrenzt:

Zone 3 - unterhalb der Unterkante von Fenstern des 1. OG, höchstens jedoch bis zu einer Höhe von 5 m über Gelände;

Zone 2 – höchstens bis zu einer Höhe von 7 m über Gelände;

- (5) Werbepylone sind grundsätzlich nur **in Zone 2** sowie **in Zone 3 in den Straßenabschnitten Nrn. 2, 8, 10, 16 und 17** (sh. Auflistung § 2 Abs. 3 AWS) zulässig.

Pro Grundstück ist dabei grundsätzlich nur ein Pylon zulässig. Die Gesamthöhe darf max. 5,50 m und die Breite max. 2,50 m nicht überschritten.

- (6) Nicht zulässig sind folgende Gestaltungen von Werbeanlagen:

1. mit intermittierendem Licht (Blinklicht, Umlauflicht, Farbwechsel, Intervall-Licht usw.) außerhalb von Schaufenstern,
2. nach oben abstrahlende Lichtenanlagen,

## **§ 19 Großflächenwerbung**

- (1) Großflächenwerbung ist nur in Zone 2 und in den Straßenabschnitten der Zone 3 Nrn. 2, 7, 10, 13, 16 und 17 (sh. Auflistung § 2 Abs. 3 AWS), zulässig.
- (2) Die Möglichkeit der Stadt, an öffentlichem Verkehrsraum und in öffentlichen Grünflächen Großwerbeanlagen vertraglich zuzulassen, bleibt unberührt.
- (3) Die Großflächenwerbeanlagen dürfen eine Fläche von max. 12 qm nicht überschreiten. Die Oberkante der Großflächenwerbeanlage darf dabei nicht mehr als 4,0 m über natürlicher Geländeoberfläche liegen.
- (4) Bei Aneinanderreihung mehrerer Großflächenwerbeanlagen mit insgesamt mehr als 12 qm Ansichtsfläche muss ein Abstand von mind. 30 m zur nächsten Großflächenwerbeanlage auf der gleichen Straßenseite eingehalten werden. Bei Großflächenwerbeanlagen, die sich an Straßen gegenüber liegen, muss ein Abstand von mind. 20 m eingehalten werden.
- (5) Die Beleuchtung von Großflächenwerbeanlagen ist unzulässig.

## **§ 20 Ausladende Werbeanlagen**

- (1) Winkelig zur Gebäudefront angebrachte, ausladende Werbeanlagen (Nasenschilder, Transparente und dergleichen) sind in Zone 3 unzulässig.
- (2) In den Zonen 2 sind sie bis zu einer Gesamtansichtsfläche von max. 1 qm zulässig. Die Ausladung darf nicht mehr als 1,30 m betragen. Dies gilt nicht für Markisen, die als Werbeanlagen dienen.
- (3) Ausladende Werbeanlagen, auch Markisen, die als Werbeanlagen dienen, müssen eine lichte Höhe von 2,5 m zu begeh- oder befahrbaren Flächen einhalten. Für die Höhenbegrenzung der ausladenden Werbeanlagen ist § 18 Abs. 4 AWS analog zu beachten.

## **§ 21 Schaufensterwerbung in Zone 3**

- (1) Die Glasflächen von Schaufenstern dürfen nur bis zu einem Drittel der gesamten Sichtfläche mit Beschriftungen, Bemalungen, Beklebungen und dgl. versehen werden. Das Grundieren von Schaufenstern oder Teilen hiervon mit grellen Farben ist unzulässig. Werbemittel mit gleicher oder ähnlicher optischer Wirkung (auch Plakate, Spannbänder usw.) dürfen in einem Abstand bis zu 0,50 m, gemessen vom Schaufensterglas, ebenfalls nur bis zu 1/3 der Fenstergröße angebracht werden.
- (2) Schaufenster dürfen nur mit ruhigem Licht beleuchtet werden.
- (3) Die Absätze 1 und 2 gelten auch für Glastüren und andere Fenster entsprechend.

## **§ 22 Tankstellenwerbung**

- (1) An Tankstellen dürfen max. 2 Preisauszeichnungsanlagen pro Straßenfront angebracht werden. Die Höhe der Preisauszeichnungsanlagen darf 5,5 m nicht überschreiten. Die Breite darf max. 2,00 m betragen.
- (2) Zusätzlich sind Hinweisschilder (Aktivitätentransparente) auf verschiedene Serviceleistungen (z. B. Shop, Autowäsche o. ä.) zulässig. Die Größe darf max. 2,0 m Höhe und eine Breite von 1,0 m betragen.
- (3) Sonstige Werbeanlagen sind mit einer max. Höhe von 0,50 m zulässig.

## **§ 23 Werbefahnen**

Fahnenmasten mit Werbefahnen sind bis zu einer Höhe von max. 7,5 m zulässig. Pro Grundstück sind max. 3 Fahnenmasten zulässig.

## **Teil 4 Außenbereich**

### **§ 24 Verbot**

Im Außenbereich, deren planungsrechtliche Beurteilung sich nach § 35 BauGB richtet, sind Werbeanlagen jeder Art unzulässig.

## **Teil 5 Schlussbestimmungen**

### **§ 25 Abweichungen**

Von den Bestimmungen dieser Satzung kann die Bauaufsichtsbehörde nach Maßgabe des Art. 63 BayBO Abweichungen zulassen.

## **§ 26 Genehmigungspflicht**

- (1) In **Zone 1** sind - abweichend von den Vorschriften des Art. 57 Abs. 1 Nr. 12 BayBO - genehmigungspflichtig die Errichtung, Anbringung, Aufstellung, der Betrieb sowie jegliche Änderungen von
  - a. Werbeanlagen
  - b. Warenautomaten auch wenn sie in Verbindung mit einer offenen Verkaufsstelle stehen und die Grundstücksgrenzen nicht überschreiten.

- (2) Von der v.g. Genehmigungspflicht ausgenommen sind, sofern sie den Bestimmungen dieser Satzung nicht widersprechen:
- a. Namens und Betriebsschilder nach § 11;
  - b. Anpreiswaren und Anpreistafeln nach § 13;

### **§ 27 Ordnungswidrigkeiten**

Gemäß Art. 79 Abs. 1 Nr. 1 BayBO kann mit einer Geldbuße bis zu 25.000 Euro belegt werden, wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die §§ 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 24 und 18 Abs. 2 bis 6 zuwiderhandelt.

### **§ 28 Inkrafttreten**

- (1) Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Mit dem Inkrafttreten dieser Satzung tritt die Satzung über Außenwerbung in der Stadt Landsberg am Lech (AWS) vom 21.11.2013, in Kraft getreten am 22.11.2013, außer Kraft.

Landsberg am Lech, den 06.02.2017

Mathias Neuner  
Oberbürgermeister

Verfahrenshinweise:

1. Der Stadtrat hat die Außenwerbeanlagensatzung (AWS) am 01.02.2017 beschlossen.
2. Die Satzung wurde gemäß Art. 26 GO, § 1 BekV und § 38 der Geschäftsordnung des Stadtrates Landsberg am Lech durch Niederlegung in der Stadtverwaltung, 86899 Landsberg am Lech, Katharinenstraße 1, Zimmer Nr. 1.23 amtlich bekannt gemacht und im Teil für amtliche Bekanntmachungen im Landsberger Tagblatt der Ausgabe vom 08.02.2017 hierauf hingewiesen.
3. Die Außenwerbungssatzung tritt am 09.02.2017 in Kraft.
4. Verteiler:
  - 4.1. Beglaubigte Ausfertigung zum Verfahrensakt
  - 4.2. Beglaubigte Ausfertigung an 101 zur Sammlung des Ortsrechts
  - 4.3. Beglaubigte Ausfertigung an 20 zur Sammlung
  - 4.4. Beglaubigte Ausfertigung an 30 zum Akt.
  - 4.5. Beglaubigte Ausfertigung an 40 zur Kenntnis und Beachtung
  - 4.6. Beglaubigte Ausfertigung an 34 zur Kenntnis und Beachtung

Stadt Landsberg am Lech, den 06.02.2017

Mathias Neuner  
Oberbürgermeister