

**Werbeanlagensatzung der Stadt Neustadt an der Weinstraße  
über die äußere Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten zum Schutz des  
engeren Altstadtbereiches in Neustadt an der Weinstraße gemäß  
§ 88 Abs. 1 LBauO Rheinland Pfalz  
vom 06.10.2006**

Das Stadtbild von Neustadt an der Weinstraße wird von einem historischen Baubestand aus allen Epochen seit dem ausgehenden Mittelalter und zahlreichen Kulturdenkmälern geprägt. Entsprechend eindrucksvoll können die Lebensqualitäten und das Selbstverständnis der Bewohner dieser Epochen in unserer Stadt nachvollzogen werden. Gerade diese lange gewachsene und heute reiche Stadtgestalt ist das besondere städtebauliche Merkmal von Neustadt an der Weinstraße, das es als „Aushängeschild“ zu nutzen gilt.

Werbeanlagen bestimmen heute als unverzichtbarer Bestandteil in wesentlichem Maß die Erscheinung und die individuelle Ausstrahlung eines Stadtbildes und können es positiv unterstreichen.

Durch die Weiterentwicklungen in den letzten Jahren haben sich die Gestaltungsmöglichkeiten von Werbeanlagen gewandelt und bereichert. Um diese zur Heraushebung des historisch gewachsenen Charakters des Altstadtbereiches zu nutzen, ist eine Neufassung der Werbeanlagensatzung erforderlich. Wenngleich qualitätsvolle Werbung nicht reglementierbar ist, soll doch mit einem Gestaltungsrahmen für Werbeanlagen die Stadtgestalt in ihrer Individualität gestärkt werden.

Gestalterisch oder gar künstlerisch und handwerklich anspruchsvolle Werbeanlagen tragen zur einer Aufwertung des Straßenbildes bei. Sie belegen die Identifikation der Gewerbetreibenden mit ihren Angeboten, ihren Dienstleistungen oder ihrem Handwerk. Durch zurückhaltende Werbeanlagen wird das besondere Augenmerk auf die angebotenen Leistungen und Produkte gelenkt und deren Qualität in den Vordergrund gerückt.

Die vorrangigen Ziele der Werbeanlagensatzung sind vor diesem Hintergrund eine zurückhaltende Gestaltung der Werbeanlagen, deren In-Beziehung-Setzung zu den stadtbildprägenden Fassaden und die Wahrung der Maßstäblichkeit. Dazu sind bei den Werbeanlagen insbesondere Größe, Form, Farbwahl und Häufigkeit von Bedeutung.

Durch eine Einbindung der Werbeanlagen in unsere Stadtgestalt mit ihren vielfältigen Kulturdenkmälern soll eine bereichernde Verbindung aus historischer Architektur und zeitgemäßer Werbung im Straßenraum erzielt werden.

## § 1 Geltungsbereich

Diese Satzung gilt für den Altstadtbereich der Stadt Neustadt an der Weinstraße.

Die Gebietsabgrenzung ist in dem als Anlage beigefügten Lageplan, der Bestandteil dieser Satzung ist, dargestellt.

Die Satzung gilt für alle Werbeanlagen im Sinne der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (LBauO) in der jeweils gültigen Fassung. Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen. Hierzu zählen insbesondere Schilder, sonstige Anschläge, Beschriftungen, Beklebungen, Bemalungen, Fahnen, Transparente, Lichtwerbungen, Markisenaufdrucke, Schaukästen und Warenautomaten sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

## § 2 Werbeanschläge

Zum Anschlag bestimmte Flächen, Tafeln und Säulen sind unzulässig. Verboten sind ferner Zettel- und Plakatanschläge sowie Rolltransparente unmittelbar an baulichen Anlagen.

## § 3 Gestaltung

- (1) Werbeanlagen sind durch ihre Platzierung, Größe, Farbe und Helligkeit harmonisch in die Gesamtgestaltung der Fassade und deren Gliederungselemente einzubinden; Schriftzüge sind auf die Fassade aufzumalen oder als plastische Einzelbuchstaben direkt auf der Wand anzubringen. Bei für Einzelbuchstaben problematischen Untergründen können ausnahmsweise auch in Farbe und Gestalt der Fassade angepasste Schriftträger zugelassen werden.
- (2) Werbeanlagen dürfen nicht verunstaltend oder störend wirken. Unzulässig sind
  1. die ungeordnete Anbringung,
  2. die Häufung, Weiteres regelt § 4 Abs. 4,
  3. die unharmonische Farbgebung und Darstellung,
  4. die Verwendung von grellen Farben und Kontrasten, sowohl auf die Werbeanlage bezogen als auch im Verhältnis zur Gebäudegestaltung,
  5. die Verwendung von spiegelunterlegten Schildern und
  6. die Verwendung von mechanisch betriebenen Wechselwerbeträgern.
- (3) Lichtwerbung und ihre Tragkonstruktion dürfen auch in der Tageswirkung die Fassadengestaltung und das Straßenbild nicht stören und verunstalten. Kabel und sonstige Hilfsmittel sind verdeckt anzuordnen. Die Verwendung von Blinklichtern, laufenden Schriftbändern sowie im Wechsel oder in Stufen schaltbaren Anlagen und Leuchtkästen ist unzulässig.

#### **§ 4 Größe und Anbringung von Werbeanlagen**

- (1) Werbeanlagen sind nur am Ort der Leistung zulässig.
- (2) Werbeanlagen dürfen nur bis zur Höhe der Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses, jedoch nicht höher als 4,50 m über Gehwegoberkante reichen. Sie müssen einen Abstand zur Gebäudekante und sonstigen Bau- und Gliederungselementen von mindestens 15,0 cm wahren und unmittelbar flach an der Wand angebracht werden. Die Werbeanlage darf nicht höher als 60,0 cm ausgeführt werden und nicht mehr als 15,0 cm vor die unmittelbar angrenzende Wandfläche treten. Die Länge der Werbeelemente soll auf die Fassade und ihre Gliederung Bezug nehmen und darf bei Bemalungen höchstens drei Viertel und bei sonstigen Werbeanlagen die Hälfte der Fassadenbreite betragen.
- (3) Schriftzüge im Bereich bestehender Vordächer werden nur zugelassen, wenn diese ohne Überstand in die Vordachblende integriert werden und ein Höhenmaß von 40,0 cm nicht überschreiten.
- (4) Für jede Einrichtung, Gewerbe- bzw. Ladeneinheit sind höchstens zwei Werbeanlagen zulässig.
- (5) Fensterflächen können als Werbefläche genutzt werden, die Bestimmungen der Absätze 1 bis 4 gelten entsprechend.
- (6) Ausleger sind grundsätzlich unzulässig. Sie dürfen ausnahmsweise zugelassen werden, wenn sie eine anspruchsvolle und den historisch gewachsenen Charakter des Altstadtbereiches unterstreichende Gestaltung aufweisen. Sie dürfen eine Höhe von 120,0 cm, eine Dicke von 15,0 cm sowie eine maximale Ausladung von 75,0 cm nicht überschreiten. Die in den Ausleger eingebundene geschlossene Werbefläche darf insgesamt nicht größer als 0,30 m<sup>2</sup> sein. Ausleger dürfen nur zugelassen werden, wenn sie nicht in den notwendigen Verkehrsraum reichen.
- (7) Fahnen und Transparente sind grundsätzlich unzulässig. Sie können ausnahmsweise zu besonderen Anlässen einmal innerhalb eines Kalenderjahres für die Dauer von einem Monat zugelassen werden.
- (8) Werbeaufdrucke auf Markisen sind nur bis zu einer Gesamthöhe von 20,0 cm zulässig.

#### **§ 5 Hinweisschilder**

Hinweisschilder auf Beruf oder Gewerbe sind nur an der Stätte der Leistung bis zu einer Größe von 0,25 m<sup>2</sup> je Einzelschild und 1 m<sup>2</sup> Fläche der Gesamtbeschilderung zulässig.

## **§ 6 Baugenehmigung**

- (1) Abweichend von § 62 LBauO bedarf das Aufstellen, Anbringen, Erneuern oder Verändern von Werbeanlagen und Warenautomaten gemäß § 88 Abs. 4 Nr. 1 LBauO der Baugenehmigung.
- (2) Genehmigungen werden nur widerruflich oder befristet erteilt.

## **§ 7 Ausnahmen und Abweichungen**

- (1) Ausnahmen können auf Antrag zugelassen werden, soweit sie in der Werbeanlagensatzung vorgesehen sind und die Anlage den historisch gewachsenen Charakter des Altstadtbereiches durch Gestaltung und Materialverwendung betont.
- (2) Für Abweichungen gelten die Regelungen der LBauO in der jeweils gültigen Fassung.

## **§ 8 Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig im Sinne von § 24 Abs. 5 der Gemeindeordnung (GemO) handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig
  1. Werbeanlagen und Warenautomaten ohne Genehmigung errichtet, aufstellt, anbringt oder ändert,
  2. gegen die Gestaltungsvorschriften der §§ 3 und 4 verstößt oder
  3. gegen § 5 verstößt.
- (2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 5.000,00 €geahndet werden. Im Übrigen finden die Bestimmungen über Ordnungswidrigkeiten der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz (LBauO) sowie das Gesetz über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) in der jeweils gültigen Fassung Anwendung.

## **§ 9 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tage nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft. Gleichzeitig tritt die Satzung über die Gestaltung und Genehmigung von Werbeanlagen und Automaten im Altstadtbereich vom 25. Oktober 1988 außer Kraft.

Neustadt an der Weinstraße, den 09.10.2006  
S T A D T V E R W A L T U N G  
gez.

Hans Georg Löffler  
Oberbürgermeister

## LAGEPLAN

zur Werbeanlagensatzung der Stadt Neustadt an der Weinstraße  
über die äußere Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten zum Schutz des  
engeren Altstadtbereiches in Neustadt an der Weinstraße

Legende: — Begrenzung des Geltungsbereichs

