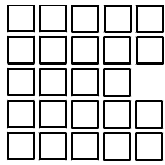


Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung –WaS)

Präambel	2
§ 1 Geltungsbereich	2
§ 2 Allgemeine Gestaltungsgrundsätze	3
§ 3 Werbeanlagen in Denkmalensembles und an Einzeldenkmälern	3
§ 4 Werbeanlagen in überwiegend durch Wohnen geprägten Gebieten und Dorfgebieten.	5
§ 5 Werbeanlagen in Kern- und Mischgebieten	6
§ 6 Werbeanlagen in gewerblich oder industriell geprägten Gebieten	8
§ 7 Besondere Verbote für Werbeanlagen an Ortseingängen, Brücken und Unterführungen	8
§ 8 Unterhalts- und Beseitigungspflicht	9
§ 9 Abweichungen.....	9
§ 10 Ordnungswidrigkeiten	9
§ 11 Bestehende Werbeanlagen und Automaten.....	9
§ 12 Inkrafttreten	9



Satzung über Werbeanlagen und Automaten in der Stadt Erlangen (Werbeanlagensatzung – WaS)

vom 11. April 2014 i.d.F. vom 03.03.2015 / In-Kraft-Treten am 13. März 2015
(Die amtlichen Seiten Nr. 9 vom 24. April 2014 und Nr. 5 vom 12. März 2015)

Die Stadt Erlangen 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), zuletzt geändert durch § 1 des Gesetzes vom 08.04.2013 (GVBl. S. 174), folgende Satzung:

Präambel

Die Bewahrung des einzigartigen Stadtbildes von Erlangen mit seiner hohen Dichte an Baudenkmälern ist ein wichtiges städtebauliches und kulturelles Anliegen, das im Interesse der Allgemeinheit liegt. 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.

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

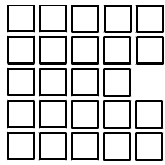
Beantragte Werbeanlagen, die trotz eingehender Prüfung und Beratung durch die Verwaltung abzulehnen sind oder in besonderem Maße öffentliche Belange tangieren, werden dem Bau- und Werkausschuss zur abschließenden Entscheidung vorgelegt.

§ 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) im Sinne des Art. 2 Abs. 1 Satz 2 BayBO.

(2) Der Geltungsbereich umfasst das gesamte Stadtgebiet.

(3) Weitergehende gesetzliche Regelungen und Regelungen in sonstigen ortsrechtlichen Vorschriften, namentlich der Plakatierungsverordnung vom 25.07.1997 in den jeweils geltenden Fassungen, sowie anderslautende Regelungen in Bebauungsplänen bleiben unberührt. Von dieser Satzung unberührt bleiben ferner weitergehende Anforderungen aufgrund des Denkmalschutzgesetzes.



§ 2 Allgemeine Gestaltungsgrundsätze

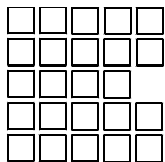
Die Allgemeinen Gestaltungsgrundsätze gelten grundsätzlich für alle Baugebietstypen sowie Ortseingänge und sind generell zu beachten.

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.
2. Grundsätzlich dürfen wesentliche Sichtachsen und Blickbezüge, wesentliche Straßenräume und Fahrbahnmittelstreifen der Hauptzufahren 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.
3. Die Beleuchtung von Werbeanlagen ist blendfrei auszuführen. Die Lichtquelle darf vom öffentlichen Verkehrsraum aus nicht sichtbar sein. Blink-, Wechsel- oder Reflexbeleuchtung sowie Lichtprojektionen 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 selbständige Geh- oder Radwege sowie in den Luftraum abstrahlende Licht- und Laserstrahlen 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.

§ 3 Werbeanlagen in Denkmalensembles und an Einzeldenkmälern

(1) Für Werbung an Baudenkmalern in Sinne des Art. 1 Abs. 1 Denkmalschutzgesetz und für alle Denkmalensembles nach Art. 1 Abs. 3 Denkmalschutzgesetz gelten die nachfolgenden Bestimmungen. 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 beigefügten Lageplan (Maßstab 1 : 5000) ersichtlich. Dieser Lageplan wird auch bei der Stadt Erlangen (Bauaufsichtsamt) archivmäßig verwahrt und ist dort während der Dienststunden allgemein zugänglich.

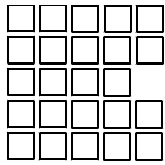
1. Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
2. Leuchtkästen bzw. Leuchttransparente sind unzulässig.
3. Werbeanlagen in Vorgärten und auf Grünflächen, an bzw. auf Einfriedungen, auf geschlossenen Giebelflächen und Erkern, Gesimsen, Verzierungen, Lisenen, Pilastern, Risaliten sowie an und auf Dächern, Kaminen, Fenster- und Torrahmungen, Fensterläden, Säulen und Pfeilern sind unzulässig.
4. Werbeanlagen sind so zu gestalten, dass diese der architektonischen Gliederung des Gebäudes nicht zuwiderlaufen und sich diesem und seinen Bauteilen in ihrer Dimension und Wirkung unterordnen. Insbesondere dürfen Fassadenelemente von Werbeanlagen nicht überdeckt oder überschritten werden.



5. Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt auch für Werbung auf Fensterflächen. Bei Gebäuden mit Gurtgesims sind Werbeanlagen grundsätzlich nur unterhalb der Gurtgesimse zulässig. Auf Giebelflächen sind Werbeanlagen unzulässig. 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.
6. An jeder Gebäudefront darf nur eine Werbeanlage angebracht werden. Zusätzlich darf dazu eine weitere dezente Werbung im Schaufenster angebracht werden, soweit sie nicht verunstaltend wirkt. Befinden sich in einem Gebäude mehrere wirtschaftlich und räumlich voneinander getrennte Einheiten, gilt Satz 1 für jede dieser Einheiten.
7. Es sind nur horizontal angebrachte Schriftzüge zulässig (Verbot von Kletterschrift). Die Schriftgröße darf in der Höhe maximal 35 cm betragen; logorelevante Buchstaben dürfen im Einzelfall bis zu 50 cm groß sein. Es sind nur aufgemalte oder mit Abstand zur Fassade befestigte Einzelbuchstaben oder Zeichen zulässig. Reliefartige, durchgesteckte Buchstaben sind unzulässig. Platten als Tragkonstruktion sind nicht zulässig. Die Verwendung von grellen Farbtönen sowie von mehr als 2 Farben ist unzulässig.
8. Auf der Fassade angebrachte Einzelbuchstaben dürfen nicht direkt nach vorne oder zur Seite leuchten, sondern nur weiß hinterleuchtet bzw. rückwärtig auf die Fassade leuchtend ausgeführt werden (Schattenschrift). Im Übrigen ist eine Beleuchtung nur in Form einer verdeckt angebrachten oder integrierten Lichtquelle zulässig.
9. Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden (Ausleger) sind nur als handwerklich gefertigte Blechschilder mit zwei Ansichtsflächen, die bemalt werden können, zulässig. Ausleger dürfen höchstens eine Ausladung von 80 cm inklusive Konstruktion haben. Die Ansichtsfläche darf je Seite höchstens 0,50 m² betragen; eine Teilung des Schildes in mehrere Ansichtsflächen ist zulässig. Eine indirekte Beleuchtung der Auslegerwerbung ist zulässig.
10. Werbeanlagen in, an oder auf Fenstern, Türen, Schaufenstern, sowie Vorhängen und Jalousien sind grundsätzlich nur im Erdgeschoss mit einer Fläche von maximal 1/5 der Glasfläche als Einzelbuchstaben oder Einzelsymbole zulässig. Eine Beklebung oder Bedruckung darf nur von innen 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 4 Ereignisse pro Kalenderjahr angebracht werden. Das flächige Bekleben, Überdecken, Überkleben, Übermalen und Bedrucken von Fensterrahmen und sonstigen Fenstern und Türen, sowie Vorhängen und Jalousien mit Werbebeklebung oder Werbebedruckung ist nicht zulässig.

11. Dienstleistungs-, Verkaufs-, und Warenautomaten sind außerhalb von Eingängen und Passagen unzulässig.
12. 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.

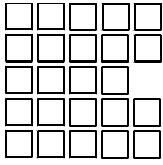
Für gastronomische Betriebe dürfen Speise- und Getränkekarten nicht größer als 0,25m² sein. Während der Betriebszeiten darf eine zusätzliche mobile Speisekarte aus hochwertigem Material an der Fassade aufgehängt werden.

13. Pylone, Fahnen, Transparente, Schaukästen, Sammelwegweiser, Hinweisschilder auf einzelne Betriebe, Großflächenwerbeanlagen sowie elektronische Wechselwerbeanlagen sind unzulässig. Bei nach ihrem erkennbaren Zweck (z.B. Aus- und Schlussverkäufe) nur vorübergehend für höchstens 4 Wochen und insgesamt für nicht mehr als 4 Ereignisse pro Kalenderjahr verwendete Werbeanlagen können Ausnahmen zugelassen werden.
14. Werbung auf Markisen ist zulässig, wenn sonst keine anderen Werbeanlagen am Gebäude vorhanden oder zulässiger Weise möglich sind. Die Werbeschrift muss auf dem Volant angebracht werden und darf maximal eine Höhe von 25 cm aufweisen.
15. Werbung an technischen Einrichtungen, insbesondere an Verteiler- und Schaltkästen wie Trafostationen, Kabelverteilerschränken, Postverteilerschränken und an Hydranten, Lichtmasten (z.B. Straßenlaternen), Straßenschildern sowie Ampelanlagen ist unzulässig.

§ 4 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:

1. Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig.
2. Leuchtkästen bzw. Leuchttransparente sind unzulässig.
3. Werbeanlagen in Vorgärten und auf Grünflächen, an bzw. auf Einfriedungen, geschlossenen Giebel- und Wandflächen, Stützen und Dächern sind unzulässig.
4. Werbeanlagen sind so zu gestalten, dass diese der architektonischen Gliederung des Gebäudes nicht zuwiderlaufen und sich diesem und seinen Bauteilen in ihrer Dimension und Wirkung unterordnen. Insbesondere dürfen Fassadenelemente von Werbeanlagen nicht überdeckt oder überschritten werden.
5. Werbeanlagen oberhalb des Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses sind unzulässig. Das gilt bei fensterlosen Giebelfassaden auch für Werbeanlagen oberhalb des fiktiven Brüstungsfeldes des 1. Obergeschosses. 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.
6. Es sind nur horizontal angebrachte Schriftzüge bis zu einer Schrifthöhe von max. 40 cm zulässig (Verbot von Kletterschrift); logorelevante Buchstaben dürfen im Einzelfall bis zu 50 cm groß sein. Es sind nur aufgemalte oder mit abstand zur Fassade befestigte Einzelbuchstaben oder Zeichen sowie reliefartige durchgesteckte Buchstaben mit einer Ausfrästiefe von mindestens 19 mm zulässig. Eine Beleuchtung ist nur für die



Buchstaben zulässig. Trägerplatten sind unzulässig. Die Breite der Werbeanlage darf nicht mehr als 1/3 der Fassadenbreite betragen.

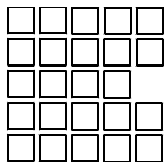
7. Werbeanlagen in, an oder auf Fenstern, Türen und Schaufenstern sind grundsätzlich nur im Erdgeschoss mit einer Fläche von maximal 1/3 der Glasfläche als Einzelbuchstaben oder Einzelsymbole zulässig. Maßgeblich für die Bestimmung der beklebten Fläche ist die optische Wirkung; das Aussparen einzelner Teilflächen vermindert den beklebten Anteil nicht, wenn ein Effekt wie bei einer ganzheitlichen Beklebung 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 4 Ereignisse pro Kalenderjahr angebracht werden. Das flächige Bekleben, Überdecken, Überkleben und Übermalen von Fensterrahmen und sonstigen Fenstern und Türen mit Werbebeklebungen ist nicht zulässig.
8. Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden (Ausleger) dürfen höchstens eine Ausladung von 80 cm inklusive Konstruktion haben. Die Ansichtsfläche darf je Seite höchstens 0,50 m² betragen; eine Teilung des Schildes in mehrere Ansichtsflächen ist zulässig. Bei Auslegern darf nur die Werbeschrift, nicht aber der Hintergrund leuchten; nicht selbst leuchtende Auslegerschriften dürfen angestrahlt werden.
9. Dienstleistungs-, Verkaufs-, und Warenautomaten sowie Schaukästen müssen sich von Ihrer Platzierung an der Fassade einordnen und sind gebäudeunabhängig aufgestellt unzulässig.
10. Firmen- und Namensschilder (für freie Berufe etc.) bis zu einer Fläche von 0,30 m² sind an der Stätte der Leistung in unmittelbarer Nähe zu den Grundstücks- bzw. Gebäudezugängen zulässig, wenn sie flach an der Fassade bzw. Mauer liegen und insbesondere nicht an Erkern, Balkonen oder Gesimsen angebracht werden. Ausnahmsweise können bei von der Straße abgewandten Eingängen (z.B. Erschließung über Fußwege, Hinterhöfe, usw.) insgesamt maximal zwei Schilder angebracht werden.
11. Pylone, Fahnen, Sammelwegweiser, Hinweisschilder auf einzelne Betriebe, Großflächenwerbeanlagen sowie elektronische Wechselwerbeanlagen sind unzulässig. In Wohn- und Dorfgebieten können Sammelwegweiser für in diesen Gebieten angesiedelte Einzelhandelsbetriebe des täglichen Bedarfs, Handwerksbetriebe, Gaststätten und Beherbergungsbetriebe ausnahmsweise zugelassen werden.
12. Werbung an technischen Einrichtungen, insbesondere an Verteiler- und Schaltkästen wie Trafostationen, Kabelverteilerschränken, Postverteilerschränken und an Hydranten, Lichtmasten (z.B. Straßenlaternen), Straßenschildern sowie Ampelanlagen ist 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 Dorfgebietes entsprechen, gilt Abs. 1 entsprechend.

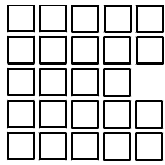
§ 5 Werbeanlagen in Kern- und Mischgebieten

(1) Für Werbung in Mischgebieten (§ 6 BauNVO) und Kerngebieten (§ 7 BauNVO) außerhalb der Denkmalensembles nach § 3 gilt:

1. In den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, sind Werbeanlagen grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig.



2. Leuchtkästen bzw. Leuchttransparente sind unzulässig.
3. Werbeanlagen in Vorgärten, an bzw. auf Einfriedungen, Stützen und Dächern sind unzulässig. Auf Grünflächen sind Werbeanlagen in den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, unzulässig.
4. Werbeanlagen sind so zu gestalten, dass diese der architektonischen Gliederung des Gebäudes nicht zuwiderlaufen und sich diesem und seinen Bauteilen in ihrer Dimension und Wirkung unterordnen. Insbesondere dürfen Fassadenelemente von Werbeanlagen nicht überdeckt oder überschritten werden.
5. 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.
6. Es sind nur horizontal angebrachte Schriftzüge bis zu einer Schrifthöhe von max. 50 cm zulässig (Verbot von Kletterschrift). Es sind nur aufgemalte oder mit Abstand zur Fassade befestigte Einzelbuchstaben oder Zeichen sowie reliefartige durchgesteckte Buchstaben mit einer Ausfrästiefe von mindestens 19 mm zulässig. Eine Beleuchtung ist nur für die Buchstaben zulässig. Trägerplatten sind unzulässig.
7. Werbeanlagen in, an oder auf Fenstern, Türen und Schaufenstern sind grundsätzlich nur im Erdgeschoss mit einer Fläche von maximal 1/3 der Glasfläche als Einzelbuchstaben oder Einzelsymbole zulässig. Maßgeblich für die Bestimmung der beklebten Fläche ist die optische Wirkung; das Aussparen einzelner Teilflächen vermindert den beklebten Anteil nicht, wenn ein Effekt wie bei einer ganzheitlichen Beklebung 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 4 Ereignisse pro Kalenderjahr angebracht werden. Das flächige Bekleben, Überdecken, Überkleben und Übermalen von Fensterrahmen und sonstigen Fenstern und Türen mit Werbebeklebung ist nicht zulässig.
8. Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden (Ausleger) dürfen höchstens eine Ausladung von 80 cm inklusive Konstruktion haben. Die Ansichtsfläche darf je Seite höchstens 0,50 m² betragen; eine Teilung des Schildes in mehrere Ansichtsflächen ist zulässig. Bei Auslegern darf nur die Werbeschrift, nicht aber der Hintergrund leuchten; nicht selbst leuchtende Auslegerschriften dürfen angestrahlt werden.
9. Firmen- und Namensschilder (für freie Berufe etc.) sind nur an der Stätte der Leistung in unmittelbarer Nähe zu den Grundstücks- bzw. Gebäudezugängen zulässig, wenn sie flach an der Fassade bzw. Mauer liegen und insbesondere nicht an Erkern, Balkonen oder Gesimsen angebracht werden. Die Fläche darf nicht mehr als 0,30 m² betragen. Ausnahmsweise können bei von der Straße abgewandten Eingängen (z.B. Erschließung über Fußwege, Hinterhöfe, usw.) insgesamt maximal zwei Schilder angebracht werden.
10. Die Errichtung von Fahnen in den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, ist unzulässig. In den Teilbereichen von Mischgebieten, die



nicht überwiegend durch Wohnen geprägt sind und in Kerngebieten ist die Errichtung von mehr als drei Fahnen unzulässig.

11. 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.
12. Mehrere Werbeanlagen, die nicht als gebündelte Sammelwerbeanlagen oder als gebündelte Hinweisschilder angebracht werden, sind unzulässig.
13. Werbung an technischen Einrichtungen, insbesondere an Verteiler- und Schaltkästen wie Trafostationen, Kabelverteilerschränken, Postverteilerschränken und an Hydranten, Lichtmasten (z.B. Straßenlaternen), Straßenschildern sowie Ampelanlagen ist in den Teilbereichen von Mischgebieten, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind, unzulässig. In den Teilbereichen von Mischgebieten, die nicht überwiegend durch Wohnen geprägt sind und in Kerngebieten ist Werbung an Hydranten, Straßenschildern sowie Ampelanlagen unzulässig.

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

§ 6 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:

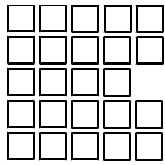
1. Überdachwerbung ist ausnahmsweise zulässig, solange sie nicht verunstaltend wirkt.
2. Werbeanlagen an den Fassaden dürfen insgesamt maximal 1/3 der Fassadenlänge sowie 1/3 der Fassadenhöhe aufweisen. Befinden sich in einem Gebäude mehrere wirtschaftlich und räumlich voneinander getrennte Einheiten, so gilt Satz 1 für jede dieser Einheiten. Die maximal zulässige Gesamthöhe aller am Gebäude vorhandener Werbeanlagen darf jedoch 1/2 der Fassadenhöhe nicht überschreiten.
3. Innerhalb eines 5,0 m tiefen Streifens entlang der Grundstücksgrenzen zu den öffentlichen Verkehrs- und Grünflächen sind nicht mehr als 5 Fahnen zulässig.
4. 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.
5. Werbung an Hydranten, Straßenschildern sowie Ampelanlagen ist unzulässig.

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

§ 7 Besondere Verbote für Werbeanlagen an Ortseingängen, Brücken und Unterführungen

Für Werbung an Ortseingängen, Brücken und Fahrbahnunterführungen gilt:

1. In den Bereichen der Ortseingänge sind Werbeanlagen, die nicht an einem Gebäude angebracht sind, unzulässig. Einheitlich gestaltete Sammelwegweiser für in den neben



bzw. hinter den Hauptverkehrs- und Durchgangsstraßen angesiedelten Baugebieten sowie an den Zugängen zu Gewerbe- und Industriegebieten können ausnahmsweise zugelassen werden.

2. Werbeanlagen an Brücken, an und auf Brückengeländern und Brüstungen sowie in Fahrbahnunterführungen sind außerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten sowie vergleichbaren Sondergebieten unzulässig.

§ 8 Unterhalts- und Beseitigungspflicht

(1) Werbeanlagen einschließlich der dazugehörigen Konstruktionen, Pylone sowie Fahnenmasten sind zu entfernen, wenn der Betrieb bzw. die Errichtung, für die erworben wird, nicht mehr besteht oder der Zweck der Werbung aus sonstigen Gründen nicht mehr erreicht werden kann. Beschädigte Werbeanlagen und Automaten sind instand zu setzen.

(2) Verantwortlich im Sinne des Absatzes 1 sind der Betreiber der Werbeanlage bzw. des Automaten sowie der Eigentümer des Grundstücks, auf welchem die Werbeanlage oder der Automat betrieben wird.

§ 9 Abweichungen

Die Bauaufsichtsbehörde kann von jeder Anforderung dieser Satzung Abweichungen nach Art. 63 BayBO zulassen, wenn sie unter Berücksichtigung des Zwecks der jeweiligen Anforderung, insbesondere des Orts- und Straßenbildes, unter Würdigung der öffentlich-rechtlich geschützten nachbarlichen Belange mit den öffentlichen Belangen, insbesondere den Anforderungen des Art. 3 Abs. 1 BayBO, vereinbar sind. Die Abweichungen sind gesondert schriftlich zu beantragen. Der Antrag ist zu begründen. Art 3 Abs.2 Satz 3 BayBO bleibt unberührt.

§ 10 Ordnungswidrigkeiten

Gemäß Art. 79 Abs. 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 § 2 errichtet, anordnet oder aufstellt;
2. Werbeanlagen entgegen der besonderen Verbote und Anforderungen nach §§ 3, 4, 5, 6, und 7 errichtet, anordnet oder aufstellt.

§ 11 Bestehende Werbeanlagen und Automaten

(1) Die Paragraphen 2 bis 7 dieser Satzung gelten nicht für Werbeanlagen oder Automaten, die vor dem Inkrafttreten dieser Satzung rechtmäßig errichtet worden sind.

(2) Werden bestehende Werbeanlagen oder Automaten wesentlich geändert oder erneuert, gelten für die Änderung oder Erneuerung die Anforderungen dieser Satzung.

§ 12 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Gleichzeitig treten die Gestaltungssatzung für Werbeanlagen (GestSW) vom 04. April 2001 i.d.F. vom 10. Dezember 2011 (Die amtlichen Seiten Nr. 8 vom 12. April 2001 und Nr. 26 vom 20. Dezember 2011) sowie die Werbeanlagensatzung vom 05. Mai 2009 (Die amtlichen Seiten Nr. 10 vom 14. Mai 2009) außer Kraft.