

Bebauungsplan

„Werbeanlagensatzung Innenstadt Karlsruhe“

**Karlsruhe – Innenstadt-West, Innen-
stadt-Ost, Südweststadt, Weststadt**

**Planungsrechtliche Festsetzungen
und örtliche Bauvorschriften**

- Entwurf -

Inhaltsverzeichnis:

I.	Planungsrechtliche Festsetzungen	3
II.	Örtliche Bauvorschriften.....	4
	§ 1 Gegenstand	4
	§ 2 Begriffe	4
	§ 3 Allgemeine Anforderungen	5
	§ 4 Grundsätze für die Gestaltung von Werbeanlagen und die äußere Gestaltung baulicher Anlagen	5
	§ 5 Gestalterische Anforderungen für Werbeanlagen.....	6
	§ 6 Markisen	7
	§ 7 Automaten.....	8
	§ 8 Speisetafeln und Werbeanlagen an Mauerblenden	8
	§ 9 Fenster und Schaufenster	8
	§ 10 Werbung auf Gerüsten und Bauzäunen	9
	§ 11 Temporäre Werbeanlagen	9
	§ 12 Ordnungswidrigkeiten	10
III.	Sonstige Festsetzungen	11

Planungsrechtliche Festsetzungen und örtliche Bauvorschriften des Bebauungsplanes, bestehend aus zeichnerischen und textlichen Regelungen

Planungsrechtliche Festsetzungen gemäß § 9 Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. November 2017 (BGBl. I S. 3634) und örtliche Bauvorschriften gemäß §§ 74, 75 Landesbauordnung (LBO) in der Fassung vom 5. März 2010 (GBl. S. 357, berichtigt S. 416) jeweils einschließlich späterer Änderungen und Ergänzungen.

In Ergänzung der Planzeichnung wird Folgendes geregelt:

I. Planungsrechtliche Festsetzungen

Werbeanlagen für Fremdwerbung als gewerbliche Hauptnutzung sind nicht zulässig.

Die Festsetzung gilt nicht für Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen im Sinne des § 2 Straßengesetz Baden-Württemberg.

II. Örtliche Bauvorschriften

Teil I Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Gegenstand

Die folgenden Vorschriften regeln die Gestaltung von Werbeanlagen, Automaten und Teilen von baulichen Anlagen (Markisen, Fenster und Schaufenster) zum Schutz des Stadt- und Straßenbildes in der Karlsruher Innenstadt.

Die Festsetzungen gelten nicht für Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen im Sinne des § 2 Straßengesetz Baden-Württemberg.

Sonstige öffentlich-rechtliche Vorschriften, insbesondere solche des Bauplanungsrechts, Straßenrechts, Straßenverkehrsrechts, Naturschutzrechts oder des Denkmalschutzrechts, bleiben von dieser Satzung unberührt.

§ 2 Begriffe

Werbeanlagen sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind, entsprechend § 2 Abs. 9 Landesbauordnung.

Dies können beispielsweise folgende Anlagen sein:

Firmenschilder, Schilder freiberuflich Tätiger, Wegweiser zu Gastronomie oder Beherbergungsgewerbe, Leuchtreklamen aller Art, Fassadenausleger oder -ausstecker, Beschriftungen und Beklebungen von Fenstern und Schaufenstern und Beschriftungen von Markisen, aufgemalte Schriftzüge, Firmensignets als Logos, Pylone, Stelen und andere freistehende Werbeträger, sowie Schaukästen, Speisetafeln, Plakattafeln und Säulen, Wechselwerbeanlagen, Fahnen, Werbeplanen an Fassaden, sowie Werbeplanen an Baugerüsten und -zäunen und Schilder an Baustellen, die sich nicht auf das Vorhaben selbst beziehen.

Teil II Werbeanlagen

§ 3 Allgemeine Anforderungen

1. Werbeanlagen, die aufgrund ihrer Bauart in den öffentlichen Verkehrsraum ragen, sind zulässig, wenn sie dieser Satzung entsprechen.

Die straßenrechtliche Genehmigung bleibt von dieser Regelung unberührt.

2. Grundstücksflächen zwischen Straßenbegrenzungslinie und Gebäudefassaden (Vorgärten) und Grünbestände sind von Werbeträgern freizuhalten.
3. Werbeanlagen auf Gebäudedächern sind unzulässig.
4. Werbeanlagen, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, da die zugehörige Stätte der Leistung aufgegeben wurde, sind einschließlich aller Befestigungsteile zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

§ 4 Grundsätze für die Gestaltung von Werbeanlagen und die äußere Gestaltung baulicher Anlagen

Werbeanlagen und bauliche Anlagen sind so zu gestalten, anzubringen und zu unterhalten, dass sie sich nach Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart in

- das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind,
- das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und
- das Straßen- und Platzbild einfügen.

Dabei ist auf Gebäude und Ensembles von baugeschichtlicher, künstlerischer und städtebaulicher Bedeutung besonders Rücksicht zu nehmen.

Werbeanlagen müssen sich in die Gestaltung der Fassade geometrisch regelmäßig einfügen. Sie dürfen die charakteristischen architektonischen Merkmale des Gebäudes, insbesondere horizontale oder vertikale Gliederungselemente, Gesimse, Pilaster und Lisenen, Pfeiler und Säulen, Dächer, Fenster, Balkone und Erker, nicht überdecken und müssen einen optisch wirksamen Abstand zu diesen haben.

Aus mehreren einzelnen Teilen bestehende Werbeanlagen müssen gestalterisch aufeinander abgestimmt sein.

Die Einteilung in die Zonen A bis C erfolgt gemäß Planeintrag.

§ 5 Gestalterische Anforderungen für Werbeanlagen

Die Werbeanlagen müssen folgende gestalterische Anforderungen erfüllen:

1. Werden Werbeanlagen übereinander angebracht, müssen sie gleich breit sein und die seitlichen Kanten in einer Linie ausgerichtet sein.

Werden Werbeanlagen nebeneinander angebracht, müssen diese gleich hoch sein und die oberen und unteren Kanten in einer Linie ausgerichtet sein.

2. Flach an der Fassade angebrachte Werbeanlagen, Hinweisschilder und Beschriftungen dürfen errichtet werden:
 - in den Zonen A und B an Erdgeschoss und 1. Obergeschoss.
 - in der Zone C am Erdgeschoss und der Brüstungszone des 1. Obergeschosses.
3. Flach an der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,20 m vor die Fassade hervortreten und nicht höher als 1,20 m sein.
4. Rechtwinklig an der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 1,20 m auskragen. Ihre Oberkante darf 9 m nicht überschreiten. Ihre Unterkante darf eine Höhe von 3,50 m, bzw. bei einer Auskragung von max. 0,80 m die Höhe von 2,80 m, nicht unterschreiten. Die genannten Höhenmaße gelten jeweils gemessen ab Oberkante Straßenbelag am Ort der Werbeanlage. Bei vorhandenen Vordächern kann diese Mindesthöhe auch unterschritten werden.
5. Zusätzlich zu Einzelbuchstaben können flächige Werbeanlagen (Logos, Schilder, Firmenzeichen) bis zu einer Größe von höchstens 1 m² angebracht werden.
6. Einzelbuchstaben sind bis zu folgenden Größen zulässig:
 - in der Zone A bis zu einer Höhe und Breite von 0,80 m
 - in der Zone B bis zu einer Höhe und Breite von 0,60 m
 - in der Zone C bis zu einer Höhe und Breite von 0,30 m.
7. Identische Werbeelemente müssen einen Abstand von mindestens 30 % der Gebäudebreite, mindestens jedoch von 6,00 m zueinander einhalten.
8. Die Gesamtbreite der Werbeanlagen (flächige Werbeanlagen und/oder Einzelbuchstaben) darf 50 % der Gebäudebreite und pro Werbeanlage:
 - in den Zonen A und B die Breite von 6,00 m
 - in der Zone C die Breite von 4,00 m nicht überschreiten.

Gebäudeübergreifende Werbeanlagen sind unzulässig. Zu Gebäudekanten und zwischen unterschiedlichen Werbeanlagen ist ein seitlicher Abstand von mindestens 0,50 m einzuhalten.

9. Die Anbringung an der Vordachunterseite und an Arkadendecken ist zulässig, wenn die Werbeanlage senkrecht zur Fassadenebene angeordnet ist und hinter der Vordachvorderkante/dem Stützenbereich der Arkade zurückbleibt. Darüber hinaus sind Werbeanlagen auf und an Vordächern unzulässig.
10. Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht, drehbare Werbeträger und solche mit wechselnden Motiven sowie Laserwerbung, Skybeamer oder Ähnliches. Die Abstrahlung nach oben ist zu vermeiden. Unzulässig sind auch Fassadenstrahler, die größere Leuchtdichten bewirken als unter 11. festgesetzt.
11. Werbeanlagen und Speisetafeln müssen Blendwirkung vermeiden, auch wenn sie hinter Schaufenster oder Fenstern angebracht sind.

Folgende zulässige maximale Leuchtdichten dürfen nicht überschritten werden:

- Anlagen unter 10 m² Fläche 100 cd/m²
- Anlagen über 10 m² Fläche 5 cd/m²

Dabei sind die Flächen sämtlicher Teile einer Werbeanlage jeweils zu addieren.

Teil III Automaten und Teile von baulichen Anlagen

§ 6 Markisen

1. Markisen müssen sich in Form und Größe der Fassade und deren Gliederung unterordnen.
2. Werbeaufdrucke auf Markisen dürfen als Logo maximal 0,40 m x 0,40 m groß sein und als Schriftzug maximal 0,20 m hoch. Pro Markise ist ein Logo oder ein Schriftzug zulässig.
3. Die Unterkante der geöffneten Markise muss mindestens 2,80 m über der Oberkante Straßenbelag liegen. Sie darf höchstens 1,50 m vor die Gebäudefront vortreten.
4. Markisen dürfen nicht über die Gebäudebreite und im geschlossenen Zustand nicht vor die Fassadenvorderkante hinausragen. Ausnahmen können zugelassen werden, wenn konstruktiv keine andere Anordnung möglich ist.
5. Markisen unter Vordächern sind unzulässig.
6. Markisen und andere Bauteile und Bauprodukte dürfen vorhandene Bäume nicht beeinträchtigen oder in ihrem Wachstum einschränken.
7. Markisen dürfen nicht in glänzendem (reflektierendem) Material und/oder grellen Farben ausgeführt werden. Es sind Bezugstoffe mit matter Oberfläche zu wählen.

§ 7 Automaten

Automaten sind nur zulässig, wenn sie bündig in eine umgebende Wandfläche integriert werden oder als integrierter Bestandteil von Schaufensteranlagen.

§ 8 Speisetafeln und Werbeanlagen an Mauerblenden

1. Pro Gastronomiebetrieb ist die Anbringung einer Speisetafel pro Gebäudeseite zulässig. Ihre Ansichtsfläche darf maximal 0,40 m² betragen.
2. Hinterleuchtete Schaukästen sind unzulässig, sofern sie nicht in Schaufenstern platziert oder in diese integriert sind.
3. Speisetafeln und andere Werbeanlagen in der Erdgeschosszone müssen, sofern sie vor geschlossenen Fassadenteilen (Mauerblenden, Pfeilern, Säulen etc.) angebracht sind, beidseitig mindestens 1/6 der Breite dieser Fassadenteile sichtbar belassen und mindestens denselben Abstand von deren oberem und unterem Abschluss einhalten.

§ 9 Fenster und Schaufenster

1. Die Nutzung der Fenster oberhalb des 1. Obergeschosses zu Werbezwecken ist unzulässig.
2. Das Zukleben, Zuhängen, Zustellen oder Zustreichen von mehr als 20% einer Schaufensterfläche sowie sonstiger Fenster und Türen ist unzulässig. Hierunter fallen beispielsweise Muster, mehr- oder einfarbige Flächen. Für Werbeanlagen ist § 5 zu beachten.

Die Beschränkung auf 20% einer Schaufensterfläche gilt nicht für temporäre Sonderveranstaltungen sowie für die Dauer von Umbauten und Leerständen, sofern die Fenster und Schaufenster in diesen beiden Fällen nicht als Werbeflächen genutzt werden. In diesen Fällen sollen Vollverklebungen ruhig und zurückhaltend gestaltet sein. Auf grelle Farben und kleinteilige Bildwelten ist zu verzichten.

Sonnenschutz ohne Werbeaufdruck ist zulässig. Klebefolien sind nur auf den Innenseiten der Scheiben zulässig.

3. Es ist unzulässig, aus Fenstern oder Schaufenstern heraus Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht in den öffentlichen Raum wirken zu lassen.
4. „Digitale Schaufenster“ wie interaktive Projektionsflächen und Touchscreens /-walls etc. dürfen höchstens 20 % der jeweiligen Schaufensterfläche einnehmen, maximal jedoch nicht mehr als 2 m². Eine Blendwirkung ist zu vermeiden, siehe Vorgaben in § 5 Ziffer 11.

§ 10 Werbung auf Gerüsten und Bauzäunen

1. Spanntransparente oder Werbebanner auf Gerüsten und Bauzäunen, die Werbeanlagen ersetzen, welche durch das Gerüst oder die Bauzäune verdeckt werden, sind zulässig, sofern sie die Größe und Anzahl der ursprünglich auf dem Gebäude angebrachten Werbeanlagen nicht überschreiten, die nach den Vorschriften dieser Satzung zulässig sind und es sich um Werbung an der Stätte der Leistung handelt.
2. Werbeanlagen auf Gerüsten oder Bauzäunen für am Bau Beteiligte dürfen jeweils maximal 2 m² groß sein und müssen horizontal oder vertikal aneinander ausgerichtet werden.

§ 11 Temporäre Werbeanlagen

Ausnahmen von den Größenfestsetzung des § 5 können zugelassen werden für temporäre Werbeanlagen bis zu einer Größe von höchstens 5,00 m². Pro Nutzungseinheit sind temporäre Werbeanlagen für höchstens zweimal im Jahr bis zu einer Dauer von je sechs Wochen zulässig. Die weiteren Festsetzungen der §§ 3, 4 und 5 Nummern 1-2 und 7-11 gelten entsprechend.

Teil IV Schlussbestimmungen

§ 12 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig nach § 75 Abs. 3 Nr. 2 LBO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig Werbeanlagen, Markisen oder Automaten entgegen den Vorschriften des:

§ 3 Nrn. 2 und 3,

§ 5 Nrn. 2-6, 8-9, Nr. 10 S.1 und 3, Nr. 11,

§ 6 Nrn. 2 und 5

§ 7

§ 8 Nrn. 2 und 3

§ 9

§ 10

dieser Satzung errichtet oder ändert.

Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 100.000 € geahndet werden.

III. Sonstige Festsetzungen

(Planungsrechtliche und baurechtliche Regelungen)

Mit Rechtskraft dieser Satzung werden die Festsetzungen folgender Bebauungspläne verdrängt, sofern und soweit dort abweichende Festsetzungen getroffen sind:

- Bebauungsplan Nr. 848 B: Kaiserstraße Süd zwischen Karl- und Ritterstraße, 2016
- Bebauungsplan Nr. 825: Kerngebiet westliche Innenstadt, 2013
- Bebauungsplan Nr. 668 B: Reinhold-Frank-, Bismarck-, Seminar- und Stephaniensstraße, 1992
- Bebauungsplan Nr. 620: Kaiserstraße – Änderung im Bereich Wald-, Herrenstraße und Zentralhof, 1986

Karlsruhe, den 20. August 2021

Fassung vom 24. April 2026

Stadtplanungsamt

A handwritten signature in black ink, reading "Heike Dederer - Schöberl". The signature is written in a cursive, flowing style.

Heike Dederer-Schöberl