

Bebauungsplan

„Werbeanlagensatzung Innenstadt Karlsruhe“

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

Planungsrechtliche Festsetzungen und örtliche Bauvorschriften

- Vorentwurf -

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 Markisen	7
	§ 6 Automaten.....	8
	§ 7 Speisetafeln und andere Werbeanlagen an Mauerblenden	8
	§ 8 Fenster und Schaufenster	8
	§ 9 Temporäre Werbeanlagen	8
	§ 10 Kenntnissgabepflicht.....	9
	§ 11 Ordnungswidrigkeiten	9
III.	Sonstige Festsetzungen.....	10
IV.	Anlagen	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 (Vordächer, 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

Vom Begriff der Werbung und Werbeanlage im Sinne dieser Satzung sind Werbeanlagen im Sinne vom § 2 Abs. 9 Landesbauordnung umfasst.

Dies sind beispielsweise:

Firmenschilder, Schilder freiberuflich Tätiger, Wegweiser zu Gastronomie oder Beherbergungsgewerbe, Leuchtreklamen aller Art, Fassadenausleger oder -ausstecker, Beschriftungen und Beklebungen von Fenstern, Schaufenstern und 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 Baustellenschilder, die sich nicht auf das Vorhaben selbst beziehen.

Teil II Festsetzungen für den Bereich der Innenstadt

§ 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 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.

Anlage 2 (Geltungsbereich mit Zoneneinteilung) ist Bestandteil dieser Satzung

Die Werbeanlagen müssen folgende gestalterische Anforderungen erfüllen:

1. 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.
2. Aus mehreren einzelnen Teilen bestehende Werbeanlagen müssen gestalterisch aufeinander abgestimmt sein.
3. Sind in einem Gebäude mehrere Nutzungseinheiten vorhanden, müssen deren Werbeanlagen horizontal oder vertikal dieselben Abmessungen haben und aneinander ausgerichtet sein.

4. Werbeanlagen, Hinweisschilder und Beschriftungen dürfen angebracht werden:
 - in den Zonen A und B an Erdgeschoss und 1. Obergeschoss.
 - in der Zone C am Erdgeschoss und der Brüstungszone des 1. Obergeschosses.

Sie können flach auf der Fassade oder rechtwinklig auskragend zu dieser angeordnet werden.

5. Flach an der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,20 m vor die Fassade hervortreten und nicht höher als 0,80 m sein.
6. Rechtwinklig an der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 1,20 m auskragen. Ihre Unterkante darf eine Höhe von 3,50 m nicht unterschreiten, jeweils gemessen ab Oberkante Straßenbelag am Ort der Werbeanlage.
7. Flächige Werbeanlagen (Schilder, Firmenzeichen, Werbetafeln und dergleichen) sind bis zu einer Größe von 1,00 m² zulässig.
8. 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.
9. Identische Werbeelemente müssen einen Abstand von mindestens 30 % der Gebäudebreite, mindestens jedoch von 6,00 m zueinander einhalten.
10. Die Gesamtbreite der Werbeanlagen (flächige Werbeanlagen und/oder Einzelbuchstaben) darf 50 % der Gebäudebreite und pro Werbeanlage:
 - in den Zonen A und B die Länge von 6,00 m
 - in der Zone C die Länge 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.

11. Werbeanlagen auf und an Vordächern sind unzulässig. Ausnahmsweise kann die Anbringung an der Vordachunterseite zugelassen werden, wenn die

Werbeanlage senkrecht zur Fassadenebene angeordnet ist und hinter der Vordachvorderkante zurückbleibt.

12. Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht, drehbare Werbeträger und solche mit wechselnden Motiven sowie Laserwerbung, Skybeamer oder Ähnliches. Unzulässig sind auch Fassadenstrahler, die größere Leuchtdichten bewirken als unter 13. festgesetzt.
13. Vor und hinter Schaufenstern und Fenstern angebrachte Werbeanlagen müssen Blendwirkung vermeiden.

Folgende zulässige mittlere Leuchtdichten dürfen nicht überschritten werden:

- Anlagen unter 1,50 m² Ansichtsfläche 2000 cd/m²
- Anlagen unter 5,00 m² Ansichtsfläche 600 cd/m²
- Anlagen über 5,00 m² Ansichtsfläche 200 cd/m²

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

§ 5 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 Textilbezugsstoffe mit matter Oberfläche zu wählen.

§ 6 Automaten

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

§ 7 Speisetafeln und andere 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.

§ 8 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 zu Werbezwecken ist unzulässig. Dies gilt nicht für temporäre Sonderveranstaltungen und Umbauten. Sonnenschutz ohne Werbeaufdruck ist 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“ dürfen höchstens 20 % der Schaufensterfläche einnehmen. Bei Schaufensterflächen unter 10 m² dürfen sie bis zu 2 m² groß sein.

§ 9 Temporäre Werbeanlagen

Ausnahmen von den Größenfestsetzung des § 4 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 des § 3 und § 4 Nummern 1-4 und 9-13 gelten entsprechend.

Teil III Schlussbestimmungen

§ 10 Kenntnigabepflicht

Folgende Vorhaben unterliegen der Nach § 74 Abs. 1 Nummer 6 LBO der schriftlichen Kenntnigabe:

Aus dem Anhang zu § 50 Abs. 1 Nummer 9 LBO folgende Ziffern, sofern die betreffenden Vorhaben vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind:

- lit. a) Werbeanlagen bis 1 m² Ansichtsfläche
- lit. c) vorübergehend angebrachte oder aufgestellte Werbeanlagen im Innenbereich an der Stätte der Leistung oder für zeitlich begrenzte Veranstaltungen
- lit. d) Automaten

Abweichend von § 50 Abs. 4 LBO ist Durchführung eines Kenntnigabeverfahrens auch für Instandsetzungsarbeiten erforderlich, sofern in den örtlichen Bauvorschriften definierte Anforderungen einzuhalten sind.

Bei allen Arbeiten an baulichen Anlagen im Sinne dieser örtlichen Bauvorschriften, die zu einem geänderten Erscheinungsbild der Werbeanlagen führen, ist eine neue Kenntnigabe erforderlich.

§ 11 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,
§ 4 Nrn. 4, 6-9 und 11-14,
§ 5 Nrn. 2, und 5-7
§ 6
§ 7
§ 8 Nrn. 1, 2 und 4
§ 9 Satz 2
§ 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 aufgehoben, 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 Stephaniestraße, 1992
- Bebauungsplan Nr. 620: Kaiserstraße – Änderung im Bereich Wald-, Herrenstraße und Zentralhof, 1986

Karlsruhe, den 20. August 2021

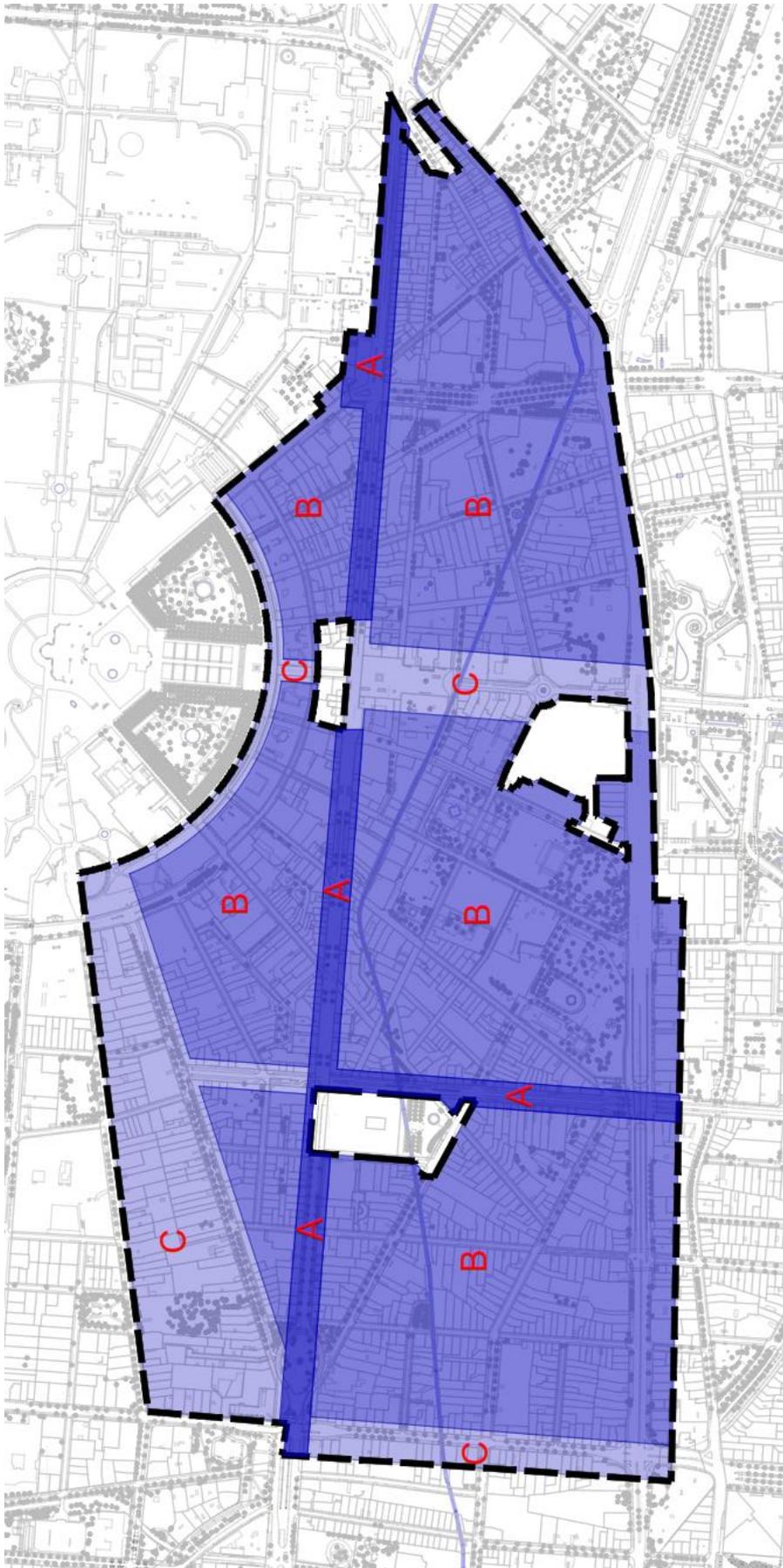
Stadtplanungsamt

Prof. Dr.-Ing. Anke Karmann-Woessner

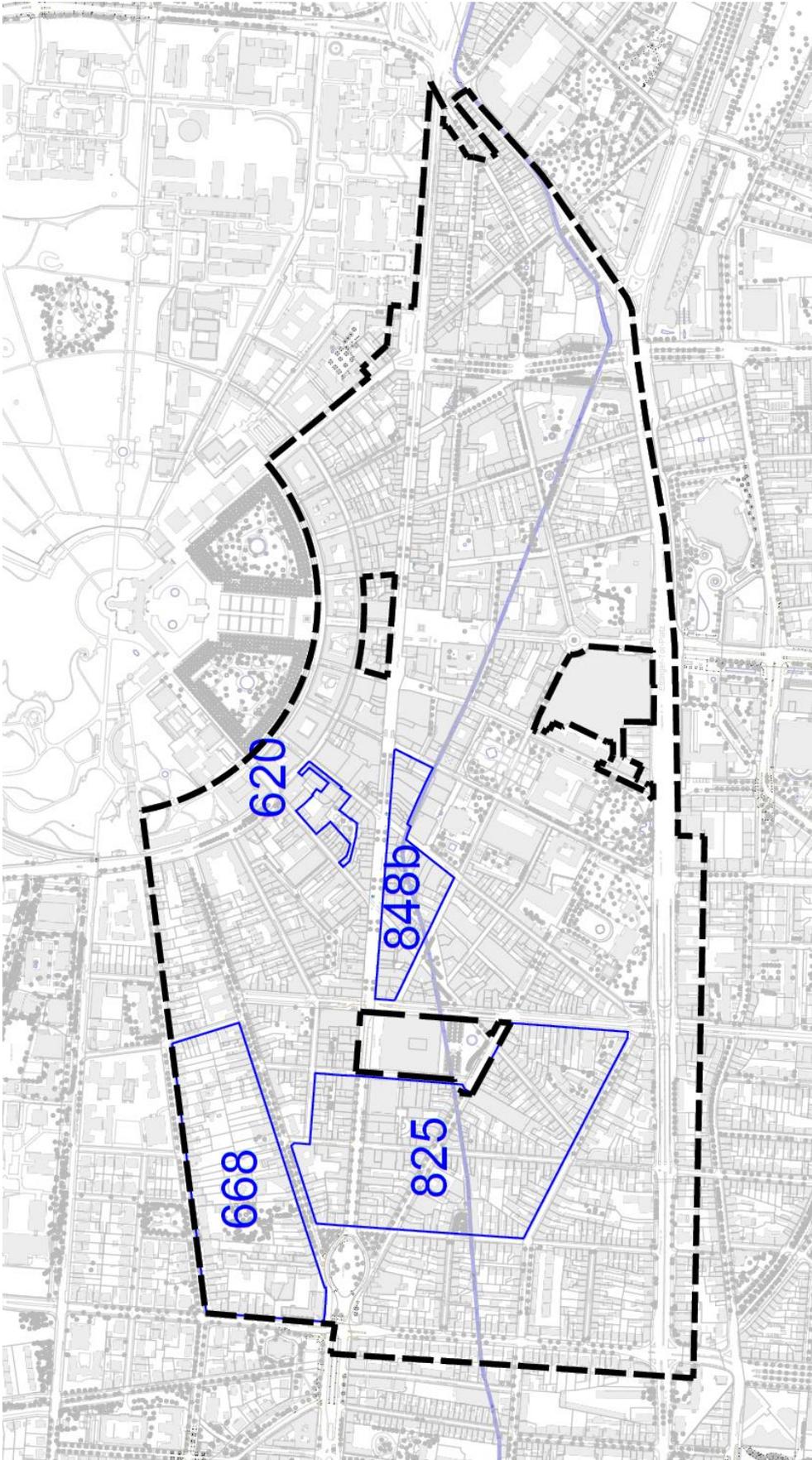
Hinweise

Die Kartierung der unter Schutz stehenden Bau- und Kunstdenkmäler im Geltungsbereich der Satzung basiert auf dem Bearbeitungsstand vom 19.06.2020. Die Daten werden laufend fortgeschrieben. Insofern ist die Kartierung nicht für jeweils aktuelle Aussagen zur Denkmaleigenschaft von Objekten geeignet.

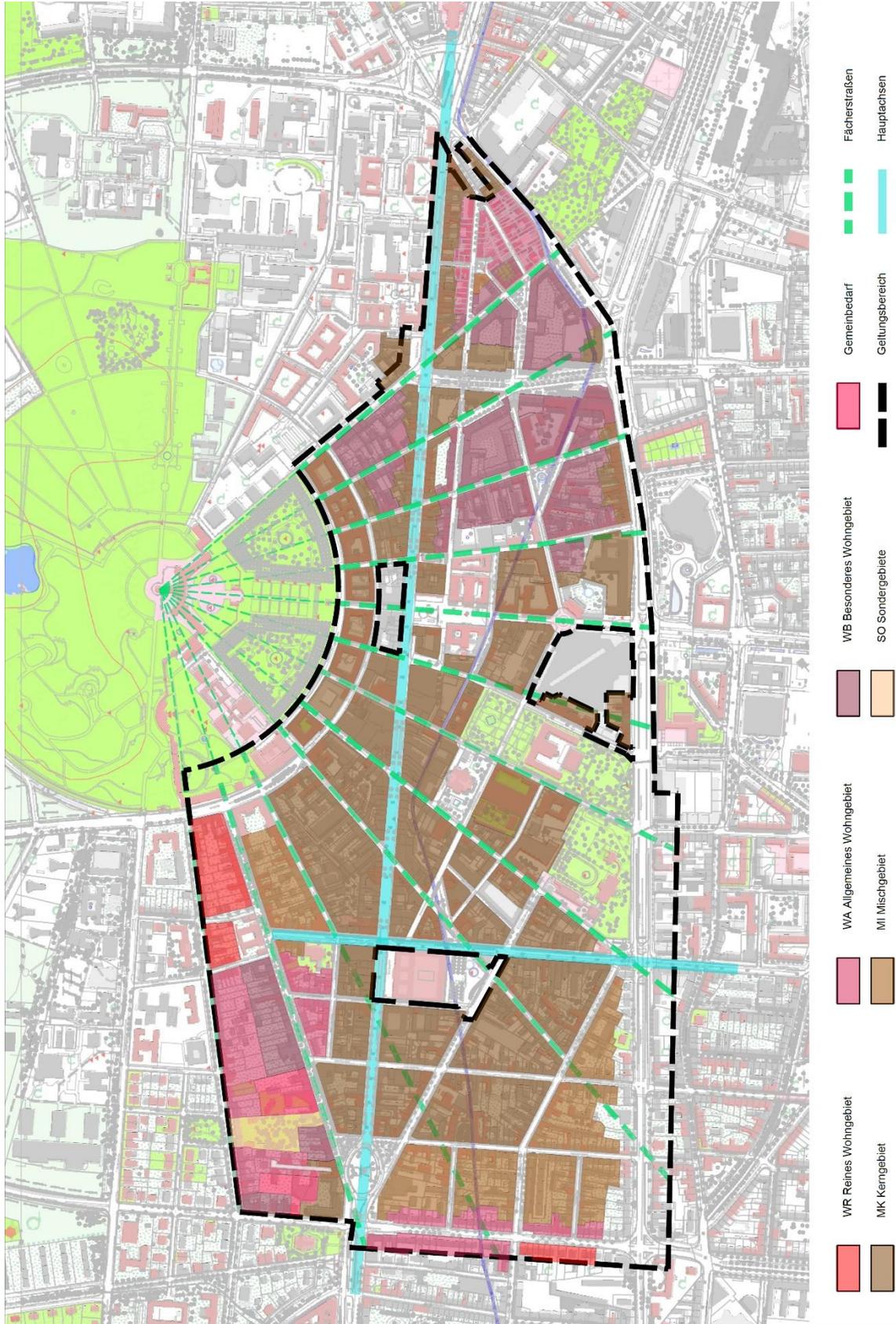
IV. Anlagen



Anlage 1 - Geltungsbereich mit Zoneneinteilung



Anlage 2 - Bebauungspläne mit Festsetzungen zu Werbeanlagen innerhalb des Geltungsbereichs



Anlage 3 - Nutzungsarten und Hauptachsen im Geltungsbereich