



Gestaltungssatzung für Werbeanlagen, Warenautomaten, Außenverkauf,  
Warenpräsentation und Außengastronomie in der Innenstadt von  
Landstuhl

in der Fassung vom 6. Oktober 2020

Zum Schutz und zur künftigen Gestaltung des Stadtbildes der Innenstadt von Landstuhl wird nach § 88 Abs. 1 der Landesbauordnung i. d. F. vom 24. November 1998 (GVBl. S. 365) zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 18.06.2019 (GVBl. S. 112) in Verbindung mit § 24 der Gemeindeordnung i.d.F. vom 31. Januar 1994 (GVBl. S. 153), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 26.06.2020 (GVBl. S. 297) auf Beschluss des Rates der Stadt Landstuhl vom 6. Oktober 2020 folgende Satzung erlassen:

## INHALT

<b>1 PRÄAMBEL</b> .....	<b>3</b>
<b>2 ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN</b> .....	<b>3</b>
§ 1 BEGRIFFE .....	3
§ 2 RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH .....	4
§ 3 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH .....	4
<b>3 WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN</b> .....	<b>5</b>
§ 4 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN .....	5
§ 5 FLACH- UND PARALLELWERBEANLAGEN.....	5
§ 6 AUSLEGERWERBUNG .....	5
§ 7 BELEUCHTUNG .....	6
§ 8 SCHAUFENSTER.....	6
§ 9 WERBETAFELN, WERBESTÄNDER, WERBEFAHNEN.....	6
§ 10 WARENAUTOMATEN .....	6
<b>4 MARKISEN</b> .....	<b>7</b>
§ 11 MARKISEN .....	7
<b>5 AUßENVERKAUF UND WARENPRÄSENTATION</b> .....	<b>7</b>
§ 12 LAGE UND GRÖßE DER ZUM VERKAUF ZUGELASSENEN FLÄCHEN.....	7
§ 13 WARENAUSLAGEN .....	7
<b>6 AUßENGASTRONOMIE</b> .....	<b>8</b>
§ 14 AUßENGASTRONOMIE.....	8
<b>7 ABWEICHUNGEN, ORDNUNGSWIDRIGKEITEN, SCHLUSSBESTIMMUNGEN</b> .....	<b>8</b>
§ 15 ABWEICHUNGEN .....	8
§ 16 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN.....	8
§ 17 INKRAFTRETEN .....	8

# 1 PRÄAMBEL

Die Stadt Landstuhl beschließt die nachfolgende Gestaltungssatzung für den Innenstadtbereich von Landstuhl mit dem Ziel, das historisch gewachsene und geschlossene Stadtbild zu erhalten bzw. wiederherzustellen und Störungen bei der Gestaltung des Stadtbildes zu verhindern oder künftig zu vermeiden.

Grundsätzlich sollen Werbeanlagen und Warenautomaten zurückhaltend ausgebildet sein und sich der Gebäudewirkung unterordnen. Der Informationsgehalt von Werbeanlagen, die als Orientierungshilfe und zur Animierung und Erhaltung des wirtschaftlichen Lebens dienen, wird dabei nicht mehr als notwendig eingeschränkt. Dies betrifft auch die Regelungen zu Markisen, Elementen der Außengastronomie und der Warenpräsentation. Die wirtschaftlichen privaten Interessen stehen dabei mit dem öffentlichen Interesse im Sinne des Satzungsziels im ausgewogenen Verhältnis.

## 2 ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

### § 1 Begriffe

Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen auf privaten Grundstücken, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe, Beruf oder auf Veranstaltungen dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Dazu gehören insbesondere Schilder, Fahnen, Spanntransparente, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, für Anschläge und Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln, Flächen und Anhänger, die offensichtlich der Werbung dienen.

Eine Markise im Sinne dieser Satzung ist eine an einem Objekt befestigte Gestellkonstruktion mit Bespannung, die unter anderem als Sonnen-, Wärme-, Blend- und Objektschutz dient. Sie kann, je nach Art und Ausrüstung, als Sicht- und Regenschutz dienen.

Außengastronomie bezeichnet im Freien stehende Tische oder Sitzgelegenheiten als Teil einer Gaststätte. Dazu gehören auch Elemente des Sonnenschutzes und bauliche Einrichtungen wie Wände, Palisaden, Sichtschutze und Windschutze.

Begründung:

Eine Werbeanlage entsprechend der Definition des § 52 der Landesbauordnung ist durch drei wesentliche Tatbestandsmerkmale beschrieben. Diese sind die feste Verbundenheit mit einem Ort als statische Komponente, die Verfolgung einer bestimmten Zweckbestimmung als funktionelle Komponente und die Sichtbarkeit vom öffentlichen Verkehrsraum aus als visuelle Komponente. Werbeanlagen sind baulichen Anlagen, Einrichtungen oder Anlagen im Sinne des § 1 (1) Satz 2 Landesbauordnung. Sie befinden sich ausschließlich auf Flächen privater oder öffentlicher Eigentümer, die nicht öffentlicher Verkehrsraum, sondern private Flächen sind.

Da sich auch Markisen sowie Elemente des Außenverkaufs, der Warenpräsentation und der Außengastronomie auf das Stadtbild auswirken, werden auch verbindliche Regelungen zur Gestaltung dieser Produkte in die Gestaltungssatzung aufgenommen.

Hinsichtlich des Warenverkaufs und Warenpräsentation wird überwiegend die Größe, Höhe und Ausstattung der Aufstellfläche geregelt, um überdimensionierte Warenauslagen zu vermeiden.

## **§ 2 Räumlicher Geltungsbereich**

Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst das ehemals festgelegte Sanierungsgebiet „Altstadt“ sowie das zurzeit aktuelle Sanierungsgebiet „Innenstadt“. Zur Orientierung ist dieser Satzung ein Lageplan mit der Einzeichnung der Abgrenzung des Sanierungsgebietes beigelegt. Die beigelegte parzellenscharfe Karte ist Bestandteil dieser Satzung.

## **§ 3 Sachlicher Geltungsbereich**

- (1) Diese Satzung gilt für sämtliche Werbeanlagen und Warenautomaten gem. § 52 der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz in der jeweils gültigen Fassung. Die Anbringung von Markisen sowie die Gestaltung der Außengastronomie, des Außenverkauf und der Warenpräsentation sind ebenfalls genehmigungspflichtig.
- (2) Das Errichten oder Ändern von Werbeanlagen, die nach der Landesbauordnung Rheinland-Pfalz genehmigungsfrei sind, erfordert im Geltungsbereich dieser Satzung eine Genehmigung der unteren Bauaufsichtsbehörde.
- (3) Genehmigungspflichtig sind auch Werbeanlagen, die nur gelegentlich oder kurzfristig angebracht oder aufgestellt werden.
- (4) Anforderungen von sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften bleiben von dieser Satzung unberührt. Diese sind zum Beispiel das Denkmalschutzgesetz oder bestehende Bebauungspläne.
- (5) Nicht genehmigungspflichtig sind Werbeanlagen an zugelassenen öffentlichen Anschlagflächen, wechselnde Programmwerbung für Theater und Lichtspielhäuser oder vergleichbare Unternehmen, wenn die Werbeflächen selbst, die Art der Werbemittel und die Beleuchtungsart genehmigt sind.

Begründung zum Genehmigungsvorbehalt:

Da nicht ausgeschlossen werden kann, dass von Werbeanlagen, die nach der Landesbauordnung genehmigungsfrei sind, stadträumlich verunstaltende Wirkungen ausgehen, erfordern diese Anlagen eine Baugenehmigung, um zu überprüfen, ob diese Vorhaben die Anforderungen der Satzung erfüllen. Vorhaben dieser Art können sein:

- Werbeanlagen bis zu einer Größe eines Quadratmeters i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 a) LBauO
- Werbeanlagen für zeitlich befristete Veranstaltungen i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 b) LBauO
- Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung vorübergehend angebracht werden i. S. d. § 62 (1) Nr. 8 c) LBauO

## **3 WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN**

### **§ 4 Allgemeine Anforderungen**

- (1) Werbeanlagen müssen in Größe, Farbe, Proportion, Gliederung, Lichtwirkung und Plastizität auf die Gestaltung der Fassade abgestimmt sein und sich den Fassadenflächen, auf denen sie befestigt sind, unterordnen.
- (2) Sie dürfen die Elemente der Fassadengliederung (z.B. Bauteile wie Gesimse, Rahmungen, Fenster, etc.) nicht überdecken.
- (3) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Je Nutzungseinheit ist nur eine Werbeanlage aus Fassadenflächen und eine Werbeanlage als Ausleger zulässig. Bei Eckgebäuden gilt dies für jede Straßenfassade.
- (4) Werbeanlagen sind nur im Bereich des Erdgeschosses und bis zur Brüstung des ersten Obergeschosses zulässig. Ausnahmsweise dürfen Werbeanlagen bis zu Brüstungshöhe des zweiten Obergeschosses angebracht werden, wenn das Gewerbe, für das geworben wird, nicht im Erdgeschoss des Hauses, sondern drüber ausgeübt wird.
- (5) Nicht zulässig sind insbesondere: Leuchtkästen, Laufschriften, Fahnen, Fahnentransparente, Spannbänder mit Werbung und Werbeanlagen mit wechselndem oder sich bewegendem Licht. Spannbänder über der Straße sind temporär zulässig (zu Bewerbung von Veranstaltungen der Stadt).

### **§ 5 Flach- und Parallelwerbeanlagen**

- (1) Flachwerbungen müssen parallel zur Fassade angebracht werden.
- (2) Flachwerbungen dürfen nur aus Einzelbuchstaben oder aus mit Farbe auf die Fassadenoberfläche aufgetragenen Schriftzügen bestehen. Flächige Werbetafeln, mit aufgedruckten Buchstaben sind nicht zulässig. Als Materialien dürfen verwendet werden: Stein, auf den Putz aufgemalte Schriften, nicht glänzendes Metall, Kunststoff.
- (3) Flachwerbungen dürfen generell nur oberhalb der Fenster des Erdgeschosses und unterhalb der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.
- (4) Die Gesamtbreite der Flachwerbung darf 70% der Gebäudelänge nicht überschreiten. Die maximale Breite einer Flachwerbung beträgt 2,75 m. Die maximale Höhe beträgt 0,60 m.
- (5) Der Abstand aller Teile einer Parallelwerbeanlage zur Fassade darf 0,25 m nicht überschreiten.
- (6) Bei Leuchtwerbungen dürfen nur durchscheinende Schriften und Symbole verwendet werden, die aus Einzelelementen angefertigt sind. Ebenso sind hinterleuchtete Einzelbuchstaben erlaubt.

### **§ 6 Auslegerwerbung**

- (1) Auslegerwerbung soll parallel zur Fassade angebracht werden.
- (2) Auslegerwerbung darf nur an der Stätte der Leistung angebracht werden.
- (3) Material: Nicht glänzendes Metall, Schmiedeeisen. In Ausnahmefällen kann auch Kunststoff zugelassen werden.

- (4) Auslegerwerbung darf generell nur oberhalb der Fenster des Erdgeschosses und unterhalb der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.
- (5) Optimale Ausrichtung: Die Ausleger sollen nicht breiter als 0,60 m und nicht höher als 0,90 m sein. Der Abstand aller Teile eines Auslegers zur Außenwand des Gebäudes darf nicht größer als 1,00 m sein.

## **§ 7 Beleuchtung**

- (1) Bei Beleuchtung mittels Strahler muss auf ein möglichst einheitliches Modell zurückgegriffen werden. Die Strahler dürfen nicht weiter als 0,40 cm aus der Wand hervorstehen.
- (2) Die Beleuchtung darf nur mit weißem Licht erfolgen.

## **§ 8 Schaufenster**

Schaufenster / Fenster dürfen zu Werbezwecken dauerhaft nur mit max. 10 % der Fensterfläche beklebt werden.

## **§ 9 Werbetafeln, Werbeständer, Werbefahnen**

- (1) Es ist nur eine Werbetafel, ein Werbereiter oder ein Werbeständer pro Betriebsstätte zulässig.
- (2) Die Werbetafel, der Werbereiter oder Werbeständer darf eine Höhe und Breite von max. 0,80 cm nicht überschreiten.
- (3) Die Werbetafel, der Werbereiter oder Werbeständer darf max. 1,50 m von der Fassade der beworbenen Einrichtung entfernt stehen.
- (4) Werbefahnen oder andere Werbeelemente (z. B. Kaltluftdisplays, Luftfiguren, Bogenfahnen etc.) sind nicht zulässig.

## **§ 10 Warenautomaten**

- (1) Warenautomaten dürfen die Bauflucht nicht mehr als 0,15 m überragen.
- (2) Freistehende Warenautomaten dürfen auf den öffentlichen Verkehrsflächen nicht aufgestellt werden. Ausnahmen können erteilt werden, wenn diese Warenautomaten in tief liegenden Haus- oder Geschäftseingängen aufgestellt werden und das ästhetische Gesamtbild des Gebäudes nicht stören.

## **4 MARKISEN**

### **§ 11 Markisen**

- (1) Markisen sollen über den einzelnen Fenstern angeordnet werden und sind der Fensteraufteilung anzupassen; Historische Fassadendetails dürfen nicht verdeckt werden.
- (2) Markisen dürfen nicht weiter als 1 m aus der Fassade herausragen; Volants dürfen nicht länger als 20 cm sein.
- (3) Auf Markisen dürfen lediglich dezente und einfarbige Schriftzüge zur Werbung verwendet werden.
- (4) Grundsätzlich sind textilähnliche Materialien zu verwenden; die Farbe soll sich an der Fassade orientieren.

## **5 AUßENVERKAUF UND WARENPRÄSENTATION**

### **§ 12 Lage und Größe der zum Verkauf zugelassenen Flächen**

- (1) Warenauslagen sind nur bis zu einer maximalen Tiefe von 1,50 m von Gebäudevorderkante der jeweiligen Betriebsstätte zugelassen.
- (2) Die maximale Länge der Ausstellfläche darf die halbe Länge der Ladenfront nicht überschreiten.
- (3) Ausnahmen von der Lage und Größe der zugelassenen Flächen: Für Obst-, Gemüse- und Blumenauslagen, die traditionell im Freien und nur untergeordnet im Schaufenster präsentiert werden, können zusätzliche Flächen zugelassen werden. Die Länge der Auslagen ist hier nicht an die Fassadenfrontlänge gebunden. Eine Entscheidung erfolgt im Einzelfall unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten, baupolizeilichen Anordnungen, Anforderungen der Feuerwehr und städtebaulichen Belangen. Die Entscheidung über die Ausnahme bzgl. Lage und Größe der zugelassenen Flächen für Obst-, Gemüse- und Blumenauslagen wird vom Stadtrat getroffen.

### **§ 13 Warenauslagen**

- (1) Als Warenauslagen gelten alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden und mobilen Elemente (Verkaufstische, Warenstände, Vitrinen etc.), die dem Verkauf oder der Ausstellung von Waren dienen.
- (2) Einrichtungen zur Präsentation von Waren dürfen nicht überwiegend dem Warentransport dienen, z.B. Einkaufswagen, Rollcontainer, Transportpaletten.
- (3) Die Höhe der Auslagen wird auf 1,70m beschränkt.
- (4) Bodenbeläge: Das Auslegen zusätzlicher Bodenbeläge, z.B. Teppich, Nadelfilz, Kunstrasen o.ä. ist auf der Sondernutzungsfläche nicht gestattet.

## **6 AUßENGASTRONOMIE**

### **§ 14 Außengastronomie**

- (1) Gastronomiemöblierung: Pro Betrieb sind alle Möblierungselemente gleichen Typs einheitlich zu gestalten.
- (2) Plastikmöbel, Bierzeltgarnituren, und Bierbänke dürfen nicht zur Außenmöblierung verwendet werden. Erlaubt sind Holzmöbel, Korbsessel, mit Flechtwerk bespannte Stahlmöbel und andere hochwertige Sitzmöbel (z.B. aus Stahl). Dabei sind Metall, Naturfarben oder helle Farben für die Stühle zu wählen. Die Tische sollen mit den Stühlen korrespondieren.
- (3) Notwendiger Sonnenschutz kann mit freistehenden Sonnenschirmen erreicht werden. Auf Überdachungen / Pavillons soll verzichtet werden. Als Schirmfarbe sind weiße, helle oder naturfarbene Schirme zulässig.
- (4) Eine Abgrenzung der Außengastronomie durch bauliche Einrichtungen wie Wände, Palisaden, Sichtschutze, Windschutze ist nicht gestattet, um den Charakter des öffentlichen, durchlässigen Raumes zu erhalten.

## **7 ABWEICHUNGEN, ORDNUNGSWIDRIGKEITEN, SCHLUSSBESTIMMUNGEN**

### **§ 15 Abweichungen**

Von den Vorschriften dieser Satzung kann auf schriftlichen Antrag hin eine Abweichung zugelassen werden, wenn die Durchführung der Vorschrift im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen und den allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung vereinbar ist. Die Entscheidung über die Abweichung wird vom Stadtrat getroffen.

### **§ 16 Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig im Sinne des § 24 (5) der Gemeindeordnung handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage gem. §§ 1 und 4 dieser Satzung errichtet oder ändert, ohne die hierfür erforderliche Genehmigung zu besitzen. Ordnungswidrig handelt auch, wer vorsätzlich oder fahrlässig von der erteilten Genehmigung abweicht, wenn die Abweichung einer erneuten Genehmigung bedurft hätte.
- (2) Ordnungswidrig im Sinne des § 24 (5) der Gemeindeordnung handelt, wer wider besseren Wissens unrichtige Angaben macht oder unrichtige Pläne oder Unterlagen vorlegt, um einem nach dieser Satzung vorgesehenen Verwaltungsakt zu erwirken oder zu verhindern.
- (3) Eine Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße geahndet werden. Maßgebend dabei ist das Gesetz über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) in der jeweils geltenden Fassung.

### **§ 17 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.



Landstuhl, den 09.10.2020

gez. Rickart

1.Stadtbeigeordneter

