

Stadt Sinsheim

Gestaltungssatzung Innenstadt Sinsheim

Fassung 13.10.2015



GERHARDT.stadtplaner.architekten

Weinbrennerstraße 13 - 76135 Karlsruhe

www.gerhardt-stadtplaner-architekten.de

| | | |
|---|--|----|
| | Grußwort | |
| 1 | Vorbemerkung | 4 |
| 2 | Geltungsbereich | 10 |
| 3 | Erläuterung zu den einzelnen Festsetzungen | 12 |
| 4 | Gestaltungssatzung | 25 |

GRUSSWORT



Quelle: www.sinsheim.de

Liebe Mitbürgerinnen und Mitbürger!

Das städtebauliche Erscheinungsbild unserer Stadt hat sich aus der Summe vieler einzelner Gebäude entwickelt. Neben solchen, die mit planerischer und handwerklicher Qualität sensibel in das städtebauliche Umfeld eingefügt worden sind, gibt es aber auch die weniger gelungenen Maßnahmen. Gerade die vielen „kleinen Sünden“ (unproportionierte Anbauten, unangemessene Materialwahl, übertriebene Werbeanlagen), schwächen in der Summe die Wirkung des Stadtbildes.

Im gemeinsamen Prozess mit Vertretern des Wirtschaftsforums, dem Kernstadtausschuss, externen Planern und der Verwaltung wurde vorliegende Gestaltungssatzung erarbeitet, um zukünftig die Gestalt der Innenstadt in angemessenem Umfang positiv zu beeinflussen.

Um Planungssicherheit für die Eigentümer und Investoren zu erreichen und gestalterische Auswüchse zu vermeiden, werden in dieser Gestaltungssatzung Grundregeln für ein harmonisches Stadtbild aufgestellt. Die vorliegenden Festsetzungen lassen einerseits genügend Spielraum für die Entwicklung der Einkaufsinnenstadt, andererseits berücksichtigen sie auch die städtebaulich wichtige Position der „Stadteinfahrten“.

Die Gestaltungssatzung wird dazu beitragen, das Bewusstsein für die durchaus vorhandene Schönheit und die Lebensqualität der Sinsheimer Innenstadt wieder zu erwecken und das – bei relativ hoher Dichte – harmonische Zusammenleben zu fördern.

Ich danke allen, die an dieser Aufgabe mitgewirkt haben und mitwirken.

Ich danke vor allem aber auch denen, die die von der Stadt getroffenen Entscheidungen nicht nur befolgen, sondern aus Überzeugung mittragen und mit Leben erfüllen.

Jörg Albrecht

Oberbürgermeister der Stadt Sinsheim

1 Vorbemerkung



Stadtbild

Das Erscheinungsbild der Sinsheimer Innenstadt wird durch sehr heterogenen Baubestand aus unterschiedlichen Entstehungszeiten geprägt. Es finden sich historische Wohngebäude, die zum Teil unter Denkmalschutz stehen, identifikationsstiftende Gebäude wie das Stadtmuseum, dominante Geschäftsgebäude aus den 1960er / 1970er Jahren, Wohn- und Geschäftsgebäude aus den 1980 / 90er Jahren und Bebauung aus jüngster Zeit mit zum Teil engagiertem gestalterischem Anspruch.

Auch der Unterhaltungszustand der Gebäudefassaden ist sehr unterschiedlich: Einige (auch ältere) Gebäude sind in gepflegtem Zustand, bei anderen hingegen ist ein deutlicher Renovierungstau zu erkennen (Fassadenanstriche wären zu erneuern, Fassadenbekleidungen zu ergänzen oder zu reparieren, Fensterrahmen oder Fensterläden zu streichen).

Oftmals ist die ursprüngliche, in sich stimmige Fassadengestaltung durch nachträgliche Einbauten bzw. Vergrößerungen von Schaufenstern oder durch überdimensionierte Vordächer beeinträchtigt worden.

In einigen Fällen geht mit fehlender Modernisierung auch eine weniger hochwertige Nutzung der Ladeneinheiten einher.

Auffällige Leerstände und baufällige Gebäude wirken sich negativ auf das nähere Umfeld aus, die Gefahr einer Abwärtsspirale („trading-down-Effekt“) geht damit einher wenn hochwertige Nutzungen dieses Umfeld zu meiden beginnen.

In den Ladenlokalen dominieren inhabergeführte Läden, Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe. Im Bereich des Stadtkerns und in den Ortseingängen prägen auch die Filialen und Niederlassungen von Handelsketten das Stadtbild.

Während gerade in der Innenstadt eine fast geschlossene Blockrandbebauung vorherrscht, fällt gerade im Bereich der Ortseingänge entlang der Dührerer Straße und der Schwarzwaldstraße die durch die den Verkaufsflächen vorgelagerten Parkplatzflächen bedingte fehlende Raumkante negativ auf.



Werbung

In einigen Teilbereichen wird das Straßenbild durch zu groß dimensionierte und gestalterisch nicht zum Gebäude passende Werbung beeinträchtigt. Wird für mehrere Gewerbebetriebe in einem Gebäude geworben, fällt oft die fehlende Abstimmung der unterschiedlichen Werbeanlagen auf, was zu einem negativen, überfrachteten und „unordentlichen“ Eindruck führt.

In einzelnen Straßenabschnitten (z.B. Hauptstraße) ist der Gehweg derart mit Kundenstoppfern und Fahnen ausgestattet, dass sich Passanten regelrecht den Weg bahnen müssen. Dort kommt es zusätzlich durch massive Werbung an den Gebäuden zu Zuständen, bei denen offizielle Straßenschilder visuell untergehen.

Im Bereich der Ortseinfahrten versuchen einige Gewerbebetriebe mit besonders auffälligen Fassadenanstrichen alle Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen. Bei einzelnen Objekten ist eine massive Häufung unterschiedlicher Werbeanlagen zu beobachten (z.B. Fassadenbeschriftungen, Pylone, Fahnen und Plakatierung auf Zäunen gleichzeitig). Zusätzlich bestimmen unterschiedliche Gemeinschaftswerbeanlagen für bestimmte Teilgebiete oder Straßenzüge, Werbeanlagen an Wartehäuschen, Plakatwände, temporäre Plakatierungen, städtische Werbeeinrichtungen und Verkehrsbeschilderungen das Straßenbild.

Selbst an Zäunen von Wohngebäuden oder an Balkonbrüstungen werden Werbeschilder für nicht dort ansässige Betriebe aufgehängt.

(Fassaden-)Werbung ist sicher notwendig, um im öffentlichen Straßenraum auf Handels- oder Gewerbebetriebe hinzuweisen. Werbung kann aber auch für das Erscheinungsbild eines ganzen Gebäudes und - je nach Auffälligkeit und Ausgestaltung - für den Gesamteindruck des Straßensbildes maßgebend sein.

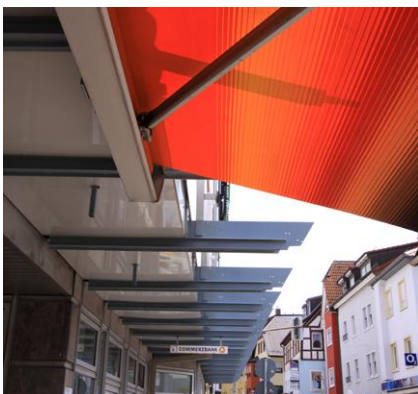
Die Reizüberflutung durch die massive Anhäufung von Werbung führt schlussendlich dazu, dass kaum noch etwas wirklich wahrgenommen wird. Gut gemachte, dezente Werbung hat kaum noch eine Chance in das Blickfeld des Betrachters zu kommen, wenn darum herum mit größeren Auffälligkeiten um Aufmerksamkeit gebuhlt wird.



Um dieser zunehmenden Tendenz zu immer größeren und auffälligen Werbeanlagen entgegenzutreten, bei der die städtebauliche Qualität der Gebäude und des Straßenzugs nicht mehr wahrgenommen werden kann, sollen mit der vorliegenden Satzung Art und Maß der zulässigen Werbung in den Grundzügen geregelt werden.

Innerhalb dieser Regelungen verbleibt ausreichender Spielraum für die individuelle Gestaltung. Zudem wird ein Rahmen geschaffen, in dem alle Gewerbetreibende die gleiche Chance haben, um Kundschaft zu werben.

Es gibt bereits einige sensibel umgesetzte Beispiele in der Sinsheimer Innenstadt und im Bereich der Ortseingänge, die zeigen, dass man auch mit moderat dosierter Werbung auf sich aufmerksam machen kann.



Fassaden/technische Bauteile

Gebäudefassaden und Straßenraum werden über die Werbeanlagen hinaus maßgeblich auch durch Fassadengliederung und Fassadenfarben, durch Schaufenstergestaltung, Markisen und Vordächer, sowie technische Bauteile (z.B. Klimageräte) im Fassadenbereich bestimmt.

Es gibt es in der Sinsheimer Innenstadt Beispiele für gut gemachte, hochwertig wirkende und attraktive Fassadengestaltungen unabhängig vom Gebäudealter.

Durch den Wunsch nach immer größeren Schaufensterflächen oder Verkaufsflächen kommt es bei vielen Fassaden zu einer baulichen Zäsur zwischen Erdgeschoss und darüber liegenden Geschossen.

Ebenso eine nach Aufmerksamkeit heischende und nur auf die Werbewirksamkeit abgestellte Farbgestaltung trägt ihr übriges zu einem negativen Erscheinungsbild hinzu. Die Gebäudefassade wird nicht mehr als Einheit wahrgenommen.

Zunehmend werden technische Bauteile wie Klima- oder Lüftungsanlagen, Lüftungskanäle, aber auch Telekommunikationsanlagen oder Satellitenempfangsanlagen gerne auf kürzestem Wege ohne Rücksichtnahme auf die Gestaltung auf die Fassade montiert.

Diese schlecht gestalteten Fassaden und Anlagen bewirken leider auch für ihr Umfeld eine negative Ausstrahlung. Nachbargebäude werden nicht wahrgenommen, wenn eine auffällige Farbe von Fassade oder anderen Bauteilen das Straßenbild dominiert. Insofern enthält die Satzung auch Regelungen zu Fassaden und technischen Bauteilen für den dicht bebauten Bereich der Kernstadt.

Möblierung und Warenpräsentation

Die Möblierung und Warenpräsentation durch private Nutzer im öffentlichen Straßenraum kann nicht über eine Gestaltungssatzung nach Landesbauordnung geregelt werden. Gleichwohl wird der öffentliche Raum aber maßgeblich auch durch die Nutzung durch Gewerbetreibende oder Gastronomie geprägt.

Deshalb sind parallel zu dieser Satzung separate Richtlinien entwickelt worden, die im Zuge des erforderlichen Genehmigungsverfahrens im Rahmen der „Satzung über die Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen“ Anwendung finden.



Langfristige Wirkung

Wenn die Gestaltungssatzung in Kraft tritt, wird es noch eine Weile dauern, bis Erfolge durch die Anwendung der neuen Regelungen sichtbar werden. Bestehende Werbeanlagen unterliegen selbstverständlich dem Bestandsschutz. Eine Investition in veränderte Schaufensteranlagen oder Vordächer will gut überlegt sein. Mit der Zeit werden die Regelungen aber immer stärker greifen und schließlich ihren Beitrag zu einer städtebaulichen und gestalterischen Aufwertung leisten.

Zur Handhabung:

Die vorliegende Broschüre unterscheidet zwischen

- der Begründung und
- der Gestaltungssatzung

Die Begründung dient zur Herleitung, Erläuterung und Veranschaulichung der Satzungsinhalte und wird daher voran gestellt. In Ergänzung der Begründung wird ab Seite 19 dieser Broschüre ein Katalog gestalterisch gelungener Werbeanlagen, Vordächer und Markisen als Anregung abgebildet.

Die Satzung ist das eigentliche verbindliche Rechtsinstrument und enthält konkrete Regelungen zur Gestaltung von Werbeanlagen, Markisen und Vordächern, Schaufenstern und technischen Bauteilen im Fassadenbereich.

2 Räumlicher und sachlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich der Gestaltungssatzung wird in einem Lageplan parzellenscharf abgegrenzt. Er umfasst die Kernstadt Sinsheim (begrenzt von Schwarzwaldstraße, Grabengasse, Dührener Straße und Bundesbahntrasse) und die Stadteingänge Dührener Straße, Hauptstraße und Schwarzwaldstraße, genau dargestellt im Lageplan in Anlage 1.

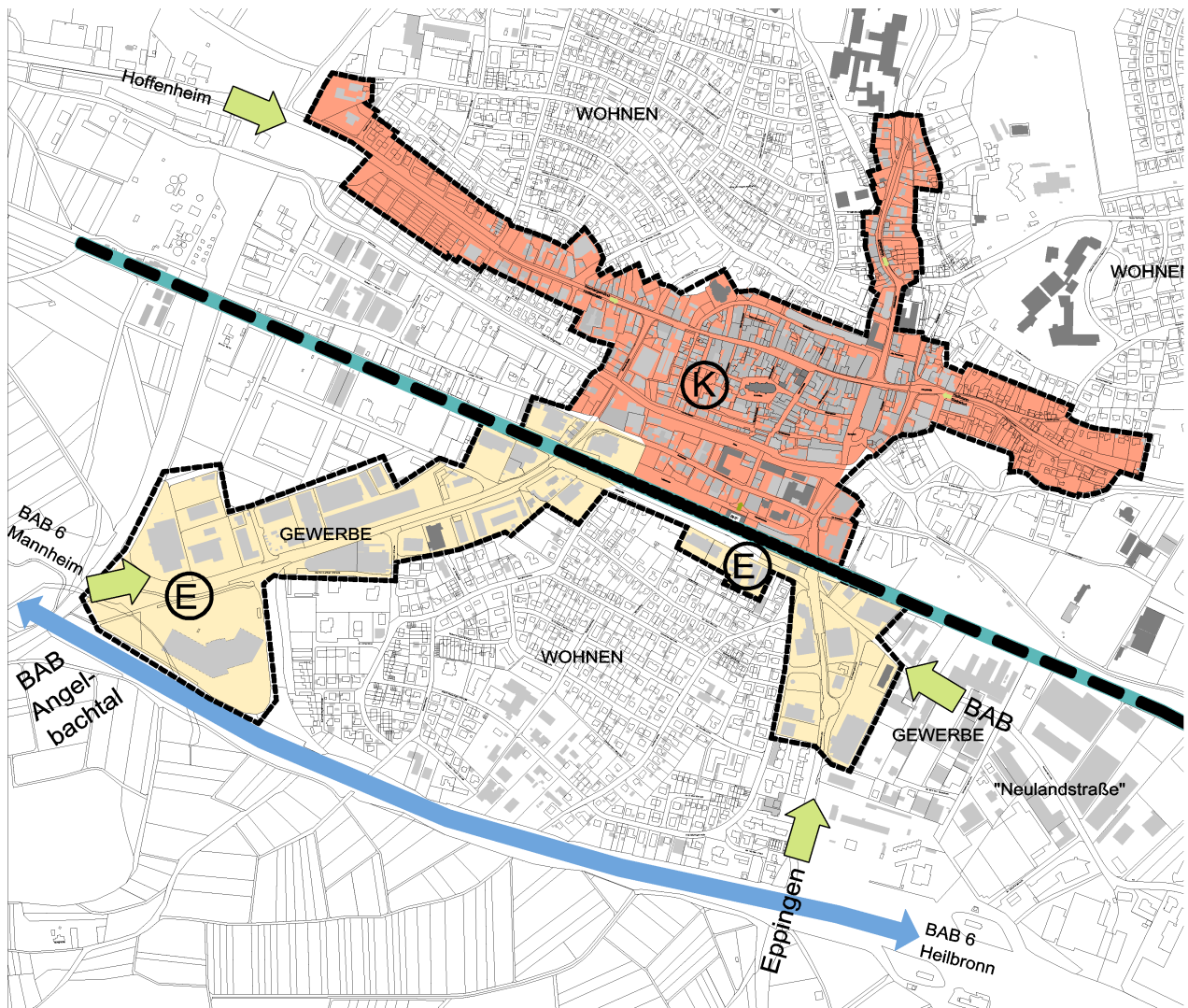


Abb.: Räumlicher Geltungsbereich der Gestaltungssatzung und Zonierung

Während der räumliche Geltungsbereich regelt, WO die Richtlinien Anwendung finden, regelt der sachliche Geltungsbereich, WOFÜR die Vorschriften maßgebend sind:

- Die Vorschriften gelten bei Errichtung, Erweiterung und Ersatz der in der Satzung aufgeführten Bauteile bzw. baulichen Anlagen (Werbeanlagen, großflächige Werbetafeln, Markisen, Vordächer, Schaufenster,

Warenautomaten, Schaukästen, technische Bauteile an straßenseitigen Gebäudefassaden). Die Vorschriften betreffen auch die Gliederung und Farbgebung von Gebäudefassaden. „Errichten“ bedeutet auch das Herstellen, Aufstellen, Anbringen, Einbauen, Einrichten, Instandhalten, Ändern und die Nutzungsänderung (§ 2 (12) LBO).

- Bestimmte Vorhaben die gem. § 50 Landesbauordnung (LBO) eigentlich verfahrensfrei sind, müssen gem. § 3 dieser Satzung im Kenntnissgabeverfahren angezeigt werden.

Zonierung

Um den unterschiedlichen städtebaulichen Situationen innerhalb des Geltungsbereichs gerecht zu werden, wird der Geltungsbereich in die Zonen

- Zone K - Kernstadt
- Zone E – Ortseingänge

unterteilt.

Die Zonierung berücksichtigt die unterschiedlichen Baustrukturen in der Innenstadt und im Bereich der Ortseingänge. Im Bereich der Kernstadt gelten aufgrund der dichteren Bebauung umfassendere Regelungen für Werbeanlagen **und** Fassadengestaltungen, während die Regelungen für die Ortseingänge stärker auf die Werbeanlagen zielen.

3 Erläuterungen zu den einzelnen Festsetzungen

Der Entwurf der Gestaltungssatzung ist in Ziffer 4 dieser Broschüre enthalten. Die nachfolgend benannten Paragraphen beziehen sich auf diesen Entwurf. Rechtsgrundlage ist § 74 der Landesbauordnung (LBO) Baden-Württemberg.

§§ 1 bis 5 sowie 14 und 15 - Allgemeine Regelungen

In den §§ 1 bis 5 werden zunächst der räumliche und sachliche Geltungsbereich festgesetzt (siehe hierzu auch Ziffer 2 der Begründung), anzeigepflichtige Maßnahmen beschrieben, die Zulässigkeit sowie die Voraussetzungen für Abweichungen, Ausnahmen bzw. Befreiungen von den Satzungsinhalten definiert und das Verhältnis zu anderen Rechtsvorschriften geklärt. Nach den Festsetzungen wird der Tatbestand der Ordnungswidrigkeit erläutert (§ 14) und auf die Voraussetzungen für das Inkrafttreten der Satzung hingewiesen (§ 15).



Massive Häufung von Aufstellern macht Fassadenwerbung unsichtbar



Massive Häufung von Werbeanlagen

§ 6 – Begriffsdefinitionen

In §6 werden einige Begriffe, die in den folgenden Paragraphen verwendet werden, für die aber keine allgemeinverbindliche inhaltliche Definition existiert, näher definiert.

§ 7 – Werbeanlagen in Zone K (Kernstadt)

Außenwerbung darf optisch nicht so stark dominieren, dass die gestalterische Qualität einer Gebäudefassade oder gar eines ganzen Straßenabschnittes beeinträchtigt werden. Deshalb ist es notwendig, dass Werbeanlagen einen Bezug zum „Ort der Leistung“ (dem Geschäft bzw. Betrieb) herstellen, sich bezüglich Lage und Proportion der Fassadenstruktur anpassen, keine wichtigen, prägenden Fassadenbauteile überdecken und hinsichtlich Größe und Anzahl in einem Umfang verbleiben, der sich der Gebäudefassade unterordnet.

Neben der klassischen Geschäftswerbung sind heute auch Werbeanlagen verbreitet, die sich durch zum Teil schon als aggressiv zu bezeichnende, optische Präsenz in den Vordergrund drängen, nämlich Anlagen mit wechselndem oder grellfarbigem Licht, Werbung in Signalfarben, und um Werbeanlagen mit beweglichen Elementen. Die Verwendung einiger Werbeformen wird daher ausgeschlossen.



Werbung zweier Geschäfte geordnet angebracht



Werbung mehrerer Geschäfte abgestimmt in Größe und Lage



Werbung völlig ungeordnet und irreführend

Mit den Festsetzungen zur Art der Werbeanlage sowie ihrer Dimensionen und Befestigung wird auf die Tendenz zu zunehmend größerer und auffälligerer Werbung reagiert.

Mit einheitlichen Obergrenzen wird dafür gesorgt, dass die Werbung der Einzelhändler differenziert wahrgenommen werden kann ohne dass ein Wettlauf um die auffälligste Werbung stattfindet, welcher letztlich nicht nur dem Stadtbild, sondern auch den Händlern selber schadet. Die Lage der Werbeanlagen wird auf den Bereich oberhalb der Schaufenster festgelegt, so dass die darüberliegenden Gebäudefassaden unbeeinträchtigt bleiben.

Bestimmungen des Straßenverkehrsrechts bleiben von den Festsetzungen selbstverständlich unberührt.

Bei der Anordnung mehrerer Werbeanlagen auf einer Fassade sollte ein einheitliches Gestaltungsprinzip erkennbar sein. Durch die Anordnung mit einer einheitlichen Höhe/Breite oder mit der gleichen Unterkante/Oberkante oder auf einer gemeinsamen Achse ergibt sich ein geordnetes Bild, so dass jede Werbeanlage die Chance hat wahrgenommen zu werden.

Die Beleuchtung von Werbeanlagen und Schaufenstern soll sich nicht nachteilig auf die Umgebung auswirken. Eine Blendung von Passanten und Straßenverkehr ist nicht erwünscht.

Warenautomaten und Schaukästen

Warenautomaten und Schaukästen sind durch ihre vorgegebene Form und Größe und ihre Farbgebung oft nur schwer in die Gebäudegestaltung zu integrieren.

Die Begrenzung auf maximal einen Warenautomat je Gebäude und die Festsetzung, dass Automaten und Schaukästen nicht auf einer straßenseitigen Fassade, sondern nur in Durchgängen bzw. Eingangsnischen angebracht werden dürfen, verhindert eine Überfrachtung der Fassade durch solche architekturfremde und gestalterisch oft störende Bauteile.

Gaststätten wird der Aushang ihrer Speisekarte in einem straßenseitigen Schaukasten ermöglicht.



Massive Häufung von Werbung macht Straßenschilder fast unsichtbar



Einfahrtsbeschilderung mit freistehender Werbung



Sammelwerbeanlagen in Absprache mit der Stadt

Großflächige Werbetafeln/Plakatwände

Großflächige Werbetafeln bestimmen das Straßenbild gerade in Bereichen mit zum Teil kleinmaßstäblicher Bebauung durch unangemessen hohe Präsenz. Sie widersprechen damit dem Anliegen der Satzung, dass Werbung ein zwar wirksamer, gestalterisch jedoch untergeordneter Bestandteil des Stadtbildes sein soll und dass nur an der Stätte der Leistung geworden werden soll. Sie sind daher in der gesamten Zone K – Kernstadt unzulässig.

§ 8 – Werbeanlagen in Zone E (Ortseingänge)

Im Bereich der Ortseingänge ist die Bebauungsdichte nicht so hoch wie in der Kernstadt, es findet sich dort eine andere Gebäudetypologie und die Gebäude haben meist mehr Abstand. Aber gerade hier versuchen Gewerbetreibende mit besonders auffälliger und zahlreicher Werbung um Kunden zu buhlen.

Zusätzlich zum Firmennamen auf der Fassade werden, Fahnenmasten, Pylone und sonstige freistehende Werbeeinrichtungen aufgestellt. Mancher Gewerbetreibende scheint der Werbewirksamkeit einzelner Maßnahmen zu misstrauen und handelt nach der Devise „Viel hilft viel“. Dabei entsteht ein Wettstreit um Wahrnehmung, sobald benachbarte Betriebe ebenfalls aufrüsten müssen, um ebenfalls noch gesehen zu werden.

Wenn dann auch noch großflächige Werbetafeln aufgestellt werden, auf denen ohne jeglichen Ortsbezug plakatiert wird, ist es zu viel des Guten.

Die Regelungen von Werbeanlagen in Zone E sollen einen Rahmen schaffen, in dem jeder Betrieb angemessen auf sein Angebot hinweisen, gleichzeitig aber auch noch das Ortsbild wahrgenommen werden kann. Daher wurden die Größe und die zulässige von Werbung in Anspruch genommener Fassadenfläche geregelt. Dabei wurde auf die besonderen Bedürfnisse im Bereich der Ortseingänge Rücksicht genommen und zusätzlich zur Werbung am Gebäude selber freistehende Werbung - etwa für Hinweise auf eine Einfahrt zum Grundstück oder die Ausschilderung von Eingängen - ermöglicht.

Um eine Überfrachtung zu vermeiden, wird die Anzahl freistehender Werbung auf eine Anlage je Gewerbeeinheit beschränkt.

Ortsfremde Werbung wird ausgeschlossen. Eine Ausnahme bildet hier eine Sammeleinrichtung mit dem Hin-

weis auf mehrere Betriebe in einer Straße oder in einem Teilbereich, die in Abstimmung mit der Stadt errichtet wird.

Bei der Anordnung von Werbeanlagen mehrerer Betriebe auf einer Fassade sollte ein einheitliches Gestaltungsprinzip erkennbar sein. Durch die Anordnung mit einer einheitlichen Höhe/Breite oder mit der gleichen Unterkante /Oberkante oder auf einer gemeinsamen Achse ergibt sich ein geordnetes Bild.

Warenautomaten und Schaukästen

Warenautomaten und Schaukästen fallen im Bereich der weitläufigen Ortseingänge nicht so stark auf und sind insofern zulässig. Sie werden aber auf die maximal zulässige, mit Werbung zu überdeckende Fassadenfläche angerechnet.

Großflächige Werbetafeln

Großflächige Werbetafeln ermöglichen dem Betreiber schneller auf aktuelle Angebote hinzuweisen, sie sind daher auf der Fassade zulässig, dürfen aber mit aller andern Werbung zusammen nicht mehr als 20% der Fassadenfläche der jeweiligen Gebäudeseite nicht überschreiten. So ist gewährleistet, dass alle Werbung zusammen sich immer noch der Gebäudearchitektur unterordnet und nicht das Erscheinungsbild dominiert.

Freistehende großflächige Werbetafeln widersprechen dem Prinzip dass nur an der Stätte der Leitung geworben werden soll und sind insofern unzulässig.



Markisen in Farbgebung auf Fassade abgestimmt



Glasvordächer bieten Schutz und verschatten nicht die Schaufensterzone

§ 9 - Markisen und Vordächer

Markisen und Vordächer sind untergeordnete Bauteile. Als integrierter Bestandteil einer Gebäudefassade können sie einen wichtigen Beitrag für den positiven Gesamteindruck einer Fassade leisten und als Wetterschutz zum Verweilen im Schaufenster- und Gastronomieaußenbereich einladen.

Unproportionierte Konstruktionen und die Verwendung gestalterisch unpassender Materialien und Farben können hingegen den Gesamteindruck einer Fassade, insbesondere das Zusammenspiel von Erd- und Obergeschossen, maßgeblich beeinträchtigen.

Gerade durch allzu massive, über das ganze Gebäude hinweg gezogene und weit auskragende Vordächer kann der Blick auf die Obergeschosse regelrecht

„versperrt“ und die Fassade der Obergeschosse optisch „abgeschnitten“ werden.

Die Festsetzungen zu Dimension, Konstruktion, Material und Farbe sichern eine angemessene Einordnung der Markisen und Vordächer in das Fassadenbild und das bauliche Umfeld.



Schaufensterteilung auf darüber liegende Fassade abgestimmt

§ 10 Schaufenster

Schaufenster sind wichtig für die Präsentation von Waren und auch als „Visitenkarte“ des Geschäftsbetriebs. Durch großflächige Schaufensteranlagen wird oft der Gesamteindruck einer Fassade gerade im Kontrast zu kleinteiligeren Fenstern in den Obergeschossen gestört. Durch geschicktes Aufnehmen von vertikalen Achsen kann - trotz breiterer Fensterabmessungen im Erdgeschoss - eine verbesserte Gesamtwirkung der Gebäudefassade erreicht werden. Schaufenster sind daher auf Gliederung und Maßstab der Fassade abzustimmen.

Auch nach Ladenschluss können Schaufenster mit ihren Auslagen ein attraktives Umfeld für Besucher der Innenstadt bieten. Schaufenster, die durch Rollläden verschlossen sind, können eine solche Qualität nicht entfalten und sind deshalb unzulässig. Ausnahmen sind nur bei Vorlage einer entsprechenden versicherungstechnischen Forderung möglich.

Stark mit Aufklebern bedeckte Schaufenster wirken billig und strahlen negativ auf die benachbarten Gebäude und Ladengeschäfte ab. Daher dürfen Schaufensterflächen nicht dauerhaft zu mehr als 15% der Schaufensterfläche verdeckt sein (z.B. durch Verklebung oder Anstrich). Begrenzt auf einen kurzen Zeitraum kann mit Beklebungen auf Umbaumaßnahmen oder Aktion hingewiesen werden.

§ 11 Fassadengliederung

Die gestalterische Abstimmung von Erd- und Obergeschossen und die gegenseitige Bezugnahme von Öffnungen innerhalb einer Fassade sind eigentlich gestalterische Selbstverständlichkeiten und sorgen für ein harmonisches, positives und attraktives Straßenbild.

Erd- und Obergeschosse sind so aufeinander abzustimmen, dass eine ganzheitlich zusammenhängende Gestaltung der straßenseitigen Fassade über die gesamte Gebäudehöhe entsteht, die nicht durch extreme Farb- oder Materialwechsel unterbrochen bzw. gestört wird. Auch durch die Anordnung von Werbung oder Vordächern soll keine Zäsur entstehen. Verschiedene Materialien sollen in einheitlicher/abgestimmte Farb- und Formensprache Verwendung finden.

Die Öffnungen aller Geschosse sind in vertikalen Achsen und/oder durch übereinstimmende Außenkanten

aufeinander zu beziehen, so dass sich ein fassadenübergreifendes Gestaltungsprinzip erkennen lässt.

§ 12 Fassaden-Farben

Als Fassadenfarben sollen helle, freundliche Farben gewählt werden. Es werden daher Festsetzungen zur Helligkeit einer Fassadenfarbe gemacht.

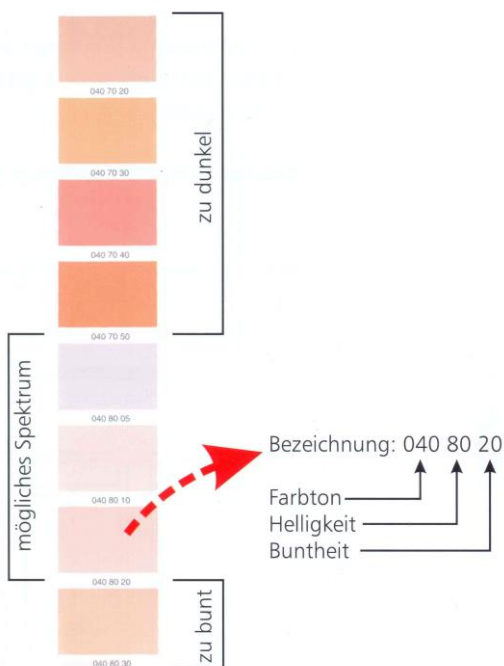
Prägende Fassadenelemente wie Gebäudevorsprünge, Gesimse, Tür- und Fenstergewände können mit dezent abgesetzten Farben betont werden. Hier sind etwas mehr Farbigkeit und dunklere Farbtöne zulässig.

Sockel können dunkler als die Fassade gestaltet werden.

Erhebliche Farbabweichungen zu den Nachbargebäuden sollen vermieden werden. Die Gebäudefarbgebung soll eben nicht selber zur Werbung werden. Daher ist grundsätzlich die sogenannte Buntheit begrenzt.

Farbanstriche, Natur- oder Kunststeinverkleidungen im Erdgeschoss sollen auf die Farbigkeit der Obergeschosse abgestimmt sein oder sich dort in Gestaltungselementen der Fassaden (wie Gesimse, Gewände, Fensterbänke, Fensterläden o.ä.) wiederholen.

Die festgesetzten Farbangaben beziehen sich auf das RAL-Design-System, sind insofern objektivierbar und sichern sowohl die gestalterische Vielfalt als auch eine behutsame Farbabstimmung benachbarter Gebäude.



Die Farbangaben lassen sich auf Farbsysteme anderer Hersteller sinngemäß übertragen.

§ 13 Technische Bauteile

Klimageräte und Satellitenempfangsantennen ("Schüsseln") können - auf einer straßenseitigen Fassade oder auf Vordächern angebracht - das Stadtbild stören, da diese technischen Bauteile durch ihre fest vorgegebene Form und Größe und ihre Farbgebung nur schwer in eine Gebäudegestaltung zu integrieren sind.

Zunehmend sind zahlenmäßig überhand nehmende Mehrfachinstallationen auf einem Gebäude oder das Zubauen von Balkonnischen zu beobachten.

Solche Bauteile sollen auf den vom öffentlichen Straßenraum abgewandten Fassaden und Dächern und nur in Ausnahmefällen im straßenseitigen Dachbereich platziert werden.

Die Anbringung von Klimageräten und Satellitenempfangsantennen auf Fassaden und Vordächern ist unzulässig.

Die ausnahmsweise zulässige straßenseitige Installation von Satellitenempfangsantennen ist auf eine Anlage je Gebäude begrenzt.

Beispielhafter Katalog gestalterisch gelungener Werbeanlagen, Vordächer und Markisen:**Werbeanlagen parallel zur Fassade**

Unbeleuchtete Schriftzüge auf die Wand aufgemalt



Unbeleuchtete Schriftzüge aus Einzelbuchstaben



Selbstleuchtende Schriftzüge (Firmenzeichen auf der Wand)



Selbstleuchtende Schriftzüge (Neonschrift)



Extern angestrahlte Schriftzüge



Schattenschriften



Schattenschriften

**Werbeanlagen in Fassadenöffnungen**



Transparente Werbeträger aus Glas oder Kunststoff mit aufgeklebten, aufgedruckten oder aufgesetzten Buchstaben oder Firmenzeichen

Werbeanlagen in Schaufenstern



Leuchttransparent als Edgelight oder Leuchtrahmen mit glasklarem Display



Direkt auf die Schaufensterscheibe aufgeklebte oder aufgedruckte Buchstaben oder Firmenzeichen



Im Schaufenster hinter der Glasscheibe positionierte, hinterleuchtete Einzelbuchstaben oder Firmenzeichen



Neonbuchstaben oder Neonzeichen hinter der Schaufensterscheibe

Beklebung von Schaufenstern



(max. 15% der Schaufensterfläche)

Werbeanlagen senkrecht zur Fassade (Ausleger)

Ausleger mit Markenzeichen, extern angestrahlt



Ausleger



Ausleger mit handwerklicher Gestaltung





Ausleger mit Selbstleuchtenden Einzelbuchstaben



Werbeanlagen auf Vordächern

als Einzelbuchstaben

Vordächer

filigrane Vordachkonstruktion aus Metall/Glas



Markisen

bewegliche Markisenkonstruktion, farblich auf Fassade abgestimmt



Markise, farblich auf Fassade abgestimmt



Volants ohne Markenwerbung



4 Gestaltungssatzung Innenstadt Sinsheim

Rechtsgrundlagen

§ 74 (1) Landesbauordnung Baden-Württemberg. (LBO) vom 05.03.2010 (GBL. Nr. 7 S.358)

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich und Zonierung

(1) Der Geltungsbereich dieser Gestaltungssatzung ist in dem beigefügten Lageplan in der Fassung vom 13.10.2015 abgegrenzt. Der Lageplan ist Bestandteil dieser Satzung.

(2) Um den unterschiedlichen städtebaulichen Situationen innerhalb des Geltungsbereichs gerecht zu werden, wird der Geltungsbereich in zwei Zonen mit differenzierter Regelungstiefe unterteilt:

- Zone K - Kernstadt
- Zone E - Ortseingänge

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

Die Vorschriften gelten bei Errichtung, Erweiterung und Ersatz der in dieser Satzung aufgeführten Bauteile bzw. baulichen Anlagen (Werbeanlagen, großflächige Werbetafeln, Markisen, Vordächer, Schaufenster, Warenautomaten, Schaukästen, technische Bauteile an straßenseitigen Gebäudefassaden). Die Vorschriften betreffen auch die Gliederung und Farbgebung von Gebäudefassaden. Unter Bezug auf § 2 Abs. 12 LBO stehen der „Errichtung“ gleich: das Herstellen, Aufstellen, Anbringen, Einbauen, Einrichten, Instandhalten, Ändern und die Nutzungsänderung.

§ 3 Kenntnissgabepflicht (§ 74 (1) Nr. 6 LBO)

Die Errichtung folgender im Anhang zu § 50 LBO aufgelisteter und nach § 50 Landesbauordnung (LBO) verfahrensfreier Vorhaben ist im Kenntnissgabeverfahren anzuzeigen und mit der Stadtverwaltung im Detail abzustimmen:

- 2 c) Öffnungen in Außenwänden und Dächern von Wohngebäuden und Wohnungen
- 2 d) Außenwandverkleidungen einschließlich Maßnahmen der Wärmedämmungen, ausgenommen bei Hochhäusern, Verblendungen und Verputz baulicher Anlagen,
- 3 c) Anlagen zur photovoltaischen und thermischen Solarnutzung auf oder an Gebäuden sowie eine damit verbundene Änderung der Nutzung oder der äußeren Gestalt der Gebäude; gebäudeunabhängige Anlagen nur bis 3 m Höhe und einer Gesamtlänge bis zu 9 m
- 3 d) Windenergieanlagen bis 10 m Höhe
- 5 c) Antennen einschließlich der Masten bis 10 m Höhe und zugehöriger Versorgungseinheiten bis 10 m³ Brutto-Rauminhalt sowie, soweit sie in, auf oder an einer bestehenden baulichen Anlage errichtet werden, die damit verbundene Nutzungsänderung oder bauliche Änderung der Anlage;
- 9 a) Werbeanlagen im Innenbereich bis 1 m² Ansichtsfläche
- 9 d) Automaten

Eine etwaige Genehmigungspflicht nach Landesbauordnung bleibt unberührt.

§ 4 Abweichungen, Ausnahmen, Befreiungen (§ 56 LBO)

Für Abweichungen, Ausnahmen und Befreiungen gilt § 56 Landesbauordnung (LBO).

Soweit die nachfolgenden Gestaltungsvorschriften Ausnahmetatbestände enthalten, können Ausnahmen zugelassen werden, wenn sie auch unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind und die in den Ausnahmetatbeständen festgelegten Voraussetzungen vorliegen.

Im Übrigen können Ausnahmen von den Gestaltungsvorschriften zugelassen werden,

- bei Gebäuden, die Teil einer in ihrem typischen äußeren Erscheinungsbild ortsbildprägenden Gebäudegruppe sind,
- bei bestehenden Gebäuden, die in ihrem Erscheinungsbild durchgängig von einem zeitspezifischen Baustil geprägt sind,
- bei Gebäuden, die bedingt durch ihre Nutzung oder ihre Funktion im Stadtgefüge oder der damit verbundenen Größe eine spezifische Gestaltung erfordern. Dazu zählen Parkhäuser, Verkehrsbauten, Gebäude für kirchliche, kulturelle und sportliche Zwecke mit Veranstaltungsräumen, Schul- und Hochschulgebäude, öffentliche Verwaltungsgelände, großflächige Einzelhandelsbetriebe und Beherbergungsbetriebe mit mehreren Tagungsräumen.

§ 5 Verhältnis zu anderen Rechtsvorschriften

Abweichende oder weitergehende Anforderungen aufgrund geltender denkmalschutzrechtlicher Vorschriften oder aufgrund von anderen örtlichen Bauvorschriften (z.B. in Bebauungsplänen) bleiben von diesen örtlichen Bauvorschriften unberührt.

§ 6 Werbeanlagen Begriffsdefinitionen

(1) **Werbeanlagen** im Sinne der Satzung sind alle vom öffentlichen Raum aus sichtbaren Einrichtungen, die auf ein Gewerbe, einen Betrieb, eine Dienstleistung, eine soziale Einrichtung ein Produkt oder eine Marke hinweisen.

(2) **Großflächige Werbetafeln** im Sinne dieser Satzung sind alle flächigen Werbeeinrichtungen für bewegte oder statische Werbung (z.B. Plakatwände, Plakatanschlagtafeln, Displays für bewegte Werbung, Riesenposter, hinterleuchtete Riesenposter, aufblasbare Werbeträger (sog. BlowupMedia), Fassadentransparente, Gerüstwerbung, Werbetafeln an Pylonen (sog. Traffic Tower), Plakate an Bauzäunen und Kränen, LED-Displays, aufblasbare Plakatwände, etc.), die freistehend oder auf einer Fassade über die in §7 Abs. 4 bis 7 genannten maximalen Maße für Breite, Höhe und Tiefe hinausgehen.

(3) **Pylone** im Sinne dieser Satzung sind auskragende Werbeanlagen, die an einem freistehenden Mast unabhängig von einem Gebäude befestigt sind, um besonders weitreichende Sichtbarkeit zu erzielen.

(4) **Werbefahnen** im Sinne dieser Satzung sind Werbeanlagen aus textilen Materialien, die an einem Fahnenmast frei beweglich angebracht sind.

§ 7 Werbeanlagen in Zone K

(1) Anzahl und Befestigung:

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sie sind in Form, Farbe und Größe auf die Fassade abzustimmen. Sie sollen die Fassade nicht dominieren.

Für jede im Gebäude befindliche Einrichtung (Gewerbe-, Dienstleistungs- bzw. Ladeneinheit) sind nicht mehr als eine Werbeanlage parallel zur Fassade und ein Ausleger zulässig. Befinden sich

mehrere Gewerbe-, Dienstleistungs- bzw. Ladeneinheiten in einem Gebäude, ist eine Werbeanlage je Einheit zulässig. Bei Eckgebäuden gelten diese Angaben pro Gebäudeseite.

Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind in Form, Farbe, Schriftart und Größe aufeinander abzustimmen. Sie können mit einer einheitlichen Höhe/Breite oder mit der gleichen Unterkante /Oberkante oder auf einer gemeinsamen Achse angeordnet werden, so dass sich ein geordnetes Bild ergibt.

Werbeanlagen dürfen mit ihrer Oberkante bis 0.20m unterhalb der Oberkante Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses angeordnet werden, maximal jedoch bis zu einer Höhe von 5.00m. Die Höhen sind ab der Höhe der Straßenbegrenzungslinie in Fassadenmitte zu ermitteln.

Zu Gebäudeecken und zu Gebäudeaußenkanten ist mit Werbeanlagen ein horizontal gemessener Abstand von mindestens 0.50m einzuhalten. Dies gilt auch bei geschlossener Bauweise.

Fassadengliederungen wie Gesimse, Gewände dürfen nicht durch Werbeanlagen verdeckt werden.

Die Länge aller Werbeanlagen, gemessen parallel zur Fassade, darf an einer Fassadenseite insgesamt maximal zwei Drittel der Fassadenlänge betragen.

(2) Unzulässig sind:

- Werbeanlagen oberhalb der Dachtraufe (bei geneigten Dächern)
- Werbeanlagen oberhalb der Attika (bei Flachdächern)
- Werbeanlagen an Einfriedungen (Dauerhafte und temporäre Werbung)
- Werbeanlagen an Balkonbrüstungen und Balkongeländern
- Werbeanlagen auf Giebelwänden/Brandwänden (ausgenommen ist die straßenseitige Fassade von giebelständigen Gebäuden)
- Werbeanlagen, die auf Vordächern aufgeständert werden
- Werbeanlagen als Kletterschriften (vertikal übereinander angeordnete Elemente)
- Werbeanlagen als fassadenüberdeckende Megaposter
- Werbeanlagen als akustische Werbeanlagen
- Werbeanlagen an Baugerüsten (außer Firmenangabe des Gerüstbauunternehmens)
- Werbeanlagen an Leitungsmasten, Schornsteinen
- Großflächige Werbetafeln

(3) Unzulässig sind auch:

- Signalfarben, Tages- und Nachtleuchtfarben, spiegelunterlegte Werbeflächen
- Wechselbild-Leuchtelemente wie Prismenwände, Laufschriften, Blinklichter, drehbare Werbeanlagen, Beamer, Leuchtschlangen;
- dauerhaft (länger als aktionsbezogen, maximal jedoch 8 Wochen) angebrachte Fahnen oder Spanntücher
- Anbringung von selbstleuchtenden Bildschirmen, Videoleinwänden, Screens o.ä. auf der Fassade

(4) Zulässige Werbeanlagen parallel zur Fassade

Parallel zur Fassade sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze unten):

- Unbeleuchtete, selbstleuchtende oder extern angestrahlte Schriftzüge, die unmittelbar auf die Wand aufgemalt oder als Einzelbuchstaben oder Firmenzeichen auf der Wand mit einem maximalen Auftrag von 0.20m angebracht werden (Elementstärke einschließlich Abstandhalter). Zulässig sind auch sog. „Schattenschriften“ (Einzelbuchstaben vor einer angestrahlten Wand). Die maximale Höhe solcher Werbeanlagen beträgt 0.50m.



Abb.: Anbringung von Werbeanlagen parallel zur Fassade

(5) Zulässige Werbeanlagen in Fassadenöffnungen (Einfahrten / Hausdurchgänge):

In Fassadenöffnungen sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze unten):

- Transparente Werbeträger aus Glas oder Kunststoff mit aufgeklebten, aufgedruckten oder aufgesetzten Buchstaben oder Firmenzeichen sowie Neonbuchstaben oder Neonzeichen mit einem maximalen Auftrag von 0.20m (Elementstärke einschließlich Abstandhalter) und einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.40m.

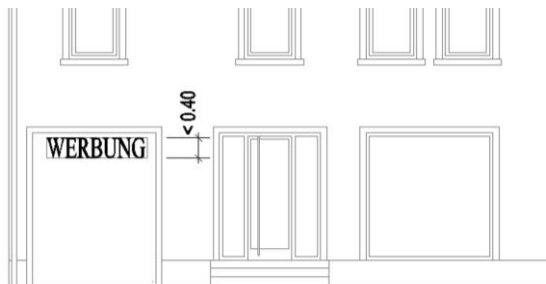


Abb.: Werbeanlagen in Fassadenöffnungen

(6) Zulässige Werbeanlagen in Schaufenstern:

In Schaufenstern sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig:

- Direkt auf die Schaufensterscheibe aufgeklebte oder aufgedruckte Buchstaben oder Firmenzeichen mit einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.40m.
- Im Schaufenster positionierte, hinterleuchtete Einzelbuchstaben oder Firmenzeichen sowie Neonbuchstaben oder Neonzeichen mit einem maximalen Auftrag von 0.20m (Elementstärke einschließlich Abstandhalter) und einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.40m. Die Größe (max. Breite * max. Höhe des Schriftzuges) der Werbeanlage darf maximal 15% der Fassadenöffnung betragen.
- Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft zu mehr als 15% der Schaufensterfläche verdeckt sein (z.B. durch Verklebung oder Anstrich). Ausnahmen sind nur kurzzeitig für Umbaumaßnahmen oder Dekorationen zulässig.

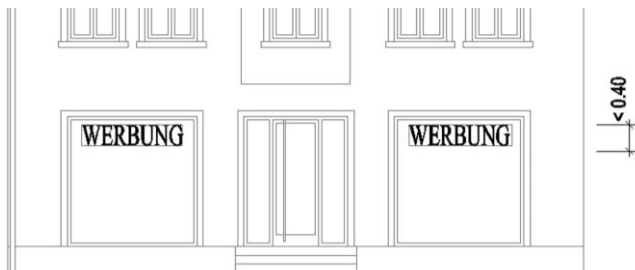


Abb.: Anbringung von Werbeanlagen in Schaufenstern

(7) Zulässige Werbeanlagen senkrecht zur Fassade (Ausleger)

Senkrecht zur Fassade sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze unten):

- Ausleger mit einer Ausladung bis maximal 1.00m und einer maximalen Breite der straßenzugewandten Seitenfläche von 0.20m sowie einer maximalen Größe einer einzelnen geschlossenen Werbefläche von 0.50 m².
- In jedem Fall ist zur öffentlichen Verkehrsfläche eine lichte Durchgangshöhe von 2.50m und vom Fahrbahnrand ein horizontaler Sicherheitsabstand von 0.75 m frei zu halten. Weitere verkehrsrechtliche Bestimmungen bleiben unberührt.

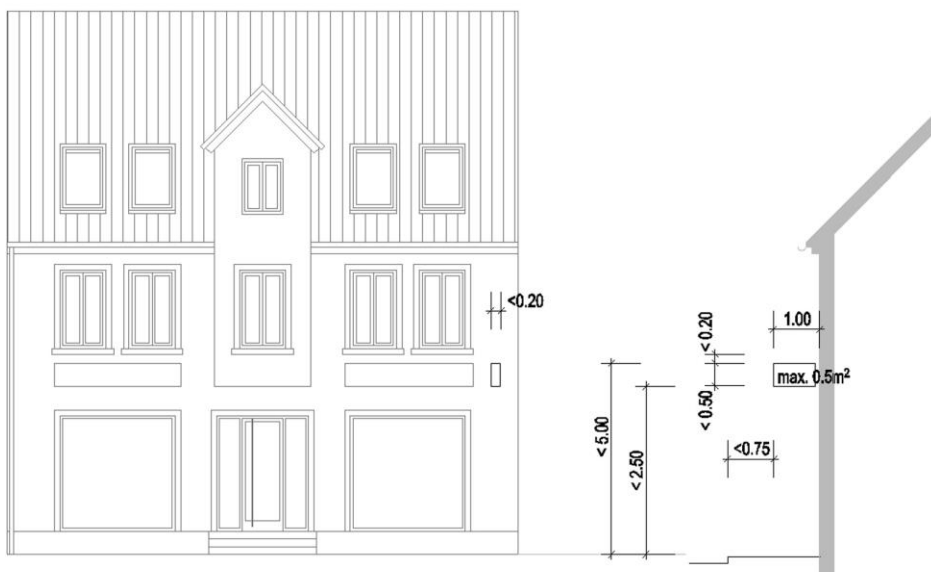


Abb.: Anbringung von Werbeanlagen senkrecht zur Fassade

(8) Als Werbeflächen des Auslegers sind ausschließlich zulässig:

- nichtleuchtende oder extern angestrahlte Schilder
- Transparentkästen mit - aus einer geschlossenen Frontfläche - ausgestanzten und hinterleuchteten Buchstaben oder Firmenzeichen
- Leuchttransparente als Edgelights (mit beleuchteten Kanten) oder Leuchtrahmen mit glasklarem Display

(9) Warenautomaten und Schaukästen

Je Gebäude ist maximal ein Warenautomat zulässig.

Warenautomaten und Schaukästen sind nur in Durchgängen oder Eingangsnischen anzubringen.

An straßenseitigen Fassaden sind Automaten und Schaukästen unzulässig.

Ausnahmsweise kann für gastronomische Betriebe straßenseitig maximal ein Schaukasten zum Zwecke des Speisekartenaushanges zugelassen werden, wenn seine maximalen Ausmaße (einschließlich Umrandung) eine Breite von 0,50 m, eine Höhe von 0,40 m und eine Tiefe von 0,15 m nicht überschreitet.

(10) Großflächige Werbetafeln

Großflächige Werbetafeln (laut Begriffsbestimmung in §6 Abs.2) sind in Zone K unzulässig.

(11) Pylone

Werbung an Pylonen (laut Begriffsbestimmung in §6 Abs.3) ist in Zone K unzulässig.

(12) Beleuchtung

Die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenauslagen in Schaufenstern muss absolut blendfrei für Passanten und vorbeifahrenden Straßenverkehr erfolgen. Die Leuchtstärke muss auf die Umgebung abgestimmt sein.

Unzulässig ist die

- Verwendung von zum Außenraum nicht abgeschirmten, offenliegenden Neonröhren oder sonstigen Leuchtmitteln.
- Verwendung von farbwechselndem Licht
- Auswirkung der Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenauslagen in Schaufenstern auf Außenanlagen, benachbarten oder gegenüberliegende Fassaden und den öffentlichen Straßenraum.

(13) Ausnahmen

Ausnahmsweise können zugelassen werden

1. Werbemaßnahmen bis zu einer Größe von 12m² an Baugerüsten für Vermietung oder Verkauf eines Gebäudes oder einzelnen Nutzungseinheiten
2. Werbemaßnahmen an Baugerüsten für die am Bau beteiligten Firmen bis zu einer Größe von 1m² je ausführender Firma, wenn die Maßnahmen aufeinander abgestimmt sind

§ 8 Werbeanlagen in Zone E

(1) Anzahl und Befestigung:

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sie sind in Form, Farbe und Größe auf die Fassade abzustimmen. Sie sollen die Fassade nicht dominieren, zulässig ist daher eine maximale Fläche der Werbeanlagen von 20% der jeweiligen Fassadenseite.

Für jede im Gebäude befindliche Einrichtung (Gewerbe-, Dienstleistungs- bzw. Ladeneinheit) sind nicht mehr als zwei Werbeanlage parallel zur Fassade und ein Ausleger zulässig. Befinden sich mehrere Gewerbe-, Dienstleistungs- bzw. Ladeneinheiten in einem Gebäude, ist eine Werbeanlage je Einheit zulässig. Bei Eckgebäuden gelten diese Angaben pro Gebäudeseite.

Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind in Form, Farbe, Schriftart und Größe aufeinander abzustimmen. Sie können mit einer einheitlichen Höhe/Breite oder mit der gleichen Unterkante /Oberkante oder auf einer gemeinsamen Achse angeordnet werden, so dass sich ein geordnetes Bild ergibt.

Werbeanlagen dürfen mit ihrer Oberkante bis 0.20m unterhalb der Traufe bei geneigten Dächern oder unterhalb der Attika bei Flachdächern angeordnet werden, maximal jedoch bis zu einer Höhe von 10.00m. Die Höhen ist in Fassadenmitte zu ermitteln.

Zu Gebäudeecken und zu Gebäudeaußenkanten ist mit Werbeanlagen ein horizontal gemessener Abstand von mindestens 0.50m einzuhalten. Dies gilt auch bei geschlossener Bauweise.

Fassadengliederungen wie Gesimse, Gewände dürfen nicht durch Werbeanlagen verdeckt werden.

Die Länge aller Werbeanlagen, gemessen parallel zur Fassade, darf an einer Fassadenseite insgesamt maximal zwei Drittel der Fassadenlänge betragen.

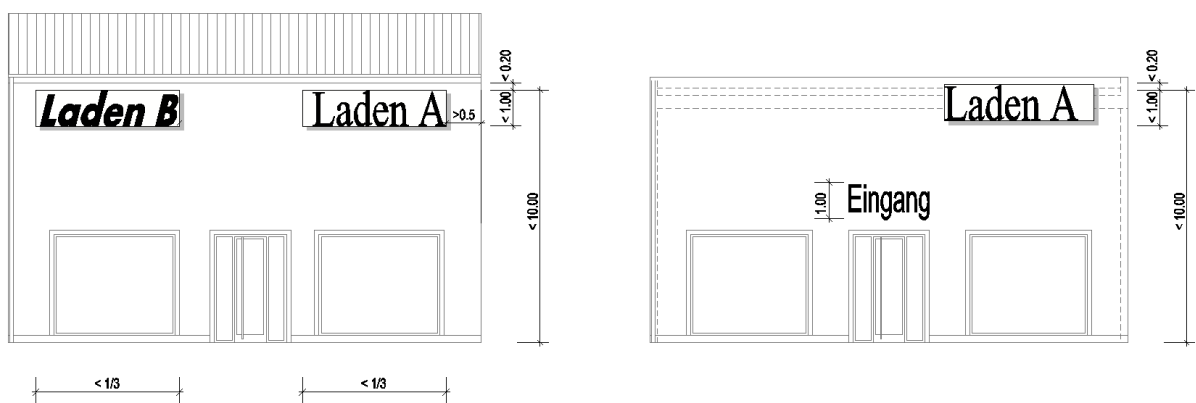


Abb.: Anbringung von Werbeanlagen

(2) Unzulässig sind:

- Werbeanlagen oberhalb der Dachtraufe bei geneigten Dächern oder oberhalb der Attika bei Flachdächern
- Werbeanlagen an Einfriedungen
- Werbeanlagen an Balkonbrüstungen und Balkongeländern
- Werbeanlagen auf Giebelwänden/Brandwänden
- Werbeanlagen als Kletterschriften (vertikal übereinander angeordnete Elemente)
- Werbeanlagen als fassadenüberdeckende Megaposter

- Werbeanlagen als akustische Werbeanlagen
- Werbeanlagen an Baukränen (außer Firmenangabe des Bauunternehmens)
- Werbeanlagen an Baugerüsten (außer Firmenangabe des Gerüstbauunternehmens)
- Großflächige Werbetafeln

(3) Unzulässig sind auch:

- Signalfarben, Tages- und Nachtleuchtfarben, spiegelunterlegte Werbeflächen
- Wechselbild-Leuchtelemente wie Prismenwände, Laufschriften, Blinklichter, drehbare Werbeanlagen, Beamer, Leuchtschlangen;
- dauerhaft (länger als aktionsbezogen, maximal jedoch 8 Wochen) angebrachte Fahnen oder Spanntücher
- Anbringung von Bildschirmen, Videoleinwänden, Screens o.ä. auf der Fassade oder als freistehende Einrichtungen
- Beleuchtung des öffentlichen Raumes von Privatgrundstücken aus

(4) Zulässige Werbeanlagen parallel zur Fassade

Parallel zur Fassade sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze oben):

- Unbeleuchtete, selbstleuchtende oder extern angestrahlte Schriftzüge, die unmittelbar auf die Wand aufgemalt oder als Einzelbuchstaben oder Firmenzeichen auf der Wand mit einem maximalen Auftrag von 0.30 m angebracht werden (Elementstärke einschließlich Abstandhalter). Zulässig sind auch sog. „Schattenschriften“ (Einzelbuchstaben vor einer angestrahlten Wand). Die maximale Höhe solcher Werbeanlagen beträgt 1.00 m.

(5) Zulässige Werbeanlagen in Fassadenöffnungen (Einfahrten / Hausdurchgänge):

In Fassadenöffnungen sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze oben):

- Transparente Werbeträger aus Glas oder Kunststoff mit aufgeklebten, aufgedruckten oder aufgesetzten Buchstaben oder Firmenzeichen sowie Neonbuchstaben oder Neonzeichen mit einem maximalen Auftrag von 0.20m (Elementstärke einschließlich Abstandhalter) und einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.75 m.

(6) Zulässige Werbeanlagen in Schaufenstern:

In Schaufenstern sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze oben):

- Direkt auf die Schaufensterscheibe aufgeklebte oder aufgedruckte Buchstaben oder Firmenzeichen mit einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.75 m.
- Im Schaufenster positionierte, hinterleuchtete Einzelbuchstaben oder Firmenzeichen sowie Neonbuchstaben oder Neonzeichen mit einem maximalen Auftrag von 0.20m (Elementstärke einschließlich Abstandhalter) und einer maximalen Buchstabenhöhe von 0.40m. Die Größe (max. Breite * max. Höhe des Schriftzuges) der Werbeanlage darf maximal 15% der Fassadenöffnung betragen.
- Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft zu mehr als 25% der Schaufensterfläche verdeckt sein (z.B. durch Verklebung oder Anstrich). Ausnahmen sind nur kurzzeitig für Umbaumaßnahmen oder Dekorationen zulässig.

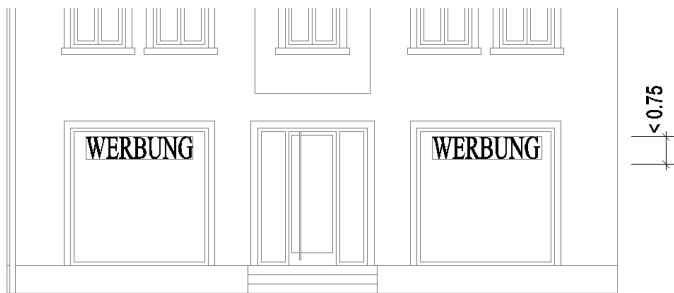


Abb.: Werbeanlagen in Schaufenstern

(7) Zulässige Werbeanlagen senkrecht zur Fassade (Ausleger)

Senkrecht zur Fassade sind ausschließlich folgende Werbeanlagen zulässig (siehe Skizze oben):

- Ausleger mit einer Ausladung bis maximal 1.50 m und einer maximalen Breite der straßenzugewandten Seitenfläche von 0.30 m sowie einer maximalen Größe einer einzelnen geschlossenen Werbefläche von 1,50 m².
- In jedem Fall ist zur öffentlichen Verkehrsfläche eine lichte Durchgangshöhe von 2.50 m und vom Fahrbahnrand ein horizontaler Sicherheitsabstand von 0.75 m frei zu halten. Weitere verkehrsrechtliche Bestimmungen bleiben unberührt.

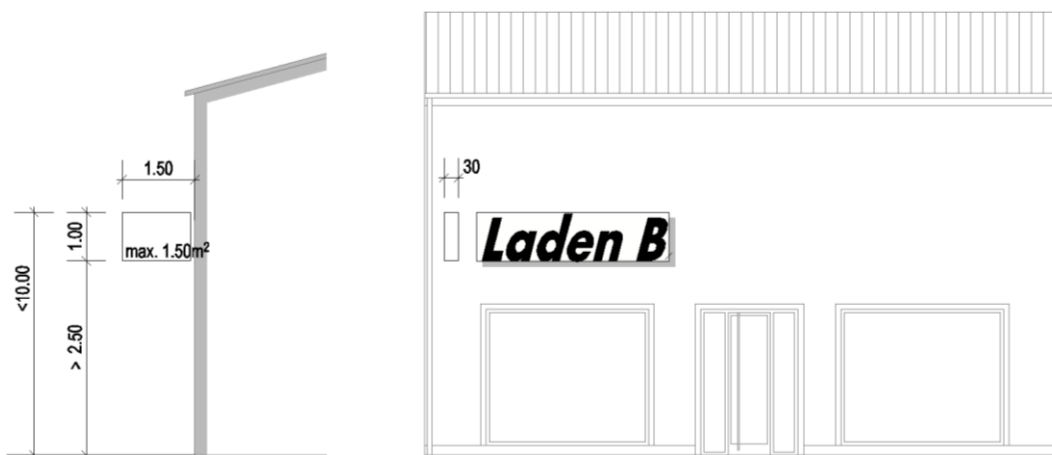


Abb.: Werbeanlagen senkrecht zur Fassade (Ausleger)

(8) Als Werbeflächen des Auslegers sind ausschließlich zulässig:

- nichtleuchtende oder extern angestrahlte Schilder
- Transparentkästen mit - aus einer geschlossenen Frontfläche - ausgestanzten und hinterleuchteten Buchstaben oder Firmenzeichen

(9) Werbeanlagen auf Vordächern

Werbeanlagen, die auf Vordächern aufgeständert angebracht werden, sind unzulässig. Ausgenommen hiervon sind Beschilderungen von Ein- und Ausgängen, sofern sie eine Höhe von 0,50 m nicht überschreiten.

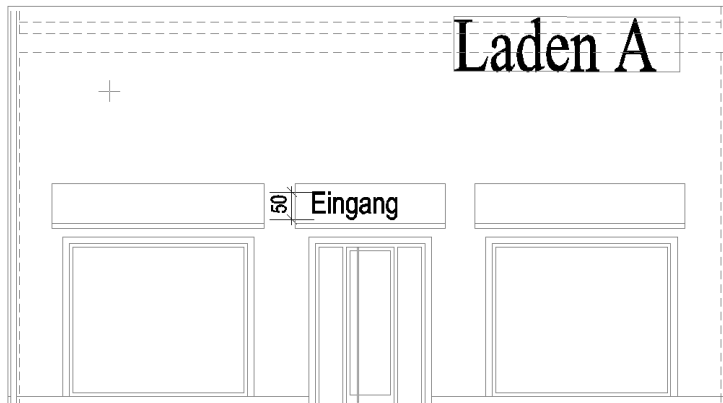


Abb.: Werbeanlagen auf Vordächern

(10) Werbeanlagen an Zäunen und Balkongeländern

Dauerhafte oder temporäre Werbeanlagen an Zäunen, Balkonbrüstungen und Balkongeländern sind unzulässig.

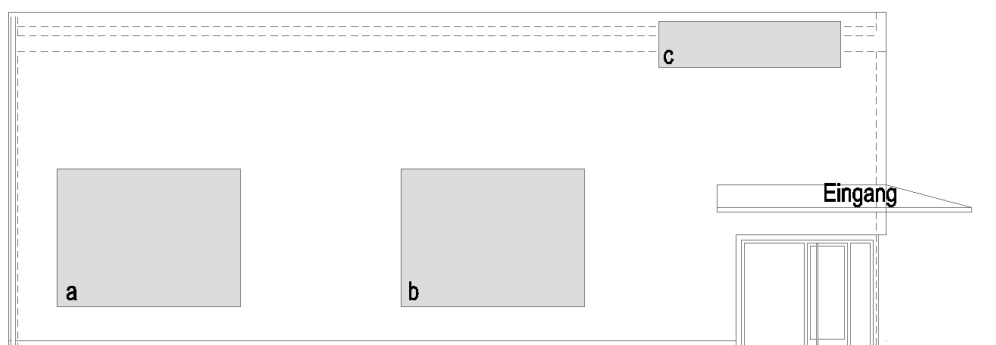
(11) Warenautomaten und Schaukästen

Die Fläche von Warenautomaten oder Schaukästen wird auf die maximale Fläche der Werbeanlagen von 20% der jeweiligen Fassadenseite angerechnet.

(12) Großflächige Werbetafeln

Freistehende großflächige Werbetafeln (laut Begriffsbestimmung in §6 Abs.2) sind im gesamten Geltungsbereich (Zone K und G) unzulässig.

Auf Fassaden angeordnete großflächige Werbeanlagen sind ausschließlich für Waren, Produkte, Dienstleistungen und Firmenwerbung des ansässigen Betriebes zulässig, sofern sie zusammen mit anderer Werbung nicht mehr als 20% der Fassadenfläche bedeckt.



$$(a + b + c) < 20\% \text{ Fassadenfläche}$$

Abb.: Alle Werbeanlagen betragen zusammen maximal 20% der Fassadenfläche

(13) freistehende Werbeanlagen

Werbung auf Pylonen (laut Begriffsbestimmung in §6 Abs.3) sind im gesamten Geltungsbereich unzulässig.

Freistehende kasten- oder tafelförmige Werbeanlagen sind bis zu einer Höhe von 3.50 m gemessen ab der Oberkante der Straßenachse oder erschließenden Straße in Grundstücksmittle zulässige. Ihre Kantenlänge darf 1,50 m Breite und 0.30m Breite nicht überschreiten.

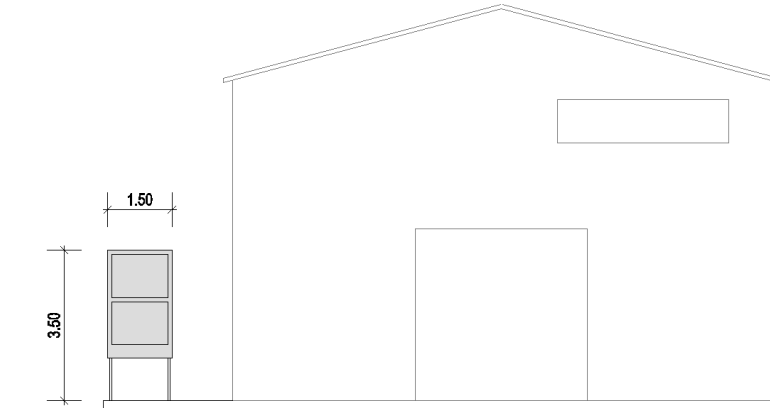


Abb.: Freistehende Werbeanlagen

Bei Tankstellen sind freistehende oder tafelförmige Werbeanlagen für Preisinformationen bis zu einer Höhe von 6,0 m gemessen von der Straßenoberkante an der erschließenden Straße am Aufstellort zulässig.

Werbung für mehrere Gewerbetreibende auf einem Grundstück ist in Form und Größe aufeinander abzustimmen.

Fahnenmaste (laut Begriffsbestimmung in §6 Abs. 4) sind bis zu einer Gesamthöhe von 7.0 m zulässig. Mehrere Fahnen müssen zu einer Gruppe mit einem maximalen Abstand von bis zu 5,0 m zusammengefasst werden. Je 10.00 m Grundstücksfront zur Straße ist je ein Fahnenmast zulässig. Die maximale Anzahl von Fahnen beträgt 5 Stück.

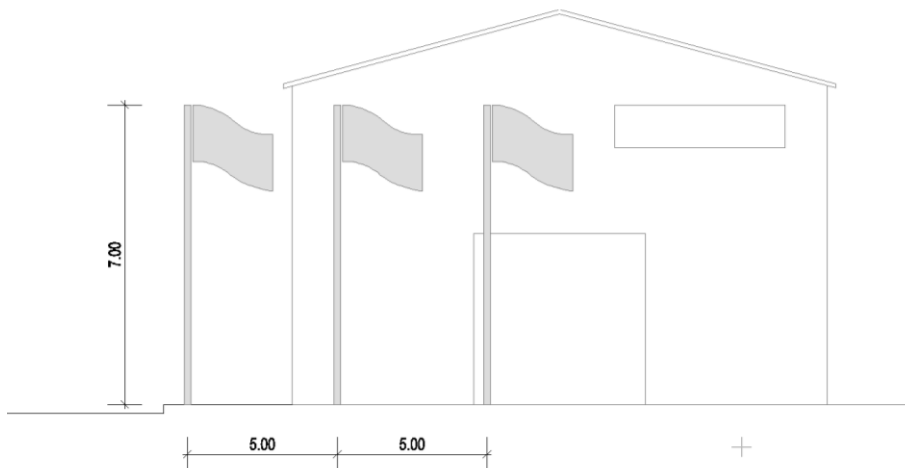


Abb.: Freistehende Fahnengruppe

Je Grundstücke ist maximal **eine** freistehende Werbeanlage (Fahnengruppe oder kastenförmige Werbeanlage) zulässig.

§ 9 Markisen und Vordächer in Zone K

(1) Markisen

Markisen sind nur an Schaufenstern und Ladeneingängen zulässig, jeweils beschränkt auf die Breite der einzelnen Schaufenster bzw. Eingänge, mit einer maximalen Auskrägung von 1.50m und einer lichten Durchgangshöhe von mind. 2.50m.

Markisen müssen einen seitlichen Abstand von mind. 0.50m zu den Nachbargebäuden einhalten. Ausnahmen sind bei einer geringeren Pfeilerbreite möglich.

Markisen sind in beweglicher Konstruktion auszuführen. Sie dürfen Gliederungselemente der Fassade nicht überdecken.

Die Farbgebung der Markisen ist auf die Farbgebung der Gebäudefassade abzustimmen.

Unzulässig sind

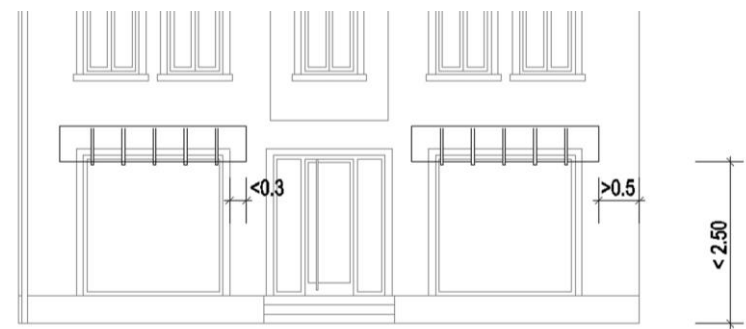
- glänzende Materialien mit Kunststoff oder Metallbeschichtung,
- Signalfarben nach RAL sowie Tages- oder Nachtleuchtfarben,
- Markenwerbung auf Markise oder Volants,
- Fremdwerbung auf Markise oder Volants.



(2) Vordächer

Vordächer über Schaufenstern, Ladeneingängen oder sonstigen gewerblichen Erdgeschossnutzungen sind nur als filigrane Metall-Glas-Konstruktionen zulässig.

Sie sind auf die Breite der Schaufenster oder Eingänge mit einem maximalen seitlichen Überstand von 0.30m zu beschränken. Zu den Nachbargebäuden ist ein seitlicher Abstand von mind. 0.50m einzuhalten. Ausnahmen sind bei einer geringeren Pfeilerbreite möglich.



Die maximal zulässige Auskrugung von Vordächern beträgt 1.50m, gemessen senkrecht ab Außenkante Fassadenwand. Eine lichte Durchgangshöhe von mind. 2.50m zur Gehwegoberkante ist einzuhalten.

Unzulässig sind insbesondere

- massive Betonplatten/Betonkonstruktionen,
- verkleidete Holz- und Metallkonstruktionen,
- Ziegel- oder Schindeleindeckung.

§ 10 Schaufenster in Zone K

Schaufenster sind nur im Erdgeschoss zulässig. Ausnahmen können zugelassen werden, wenn sich im Obergeschoss Verkaufsflächen befinden.

Schaufenster sind mit Türen, Toren und Fenstern auf Gliederung und Maßstab der Fassade abzustimmen. Zwischen mehreren Schaufenstern sind Pfosten, Pfeiler oder Mauerabschnitte anzuordnen, so dass das statische System des Gebäudes erkennbar ist.

Fassadenpfeiler oder Wandabschnitte sind bündig mit der Fassade der Obergeschosse herzustellen. Schaufenster und sonstige Öffnungen sollen hinter die Fassadenebene zurücktreten, so dass sich erkennbar eine profilierte Fassadenstruktur ergibt.

Geschlossene Rollläden vor Schaufenstern sind unzulässig. Ausnahmen sind bei Vorlage einer entsprechenden versicherungstechnischen Forderung zulässig.

Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft zu mehr als 15% der Schaufensterfläche verdeckt sein (z.B. durch Verklebung oder Anstrich). Ausnahmen sind nur kurzzeitig (auf die Dauer von maximal 4 Wochen je Halbjahr begrenzt) für Umbaumaßnahmen oder Sonderverkaufsaktionen zulässig.

§ 11 Fassadengliederung in Zone K

Erd- und Obergeschosse sind in Form und Farbe so aufeinander abzustimmen, dass eine ganzheitlich zusammenhängende Gestaltung der Fassade über die gesamte Gebäudehöhe entsteht, die nicht durch Vordächer, Werbung, extreme Farb- oder Materialwechsel unterbrochen bzw. gestört wird.

Die Öffnungen aller Geschosse sind in vertikalen Achsen und/oder durch übereinstimmende Außenkanten aufeinander zu beziehen.

§ 12 Fassaden-Farben in Zone K

Für die Gestaltung von verputzten **Wandflächen** oder Wandbekleidungen aus plattenartigen Werkstoffen sind folgende Farben aus dem RAL Design-System (Stand: 22.10.2011) zulässig:

Farbtonbereich 010 - 040:

Helligkeit ≥ 70 , Buntheit ≤ 30

Farbtonbereich 050 - 095:

Helligkeit ≥ 70 , Buntheit ≤ 40

Farbtonbereich 100 - 150:

Helligkeit ≥ 70 , Buntheit ≤ 30

Farbtonbereich 160 - 360:

Helligkeit ≥ 70 , Buntheit ≤ 20

Neutrale Grautöne:

Im Bereich von 7000 bis 9000

Für die Gestaltung von **Sockeln** darf die Helligkeit der oben genannten Farbwerte ≥ 40 oder neutrale Grautöne von 4000 bis 9000 betragen.

Für die Akzentuierung von untergeordneten Wandflächen oder kleineren **Bauteilen** (z. B: Gesimse, Fenstergewände) sind folgende Farben aus dem RAL Design-System (Stand: 22.10.2011) zulässig:

Farbtonbereich 010 - 040:

Helligkeit ≥ 50 , Buntheit ≤ 30

Farbtonbereich 050 - 095:

Helligkeit ≥ 50 , Buntheit ≤ 40

Farbtonbereich 100 - 150:

Helligkeit ≥ 50 , Buntheit ≤ 30

Farbtonbereich 160 - 360:

Helligkeit ≥ 50 , Buntheit ≤ 20

Neutrale Grautöne:

Im Bereich von 5500 bis 9000

Diese Angaben sind bezüglich Helligkeit und Farbigkeit sinngemäß auf Farbsysteme anderer Hersteller übertragbar.

Ausnahmsweise zulässig ist

- die farbige Gestaltung von Holzbestandteilen bei Fachwerkfassaden mit dunkleren Farbtönen,
- die Verwendung von nicht farblich behandelten Holzverschalungen mit natürlich vorkommenden dunkleren Farbtönen,
- die Verwendung von Naturstein außerhalb der vorgegebenen Farbwerte und
- die Verwendung von Ziegelsichtmauerwerk außerhalb der vorgegebenen Farbwerte.

Vorgaben des Denkmalschutzes bleiben von diesen Regelungen unberührt.

§ 13 Technische Bauteile in Zone K

Das Anbringen von Klimageräten, Satellitenempfangsantennen und sonstigen technischen Einrichtungen auf straßenseitigen Fassaden und Vordächern ist unzulässig.

Ausnahmsweise sind Satellitenempfangsantennen auf straßenseitigen Dachflächen dann zulässig, wenn ein geordneter Empfang ohne die Antenne nachweislich nicht gewährleistet werden kann. In diesem Fall ist auf jedem Gebäude maximal eine Anlage in der Farbe der Dachhaut unterhalb der Firstlinie zulässig.

§ 14 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig nach § 75 Abs. 1 Nr. 9 LBO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig als Bauherr von den im Kenntnissgabeverfahren eingereichten Bauvorlagen abweicht.

Ordnungswidrig nach § 75 Abs. 3 Nr. 2 LBO handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

- Werbeanlagen ohne Genehmigung nach § 2 an Gebäuden errichtet, anbringt oder ändert,
- dem Kenntnissgabeverfahren unterworfenen geplanten baulichen Anlagen im Sinne § 3 dieser Satzung nicht vor Beginn der Ausführung bei der Baurechtsbehörde anzeigt,
- die Vorschriften über Anzahl, Anbringungsort nach § 7 Abs. 1 und § 8 Abs. 1 nicht einhält,
- nach § 7 Abs. 2 und 3 unzulässige Werbung anbringt,
- nach § 8 Abs. 2 und 3 unzulässige Werbung anbringt
- die nach § 7 Abs. 4, Abs. 5, Abs. 6 und Abs. 7 zulässigen Größen und Maße überschreitet,
- die nach § 8 Abs. 4, Abs. 5, Abs. 6, Abs. 7, Abs. 8, Abs. 9, Abs. 12 und Abs. 13 zulässigen Größen und Maße überschreitet,
- Werbeanlagen auf Vordächern entgegen § 8 Abs. 9 nicht als Einzelbuchstaben ausführt,
- Warenautomaten oder Schaukästen entgegen den in § 7 Abs. 9 und § 8 Abs. 11 genannten Stellen anbringt oder die zulässigen Größen überschreitet,
- entgegen § 7 Abs. 10 großflächige Werbetafeln anbringt, oder die in § 8 Abs. 12 genannten Anbringungsorte und Vorschriften nicht einhält,
- Markisen entgegen den Vorschriften in § 9 Abs. 1 nicht auf die Breite von Schaufenstern und Eingängen abstimmt oder die Vorschriften über Maße und Gestaltung nicht einhält,
- Vordächer entgegen § 9 Abs. 2 nicht auf die Breite von Schaufenstern und Eingängen abstimmt, nicht als filigrane Konstruktion ausführt oder die Vorschriften über Maße und Gestaltung nicht einhält,
- Schaufenster entgegen den Vorschriften in § 10 nicht auf die Gliederung der Fassade abstimmt und Schaufenster nicht durch Pfosten, Pfeiler oder Mauerabschnitte gliedert,
- Schaufenster entgegen § 10 zu mehr als 15% durch Verklebungen oder Anstriche verdeckt,
- entgegen § 11 die Fassade von Erd- und Obergeschossen nicht aufeinander abstimmt,
- die Fassade mit anderen als in § 12 genannten Farben gestaltet,
- technische Bauteile entgegen § 13 auf straßenseitigen Fassaden anbringt.

Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 75 Abs. 4 LBO mit einem Bußgeld bis zu € 10.000,00 in besonders schweren Fällen bis zu € 50.000,00 geahndet werden.

§ 15 Inkrafttreten

Die Gestaltungssatzung tritt mit der ortsüblichen Bekanntmachung in Kraft.

Karlsruhe 13.10.2015

GERHARDT.stadtplaner.architekten

Anlage Geltungsbereich