

STADT KITZINGEN

**Satzung über besondere Anforderungen an Werbeanlagen der Großen Kreisstadt
Kitzingen (Werbeanlagensatzung – WAS)**

vom 27. November 2015

Inkrafttreten: 02.12.2015

Aufgrund von Art. 81 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 der Bayerischen Bauordnung (BayBO) erlässt die Große Kreisstadt Kitzingen folgende Satzung:

§ 1

Gegenstand der Satzung, Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung betrifft die Errichtung, Anbringung, Aufstellung, Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen und regelt insoweit deren besondere Anforderungen.
- (2) Die Satzung gilt für das in der Anlage umgrenzte Gebiet der Stadt Kitzingen, wie es sich aus der als Anlage beigefügten Übersichtskarte ergibt. Die Anlage ist Bestandteil der Satzung.
- (3) Abweichende und weitergehende Festsetzungen in bestehenden oder künftigen Bebauungsplänen sowie in sonstigen örtlichen Bauvorschriften bleiben unberührt.

§ 2

Begriffsbestimmungen

Werbeanlagen im Sinne der Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der gewerblichen oder beruflichen Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen (Wirtschaftswerbung).

Hierzu zählen vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, Automaten und die für Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmten Säulen, Tafeln und Flächen.

§ 3

Allgemeine Regelungen für Werbeanlagen

Für das gesamte Satzungsgebiet gelten zum Schutz des historischen Charakters des Orts- und Straßenbildes und der überwiegend von Wohnen geprägten Gebieten der Innenstadt folgende Bestimmungen:

1. Unzulässig sind Werbeanlagen:

- a) die Ortsbildprägende Grünstrukturen erheblich beeinträchtigen
 - b) mit wechselndem und / oder bewegtem Licht und bewegte Werbeflächen, insbesondere Prismenwendeanlagen und Windspiele
 - c) in Vorgärten und an Einfriedungen
 - d) an Leitungsmasten, Verkehrszeichen bzw. Verkehrsleiteinrichtungen, Ufer- und Straßenböschungen, Balkonen, Erkern, Gesimsen, Außentreppen und sonstigen, die Gebäudeflucht überschreitenden Bauteilen
 - e) an Bäumen
 - f) an technischen Einrichtungen wie Schaltschränken der Fernmeldeversorger, der Energieversorger und der Stadtbeleuchtung
 - g) an Brücken, Schornsteinen und / oder hochragenden, das Ortsbild beeinflussenden Bauteilen einschließlich Dachflächen
 - h) als frei stehende Pylone
 - i) als Großflächenwerbetafeln und Werbeanlagen mit einer Fläche von mehr als 9 m².
§ 4 Nr. 1 e) bleibt unberührt.
2. Werbeanlagen sind so zu errichten, anzuordnen und zu gestalten, dass sie insbesondere nach Art, Größe, Form, Lage und Material das Erscheinungsbild des Grundstücks oder der Fassade, auf dem oder an der sie errichtet werden, der sie umgebenden baulichen Anlagen sowie das Orts- und Straßenbild einschließlich des historischen Charakters nicht stören.
 3. Werbeanlagen dürfen Grundstücksgrenzen nicht überschreiten. § 4 Nr. 4 bleibt unberührt.
 4. Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein.
 5. Werbeanlagen sind ausschließlich an der Stätte der Leistung zulässig.
 6. Werbeanlagen müssen auf die Architekturgliederung von Gebäuden Rücksicht nehmen und dürfen Gesimse, Gliederungen von Gebäuden und Bauteile, insbesondere Pfeiler, Schaufenster, Zeichen und Beschriftungen nicht überdecken.
 7. Sind mehrere Werbeanlagen an einer Fassade bzw. auf einem Grundstück erforderlich, so dürfen diese nicht auf die gesamte Fassade verteilt werden und müssen in Gestaltung und Größe aufeinander abgestimmt werden.

§ 4

Besondere Regelungen für Werbeanlagen in schutzwürdigen, historisch geprägten Bereichen

Für die in der Anlage farblich gekennzeichneten Bereiche „historisches Altstadtgebiet“ und „Ortskern von Etwashausen“ gelten zum Schutz des von Denkmälern geprägten historischen Straßen- und Ortsbildes über die in § 3 geregelten Anforderungen hinaus folgende Bestimmungen:

1. Unzulässig sind Werbeanlagen:
 - a) als Großflächenwerbetafeln und Werbeanlagen mit einer Fläche von mehr als 2 m²
 - b) an glatten bzw. öffnungslosen Mauerflächen
 - c) als Fahnen, Wimpelreihen, farbige Lichtgirlanden und Kletterschriften
 - d) als frei aufgestellte Warenautomaten und Schaukästen, es sei denn, sie dienen öffentlichen Zwecken
 - e) die Schaufenster oder Fenster durch Zumalen bzw. Zukleben um mehr als 30 % der jeweiligen Fensterfläche verdecken
 - f) mit aufdringlicher Wirkung, insbesondere durch übermäßige Größe oder Signalfarbe
 - g) oberhalb der Fensterunterkante des ersten Obergeschosses. § 4 Nr. 4 bleibt unberührt.
2. Werbeanlagen, die auf der Hausfront angebracht werden, müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zur Fassade des Gebäudes und ihrer Gliederung stehen. Die Schrifthöhe hat sich dem Charakter und der Proportion des Gebäudes anzupassen. Die Buchstabenhöhe darf 40 cm nicht überschreiten.
3. Werbeanlagen sind als Fassadenbeschriftung oder in Form von aneinander gereihten Einzelbuchstaben (beleuchtet, hinterleuchtet und unbeleuchtet) zulässig. Die Fassadenstruktur ist zwischen den einzelnen Buchstaben sichtbar zu halten. Markenzeichen und Embleme sind nur in Verbindung mit Werbeschriften zulässig und in Größe und Gestaltung auf den Schriftzug abzustimmen.
4. Soweit die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs nicht beeinträchtigt wird, dürfen Ausleger bis zu 0,8 m vom Gebäude abstehen und insgesamt bis zu 0,75 m hoch sein.

Dies gilt auch für kastenförmige Ausleger. Sie sind schmal – maximal 15 cm - auszuführen. Schmiedeeiserne und historische Ausleger dürfen bei guter handwerklicher Ausbildung diese Maße überschreiten. Die Unterkante der Anlage muss mindestens 2,5 m über dem Gehsteig bzw. der begehbaren Fläche liegen, wobei die Vorderkante mindestens 0,5 m vom straßenseitigen Rand des Gehweges entfernt sein muss.

Je Gebäude ist nur eine Werbeanlage in Form eines Auslegers zulässig.

5. Schaukästen und Warenautomaten müssen so angebracht werden, dass die statische Funktion von Mauern und Pfeilern auch optisch klar erkennbar bleibt. Pfeiler unter 0,5 m Breite sind freizuhalten.
6. Werbeaufschriften auf Markisen sind nur dann zulässig, wenn sonst keine Werbeanlage auf der Fassade vorhanden ist. Die Farben von Aufschriften und Markisen sind aufeinander abzustimmen.

§ 5

Beseitigungspflicht

- (1) Werbeanlagen sind zu entfernen, wenn der Betrieb bzw. die Einrichtung, für die geworben wird, nicht mehr besteht oder der Zweck der Werbung aus sonstigem Grund entfallen ist, soweit sie nicht selbst Gegenstand von Denkmalschutz und Denkmalpflege sind.
- (2) Die Pflichten nach Abs. 1 obliegen dem Eigentümer des Grundstücks, auf dem die Werbeanlage betrieben wird. Neben dem Grundstückseigentümer sind auch der Eigentümer und der Betreiber der Werbeanlage verantwortlich.

§ 6

Abweichungen

- (1) Von den Vorschriften dieser Satzung können im Einzelfall Abweichungen gemäß Art. 63 BayBO zugelassen werden.
- (2) Der Antrag ist schriftlich bei der Stadt Kitzingen einzureichen und zu begründen.

§ 7

Ordnungswidrigkeiten

Gemäß Art. 79 Abs. 1 Nr. 1 BayBO kann mit Geldbuße bis zu 500.000,00 € belegt werden, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. Werbeanlagen entgegen den allgemeinen Anforderungen nach § 3 dieser Satzung errichtet und ändert,
2. Werbeanlagen entgegen den besonderen Anforderungen nach § 4 dieser Satzung errichtet oder ändert,
3. Werbeanlagen entgegen § 5 dieser Satzung nicht entfernt.

§ 8

Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt die Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung, wesentliche Änderung und den Betrieb von Anlagen der Außenwerbung in der Stadt Kitzingen in der zuletzt geänderten Fassung vom 07.02.1992 außer Kraft.

Anlage:

Geltungsbereich

Kitzingen, 27.11.2015
STADT KITZINGEN

Siegfried Müller
Oberbürgermeister