

Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen in der Ulmer Kernstadt

Teil B Textlicher Teil

Die Stadt Ulm erlässt als örtliche Bauvorschrift aufgrund des § 74, Abs. 1, Satz 1 Nr. 2 der Landesbauordnung Baden-Württemberg in der Fassung der Bekanntmachung vom 05. März 2010 (BGI. S. 357, 358, ber. S. S. 416), zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes vom 20. November 2023 (BGI. S. 422) in Verbindung mit § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 03. November 2017 (BGBl. I S. 3634), zuletzt geändert durch Art. 3 des Gesetzes vom 20. Dezember 2023 (BGBl. 2023 I Nr. 394), die folgende Satzung:

Präambel

Werbeanlagen tragen maßgeblich zur Prägung des Stadt- und Straßenbilds und zur Erscheinung des öffentlichen Raums bei. Besonders auffällig sind dabei alle Formen der Lichtwerbung, insbesondere der Wechsellichtwerbung, die mit Wechsel in Farbe, Helligkeit, Motiven oder mit bewegten Bildern die Aufmerksamkeit in besonderem Maße auf sich zieht.

Der technische Fortschritt in Lichttechnik und Digitalisierung der letzten Jahre hat auf diesem Gebiet zu vorher kaum erahnten Möglichkeiten und zu einem immer leichterem Zugang zu derartigen Werbemedien geführt, so dass sie gegenwärtig in immer stärkerem Maß genutzt werden. In den rechtskräftigen Bebauungsplänen und örtlichen Bauvorschriften sind nur selten Festsetzungen hinsichtlich Lichtbild- und Wechsellichtwerbung enthalten. Der **starken Zunahme dieser attraktiven und leicht nutzbaren Werbeanlagen** steht damit kein wirkungsvolles Instrumentarium gegenüber, mit dem sich die Verwendung und Gestaltung dieser Anlagen im Sinne des Stadtbildes bewusst lenken lässt. Dies birgt insbesondere für den historisch gewachsenen Kernbereich der Stadt die Gefahr einer Überlastung des Stadtraumes durch ein Übermaß an Werbung. Die stadträumliche und gestalterische Erscheinung dieses Bereiches, und damit dessen Aufenthaltsqualität und letztendlich auch dessen Stellung als Wirtschaftsstandort, droht infolgedessen Schaden zu nehmen.

Prinzipielle Anmerkung: Aus unserer Sicht kann von einer starken Zunahme der Anlagen nicht die Rede sein.

Um für die weitere Entwicklung dieses Bereiches einen einheitlichen, die weitere Entwicklung lenkenden Ordnungs- und Gestaltungsrahmen hinsichtlich Lichtbild- und Wechsellichtwerbung zu erhalten, werden nachfolgende Regelungen für die baurechtliche Beurteilung derartiger Anlagen für den Ulmer Kernstadtbereich festgelegt. Ziel ist es, negative Auswirkungen auf das gesamtstädtische Erscheinungsbild zu vermeiden und die Anstrengungen der Stadt im Sinne einer sukzessiven weiteren gestalterischen Aufwertung des öffentlichen Raums nicht durch drohenden Wildwuchs derartiger Werbeanlagen zu konterkarieren.

Diese Regelungen sind sowohl für das kleinräumige Erscheinungsbild als auch für die gesamtstädtische Wirkung von Bedeutung. Sie sind darüber hinaus für eine transparente Gleichbehandlung aller Antragstellenden dringend erforderlich. Nicht zuletzt wird auf diese Weise einerseits den berechtigten Ansprüchen **heutiger Marketingkonzepte**, andererseits den unterschiedlichen Interessen der verschiedenen am Stadtleben beteiligten Gruppen Rechnung getragen.

Prinzipielle Anmerkung: Den heutigen Marketingkonzepten wird durch diese Satzung keinesfalls Rechnung getragen. Viele Hersteller untersagen den Händlern den Vertrieb ihrer Produkte, wenn vorproduzierte Werbespots nicht adäquat gezeigt werden können.

Die Stadt Ulm ist sich bewusst, dass die Regelungen dieser Satzung aufgrund der sich schnell ändernden technischen Möglichkeiten und des gegenwärtigen schnellen Wandels im Bereich des Handels in geeigneten zeitlichen Abständen sowie bei deutlichen Änderungen im Werbe- und Wirtschaftsgeschehen **einer Überprüfung und ggf. einer** Anpassung bedürfen.

Die zeitlichen Abstände sollten definiert und damit garantiert werden z.B. spätestens alle zwei Jahre.

§ 1. Anwendungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für die Errichtung und die Änderung aller Anlagen der Außenwerbung innerhalb des räumlichen Geltungsbereichs gem. Teil A, bei denen es sich um Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen im Sinne von § 2 dieser Satzung handelt. Ausgenommen sind Anlagen auf öffentlichen Straßen bzw. öffentlichen Flächen der Stadt, für die hinsichtlich Anzahl, Gestaltung, Positionierung und Inhalt gesonderte vertragliche Regelungen mit der Stadt Ulm bestehen oder erforderlich sind.

(2) Sie gilt nicht für Lichtwerbung in Form von feststehenden Leuchtschriften, Leuchtlogos oder leuchtenden Stechschildern, sofern deren Lichtwechsel nicht über ein bloßes betriebszeitlich gebundenes Ein- und Ausschalten oder über außenhelligkeitsbezogene Helligkeitsanpassungen hinausgeht.

(3) Weitergehende gesetzliche Regelungen insbesondere des Denkmalschutzrechts, des Natur- und Immissionsschutzrechts oder des Straßen- und Verkehrsrechts bleiben unberührt.

§ 2. Begriffe

(1) Anlagen der Außenwerbung sind alle Werbeanlagen, die bzw. deren Werbeinhalte vom öffentlichen Raum aus sichtbar sind. Im Rahmen dieser Satzung werden darunter sowohl Anlagen verstanden, bei denen es sich explizit um Werbeanlagen im Sinne von § 2 Abs. 9 LBO handelt, als auch um Anlagen, deren Werbewirkung auf dem bloßen Wecken von Aufmerksamkeit durch das Vorhandensein von leuchtenden, bewegten oder schnellwechselnden Motiven beruht.

(2) Lichtbildwerbeanlagen sind alle Anlagen der Lichtwerbung, die in Form von Bildschirmen, Monitoren, Leuchttafeln, Leuchtkästen, Leuchtvorhängen oder Projektionsflächen jeglicher Art dauerhafte oder mit einer **Mindeststandzeit von einer Stunde unbewegte Bilder oder Inhalte zeigen** und bei denen Wechsel in Helligkeit, Kontrast und Farbe nicht über das bloße betriebszeitenbedingte Ein- und Ausschalten oder über außenhelligkeitsbezogene Helligkeitsanpassungen hinausgehen.

In älteren Fassungen waren für die Lichtbildwerbeanlagen 10 Minuten vorgesehen. Dies wäre die Standzeit, die wir maximal mittragen könnten. Auch hier ergäbe sich noch eine sehr große Diskrepanz zu den Anlagen im öffentlichen Raum, die deutlich schneller einen Motivwechsel vornehmen.

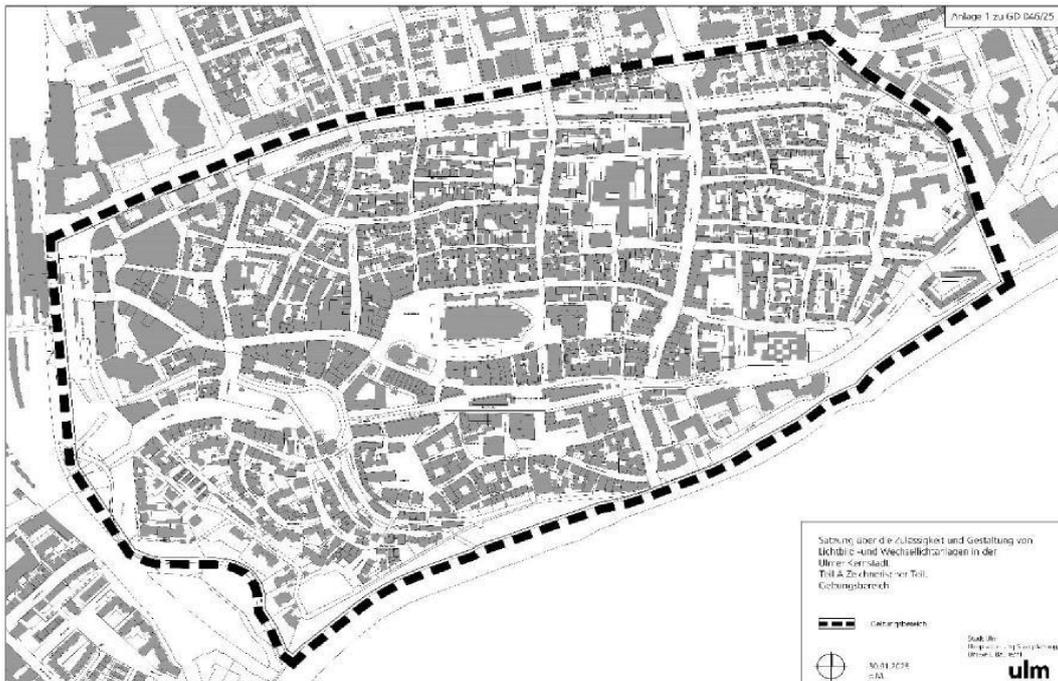
(3) Wechsellichtwerbeanlagen sind alle Anlagen der Lichtwerbung, bei denen Wechsel und Bewegung in Inhalt, Helligkeit, Kontrast und Farbe über das bloße betriebszeitenbedingte Ein- und Ausschalten oder über außenhelligkeitsbezogene Helligkeitsanpassungen hinausgehen. Hierzu zählen insbesondere Bildschirme, Monitore, Leuchtvorhänge und Projektionsflächen jeglicher Art, auf denen **wechselnde unbewegte Bilder oder Inhalte mit einer Mindeststandzeit von weniger als einer Stunde**, animierte, teilanimierte oder bewegte Bilder oder Inhalte oder Filme gezeigt werden.

Analog zu oben. Demnach würde es sich bei einer Standzeit von weniger als 10 Minuten um eine Wechsellichtwerbeanlage handeln.

(4) Die **Ansichtsfläche** ist die tatsächliche Größe der dem im öffentlichen Raum befindlichen Betrachter zugewandten Wiedergabe-, Darstellungs- oder Projektionsfläche einer Werbeanlage einschließlich des sie umgebenden Rahmens.

§ 3. Räumlicher Geltungsbereich

Die räumliche Abgrenzung des Geltungsbereichs dieser Satzung ist in dem folgenden Übersichtsplan dargestellt:



Übersicht Geltungsbereich

Eine parzellenscharfe Darstellung des Geltungsbereichs dieser Satzung liegt in Form eines ausgedruckten großmaßstäblichen Planes (Übersichtsplan vom 30.01.2025, siehe Anlage 1) bei der Stadtverwaltung Ulm, Hauptabteilung Stadtplanung, Umwelt und Bauen, und ist beim Bürgerservice Bauen zu den dortigen Öffnungszeiten öffentlich einsehbar. Dieser Plan ist als "Teil A Zeichnerischer Teil" Bestandteil der Satzung.

§ 4 Änderung bestehender Bebauungspläne

Bestehende Bebauungspläne im Geltungsbereich dieser Satzung werden wie folgt geändert:

Planungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Festsetzungen oder örtliche Bauvorschriften zur Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen werden aufgehoben und durch die Bestimmungen dieser Satzung ersetzt, soweit sie Regelungen betreffen, die diese Satzung restriktiver fasst.

Planungsrechtliche und bauordnungsrechtliche Festsetzungen oder örtliche Bauvorschriften zu Werbeanlagen, die in dieser Satzung nicht oder weniger restriktiv geregelt sind, gelten unverändert weiter.

Die Liste rechtskräftiger Bebauungspläne im Geltungsbereich dieser Satzung ist als "Teil C Bebauungspläne im Geltungsbereich der Satzung" (siehe Anlage 3) Bestandteil dieser Satzung.

§ 5 Örtliche Bauvorschriften (§ 74 LBO)

Anforderungen an Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen

(1) Allgemeine Anforderungen

Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung sind so zu errichten, anzuordnen und zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Gliederung das Erscheinungsbild der Grundstücke und baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind, sowie das Orts- und Straßenbild und den städtebaulichen Charakter nicht stören. Sie dürfen das Platz- und Straßenbild sowie die Gebäudefronten nicht dominieren.

Bei diesem Ansatz handelt es sich um eine weitere und sehr vage zu bewertende Einschränkung. Wer entscheidet z.B., ob etwas stört oder nicht? Dies wird zu Diskussionen und Einzelfallentscheidungen führen. Wir plädieren daher für eine Streichung.

Durch Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen darf die Sicherheit des Verkehrs nicht beeinträchtigt werden. Die sichere Erfassung des Verkehrsablaufs insbesondere an Knotenpunkten muss gewährleistet bleiben. Die Beeinträchtigung der Erkennbarkeit von Verkehrszeichen und Lichtzeichenanlagen sowie wegweisender Beschilderung etwa durch die Gestaltung und räumliche Anordnung der Werbeanlage muss ausgeschlossen sein. Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung müssen blendfrei gestaltet sein.

Der Betrieb von Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung ist nur zwischen 6:00 Uhr und 22:00 Uhr zulässig. Anlagen der Wechsellichtwerbung dürfen nicht außerhalb der Öffnungszeiten des jeweiligen Betriebes betrieben werden.

Aufgrund der Sicherheitsdiskussion und der daraus resultierenden Bitte an die Gewerbetreibenden die Schaufensterbeleuchtung auch über die Ladenöffnungszeiten hinaus zu betreiben, fordern wir zudem eine Freigabe bis 24:00 Uhr für alle Formen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung. Zudem darf Wechsellichtwerbung nicht auf die Öffnungszeiten begrenzt werden.

Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung sind nur am Ort der Leistung zulässig. Es dürfen der eigene Betrieb und die in diesem zum Verkauf angebotenen Waren und Leistungen beworben werden.

Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung sind ausschließlich im Inneren des Erdgeschossbereichs mit einem Mindestabstand von 60 cm hinter der Schaufensterscheibe zulässig.

Neue innovative Möglichkeiten in Form von Gestensteuerung können durch die Verkürzung des Abstandes von 70 auf 60 cm immer noch nicht genutzt werden. Deshalb fordern wir die Bildschirme so nah wie möglich hinter dem Fenster zu platzieren. Ein Preisträger des „Ideenwettbewerbs Einkaufserlebnisse“ des Wirtschaftsministeriums BW nutzt diese Möglichkeit bereits (siehe Video bei YouTube: [ZETT, Ewald Zeifelder – „AR im Schaufenster 4.0“](#))

Für Touchscreens, die Bestandteil von Werbeanlagen sind, können nach Maßgabe von § 7 dieser Satzung Ausnahmen zugelassen werden.

Vorzugsweise sind hochrechteckige Bildformate zu verwenden.

Das Abspielen von Tönen und Lauten jeglicher Art ist nicht zulässig.

(2) Besondere Gestaltungsregelungen

Anlagen der Lichtbildwerbung und Anlagen der Wechsellichtwerbung sind nur unter den folgenden Voraussetzungen gestattet:

Besondere Anforderungen für Lichtbildwerbeanlagen

- Maximale Ansichtsfläche für Lichtbildwerbeanlagen: 30 % der Schaufensterfläche, jeweils auf das einzelne Schaufenster berechnet. Bei großflächigen, nicht untergliederten Fassadenverglasungen sind im Einzelfall Lösungen zu suchen, die sich in die Eigenart und den Maßstab der näheren Umgebung einfügen.

Wir fordern den Begriff „einzelnes Schaufenster“ durch „Schaufensterfront“ zu ersetzen. Der zweite Satz ist als erneut vage Formulierung zudem zu streichen.

Besondere Anforderungen Wechsellichtwerbeanlagen

- Maximale Ansichtsfläche für Wechsellichtwerbeanlagen: 15 % der Schaufensterfläche, jeweils auf das einzelne Schaufenster berechnet. Je 10 Laufmeter Schaufensterlänge darf nur eine Wechsellichtwerbeanlage aufgestellt werden.

Siehe vorheriger Kommentar, auch hier plädieren wir für die Schaufensterfront anstatt das einzelne Schaufenster

- Bildübergangszeit beim Wechsel von unbewegten Bildern oder Inhalten mindestens 0,5 Sekunden.
- Beim Wechsel von unbewegten Bildern oder Inhalten keine abrupten Wechsel in Farbe, Helligkeit oder Kontrast, kein Blitzen und Blinken.
- Bewegte, animierte oder teilanimierte Bilder oder Inhalte sowie Filme maximal in realer, lebensechter Geschwindigkeit.

Beide markierten Punkte sollten aus pragmatischen Gründen gestrichen werden: Wer entscheidet bzw. was ist der Maßstab für „real, lebensecht“.

Darüber hinaus gehende Anlagen oder Elemente der Wechsellichtwerbung (u.a. schnellbewegten Szenen/ Motive oder Einzelsequenzen, abrupte Wechsel in Farbe, Helligkeit oder Kontrast, Blitz- und Blinkeffekte) sind nicht zulässig.

Die Ansichtsfläche von Wechsellichtwerbeanlagen ist bei der Berechnung der maximal zulässigen Größe der Ansichtsfläche für Lichtbildwerbeanlagen in Abzug zu bringen.

(3) An die Gestaltung sowie an Anzahl und Größen- und Betriebsbeschränkung können zusätzliche Anforderungen gestellt werden, wenn aufgrund einer besonderen stadträumlichen Situation die einzelnen Werbeanlagen übermäßig in Erscheinung treten. Dies gilt auch und insbesondere für Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen an denkmalgeschützten Gebäuden, innerhalb denkmalgeschützter Gesamtanlagen sowie im Umgebungsschutzbereich von Kulturdenkmälern von besonderer Bedeutung.

§ 6 Genehmigungspflicht

Anlagen der Außenwerbung in Form von Lichtbild- und Wechsellichtwerbung bedürfen, sofern es sich um genehmigungspflichtige Werbeanlagen im Sinne der LBO handelt, gem. § 49 LBO einer baurechtlichen Genehmigung. Anlagen, die nach § 50 LBO verfahrensfrei sind, bedürfen bei der Errichtung an Kulturdenkmälern gem. § 2 DschG, innerhalb denkmalgeschützter Gesamtanlagen gem. § 19 DschG und im Umgebungsschutzbereich von Kulturdenkmälern von besonderer Bedeutung gem. § 12 und § 28 DSchG Baden-Württemberg einer denkmal-schutzrechtlichen Genehmigung. Auch aus anderen Gesetzen und Rechtsvorschriften, z.B. Natur- und Artenschutz, Immissionsschutz etc., kann sich die Notwendigkeit einer Genehmigung ergeben.

§ 7 Ausnahmen und Befreiungen

(1) Von den Vorschriften dieser Satzung können hinsichtlich Anzahl, Größe und Anordnung Ausnahmen nach § 56 Abs. 3 LBO zugelassen werden, wenn für das Gesamtgebäude ein mit der Stadt Ulm abgestimmtes Werbekonzept vorliegt und die Abweichung städtebaulichen Belangen nicht entgegensteht. Dies gilt vornehmlich für Lichtbildwerbeanlagen bei sehr großen Gebäude- oder Schaufensterfronten und bei Anlagen, die sich außerhalb des unmittelbaren Schaufensterbereiches befinden bzw. nicht unmittelbar auf den Schaufensterbereich einwirken.

(2) Von den Vorschriften dieser Satzung können gem. § 56 Abs. 5 LBO Befreiungen erteilt werden, wenn Gründe des allgemeinen Wohls die Abweichung erfordern oder die Einhaltung der Festsetzungen im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

§ 8 Ordnungswidrigkeiten

Wer dieser Satzung vorsätzlich oder fahrlässig zuwiderhandelt, kann gemäß § 75 Abs. 3 Nr. 2 LBO mit einer Geldbuße bis zu 100.000.- € belegt werden.

§ 9 Inkrafttreten

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

Ulm, den . . .2025

Hauptabteilung Stadtplanung, Umwelt, Baurecht

gez.: Christ

Als Satzung ausgefertigt

Ulm, den . . .2025

Bürgermeisteramt

gez.: Ansbacher