



Werbesatzung Innenstadt

Entwurf

Ludwigsburg, 03.07.2026

WERBESATZUNG INNENSTADT

Auf Grundlage des § 74 Abs. 1 Nr. 2 der Landesbauordnung (LBO)
in Verbindung mit § 4 Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (GemO)
wird folgende

Satzung über Werbeanlagen in der Innenstadt von Ludwigsburg (Werbesatzung Innenstadt)

beschlossen:

§ 1 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN

Werbeanlagen sind so zu entwerfen und zu platzieren, dass sie sich harmonisch in ihre Umgebung einfügen. In ihrer Dimensionierung, Formgebung sowie in der Wahl von Materialien und Farben nehmen sie Rücksicht auf die Architektur der baulichen Anlagen und integrieren sich in das charakteristische Erscheinungsbild der Straßen, Plätze und Freianlagen. Ein zentrales Ziel ist es dabei, die Attraktivität der Innenstadt zu erhalten und gezielt weiterzuentwickeln – auch als weicher Standortfaktor für alle Gewerbetreibenden.

Die Realisierung von Werbeanlagen erfolgt im Einklang mit den geltenden öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen. Hierzu zählen insbesondere die Bestimmungen der Bebauungspläne, die Landesbauordnung Baden-Württemberg sowie die spezifischen Schutzziele des Denkmalschutzgesetzes und der Erhaltungssatzung. Die Vorgaben der Sondernutzungssatzung der Stadt Ludwigsburg sind als ergänzender Maßstab für die Nutzung des öffentlichen Raums einzuhalten.

§ 2 RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

Der Geltungsbereich der Satzung umfasst die Innenstadt Ludwigsburgs. Bestandteil der Satzung wird der Lageplan vom 03.07.2026 (Anlage 2).

§ 3 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH/GENEHMIGUNGSERFORDERNIS

1. Die Festsetzungen dieser Satzung gelten für Werbeanlagen im Sinne des § 2 (9) LBO.
2. Als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung gelten auch ein bemaltes oder beschriftetes Fenster oder Schaufenster, soweit die Voraussetzungen des § 2 (9) LBO erfüllt sind.
3. Werbeanlagen im Sinne der Absätze 1 und 2 sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
4. Für das Anbringen oder Aufstellen von Werbeanlagen ist eine Genehmigung erforderlich. Ausgenommen hiervon ist die unter § 5 Nr. 9 aufgeführte Fenster- und Schaufensterfläche. Eingangsschilder z.B. für Dienstleistungen in den Obergeschossen und Speisekarten bis 0,3 m² Größe sind verfahrensfrei zulässig.
5. Werbeanlagen an Baustellen sind im Bereich der Erdgeschosszone am Bauzaun bzw. an Gerüsten bis zur Brüstung im 1. Obergeschoss verfahrensfrei zulässig. Voraussetzung hierfür ist ein direkter Bezug zur Baustelle; zulässig sind ausschließlich Informationen über die am Bau beteiligten Unternehmen, das Bauprojekt selbst oder die durch Baumaßnahmen beeinträchtigten Handels- und Dienstleistungsbetriebe.
6. Temporäre Werbeanlagen innerhalb der Schaufensterflächen sind im Rahmen von Sonderaktionen, z. B. bei Neueröffnung bis zu 4 Wochen, verfahrensfrei zulässig.
7. Temporäre Werbeanlagen außerhalb der Schaufensterflächen (Banner) sind bis zur Brüstung im 1. Obergeschoss im Rahmen von Sonderaktionen, z. B. bei Neueröffnungen oder Firmenjubiläen anzeigepflichtig und höchstens dreimal im Jahr für jeweils maximal 4 Wochen möglich.
8. Mechanisch oder durch Motoren angetriebene Werbeanlagen sind unzulässig.

§ 4 EINORDNUNG IN DEN STRASSEN-/PLATZRAUM

Werbeanlagen müssen sich dem Gestaltungsbild des Straßen-/Platzraumes unterordnen.

Hierbei gilt folgendes:

1. Werbeanlagen sind nur im Bereich des Erdgeschosses bis zur Oberkante der Brüstung im 1. Obergeschoss zulässig.
2. Werbeanlagen sind direkt auf die Fassade, parallel zur Fassade oder im rechten Winkel zur Fassade (Stechschild) anzubringen. Ausnahmsweise darf bei Gebäuden, die in zweiter Reihe stehen, die Werbeanlage am Vordergebäude angebracht werden.
3. Werbeanlagen, die parallel zur Hausfassade angebracht werden, dürfen bis maximal 15 cm in den Straßenraum hineinragen.
4. Auskragende Werbeanlagen (Stechschilder) sind bis zu einer Auskragungstiefe von maximal 60 cm, einer Konstruktionsbreite von maximal 10 cm und einer Größe von maximal 0,3 qm zulässig.
5. Feststehende und ausfahrbare Markisen sind für Werbezwecke nicht zulässig.

§ 5 EINORDNUNG IN DIE FASSADE

Werbeanlagen müssen sich in die architektonische Gestaltung der Fassade des jeweiligen Gebäudes einfügen.

Hierbei gilt folgendes:

1. Pro Gliederungseinheit der Fassade dürfen eine einzeilige Werbeanlage mit Einzelbuchstaben und ein in Bezug auf die Größe untergeordnetes Logo sowie ein Stechschild vorgesehen werden. In den dazugehörigen benachbarten Gliederungseinheiten darf keine Wiederholung stattfinden. Befindet sich die Nutzungseinheit in einem Eckgebäude, so gilt diese Festsetzung für jede Straßenseite.
2. Einzelbuchstaben sind entweder direkt auf die Wand oder auf Halte- und Stromschienen direkt vor der Wand anzubringen. Eine Montage auf Leuchtkästen oder auf großformatigen Tafeln ist nicht zulässig.
3. Werbeanlagen müssen in Länge, Höhe und Tiefe auf die vorgegebene Gliederung der Fassade Rücksicht nehmen, indem der Gestaltungsrhythmus aufgenommen wird. Dabei sind Mindestabstände von der Gebäudekante von 50 cm und zu architektonischen Gliederungselementen von 20 cm einzuhalten.
4. Wesentliche Architekturteile wie z. B. Fenster- und Türöffnungen, Balkone, Loggien und Erker sind von Werbeanlagen freizuhalten. Dies gilt ebenfalls für charakteristische Gestaltungselemente wie z.B. Gesimse, Lisenen, Torbögen, Sockelabsätze sowie sichtbare Konstruktionsteile wie z. B. Stützen, Pfeiler, Mauerscheiben.
5. Die Farbe der Werbeanlagen muss auf die Farbe und Struktur der Fassade abgestimmt sein.
6. Auf punktuelle Veränderungen der Fassade im Bereich von Werbeanlagen (z.B. ein Anstrich in einer anderen Farbe), mit dem Ziel, die Werbeanlage hervorzuheben, ist zu verzichten.
7. Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sowie Werbeanlagen benachbarter Gebäude sind in ihrer Position, in ihrer Gestaltung und Farbe aufeinander abzustimmen und im Bauantrag darzustellen.
8. Eine zusammenhängende Werbeanlage ist generell auf das jeweilige Gebäude zu begrenzen.
9. Eine Beklebung der Fenster- und Schaufensterflächen ist nur im Erdgeschoss und nur bis zu 1/5 der jeweiligen Schaufensterfläche verfahrensfrei zulässig.

10. Digitale Werbeanlagen (z.B. Monitore) sind nur hinter der Schaufensterfassade mit einem Abstand von mind. 25 cm zulässig.
11. Werbeanlagen in Form von Einzelbuchstaben können in hinterleuchteter, beleuchteter oder selbstleuchtender Form genehmigt werden. Für digitale Werbeanlagen gilt, dass Bildwechsel nur in größeren zeitlichen Abständen zulässig sind. Stechschilder sind von einer Beleuchtung ausgeschlossen und werden ausschließlich in unbeleuchteter Ausführung genehmigt.
12. Grelle Farben, Tagesleucht- oder Reflexfarben, zu helle oder zu grelle Licht- und Leuchtelemente, wechselndes Licht sowie elektronische Laufschriften sind unzulässig.

§ 6 AUSNAHMEN UND BEFREIUNGEN

1. Ausnahmen von Vorschriften dieser Satzung können aus städtebaulichen und funktionalen Aspekten in besonderen Situationen erteilt werden
 - bei Gebäudekomplexen mit einer außergewöhnlich großen gewerblichen Einheit (z.B. in Bezug auf die Fassadenlänge, Nutzfläche und Einbeziehung weiterer Geschosse)
 - oder
 - bei Einkaufszentren
 - oder
 - bei mehreren Ladeneinheiten in einem größeren Gebäudekomplex.
 - oder
 - bei Gebäuden mit übergeordnetem, gesamtgesellschaftlichem bzw. kulturellen Interesse
2. Befreiungen von Vorschriften dieser Satzung können erteilt werden, wenn
 - städtebauliche und- gestalterische Gründe die Abweichung rechtfertigen
 - oder
 - Grundsätze dieser Satzung nicht berührt werden
 - oder
 - die Durchführung dieser Satzung zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen wird
 - und
 - die Abweichung mit öffentlichen Belangen vereinbar ist.

§ 7 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN

Zu widerhandlungen gegen diese Satzung können gemäß § 75 LBO als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis zu 100.000 € geahndet werden.

§ 8 INKRAFTTRETEN

1. Diese Satzung tritt mit dem Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
2. Mit Inkrafttreten dieser Satzung treten innerhalb ihres Geltungsbereiches entgegenstehende Bestimmungen des Ortsrechts außer Kraft. Dies gilt auch für die Ortsbausatzung über Außenwerbung vom 13.03.1958 und die Werbesatzung vom 12.12.1990.

HINWEISE

1. Auf der Grundlage des Denkmalrechts können weitere Einschränkungen für Werbeanlagen gelten.
2. Wird die der Werbeanlage zugrunde liegende gewerbliche Nutzung aufgegeben, ist die Werbeanlage einschließlich aller Befestigungen durch den Nutzungsberechtigten vollständig zu beseitigen. Der ursprüngliche Zustand ist wiederherzustellen.
3. Wo immer Werbeanlagen installiert werden, dürfen sie den Belangen des öffentlichen Verkehrs nicht zuwiderlaufen. Insbesondere der Sicherheit von Autofahrenden, Radfahrenden oder zu Fuß Gehenden muss Rechnung getragen werden. Vorschriften des Straßengesetzes Baden-Württemberg und der Straßenverkehrsordnung werden durch die Satzung nicht außer Kraft gesetzt.

Ausgefertigt:

Ludwigsburg,

Dr. Matthias Knecht
Oberbürgermeister