

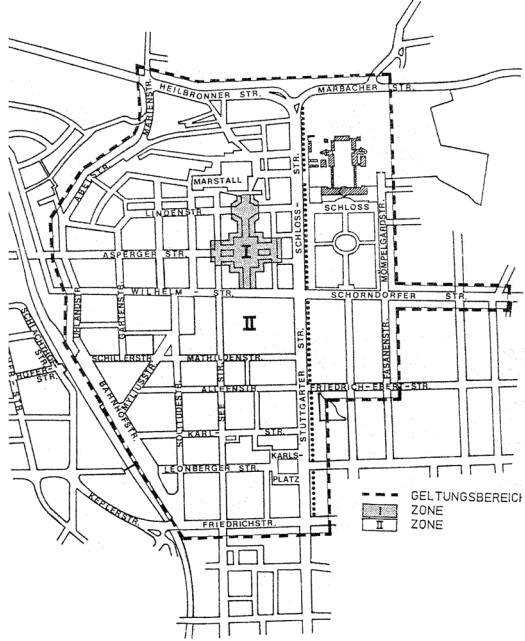


Werbesatzung Innenstadt

Synopse

Gegenüberstellung der
Werbesatzung Innenstadt „neu“ vom 03.07.2026 und
Werbesatzung Innenstadt „alt“ vom 12.12.1990

Ludwigsburg, 03.07.2026

Werbesatzung Innenstadt „neu“ vom 03.07.2026	Werbesatzung „alt“ vom 12.12.1990
 § 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.	 § 1 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN Werbeanlagen und Automaten sind so zu errichten, anzuordnen und zu gestalten, daß sie in Größe, Form, Werkstoff, Farbe und Gliederung bauliche Anlagen, das Straßen- und Ortsbild sowie Platz- und Freianlagen nicht beeinträchtigen und auf sie Rücksicht nehmen.

§ 2 RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

Der Geltungsbereich der Satzung umfasst die Innenstadt Ludwigsburgs.

Bestandteil der Satzung wird der Lageplan vom 03.07.2026 (Anlage 2).

§ 2 RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

(1) Der Geltungsbereich der Satzung umfaßt die Innenstadt Ludwigsburgs und wird wie folgt begrenzt:

Im Norden:

Durch die nördliche Straßenraumbegrenzung der Heilbronner Straße und der Marbacher Straße.

Im Osten:

Durch die östliche Straßenraumbegrenzung der Mömpelgardstraße, die südliche und nördliche Straßenraumbegrenzung der Schorndorfer Straße bis zum Schorndorfer Tor, die östliche Straßenraumbegrenzung der Fasanenstraße im Abschnitt zwischen Schorndorfer Straße und Friedrich-Ebert-Straße, die südliche Straßenraumbegrenzung der Friedrich-Ebert-Straße im Abschnitt zwischen Fasanenstraße und Stuttgarter Straße und die östliche Straßenraumbegrenzung der Stuttgarter Straße (Allee) bis zur Kreuzung mit der Friedrichstraße.

Im Süden:

Durch die südliche Straßenraumbegrenzung der Friedrichstraße.

Im Westen:

Durch die westliche Straßenraumbegrenzung der Bahnhofstraße unter Einschluß der westlichen Raumbegrenzung des Bahnhofsbereichs, der westlichen Straßenbegrenzung der Uhland-, Abel- und Marienstraße.

(2) Der Geltungsbereich für zusätzliche Festsetzungen in der "engeren Zone" wird im wesentlichen gebildet durch die jeweiligen Raumbegrenzungen: Obere Marktstraße, Marktplatz, Stadtkirchenplatz, Bei der Kath. Kirche, Untere Marktstraße, Holzmarkt und Holzmarktstraße.

(3) Bestandteil der Satzung wird der Lageplan vom 20. Februar 1989.

§ 3 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH/ GENEHMIGUNGSERFORDERNIS	§ 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 anzeigespflichtig und höchstens dreimal im Jahr für jeweils maximal 4 Wochen möglich. 8. Mechanisch oder durch Motoren angetriebene Werbeanlagen sind unzulässig.	(1) Die Festsetzungen dieser Satzung gelten für Werbeanlagen: im Sinne des § 2 (8) LBO sowie für Automaten aller Art (2) Als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung gelten auch ein bemaltes oder beschriftetes Fenster und Schaufenster, soweit die Voraussetzungen des § 2 (8) S. 1 LBO erfüllt sind. (3) Als Werbeanlage Im Sinne dieser Satzung gelten auch Wetterschutzeinrichtungen, soweit die Voraussetzungen des § 2 (8) S. 1 LBO erfüllt sind. (4) Werbeanlagen im Sinne der Absätze 1 bis 3 sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. (5) Für das Anbringen oder Aufstellen von Werbeanlagen im Sinne der Absätze (1) - (3) von mehr als 0,3 qm Größe und für das Anbringen oder Aufstellen von Automaten, die mehr als 0,5 qm Fassadenfläche in Anspruch nehmen, ist eine Genehmigung erforderlich.

§ 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 (Steckschild) 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 (Steckschilder) 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.

§ 4 EINORDNUNG IN DEN STRASSEN-/PLATZRAUM

- (1) Werbeanlagen, Automaten und Wetterschutzanlagen, sofern diese als Werbeträger dienen, 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 anzubringen.
3. Auskragende Werbeanlagen (Steckschilder) sind nur bis zu einer Auskragungstiefe von max. 90 cm zulässig.
4. Auskragende Werbeanlagen (Steckschilder) sind nur bis zu einer Konstruktionsbreite von max. 16 cm zulässig.
5. Sonstige Werbeanlagen und Automaten, die parallel zur Hausfassade angebracht werden, dürfen nicht mehr als max. 15 cm in den Straßenraum hineinragen.
6. Sofern Vordächer und feststehende Markisen als Werbeträger dienen, sind sie nur bis zu einer Auskragung von max. 1 m zulässig.
7. Ausfahrbare Markisen, die dem Sonnenschutz dienen und über Im ausgefahren werden, sind für Werbezwecke nicht zulässig.

- (2) In diesem Sinne der Unterordnung ist das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen und Automaten im weiteren unzulässig:

1. an Schornsteinen und Masten;

§ 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.	2. auf und vor Grün- und Erholungsflächen und auf daran angrenzenden Straßen und Plätzen, wenn sie die Sicht auf die Grün- und Erholungsflächen beeinträchtigen; 3. auf und unmittelbar vor den als Grünfläche oder gärtnerisch angelegter Fläche bebauter Grundstücke (z. B- Vorgärten); 4. an Bäumen; 5. an und auf Böschungen und Stützmauern; 6. an, auf und unter Brücken aller Art; 7. an und auf geneigten Dächern und bei Flachdächern über die äußere Gebäudebegrenzung hinaus. § 5 EINORDNUNG IN DIE FASSADE Werbeanlagen, Automaten und Wetterschutzanlagen, sofern diese als Werbeträger dienen, müssen sich in die architektonische Gestaltung der Fassade des jeweiligen Gebäudes einfügen. Hierbei gilt folgendes: 1. Pro Gliederungseinheit der Fassade darf nur eine Werbeanlage und in den dazugehörigen benachbarten Gliederungseinheiten keine Wiederholung vorgesehen werden. Über die zulässige Kombination von Produkt mit Art und Namen der Einrichtung, für die geworben werden soll, ist eine pure Firmenwerbung der jeweils angebotenen Produkte nicht zulässig. 2. Werbeanlagen und Automaten dürfen wesentliche Architekturteile wie z. B. Fenster- und Türöffnungen, Balkone, Loggien und Erker nicht verdecken sowie charakteristische Gestaltungselemente wie z. B. Gesimse, Lisenen, Torbögen, Sockelabsätze nicht überspielen und sichtbare Konstruktionsteile wie z. B. Stützen, Pfeiler, Mauerscheiben in ihrer optischen Wirksamkeit nicht wesentlich stören.
---	--

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.	3. Werbeanlagen und Automaten müssen in Länge, Höhe und Tiefe auf die vorgegebene Gliederung der Fassade Rücksicht nehmen, indem der Gestaltungsrhythmus aufgenommen wird. Sie müssen im Hausrand einen Abstand von mindestens 50 cm und zu architektonischen Gliederungselementen mindestens 20 cm Abstand einhalten.
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.	4. Vordächer müssen, sofern diese als Werbeträger dienen, in Konstruktion und Material leicht und transparent - optisch losgelöst wirken, um den architektonischen Zusammenhang zwischen Erdgeschoß und den oberen Geschossen nicht wesentlich zu stören. Von den seitlichen Gebäudekanten müssen sie einen Mindestabstand von 30 cm einhalten. Die Gliederung der Fassade (Eingang-Schaufenster) muß durch Unterbrechungen aufgenommen werden.
5. Die Farbe der Werbeanlagen muss auf die Farbe und Struktur der Fassade abgestimmt sein.	5. Markisen als Falt- und Rollenkonstruktion dürfen, sofern diese als Werbeträger dienen, nur in Verbindung mit Ladeneingängen und Schaufenstern angebracht werden. Sie müssen durch Unterbrechung die Gliederung der Fassade aufnehmen und dürfen die Breite von Eingang und Schaufenster jeweils nur unwesentlich überschreiten.
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.	6. Werbeanlagen als massives Gehäuse dürfen nicht auf Vordächer oder Markisen oder auch schon vorhandene Werbeanlagen direkt angebracht, daran angehängt oder daraufgestellt werden. Sie sollen maßstabsgerecht in den Werbeträger integriert sein.
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.	7. Die Farbe der Werbeanlagen, Automaten und Wetterschutzeinrichtungen, sofern diese als Werbeträger dienen, muß auf die Farbe und Struktur der Fassade abgestimmt sein. Grelle Farben, Tagesleucht- oder Reflexfarben sind unzulässig. Dasselbe gilt für die Beleuchtung von Werbeanlagen.
8. Eine zusammenhängende Werbeanlage ist generell auf das jeweilige Gebäude zu begrenzen.	8. Fenster- und Schaufensterflächen zu mehr als 1/5 der jeweiligen Fläche sowie Wandflächen ohne dafür genehmigte Werbeträger dürfen nicht verklebt werden.

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.	9. Punktuelle Veränderungen der Fassade nur Im Bereich der Werbeanlagen mit dem Ziel, die Werbeanlage hervorzuheben, dürfen nicht vorgenommen werden. Umgekehrt sollen Lichtquellen die Werbung lediglich punktuell (direkt oder auch indirekt) - und nicht in die Gesamtfassade - beleuchten. 10. Eine zusammenhängende Werbeanlage darf sich nicht über mehr als ein Gebäude erstrecken. 11. Mehrere Werbeanlagen und Automaten an einem Gebäude sowie Werbeanlagen benachbarter Gebäude sollen in ihrer Position, in ihrer Gestaltung und Farbe aufeinander abgestimmt sein. § 6 UNZULÄSSIGE WERBEANLAGEN (1) Werbeanlagen als massives Gehäuse mit einer Größe von mehr als 1 qm sind unzulässig. Ausnahmen können im Einzelfall zugelassen werden, wenn öffentliche Belange nicht entgegenstehen. (2) Mechanisch oder durch Motoren angetriebene Werbeanlagen sind unzulässig. (3) Werbeanlagen mit in kurzen Abständen wechselndem Licht sowie elektronische Laufschriften und Videoanlagen als Werbeanlagen sind unzulässig. § 7 ZUSÄTZLICHE ANFORDERUNGEN FÜR DIE ZONE 1 MARKTPLATZ/HOLZMARKT (1) Werbeanlagen sind nur in Form von Einzelbuchstaben (auch Schriftzügen) am Gebäude zulässig. Stechschilder aller Art sind an den Marktplatzfronten nicht
--	--

§ 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	zulässig. Im Restbereich der Zone 1 sind Stechschilder dann zulässig, wenn sie nicht selbstleuchtend und - im Sinne historischer Schilder - optisch transparent hergestellt sind. (2) Automaten sind auf den Straßen- und Platzfronten nicht zulässig. (3) Vordachwerbung ist nicht zulässig. (4) Markisen als Werbeträger sind im Marktplatzbereich nicht zulässig. Im Restbereich der Zone 1 sind bewegliche Markisen dann zulässig, wenn sie - je nach Wetterbedingung - eingefahren werden können. (5) Werbeanlagen an den Marktplatzfronten dürfen im Falle der Beleuchtung nur mit nichtfarbigem Licht angestrahlt oder auch hinterleuchtet werden. Selbstleuchtende Werbeanlagen sind nicht zulässig. Im Restbereich der Zone 1 sind selbstleuchtende zurückhaltende Einzelbuchstaben zulässig. § 8 BEFREIUNGEN Befreiungen von Vorschriften dieser Satzung können erteilt werden, wenn 1. städtebauliche und- gestalterische Gründe die Abweichung rechtfertigen oder 2. Grundsätze dieser Satzung nicht berührt werden und die Abweichung mit öffentlichen Belangen vereinbar ist.
--	--

- 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.	§ 9 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN Zu widerhandlungen gegen diese Satzung können gemäß S 74 Abs. 2 Ziff. 2 LBO i. V. m. § 74 Abs. 3 LBO als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis zu DM 100.000,-- geahndet werden. § 10 INKRAFTTRETEN Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Mit Inkrafttreten dieser Satzung treten innerhalb ihres Geltungsbereiches entgegenstehende Bestimmungen des Ortsrechts außer Kraft, Insbesondere die Ortsbausatzung über Außenwerbung vom 13.03.58 Der Gemeinderat der Stadt Ludwigsburg hat in seiner Sitzung vom 12.12.1990 die folgenden Bestimmungen über Werbeanlagen und Automaten im Bereich der Innenstadt als Satzung beschlossen.
---	--