

**- Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen --**

Konkordanz der ursprünglichen Fassung (GD 224/22) und der nach der Auslegung und anschließenden Beratungen überarbeiteten Fassung (GD 121/24)

Ursprüngliche Fassung	Vorschlag geänderte Fassung
<p>Anlage 2 zu GD 215/23</p> <p><b>Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen in der Ulmer Kernstadt und im Ortskern von Söflingen</b></p> <p><b>Teil B Textlicher Teil</b></p> <p>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 05.03.2010 (BGl. S. 358, ber. S. S. 416), zuletzt geändert durch Art. 3 des Gesetzes vom 7. Feb. 2023 (BGl. S. 26, 41) in Verbindung mit § 3 Abs. 2 und § 4 Abs. 2 des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.11.2017 (BGBl. I S. 3634), zuletzt geändert durch Art. 11 des Gesetzes vom 08.10.2022 (BGBl. I S. 1726), die folgende Satzung:</p> <p><b>Präambel</b></p> <p>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.</p> <p>Der technische Fortschritt in Lichttechnik und Digitalisierung, der die letzten Jahre stattgefunden hat, hat auf diesem Gebiet zu vorher kaum erahnten Möglichkeiten und zu einem immer leichteren Zugang zu diesen Werbemedien geführt, so dass sie gegenwärtig in immer stärkeren Maß genutzt werden. In den vorhandenen älteren und neueren Bebauungsplänen und örtlichen Bauvorschriften sind nur selten Festsetzungen hinsichtlich Lichtbild- und Wechsellichtwerbung enthalten. Der durch ihre</p>	<p>Anlage 2 zu GD 121/24</p> <p><b>Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen in der Ulmer Kernstadt</b></p> <p><b>Teil B Textlicher Teil</b></p> <p>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 (BGl. S. 357, 358, ber. S. S. 416), zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes vom 20. November 2023 (BGl. 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:</p> <p><b>Präambel</b></p> <p>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.</p> <p>Der technische Fortschritt in Lichttechnik und Digitalisierung der letzten Jahre hat auf diesem Gebiet zu vorher kaum erahnten Möglichkeiten und zu einem immer leichteren Zugang zu derartigen Werbemedien geführt, so dass sie gegenwärtig in immer stärkerem Maß genutzt werden. In den rechtgültigen Bebauungsplänen und örtlichen Bauvorschriften sind nur selten Festsetzungen hinsichtlich Lichtbild- und Wechsellichtwerbung enthalten. Der starken Zunahme dieser attraktiven und leicht</p>

hohe Attraktivität und ihre leichte Nutzbarkeit bedingten starken Zunahme derartiger Werbeanlagen steht damit kein wirkungsvolles Instrumentarium gegenüber, mit dem sich die weitere Entwicklung der Verwendung und Gestaltung dieser Anlagen in einer im Sinne von Stadtentwicklung und Stadtgesellschaft positiven Weise bewusst lenken lässt. Dies birgt insbesondere für die historisch gewachsenen Kernbereiche der Stadt, nämlich den Ulmer Kernstadtbereich sowie den historischen Ortsbereich von Söflingen, die Gefahr einer Überlastung des Stadtraumes durch ein Übermaß an Werbung, so dass die stadträumliche und gestalterische Erscheinung dieser Bereiche, damit auch die dortige Aufenthaltsqualität und letztendlich auch deren Stellung als Wirtschaftsstandort, Schaden zu nehmen drohen.

Um für die weitere Entwicklung dieser Bereiche einen einheitlichen, die weitere Entwicklung lenkenden Ordnungs- und Gestaltungsrahmen hinsichtlich Lichtbild- und Wechsellichtwerbung zu erhalten, die laufenden Anstrengungen der Stadt zur gestalterischen Aufwertung des öffentlichen Raumes nicht durch "Wildwuchs" bei derartigen Werbeanlagen konterkariert zu sehen und um negative Auswirkungen auf das gesamtstädtische Erscheinungsbild zu vermeiden, werden nachfolgende Punkte als Regelungsgrundlage für die weitere baurechtliche Beurteilung von Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung **für den Ulmer Kernstadtbereich und den historischen Söflinger Ortskern** festgelegt.

Diese Regelungen sind sowohl für das kleinmaßstäbliche stadträumliche Erscheinungsbild als auch für die gesamtstädtische Wirkung von großer Bedeutung. Sie sind darüber hinaus für eine transparente Gleichbehandlung aller Antragsteller erforderlich. Zugleich soll damit aber auch den berechtigten Ansprüchen heutiger Marketingkonzepte angemessen Rechnung getragen werden, um den unterschiedlichen Interessen der verschiedenen am Stadtleben beteiligten Gruppen bestmöglich gerecht zu werden.

Die Stadt Ulm ist sich bewusst, dass die Regelungen dieser Satzung aufgrund der sich schnelländernden technischen Möglichkeiten und des gegenwärtigen schnellen Wandels

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 dieser Bereiche, und damit deren Aufenthaltsqualität und letztendlich auch deren Stellung als Wirtschaftsstandort, droht infolgedessen Schaden zu nehmen.

Um für die weitere Entwicklung dieser Bereiche 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 weiter sukzessiven 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.

Die Stadt Ulm ist sich bewusst, dass die Regelungen dieser Satzung aufgrund der sich schnell ändernden technischen Möglichkeiten und des gegenwärtigen schnellen Wandels im

insbesondere im Bereich des Handels in geeigneten zeitlichen Abständen einer Überprüfung und ggf. einer Anpassung bedürfen.

**§ 1. Anwendungsbereich**

(1) Diese Satzung gilt für die Errichtung, die Änderung und die Instandhaltung aller Anlagen der Außenwerbung, bei denen es sich um Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen im Sinne von § 2 handelt. Ausgenommen sind Anlagen auf öffentlichen Straßen bzw. öffentlichen Flächen im alleinigen Besitz der Stadt Ulm, für die hinsichtlich Anzahl, Gestaltung, Positionierung und Inhalten gesonderte vertragliche Regelungen mit der Stadt Ulm bestehen oder erforderlich sind.

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

(3) Weitergehende gesetzliche Regelungen insbesondere des Denkmalschutzrechts, des Natur- und Immissionschutzrechts 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 § 2 Abs. 9 LBO handelt, als auch Anlagen, deren Werbewirkung auf dem bloßen Wecken von Aufmerksamkeit durch das Vorhandensein von leuchtenden oder bewegten bzw. schnellwechselnden Elementen, Darstellungen oder Motiven beruht.

(2) **Wechsellichtwerbeanlagen** sind alle Anlagen der Lichtwerbung, bei denen Wechsel und Bewegung in Motiv, Helligkeit, Kontrast und Farbe über das bloße tageszeitlich bedingte An- und Ausschalten sowie über die bloße tageszeitlich bedingte Helligkeitsanpassung hinausgehen. Hierzu zählen insbesondere Bildschirme, Monitore, Screens und Projektionsflächen jeglicher Art

Bereich des Handels in geeigneten zeitlichen Abständen einer Überprüfung und ggf. einer Anpassung bedürfen.

**§ 1. Anwendungsbereich**

(1) Diese Satzung gilt für die Errichtung, die Änderung und die Instandhaltung aller Anlagen der Außenwerbung, bei denen es sich um Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen im Sinne von § 2 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 tageszeitliches Ein- und Ausschalten sowie Helligkeitsanpassungen hinausgeht.

(3) Weitergehende gesetzliche Regelungen insbesondere des Denkmalschutzrechts, des Natur- und Immissionschutzrechts 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.

(3) **Wechsellichtwerbeanlagen** sind alle Anlagen der Lichtwerbung, bei denen Wechsel und Bewegung in Motiv, Helligkeit, Kontrast und Farbe über das bloße tageszeitlich bedingte An- und Ausschalten sowie über tageszeitliche Helligkeitsanpassungen hinausgehen. **Hierzu zählen insbesondere Monitore, Screens und Projektionsflächen jeglicher Art, auf denen wechselnde Bilder und**

und Technologie. Hierzu zählen auch alle derartigen Anlagen, deren Werbewirkung auf dem bloßen Wecken von Aufmerksamkeit durch das Vorhandensein von leuchtenden oder bewegten, sich verändernden oder schnellwechselnden Elementen, Darstellungen oder Motiven beruht.

Keine Wechsellichtwerbeanlagen sind Lichtbildwerbeanlagen nach Abs. (3).

(3) **Lichtbildwerbeanlagen** sind alle Anlagen der Lichtwerbung, die in Form von Leuchtkästen, Bildschirmen, Monitoren und Projektionsflächen jeglicher Art und Technologie dauerhafte oder wechselnde, unbewegte leuchtende Bilder und Motive zeigen und bei denen Wechsel in Helligkeit, Kontrast und Farbe nicht über das bloße tageszeitlich bedingte An- und Ausschalten sowie über die bloße tageszeitlich bedingte Helligkeitsanpassung hinausgehen. Hierzu zählen auch alle derartigen Anlagen, deren Werbewirkung auf dem bloßen Wecken von Aufmerksamkeit durch das Vorhandensein von leuchtenden oder schnellwechselnden Elementen, Darstellungen oder Motiven beruht.

Keine Lichtbildwerbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind beleuchtete, hinterleuchtete oder selbstleuchtende Schriftzüge mit Firmennamen, Firmenlogos und Stechschilder.

(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 den beiden folgenden kleinmaßstäblichen Übersichtsplänen dargestellt.

Eine parzellenscharfe Darstellung des Geltungsbereichs dieser Satzung liegt in Form von zwei ausgedruckten großmaßstäblichen Plänen (Übersichtsplan Ulmer Kernstadt und Übersichtsplan Ortskern Söflingen vom 31.05.2023, siehe Anlage 1) bei der Stadtverwaltung Ulm, Hauptabteilung Stadtplanung, Umwelt und Bauen, und ist beim Bürgerservice Bauen zu den dortigen

Motive mit einer Mindeststandzeit von weniger als 24 Stunden, animierte oder teilanimierte Bilder, bewegte Bilder oder Filme gezeigt werden.

(2) **Lichtbildwerbeanlagen** sind alle Anlagen der Lichtwerbung, die in Form von Leuchtkästen, Monitoren oder Projektionsflächen jeglicher Art dauerhafte oder mit einer Mindeststandzeit von 24 Stunden unbewegte Motive zeigen und bei denen Wechsel in Helligkeit, Kontrast und Farbe nicht über das bloße tageszeitlich bedingte An- und Ausschalten und über tageszeitliche Helligkeitsanpassungen hinausgehen.

(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:

Eine parzellenscharfe Darstellung des Geltungsbereichs dieser Satzung liegt in Form eines ausgedruckten großmaßstäblichen Planes (Übersichtsplan vom 03.04.2024, siehe Anlage 1) bei der Stadtverwaltung Ulm, Hauptabteilung Stadtplanung, Umwelt und Bauen, und ist beim Bürgerservice Bauen zu den dortigen Öffnungszeiten öffentlich

Öffnungszeiten öffentlich einsehbar. **Diese beiden Pläne** sind als "Teil A Zeichnerischer Teil" Bestandteil der Satzung.

**Aufgrund von unterschiedlichen städtebaulichen, architektonischen und denkmalpflegerischen Qualitäten ist der Geltungsbereich dieser Satzung nochmals in unterschiedliche Planbereiche gegliedert. Auch diese sind in den genannten Plänen dargestellt.**

#### § 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.

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.**

Durch die Werbeanlagen 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 u.a. durch die Gestaltung und räumliche Anordnung der Werbeanlage muss ausgeschlossen sein. Anlagen der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung müssen blendfrei gestaltet sein.

Aufgrund ihrer Einwirkung auf benachbarte Wohnnutzungen ist ihr Betrieb nur zwischen 6:00 Uhr und 24:00 Uhr, innerhalb von Wohngebieten (Wohngebiete gem. BauNVO WS, WR, WA, WB) nur von 6:00 bis 22:00 Uhr zulässig.

(2) Zulässigkeit und besondere Gestaltungsregelungen

Die Regelungen hinsichtlich Zulässigkeit und Gestaltung werden im Folgenden entsprechend der Wertigkeit der einzelnen Planbereiche wie folgt festgesetzt:

Planbereich A und C

Anlagen der Lichtbildwerbung sind nur unter den folgenden Voraussetzungen zulässig:

- Nur am Ort der Leistung. Es dürfen der eigene Betrieb und die in diesem zum Verkauf angebotenen Waren beworben werden.
- Nur im Gebäudeinneren
- Nur im Erdgeschoßbereich
- Ansichtsfläche maximal 70 cm breit und 140 cm hoch
- Aufstellung mindestens 70 cm hinter der Scheibe von Tür oder Schaufenster. Bei Anlagen mit einer Ansichtsfläche von maximal 40/60 cm kann dieser Abstand auf 30 cm reduziert werden.
- Bildwechsel frühestens nach einer Mindestzeit von 10 Minuten.

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.

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.

Vorzugsweise sind hochrechteckige Bildformate zu verwenden.

(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.

- Bildübergangszeit mindestens 1 Sekunde.
- Beim Bildwechsel keine abrupten Wechsel in Farbe, Helligkeit oder Kontrast.
- Maximal je Nutzungseinheit 1 Anlage je Straßenfront, bei einer Länge der Schaufenster von über 10 m je Straßenfront jeweils 1 Anlage je Straßenfront je begonnene 10 m Schaufensterlänge der betreffenden Straßenfront.

Anlagen der Wechsellichtwerbung sowie auch Einzelelemente derselben sind nicht zulässig, insbesondere bewegte Bilder oder Filme, animierte oder teilanimierte Elemente, Blitzen, Blinken, Laufen, Farb- und Helligkeitswechsel. Das Abspielen von Tönen und Lauten jeglicher Art ist nicht zulässig.

#### Planbereiche B und D

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

- Nur am Ort der Leistung. Es dürfen der eigene Betrieb und die in diesem zum Verkauf angebotenen Waren beworben werden.
- Nur im Gebäudeinneren.
- Nur im Erdgeschoßbereich.
- Ansichtsfläche maximal 2,0 m<sup>2</sup>.
- Aufstellung mindestens 70 cm hinter der Scheibe von Tür oder Schaufenster. Bei Anlagen mit einer Ansichtsfläche von maximal 40/60 cm kann dieser Abstand auf 30 cm reduziert werden.
- Animierte Teilelemente innerhalb des Gesamtbildes sind zulässig, maximal je ein in der Gesamtansicht untergeordnetes Einzelelement in Slow Motion (Zeitlupengeschwindigkeit) mit nicht mehr als 10 % der Gesamtfläche des Bildschirmes, maximal in jedem 5. Bild.

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

Die Ansichtsfläche von Wechsellichtwerbeanlagen ist von der maximalen Ansichtsfläche für Lichtbildwerbeanlagen abzurechnen.

- Bildwechsel frühestens nach einer Mindeststandzeit von 20 Sekunden.
- Bildübergangszeit mindestens 0,5 Sekunde.
- Beim Bildwechsel keine abrupten Wechsel in Farbe, Helligkeit oder Kontrast.
- Maximal je Nutzungseinheit 1 Anlage je Straßenfront, bei einer Länge der Schaufenster von über 10 m je Straßenfront jeweils 1 Anlage je Straßenfront je begonnene 10 m der Schaufensterlänge der betreffenden Straßenfront.

Das Abspielen von Filmen ist unter den folgenden zusätzlichen Bedingungen möglich:

- Ansichtsfläche der Werbeanlage maximal 60 cm breit und 120 cm hoch.
- Keine abrupten Wechsel in Farbe, Helligkeit oder Kontrast, kein Blitzen und Blinken.
- Bewegung/Abspielgeschwindigkeit maximal in realer, lebensechter Geschwindigkeit, keine schnellbewegten Szenen, Motive oder Einzelsequenzen, kein Wackeln, Rucken, Zucken, keine Blink- oder Blitzeffekte.
- Auf maximal einer Anlage je Gewerbeeinheit.
- Nur während der Öffnungszeit des Betriebes, maximal von 9:00 bis 17:00 (im Winterhalbjahr) bzw. 19:00 Uhr im Sommerhalbjahr.
- Nicht in unmittelbarer Nähe von Lichtsignalanlagen und stark frequentierten Kreuzungsbereichen.

Darüber hinaus gehende Anlagen oder Elemente der Wechsellichtwerbung (u.a. Blitzen, Blinken, Laufen, Farb- und Helligkeitswechsel) sowie das Abspielen von Tönen und Lauten jeglicher Art sind nicht zulässig.

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) sowie das Abspielen von Tönen und Lauten jeglicher Art sind nicht zulässig.

(3) In allen Planbereichen können an die Gestaltung sowie an Anzahl und Größenbeschränkung zusätzliche Anforderungen gestellt werden, wenn aufgrund einer besonderen stadträumlichen Situation die einzelnen Werbeanlagen übermäßig in Erscheinung treten.

(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 Kulturdenkmalen von besonderer Bedeutung.

**§ 6 Kenntnisgabepflicht verfahrensfreier Anlagen**

Anlagen der Außenwerbung in Form von Wechsellichtwerbung, die nach § 50 LBO verfahrensfrei sind, bedürfen bei einer Ansichtsfläche von 0,5m<sup>2</sup> bis 1,0 m<sup>2</sup> der Durchführung eines Kenntnisgabeverfahrens (§ 74 Abs. 1 Satz 1 Nr. 6 LBO).

**§ 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 Kulturdenkmalen gem. § 2 DschG, innerhalb denkmalgeschützter Gesamtanlagen gem. § 19 DschG und im Umgebungsschutzbereich von Kulturdenkmalen von besonderer Bedeutung gem. § 12 und § 28 DSchG Baden-Württemberg einer denkmalschutzrechtlichen Genehmigung. Auch aus anderen Gesetzen und Rechtsvorschriften, z.B. Natur- und Artenschutz, Immissionsschutz etc., kann sich die Notwendigkeit einer Genehmigung ergeben.

**§ 7 Beratungsgebot**

Eine gestalterische Beratung durch die Stadt Ulm vor der Stellung eines Antrages auf Genehmigung bzw. der Einreichung der Kenntnisgabeunterlagen wird dringend empfohlen.

**§ 8 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

**§ 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

Anlagen außerhalb des unmittelbaren Schaufensterbereichs.

(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.

#### § 9 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.

#### § 10 Inkrafttreten

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

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.