



Sachbearbeitung	SUB - Stadtplanung, Umwelt, Baurecht		
Datum	01.09.2022		
Geschäftszeichen	SUB III – SB/Uhl		
Beschlussorgan	Fachbereichsausschuss Stadtentwicklung, Bau und Umwelt	Sitzung am 27.09.2022	TOP
Behandlung	öffentlich		GD 224/22

---

**Betreff:** Regulierungsbedarf für Lichtwerbung im Stadtgebiet  
- Beschluss zur Erarbeitung einer Satzung -

**Anlagen:**

1	Teil A Zeichnerischer Teil	(Anlage 1a+b)
1	Teil B Textlicher Teil	(Anlage 2)
1	Teil C Liste der rechtskräftigen Bebauungspläne im Geltungsbereich der Satzung	(Anlage 3)

**Antrag:**

1. Die Aufstellung einer "Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen in der Ulmer Kernstadt und im Ortskern von Söflingen" i.S.v. § 74 Abs. 1 Nr. 2 LBO zu beschließen.
2. Die öffentliche Auslegung i.S.v. § 74 Abs. 6 LBO in Verb. mit § 3 Abs. 2 BauGB sowie die Beteiligung der Behörden und der sonstigen Träger öffentlicher Belange gem. § 4 Abs. 2 BauGB durchzuführen.

Christ

---

Zur Mitzeichnung an:	Bearbeitungsvermerke Geschäftsstelle des Gemeinderats:
BM 3, C 3, LI, OB, SAN, VGV _____	Eingang OB/G _____
_____	Versand an GR _____
_____	Niederschrift § _____
_____	Anlage Nr. _____

## **Sachdarstellung:**

### **I. Kurzdarstellung**

In den letzten Jahren sind neben den traditionellen Formen der Werbung in großem Umfang neue Werbeanlagen auf den Markt gekommen, die mit großen Bildschirmen, Monitoren oder Projektionen die Möglichkeit bieten, großflächig nicht nur wechselnde, sondern auch bewegte Bilder, von Festbildern mit teilanimierten Elementen über einzelne Videosequenzen bis hin zu regelrechten Videofilmen, zu präsentieren. Aufgrund ihrer großen Auffälligkeit besteht bei solchen Formen der Werbung besonders stark die Gefahr, dass sie negativ auf das Stadtbild, insbesondere die historischen Kernbereiche wirkt und damit die Attraktivität von Straßen- und Stadträumen erheblich mindert. Die allgemeinen gesetzlichen Regelungen und die in den örtlichen Bauvorschriften der Stadt Ulm enthaltenen Regelungen und Festsetzungen bieten in vielen Planbereichen nur wenig oder gar keine Handhabe, diesem Problem effektiv zu begegnen. Die vorliegende Satzung soll deshalb die bestehenden einschlägigen Regelungen zu Werbeanlagen durch Festsetzungen zu Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen ergänzen.

### **II. Sachdarstellung**

#### **1. Ausgangslage**

Die Ulmer Kernstadt und der Ortskern von Söflingen sind als historische Kernbereiche die zentralen und wichtigsten, in besonderem Maße auch identitätsstiftenden Bereiche der Ulmer Gesamtstadt. Die Kernstadt und der Söflinger Ortskern besitzen eine hohe Attraktivität als Standorte für Wohnen und Gewerbe, letzteres insbesondere für Handel und Gastronomie. Diese Bereiche besitzen aber auch eine hohe Aufenthaltsqualität, die sie nicht nur für Einheimische, sondern auch für auswärtige Besucher zu einem überregional wichtigen Anziehungspunkt machen. Der öffentliche Raum ist für Anwohner und Besucher ein Ort der Begegnung und des kulturellen Austausches, des sozialen Lebens und der Identitätsbildung. Besonderer Wert kommt der Ulmer Kernstadt auch durch die hochrangigen Kulturdenkmale wie dem Ulmer Münster und dem Stadthaus und auch durch drei großflächige denkmalgeschützte Gesamtanlagen zu; zudem konzentrieren sich im Kernstadtbereich anspruchsvolle architektonische Baugestaltung etwa in der Neuen Mitte sowie eine Vielzahl von kulturellen Einrichtungen. Höhepunkt des Söflinger Ortskerns ist hingegen der sog. Klosterhof als Rest des einstigen Söflinger Klarissenklosters, das einst als eines der größten seiner Art in Deutschland galt.

Es ist das ausdrückliche Ziel der Stadt Ulm, die Attraktivität des Kernstadtbereichs und des Söflinger Ortskerns dauerhaft zu erhalten und dort vorhandene Problemzonen entsprechend zu verbessern.

Schon in der Vergangenheit hat die Stadt Ulm große Anstrengungen unternommen, um den Kernstadtbereich als Wohn- und Gewerbestandort zu verbessern. Hierzu gehören etwa mehrere Sanierungsgebiete der Städtebauförderung, umfangreiche Instandsetzungen an historischen, unter Denkmalschutz stehenden Gebäuden, die Neubebauung in der Neuen Mitte, aber auch Projekte wie die Sedelhöfe und die Neugestaltung des Bahnhofplatzes. Auch laufende und zukünftige Maßnahmen wie das Sanierungsgebiet Wengenviertel, die Neugestaltung der Wengengasse und die vorgesehene Neugestaltung von Bahnhofstraße/Hirschstraße zielen in dieselbe Richtung. Auch im

Söflinger Ortskern ist mit umfangreichen Sanierungsmaßnahmen und der konsequent denkmalgerechten Sanierung des Klosterhofes derselbe Weg beschritten worden. Dabei war und ist der Stadt immer wichtig, die Belange der verschiedenen Interessensgruppen - Anwohner, Besucher, Handel und Gewerbe, Kulturschaffende etc. - gleichermaßen zu berücksichtigen und in einem gesunden Gleichgewicht zu halten.

## **2. Leitbild Werbeanlagen**

Hohe Bedeutung im Erscheinungsbild der Kernstadt wie auch des Söflinger Ortskerns kommt dabei den Werbeanlagen zu. Der Wunsch insbesondere von Handel und Gewerbe, über Werbeanlagen auf sich aufmerksam zu machen und dadurch seine wirtschaftliche Situation zu verbessern, wird dabei seitens der Stadt als unzweifelhaft berechtigtes Interesse anerkannt.

Genauso wird aber auch gesehen, dass eine Überzahl an Werbeanlagen wie auch eine unbefriedigende Gestaltung von Werbeanlagen einen negativen Einfluss auf die Erscheinung des Stadtraumes haben und damit dessen Attraktivität schmälern. Umfang und Erscheinung der Werbeanlagen prägen den Stadtraum maßgeblich mit. Sie nehmen unmittelbaren Einfluss auf die dortige Aufenthaltsqualität. Aus diesem Grunde sind schon in vielen älteren und in praktisch allen neueren Bebauungsplänen örtliche Bauvorschriften verankert, die Vorschriften zu Platzierung, Größe und Art der Werbeanlagen erhalten. Zudem hat die Stadt Ulm im Jahr 2019 "Gestaltungsgrundsätze für Werbeanlagen im Kernstadtbereich, Wohn- und Mischgebieten" festgelegt (vgl. GD 279/20), um für Planung und Beurteilung dortiger Werbeanlagen einheitliche Maßstäbe transparent zu machen.

## **3. Sonderfall Lichtbild- und Wechsellichtwerbung**

### **3.1. Beschreibung**

Ein wesentlicher Baustein von Werbeanlagen sind traditionellerweise sog. Lichtwerbeanlagen, d.h. leuchtende oder beleuchtete Werbeanlagen, bei denen die Werbung durch das Leuchten besonders hervorgehoben und auffällig gemacht wird. Aufgrund ihrer großen Auffälligkeit besteht bei Lichtwerbung aber auch besonders stark die Gefahr, dass sie negativ auf das Stadtbild wirkt und damit die Attraktivität von Straßen- und Stadträumen mindert. Insbesondere dann, wenn Mittel wie besonders grelle und helle Farben, Elemente wie Licht- und Farbwechsel oder laufende Lichter und Schriften Verwendung finden, die üblicherweise unter dem Oberbegriff der Wechsellichtanlagen zusammengefasst werden.

### **3.2. Bisherige Situation**

Ältere Ortsbausatzungen wie die Ulmer Ortsbausatzung, die Ulmer Staffelbauordnung oder das "Ortsbaustatut für die Vorstadt Söflingen" von 1906, die in vielen Bereichen der Stadt Ulm heute noch Geltung besitzen, aber auch die meisten älteren Bebauungspläne gehen auf derartige Wechsellichtanlagen nicht oder allenfalls am Rande ein. Diese Art von Werbeanlagen ist seinerzeit aufgrund der damaligen technischen Voraussetzungen nicht oder nur sehr eingeschränkt zur Anwendung gekommen; den wenigen Einzelfällen konnte allenfalls mit dem in den gesetzlichen Regelungen enthaltenen allgemeinen Verunstaltungsverbot Einhalt geboten werden.

Mit zunehmender Weiterentwicklung der Lichtwerbetechniken, die auch Wechsellichtwerbeanlagen zu preiswerten und damit allgemein verwendbaren Werbeträgern gemacht haben, ist die Gefahr der Verunstaltung und der dadurch bedingten Abwertung des Straßen- und Stadtraumes durch derartige Werbeanlagen sehr stark gestiegen. Dem ist in neueren Bebauungsplänen zunächst zögerlich, dann aber konsequent dadurch begegnet worden, dass Werbeanlagen mit Lichtwechsel sehr stark eingeschränkt oder meist auch grundsätzlich untersagt worden sind. Vom Wortlaut her erfasst wurden dabei zumeist Anlagen, die mit Blink- und Blitzlicht, mit grellen Farben, großer Lichtstärke, Lauflicht und Wechseln in Helligkeit und Farbe operieren. Damit war in den entsprechenden Planbereichen ein Großteil der in den vergangenen Jahrzehnten als Werbemittel bekannten Wechsellichtanlagen untersagt worden.

### 3.3. Neue Entwicklungen

In den letzten Jahren sind neben den genannten traditionellen Wechsellichtanlagen in großem Umfang neue Werbeanlagen auf den Markt gekommen, die mit großen Bildschirmen, Monitoren oder Projektionen die Möglichkeit bieten, großflächig nicht nur wechselnde, sondern auch bewegte Bilder, von Festbildern mit teilanimierten Elementen über einzelne Videosequenzen bis hin zu regelrechten Videofilmen, zu präsentieren. Der technische Fortschritt der letzten Jahre hat diese Anlagen zunehmend preiswerter gemacht, so dass sie inzwischen sehr stark auf den Markt drängen. Derartige Anlagen ersetzen dabei nicht nur vorherige als Werbeanlagen genehmigte Festbilder, sondern auch an sich nach LBO genehmigungsfreie Schaufensterdekorationen und Anzeige- oder Anschlagtafeln. Dabei vermitteln sie nicht nur traditionelle statische Werbebotschaften, sondern versuchen darüber hinaus durch grelle und schnelle Lichtwechsel, kurzzeitige und schnelle Bildwechsel und durch das Abspielen von bewegten Bildern und Videos, teils mit schnellen ruckhaften Bewegungen und abrupten Bildwechseln, in erster Linie Aufmerksamkeit zu erwecken.

Die in der jüngsten Vergangenheit in Ulm wie auch in anderen Städten entstandenen derartigen Anlagen zeigen, dass sie eine erhebliche Gefahr bergen, sich negativ auf Straßen- und Stadtbild auszuwirken. Lichteffekte und schnell wechselnde oder bewegte Bilder erzeugen eine große Menge starker und vielfältiger Sinnesreize, die die Aufmerksamkeit der Passanten viel stärker in Anspruch nehmen, als statische Werbeanlagen. Dies führt sehr schnell zu einer zunehmenden optischen Dominanz der Werbeanlagen im Stadtbild und damit zu einer starken Empfindung der Verunstaltung des Straßen- und Stadtraums.

Mit durch derartige Anlagen bedingter Verunstaltung, Reizüberflutung und Ablenkung droht der Ulmer Kernstadt und dem Söflinger Ortskern die Gefahr, einen Teil ihrer traditionellen Erscheinung und Attraktivität zu verlieren.

Zudem gilt es auch - schon allein im Interesse der Gesamtheit der Werbenden - einem durch zunehmende Vergrößerung von Zahl, Größe und Auffälligkeit der Werbeanlagen stattfindenden Überbietungswettbewerb im Bereich der Werbeanlagen entgegenzuwirken. Dieser würde letztendlich neben einer Verschandelung des Stadtbildes auch dazu führen, dass die einzelnen Werbeanlagen in der Menge der Gesamtheit der Werbeanlagen untergehen und infolgedessen wieder die Attraktivität des Geschäftsstandortes für die Gewerbetreibenden Schaden nehmen würde.

Diesen genannten Gefahren möchte die Stadt Ulm durch den vorliegenden Erlass von Regelungen zur Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen entgegensteuern.

### 3.4. Handlungserfordernis

Die zum Thema der Lichtbild- und Wechsellichtanlagen bestehenden allgemeinen gesetzlichen Regelungen und die in den örtlichen Bauvorschriften der Stadt Ulm enthaltenen Regelungen und Festsetzungen bieten in vielen Planbereichen nur wenig oder gar keine Handhabe, diesem Problem effektiv zu begegnen. So fehlen in vielen Planbereichen derartige Festlegungen weitgehend oder zur Gänze, und regelhaft fehlen auch ausreichende Möglichkeiten, bei an sich als Werbeanlagen genehmigten Anlagen dieser Art auf die Gestaltung der auf diesen Anlagen präsentierten Werbeinhalte Einfluss zu nehmen.

Vom Grundsatz her muss betont werden, dass die Stadt Ulm das Interesse von Handel und Gewerbe, auch mit derartigen modernen Medien für sich werben zu können, respektiert. Schnell und preisgünstig auch wechselnde Inhalte, neue und aktuelle Angebote und Informationen darstellen zu können, gehört zu den Faktoren, die Handel und Gewerbe stärken und damit auch die Kernbereiche der Stadt als Standorte für Handel und Gewerbe festigen. Entsprechende Werbeanlagen sind deshalb aus städtischer Sicht nicht grundsätzlich negativ zu beurteilen, sondern können bei richtiger Anwendung als positive Bausteine für die Stadtentwicklung betrachtet werden.

Von daher ist es nicht Ziel der Stadt, derartige Werbeanlagen grundsätzlich zu verbieten. Vielmehr ist es das Ziel, ihre Verwendung hinsichtlich Art, Größe, Platzierung und Inhalten soweit zu lenken, dass diese Anlagen den Ansprüchen an Stadtbild und Aufenthaltsqualität gerecht werden, gleichzeitig aber auch Handel und Gewerbe Möglichkeiten zu geben, diese modernen Werbemedien zu ihrem Vorteil zu nutzen.

Die vorliegende Satzung soll deshalb zur Erreichung der genannten Ziele in ihrem Geltungsbereich die bestehenden einschlägigen Regelungen zu Werbeanlagen durch Festsetzungen zu Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbungsanlagen ergänzen.

### 3.5. Räumliche Abgrenzung

Die Festlegung des Geltungsbereiches dieser Satzung und der von ihr umfassten unterschiedlichen Plangebiete orientiert sich an der städtebaulichen, denkmalpflegerischen und historischen Qualität der vorhandenen Bebauung (vgl. Anlage 1, Teil A Zeichnerischer Teil). Die Ulmer Kernstadt in ihrer Ausdehnung von den heutigen Bahnanlagen im Westen, der Olgastraße im Norden, der Münchner Straße im Osten und der Donau im Süden darf dabei als historisch gewachsenen organisches Ganzes gesehen werden, das sich klar von den umgebenden Stadtquartieren absetzt. Innerhalb dieses Kernstadtbereiches kommt den drei denkmalgeschützten Gesamtanlagen "Fischer- und Handwerkerviertel", "Nördlich des Münsters" und "Auf dem Kreuz", dem Umgriff von Münsterplatz und Rathaus sowie der Neuen Mitte aufgrund der Vielzahl historischer Bauten und Straßenbilder sowie hochwertiger städtebaulicher Lösungen eine erhöhte Bedeutung zu. Im Söflinger Ortskern ist es der historische Kloster- und Ortsbereich, den es zu schützen und weiterzuentwickeln gilt. Die gewachsene Siedlungsstruktur wird in Söflingen vor allem in den Randbereichen stark von jüngeren Veränderungen überlagert, so dass die Gebietsabgrenzung nicht wie in der Ulmer Kernstadt klaren Achsen folgen kann, sondern in kleinteiliger Führung versuchen muss, den für das Empfinden des historischen und zentralen Ortsbereiches wichtigen Umgriff einzufassen. Auch in Söflingen ist mit dem "Klosterhof" und dem ihm vorgelagerten Gemeindeplatz ein Bereich vorhanden, der aufgrund der gut erhaltenen und zum Großteil auch als Ensemble denkmalgeschützten Bausubstanz eine erhöhte Bedeutung besitzt. Dementsprechend werden sowohl in der Ulmer Kernstadt als auch in

Söflingen je zwei unterschiedliche Plangebiete ausgewiesen, in denen die jeweiligen Festsetzungen auf die jeweiligen Wertigkeiten Rücksicht nehmen.

Nicht als eigene Plangebiete ausgewiesen sind Bereiche mit einer starken Dominanz von teils großflächigem Handel und Gewerbe wie etwa der Bereich Sedelhöfe/Bahnhofstraße/Hirschstraße in Ulm. Um evtl. weitergehenden Interessen hier ansässiger Gewerbetreibender gerecht zu werden, wird jedoch die Möglichkeit vorgesehen, auf der Basis von mit der Stadt Ulm abgestimmten gesamtheitlichen Werbekonzepten Ausnahmen von den Festlegungen dieser Satzung zu realisieren.

### 3.6. Anwendungsbereich

In inhaltlicher Hinsicht ist wichtig, dass sich die Geltung dieser Satzung nicht nur auf Werbeanlagen erstreckt, bei denen es sich explizit um Werbeanlagen im Sinne von § 2 Abs. 9 LBO handelt, sondern um alle Anlagen, die mit Hilfe von Lichtbild- und Wechsellichttechnik Werbezwecken oder allein der Erzielung von Aufmerksamkeit dienen. Dies ergibt sich daraus, dass moderne Lichtbild- und Wechsellichtanlagen meist einen unkomplizierten und schnellen Wechsel der Inhalte ermöglichen und somit im eine Abgrenzung zwischen Werbeanlagen im Sinne von § 2 Abs. 9 LBO und solchen nicht im Sinne von § 2 Abs. 9 LBO kaum möglich ist.

### 3.7. Bestehende Bebauungspläne

Innerhalb der Grenze des räumlichen Geltungsbereichs dieser Satzung werden die örtlichen Bauvorschriften der bestehenden rechtsverbindlichen Bebauungspläne (vgl. Anlage 3, Teil C Liste der rechtskräftigen Bebauungspläne) je nach Tiefe der jeweiligen Restriktionen durch die Bestimmungen dieser Satzung entweder ersetzt oder bleiben davon unangetastet. Von den Regelungen dieser Satzung nicht berührte Bestimmungen der örtlichen Bauvorschriften im jeweiligen Geltungsbereich der rechtsgültigen Bebauungspläne bleiben unberührt.

### 3.8. Inhalt der Regelungen

Die Regelungen dieser Satzung zielen darauf ab, ein Überborden der Lichtbild- und Wechsellichtwerbung und eine dadurch hervorgerufene Reizüberflutung und übermäßige Ablenkung in den entsprechenden Planbereichen zu verhindern. Hierzu werden Anzahl und Größe der einzelnen Anlagen reguliert und reine Aufmerksamkeitserwecker wie Blitzen, Blinken, starke Wechsel in Helligkeit und Kontrast etc., untersagt. Je nach Wertigkeit des Planbereiches werden unterschiedliche Regelungen hinsichtlich des Wechsels der Motive und der Verwendung animierter Teilelemente festgelegt.

In der Satzung sind, differenziert nach Stadtfeldern und deren stadträumlicher Bedeutung, folgende wesentliche Regelungen vorgesehen (vgl. Anlage 2, Teil B Textlicher Teil):

- Aufstellung von Anlagen nur am "Ort der Leistung", im Gebäudeinneren im Erdgeschoß zulässig.
- Reduzierung der Anzahl von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen auf maximal eine Anlage je begonnene 10 m Schaufensterfront je Nutzungseinheit.
- Aufstellung der Anlagen mit von der Größe abhängigem Abstand hinter den Schaufensterscheiben.

- Begrenzung der Größe der einzelnen Anlagen auf 70/140 cm in den städtebaulich und denkmalpflegerisch höherwertigen Bereichen und auf 2,0 m<sup>2</sup> in den anderen Bereichen.
- Untersagung von bewegten Bildern oder Filmen in den städtebaulich und denkmalpflegerisch höherwertigen Bereichen. Ebenso in den anderen Bereichen, hier sind jedoch animierte Teilelemente möglich.
- Festlegung der Mindeststandzeiten einzelner Bilder auf 10 Minuten in den städtebaulich und denkmalpflegerisch höherwertigen Bereichen und 30 Sekunden in den anderen Bereichen.
- Langsamer Übergang von einem Motiv zum anderen und keine abrupten Wechsel in Farbe, Helligkeit und Kontrast.
- Im Einzelfall, insbesondere bei besonders großen Gebäuden oder besonders großen Schaufensterfronten, ist ein Abweichen von den Regelungen möglich, wenn dies im Rahmen eines mit der Stadtverwaltung abgestimmten Werbekonzeptes für das Gesamtgebäude erfolgt.

#### **4. Beteiligung der Öffentlichkeit, der Behörden und der Träger öffentlicher Belange**

Die Hauptabteilung Stadtplanung, Umwelt, Baurecht der Stadt Ulm hat den Entwurf der Satzung über die Zulässigkeit und Gestaltung von Lichtbild- und Wechsellichtwerbeanlagen in der Ulmer Kernstadt und im Ortskern von Söflingen in der Fassung vom 01.09.2022 vorbereitet, der nun öffentlich ausgelegt werden kann.

Nähere Erläuterungen zum Entwurf der Satzung erfolgen anhand der Planunterlagen in der Sitzung des Fachbereichsausschusses Stadtentwicklung, Bau und Umwelt.