

Stadt Bad Liebenzell
Landkreis Calw

**Neufassung der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen
im Stadtgebiet von Bad Liebenzell**

Aufgrund von § 74 Abs. 1 Nr. 2 und Nr. 6 sowie § 75 der Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) i.V.m. § 4 der Gemeindeordnung (GemO) für Baden-Württemberg in der jeweils gültigen Fassung, hat der Gemeinderat der Stadt Bad Liebenzell in öffentlicher Sitzung vom 19.02.2019 als örtliche Bauvorschrift folgende Satzung beschlossen:

Inhaltsübersicht:

Präambel/Begründung

I. Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Sachlicher Geltungsbereich
- § 2 Räumlicher Geltungsbereich
- § 3 Allgemeine Anforderungen
- § 4 Unterhaltung der Werbeanlagen

II. Gestalterische Anforderungen

- § 5 Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
- § 6 Für Anschläge bestimmte Werbeanlagen und Sammelhinweise
- § 7 Automaten
- § 8 Werbeanlagen an Kulturdenkmalen
- § 9 Historische Altstadt (Zone I)

III. Verfahrensbestimmungen

- § 10 Baugenehmigung
- § 11 Bestehende Werbeanlagen
- § 12 Abweichungen, Ausnahmen, Befreiungen

IV. Schlussbestimmungen

- § 13 Ordnungswidrigkeiten
- § 14 Hinweise
- § 15 Inkrafttreten

Präambel/Begründung

Werbung ist ein notwendiges Mittel Passanten und Kunden auf einzelne Geschäfte und Nutzungen aufmerksam zu machen. Zu viel Werbung erreicht aber genau das Gegenteil. Einzelne Hinweise sind nicht mehr wahrnehmbar und gehen in der Flut der immer aufdringlicher werdenden Werbebotschaften unter. Das Erscheinungsbild der Stadt, sowie die Qualität der Gebäude und des öffentlichen Raumes werden erheblich gestört. Deshalb sind Regelungen notwendig, um einerseits die Wahrnehmbarkeit dessen, was beworben wird, zu verbessern und andererseits eine qualitätsvolle Gestaltung des öffentlichen Raumes, ohne wesentliche Störung des Straßenbildes, zu gewährleisten.

Um insbesondere den spezifischen Anforderungen an eine historisch gewachsene Kurstadt und deren Erscheinungsbild gerecht zu werden, müssen detaillierte Regelungen für den Umgang mit Werbeanlagen getroffen werden. Mit der Unterteilung des Geltungsbereiches in drei Zonen (I, II und III) wird den unterschiedlichen Gebietstypiken innerhalb des Geltungsbereiches Rechnung getragen. Der sich daraus ergebende individuelle, gestalterische Schutzzweck einer jeden Zone, bestimmt die allgemeine Zulässigkeit sowie die Art, das Maß oder den Ort von Werbeanlagen. Der Geltungsbereich ergibt sich im Wesentlichen aus der Werbebedürftigkeit entlang der Haupteerschließungsachsen in der Kernstadt von Bad Liebenzell. Dabei wurden direkt angrenzende Grundstücke sowie Grundstücksteile die in den öffentlichen Straßenraum der Haupteerschließungsstraßen wirken können, mit einbezogen. Die Berücksichtigung der Gesamtgrundstücksflächen rührt aus dem Bestimmtheitsgrundsatz von Satzungen her. Nebenbei stellt diese Vorgehensweise eine praktikable Handhabe dar, die gegenüber einer sonst unverhältnismäßig aufwendigen vermessungstechnischen Erfassung, seinen Vorrang hat.

Die Zone I stellt den Altstadtbereich Bad Liebenzells dar, welcher entlang der Hugo-Mäulen-Straße, Karlstraße und Kirchstraße, die Hauptwerbezonen für ansässige Geschäfte bildet. Dieser Bereich ist aufgrund vieler kultur-historischer Gebäude und eines mit der Burg für Bad Liebenzell prägenden Stadtbildes, ein besonders schützenswerter Bereich. Mit einer ganzheitlichen und gesonderten Regelung - trägt man hier dem Bedürfnis der Gewerbetreibenden nach angemessener Werbung, sowie dem öffentlichen Interesse an der Bewahrung des historischen Ortsbildes vor einer Überfrachtung regelloser bzw. bezugloser Werbeflächen, gleichermaßen Rechnung.

In Zone II entlang der Anlagenstraße und des Kurhausdammes treten neben der Mischung von Wohnen und Kleingewerbe, die für das Straßenbild charakterisierenden Kur- und öffentlichen Anlagen, insbesondere der Kurpark und das Kurhaus, prägend in Erscheinung. Zum Schutz der angrenzenden begrünten Straßenzüge und des teils historisch-kulturellen Ortsbildes bedarf es hier ebenfalls einer, wenngleich nicht ganz so strikten, Einschränkung der Werbeflächen wie in Zone I. Neben der Reglementierung an der Stätte der Leistung, sind für Anschläge bestimmte Werbeanlagen nur ortsgebunden an Buswartehäuschen zulässig, die einerseits zu einer angemessenen Darbietungsmöglichkeit von Fremdwerbung beitragen und andererseits das Ortsbild und an die Straßen angrenzende Park- bzw. Kur- und Erholungsflächen vor der Überfrachtung mit Werbeflächen schützen.

Die Zone III im Bereich der Bahnhofstraße, Wilhelmstraße und der Pforzheimer

Straße, bietet einen Mischgebietscharakter, der lediglich kleine Einschränkungen hinsichtlich der Größe und Anzahl von Werbeträgern zum Schutz, des für die Stadtgröße zweckdienlichen Maßes vornimmt – angesichts des teils städtisch, teils ländlich geprägten Straßenbildes. Die Beschränkung der Anzahl von Werbeanlagen in dieser Zone durch die Regelung eines Mindestabstands soll insbesondere verhindern, dass vom Standpunkt eines Betrachters aus mehrere Anlagen in Form einer störenden Häufung im Sichtfeld auftauchen. Aufgrund der optischen Fernwirkung von Plakatanschlagtafeln ist der gewählte Abstand dafür auch erforderlich.

Der Regelungsgehalt dieser Satzung gilt für den gesamten Geltungsbereich entsprechend dem beigefügten Lageplan, als Bestandteil dieser Satzung. Die Grundstücksflächen angrenzender Verbrauchermärkte wie die des LIDL, Netto und des zukünftigen Ochsenareals wurden mit Rücksicht auf die bereits im Bebauungsplan getroffenen Festsetzungen bzgl. Werbeanlagen nicht überplant. Diese treffen bereits ausreichende Regelungen und treten im Verhältnis zum Geltungsbereich der Werbeanlagensatzung für den objektiven Betrachter nicht störend in Erscheinung.

Grundsätzlich ist die Ausdifferenzierung der unterschiedlichen Gebietstypiken und einer damit entsprechenden Zulässigkeit bzw. Anpassung von Art, Maß und Anbringungsort, mit Rücksicht auf gestalterische Aspekte zum Schutz des dargestellten Ortsbildes bzw. Straßenzüge, in Bezug auf Werbeträger der Außenwerbung, erforderlich und verhältnismäßig.

Die bisherige Werbeanlagensatzung in der Fassung vom 26. Mai 2009 tritt mit der öffentlichen Bekanntmachung dieser Satzung außer Kraft.

I. Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen im Stadtgebiet der Gemarkung Bad Liebenzell.
- (2) Werbeanlagen i.S.d. Satzung sind Anlagen der Außenwerbung, die örtlich gebunden oder ortsfest genutzt und vom öffentlichen Verkehrsraum sichtbar sind sowie zur Anpreisung, Ankündigung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Berufe dienen. Zu diesen zählen insbesondere Anschlag- oder Werbetafeln, Werbeplakate- oder Banner, Fahnen, Ausleger, Schaukästen, Beschriftungen, Bemalungen, Symbole, Lichtwerbung, Pylonen, mobile Werbestände und Automaten. Keine Werbeanlagen stellen die in § 2 Absatz 9 Satz 2 Nr. 1 bis 6 der LBO bezeichneten Anlagen dar.
- (3) Unterschieden wird zwischen Werbung an der Stätte der Leistung und Fremdwerbung. Werbung an der Stätte der Leistung charakterisiert sich durch das Werben für eigene Produkte an der eigenen Leistungsstätte. Dabei ist Leistungsstätte jede Stelle, an der die Leistung erbracht wird (also das beworbene Produkt hergestellt, produziert, verkauft oder erfragt werden kann). Fremdwerbung ist Werbung die nicht an der Stätte der Leistung durchgeführt wird.
- (4) Unberührt bleiben Vorschriften des Denkmalschutzes, Regelungen nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen der Erlaubnis bedürfen, sowie Bestimmungen die die Anbringung von Werbung aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Verkehrsflächen regeln.
- (5) Die Vorschriften dieser Satzung gelten nicht für Säulen, Tafeln und Flächen die von der Stadt Bad Liebenzell oder der Freizeit und Tourismus GmbH für amtliche Bekanntmachungen oder zur Information über kulturelle und sonstige Veranstaltungen bereitgestellt werden. Sie gelten ferner nicht für die von der Stadt angebrachten Erinnerungstafeln, Hinweise auf Aufstellungen, Sehenswürdigkeiten oder touristischen Ziele in der Stadt, sowie für Schautafeln von örtlichen Vereinen und Verbänden. Sie gelten ebenfalls nicht für Werbesammelanlagen und Litfaßsäulen die in Zusammenarbeit mit der Stadt konzipiert wurden. Ausnahmen für weitere Hinweisschilder oder Einrichtungen können nach § 12 zugelassen werden.
- (6) Die Beschränkungen dieser Satzung gelten nicht für Werbeanlagen, die für zeitlich begrenzte, maximal jedoch auf die Dauer von 4 Wochen pro Halbjahr beschränkte Veranstaltungen, insbesondere für Aus- und Schlussverkäufe, an

der Stätte der Leistung angebracht werden. Insbesondere Bestimmungen gemäß § 3 Abs. 8 bleiben in diesem Fall unberührt.

§ 2

Räumlicher Geltungsbereich

- (1) Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Hauptverkehrsachsen entlang der Hugo-Mäulen-Straße, Karlstraße und Kirchstraße (**Zone I**), der Anlagenstraße und des Kurhausdammes (**Zone II**), sowie entlang der Bahnhofstraße, Wilhelmstraße und Pforzheimer Straße (**Zone III**). Die genaue Abgrenzung des Geltungsbereiches ist in dem beigefügten Lageplan, i.d.F. vom 31.10.2018 (Anlage 1) dargestellt und ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 3

Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung sind nach Maßgabe der nachfolgenden Vorschriften zulässig.
- (2) In **Zone I** sind Werbeanlagen gem. § 9 (Historische Altstadt - Zone I) zulässig.
- (3) In **Zone II** sind Werbeanlagen nach Maßgabe der §§ 5, 6 an der Stätte der Leistung und für Anschläge bestimmte Werbeanlagen zulässig.
- (4) In **Zone III** sind nach Maßgabe der §§ 5, 6 und 7 alle Werbeanlagen zulässig.
- (5) Sie sind am Ort der An- bzw. Aufbringung so zu gestalten, anzuordnen, zu errichten und zu unterhalten, dass sie sich nach Form, Größe, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Gliederung in das Erscheinungsbild der Anlagen mit denen sie verbunden sind, sowie in das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und das Straßenbild einfügen.
- (6) Architektonische Gliederungselemente und prägende Bauteile der baulichen Anlagen mit der sie verbunden sind, wie Gesimse, Pfeiler, Erker, Bauplastiken u. ä. dürfen dabei weder verdeckt, überschritten oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt oder gestört werden.
- (7) Werbeanlagen, die mehr als 0,15 m in den öffentlichen Straßenraum ausladen, sind unter Einhaltung eines Lichtraumprofils i.H.v. 2,50 m oberhalb der Fußgängerwege, anzubringen.
- (8) Generell unzulässig sind:

1. Das Anbringen von Werbeträgern an Stadtmöblierungen im öffentlichen Raum (z.B. Bänke, Laterne) oder an Anlagen der technischen Infrastruktur (z.B. Schaltkästen, Ampeln), soweit nichts anderes bestimmt ist.
 2. Anbringungsorte wie Brückengeländer, Stützmauern, Einfriedungen, Leitungsmasten, Bäume, Schornsteine, Fensterläden, Balkongeländer sowie Dächern.
 3. Die Verwendung von wechselndem oder bewegtem Licht, sowie zu grellen oder fluoreszierenden Farben oder Beleuchtungen.
 4. Das Übergreifen von Werbeanlagen auf Fassaden benachbarter Gebäude.
 5. Werbeanlagen, mit denen Schaufenster, sonstige Fenster und Glasflächen großflächig zugeklebt, zugedeckt oder zugestrichen sind. Großflächig in diesem Sinne ist eine Werbeanlage insbesondere dann, wenn sie ein Drittel oder mehr der Glasfläche verdeckt.
- (9) Die allgemeinen Bestimmungen des § 3 gelten auch, wenn keine der nachfolgenden gestalterischen Anforderungen dieser Satzung zur Anwendung kommt.

§ 4

Unterhaltung von Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen i.S.d. Satzung sind dauerhaft in einem gepflegten Zustand zu halten. Die Instandhaltung und Instandsetzung von Werbeanlagen von den für den ordnungsgemäßen Zustand der Werbeanlagen Verantwortlichen kann durch die Bauaufsichtsbehörde verlangt werden. Für den Fall, dass einer Aufforderung nicht nachgekommen wird, kann die Beseitigung der Werbeanlage angeordnet werden.
- (2) Werbeanlagen, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen und deren Befestigungsteile sind zu entfernen.

II. Gestalterische Anforderungen

§ 5

Werbung an der Stätte der Leistung

- (1) Für die nach § 3 Abs. 3 und 4 an der Stätte der Leistung zulässigen Werbeanlagen in **Zone II und III** gilt § 5 Abs. 1 bis 4 dieser Satzung. Sie sollen zum Schutz der rückwärtigen Wohn- und Grünbereiche nur an den straßenseitigen Fassaden angebracht werden und zwar:

1. Bei mehrgeschossigen Fassaden in der Regel im Bereich des untersten voll sichtbaren Geschosses bis zu Unterkante der Fenster des darüber liegenden Geschosses; Ausnahmen sind zulässig, wenn die Werbeanlage in dem angegebenen Bereich aus technischen oder gestalterischen Gründen nicht angebracht werden kann;
 2. Bei eingeschossigen Fassaden bis unterhalb der Dachtraufe;
 3. Bei fensterlosen Fassaden sowie Giebelfassaden so, dass eine den Gestaltungsvorgaben der Nr. 1 und 2 entsprechende Wirkung erreicht wird.
- (2) Bandartige Werbeanlagen wie z.B. Schriften oder Tafeln sind bis zu einer Höhe von max. 0,60 m zulässig. Die Höhe von Auslegern und Symbolen (Firmenzeichen) auf der Fassade wird auf 1,5 m begrenzt.

Werbeanlagen von mehr als 1,0 m² Größe müssen parallel zur Fassade angebracht werden und dürfen nicht mehr als 0,25 m vorstehen.

- (3) Schaukästen, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind, sind nur in Verbindung mit einer Gebäudewand zulässig. Sie dürfen nicht mehr als 1/3 der Gebäudefront einnehmen, wobei einzelne Kästen eine maximale Größe von 1,00 m breite und 1,5 m Höhe haben dürfen.

Im Übrigen können Werbeanlagen ohne Verbindung mit der straßenseitigen Fassade zugelassen werden, wenn die Gebäude mehr als 3,0 m von der Straßenbegrenzungslinie zurückgesetzt sind und die Werbeanlage eine Ansichtsfläche von 0,75 m² nicht übersteigt. Die maximal zulässige Höhe von sog. freistehenden Werbeanlagen wird auf 2,00 m begrenzt.

- (4) Werbeanlagen in Form von fest angebrachten Anschlägen und Folien an Schaufensterscheiben und Türen, insbesondere bedruckte Folien, Folienschriften, Plakatanschlüsse, Werbeschilder, Werbebanner und Monitore unmittelbar hinter der Verglasung dürfen entsprechende der Regelung nach § 3 Abs. 8 Nr. 5 ein Drittel oder mehr der Schaufensterfläche, nicht überschreiten.

§ 6

Für Anschläge bestimmte Werbeanlagen und Sammelhinweise

- (1) In **Zone II** sind Werbeanlagen, die für Anschläge bestimmt sind, nur an Buswartehäuschen in Schaukästen zulässig:

Anschläge sind in Schaukästen an Buswartehäuschen in folgenden Höchstmaßen zulässig: Maximal 2 Tafeln von je 2 m Höhe und 1,25 m Breite. Werbung an der Attika ist nicht zulässig.

- (2) In **Zone III** dürfen Anschlagtafeln folgende Höchstmaße nicht überschreiten. Höhe 2,70 m Breite 3,80 m (Außenmaß), Abstand vom Boden 0,60 m. Es darf maximal **1 Tafel** je Aufstellungsort errichtet werden. Die Aufstellungsorte müssen mindestens 200 m voneinander entfernt sein.
- (3) Sammelhinweise auf Geschäfte in untergeordneten Seitenstraßen sind in **Zone II und III** nur dann zulässig, wenn sie der Verbesserung der Auffindbarkeit von Konzentrationen abseits liegender Geschäfte dienen. Hinweise auf einzelne Geschäfte sind nicht zulässig.

Sammelhinweise müssen nach einheitlichem Muster gestaltet werden. Die Breite darf 0,80 m, die Höhe 2,20 m nicht überschreiten. Einzelne Schilder dürfen maximal 0,20 m hoch und 0,80 m breit sein.

§ 7 Automaten

Für Automaten, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind, gelten § 3 und § 5 Abs. 3 S. 1 entsprechend.

§ 8 Werbeanlagen an Kulturdenkmalen

- (1) Auf Kulturdenkmalen nach § 2 bzw. § 12 (DSchG) dürfen Aufschriften und Werbeanlagen nur mit Genehmigung der Denkmalschutzbehörde angebracht werden (§ 8 bzw. 15 DSchG). Dies gilt auch für die Umgebung von Kulturdenkmalen nach § 12 DSchG (§15 DSchG).
- (2) Sofern von den Denkmalschutzbehörden nicht weitergehende Anforderungen gestellt werden, müssen Werbeanlagen an Kulturdenkmalen den Bestimmungen des § 9 dieser Satzung entsprechen.

§ 9 Historische Altstadt (Zone I)

Für Werbeanlagen in **Zone I** des Geltungsbereiches, gelten die Bestimmungen des § 9.

- (1) Werbeanlagen sind in ihrer Gestaltung dem historischen Stadtbild anzupassen. Dies gilt auch für serienmäßig hergestellte Firmenwerbung einschließlich registrierter Waren- und Firmenzeichen. Werbeanlagen sind in der Zone I nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sie können Werbung für Hersteller oder Zulieferern mit anderen Betriebsstätten enthalten (gemischte Werbeanlage), wenn sie einheitlich gestaltet sind und die Werbung für den genannten Hersteller und Zulieferer nicht störend hervortritt.
- (2) Werbeanlagen sind nur an Gebäudefassaden zulässig und dort nur im Erdgeschoss. In der Brüstungszone des ersten Obergeschosses sind sie zulässig, wenn im Erdgeschoss eine Unterbringung nicht möglich ist. Die Brüstungszone im ersten Obergeschoß darf nicht im Zusammenhang mit Werbung verändert werden, z.B. abweichend von der übrigen Gestaltung der Obergeschosse gestrichen oder verkleidet werden. Bauteile und Gestaltungselemente, die dem Gebäude ihr charakteristisches Gepräge geben, dürfen in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigt werden.
- (3) Die Gesamthöhe von Werbeanlagen und Schriften muss den Proportionen des Gebäudes entsprechen und darf die Höhe von 0,50 m nicht überschreiten. Einzelne Buchstaben und Zeichen können hierbei bis 0,60 m hoch sein.

Kästen als Ausleger und Kästen oder Tafeln parallel zur Fassade dürfen höchstens die Maße 0,60 m x 0,60 m haben und 15 cm tief sein.

Ausleger dürfen bei einem Wandabstand von maximal 15 cm nicht mehr als 0,75 m ausladen. Bei künstlerisch gestalteten Auslegern, die nicht beleuchtet sind, können Ausnahmen zugelassen werden. Die Werbefläche darf hierbei jedoch 0,64 m² nicht überschreiten.

Je Gewerbeeinheit im Erdgeschoss sind ein Kasten oder eine Tafel parallel zur Fassade und ein Kasten oder eine Tafel als Ausleger zulässig.

- (4) Für die Art der Beleuchtung gilt Folgendes:

Trägeranlagen und einzeln angebrachte Buchstaben dürfen sowohl von innen als auch von außen beleuchtet werden. Die Ausführung der Beleuchtung muss so erfolgen, dass sie auf die Werbeanlage beschränkt bleibt und eine Blendung der Umgebung ausgeschlossen ist. Das Anstrahlen von außen ist nur dann zulässig, wenn sich die eingesetzten Strahler gestalterisch der Werbeanlage und der Fassadenausbildung deutlich unterordnen.

Werbeanlagen mit wechselndem Licht oder Lichtprojektionen sind nicht zulässig.

Der elektrische Anschluss für die Beleuchtung der Werbeanlage muss verdeckt erfolgen.

- (5) Lichtwerbung in grellen oder fluoreszierenden Farben ist nicht zulässig.
- (6) Werbeschriften auf Markisen dürfen nicht länger als $\frac{1}{2}$ der Markisenlänge sein.
- (7) Automaten sind nur in Haus- und Ladeneingängen, Hofeinfahrten oder Passagen zulässig.
- (8) Werbeanlagen in Form von fest angebrachten Anschlägen und Folien an Schaufensterscheiben und Türen (bedruckte Folien, Folienschriften, Plakatanschlüsse u.a.) sowie Werbeschilder, Werbebanner und Monitore u.a. unmittelbar hinter der Verglasung dürfen ein Drittel der Schaufensterfläche nicht überschreiten. Neonfarben sowie grelle, reflektierende oder fluoreszierende Farben sind nicht zulässig.

III. Verfahrensbestimmungen

§ 10

Baugenehmigung

- (1) Die Genehmigungspflicht für die Errichtung von Werbeanlagen, Automaten und Schaukästen richtet sich nach der Landesbauordnung (LBO).
- (2) Auch verfahrensfreie Werbeanlagen, Automaten und Schaukästen müssen die materiellen Regelungen dieser Satzung einhalten. Ist für verfahrensfreie Vorhaben eine Abweichung, Ausnahme oder Befreiung erforderlich, so ist diese gem. § 56 Abs. 6 LBO schriftlich zu beantragen.
- (3) Auch verfahrensfreie Werbeanlagen, Automaten und Schaukästen sind der zuständigen Baurechtsbehörde der Stadt Bad Liebenzell gem. § 74 Abs. 1 Nr. 6 LBO zur Kenntnis zu geben.

§ 11

Bestehende Anlagen

Die Genehmigungsbehörde kann bei Wegfall früherer Voraussetzungen die Bestimmungen dieser Satzung auch auf bestehende Werbeanlagen anwenden und die Instandsetzung bzw. Erneuerung vorhandener Anlagen verlangen oder die Wiederanbringung abgebauter Anlagen versagen, wenn sie den Anforderungen dieser Satzung nicht entsprechen.

§ 12

Abweichungen, Ausnahmen, Befreiungen

Von den Vorschriften dieser Satzung können gemäß § 56 LBO Ausnahmen und Befreiungen erteilt werden, wenn die dort genannten Voraussetzungen hierfür vorliegen. Mit den öffentlichen Belangen ist eine Ausnahme oder Befreiung in der Regel vereinbar, wenn die in § 3 formulierten grundlegenden Regelungen und allgemeinen Anforderungen erfüllt bleiben. Unberührt bleiben dagegen die straßenrechtliche Vorschriften nach § 9 Fernstraßengesetz bzw. § 22 Straßengesetz von Baden-Württemberg.

IV. Schlussbestimmungen

§ 13

Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig handelt, wer den örtlichen Bauvorschriften dieser Satzung vorsätzlich oder fahrlässig zuwiderhandelt. Zuwiderhandlungen gegen die örtlichen Bauvorschriften können gem. § 75 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 LBO als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis 100.000 Euro geahndet werden.

§ 14

Hinweise

Im Sinne der Vermeidung naturschutzrechtlicher Beeinträchtigungen sind folgende Hinweise zu beachten:

1. Auf die Beleuchtung von Werbeanlagen ist in der Zeit von 0:30 Uhr - 4:30 Uhr zu verzichten.
2. Es sind nur insektenfreundlichen Leuchtmittel zu verwenden.
3. Direkt an die Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen Fortpflanzungs- oder Ruhestätten weder zerstören, noch deren Zugang blockieren.

§ 15

Inkrafttreten

Die Neufassung der Satzung tritt mit ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft. Die alte Fassung tritt damit außer Kraft.

Anlage:

Lageplan zum Geltungsbereich in der Fassung vom 31.10.2018

Hinweis:

Eine Verletzung der Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung für Baden-Württemberg (GemO) oder aufgrund der GemO beim Erlass dieser Satzung kann nur innerhalb einer Jahres nach Bekanntmachung dieser Satzung unter Bezeichnung des Sachverhalts, der die Verletzung begründen soll, schriftlich gegenüber der Stadt geltend gemacht werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt diese Satzung als von Anfang an gültig zustande gekommen; dies gilt nicht, wenn die Vorschriften über die Öffentlichkeit der Sitzung, die Genehmigung oder die Bekanntmachung der Satzung verletzt sind.

Stadt Bad Liebenzell

I.d.F. v. 31.10.2018, (im Satzungstext redaktionell geändert i.d.F. v. 19.02.2019).

Ausfertigung:

Die Übereinstimmung des Inhalts dieser Gestaltungssatzung mit dem Gemeinderatsbeschluss (Satzungsbeschluss) vom 19.02.2019 wird bestätigt.

Stadt Bad Liebenzell, den 20.02.2019

Bürgermeister Dietmar Fischer