

**vom 18.08.2012  
zuletzt geändert am 14.03.2017  
in Kraft getreten am 24.03.2017**

---

## **Inhaltsverzeichnis**

	<b>Seite</b>
§ 1 Begriffsdefinition Werbeanlage und Automat.....	2
§ 2 Besondere Werbeanlagen .....	2
§ 3 Räumlicher Geltungsbereich.....	2
§ 4 Genehmigungspflicht .....	2
§ 5 Allgemeine Anforderungen an die Gestaltung .....	3
§ 6 Allgemeine Anforderungen an die Zulässigkeit – Eigenwerbung.....	3
§ 7 Beleuchtung .....	3
§ 8 Bestehende Vegetation.....	4
§ 9 Automaten.....	4
§ 10 Beschallung.....	4
§ 11 Werbeanlagen in der Altstadt, Bereich I und der Kernstadt, Bereich II.....	4
§ 12 Werbeanlagen in Einkaufszentren, Bereich III und im Neuen Einkaufszentrum, Bereich IV ....	6
§ 13 Stellungnahmen .....	9
§ 14 Befreiungen.....	9
§ 15 Ordnungswidrigkeiten .....	9
§ 16 In-Kraft-Treten.....	9

Aufgrund von § 74 Abs. 1 Nr. 2 der Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) i.V.m. § 4 der Gemeindeordnung von Baden-Württemberg (GemO) hat der Gemeinderat Böblingen am 09.05.2012, zuletzt geändert am 14.03.2017, folgende örtliche Bauvorschriften zur Gestaltung von Werbeanlagen als Satzung beschlossen.

## **§ 1 Begriffsdefinition Werbeanlage und Automat**

- (1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind nach § 2 Abs. 9 LBO alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.  
Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind auch Fahnen, Fahnenmaste und –galgen.
- (2) Keine Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind Werbeanlagen gemäß § 2 Abs. 9 Satz 3 LBO.
- (3) Ein Automat im Sinne dieser Satzung ist ein Gerät, das vom öffentlichen Verkehrsraum aus zugänglich ist und Waren gegen Bezahlung ausgibt oder den Zugang zu Dienstleistungen ermöglicht.

## **§ 2 Besondere Werbeanlagen**

Werbeanlagen in Form von Anschlägen mit Hinweis auf eine Veranstaltung, soweit diese nicht größer als 0,5 m<sup>2</sup> sind, sind im Geltungsbereich auf öffentlicher Fläche sowie an privaten Zäunen und Hausfassaden zulässig.

## **§ 3 Räumlicher Geltungsbereich**

- (1) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Bereiche Altstadt, den Schlossbergring sowie die Unterstadt vom Elbenplatz bis zur Talstraße. Der Geltungsbereich ist in vier räumliche Teilbereiche gegliedert, in denen die Regelungen abgestuft festgesetzt werden.
- (2) Die Abgrenzung des Geltungsbereichs mit den Teilbereichen ist im amtlichen Lageplan vom 22.09.2010 mit Änderung vom 30.07.2015 dokumentiert; er wird als Anlage 1 Bestandteil dieser Satzung.

Bereich I	Altstadt
Bereich II	Kernstadt
Bereich III	Einkaufszentren
Bereich IV	Neues Einkaufszentrum

## **§ 4 Genehmigungspflicht**

- (1) Das Errichten und Ändern von Werbeanlagen und Automaten im Geltungsbereich dieser Satzung bedarf bei einer Ansichtsfläche bis 1 m<sup>2</sup> der Kenntnissgabe nach § 51 der LBO. Für andere Werbeanlagen gilt die Genehmigungspflicht gemäß der LBO.

- (2) Genehmigungs- bzw. Zustimmungserfordernisse nach anderen Rechtsvorschriften, insbesondere hinsichtlich des Brandschutzes, des Straßen- und Verkehrsrechts, des Denkmalschutzes, bleiben durch diese Satzung unberührt.
- (3) Alle Maßnahmen an Gebäuden und baulichen Anlagen, die Kulturdenkmale sind oder sich in der Umgebung von Kulturdenkmälern von besonderer Bedeutung befinden, sind nach dem Denkmalschutzgesetz Baden-Württemberg zu beurteilen. In solchen Fällen ist die rechtzeitige Kontaktaufnahme mit der Unteren Denkmalschutzbehörde zwingend.

## **§ 5 Allgemeine Anforderungen an die Gestaltung**

Werbeanlagen und Automaten sind mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, dass sie das Straßen- und Ortsbild nicht verunstalten oder deren beabsichtigte Gestaltung nicht beeinträchtigen. Bauliche Anlagen sind gemäß § 11 LBO so zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander nicht verunstaltend wirken. Grelle Signalfarben sind unzulässig.

## **§ 6 Allgemeine Anforderungen an die Zulässigkeit – Eigenwerbung**

Werbeanlagen sind als Eigenwerbung mit Hinweis auf die angebotene Leistung, Ware sowie eines Ereignisses im Zusammenhang mit der Ware oder Leistung an der Stätte der Leistung zulässig soweit diese Satzung in den §§ 11 bis 12 nichts Anderes regelt.

## **§ 7 Beleuchtung**

- (1) Es können selbst leuchtende, angestrahlte oder hinterleuchtete Werbeanlagen verwendet werden.
- (2) Von beleuchteten Werbeanlagen darf keine Blendung bzw. Gefährdung des Verkehrs oder der Fußgänger ausgehen.
- (3) Unzulässig sind Projektionen aller Art, Laufschriften und Werbeanlagen mit wechselnder Bild- und Schriftanzeige oder wechselndem Licht, grell oder aggressiv blinkende Werbeanlagen hinter dem Schaufenster.

### Hinweis:

Immissionsrichtwerte der mittleren Beleuchtungsstärke  $E_F$  in der Fensterebenen von Wohnungen bzw. bei Balkonen oder Terrassen, den Begrenzungsflächen für die Wohnnutzung, hervorgerufen von Beleuchtungsanlagen, ausgenommen öffentliche Straßenbeleuchtungsanlagen. (Auszug „Hinweis zur Messung und Beurteilung von Lichtimmissionen, Beschluss des Länderausschusses für Immissionsschutz vom 10.05.2000“).

<b>Gebietsart nach § BauNVO</b>	<b>Beleuchtungsstärke <math>E_F</math> in lx</b>	
	<b>06 - 22 Uhr</b>	<b>22 – 06 Uhr</b>
Kerngebiet (MK)	15	5
Mischgebiet (MI)	5	1
Allgemeines oder besonderes Wohngebiet (WA / WB)	3	1

## **§ 8 Bestehende Vegetation**

Werbeanlagen an bestehender Vegetation (z.B. Banner an Straßenbäumen) sind unzulässig.

## **§ 9 Automaten**

Waren- und Leistungsautomaten sind nur zulässig, wenn Sie maximal 30 cm in den öffentlichen Raum hineinragen. Im Umfeld von 100 m von Schulen und Kindertagesstätten ist die Aufstellung von Zigarettenautomaten und Süßwarenautomaten nicht zulässig.

## **§ 10 Beschallung**

Beschallungen zum Zwecke der Werbung sind unzulässig.

## **§ 11 Besondere Anforderungen an die Werbeanlagen in der Altstadt, Bereich I und der Kernstadt, Bereich II**

### **(1) Lage und Größe der Werbeanlage**

#### 1. Lage parallel zur Fassade

1.1 Werbeanlagen sind parallel zur Fassade und nur im Erdgeschoss innerhalb der Brüstungszone des 1. Obergeschosses zulässig.

Befindet sich in Bereich II die Stätte der Leistung nicht im Erdgeschoss, so sind Werbeanlagen innerhalb der Brüstungszone des jeweiligen Geschosses der Stätte der Leistung zulässig.

Ausnahmsweise können in Bereich II bei Gebäuden mit mehreren Firmen anstatt einzelner Werbeanlagen die Werbeanlagen auf einer Sammelanlage zusammengefasst werden. Diese sind vertikal am Gebäude anzubringen.

1.2 Der Mindestabstand der seitlichen Gebäudekante und der Gebäudeoberkante zur Werbeanlage beträgt 30 cm.

1.3 Oberhalb der Traufkante oder Gebäudeoberkante sind Werbeanlagen grundsätzlich unzulässig. Dies gilt ebenso für die Giebelseite.

1.4 Die Errichtung von Werbeanlagen auf der Dachfläche von Gebäuden ist unzulässig.

#### 2. Größe parallel zur Fassade

2.1 Die Längen der einzelnen Werbeanlagen dürfen zusammengerechnet im Bereich I  $\frac{1}{2}$  und im Bereich II  $\frac{2}{3}$  der jeweiligen Fassadenlänge nicht überschreiten.

2.2 Es sind Werbeanlagen in Form von Einzelelementen und Schriftzüge bis zu einer maximalen Höhe im Mittel von 40 cm in Bereich I und 50 cm in Bereich II zulässig.

2.3 Die Gesamtlänge einer Sammelanlage in Bereich II darf  $\frac{1}{3}$  der zugeordneten Fassadenlänge, bei Fassadenlängen von mehr als 40 m  $\frac{1}{5}$  der zugeordneten Fassadenlänge, nicht überschreiten. Die maximale Höhe einer Firmenwerbeanlage innerhalb der Sammelanlage darf 50 cm nicht überschreiten.

Insgesamt darf eine Sammelanlage maximal 25 m<sup>2</sup> Werbeflächen enthalten.

3. Lage rechtwinklig zur Fassade (Stechschilder)

- 3.1 Stechschilder können rechtwinklig zur Fassade innerhalb der Brüstungszone 1. Obergeschoss in Bereich I und bis zur Brüstungszone 2. Obergeschoss in Bereich II angebracht werden.
- 3.2 Vom Gehweg bis zur Unterkante Stechschild muss der Abstand den verkehrsrechtlichen Anforderungen entsprechen.

4. Größe rechtwinklig zur Fassade (Stechschilder)

Stechschilder sind zulässig bis zu einer

- Tiefe von max. 80 cm senkrecht zur Fassade,
- bis zu einer Höhe von max. 60 cm im Bereich I bzw. und von 80 cm in Bereich II und einer
- Konstruktionsbreite von max. 25 cm.

**(2) Freistehende Werbeanlagen (Stelen)**

Freistehende Werbeanlagen (Stelen) können

- bis zu einer Höhe von max. 1,80 m
- parallel zur Fassade bis zu einem max. Abstand von 30 cm zur Fassade stehen,
- im rechten Winkel bei einer Breite bis zu 80 cm und einem Abstand von 30 cm zur Fassade stehen.

Ausnahmsweise können in Bereich II die Stelen bei zurückliegenden Gebäuden an der Grundstücksgrenze zur öffentlichen Fläche (Gehweg) aufgestellt werden.

**(3) Anzahl**

1. Anzahl Werbeanlagen

Pro Betrieb sind maximal zwei Werbeanlagen zulässig.

2. Zusätzliche Fahnen

Fahnen für gewerbliche Zwecke sind in Bereich I unzulässig. In Bereich II sind zusätzlich maximal drei Fahnen pro Grundstück zulässig.

3. Zusätzliche Firmenlogos

In Bereich II ist zusätzlich zu der festgesetzten Anzahl von Werbeanlagen ein weiteres Firmenlogo je zusätzlicher Hauptfassade zulässig.

Firmenlogos dürfen eine maximale Fläche von 5,00 m<sup>2</sup> nicht überschreiten und müssen an der Fassade angebracht werden. Dabei darf die seitliche Gebäudekante und die Gebäudeoberkante nicht überschritten werden.

#### 4. Zusätzliche großflächige Werbung

Eine weitere Werbeanlage (z.B. bedruckte Textilien und Kunststofffolien) ist zulässig, sofern sie eine Größe von 5 m<sup>2</sup> in Bereich I und 20 m<sup>2</sup> in Bereich II nicht überschreitet und diese Anlage im Zusammenhang mit einem besonderen Anlass steht (z.B. Jubiläum, Präsentation von Neuheiten, Umbau etc.) und die Dauer der Anbringung 6 Monate pro Jahr nicht überschreitet. Beginn und Ende der Nutzungsdauer sowie der jeweilige Werbeinhalt sind jeweils schriftlich anzuzeigen

Generell muss sich die großflächige Werbung in die Fassadengliederung einfügen.

### **§ 12 Besondere Anforderungen an die Werbeanlagen in Einkaufszentren, Bereich III und im Neuen Einkaufszentrum, Bereich IV**

#### **(1) Art der Werbeanlage**

Wenn in Bereich III mehr als zwei Geschäfte oder Firmen in einem Gebäude ansässig sind, müssen die einzelnen Werbeanlagen als Sammelanlagen ausgeführt werden.

Im Bereich IV sind die Werbeanlagen auf einer Werbeträgerfläche zusammenzufassen. Einzelne Werbeanlagen sind im Bereich IV unzulässig.

Zu den Werbeanlagen gehören auch Werbeanlagen in Form von Emblemen (Symbole, Logos, Abzeichen), Stechschilder und bedruckte Textilien oder Kunststofffolien.

Davon ausgenommen ist in Bereich IV das Center-Logo auf der Fassade im Bereich Wilhelm- und Uhlandstraße (Abs. 7 Satz 4)

#### **(2) Anzahl der Werbeanlagen in Bereich III**

Pro Geschäft oder Firma ist Bereich III maximal eine Werbeanlage je Fassadenseite und insgesamt bis zu drei Werbeanlagen zulässig. Es können in Bereich III bis zu 3 Sammelanlagen errichten werden.

In Bereich III sind zusätzlich maximal drei Fahnen pro Grundstück zulässig.

#### **(3) Abstand und Lage von Werbeanlagen**

1. Werbeanlagen sind im Bereich III in die Gliederung der Fassade einzuordnen. Werbeanlagen sind in Bereich III außerdem im Bereich der Brüstungszonen zu errichten sofern Fenster- und Brüstungszonen ablesbar sind.
2. Oberhalb der Traufkante oder Gebäudeoberkante sind Werbeanlagen unzulässig.
3. Die Errichtung von Werbeanlagen auf der Dachfläche von Gebäuden ist unzulässig. Davon ausgenommen ist ein Center-Logo im Eingangsbereich Tal-/ Bahnhofstraße im Bereich IV.
4. Stechschilder sind in den Bereichen III und IV nicht zulässig.
5. Im Bereich III muss der Abstand von Sammelanlagen auf einer zugehörigen Fassadenfläche mindestens 50 m betragen.
6. Sammelanlagen sind im Bereich III vertikal am Gebäude anzubringen. Sie können in den Brüstungszonen oder auf fensterlosen Fassadenflächen angeordnet werden.
7. Im Bereich IV ist im Bereich des Haupteinganges an der Tal- / Bahnhofstraße auf der Dachfläche des Gebäudes ein Center-Schriftzug (Center-Name) in Einzelbuchstaben zulässig. Dabei ist die Länge des Schriftzuges bis max. 20,00 m, die Höhe der einzelnen Buchstaben bis zu 2,00 m zulässig.

**(4) Größe Einzelanlage in Bereich III**

Die Gesamtlänge einer Werbeanlage darf 1/3 der zugeordneten Fassadenlänge, bei Fassadenlängen von mehr als 40 m 1/5 der zugeordneten Fassadenlänge, nicht überschreiten. Die maximale Höhe der Werbeanlagen darf 3,75 m nicht überschreiten. Insgesamt darf eine Einzelanlage an einer Fassadenseite 66 m<sup>2</sup> Werbefläche nicht überschreiten.

**(5) Größe Sammelanlage in Bereich III**

Die Gesamtlänge einer Sammelanlage darf 1/3 der zugeordneten Fassadenlänge, bei Fassadenlängen von mehr als 40 m 1/5 der zugeordneten Fassadenlänge, nicht überschreiten. Die maximale Höhe einer Firmenwerbeanlage innerhalb der Sammelanlage darf 3,75 m nicht überschreiten.

Insgesamt darf eine Sammelanlage maximal 132m<sup>2</sup> Werbeflächen enthalten.

**(6) Größen Sammelanlagen Bereich IV**

1. Werbeträgerfläche im Bereich Ecke Talstraße / Wolfgang-Brumme-Allee

1.1 Werbeträgerfläche (Membranfeld)

Im Bereich der Fassade Ecke Talstraße / Wolfgang-Brumme-Allee ist eine Werbeträgerfläche (hinterleuchtet) mit einer Länge bis zu 19 m und einer Höhe bis zu 19 m zulässig (maximale Fläche 361 m<sup>2</sup> = 100 %).

1.2 Schriftzug / Logo Center auf Werbeträgerfläche

Die Größe des Center-Logos ist mit einer Länge von 8,00 m und einer Höhe von 5,25 m zulässig (maximal 42 m<sup>2</sup>).

1.3 Schriftzug / Logos Firmen auf Werbeträgerfläche

Schriftzüge und Logos von Firmen sind auf der Werbeträgerfläche mit einer maximalen Länge von 6,50 m und einer maximalen Höhe von 2,00 m zulässig.

1.4 Gesamtgröße der Firmen-Werbeflächen auf der Werbeträgerfläche

Die Gesamtgröße aller Firmen-Werbeflächen auf der Werbeträgerfläche ist bis zu einer Gesamtfläche von maximal 25 % der Werbeträgerfläche (361 m<sup>2</sup>) zulässig.

2. Werbeanlage Obergeschoss / Technik (Ansicht Talstraße)

2.1 Werbeträgerfläche

Im Fassadenbereich des Obergeschosses / Technik im Bereich Talstraße ist ein Träger als Werbefläche mit einer Länge von 43 m und einer Höhe von 6 m zulässig (maximale Fläche 258 m<sup>2</sup> = 100 %).

2.2 Schriftzug / Logos Firmen auf Werbeträgerfläche

Schriftzüge und Logos von Firmen sind auf der Werbeträgerfläche bis zu einer Länge von 7,80 m und einer Höhe von 1,80 m zulässig.

Die Gesamtgröße aller Firmen-Werbeflächen auf der Werbeträgerfläche ist bis zu einer Gesamtfläche von maximal 25 % der Werbeträgerfläche (258 m<sup>2</sup>) zulässig.

**(7) Centerlogos**

Entstehen in Bereich III Sammelanlagen an Gebäuden, ist zusätzlich zu der festgesetzten Anzahl von Sammelanlagen ein weiteres Centerlogo parallel je Hauptfassade zulässig. Centerlogos dürfen in Bereich III eine maximale Fläche von 5,00 m<sup>2</sup> nicht überschreiten und müssen an der Fassade angebracht werden. Dabei darf die seitliche Gebäudekante und die Gebäudeoberkante nicht überschritten werden.

In Bereich IV sind auf der Ziegel-Fassade jeweils ein Center Logo bis zu einer Länge von 6,20 m und einer Höhe von 2,20 m im Bereich der Wilhelmstraße und der Uhlandstraße zulässig.

**(8) Zusätzliche großflächige Werbung**

Eine weitere Anlage (z.B. bedruckte Textilien und Kunststofffolien) ist In Bereich III auf fensterlosen Fassadenflächen zulässig, sofern sie eine Größe von bis zu 100 m<sup>2</sup> nicht überschreitet und diese Anlage im Zusammenhang mit einem besonderen Anlass steht (z.B. Jubiläum, Präsentation von Neuheiten, Umbau etc.) und die Dauer der Anbringung 6 Monate pro Jahr nicht überschreitet. Beginn und Ende der Nutzungsdauer sowie der jeweilige Werbeinhalt sind jeweils schriftlich anzuzeigen.

Generell muss sich die großflächige Werbung in die Fassadengliederung einfügen.

Ausnahmsweise ist in Bereich III eine Größe von bis zu 400 m<sup>2</sup> zulässig, wenn diese zeitlich befristet ist (4 Wochen), keinem kommerziellen Zweck dient und städtische Belange beinhaltet.

**(9) Zusätzliche Werbeflächen Fenster**

In den Fensterflächen bzw. Glasflächen in Bereich IV sind die Werbeflächen in der Mitte oder im oberen Drittel der Fensterflächen anzuordnen. Dabei darf die maximale Länge bis zu 3,00 m und eine maximale Höhe der einzelnen Werbeflächen bzw. Einzelbuchstaben bis 1,00 m nicht überschritten werden.

**(10) Großflächige digitale Werbeanlage in Bereich IV (Ansicht Talstraße)**

1. Lage und Größe

Eine großflächige digitale Werbeanlage ist im Haupteingangsbereich / Talstraße (Ansicht zum Bahnhof) wie folgt zulässig:

- bis zu einer Größe von max. 47 m<sup>2</sup> (L = 10,00 m, H = 4,70 m)
- Abstand von der Oberkante Gehfläche Talstraße bis zur Unterkante digitale Werbeanlage mind. 13,00 m
- Abstand zur Gebäudeoberkante mind. 1,90 m.

2. Fremdwerbung

Für die großflächige digitale Werbeanlage (Ansicht Talstraße) ist abweichend von § 6 der Satzung auch Fremdwerbung zulässig. Die tägliche Werbezeit ist in maximal 40% Fremdwerbung, sowie mindestens 60% Eigenwerbung (Werbung der Werbegemeinschaft Mercaden und der Mieter Mercaden) und Standortwerbung (Werbung für den Standort Böblingen, d.h. die Stadt, städtische Einrichtungen, in der Stadt ansässiger Einzelhandel und Gewerbe) einzuteilen.



### 3. Werbezeiten

In der Zeit zwischen 6:00 Uhr und 22:00 Uhr sind Projektionen, Laufschriften und wechselnde Bild- und Schriftanzeigen oder wechselndes Licht zulässig. In der Zeit zwischen 22:00 Uhr und 6:00 Uhr ist der Betrieb der großflächigen digitalen Werbeanlagen (Ansicht Talstraße) unzulässig und die großflächige digitale Werbeanlage (Ansicht Talstraße) auszuschalten.

### 4. Ausnahmen

Von den vorstehenden Regelungen können im Einzelfall Ausnahmen auf Antrag – auch zeitlich befristet – zugelassen werden.

## **(11) Freistehende Werbeanlagen (Stelen)**

Freistehende Werbeanlagen (Stelen) können

- bis zu einer Höhe von max. 1,80 m
- parallel zur Fassade und bis zu einem max. Abstand von 30 cm zur Fassade stehen,
- im rechten Winkel bei einer Breite bis zu 80 cm und einem Abstand von 30 cm zur Fassade stehen.

## **§ 13 Stellungnahmen**

Das Amt für Stadtentwicklung und Städtebau kann in Einzelfällen einen Vertreter des Stadtmarketings (Quartierssprecher) zur Vorberatung und Stellungnahme mit einbeziehen.

## **§ 14 Befreiungen**

Gemäß § 56 Abs. 5 LBO können Befreiungen von den Bestimmungen dieser Satzung zugelassen werden, wenn Gründe des allgemeinen Wohls die Abweichung erfordern oder wenn die Einhaltung der Vorschrift im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

## **§ 15 Ordnungswidrigkeiten**

Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieser Satzung stellen gemäß § 75 Abs. 3 Ziffer 2 der Landesbauordnung eine Ordnungswidrigkeit dar. Ein Verstoß kann mit einer Geldbuße bis zu 100.000,00 Euro geahndet werden.

## **§ 16 In-Kraft-Treten**

Diese Satzung tritt mit ihrer ortsüblichen Bekanntmachung in Kraft.

- Legende**
- Geltungsbereich
  - Bereich I = Altstadt
  - Bereich II = Kernstadt
  - Bereich III = Einkaufszentrum
  - Bereich IV = Neues Einkaufszentrum

