

Die Bewahrung und Erneuerung des Stadtbildes Freising, insbesondere der Altstadt, ist ein städtebauliches, kulturelles und gesellschaftliches Anliegen von hohem Rang und steht im Interesse der Allgemeinheit. Das in Jahrhunderten gewachsene Erscheinungsbild verlangt in seiner zeitgemäßen Fortentwicklung auch bei der Gestaltung von Werbeanlagen Rücksichtnahme auf den historischen Baubestand, auf heimische Gestaltungsmerkmale und überkommene Gestaltungsregeln, die das eigenständige Wesen und die Atmosphäre dieser Stadt geprägt haben und auch künftig prägen sollen. Dabei sollen zeitgemäße Erfordernisse im notwendigen Umfang angemessen berücksichtigt werden.

Die Stadt Freising erläßt daher aufgrund von Art. 91 Abs. 1 Nr. 1 und 2 und Abs. 2 Nr. 1 Bayerische Bauordnung - BayBO i.d.F. der Bekanntmachung vom 04.08.1997 (GVBl. S 433) und Art. 23 der Gemeindeordnung für den Freistaat Bayern - GO - folgende

**Satzung**  
**über die Anforderungen an die Errichtung, Aufstellung, Anbringung,**  
**wesentliche Änderung, den Betrieb und die Gestaltung von Anlagen der**  
**Außenwerbung einschließlich Automaten (Werbeanlagensatzung)**

vom  
9. Juni 2000

**§ 1**  
**Geltungsbereich**

(1) Die Satzung über besondere Anforderungen an die Errichtung, Aufstellung, Anbringung, wesentliche Änderung, den Betrieb und ihre äußere Gestaltung von Werbeanlagen, gilt für alle ortsfesten Anlagen der Wirtschaftswerbung einschließlich Automaten, im folgenden Werbeanlagen genannt (Art. 2 Abs. 1 BayBO), die der gewerblichen oder beruflichen Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum bzw. von Privatwegen aus sichtbar sind.

(2) Die Satzung gilt im gesamten Stadtgebiet unabhängig von einer Genehmigungspflicht.

(3) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden, soweit in Bebauungsplänen von ihr abweichende Festsetzungen enthalten sind.

(4) An Baudenkmalern, in deren unmittelbarer Nähe oder im denkmalgeschützten Ensemble-Bereich können an Werbeanlagen im Einzelfall Anforderungen gestellt werden, die über die Anforderungen dieser Satzung hinausgehen.

## § 2 Materielle Anforderungen

(1) Werbeanlagen müssen entsprechend den verwendeten Materialien und der Anbringungsart für die nähere Umgebung verträglich geformt und gestaltet sein. Sie dürfen die Architektur des Bauwerkes sowie das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht negativ beeinträchtigen und haben dem Gebot der Rücksichtnahme zu entsprechen. (Beispiele für gut gestaltete Werbeanlagen siehe Anlage 1).

(2) Zu einer unzulässigen negativen Beeinträchtigung des Straßen-, Orts- und Landschaftsbildes führen

1. eine Häufung gleicher oder miteinander unvereinbarer Werbeanlagen (störende Häufung);
2. das Aufstellen von mehr als einer großflächigen Werbetafel (bzw. Litfaßsäule für Plakatanschläge), soweit sie gleichzeitig im Blickfeld des Betrachters liegen,
3. Werbeanlagen, die in die freie Landschaft hineinwirken;
4. Werbeanlagen mit aufdringlicher Wirkung (z.B. durch übermäßige Größe, grelle und bunte Farben, Signalfarben);
5. veränderliche sowie blendende, blinkende und flackernde Werbeanlagen;
6. Werbeanlagen in einer Höhe von mehr als 5 m über dem Gelände (z.B. an Dächern, Schornsteinen, Brücken und im Bereich der oberen Geschosse von Gebäuden);
7. Werbeanlagen an Elementen des Naturraumes (z.B. Bäume, Felsen, Uferböschungen);
8. Überschneidungen von Werbeanlagen mit Architekturelementen (z.B. Balkone, Traufen, Ortgänge, Putzgliederungen, Fassadenöffnungen, Fluchten und Achsen sowie Geländer und Zäune);
9. Pylone mit mehr als 3,00 m Höhe oder solche mit mehr als 3,50 qm Ansichtsfläche, mit Ausnahme von Pylonen für die Preisankündigung bei Tankstellen;
10. Himmelstrahler.

(3) Werbeanlagen, die senkrecht zur Außenwand baulicher Anlagen angebracht werden, insbesondere Nasenschilder, dürfen je Seite eine Ansichtsfläche von 0,50 qm und eine Gesamtausladung von 0,90 m nicht überschreiten; für Werbeanlagen mit besonderer künstlerischer Gestaltung können Ausnahmen zugelassen werden.

(4) Die Vorschriften der Absätze 2 und 3 und § 3 Absatz 1-3 gelten nicht für Werbeanlagen, soweit diese nach ihrem erkennbaren Zweck nur vorübergehend für höchstens zwei Monate angebracht werden, - außer im Außenbereich, - sowie nicht für Säulen, Tafeln und Flächen, die auch für amtliche Bekanntmachungen bestimmt sind, ferner nicht für Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen an der Stätte der Leistung, insbesondere für Aus- und Schlußverkäufe.

(5) Unberührt bleiben die Vorschriften, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen einer Erlaubnis bedürfen sowie Vorschriften, die die Anbringung von Werbeanlagen aus Gründen der Sicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln.

### **§ 3**

#### **Beschränkungen für Werbeanlagen**

(1) Werbeanlagen sind grundsätzlich nur am Ort der Stätte der Leistung zulässig.

(2) Hinweisschilder für abgelegene Betriebe sind nur an der Straßeneinmündung unmittelbar vor diesen zulässig. Hinweisschilder für mehrere abgelegene Betriebe sind nur in Form von Sammelhinweisanlagen zulässig.

(3) Werbeanlagen auf und an Dächern sowie an Kommunmauern sind unzulässig. Schaufenster dürfen nur zu maximal 20 % ihrer Fläche beklebt oder bemalt werden.

(4) Werbeanlagen sind instandzusetzen bzw. zu reinigen, wenn sie beschädigt oder verschmutzt sind. Sie sind zu entfernen, wenn der Betrieb aufgegeben wird.

### **§ 4**

#### **Anforderungen im besonders schutzwürdigen Gebiet**

(1) Innerhalb des besonders schutzwürdigen Gebietes (Domberg/Altstadt Freising) ist die Leuchtreklame nur auf weiße Farbe beschränkt:

Der Umgriff dieses besonders schutzwürdigen Gebietes ist aus Anlage 2, die Bestandteil dieser Satzung ist, ersichtlich. Die Grenzen sind in einer durchgehenden roten Linie dargestellt.

Darüberhinaus ist auf dem Domberg jegliche Leuchtreklame ausgeschlossen. Der Umgriff dieses Bereiches ist ebenfalls aus Anlage 2 ersichtlich. Die Grenzen sind in einer durchgehenden blauen Linie dargestellt.

(2) In dem in Ziffer 1 bezeichneten besonders schützenswerten Gebiet ist nicht zulässig:

- a) Zusätzliche Leuchtwerbungen in Schaufenstern, die in einem geringeren Abstand als 40cm zur Schaufensterscheibe angebracht sind; § 2 Abs. 2 Nr. 4 und 5 bleiben unberührt;
- b) alle Arten von Werbebeflaggungen, mit Ausnahme einer befristeten Beflaggung anlässlich einer Betriebseröffnung, eines Betriebsjubiläums oder eines Aus- oder Schlußverkaufs;
- c) Werbeanlagen mit aufdringlichen, störenden Schriftzügen;
- d) Schriften mit mehr als 30 cm Schrifthöhe sowie mehrzeilige Schriftzüge dieser Größenordnung;
- e) Schaukästen und Automaten, die mehr als 0,06 m über die Außenwände baulicher Anlagen hervortreten.

(3) Je Wirtschaftseinheit ist an jeder Gebäudefront nur eine Werbeanlage gestattet.

(4) Unzulässig sind Werbeanlagen mit senkrecht untereinander gesetzten Schriftzeichen, kastenförmige Werbeanlagen und kastenförmige Nasenschilder, es sei denn, dass sie in stilgerechter handwerklicher Ausführung gefertigt sind. Serienmäßig hergestellte Werbeanlagen können nur ausnahmsweise zugelassen werden.

## **§ 5 Genehmigungspflicht**

(1) Über die Bestimmungen des Art. 63 Abs. 1 Nr. 11 der BayBO hinaus ist genehmigungspflichtig (Art. 91 Abs. 2 Nr. 1 BayBO):  
Die Errichtung, Anbringung, Aufstellung und Änderung

1. von Werbeanlagen in den besonders schutzwürdigen Gebieten der Stadt gemäß § 4 bereits ab einer Größe von 0,25 qm mit Ausnahme von Haus- und Büroschildern, die flach an der Wand liegen und nicht an Erkern, Balkonen und Gesimsen angebracht werden,
2. von Werbeanlagen in durch Bebauungsplan festgesetzten Gewerbe-, Industrie- und vergleichbaren Sondergebieten ab einer Größe von 2,0 qm
3. von Werbeanlagen als Fremdwerbung (nicht an der Stätte der Leistung)
4. von Warenautomaten, auch wenn sie in räumlicher Verbindung mit einer offenen Verkaufsstelle stehen und die Baulinie nicht überschreiten.

(2) Die Genehmigung kann zeitlich begrenzt oder mit dem Vorbehalt des Widerrufs mit Bedingungen oder Auflagen verbunden werden.

(3) Werbeanlagen an Baudenkmalern und innerhalb von Ensembles bedürfen auch bei geringeren Abmessungen einer Erlaubnis der Unteren Denkmalschutzbehörde (Stadt Freising) nach dem Denkmalschutzgesetz.

## **§ 6 Abweichungen**

(1) Die Bauaufsichtsbehörde kann Abweichungen von den Vorschriften dieser Satzung gewähren (Art. 70 Abs. 2 BayBO).

(2) Ist für Werbeanlagen, die keiner Genehmigung bedürfen, eine Abweichung nach Art. 70 Abs. 3 BayBO erforderlich, so ist diese Abweichung schriftlich zu beantragen.

## **§ 7**

## **Ordnungswidrigkeiten**

Mit Geldbuße kann belegt werden (Art. 89 Abs. 1 Nr. 17 BayBO), wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. Werbeanlagen ohne eine erforderliche Genehmigung errichtet,
2. in den besonders schutzwürdigen Gebieten (Anlage 2) Leuchtwerbung oder Werbebeflaggung anbringt (§ 4 Abs. 1, Abs. 2b),
3. Werbeanlagen nicht am Ort der Betriebsstätte anbringt (§ 5 Abs. 1),
4. Hinweisschilder nicht unmittelbar an der Straßenabzweigung errichtet (§ 5 Abs. 3),
5. Werbeanlagen entsprechend § 5 Abs. 4 nicht entfernt, instandsetzt bzw. reinigt,
6. für Werbeanlagen eine erforderliche Abweichung nach § 7 nicht schriftlich beantragt.

## **§ 8**

### **Übergangsregelung**

Diese Satzung findet keine Anwendung bei Anträgen, die vor ihrem Inkrafttreten eingereicht wurden. Solche Anträge sind nach den bis dahin geltenden Rechtsvorschriften zu behandeln.

## **§ 9**

### **Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Freising, den 9. Juni 2000

Dieter Thalhammer  
Oberbürgermeister