

# Gestaltungssatzung über Werbeanlagen „Zentrale Innenstadt“

In der Fassung vom 16.04.2019

## Präambel

In der Zentralen Innenstadt der Landeshauptstadt Saarbrücken befinden sich im Vergleich zu anderen Stadtteilen räumlich verdichtet Einzelhandelsgeschäfte, Kaufhäuser, gastronomische Betriebe, Dienstleistungseinrichtungen und andere Gewerbebetriebe. Außenwerbung prägt das Stadtbild. Es besteht ein Regelungsbedarf für die Gestaltung von Außenwerbung, um die charakteristischen städtebaulichen und architektonischen Gestaltqualitäten in der Zentralen Innenstadt zu wahren und damit ihre Anziehungskraft zu stärken.

Das Regelwerk zur Gestaltung von Werbeanlagen zielt darauf ab, die verschiedenen Geschäftsstraßen in der Zentralen Innenstadt in ihrer jeweiligen baulichen Beschaffenheit weiter zu entwickeln.

Die Satzung regelt die Anbringung und Gestaltung sämtlicher Werbeanlagen im Bereich der Zentralen Innenstadt der Landeshauptstadt Saarbrücken. Sie vereint Vorschriften über den Anbringungsort, die Art und die Größe von Werbeanlagen sowie Grundsätze für deren Gestaltung.

Aufgrund § 12 des Kommunalselbstverwaltungsgesetzes (KSVG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 27. Juni 1997 (Amtsblatt I S. 682), zuletzt geändert durch Artikel 4 des Gesetzes vom 15. Juni 2016 (Amtsblatt I S. 840) und der §§ 85 Abs. 1 Nr. 1, Nr. 2 der Landesbauordnung (LBO) vom 18. Februar 2004, zuletzt geändert durch das Gesetz vom 15. Juli 2015 (Amtsblatt I S. 632) hat der Stadtrat der Landeshauptstadt Saarbrücken in seiner Sitzung vom 16.04.2019 folgende Satzung beschlossen:

## Abschnitt 1

### Allgemeine Vorschriften

#### § 1 Begriffe

Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrs- oder Grünraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen und Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- oder Bogenanschlüge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. Verschiedene Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind in der Übersicht in Anlage 1 dargestellt. Die Übersicht ist Bestandteil dieser Satzung.

## **§ 2 Räumlicher Geltungsbereich**

Diese Satzung gilt innerhalb des markierten Bereiches im parzellenscharfen Lageplan vom 14.03.2019, im Maßstab 1: 4000 in Anlage 2 dargestellt. Der Lageplan ist Bestandteil dieser Satzung.

Die bestehende Bebauung weist innerhalb des räumlichen Geltungsbereichs unterschiedliche städtebauliche Merkmale auf. Je nach vorhandener Gebäudestruktur wird deshalb in der Gestaltungssatzung in Zonen mit unterschiedlicher Regelungstiefe und voneinander abweichenden Inhalten unterteilt. Die Zonen sind im Lageplan in Anlage 2 dargestellt:

Zone I Bahnhofstraße

Zone II alle weiteren Gebiete innerhalb des Grenzverlaufs, außer Zone I und III

Zone III Schauseite zur Saar

In Zone II wird unterschieden, ob es sich um ein Gebäude mit oder ohne Kolonnade handelt.

## **§ 3 Sachlicher Geltungsbereich**

- (1) Diese Satzung gilt für sämtliche Werbeanlagen und Warenautomaten gem. § 1 der Satzung und § 12 der Landesbauordnung für das Saarland in der jeweils gültigen Fassung. Sie gilt auch für Werbeanlagen und Warenautomaten, die nur gelegentlich oder kurzfristig angebracht werden.
- (2) Sonstige öffentlich-rechtliche Vorschriften, insbesondere solche des Denkmalschutzrechts, bestehender Bebauungspläne oder Sondernutzungssatzungen, bleiben von dieser Satzung unberührt.

## **§ 4 Grundsätze / allgemeine Anforderungen**

- (1) Werbeanlagen müssen in Größe, Farbe, Proportion, Gliederung, Lichtwirkung und Plastizität auf die Gestaltung der Fassade abgestimmt sein und sich den Fassadenflächen, auf denen sie befestigt sind, unterordnen. Sie müssen sich in die architektonische Eigenart der Umgebung einfügen und sich den architektonischen Grundsätzen der Gebäude unterordnen.
- (2) Werbeanlagen sind so anzuordnen, dass die architektonische Gliederung des Gebäudes erhalten bleibt. Sie dürfen die Elemente der Fassadengliederung, zum Beispiel Bauteile wie Gesimse, Lisenen, Rahmungen, Fenster, Balkone, Geländer, Stützen und Pfeiler nicht überdecken und müssen einen optisch wirksamen Abstand zu diesen haben.
- (3) Die zulässige Anzahl und Ausformung von Werbeanlagen je Nutzungseinheit variiert. In Abschnitt 2 dieser Satzung wird unterschieden nach räumlicher Lage des Gebäudes innerhalb des Geltungsbereichs sowie nach Gebäudeform, ob es sich um ein Gebäude mit oder ohne Kolonnade handelt. Bei Eckgebäuden gilt die zulässige Anzahl für jede Straßenfassade.

- (4) Bei prägenden Eckgebäuden oder großen Gebäudeeinheiten können gebäudebezogene Werbekonzepte in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) abweichend von § 5 - 17 zugelassen werden, wenn dies im Einzelfall den Zielen dieser Satzung nicht widerspricht. In Zone I ist eine große Gebäudeeinheit, wenn die straßenseitige Fassadenbreite der Gebäudeeinheit mindestens 25 m aufweist. In Zone II ist eine große Gebäudeeinheit, wenn die straßenseitige Fassadenbreite der Gebäudeeinheit mindestens 20 m aufweist.
- (5) Das Bekleben oder Verdecken in sonstiger Weise von Fenster- und Schaufensterflächen durch Werbeanlagen darf 20 % einer jeden Fensterfläche nicht überschreiten. Dies gilt für Fenster- und Schaufensterflächen aller Geschosse eines Gebäudes. Bei großformatigen Schaufenstern im 1. Obergeschoss, mit einer Gesamtansichtsfläche von mehr als 15 m<sup>2</sup>, ist das Bekleben oder Verdecken in sonstiger Weise im Anteil von maximal 20 % einer jeden Fensterfläche zulässig in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt).
- (6) Die Beleuchtungsdauer von Werbeanlagen ist den Verhältnissen vor Ort anzupassen. Insbesondere ist auf Wohnnutzung in der Umgebung Rücksicht zu nehmen. Die Lichtintensität ist in der Regel den örtlichen Verhältnissen anzupassen. Die neue Anlage darf nicht heller strahlen als bereits bestehende Anlagen.
- (7) Auf Werbeanlagen ist Produktwerbung für nur ein Produkt zulässig. Die Produktwerbung darf höchstens 1/3 der Fläche der gesamten Werbeanlage in Anspruch nehmen und muss so gestaltet sein, dass sie im Verhältnis zur Werbung für die angebotene Leistung selbst nachgeordneten Charakter aufweist.
- (8) Bei Werbeanlagen soll auf eine wirkungsvolle Taubenabwehr geachtet werden, dazu zählen insbesondere Spanndrahtsysteme, Taubenabwehrspitzen oder Taubenabwehr-Spikes.
- (9) Technische Einrichtungen, zum Beispiel Kabelzuführungen, sind unsichtbar zu verlegen.

## **Abschnitt 2**

### **Das Gebäude und seine räumliche Lage**

#### **§ 5 Zone I , Bahnhofstraße**

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
- (2) Je Nutzungseinheit, die sich im Erdgeschoss befindet, ist zulässig:
  - a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss gem. § 8.

- b) eine Flachwerbung über dem Schaufenster in der Kolonnade gem. § 9.
- c) ein Werbe-Abhänger in der Kolonnade gem. § 10.
- d) ein Werbe-Ausleger in quadratischer Form gem. § 11.

(3) Je Nutzungseinheit, die sich im 1. oder 2. Obergeschoss befindet, ist zulässig:

- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 2. Obergeschoss gem. § 8, sofern nicht gleichzeitig eine Flachwerbung in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss beansprucht wird. Die Flachwerbung in Brüstungshöhe 2. Obergeschoss ordnet sich in ihrer Größe der Werbeanlage in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss unter.

(4) Für große Nutzungseinheiten, die mindestens 3 oberirdische Geschosse eines Gebäudes belegen, ist zulässig:

- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 2. Obergeschoss gem. § 8, sofern nicht gleichzeitig eine Flachwerbung in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss beansprucht wird.
- b) ein Werbe-Ausleger in länglicher Form für die Bahnhofstraße gem. § 12, sofern nicht gleichzeitig ein Werbe-Ausleger in quadratischer Form gem. § 11 beansprucht wird.

## **§ 6 Zone II**

(1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.

(2) Je Nutzungseinheit, die sich im Erdgeschoss befindet, ist zulässig:

- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss gem. § 8.

(3) Je Nutzungseinheit, die sich im 1. Obergeschoss befindet, ist zulässig:

- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss gem. § 8.

(4) Für Gebäude ohne Kolonnade ist je Nutzungseinheit, die sich im Erdgeschoss befindet, außerdem zulässig:

- a) ein Werbe-Ausleger für die Zone II gem. § 13.

(5) Für Gebäude mit Kolonnade ist je Nutzungseinheit, die sich im Erdgeschoss befindet, außerdem zulässig:

- a) eine Flachwerbung über dem Schaufenster in der Kolonnade gem. § 9.
- b) ein Werbe-Abhänger in der Kolonnade gem. § 10.

## **§ 7 Zone III - Schauseite zur Saar**

(1) Je Nutzungseinheit, die sich im Erdgeschoss befindet, ist zulässig:

- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss gem. § 8.
- b) bei Gebäuden ohne Kolonnaden ein Werbe-Ausleger in quadratischer Form gem. § 11, sofern die Nutzungseinheit einen Zugang zur Schauseite hat.

- c) bei Gebäuden mit Kolonnaden eine Flachwerbung über dem Schaufenster in der Kolonnade gem. § 9.
  - d) bei Gebäuden mit Kolonnaden ein Werbe-Abhänger in der Kolonnade gem. § 10, sofern die Nutzungseinheit einen Zugang zur Schauseite hat.
- (2) Je Nutzungseinheit, die sich im 1. Obergeschoss befindet, ist zulässig:
- a) eine Flachwerbung auf der Hauptfassade, auf Brüstungshöhe 2. Obergeschoss, gem. § 8, sofern nicht gleichzeitig eine Flachwerbung in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss beansprucht wird.
- (3) Für große Nutzungseinheiten, die mindestens 3 oberirdische Geschosse eines Gebäudes belegen, ist wahlweise eine der nachfolgend aufgeführten Werbeanlage zulässig, sofern nicht gleichzeitig eine Flachwerbung in Brüstungshöhe 1. Obergeschoss beansprucht wird:
- a) eine Flachwerbung auf der Fassade, auf Brüstungshöhe 2. Obergeschoss oder höher, gem. § 8 **oder**
  - b) eine Überdachwerbung gem. § 14.
- (4) Zulässig als Teil eines gebäudebezogenen Werbekonzeptes in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) ist darüber hinaus:
- a) Großflächenwerbung gem. § 15 auf geschlossenen Flächen von Seitenwänden eines Gebäudes.

## **Abschnitt 3**

### **Ausführungsarten von Werbeanlagen**

#### **§ 8 Flachwerbung auf der Hauptfassade**

- (1) Werbeanlagen dürfen nur aus Einzelbuchstaben oder aus mit Farbe auf die Fassadenoberfläche aufgetragenen Schriftzügen bestehen. Außerdem kann durch Symbole oder Warenzeichen auf gleiche Art und Weise auf das Gewerbe hingewiesen werden. Eine Verkleidung oder das Streichen der Fassade zu werblichen Zwecken über die Werbeanlage hinaus (beispielsweise Firmenfarben) ist nicht gestattet.
- (2) Leuchtwerbungen sind als durchscheinende Schriften oder Symbole nur zulässig, wenn sie aus Einzelbuchstaben oder Einzelsymbolen angefertigt sind. Einzelbuchstaben und Einzelsymbole können auch hinterleuchtet werden.

In Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) können die Einzelbuchstaben auf einem flächigen Hintergrund aufgebracht werden, wenn der Hintergrund die maximal zulässigen Abmessungen von Schrift und Werbeanlage nicht überschreitet. Der Hintergrund ist durchsichtig (zum Beispiel aus Plexiglas) oder in einem neutralen Farbton passend zur

Gebäudefassade zu gestalten. Eine Farbgestaltung des Hintergrundes zu werblichen Zwecken (beispielsweise Firmenfarben) oder das Hinterleuchten des Hintergrundes ist nicht zulässig.

(3) Für Lage und Größe von Flachwerbung gilt:

a) Schriften von Werbeanlagen sind horizontal anzuordnen und nur auf definierten Fassadenflächen (Bezugsgrundflächen) zulässig.

Eine Bezugsgrundfläche kann insbesondere sein:

- Die Fläche zwischen der Oberkante der Kolonnade und den Fensterunterkanten des darüber liegenden Obergeschosses (Brüstungshöhe 1. Obergeschoss).
- Die Fläche zwischen den Fensteroberkanten eines Geschosses und den Fensterunterkanten des darüber liegenden Obergeschosses.
- Die Fläche zwischen den Fensteroberkanten des obersten Geschosses und der Trauflinie.

b) Die Schrift darf in ihrer Höhe 70 % der Bezugsgrundfläche, auf der sie aufgebracht werden soll, nicht überschreiten. Kann aufgrund der Fassadengestaltung die Bezugsgrundfläche nicht eindeutig definiert werden oder ist die Bezugsgrundfläche größer als ein Meter, so darf die Größe des Schriftzuges höchstens 0,70 m betragen. Einzelne Buchstaben, Symbole oder Warenzeichen dürfen diese Größe überschreiten.

c) Die Länge der Werbeanlage darf höchstens 70 % der Breite der Nutzungseinheit betragen, maximal jedoch 5,00 m. Zur Gebäudeaußenkante ist ein Mindestabstand von 0,50 m einzuhalten.

d) In Zone III gelten für Flachwerbung in Höhenlage Brüstungshöhe 1. und 2. Obergeschoss die Buchstaben b) und c) entsprechend. Ab der Höhenlage Brüstungshöhe 3. Obergeschoss und höher können die Abmessungen einer Werbeanlage wegen der beabsichtigten Fernwirkung in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) von diesen Vorgaben abweichen.

### **§ 9 Flachwerbung über dem Schaufenster innerhalb der Kolonnade**

(1) Flächige Werbetafeln sind nur innerhalb der Kolonnaden zulässig. Bei diesen darf lediglich der Schriftzug leuchtend gestaltet sein. Gleiches gilt für transparente Tafeln.

(2) Werbeanlagen im Bereich der Kolonnaden müssen in Art, Form und Gestaltung der Flachwerbung auf der Hauptfassade entsprechen und müssen deren Größe unterschreiten, soweit sie nicht die einzige Werbung sind. Sie sind zulässig zwischen Oberkante Schaufensteranlage und Unterkante Kolonnadendecke.

### **§ 10 Werbe-Abhänger innerhalb der Kolonnade**

(1) Werbeanlagen im Lichtraumprofil der Kolonnaden sind nur als Abhänger zulässig. Je Nutzungseinheit im Erdgeschoss ist ein Hängeschild als Flachtransparent oberhalb einer Höhe von mindestens 2,75 m über der Oberkante des Bodenbelags erlaubt.

- (2) Die Werbeanlage hat von der Deckenunterkante der Kolonnade einen Abstand von 15 cm. Bei Höhenversprüngen der Deckenunterkante kann dieser Abstand in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) den örtlichen Verhältnissen angepasst werden.
- (3) Für Werbe-Abhänger gelten folgende Abmessungen:
- Die rechteckige Ansichtsfläche hat eine Breite x Höhe von 150 cm x 50 cm, sofern eine Höhe von mindestens 2,75 m über der Oberkante des Bodenbelags eingehalten werden kann.
  - Werbe-Abhänger sind mit einer geringeren Höhe als 50 cm zulässig, wenn durch die geringere Höhe die Einhaltung der erforderlichen Mindesthöhe von 2,75 m über der Oberkante des Bodenbelags erreicht werden kann. In diesem Fall hat die rechteckige Ansichtsfläche eine Breite x Höhe von 120 cm x 40 cm.
  - Werbe-Abhänger können die Höhe von 50 cm überschreiten, wenn die erforderliche Mindesthöhe von 2,75 m über der Oberkante des Bodenbelags gewahrt bleibt. Die zulässigen Abmessungen haben entweder als rechteckige Ansichtsfläche eine Breite x Höhe von 180 cm x 60 cm, oder als quadratische Ansichtsfläche eine Breite x Höhe von maximal 80 cm x maximal 80 cm.
- (4) Werbe-Abhänger sind nur in schlanker Bauweise mit einer maximalen Stärke von 15 cm auszuführen.
- (5) Als Taubenabwehr im Zwischenraum zur Deckenunterkante werden waagrechte Spanndrahtsysteme empfohlen.
- (6) Werbe-Abhänger werden jeweils mittig im Lichtraumprofil der Kolonnade positioniert. Sind Kolonnadenpfeiler vorhanden, erstreckt sich das Lichtraumprofil der Kolonnade von der erdgeschossigen Fassade innerhalb der Kolonnade bis zur Innenkante der Kolonnadenpfeiler. Bei Gebäuden ohne Kolonnadenpfeiler geht das Lichtraumprofil der Kolonnaden von der erdgeschossigen Fassade innerhalb der Kolonnade bis zur Außenkante der Kolonnade bzw. bis zur Hauptfassade.
- (7) Leuchtwerbung ist nur zulässig, wenn lediglich der Werbe-Schriftzug oder Symbole leuchten. Werbe-Abhänger als Leuchtkästen, mit innen liegender, flächig wirkender Beleuchtung, sind nicht zulässig. Die seitlichen Zargen müssen geschlossen sein.
- (8) Das Anbringen von Leuchtmitteln im Deckenbereich sowie das Anstrahlen der Deckenflächen zusätzlich zur Straßenbeleuchtung sind unzulässig.

## **§ 11 Werbe-Ausleger in quadratischer Form**

- (1) Sie sind ausschließlich in Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses zulässig.

- (2) Senkrecht unter auskragenden Schaufenstern im 1. Obergeschoss sind Ausleger unzulässig.
- (3) Die zulässige Ansichtsfläche eines Auslegers beträgt 50 cm x 50 cm. Er ist in schlanker Ausführung mit einer Stärke von maximal 15 cm zulässig.
- (4) Ausleger haben eine Ausladung von maximal 60 cm ab der Gebäudeaußenwand. Sie haben einen Abstand von maximal 10 cm von der Fassade.
- (5) Der Ausleger ist auf Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses in gleicher Höhenlage zu platzieren wie Flachwerbung. In Zone I sind Ausleger nur oberhalb einer Höhe von 4,20 m über der Oberkante des Bodenbelags zulässig. Die freie Durchfahrtshöhe für Lieferfahrzeuge und Rettungsdienste muss gewährleistet sein.
- (6) Leuchtwerbung ist nur zulässig, wenn lediglich der Werbe-Schriftzug oder Symbole leuchten. Ausleger als Leuchtkästen mit innen liegender, flächig wirkender Beleuchtung sind nicht zulässig. Die seitlichen Zargen müssen geschlossen sein.
- (7) Eine Beleuchtung des Auslegers ist wie folgt zulässig:
  - a) Anstrahlen mittels LED-Schiene von unten.
  - b) Dekupierte Schriftzüge, bei denen lediglich der Text oder das Logo leuchtet.
- (8) In Zone I gilt für die Wahl des Anbringungsortes von Auslegern folgende Regel:  
Bahnhofstraße ungerade Hausnummern: linke Seite einer Nutzungseinheit in der Frontalansicht des Gebäudes.  
Bahnhofstraße gerade Hausnummern: rechte Seite einer Nutzungseinheit in der Frontalansicht des Gebäudes.
- (9) An Eckgebäuden müssen Ausleger einen Mindestabstand von 1,00 m von der Gebäudeecke haben.

## **§ 12 Werbe-Ausleger in länglicher Form für die Bahnhofstraße**

- (1) Ausleger sind zulässig in der Gebäudehöhe zwischen Unterkante des Fensters im 2. Obergeschoss bis zur Oberkante des Fensters im 3. Obergeschoss.
- (2) Ihre Maximalhöhe beträgt 5,00 m. Ausleger sind in schlanker Ausführung mit einer Stärke von maximal 15 cm zulässig.
- (3) Ausleger haben eine Ausladung von maximal 1,00 m ab der Gebäudeaußenwand. Sie haben einen Abstand von maximal 20 cm von der Fassade.

- (4) Leuchtwerbung ist nur zulässig, wenn lediglich der Werbe-Schriftzug oder Symbole leuchten. Ausleger als Leuchtkästen mit innen liegender, flächig wirkender Beleuchtung sind nicht zulässig. Die seitlichen Zargen müssen geschlossen sein.
- (5) Eine Beleuchtung des Auslegers ist wie folgt zulässig:
  - a) Dekupierte Schriftzüge, bei denen lediglich der Text oder das Logo leuchtet.
- (6) In Zone I gilt für die Wahl des Anbringungsortes von Auslegern folgende Regel:  
Bahnhofstraße ungerade Hausnummern: äußerste linke Seite des Gebäudes in der Frontalansicht.  
Bahnhofstraße gerade Hausnummern: äußerste rechte Seite des Gebäudes in der Frontalansicht.
- (7) An Eckgebäuden müssen Ausleger einen Mindestabstand von 1,00 m von der Gebäudeecke haben.
- (8) Werbefahnen sind wie Ausleger zu behandeln. Ausgenommen sind temporäre Werbemaßnahmen (Schlussverkauf o.ä.).

### § 13 Werbe-Ausleger für Zone II

- (1) Sie sind zulässig **an Gebäuden ohne Kolonnade** auf Brüstungshöhe 1. Obergeschoss bis in Höhe Fensteroberkante im 1. Obergeschoss.
- (2) Ihre Maximalhöhe beträgt 2,50 m. Das Schild ist in schlanker Ausführung mit einer Stärke von maximal 15 cm zulässig.
- (3) Ausleger haben eine Ausladung von maximal 1,00 m ab der Gebäudeaußenwand. Sie haben einen Abstand von maximal 20 cm von der Fassade.
- (4) Bei Gebäuden, die unmittelbar im Durchfahrtsbereich von Lieferfahrzeugen und Rettungsdiensten liegen, sind Ausleger nur oberhalb einer Höhe von 4,20 m über der Oberkante des Bodenbelags zulässig. Die freie Durchfahrtshöhe für Lieferfahrzeuge und Rettungsdienste muss gewährleistet sein.
- (5) Leuchtwerbung ist nur zulässig, wenn lediglich der Werbe-Schriftzug oder Symbole leuchten. Ausleger als Leuchtkästen mit innen liegender, flächig wirkender Beleuchtung sind nicht zulässig. Die seitlichen Zargen müssen geschlossen sein.
- (6) Eine Beleuchtung des Auslegers ist wie folgt zulässig:
  - a) Anstrahlen mittels LED-Schiene von unten.

b) Dekupierte Schriftzüge, bei denen lediglich der Text oder das Logo leuchtet.

- (7) An Eckgebäuden müssen Ausleger einen Mindestabstand von 1,00 m von der Gebäudeecke haben.
- (8) Werbefahnen sind wie Ausleger zu behandeln. Ausgenommen sind temporäre Werbemaßnahmen (Schlussverkauf o.ä.).

#### **§ 14 Überdachwerbung**

Überdachwerbung ist von ihrer Zweckbestimmung her auf Fernwirkung ausgelegt. Unter diesem Gesichtspunkt ist nicht nur die unmittelbare Wirkung im Nahbereich des Standortes, sondern insbesondere auch die Gesamtwirkung zu berücksichtigen. Sie ist ausschließlich in Zone III zulässig.

- (1) Überdachwerbung darf nur aus Einzelbuchstaben oder aus einzeln geformten Elementen, wie zum Beispiel Symbolen oder Warenzeichen bestehen.
- (2) Sie ist mit einer filigranen Unterkonstruktion am Gebäude zu befestigen. Die Überdachwerbung wirkt leicht und schwebend und ordnet sich der Gebäudefassade unter.
- (3) Die Höhe der Schriftzüge ist gebäudebezogen in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken, Stadtplanungsamt, und unter Berücksichtigung der Festsetzungen im geltenden Bebauungsplan zu wählen.

#### **§ 15 Großflächenwerbung**

Großflächenwerbung ist von ihrer Zweckbestimmung her auf Fernwirkung ausgelegt. Unter diesem Gesichtspunkt ist nicht nur die unmittelbare Wirkung im Nahbereich des Standortes, sondern insbesondere auch die Gesamtwirkung zu berücksichtigen. Sie ist ausschließlich in Zone III zulässig.

- (1) Großflächenwerbung liegt vor, wenn die Gesamtwerbefläche 8 m<sup>2</sup> überschreitet.
- (2) Sie ist nur als Flachwerbung auf geschlossenen Fassadenflächen zulässig. Die Fläche der geschlossenen Fassadenfläche dient als Bezugsgrundfläche. Großflächenwerbung darf die Fassadengliederung nicht beeinträchtigen und ordnet sich der Fassadenfläche, auf der sie angebracht wird, unter. Ihre Größe ist auf maximal 25% der Bezugsgrundfläche begrenzt. Lage und Größe von Großflächenwerbung sind gebäudebezogen in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) festzulegen.
- (3) Pro Großflächenwerbung darf nur ein Gewerbebetrieb oder ein Produkt beworben werden. Dabei kann der Gewerbebetrieb nur mit einem dem Betrieb zugehörigen Produkt werben.

- (4) Großflächenwerbung kann aus Einzelbuchstaben oder aus mit Farbe auf die Fassadenoberfläche aufgetragenen Schriftzügen bestehen. Gebäudebezogen und in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) können vollflächige Werbeanlagen zugelassen werden. Das Streichen der Fassade zu werblichen Zwecken über die Werbeanlage hinaus (beispielsweise Firmenfarben) ist nicht gestattet.

## **§ 16 Schaukästen, Automaten und sonstige Werbeträger**

- (1) Schaukästen und sonstige Werbeträger sind nur zulässig, wenn die allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung nicht berührt werden und sie in einer Wandnische oder Aussparung putzbündig eingesetzt und farblich der Wandfläche angeglichen werden oder in den Schaufenstern eingelassen sind.  
Ausnahme: Gastronomie, hier darf der Speisekartenkasten auf dem Putz angebracht werden, er ist jedoch untergeordnet zu gestalten und muss sich in das Gesamtbild einfügen.
- (2) Schaukästen, Speisekartenkasten und sonstige Werbeträger auf Kolonnadenpfeilern sind unzulässig.
- (3) Hinweisschilder auf Kolonnadenpfeilern sind zulässig, wenn
- a) pro Gebäude nicht mehr als zwei Hinweisschilder auf Kolonnadenpfeilern platziert werden. Auf einem Kolonnadenpfeiler ist höchstens ein Hinweisschild zulässig.
  - b) sie ausschließlich in den beiden Laufrichtungen der Kolonnade auf Kolonnadenpfeilern angebracht werden.
  - c) ein Hinweisschild nur auf eine einzelne Nutzungseinheit aus dem Obergeschoss aufmerksam macht, oder wenn für mehrere Nutzungseinheiten aus den Obergeschossen ein gemeinsam genutztes Sammelhinweisschild verwendet wird.
  - d) sie von den beiden äußeren seitlichen Kanten des Kolonnadenpfeilers, auf dem sie platziert werden, jeweils einen Abstand von mindestens 15 % der Ansichtsbreite des Kolonnadenpfeilers aufweisen und sie in ihrer Breite 70 % der Ansichtsbreite des Kolonnadenpfeilers nicht überschreiten. Kann die Ansichtsbreite des Kolonnadenpfeilers nicht eindeutig definiert werden oder ist sie größer als 0,70 m, so darf die Breite des Hinweisschildes höchstens 0,50 m betragen.
  - e) sie eine Ansichtshöhe von maximal 1,4-fachem Maß der Schildbreite aufweisen.
  - f) sie in einer Höhenlage von mindestens 0,85 m bis maximal 2,85 m über der Oberkante des Bodenbelags angebracht werden.
- (4) Sonstige Werbeanlagen und Hinweisschilder an und zwischen den Stützen sind unzulässig.
- (5) Automaten sind nur in Haus- und Ladeneingängen, Hofeinfahrten oder Passagen zulässig, dabei dürfen sie nicht in den öffentlichen Raum ragen.

## § 17 Unzulässige Werbeanlagen

- (1) Folgende Werbeanlagen sind unzulässig:
  - a) Laufschriften und Werbeanlagen mit wechselndem oder sich bewegendem Licht
  - b) Akustisch in den öffentlichen Raum hineinwirkende Anlagen
  - c) Werbung im Bodenbereich, in den Bodenbereich hineinwirkende Werbeanlagen, beispielsweise Lichtprojektionen, Anstriche, Beklebungen usw.
  - d) Die Beleuchtung von Werbeanlagen durch am Gebäude angebrachte ausladende, nicht mit der Werbeanlage selbst verbundene Strahler
  - e) Fahnen, Fahnentransparente, Spannbänder mit Werbung
  - f) Werbeanlagen auf geschlossenen Wandflächen, die sich zu Grundstücken mit noch unvollständig wiedererrichteten Restbauten orientieren.
  
- (2) LED-Tafeln und sonstiges elektronisch getaktetes Wechsellicht ist gebäudebezogen in Erdgeschosszonen und in Abstimmung mit der Landeshauptstadt Saarbrücken (Stadtplanungsamt) zulässig, wenn
  - a) feststehende Werbebilder gezeigt werden oder ein langsamer Bildwechsel erfolgt
  - b) keine grellen Lichtkontraste durch einen Bildwechsel erzeugt werden
  - c) Lage und Abmessungen der Tafel die Grundsätze und allgemeinen Anforderungen der Satzung berücksichtigen

## Abschnitt 4

### Rechtsvorschriften, Ordnungswidrigkeiten

#### § 18 Abweichungen und Ausnahmen

- (1) Von den Vorschriften dieser Satzung kann auf begründeten schriftlichen Antrag hin eine Abweichung zugelassen werden, wenn die Durchführung der Vorschrift im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung mit den öffentlichen Belangen und den allgemeinen Zielsetzungen dieser Satzung vereinbar ist.
  
- (2) Von den Vorschriften dieser Satzung ausgenommen sind Anschläge und Lichtwerbung an dafür genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen. Wahlwerbung für die Dauer eines Wahlkampfes, saisonbedingte Werbeanlagen sowie Werbeanlagen zur Anpreisung von Räumungs- oder Jubiläumsverkäufen an der Stätte der Leistung, sofern diese nicht länger als vier Wochen in Folge, insgesamt jedoch maximal zwölf Wochen pro Jahr errichtet werden. Ebenso ausgenommen sind Anlagen für amtliche Mitteilungen und Unterrichtungen der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, politische, sportliche und ähnliche Veranstaltungen, soweit die Mitteilungen oder Unterrichtungen ebenso zeitlich begrenzt sind.

- (3) Ausnahmsweise können Transparente, die Hinweise auf Sonderveranstaltungen, Feste etc. geben, vorübergehend für die Dauer der jeweiligen Veranstaltung plus 30 Tage vor und 10 Tage nach der Veranstaltung auf Fassadenflächen zugelassen werden.

### **§ 19 Erhaltung der Werbeanlagen**

Werbeanlagen sind ständig in einem technisch einwandfreien und optisch ordentlichen Zustand zu erhalten.

### **§ 20 Beseitigung von Werbeanlagen**

- (1) Nach Aufgabe der Stätte der Leistung sind zugehörige Werbeanlagen samt aller Befestigungsmaterialien zu entfernen. Die in Anspruch genommenen Gebäudeteile sind in den Zustand vor Anbringung der Werbeanlage zu versetzen. Die Rückbauverpflichtung gilt sowohl für Gewerbetreibende als auch für Gebäudeeigentümer.

- (2) Neue Werbeanlagen dürfen erst nach Beseitigung bisheriger Werbeanlagen angebracht werden.

### **§ 21 Ordnungswidrigkeiten**

Ordnungswidrig i.S.d. § 87 Abs. 1 Nr. 1 Landesbauordnung handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig Werbeanlagen oder Warenautomaten entgegen den Vorschriften der §§ 4 – 20 dieser Satzung errichtet oder ändert. Ein Verstoß gegen die Gestaltungssatzung über Werbeanlagen „Zentrale Innenstadt“ als Örtliche Bauvorschrift wird mit einer Geldbuße bis zu EUR 10.000,00 geahndet.

### **§ 22 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tag nach der öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

### **§ 23**

Sollten Teile dieser Satzung ihre Rechtswirksamkeit durch einen späteren Umstand verlieren, soll hierdurch die Rechtswirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt werden.

Saarbrücken, 16.04.2019

Charlotte Britz  
Oberbürgermeisterin

## Anlage 1: Übersicht verschiedene Werbeanlagen

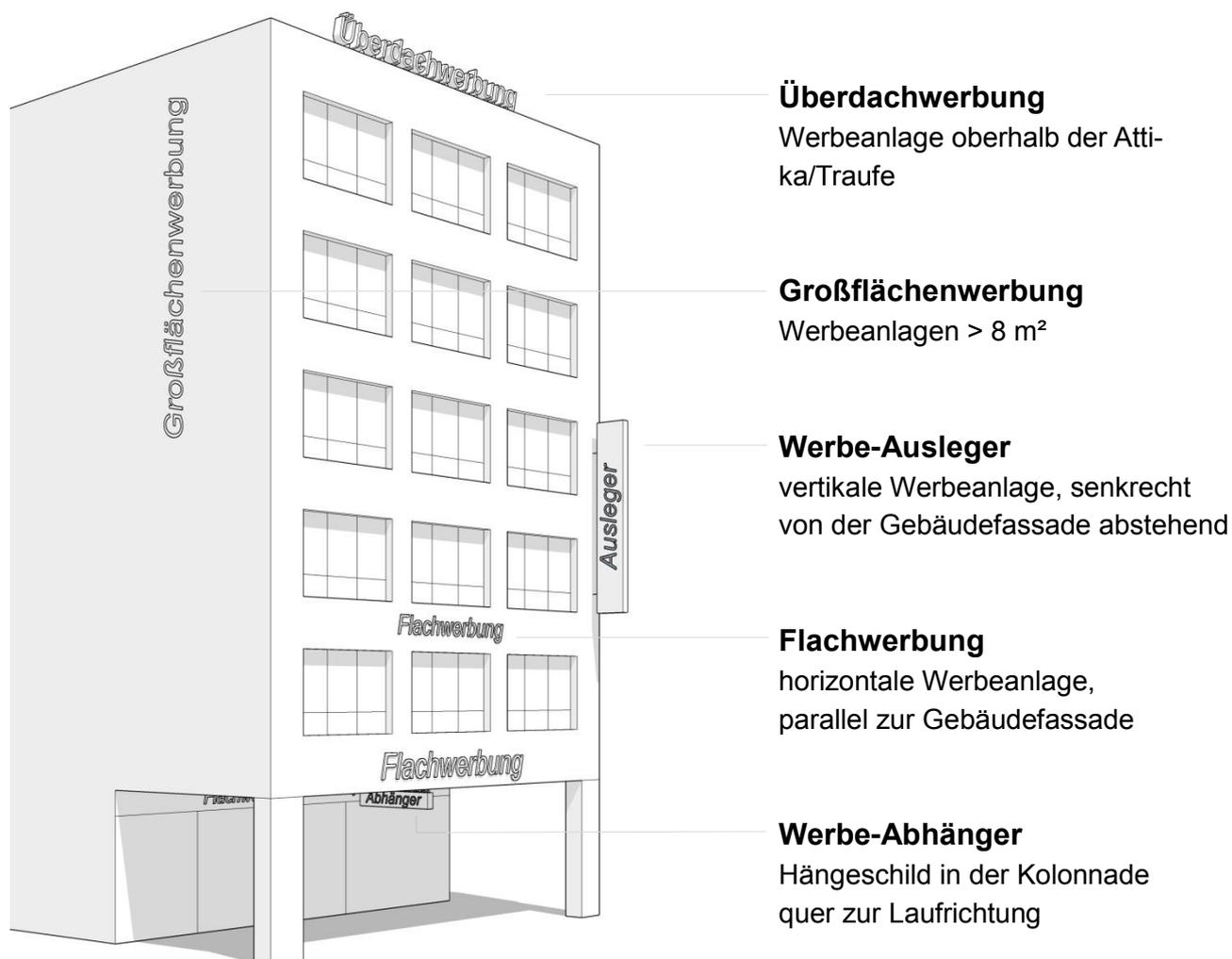


Abbildung 1: Typen von Werbeanlagen

## Anlage 2: Lageplan Geltungsbereich

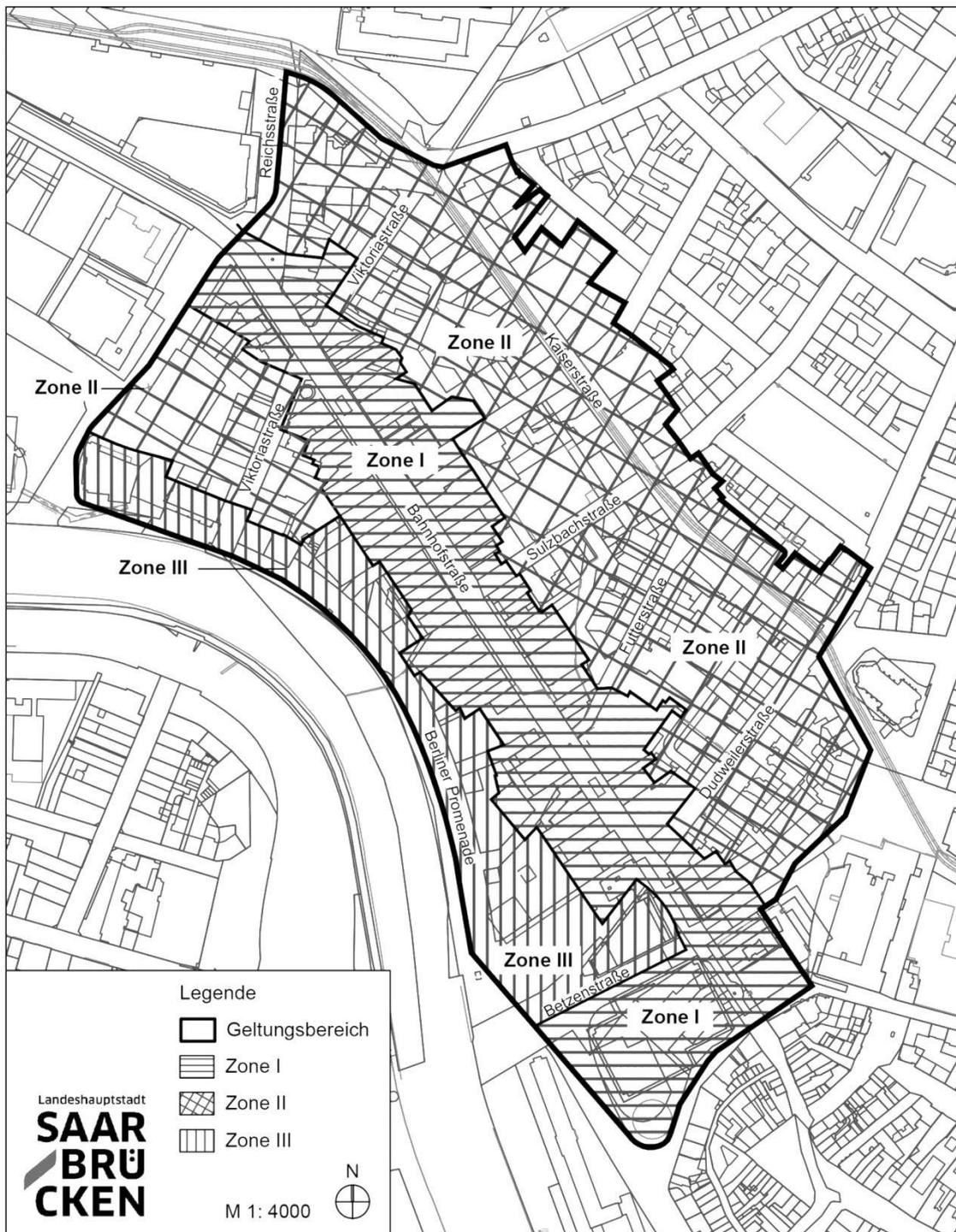


Abbildung 2: Lageplan Geltungsbereich vom 14.03.2019 im Maßstab 1: 4000