



Gestaltungshandbuch  
zur Werbeanlagensatzung  
2. August 2012





Impressum:  
Stadt Würzburg

Baureferat  
Prof. Dipl.-Ing. Christian Baumgart  
Berufsmäßiger Stadtrat und Stadtbaurat

Fachbereich Stadtplanung - ProStadt  
Peter Wiegand  
Antina Hemmerlein  
Stefan Hartung

# Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Straßenbild und Architektur	7
3	Anordnung der Werbeanlagen am Gebäude	11
4	Art und Größe der Werbeanlagen	17
5	Geltungsbereich	18
6	Satzungstext	19



Domstraße



Eichhornstraße



Kaiserstraße

# 1 Einleitung - Anlass und Zielsetzung

Ein attraktives Stadtbild, das zum Verweilen in den Geschäftsstraßen der Innenstädte einlädt, ist nicht nur für die Stadt Würzburg, sondern insbesondere auch für den Einzelhandel und alle weiteren Gewerbetreibenden von großer Bedeutung. Gerade Werbeanlagen können ein Ortsbild durch ihre Größe, ihren Umfang und die Art ihrer Anbringung beeinträchtigen. In zahlreichen Innenstädten (so auch in Würzburg) wird das Stadtbild auch dadurch gestört, dass man sich nicht auf eine einheitliche Gestaltung der Außenwerbung verständigen kann. Stattdessen wird oftmals versucht, mit individueller Gestaltung, prägnanten Werbehinweisen und durchaus auch ausgefallenen Gestaltungselementen die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken. Dieser Trend, mit jeder Werbung etwas größer und aggressiver zu werden, um die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken, wirkt sich negativ auf das gesamte Stadtbild aus.

Aufgrund ihres hohen geschichtlichen, künstlerischen und städtebaulichen Wertes ist die Altstadt von Würzburg besonders schutzwürdig. Der als „Bischofshut“ bezeichnete mittelalterliche Stadtraum und viele historische Gebäude stehen als Ensemble und Einzeldenkmäler gem. Art. 1.2 und 1.3 Bay. Gesetz zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler (DSchG) unter Denkmalschutz. Der Geltungsbereich dieser Satzung entspricht jedoch dem Verlauf der barocken Befestigung, die durch den Ringpark begrenzt ist, und schließt auch das alte Mainviertel westlich des Mains mit ein.

Das Bestreben der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben und das Interesse der Allgemeinheit an der Erhaltung des historischen Stadtbildes führen oftmals zu Interessenskonflikten. Dabei *„können Werbeanlagen ohne Einbuße an Wirksamkeit nach Zahl, Art und Erscheinungsbild vermindert werden, wenn diese Verminderung für alle in gleicher Weise gilt. Durch Vorschriften über die Gestaltung und den Umfang von Werbeanlagen entfällt ganz von selbst auch der Zwang mit jeder Anlage ein wenig größer und ein wenig „lauter“ zu werden als die anderen.“* („Alte Städte - Alte Dörfer, Gestalten und Erhalten durch örtliche Bauvorschriften“, Bayerisches Staatsministerium des Inneren, Oberste Baubehörde, 1987, S.144) Um einen Interessensausgleich zu gewährleisten, ist eine Werbeanlagensatzung im Bereich der Würzburger Innenstadt notwendig.

Ziel ist es, einen Rahmen für eine gegliederte und einheitliche Verwendung von Werbeanlagen im Geltungsbereich der Satzung zu schaffen, so dass diese sich in die gewachsenen Strukturen einfügen und die Belange des Ortsbildes und des Denkmalschutzes wüchigen. Werbeanlagen in der Würzburger Innenstadt müssen so gestaltet sein, dass sie dem historischen Erscheinungsbild Rechnung tragen und sich dementsprechend unterordnen. Es soll einer massiven und ungeordneten Verwendung von Werbeanlagen, die der historischen Innenstadt von Würzburg nicht gerecht wird, entgegengewirkt werden. Grundsätzlich bleiben die Belange des Denkmalschutzes unberührt.



Werbeanlage stört das Gesamterscheinungsbild des historischen Gebäudes nicht



Gelungene Integration einer Werbeanlage als architektonisches Gliederungselement der Fassade



Zurückhaltende Gestaltung der Werbung im Einklang mit Architekturgliederungen der Fassade

## 2 Straßenbild und Architektur

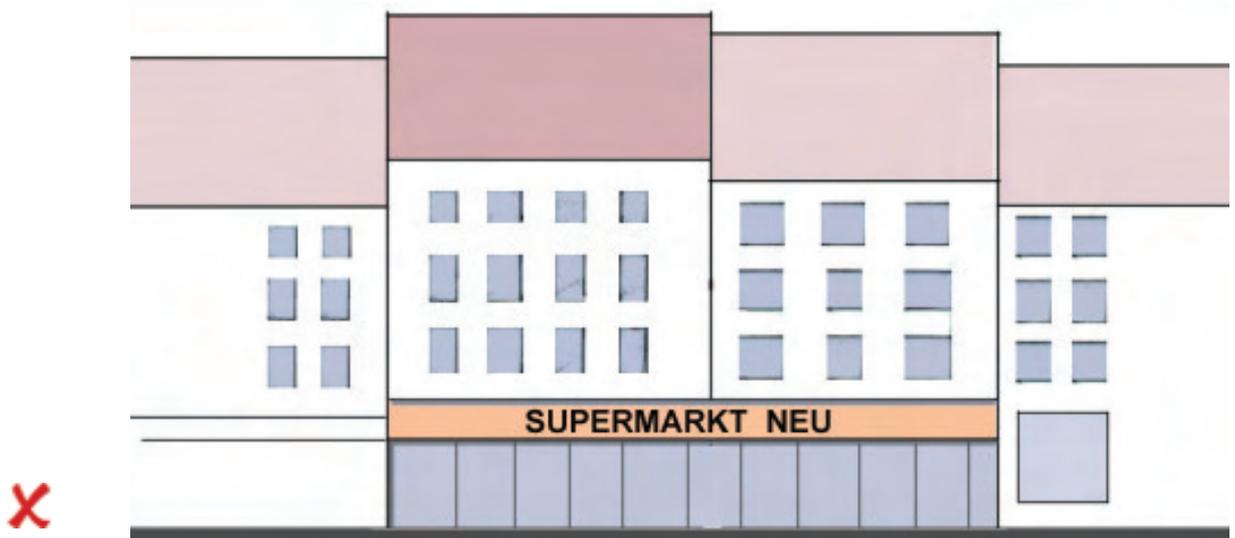
Die Anzahl, Art, Größe und das Erscheinungsbild der Werbeanlagen können das Stadtbild nachhaltig beeinträchtigen. Eine angemessene, zurückhaltende und einheitliche Gestaltung ist notwendig, um das historische Stadt- und Straßenbild zu erhalten und positiv zu prägen.

Um sich angemessen in das Straßenbild einzufügen, müssen sich sämtliche Werbeanlagen in ihrer Art, Anordnung, Größe, Form und Proportion der baulichen Struktur des Gebäudes unterordnen und sich in die Art und Gestaltung des näheren Umfelds einfügen. Daher dürfen Werbeanlagen auch nicht mehrere Gebäudeparzellen übergreifen.

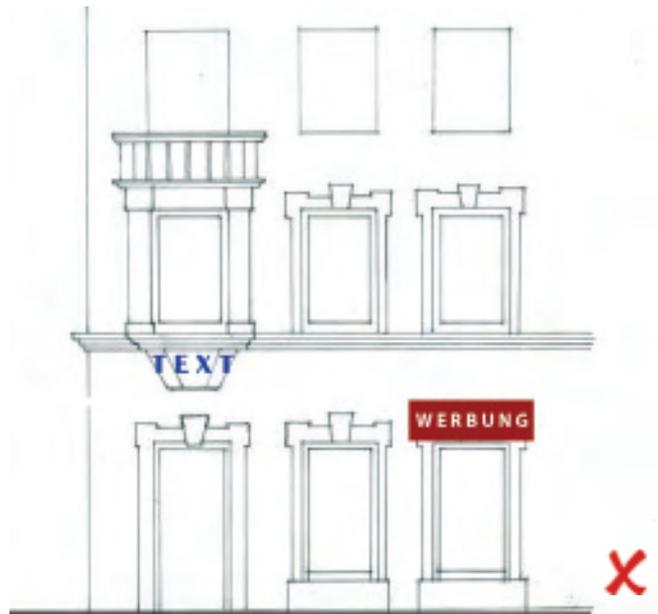
Werbeanlagen sollen den Straßen- und Platzraum in positiver Weise mitgestalten. Sie dürfen nicht so dominieren, dass sie die Gestalt einer Fassade oder eines Ensembles in der ästhetischen Qualität beeinträchtigen. Sie dürfen daher wichtige architektonische Gliederungselemente der Fassade - wie Erker und architektonische Vorbauten, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Stuckaturen, Brüstungsbänder, Giebel-dreiecke, Fenster, Fensterbänke oder Fensterumrahmungen - nicht verdecken oder überschneiden. Auch an Dächern, Schornsteinen, Toren und Einfriedungen sind Werbeanlagen unzulässig.

Farbe und Werkstoff der Werbeanlagen müssen dem baulichen Charakter des Gebäudes und des näheren Umfelds entsprechen. Unangemessene Farbkontraste, die sich störend auf die architektonische Erscheinung des Gebäudes auswirken, indem sie z.B. die Aufmerksamkeit in unangenehmer Weise auf sich lenken und somit das Stadtbild beeinträchtigen, sind zu vermeiden.

Kombinationen aus Vordächern und Werbeanlagen können zu einem Gesamtkörper verschmelzen und so zu einem unproportionalen Bestandteil der Fassade werden. Dies ist nicht zulässig. Werbeanlagen, die auf Vordächern platziert sind, dürfen deshalb nur als Einzelbuchstaben ohne hinterlegtes Transparent angebracht werden.



Werbeanlagen dürfen nicht mehrere Gebäude übergreifen.



Integrieren der Werbung mit Rücksicht auf wichtige fassadengliedernde Elemente

Unzulässiges Verdecken wichtiger fassadengliedernder Elemente



Dezenter Schriftzug über dem Eingangsbereich



Schriftzüge nehmen Bezug auf die Fassadengestaltung



Das Anbringen der Werbung hinter dem (Schau-)fenster nimmt Rücksicht auf die Architekturgliederungen der Fassade und bewahrt das Gesamterscheinungsbild des Gebäudes



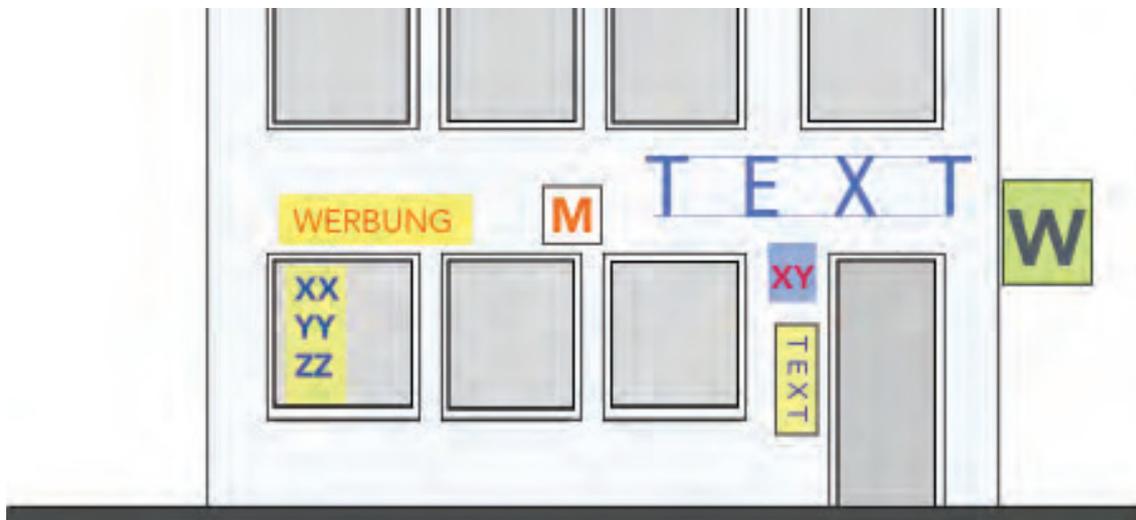
Lage, Schrifttypus und farbliche Gestaltung im Einklang mit historischen Gebäude



Gelungene Integration einer Werbeanlage als architektonisches Gliederungselement der Fassade



Zurückhaltende Platzierung der Werbung mit Rücksicht auf Architekturgliederungen der Fassade



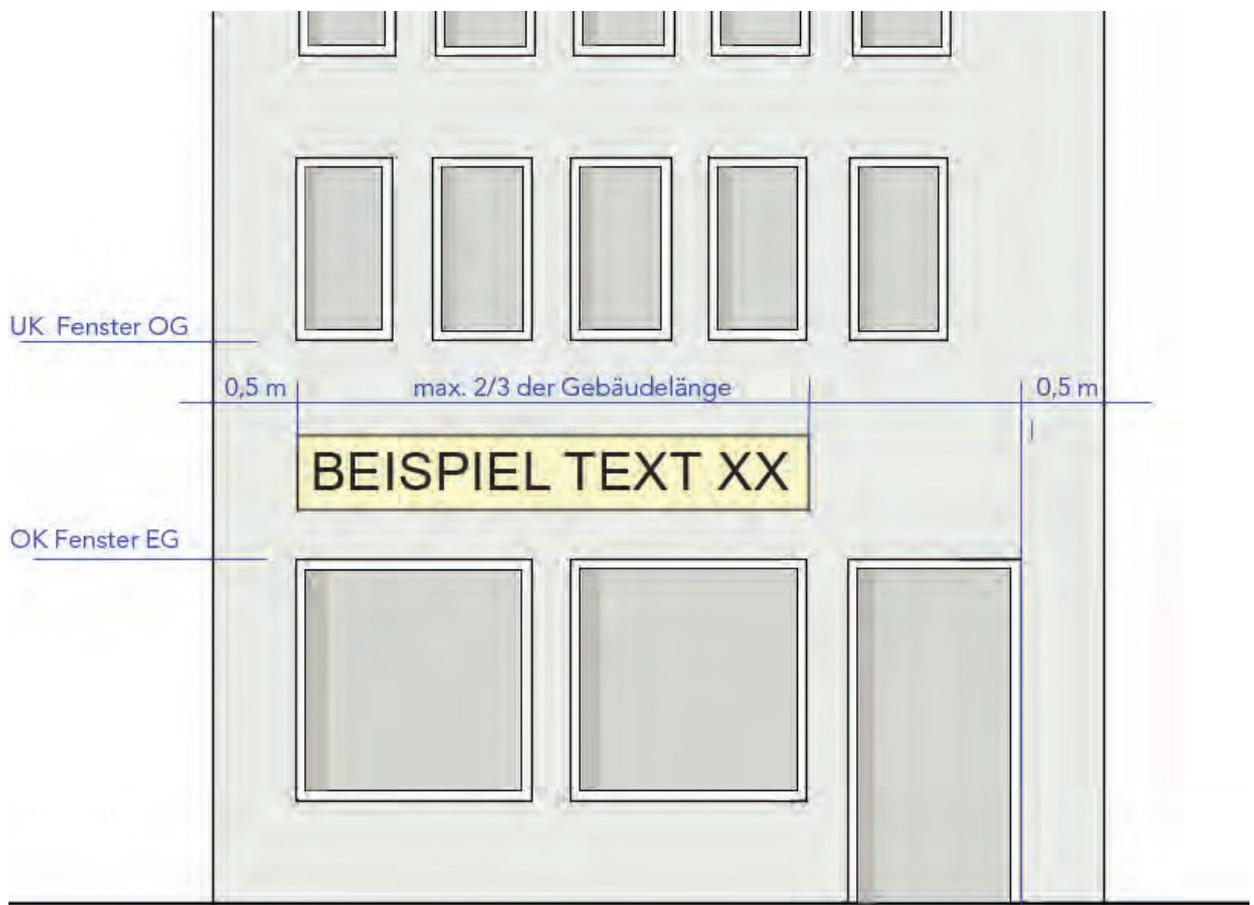
Unangemessene Häufung mehrerer Werbeanlagen an einer Fassade und das großflächige Bekleben der Fenster sind unzulässig

### 3 Anordnung am Gebäude - horizontale Flachwerbung

Die Größe der Werbeanlagen und die Positionierung am Gebäude haben einen wesentlichen Einfluß auf das Gesamterscheinungsbild. Grundsätzlich sollte jede Fassade maximal ein Werbeschild und einen Ausleger haben, in der Regel durch den Gewerbetreibenden der Erdgeschosszone. Eine Häufung verschiedener Werbeanlagen ist zu vermeiden. Werbeanlagen mehrerer Nutzer in einem Gebäude können in einer einheitlich gestalteten Sammelanlage zusammengefasst werden.

Werbeanlagen sind grundsätzlich nur im Erdgeschossbereich unter Einbeziehung des Brüstungsbereiches des 1. Obergeschosses anzubringen. Von den Gebäudeecken ist ein Abstand zu halten, der sich an den architektonischen Gestaltungselementen (Lisenen, Pilaster, Fensteröffnungen, etc.) orientiert.

Die Länge der Werbeanlagen darf nicht mehr als  $\frac{2}{3}$  der Fassadenbreite überspannen und nur horizontal, nicht vertikal angebracht werden. Die Höhe der horizontalen Werbeanlagen richtet sich nach der jeweiligen Fassadengliederung und soll sich proportional einfügen. Sie soll jedoch eine Gesamthöhe von 80 cm nicht überschreiten.



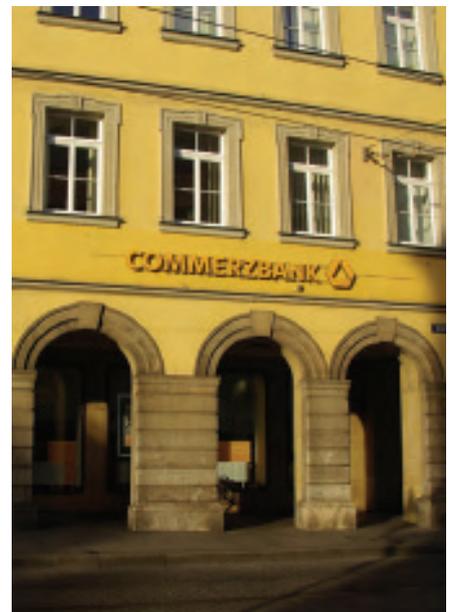
Anordnung der horizontalen Werbeanlagen am Gebäude:  
Nur im Erdgeschossbereich unter Einbeziehung des Brüstungsbereiches des 1. Obergeschosses



Die Werbung ist in die Fassadengestaltung integriert und ordnet sich unter



Das Anbringen eines Trägers für Werbeanlagen an der Fassade regelt eine einheitliche Gestaltung und wirkt sich positiv auf das Erscheinungsbild des Gebäudes und des Stadtraumes aus



Aufgebrachte Werbeschrift nimmt deutlichen Abstand zu wichtigen Fassadengliederungselementen



Dezenter Schriftzug unterhalb des Vordaches bildet eine harmonische Einheit mit der Fassadengestaltung



Der Schriftzug nimmt Bezug auf die Eingangsbreite und wirkt unterhalb des Vordaches nicht zu aufdringlich



Werbeschrift bildet eine gestalterische und harmonische Einheit mit dem Schaufenster



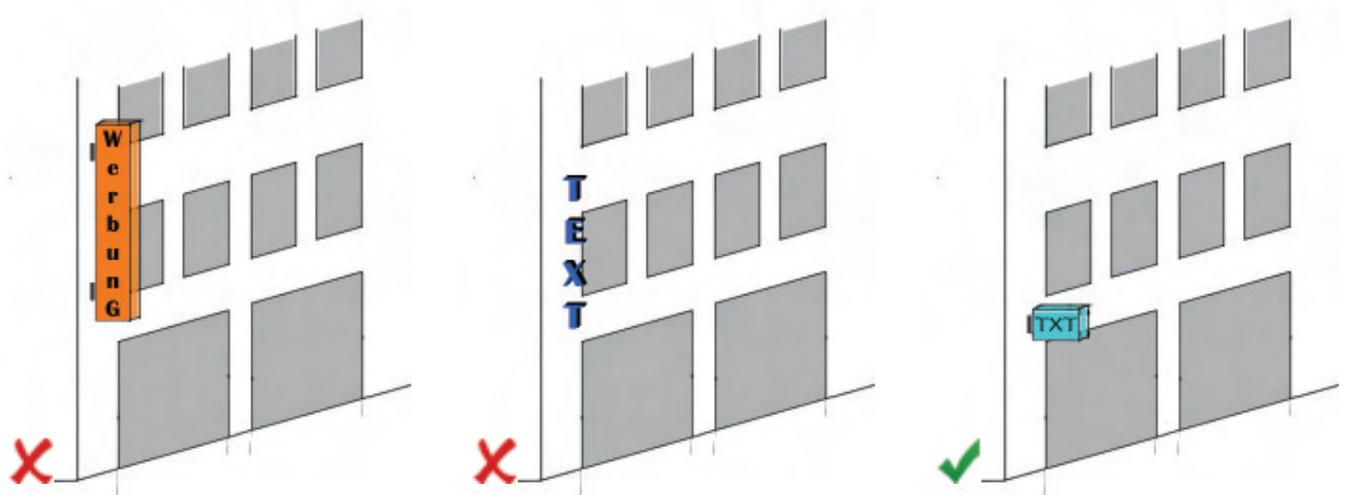
Traditionelle oder in Anlehnung an traditionelle Vorbilder gestaltete Werbeausleger

### 3 Anordnung am Gebäude - Ausleger

Werbeanlagen in den Obergeschossen sollen grundsätzlich vermieden werden. Auch vertikale Werbeanlagen, die rechtwinklig zur Gebäudewand angebracht sind und sich über das Erdgeschoß hinaus, oft über die gesamte Fassadenhöhe erstrecken, sind nicht zulässig. Da solche Werbeanlagen auf eine Fernwirkung abzielen und in der Regel größer dimensioniert sind, wirken sich diese Anlagen besonders störend auf das Stadtbild aus, verdecken gänzlich das bauliche und architektonische Erscheinungsbild des gesamten Straßenraums und stören wichtige Blickbeziehungen.

Kleinere, rechtwinklig zur Gebäudekante angebrachte Werbeausleger, sind zulässig. Sie sollen eine Gesamtausladung von 0,8 m und eine Ansichtsfläche von 0,7 m<sup>2</sup> sowie eine Dicke von max. 0,16 m nicht überschreiten. Bei der Beschriftung sind nur einzelne Buchstaben zulässig.

Ausnahmen können für künstlerisch und handwerklich gestaltete Schilder gewährt werden, die typische Symbole für einen Gewerbebezug oder alte Zunftzeichen verwenden oder in Anlehnung an traditionelle Werbeausleger gestaltet sind.



- Großformatige vertikale Werbeanlagen rechtwinklig zur Gebäudewand sind unzulässig
- Zulässig sind nur kleinformatische Ausleger



Beispiele für moderne kleinformatische Ausleger



Auf der Fassade aufgesetzte Schriftzüge



Ausgestanzte Buchstaben mit hinterlegtem Transparent



Durchgesteckter Schriftzug mit LED Beleuchtung



Mit Farbe direkt auf die Hauswand aufgebrachte Schriftzüge



Werbeschrift auf Vordächern in Form von einzelnen Buchstaben ohne hinterlegtes Transparent

## 4 Art und Größe der Werbeanlage

Als Flachwerbung sind nur erhabene Einzelbuchstaben zulässig. Folienschriften und Folienbelegungen sind grundsätzlich nicht zulässig. Die Buchstaben können auch direkt auf die Fassade aufgebracht werden. Hinterlegte Blenden als Schriftträger sind zulässig, die Blendenhöhe darf die Schrifthöhe um höchstens 20 % überschreiten. Die Blendenlänge darf die Schriftlänge um höchstens 10% überschreiten. Ebenfalls zulässig sind mit Farbe direkt auf die Fassade aufgetragene Schriftzüge. Diese müssen sich gestalterisch sowie in Form und Farbgebung an die Fassade anpassen.

Die Buchstabenhöhe sollte unter 40 cm Höhe bleiben. Abweichungen sind möglich bei gleichzeitiger Verwendung von Groß- und Kleinbuchstaben oder Logos, solange die Kleinbuchstaben unter 40 cm bleiben. Von Gesimsen und anderen Architekturgliederungen ist jedoch ein angemessener Abstand einzuhalten. Ausschlaggebend für die Beurteilung ist das Erscheinungsbild der jeweiligen Werbeanlage an der Fassade.

Am Gebäude installierte vertikale Werbefahnen oder horizontale textile oder textil wirkende Werbung (z.B. Bannerwerbung) sind unzulässig.

Das vollständige oder teilweise Bekleben oder Übermalen von Fensterflächen und Glastüren ist nicht zulässig. Werbung auf Glasflächen (Fenstern, Schaufenster, etc.) darf ausnahmsweise angebracht werden. Dabei dürfen auf Glasflächen maximal 10 % der Glasfläche für Werbung verwendet werden.

Neben der „klassischen“ Geschäftswerbung sind heute in den Innenstädten meist weitere Werbeanlagen vertreten, wie z. B. laufende Schrift- und Leuchtbänder oder wechselnde Bilder, Blinklichter, Videoinstallationen und Werbeanlagen mit beweglichen Teilen. Auch sie können sich störend auf das Erscheinungsbild der Innenstadt auswirken und sind nicht zulässig, da sie besonders aufdringlich wirken. Auch projizierte Werbungen wie Schriften und/oder Bilder z.B. auf Fassaden- oder öffentlichen Verkehrsflächen sind unzulässig.

Die dauerhafte Beschallung des öffentlichen Raums zu Werbezwecken sowie der Einbau privater Lautsprecheranlagen außerhalb der Gebäudehülle sind im Einzelfall zu prüfen und unterliegen der Genehmigungspflicht.

Kastenförmige Werbeanlagen oder Buchstabenblöcke sind nicht zulässig. Darunter sind beispielsweise einzelne Leuchtkästen zu verstehen, die mit nur einem Buchstaben beklebt sind und aneinandergereiht einen Werbetext ergeben.

## 5 Geltungsbereich



## 6 Werbeanlagensatzung der Stadt Würzburg

### Präambel:

Die Altstadt von Würzburg ist auf Grund des hohen geschichtlichen, künstlerischen und städtebaulichen Wertes besonders schutzwürdig. Der als „Bischofshut“ bezeichnete mittelalterliche Stadtraum und viele historische Gebäude stehen als Ensemble und Einzeldenkmäler gem. Art. 1.2 und 1.3 Bay. Gesetz zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler (DSchG) unter Denkmalschutz. Der Geltungsbereich dieser Satzung entspricht jedoch dem Verlauf der barocken Befestigung, die durch den Ringpark begrenzt ist, und schließt das alte Mainviertel westlich des Mains mit ein.

Das Bestreben der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben, und das Interesse der Allgemeinheit an der Erhaltung des historischen Stadtbildes führen oftmals zu Interessenskonflikten. Um einen Interessensausgleich zu gewährleisten, ist eine Werbeanlagensatzung im Bereich der Würzburger Innenstadt notwendig.

Ziel der Satzung ist es, dass sich Werbeanlagen, Warenautomaten und Werbefahnen in die gewachsenen Strukturen einfügen und die Belange des Ortsbildes und des Denkmalschutzes würdigen. Werbeanlagen in der Würzburger Innenstadt müssen so gestaltet sein, dass sie dem historischen Erscheinungsbild Rechnung tragen und sich dementsprechend unterordnen. Es soll einer massiven und ungeordneten Verwendung von Werbeanlagen, die der historischen Würzburger Innenstadt nicht gerecht wird, entgegengewirkt werden. Ziel ist es, einen Rahmen für eine gegliederte und einheitliche Verwendung von Werbeanlagen im Geltungsbereich der Satzung zu schaffen. Grundsätzlich bleiben die Belange des Denkmalschutzes unberührt.

# Werbeanlagensatzung der Stadt Würzburg

## § 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich umfasst die Innenstadt der Stadt Würzburg. Diese wird in dieser Satzung begrenzt durch:

Im Norden

den Neunerplatz, die Luitpoldstraße, die Bismarckstraße, und die Haugerglasisstraße,

Im Osten

den Berliner Platz, die Martin-Luther-Straße und den Friedrich-Ebert-Ring,

Im Süden

den Friedrich-Ebert-Ring, Am Studentenhaus, die Sanderglasisstraße, das Burkarder Tor, die Tellsteige und die Zeller Straße,

Im Westen

die Wörthstraße und die Spitalgasse.

Die Werbeanlagensatzung gilt auf beiden Straßenseiten. Ausgenommen sind die äußeren Begrenzungsstraßen der Schutzzone (s. o.), hier findet die Satzung nur auf der näher zur Innenstadt gelegenen Straßenseite Anwendung.

Die Schutzzone umfasst folgende Straßen und öffentliche Verkehrsflächen:

Alte Kasernenstraße, Alte Mainbrücke, Am Bruderhof, Am Dicken Turm, Am Pleidenturm, Am Studentenhaus, An der Löwenbrücke, Arztlade, Augustinerstraße, Bachgasse, Badergasse, Bahnhof/Busbahnhof, Bahnhofstraße, Balthasar-Neumann-Promenade, Barbarossaplatz, Bäringasse, Beim Grafeneckart, Bergmeistergasse, Berliner Platz, Bibrastraße, Blasiusgasse, Blöhlein, Bockgasse, Bohnesmühlgasse, Brauhof, Bronnbachergasse, Bronnbacherhof, Burkarder Tor, Burkarderstraße, Büttnerstraße, Dettelbacher Gasse, Domerpfarrgasse, Domerschulstraße, Dominikanergasse, Dominikanerplatz, Domstraße, Dreikronenstraße, Dritte Felsengasse, Ebracher Gasse, Eichhornstraße, Eichstraße, Elefantengasse, Elstergasse, Erste Felsengasse, Felix-Freudenberger-Platz, Fischmarkt, Franziskanergasse, Franziskanerplatz, Franz-von-Rinecker-Weg, Fred-Joseph-Platz, Friedrich-Ebert-Ring, Gerberstraße, Gertraudgasse, Geschwister-Scholl-Platz, Gotengasse, Grabenberg, Grabengasse, Gressengasse, Häfnergasse, Hahnenhof, Handgasse, Haugerkirchgasse, Haugerkirchplatz, Haugerpfarrgasse, Haugerring, Heinestraße, Herrnstraße, Hofstallstraße, Hofstraße, Holztorgasse, Hörleingasse, Huebergasse, Husarenstraße, Ingolstadter Hof, Innerer Graben, Jehuda-Amichai-Straße, Jo-

hanniterplatz, Josef-Stangl-Platz, Juliuspromenade, Kaiserplatz, Kaiserstraße, Kapuzinerstraße, Kardinal-Döpfner-Platz, Kardinal-Faulhaber-Platz, Karmelitenstraße, Kärnergasse, Kartause, Katharinengasse, Katzengasse, Kettengasse, Kiliansplatz, Klinikstraße, Klostergasse, Koellikerstraße, Kolpingplatz, Kolpingstraße, Korngasse, Kranenkai, Kroatengasse, Kürschnerhof, Landwehrstraße, Langgasse, Laufergasse, Leonhard-Frank-Promenade, Lindahlstraße, Ludwigkai, Ludwigsbrücke, Ludwigstraße, Maiergasse, Mainkai, Marcusstraße, Marienplatz, Marienstraße, Marktgasse, Marktplatz, Martin-Luther-Straße, Martinstraße, Maulhardgasse, Maxstraße, Mönusbrunnen, Moritzgasse, Münzstraße, Neubaustraße, Neutorstraße, Neydeckgasse, Niggelweg, Obere Johannitergasse, Oberer Mainkai, Oberthürstraße, Oeggstraße, Ottostraße, Paradeplatz, Peterpfarrgasse, Peterplatz, Peterstraße, Pfauengasse, Philipp-Schrepfer-Allee, Plattnerstraße, Platz der Fischerzunft, Pleicherkirchgasse, Pleicherkirchplatz, Pleicherpfarrgasse, Pleicherschulgasse, Pleichertorstraße, Pleicherwall, Pommerngasse, Prymstraße, Reibeltgasse, Reisgrubengasse, Rennweg, Rennweger Ring, Reuerergasse, Rittergasse, Röntgenring, Rosengasse, Rotlöwengasse, Rotscheibengasse, Rückermainstraße, Rüdigerstraße, Saalgasse, Sanderglacisstraße, Sanderring, Sanderstraße, Schenkhof, Schildhof, Schlossgasse, Schmalzmarkt, Schönthalstraße, Schottenanger, Schustergasse, Schüttgasse, Schwanenhof, Semmelstraße, Spiegelstraße, Spitalgasse, Stephanstraße, Sterngasse, Sternplatz, Tellsteige, Textorstraße, Theaterstraße, Theresienstraße, Tiepolostraße, Turmgasse, Ulmer Hof, Untere Bockgasse, Untere Johannitergasse, Ursulinergasse, Viehmarktplatz, Vierröhrenbrunnen, Wallgasse, Wilhelm-Schwinn-Platz, Willy-Brandt-Kai, Wirsbergstraße, Wolfhartgasse, Wolframstraße, Wöllergasse, Zeller Straße, Zinkhof, Zweite Felsengasse, Zwinger

## **§ 2 Sachlicher Geltungsbereich**

Diese Satzung gilt gemäß Art. 81 BayBo Abs.(1) Nr.1,2 Abs.(3) für die Neuerrichtung, Renovierung, Instandsetzung und Veränderung aller baulichen Anlagen, einschließlich Einfriedungen und für die Errichtung von Werbeanlagen, darunter insbesondere Schilder, Ausleger, Hinweisschilder, Aufsteller, Beschriftungen, Logos, Bemalungen und Fahnen sowie Warenautomaten und Antennenanlagen. Sie ist ebenfalls bei der Gestaltung des öffentlichen Straßenraumes und bei Grünflächen anzuwenden.

Die Bestimmungen dieser Satzung sind bei allen Veränderungen der äußeren Gestaltung vorhandener baulicher Anlagen einzuhalten.

Diese Satzung regelt nicht die besonderen Anforderungen, die sich nach dem Denkmalschutzgesetz vom 11. März 1980 (GV NW S. 226, berichtigt S. 716), zuletzt geändert durch Gesetz vom 05.04.2005 (GV NW S. 274), für die in der Denkmalliste eingetragenen Objekte ergeben. Das Erlaubnisverfahren gemäß § 9 DSchG bleibt unberührt.

Aufgrund der Lage im Ensemblebereich des Satzungsgebiets ist davon auszugehen, dass bei

jedlichen Veränderungen der Außengestaltung Denkmalbelange berührt werden und somit ein Erlaubnisverfahren gem. § 9 DSchG erforderlich wird.

Die Satzung der Stadt Würzburg über die förmliche Festlegung des Sanierungsgebietes „Innenstadt“, vom 02.05.1997, bleibt davon unberührt.

Die Satzung der Stadt Würzburg für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, vom 06.05.1987, bleibt davon unberührt.

Die Satzung über Anschlagstafeln, Anschläge (Litfaß-) –Säulen, das Anbringen von Anschlägen der Wirtschaftswerbung und Sammelhinweistafeln im Stadtgebiet Würzburg, vom 06.05.1987, bleibt davon unberührt.

### **§ 3 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen**

#### **1. Zulässigkeit von Werbeanlagen**

1.1 Sämtliche Werbeanlagen müssen sich in das Straßenbild einfügen und dürfen keine Beeinträchtigung des Ensembles hervorrufen. Werbeanlagen müssen in Anordnung, Art, Größe, Werkstoff, Farbe und Form dem baulichen Charakter und dem Maßstab des jeweiligen Straßen- und Platzraumes sowie des Einzelgebäudes entsprechen, an dem sie angebracht sind. Sie dürfen wichtige architektonische Gliederungselemente der Fassade – wie Fenster, Brüstungsbänder, Fensterbänke, Fensterumrahmungen, Giebdreiecke, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen oder Stuckaturen - nicht verdecken oder überschneiden.

1.2 Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.

1.3 Werbeanlagen sind im Erdgeschossbereich unter Einbeziehung des Brüstungsbereiches des 1. Obergeschosses anzubringen.

1.4 Werbeanlagen dürfen nur in Form von Beschriftungen, Werbefahnen oder als Ausleger an der Gebäudefront angebracht werden.

1.5 Werbeanlagen dürfen nicht mehrere Gebäudeparzellen übergreifen. Unangemessene Farbkontraste sind zu vermeiden. Kombinationen aus Vordächern und Werbeanlage können zu einem Gesamtkörper verschmelzen und so ein unproportionaler Bestandteil der Fassade werden. Dies ist nicht zulässig. Werbeanlagen, die auf Vordächern platziert sind, dürfen deshalb nur als Einzelbuchstaben ohne hinterlegtes Transparent angebracht werden.

1.6 An fassadengliedernden Gebäudeteilen, wie z.B. Erkern und Kanzeln, sowie an Dächern, Schornsteinen, Toren und Einfriedungen sind Werbeanlagen unzulässig.

- 1.7 Neben der „klassischen“ Geschäftswerbung sind heute in den Innenstädten meist weitere Werbeanlagen, wie z. B. Werbeanlagen als laufende Schrift- und Leuchtbänder oder wechselnde Bilder, als Blinklichter, als Videoinstallationen und Werbeanlagen mit beweglichen Teilen, vertreten. Auch sie können sich störend auf das Erscheinungsbild der Innenstadt auswirken und sind daher nicht zulässig, da sie besonders aufdringlich wirken. Projizierte Werbungen wie Schriften und/oder Bilder auf z.B. Fassaden- oder öffentlichen Verkehrsflächen sind ebenfalls unzulässig.
- 1.8 Die dauerhafte Beschallung des öffentlichen Raums zu Werbezwecken sowie der Einbau privater Lautsprecheranlagen außerhalb der Gebäudehülle unterliegen der Genehmigungspflicht.
- 1.9 Die Häufung kastenförmiger Werbeanlagen oder Buchstabenblöcke sind nicht zulässig. Darunter sind beispielsweise einzelne Leuchtkästen zu verstehen, die mit nur einem Buchstaben beklebt sind und aneinandergereiht missverständlich als Einzelbuchstaben interpretiert werden können.
- 1.10 Litfaß-Säulen und andere überdimensionierte Werbung im öffentlichen Straßenraum sind ebenfalls unzulässig. Hier wird auf die Satzung über Anschlagstafeln, Anschlags- und Litfaß-Säulen, das Anbringen von Anschlägen der Wirtschaftswerbung und Sammelhinweistafeln im Stadtgebiet Würzburg, vom 06.05.1987, verwiesen.

## 2. Gestaltung von Werbeanlagen

- 2.1 Als Flachwerbung sind nur erhabene Einzelbuchstaben zulässig. Folienschriften und Folienbeklebungen sind grundsätzlich nicht zulässig. Die Buchstaben können auch direkt auf die Fassade aufgebracht werden. Hinterlegte Blenden als Schrifträger sind zulässig, die Blendenhöhe darf die Schrifthöhe um höchstens 20 % überschreiten. Die Blendenlänge darf die Schriflänge um höchstens 10% überschreiten. Ebenfalls zulässig sind mit Farbe direkt auf die Fassade aufgebrachte Schriftzüge. Diese müssen sich gestalterisch sowie in Form, Schrifttypus und Farbgebung an die Fassade anpassen.
- 2.2 In der Regel sollen die Buchstaben nicht größer als 40 cm sein. Bei gleichzeitiger Verwendung von Groß- und Kleinbuchstaben sind Abweichungen möglich, wenn die Kleinbuchstaben unter 40 cm Höhe bleiben und die Werbeanlage sich in ihrer Proportion und Ausformung den wesentlichen Gliederungselementen der Fassade anpasst.

- 2.3 Eine Häufung von verschiedenen Anlagen ist zu vermeiden. Dies findet insbesondere Anwendung bei mehreren Geschäften bzw. Büros innerhalb eines Objekts. Sind bereits Werbeanlagen vorhanden, besteht kein Anspruch auf eine weitere Anlage. In solchen Fällen sind Sammelanlagen, die in Form, Gestaltung, Material und Beleuchtungsart aufeinander abgestimmt sind, unter Einhaltung der in der Satzung für Einzelanlagen gemachten Vorgaben zulässig.
- 2.4 Horizontale Werbeanlagen dürfen nicht oberhalb der Traufe und nur bis einschließlich Brüstung des 1. Obergeschosses angebracht werden.
- 2.5 Die Höhe der gesamten horizontalen Werbeanlagen richtet sich nach der jeweiligen Fassadengliederung und darf 80 cm nicht überschreiten. Ein deutlicher Abstand zu Gesimsen und Architekturgliederungen ist einzuhalten. Die Länge der Werbeanlagen darf höchstens  $\frac{2}{3}$  der Fassadenbreite überspannen. Die Werbeanlage darf nur horizontal und nicht vertikal angebracht werden. Von den Gebäudeecken ist ein Abstand von mindestens 0,50 m einzuhalten, welcher auch auf die Fassadengestaltung (Fensteröffnungen und andere Gliederungselemente) Bezug nimmt. Horizontale textile oder textil wirkende Werbung (z.B. Bannerwerbung) ist unzulässig.
- 2.6 (1) Werbeausleger und -ausstecker sowie allgemeine Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden, können sich störend auf das Stadtbild auswirken. Deshalb dürfen eine Gesamtausladung von 0,8 m, eine Ansichtsfläche von  $0,7 \text{ m}^2$  sowie eine Dicke von max. 0,16 m nicht überschritten werden. Bei der Beschriftung sind nur einzelne Buchstaben zulässig.
- (2) Vertikale Werbefahnen an Gebäuden sollen den Gesamteindruck einer Fassade nicht beeinträchtigen. Hier ist die Verwendung textiler Materialien vorgeschrieben. Die Ansichtsfläche von  $0,7 \text{ m}^2$  sowie der Abstand von 0,8 m der Werbefahne (Außenkante) vom Gebäude darf nicht überschritten werden. Das Anbringen textiler Werbefahnen an der Vorderkante von Vordächern und Kragelementen ist nicht zulässig.
- 2.7 Abweichungen von Festlegung 2.6 sind im Einzelfall zulässig für künstlerisch oder handwerklich gestaltete Schilder und Werbeausleger. Beispielsweise typische Symbole für einen Gewerbezweig, alte Zunftzeichen, traditionelle oder in Anlehnung an traditionelle Ausleger gestaltete Schilder.
- 2.8 Das vollständige oder teilweise Bekleben oder Übermalen von Fensterflächen und Glasuren birgt gestalterische Schwierigkeiten und beeinträchtigt das Erscheinungsbild der Fassade zum öffentlichen Raum. Daher darf Werbung auf Glasflächen (Fenstern, Schaufenster, etc.) nur ausnahmsweise angebracht werden und die Werbung darf 10% der gesamten Glasfläche nicht überschreiten.

- 2.9 Informationseinrichtungen wie Schaukästen, Säulen und Vitrinen, die Stadtpläne, sonstige öffentliche oder für die Allgemeinheit bestimmte Informationen enthalten, sind im Einzelfall zulässig, wenn sie sich einschließlich der Informationen selbst in Größe, Gestaltung und Farbe in die nähere Umgebung einfügen und keine störende Häufung darstellen. Hier wird auf die Satzung über Anschlagstafeln, Anschlags (Litfaß-) –Säulen, das Anbringen von Anschlägen der Wirtschaftswerbung und Sammelhinweistafeln im Stadtgebiet Würzburg, vom 06.05.1987, verwiesen.
- 2.10 Wird eine bestandsgeschützte bzw. genehmigte Werbeanlage ganz oder in Teilen vom Gebäude entfernt oder verändert, entsteht für die gesamte Werbeanlage eine neue Genehmigungspflicht.
- 2.11 Schaltverteilerkästen, die mit Werbung versehen sind, können das Stadtbild wesentlich beeinträchtigen und sind daher im gesamten Satzungsgebiet zu unterlassen.

### 3. Warenautomaten

Warenautomaten dürfen nur in Hauseingängen, Hofeinfahrten, Vorgärten und Passagen errichtet werden. Sie sind so anzubringen und auszuführen, dass sie das Erscheinungsbild des Gebäudes nicht beeinträchtigen. Bei Kulturdenkmälern und denkmalgeschützten Gebäuden ist das Anbringen von Warenautomaten grundsätzlich nicht zulässig.

### 4. Wasserflächen

Schwimmende Einrichtungen (beispielsweise Restaurantschiffe) zwischen Friedensbrücke und Löwenbrücke, die das Stadtbild nachhaltig prägen, unterliegen ebenfalls dieser Satzung.

## § 4 Abweichungen

Die Zulassung von Abweichungen bedarf der Schriftform. Bei der Entscheidung über die Zulassung von Abweichungen sind die besonderen Funktionen der Einkaufsstraße angemessen zu berücksichtigen. Von den Vorschriften dieser Satzung können Abweichungen gemäß Art. 63 BayBO gewährt werden, wenn der historische Charakter, die künstlerische Eigenart und die städtebauliche Bedeutung des Gebäudes, des Straßen- und Platzbildes und des Ensembles dadurch nicht beeinträchtigt werden.

## **§ 5 Ordnungswidrigkeiten**

Verstöße gegen Vorschriften dieser Satzung können unbeschadet der Verpflichtung zur Korrektur im Sinne dieser Satzung gemäß Art. 79 BayBO mit Bußgeld geahndet werden.

## **§ 6 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt einen Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Würzburg, den 2. August 2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Georg Rosenthal', is written over a light blue rectangular background.

Georg Rosenthal  
Oberbürgermeister

