

Begründung zur Satzung für Werbeanlagen im Ortsteil Sinsheim Steinsfurt

1. Planerfordernis

Werbung soll auffallen, um Aufmerksamkeit zu wecken und zu informieren.

Zum Konflikt kommt es, wenn Werbeanlagen in Anzahl, Größe, Anordnung, Farbgebung und Beleuchtung mit den gestaltprägenden architektonischen Elementen der Gebäude konkurrieren und diese überdecken. Dies betrifft insbesondere Werbeanlagen sowie Hinweisschilder an historischen Gebäuden und in überwiegend historisch geprägten Ortskernen wie Steinsfurt.

Während einerseits die zunehmende Internationalisierung des Handels eine wachsende Uniformität der Werbeanlagen begünstigt, ist in den letzten Jahren andererseits auch eine zunehmende Sensibilisierung für graphisch und handwerklich gut gestaltete, zurückhaltende Werbeanlagen zu erleben.

Der Ortsteil Steinsfurt ist durch seine kleinteilige städtebauliche Struktur, bestehend aus ein- bis zweigeschossigen Gebäuden mit überwiegend giebelständigen Satteldächern gekennzeichnet.

Die Bebauung an der Steinsfurter Straße, welche diese Satzung in der Hauptsache betrifft, ist einerseits Durchgangsstraße zum Autobahnanschluss Sinsheim-Steinsfurt, andererseits Hauptgeschäftsstraße und zentraler öffentlicher Raum für die Bürger/innen und Besucher von Steinsfurt.

Die Funktion als Durchgangsstraße hat dazu beigetragen, dass der Bereich der Steinsfurter Straße insbesondere auch für solche Werbung attraktiv geworden ist, die nicht an der Stätte ihrer Leistung stattfindet. Beispiele hierfür sind die vorhandenen Großwerbetafeln für Wechselwerbung (Plakatwände). Außerdem sind eine ganze Anzahl bestehender Werbeanlagen in Anzahl, Größe, Anbringungsort und Werbeform dem Ortsbild nicht angemessen.

Ziel dieser Satzung ist, einen Beitrag zur Sicherung der Steinsfurter Straße als einen attraktiven öffentlichen Raum und Geschäftsbereich zu leisten. Darüber hinaus soll die Ablenkung der Aufmerksamkeit, welche für Verkehrsteilnehmer insbesondere durch großformatige Werbung entstehen kann, auch aus Gründen der Verkehrssicherheit minimiert werden.

Zu diesem Zweck werden Festsetzungen für eine angemessene Gestaltung der Werbeanlagen getroffen werden, die in Einklang mit der ortstypischen und zum Teil historische geprägten Architektur stehen und gleichzeitig ausreichenden Spielraum für die individuelle Umsetzung geben.

Die Satzung wird auch auf das bisher unbebaute Gebiet „An der Au“ ausgedehnt, welcher den nördlichen Ortsrand bildet. Die Flächen sollen künftig für gewerbliche Nutzungen erschlossen werden. Eine künftige Bebauung wird den städtebaulich sensiblen Bereich des Ortseingangs in besonderem Maß prägen, so dass eine Regelung der zulässigen Werbeanlagen dort geboten ist.

2. **Geltungsbereich / Teilbereiche**

Der Geltungsbereich der Satzung umfasst die Steinsfurter Straße mit den angrenzenden Grundstücken und einen Teilbereich des nördlichen Ortsrandes von Steinsfurt (Gebiet „An der Au“). Die genaue Abgrenzung ergibt sich aus Anlage 1 zum Satzungstext.

Der Geltungsbereich ist in vier Teilbereiche gegliedert:

Teilbereich A umfasst den Bereich der Ortsdurchfahrt mit kleinteiliger, z.T. historischer Bebauung. Für diesen Bereich gelten erhöhte gestalterische Anforderungen.

Teilbereich B umfasst den Bereich des Ortseingangs, wo sich ein Verbrauchermarkt etabliert hat. Dieser Bereich ist grundsätzlich dem Bereich A verwandt, es gibt jedoch mit Rücksicht auf den vorhandenen Verbrauchermarkt hinsichtlich der freistehenden Werbeanlagen eine Lockerung der Festsetzungen.

Teilbereich C umfasst die gewerblichen Flächen im Bereich „An der Au“. Hier sind die Festsetzungen gegenüber dem Bereich der Ortsdurchfahrt weniger streng formuliert. Es geht um einen Ausgleich zwischen städtebaulichen Interessen (Gestaltung des Ortsrandes) und den Interessen der Gewerbetreibenden nach einer ausreichenden Flexibilität hinsichtlich der Gestaltung ihrer Werbeanlagen.

Teilbereich D umfasst den Bereich der Tankstelle am Ortseingang, der systematisch dem Bereich C zugeordnet wird. Aufgrund der für Tankstellen charakteristischen Werbeformen werden in diesem Bereich die Festsetzungen für freistehende Werbeanlagen angepasst.

3. **Festsetzungen**

3.1 **Allgemeines**

§ 1 - Gegenstand

Hier werden die wesentlichen Satzungsziele beschrieben, Werbeanlagen im Sinne der Satzung definiert und Ausschlüsse dargestellt.

§ 2 - Geltungsbereich

Abgrenzung des Geltungsbereichs unter Bezug auf die zugehörige Kartierung.

§ 3 – Allgemeine Anforderungen

Die allgemeinen Anforderungen gelten stets und insbesondere auch in den Fällen, wo die Art der geplanten Werbeanlagen durch die nachfolgenden Festsetzungen nicht ausreichend erfasst werden können.

3.2 **Bereich A (Ortsdurchfahrt)**

§ 4 – Unzulässige Werbeanlagen im Teilbereich A (Steinsfurter Straße)

Hier werden zunächst einige Werbeanlagen, die erfahrungsgemäß häufig in Konflikt zu den architektonischen Elementen geraten sowie einige aggressive Formen der Werbung, die sich besonders störend auf das Ortsbild auswirken, ausgeschlossen.

Zu diesen störenden Werbeformen zählen Werbeanlagen mit Lauf-, Wechsel oder Blinklichtschaltung, Werbeanlagen mit nicht blendfreier Beleuchtung und Werbung in grellen und fluoreszierenden Farben. Auch Großwerbetafeln für Wechselwerbung

(Plakatwände), werden ausgeschlossen, da sie sich nicht in das kleinteilige Ortsbild einfügen.

Außerdem werden einige Anbringungsorte für Werbeanlagen ausgeschossen, soweit sie nicht durch spätere Festsetzungen erfasst sind, um zu verhindern, dass Werbeanlagen in Konflikt zur Architektur stehen oder das Ortsbild dominieren.

In diesem Sinne werden Werbeanlagen, die auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen, Werbeanlagen im Bereich der Dachfläche, an Balkonbrüstungen, an Einfriedungen und auf Vordächern ausgeschlossen.

§ 5 – Zulässige Werbeanlagen im Teilbereich A (Steinsfurter Straße)

In diesem Abschnitt wird definiert, in welcher Anzahl, an welchem Ort und in welcher Größe Werbeanlagen zulässig sind. Dabei wird zwischen Werbeanlagen an Gebäuden und freistehenden Werbeanlagen unterschieden.

Um eine Überfrachtung des Ortsbildes mit Werbeanlagen zu verhindern werden Werbeanlagen, die nicht an der Stätte der Leistung angebracht sind, ausgeschlossen und die Anzahl der Werbeanlagen pro Gebäude bzw. Grundstück (freistehende Werbeanlagen) kontingentiert.

Der Ort für die Anbringung von Werbeanlagen an Gebäuden wird auf die Erdgeschosszone bis zur Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses beschränkt, um den Zusammenhang zwischen den in der Regel im EG ansässigen Nutzungen und den dazugehörigen Werbeanlagen zu sichern.

Um die Verträglichkeit zwischen Werbeanlage und Architektur im Sinne einer Unterordnung der Werbung sicherzustellen, werden die Werbeanlagen hinsichtlich ihrer Länge, Breite und Höhe beschränkt. Grundlage für die Bemessung bildete die Maßstäblichkeit der ortsbildprägenden zweistöckigen Bebauung. Dabei werden differenzierte Festsetzungen zu parallel zur Fassade bzw. senkrecht zur Fassade angebrachten Werbeanlagen gemacht.

Hinsichtlich der zulässigen Größe von Werbeanlagen unterscheiden die Festsetzungen zwischen Werbeanlagen mit hinterleuchteten Transparentkästen und sonstigen Werbeanlagen, da erstere wesentlich dominanter wirken als etwa auf die Fassade aufgemalte Werbung in vergleichbarer Größe.

3.3 Bereich B (Ortseingang / Verbrauchermarkt)

Für diesen Bereich gelten im Wesentlichen die Festsetzungen des Bereichs A.

Mit Rücksicht auf den am Ortseingang ansässigen Verbrauchermarkt werden die Festsetzungen bezüglich der freistehenden Werbeanlagen gelockert. Für freistehende Werbeanlagen werden die maximalen Abmessungen vergrößert und Werbepylone zugelassen. Allerdings gilt dies nur für Grundstücke mit einer vergleichsweise langen straßenseitigen Grenze über 40 m, so dass die diesbezüglichen Festsetzungen nur lokale Auswirkung haben.

3.4 Bereich C (Gewerbeflächen „An der Au“)

Im Teilbereich C wird die Systematik der Festsetzungen aus dem Bereich A (Steinsfurter Straße) beibehalten. Allerdings werden einzelne Festsetzungen großzügiger gefasst um den Interessen der Gewerbetreibenden gerecht zu werden, ohne dabei die städtebaulichen Zielsetzungen zu vernachlässigen (sensibler Ortseingangsreich).

Im Unterschied zu Teilbereich A werden Werbefahnen und Spruchbänder nicht generell ausgeschlossen, da es sich um gängige Werbeformen bei vielen Gewerbebetrieben handelt. Auch Werbeanlagen auf Vordächern werden deshalb nicht ausgeschlossen.

Mit Hinblick auf die Fernwirkung der Werbeanlagen in dieser Randzone bleiben Werbeanlagen im Bereich der Dachfläche jedoch ausgeschlossen.

Hinsichtlich der zulässigen Anzahl und Größe der Werbeanlagen werden die Festsetzungen im Vergleich zum Bereich A gelockert.

Die Anzahl bzw. der Umfang der Werbeanlagen wird durch das Verhältnis von Werbefläche zu Fassadenfläche geregelt, was einen größeren Spielraum für die Gestaltung der Fassaden sichert.

3.5 Bereich D (Tankstelle)

Im Bereich D gelten im Wesentlichen die Festsetzungen des Teilbereichs C. Mit Rücksicht auf die für Tankstellen üblichen Werbeformen wird für freistehende Werbeanlagen in diesem Bereich eine größere Maximalhöhe zugelassen.

4. Verfahrensbestimmungen

In Zusammenarbeit mit der Stadt konzipierte Werbesammelanlagen werden von der Satzung ausgenommen, da sie aktiv zu einem geordneteren Ortsbild beitragen.

Temporäre Werbeanlagen für Anlässe wie z.B. Schlussverkauf werden ebenfalls im Wesentlichen von den Festsetzungen der Satzung entbunden, da es der Satzung um die Vermeidung von dauerhaft störenden Situationen für das Ortsbild geht.

Satzung über Werbeanlagen

Das Erscheinungsbild einer Gemeinde wird nicht nur von der Architektur einzelner Gebäude oder Gebäudegruppen, sondern auch von Werbeanlagen bestimmt. Werbeanlagen können den architektonischen Gesamteindruck stören, wenn sie ohne Rücksicht auf Gebäude und Gebäudeumfeld ausgebildet und angeordnet sind. Dies betrifft insbesondere Werbeanlagen sowie Hinweisschilder in der Nähe von historischen Gebäuden.

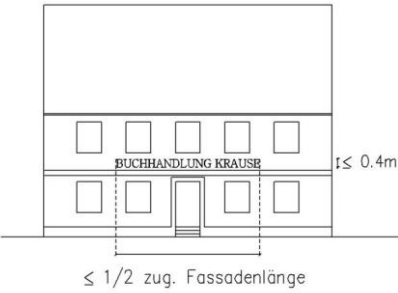
Um das typische Ortsbild zu wahren, müssen Werbeanlagen in ihrer Gestaltung und Anordnung bestimmten Anforderungen entsprechen.

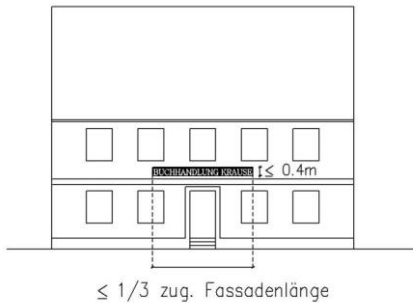
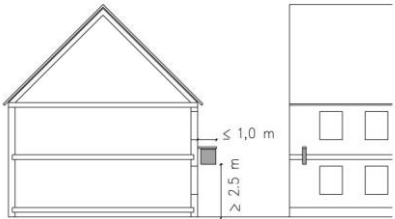
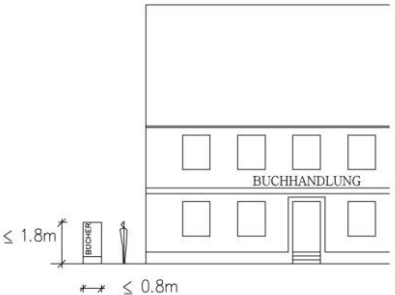
Zu diesem Zweck hat der Gemeinderat der Stadt Sinsheim aufgrund von § 74 Abs. 1 Nr. 2 der Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) in der Fassung vom 8.8.1995 (GBl. S. 617), zuletzt geändert durch Gesetz vom 14.12.2004 (GBl. S. 895) sowie § 4 der Gemeindeordnung von Baden-Württemberg in der Fassung vom 3.10.1983 (GBl. S. 578), zuletzt geändert durch Gesetz vom 14.2.2006 (GBl. S. 20) als örtliche Bauvorschrift folgende Satzung beschlossen:

I. Allgemeines	
§ 1 Gegenstand	
(1) Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen zur Sicherung eines attraktiven Ortsbildes.	
(2) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.	
(3) Unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes, die Regelungen, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einer Erlaubnis bedürfen sowie Bestimmungen, die die Anbringung von Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln. Unberührt bleiben ferner auch Festsetzungen von bestehenden Bebauungsplänen.	
§ 2 Geltungsbereich	
(1) Der Geltungsbereich der Satzung umfasst die Grundstücke entlang der Steinsfurter Straße bis zum Anschlusspunkt an die Straße "In der Au" und die Grundstücke südlich der Straße "In der Au" bis zum Flurstück 8123.	
(2) Die genaue Abgrenzung des Geltungsbereichs ist in	

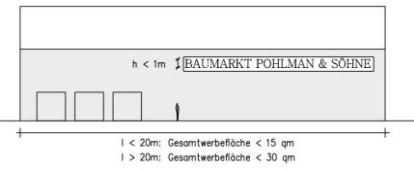
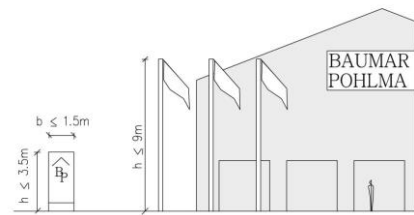
dem beigefügten Lageplan (Anlage 1) dargestellt, der Bestandteil der Satzung ist. Dabei wird zwischen vier Teilbereichen unterschieden: Teilbereich A: Steinsfurter Straße, Ortsdurchfahrt Teilbereich B: Nördliche Ortseinfahrt / Verbrauchermarkt Teilbereich C: Gewerbebereich "An der Au" Teilbereich D: Tankstelle	
§ 3 Allgemeine Anforderungen (1) Werbeanlagen sind so zu gestalten, zu errichten, anzuordnen und zu unterhalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Gliederung das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind, sowie das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und das Straßenbild nicht beeinträchtigen sowie deren historischen, künstlerischen und städtebaulichen Charakter nicht stören. (2) Abs. 1 gilt auch, wenn keine der nachfolgenden Einzelbestimmungen dieser Satzung anzuwenden ist. (3) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sie können Werbung für Hersteller oder Zulieferung mit anderer Betriebsstätte enthalten (gemischte Werbeanlagen), wenn sie einheitlich gestaltet sind und die Werbung für den genannten Hersteller oder Zulieferer deutlich in Umfang und Gestaltung zurücktritt; ausgenommen sind die Fälle, bei denen der Name des Herstellers der Geschäftsname ist.	

II. Werbeanlagen im Teilbereich A (Ortsdurchfahrt)	
§ 4 Unzulässige Werbeanlagen im Teilbereich A	
Generell unzulässig sind: 1. Werbeanlagen die auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen 2. Werbeanlagen im Bereich der Dachfläche - bei geneigten Dächern oberhalb des Schnittpunktes der Wandfläche mit der Dachhaut - bei flachen Dächern oberhalb der Attika 3. Werbeanlagen an Einfriedungen 4. Werbeanlagen an Balkonbrüstungen 5. Werbeanlagen aufgeständert auf Vordächern 6. Werbeanlagen, mit denen Schaufenster, sonstige Fenster und Glasflächen zu mehr als ein Drittel ihrer Fläche zugeklebt, zugedeckt oder zugestrichen werden. 7. Werbefahren und Spruchbänder 8. Großwerbetafeln für Wechselwerbung	Ausschluss von Werbeanlagen im Bereich der Dachfläche

8. Werbeanlagen in grellen und fluoreszierenden Farben 9. Werbeanlagen mit Lauf-, Wechsel- und Blinklichtschaltungen 10. Werbeanlagen, deren Beleuchtung nicht blendfrei ist Hinweis: Bei zeitlich begrenzten Veranstaltungen, insbesondere bei Aus- und Schlussverkäufen, ist § 10(2) dieser Satzung zu beachten.	
§ 5 Zulässige Werbeanlagen im Teilbereich A Werbeanlagen sind nur als direkt an der Fassade befestigte oder als freistehende Werbeanlagen unter den nachfolgend festgesetzten Bestimmungen zulässig:	
(1) Werbeanlagen an Gebäuden	
1. Anzahl der Werbeanlagen Je Gewerbebetrieb oder sonstiger Arbeitsstätte sind pro Gebäude maximal 2 Werbeanlagen zulässig. Wenn mehrere Betriebe in einem Gebäude ansässig sind, ist pro Betrieb eine Werbeanlage am Gebäude zulässig. Bei Eckgebäuden gelten diese Angaben pro Gebäudeseite. 2. Anbringung der Werbeanlagen Außer im Erdgeschoss sind Werbeanlagen nur bis zur Unterkante von Fenstern des 1. Obergeschosses zulässig, jedoch nur bis zu einer Höhe von 5,0 m gemessen ab der Oberkante der Straßenachse der erschließenden Straße in Grundstücksmitte. Werbeanlagen müssen zu fassadengliedernden Bauteilen wie Geschossgesimsen, Tür- und Torgewänden und Fenster- Tür- und Torlaibungen, Fensterbänken, Pfeilern, Lisenen und Risaliten einen Abstand von mindestens 0,1m einhalten. 3. Werbeanlagen parallel zur Fassade Werbeanlagen dürfen eine Höhe von maximal 0,4m haben. Werbeanlagen dürfen eine Tiefe von maximal 0,2m (Elementstärke einschließlich Abstandshalter) haben. Bei Verwendung von hinterleuchtete Transparentkästen als Werbeträger darf die Summe der Längen aller Werbeanlagen höchstens ein Drittel der zugehörigen Fassaden-Länge betragen.	 Anbringung von Werbeanlagen  Größe von Werbeanlagen parallel zur Fassade

Bei allen sonstigen Werbeanlagen darf die Summe der Längen aller Werbeanlagen höchstens die Hälfte der zugehörigen Fassaden-Länge betragen. 4. Werbeanlagen senkrecht zur Fassade Stechschilder sind bis zu einer Ausladung von 1,0m gestattet. Sie dürfen keine größere Fläche als 0,7 qm aufweisen. Bei kastenförmiger Gestaltung ist eine Tiefe bis maximal 0,2m zulässig. Zwischen Oberkante Gehweg und der Unterkante des Stechschildes ist eine lichte Höhe von mindestens 2,5m freizuhalten.	 Größe von hinterleuchteten, kastenförmigen Werbeanlagen parallel zur Fassade  Größe von Stechschildern
(2) Freistehende Werbeanlagen	
Freistehende Werbeanlagen sind in folgender Form zulässig: 1. Anzahl der Werbeanlagen Pro Grundstück ist zusätzlich zu den Werbeanlagen am Gebäude maximal eine freistehende Werbeanlage zulässig. 2. Größe der Werbeanlagen Freistehende Werbeanlagen sind nur bis zu einer Höhe von 1,8m über der Oberkante der Straßenachse der erschließenden Straße in Grundstücksmitte zulässig. Sie dürfen eine Breite von 0,8m und eine Tiefe von 0,2m nicht überschreiten.	 Größe von freistehenden Werbeanlagen
III. Werbeanlagen im Teilbereich B (Ortseingang / Verbrauchermarkt)	
§ 6 Es gelten die die Festsetzungen von Teilbereich A bis auf folgende Abweichungen:	
(1) Werbeanlagen am Gebäude	
Werbeanlagen parallel zur Fassade	

Werbeanlagen dürfen eine Höhe von maximal 0,6m haben. Werbeanlagen dürfen eine Tiefe von maximal 0,2m (Elementstärke einschließlich Abstandshalter) haben. Bei Verwendung von hinterleuchtete Transparentkästen als Werbeträger darf die Summe der Längen aller Werbeanlagen höchstens ein Drittel der zugehörigen Fassaden-Länge betragen. Bei allen sonstigen Werbeanlagen darf die Summe der Längen aller Werbeanlagen höchstens die Hälfte der zugehörigen Fassaden-Länge betragen.	
(2) Freistehende Werbeanlagen	
1. Freistehende Werbeanlagen sind nur bis zu einer Höhe von 3,5m über der Oberkante der Straßenachse der erschließenden Straße in Grundstücksmitte zulässig. Sie dürfen eine Breite von 1,5m und eine Tiefe von 0,2m nicht überschreiten. 2. Bei Grundstücken mit $l > 40m$ sind zusätzlich zu den Werbeanlagen am Gebäude maximal 6 freistehende Werbemasten (Pylone) mit Werbefahnen mit einer maximalen Höhe von 7m zulässig. Dabei bezeichnet (l) die Länge der straßenseitigen Grundstücksgrenze.	
IV. Werbeanlagen im Teilbereich C (Gewerbeflächen an der Au)	
§ 7 Unzulässige Werbeanlagen im Teilbereich C	
Generell unzulässig sind: 1. Werbeanlagen ,die auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen. 2. Werbeanlagen im Bereich der Dachfläche - bei geneigten Dächern oberhalb des Schnittpunktes der Wandfläche mit der Dachhaut - bei flachen Dächern oberhalb der Attika 3. Werbeanlagen an Einfriedungen 4. Werbeanlagen, mit denen Schaufenster, sonstige Fenster und Glasflächen zu mehr als ein Drittel ihrer Fläche zugeklebt, zugedeckt oder zugestrichen werden. 5. Großwerbetafeln für Wechselwerbung 6. Werbeanlagen in grellen und fluoreszierenden Farben. 7. Werbeanlagen mit Lauf-, Wechsel- und Blinklichtschaltungen 8. Werbeanlagen, deren Beleuchtung nicht blendfrei ist. Hinweis: Bei zeitlich begrenzten Veranstaltungen, insbesondere	

bei Aus- und Schlussverkäufen, ist § 10(2) dieser Satzung zu beachten.	
§ 8 Zulässige Werbeanlagen im Teilbereich C Werbeanlagen an Gebäuden sind in folgender Form zulässig:	
(1) Werbeanlagen an Gebäuden	
1. Anzahl / Umfang der Werbeanlagen Am Gebäude sind je Gebäudeseite Werbeanlagen mit einer Gesamtfläche von maximal: - 15qm, wenn die Fassadenlänge kleiner als 20m ist - 30qm, wenn die Gebäudelänge größer als 20m ist zulässig. Insgesamt darf die Summe aller Werbeanlagen nicht mehr als 25% der Fassadenfläche einnehmen. Pro Gebäudeseite sind zusätzlich maximal zwei Stehschilder zulässig. 2. Werbeanlagen parallel zur Fassade Einzelbuchstaben oder Schriftzüge dürfen höchstens 1,0m hoch sein. Werbeanlagen dürfen eine Tiefe von maximal 0,3m (Elementstärke einschließlich Abstandshalter) haben. 3. Werbeanlagen senkrecht zur Fassade Stechschilder sind bis zu einer Ausladung von 1,5m gestattet. Sie dürfen keine größere Fläche als 2,0qm aufweisen. Bei kastenförmiger Gestaltung ist eine Tiefe bis 0,3m zulässig.	 Dimensionierung von Werbeanlagen im Verhältnis zur Fassadenlänge
(2) Freistehende Werbeanlagen	
Freistehende Werbeanlagen sind in folgender Form zulässig: 1. Anzahl der Werbeanlagen Die Anzahl der zulässigen freistehenden Werbeanlagen richtet sich nach der Länge (l) der straßenseitigen Grundstücksgrenze. Bei Grundstücken mit $l < 40\text{m}$ sind zusätzlich zu den Werbeanlagen am Gebäude maximal eine kasten- oder tafelförmige Werbeanlagen und 3 freistehende Werbemasten (Pylone)zulässig. Bei Grundstücken mit $l > 40\text{m}$ sind zusätzlich zu den Werbeanlagen am Gebäude maximal zwei kasten- oder tafelförmige Werbeanlagen und 6 freistehende Werbemasten (Pylone)zulässig. 2. Größe der Werbeanlagen	 Dimensionierung von freistehenden Werbeanlagen

(1) Freistehende kasten - oder tafelförmige Werbeanlagen sind bis zu einer Höhe von 3,5m gemessen ab der Oberkante der Straßenachse der erschließenden Straße in Grundstücksmittle zulässig. Ihre Kantenlänge (Breite und Tiefe) darf 1,5m nicht überschreiten. (2) Freistehende Werbemasten (Pylone) und Fahnenstangen dürfen einen Durchmesser von 0,3m und eine Höhe von 7,0m nicht überschreiten.	Werbeanlagen
IV. Werbeanlagen im Teilbereich D (Tankstelle)	
§ 9 (1) Im Bereich C des Geltungsbereichs dieser Satzung sind freistehende kasten - oder tafelförmige Werbeanlagen zur bis zu einer Höhe von 6,0m gemessen von der Straßenoberkante der erschließenden Straße in Grundstücksmittle zulässig. (2) Im Übrigen gelten die Vorschriften von Teilbereich B	
V. Verfahrensbestimmungen	
§ 10 Ausnahmen, Befreiungen und Freistellungen (1) Die Vorschriften dieser Satzung gelten nicht für Säulen, Tafeln und Flächen, die von der Stadt Sinsheim 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 Ausstellungen, Sehenswürdigkeiten oder touristische Ziele in der Stadt, für Schautafeln von örtlichen Vereinen und Verbänden. Sie gelten ebenfalls nicht für Werbesammlanlagen und Litfasssäulen, die in Zusammenarbeit mit der Stadt konzipiert wurden. Ausnahmen für weitere notwendige Hinweisschilder oder Einrichtungen können nach Abs. 1 zugelassen werden. § 19 Denkmalschutzgesetz bleibt unberührt. (2) 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. Allerdings sind auch in diesem Fall Werbeanlagen mit Lauf-, Wechsel- und Blinklichtschaltungen sowie Werbeanlagen, deren Beleuchtung nicht blendfrei ist, unzulässig.	
§ 11 Baugenehmigung (1) Die Errichtung von Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung bedarf einer Baugenehmigung. Dies betrifft auch die im Anhang zu § 50 Abs.1 der LBO definier-	

ten genehmigungsfreien Werbeanlagen, soweit sie nicht durch (2) dieses Paragraphen erfasst sind.	
(2) Dies gilt nicht für Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung zeitlich begrenzt, maximal jedoch 4 Wochen, angebracht oder aufgestellt werden sowie für Namensschilder bis zu 0,2 qm Größe.	
§ 12 Bestehende Werbeanlagen	
(1) Werbeanlagen, die im Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Satzung bereits bestehen, sind auf Verlangen der Baurechtsbehörde zu ändern oder zu beseitigen, sofern sie den Vorschriften dieser Satzung widersprechen. Dies gilt nicht, soweit sie nach den bisherigen Vorschriften genehmigungsfrei waren oder genehmigt worden sind.	
VI. Schlussvorschriften	
§ 13 Ordnungswidrigkeiten	
Zu widerhandlungen gegen die Vorschriften der §§ 4-9 dieser Satzung oder gegen vollziehbare Anordnung aufgrund dieser Satzung können gemäß § 75 Abs. 3 Nr. 2 und Abs. 4 der Landesbauordnung als Ordnungswidrigkeit mit einer Geldbuße bis zu 51.000 EUR geahndet werden.	
§ 14 Inkrafttreten	
Die Satzung tritt nach § 73 Abs. 5 der Landesbauordnung in Verbindung mit § 12 des Bundesbaugesetzes mit dem Tag der öffentlichen Bekanntmachung ihrer rechtsaufsichtlichen Genehmigung in Kraft.	

Sinsheim, den

Der Oberbürgermeister