

Stadt Asperg



Stadt Asperg
Landkreis Ludwigsburg

BEBAUUNGSPLAN „WERBEANLAGEN“

BEGRÜNDUNG, TEXTTEIL, PLANTEIL

Stand 22.02.22



Begründung zur Planaufstellung gemäß § 9 (8) BauGB

1. Erfordernis der Planung

Werbeanlagen in jeder Form erreichen eine immer größere Bedeutung in den stärker frequentierten Zonen der Stadt. Für das Plangebiet existieren nur wenige Bebauungspläne mit qualifizierten Festsetzungen zum Thema Werbeanlagen. Die bisherigen Beurteilungs- und Genehmigungsregelungen für solche Anlagen genügen zur Steuerung von Ortsbild und Planungssicherheit nicht mehr.

Mit vorliegendem Bebauungsplan soll die geordnete städtebauliche und stadtbildliche Entwicklung gem. § 1 (3) - (5) BauGB in der Kernstadt und den Randbereichen sichergestellt werden und damit die städtebauliche Gestalt und das Ortsbild baukulturell erhalten.

2. Beschreibung des Plangebiets

Das Plangebiet umfasst 28,1 ha an öffentlichen und privaten Grundstücken, erstreckt sich bandartig beidseitig entlang der gewählten Hauptstraßen und betrifft somit Asperger Siedlungsbestand mit Wohn-, Misch- und Gewerbegebieten.

3. Entwicklung aus übergeordneter Planung, geltendes Recht

Mit vorliegender Planung werden bauliche (Werbe-) Anlagen im Siedlungsbestand geregelt, Bauflächen werden nicht ausgewiesen. Eine Entwicklung aus dem Flächennutzungsplan ist daher nicht nachweisbar.

4. Planverfahren

Der Gemeinderat der Stadt Asperg hat am2021 die Erforderlichkeit des Bebauungsplans „Werbeanlagen“ festgestellt und die Einleitung des Bebauungsplan-Verfahrens beschlossen.

Es wird das Planaufstellungsverfahren nach § 13 BauGB angewandt (vereinfachtes Verfahren). Die Voraussetzungen dafür sind, dass

- keine Vorhaben vorbereitet werden, die dem UVPG unterliegen sowie
- keine Beeinträchtigung der Schutzgüter und
- keine Unfallgefährdung nach BImSchG zu erwarten sind.

Von frühzeitiger Unterrichtung, Umweltbericht, Umweltprüfung und Eingriffsregelungen ist das Verfahren aufgrund der o. g. Voraussetzungen nach § 13 BauGB freigestellt.

5. Geltungsbereich

Der Geltungsbereich des Bebauungsplans „Werbeanlagen“ umfasst alle öffentlichen und privaten Flächen entlang der ausgewählten Asperger Hauptstraßen, und zwar innerhalb eines Abstands von jeweils 30 m beidseitig parallel zur Trassenmitte.

Der festgesetzte Geltungsbereich führt jeweils bis zu den Grenzen der Ortsdurchfahrt (OD) und wird lediglich unterbrochen in Bereichen mit qualifizierten Bebauungsplänen, sofern diese hinreichende Festsetzungen zu Werbeanlagen treffen.

Der vorliegende Bebauungsplan überlagert teilweise die Geltungsbereiche der nachfolgend aufgeführten rechtskräftigen Bebauungspläne entlang der Hauptstraßen in der Stadt Asperg, die entweder als nicht qualifiziert gelten oder die lediglich unbestimmte bzw. gar keine Festsetzungen zu Werbeanlagen treffen:

- BP Karlstr. (1895)
- BP Baulinie an der Jakobstr. (1899)
- BP Baulinie Verlängerung Augustenstraße (1900)
- BP Zwischen Altstadt und Bahnhof (1902)
- BP Schafgärten und Langenäcker (1905)
- BP Baulinie an der Eglosheimer Straße (1906)
- BP Aufhebung der Baulinie an der Bachwiese (1908)
- BP Baulinienaufhebung Schäferstr. (1931)
- BP Baulinienplan Lehenstr. Von der Königstr – Karlstraße (1933)
- BP Baulinie Eglosheimer Str. (1935)
- BP Lange Äcker (1953)
- BP Neuwiesen (1955)
- BP Krumme Länder II (1956)
- BP Südl. Alleenstr. Und Osterholz II (1956)
- BP Überrück – Lange Äcker (1958)
- BP Obere Hurststraße (1958)
- BP Südl. Alleenstr. IV (1958)
- BP Südl. Alleenstraße-Osterholz II – 2. Änd. (1959)
- BP Hirschberg-Grafenbühl I (1959)
- BP Panoramastr. Westlich (1960)
- BP Osterholzstr und Amselweg (1961)
- BP Krautgartenäcker (1961)
- BP Bergweg (1963)
- BP Stücklen (1966)
- BP Industriegebiet Osterholz (1966)
- BP Steige I neu (1971)
- BP Murrstraße (1971)
- BP Weimarstr. (1975)
- BP Rattenweg IV – 2.Änd (1977)
- BP Eberhardstraße (1979)
- BP Steige II (1980)
- BP Eugenstr. III (1980)
- BP Erle II (1981)
- BP Sonderholz (1981)
- BP Steige II – 1. Änd. (1984)
- BP GE Alleenstraße - Eglosheimer Straße (1986)
- BP Bahnhofstraße I (1982) und Bahnhofstraße II (1990)
- BP Hutwiesen (1990)
- BP Steige II – 2.Änd. (1991)
- BP Vorrain 2. Änderung (1992)
- BP Badwiesen (1996)
- BP Krumme Länder West (1997)
- BP Entenäcker IV – 1. Änd. (1998)
- BP Südl. Friedrichstraße 1.Änderung (2000)
- BP Krumme Länder Nördlicher Teilbereich I (2000)
- Sport- und Freizeitzentrum Osterholz – 1.Änd (2000)
- BP Lange Äcker – Überrück – 1.Änd. (2002)

- BP Eglosheimer Straße Ost – Ostumfahrung (2005)
- BP Ludwigsburger Str. (2011)
- BP Seestraße / Friedrichstr. (2017)

6. Städtebauliche Ziele

In der nachfolgenden Präambel wird der städtebauliche Ansatz der Satzung erläutert.

Die planungs- und bauordnungsrechtliche Konkretisierung der gewünschten Ziele hinsichtlich Fremd- und Eigenwerbeanlagen in der Stadt Asperg erfolgt durch die Festsetzungen des Plan- und Textteils und wird begründet mit jeweils nebenstehendem kursivem Text.

	Inhalt
	<p>Präambel, Textteil, Begründung</p> <p>§ 1 Geltungsbereich</p> <p>§ 2 Begriffsbestimmung</p> <p>§ 3 Genehmigungspflicht</p> <p>§ 4 Zulässigkeit von Werbeanlagen</p> <p>§ 5 Unzulässigkeit von Werbeanlagen</p> <p>§ 6 Sonderfälle von Werbeanlagen</p> <p>§ 7 Nutzungsende von Werbeanlagen</p> <p>§ 8 Abweichungen</p> <p>§ 9 Ordnungswidrigkeiten</p> <p>§ 10 Inkrafttreten</p> <p>§ 11 Rechtsgrundlagen</p> <p>Hinweise</p> <p>Planteil</p>
Präambel	
<p>Der Bebauungsplan regelt Neuerrichtung, Umbau und Änderung von Werbeanlagen mit dem Ziel, die Stadtbildqualität in der Stadt Asperg zu erhalten und zu fördern.</p> <p>Generell soll ein praktikabler Ausgleich zwischen der notwendigen Auffälligkeit von Werbeanlagen und den Erfordernissen von Ortsgestalt und Ortsbildpflege erreicht werden. Städtebauliche Besonderheiten sollen durch diese Regelungen geschützt werden. Werbeanlagen, die in der einen Lage als störend empfunden werden, sind in einer anderen Lage als gut eingefügt zu betrachten.</p> <p>Bestandteile dieses Bebauungsplans sind ein Lageplan M 1:3500 (Planteil) mit Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereiches sowie ein Textteil mit Begründung (kursiv), alle vom 11.05.2021.</p> <p>Anlass für diese Satzung sind vermehrte Nachfragen zu Errichtung und Betrieb von Eigen- und</p>	<p>besonders Fremdwerbungsanlagen, darüber hinaus sind es aber auch folgenden Überlegungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ weite innerstädtische Bereiche sind bislang ohne planungs- und bauordnungsrechtliche Vorgaben ▪ die fortschreitende Werbeanlagentechnik führt zu neuen Beurteilungskriterien ▪ Konflikte in der täglichen Genehmigungspraxis und der Einheitlichkeit der Handhabung ▪ Differenzierung unterschiedlicher Raum und Stadtbildstrukturen <p>Ausgangsbasis des Bebauungsplans ist eine Bestandsanalyse zu Stadt- und Straßenraum der vom Gemeinderat festgelegten Hauptverkehrsstraßen in Asperg unter dem Gesichtspunkt heutiger und künftiger Werbeanlagen.</p> <p>Ein Übersichtsplan gliedert dazu die Straßenräume in 26 Teilabschnitte mit Ortsbild- und Eigentums-Analyse.</p>

Textteil	Begründung
§ 1 Geltungsbereich (1) Der räumliche Geltungsbereich erstreckt sich auf die Stadträume entlang folgender Hauptstraßen der Stadt Asperg <ul style="list-style-type: none"> - K1693 Möglinger Straße - L1138 Markgröninger Straße - L1138 Eglosheimer Straße - L1110 Königstraße - Bahnhofstraße - Alleenstraße - Südliche Alleenstraße - Neckarstraße <p>entsprechend der Planzeichnung, jeweils 30 m beidseits der Straßenachsen, beginnend im Stadtkern bis zur jeweiligen Ortsdurchfahrtsgrenze (OD), mit Ausgrenzung der folgenden in der Planzeichnung dargestellten rechtskräftigen Bebauungspläne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - BP Erle – SO Einzelhandel - BP Markgröninger Str. West 1.Änd. - BP Neue Mitte - BP Schulstr – Markgrön. Str 2.Änd - BP Lurer Platz - BP Augustenstr.-Eberhardstr - BP Lerchenweg - BP Ludwigsburger Straße - BP Neckarstraße Nord <p>Diese Pläne beinhalten eigene Regelungen zu Werbeanlagen. Alle anderen den Geltungsbereich anscheidenden rechtskräftigen Bebauungspläne werden durch diesen Bebauungsplan hinsichtlich der Festsetzungen zu Werbeanlagen überlagert.</p>	<p><i>Es sind die der unmittelbaren Wahrnehmung zugänglichen öffentlichen Räume entlang der Hauptverkehrsstraßen sowie die unmittelbar daran anschließenden Bereiche der Kreuzungen, die hinsichtlich Maßstäblichkeit, Verunstaltung, Überladung einer Störung des Ortsbildes durch Werbeanlagen ausgesetzt sein können.</i></p> <p><i>Im Außenbereich gilt diese Satzung nicht, jedoch sind dort Werbeanlagen gemäß § 21 Abs. 1 NatSchG BW. generell unzulässig</i></p> <p><i>Das Ziel der Satzung ist es nicht, Werbung zu be- oder zu verhindern; diese Regelungen dienen dazu, Werbeanlagen bezogen auf das jeweilige städtebauliche Umfeld auf ein verträgliches Maß zu begrenzen, das gilt für jedes Sichtfeld in Höhe, Dichte, Zahl und Störgrad.</i></p> <p><i>Geltende Bebauungspläne aus den vergangenen Jahren, die keine oder nur unbestimmte Festsetzungen zu Werbeanlagen treffen, werden durch den vorliegenden Bebauungsplan überlagert.</i></p> <p><i>s. Absatz 5 dieser Begründung</i></p>
1.1 <u>Kernlage</u> ist der Teil des Geltungsbereichs, der die engere Stadtmitte umfasst; Abgrenzung s. Planteil	<p><i>Kernlagen sind solche Bereiche beidseitig der Hauptstraßen, die mindestens die historische Stadtlage von 1832 umfassen und darüber hinaus stadträumlich zur heutigen Innenstadt zu rechnen sind</i></p> <p><i>Sie betreffen die zentralen Geschäftszonen mit höherer Dichte, auch mit teils schmaleren Straßenabschnitten und kleineren und größeren Gebäuden, die unmittelbar an der Straßenhinterkante oder auf dem Marktplatz stehen.</i></p>

	<p><i>Die erhöhte Zentralität bedeutet einen entsprechenden Werbedruck für Eigen-, insbesondere aber auch für Fremdwerbung.</i></p>
<p>1.2 <u>Randlage</u> sind alle Teile des Geltungsbereichs außerhalb der Kernlage; Abgrenzung s. Planteil</p>	<p><i>Verstärkt mit Wohnen besetzte Lagen; sie unterscheiden sich von Kernlagen durch feinkörnigere Siedlungsstrukturen, niedere, ein- bis zweigeschossige Baukörper, offener Bauweise und geringeres Aufkommen an Eigenwerbung. Dazu zählen auch gewerblich genutzte und geprägte, zwei- und mehrgeschossige Abschnitte mit größeren Vorzonen und ausgeprägter Eigenwerbung sowie durch Freiräume geprägte, offener, stark begrünte Abschnitte der Stadteingänge.</i></p>
<p>(2) Der Bebauungsplan gilt nicht im Geltungsbereich der unter § 1 (1) aufgeführten rechtskräftigen Bebauungspläne.</p>	<p><i>Die aufgeführten Bebauungspläne setzen eigene Regelungen zu Werbeanlagen fest und sind nicht Teil des Geltungsbereiches dieses Bebauungsplanes.</i></p>
<p>(3) Die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes und der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen bleiben durch diese Satzung unberührt.</p>	<p><i>Auch im Außenbereich gilt diese Satzung nicht, dort sind Werbeanlagen gem. § 21 Abs. 1 NatSchG BW unzulässig. Die Naturschutzbehörde kann bestimmte Werbeanlagen widerruflich zulassen, wenn sie weder das Landschaftsbild noch die Tierwelt beeinträchtigen.</i></p>
<p>§ 2 Begriffsbestimmung</p>	
<p>(1) Werbeanlagen sind zu unterscheiden in</p>	
<p>1.1 Anlagen an der Stätte der Leistung - Eigenwerbung und</p>	<p><i>Werbeanlagen an der Stätte der Leistung dienen der Eigenwerbung; zwischen der Leistungsstätte und der Werbeanlage muss ein enger sachlicher und räumlicher Zusammenhang bestehen. Es handelt sich um Nebenanlagen i.S. von § 14 BauNVO..</i></p>
<p>1.2 Anlagen ohne Bezug zur Stätte der Leistung - Fremdwerbung</p>	<p><i>Fremdwerbung dient der Werbung für nicht unmittelbar örtlich ansässige Betriebe, Dienstleistungen und Produkte; es besteht weder ein sachlicher noch ein räumlicher Zusammenhang zur Stätte der Leistung oder zur direkten Umgebung. Sie gilt als eigenständige gewerbliche Hauptnutzung i.S. § 29 BauGB.</i></p>
<p>(2) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind über die in § 2 (9) LBO genannten Anlagen hinaus auch</p>	<p><i>Werbeanlagen gem. § 2 Abs. 9 LBO sind örtlich gebundene Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören alle visuell wahrnehmbaren Anlagen, vor allem Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen,</i></p>
<p>2.1 Anlagen in Form der Beklebung von Infrastruktureinrichtungen und in Form von Veranstaltungsplakaten.</p>	

- 2.2 Lichtwerbung an Säulen, Tafeln oder Flächen, die allgemein dafür baurechtlich genehmigt sind.

Großflächentafeln sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen und Tafeln. Dies können insbesondere auch sein:

ortsfeste Anlagen:

- Wandtransparente bandartig
- Einzelelemente, Einzelbuchstaben
- Schaukästen
- Schaufensterbeklebungen
- Fahnen (= bewegliche Anlagen)
- Spanntuch-Anlagen
- Pylone freistehend
- Ausleger, Ausstecker, Stechschilder

mobile Anlagen:

- Straßenaufsteller, Passantenstopper
- fahrbare Anlagen
- Beklebung
- Video- und LED-Displays
- Skybeamer uä.

Die im § 2 Abs. 9 LBO ausgenommenen Werbeanlagen (Anschläge bzw. Lichtwerbung an Säulen Tafeln etc) an dafür baurechtlich genehmigten Orten und Flächen, werden in der vorliegenden Satzung ausgenommen.

- (3) Keine Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind:

- Plakatierungen, die im Zusammenhang mit allgemeinen Wahlen oder Abstimmungen angebracht oder aufgestellt werden, während der Dauer des Wahlkampfes,
- Bauschilder an Baustellen, soweit sie sich auf das dortige Vorhaben beziehen,
- Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen,
- Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften.
- Preistürme von Tankstellen mit Firmenlogo und elektronischer Preisanzeige
- freistehende bzw. an der Fassade angebrachte Kommunikationsanlagen mit Klingel, Briefkasten etc. und Firmenschild
- Orientierungsgerüste in Form von Sammelschildern sowie Hinweisschilder, die durch die Stadt Asperg errichtet werden.

Solche Anlagen sind von dieser Satzung ausgenommen.

§ 2 Abs. 9 LBO

§ 3 Genehmigungspflicht

- (1) Die Errichtung oder das Anbringen von Werbeanlagen i.S. dieser Satzung bedürfen einer förmlichen Zustimmung der Stadt Asperg und der Genehmigung der Baurechtsbehörde (LRA Ludwigsburg).
- (2) Ausgenommen von einer Genehmigungspflicht sind Werbeanlagen, die nicht größer als 1,0 m² Ansichtsfläche sind und solche, die nicht vom öffentlichen Verkehrsraum aus einsehbar sind.
- (3) Mehrere Werbeanlagen, deren Ansichtsflächen zusammen größer als 1,0 m² sind, stellen eine Werbeanlage dar und sind genehmigungspflichtig. Einzelne Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m² müssen, um nicht aufaddiert zu werden, zueinander einen Mindestabstand von 5,0 m haben.

Einzureichen in Form eines Bauantrags für Werbeanlagen zusammen mit in B-W amtlich eingeführtem Formular und entsprechenden Bauvorlagen beim Bauamt der Stadt Asperg.

Solche Anlagen haben dann kaum eine öffentliche Präsenz und können somit das Umfeld nicht wesentlich stören.

§ 4 Zulässigkeit von Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen der Eigenwerbung sind zulässig an der Stätte der Leistung.
- (2) Werbeanlagen der Fremdwerbung
 - 2.1 sind in Kernlage unzulässig.
 - 2.2 sind in Randlage zulässig, dort jedoch nur in solchen Abschnitten, deren Nutzungsschwerpunkt auf Arbeitsstätten und deren Raumkanten durch mehrgeschossige Bebauung mit Vorzone liegt.
 - 2.3 Ausnahmsweise sind Litfaßsäulen in Kern- und Randlage genehmigungsfähig.
- (3) Positionierung der Werbeanlagen:
 - 3.1 nur auf privaten Grundflächen
 - 3.2 nur an den dem öffentlichen Raum zugewandten Gebäudefassaden
 - 3.3 direkt auf der Fassadenfläche und/oder im rechten Winkel zur Fassade;
 - 3.4 bis max. Unterkante Fensterbrüstung des 2.OG

Die Anlage steht unmittelbar an dem Ort, an dem der beworbene Gegenstand hergestellt, angeboten, gelagert oder verwaltet wird.

Dies sind Anlagen ohne räumlichen Zusammenhang zur Leistungsstätte, also z.B. reine Produktwerbung, und betreffen meist

- Plakatwände, Großflächenplakate, Euroformate „18/1“ (3,56 x 2,52 m)
- City-Light-Poster (Fahrgastunterstände), verglast und hinterleuchtet
- City-Light-Boards
- Litfaß_Säulen etc.

Der öffentliche Verkehrsraum ist damit für Werbeanlagen ausgeschlossen, rückwärtige Wohn-/Grünbereiche werden geschützt.

Bei Eckgebäuden sind an beiden, dem öffentlichen Raum zugewandten Gebäudefassaden Werbeanlagen zulässig.

Gehwege werden freigehalten.

Anlagen oberhalb der Brüstung des 2.OG verlieren in der Regel den Bezug zu den Nutzungen, für

- 3.5 Einschränkung für die Durchgangshöhe ist das Lichtraumprofil öffentlicher Verkehrsflächen:
2,50 m bei Fußwegen,
4,50 m über Fahrbahnoberkante an Straßen und befahrbaren Wegen.
- 3.6 architektonische Elemente der Gliederung einer Fassade (z.B. Kanten, Lisenen, Stützen, Säulen, Pilaster, Fenster, Verzierungen etc) dürfen nicht überdeckt werden.
- 3.7 auf den zwischen öffentlichem Raum und Gebäude liegenden Grundstücksflächen
- 3.8 auf den an den öffentlichen Raum angrenzenden Teilflächen unbebauter Grundstücke bis zu einer Tiefe von 2,50 m gemessen ab der straßenseitigen Grundstücksgrenze
- (4) Gestaltung der Werbeanlagen an Gebäuden in Kernlage:
- 4.1 Länge
- a bei zusammenhängender Fläche: max. 1/2 der Gebäudebreite je Nutzungseinheit,
 - b Einzelbuchstaben und aufgemalte Schriften max. 2/3 der Gebäudebreite je Nutzungseinheit,
 - c insgesamt jedoch max. 7,50 m
- 4.2 Höhe
- a Einzelbuchstaben max. 0,40 m
 - b Symbole, Warenzeichen, Firmenlogos uä max. 0,60 m
- 4.3 Ausladung
- a Ausleger senkrecht zur Fassade max 1,00 m, Ansichtsfläche max 0,6 m²;
Ausnahme: historische Stechschilder und Ausleger (Gastronomie, Apotheken etc)

die sie werben, sie sollen sich auf die EG-Zone beschränken. So bleibt die Wirkung der Gesamtfassade und des Stadtbildes weitgehend ungestört erhalten.

Ausleger und Stechschilder, die in den öff. Raum ragen, sind möglich.

Die Durchfahrthöhe orientiert sich an den Regelungen der Verkehrssicherheit.

Der architektonische Gesamtzusammenhang der Gliederung einer Fassade muss über alle Geschosse erkennbar bleiben.

Gem. § 11 LBO BW sind Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen sind, mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, dass sie das Straßen-, Orts- oder Landschaftsbild nicht verunstalten oder deren beabsichtigte Gestaltung nicht beeinträchtigen. Auf Kultur- und Naturdenkmale und auf erhaltenswerte Eigenarten der Umgebung ist Rücksicht zu nehmen. Die Anlagen sind so zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Werkstoff, Farbe und Verhältnis der Baumassen und Bauteile zueinander nicht verunstaltet wirken.

Festsetzungen zur Gestaltung der Anlagen werden ausschließlich im Interesse der Allgemeinheit erlassen und dienen nicht individuellen Interessen.

Festsetzungen bzgl. der Größe der Anlagen sollen dazu führen, dass diese sich in die Fassade integrieren und somit Teil des Gebäudes werden.

- *Die Größe der Anlage ist abhängig von der zur Verfügung stehenden Bezugsgrundfläche*
- *Zusammenhängende Werbeflächen wirken auffallender und dominanter als Einzelbuchstaben*
- *angegebene Werte als Maximalwerte*
- *bei mehreren Nutzungseinheiten ist die einzelne Einheit als Bemessungsgrundlage anzusetzen*
- *Ausladung bezieht sich auf den Abstand zwischen Hauswand und äußersten Punkt der Werbeanlage*

- | | |
|--|--|
| <p>(5) Gestaltung der Werbeanlagen an Gebäuden in <u>Randlage</u>:</p> <p>5.1 Anlagen auf der Fassadenfläche der Geschosse bis UK Attika bzw. Dachtraufe des Hauptgebäudes</p> <p>5.2 Anlagen mit einer Länge von max. 1/3 der Fassadenlänge, jedoch max. 10 m und einer Höhe von max. 3,0 m</p> <p>(6) Beleuchtung von Werbeanlagen:</p> <p>6.1 Die Helligkeit der Anlage muss sich dem Umgebungslicht (öffentl. Beleuchtung) nach ihrer Beleuchtungsstärke deutlich unterordnen.</p> <p>6.2 Strahler für die indirekte Beleuchtung dürfen keine Blendwirkung für den Verkehrsteilnehmer und den Anlieger entfalten.</p> <p>6.3 Die ausgeleuchtete Fläche unterliegt maßlich allen Festlegungen für Werbeanlagen</p> <p>6.4 Direkte und/oder indirekte Beleuchtung muss bei einer Ansichtsfläche über 1 qm zwischen 22:00 Uhr und 06:00 Uhr abgeschaltet sein</p> <p>(7) Zahl der Werbeanlagen</p> <p>7.1 In der <u>Kernlage</u> sind je Grundstück und je Nutzungseinheit zulässig max. eine Werbeanlage auf den dem öffentlichen Raum zugewandten Fassadenseiten;</p> <p>7.2 in der <u>Randlage</u> sind je Grundstück zulässig</p> <p style="margin-left: 20px;">a max. drei Werbeanlagen auf der dem öffentlichen Raum zugewandten Fassadenseite.</p> <p style="margin-left: 20px;">b eine freistehende Werbeanlage (Pylon, Stele, Säule, Gerüst) bis 5,0 m Höhe, außerhalb von überbaubaren Grundstücksflächen; die Ansichtsfläche darf 4 qm nicht überschreiten;</p> <p style="margin-left: 20px;">c drei Fahnenmasten mit Werbeanlagen je Grundstück</p> | <ul style="list-style-type: none"> - <i>stadtgestalterische Gründe, zu hohe Anlagen stören das Orts-/Straßenbild</i> - <i>gleichzeitig dient die Werbeanlage der Orientierung in größerer Maßstäblichkeit des GE</i>
 - <i>Die Werbewirkung bei Nacht ist für das Ortsbild nicht unerheblich; die Einzelanlage soll sich in das Gesamtbild einfügen.</i> - <i>Indirekte Beleuchtung soll die Werbeanlage treffen und nicht weitere Fassadenflächen hervorheben</i> - <i>Keine weit ausladenden Wandstrahler, die techn. Beleuchtung soll sich unterordnen und auch bei Tage keine Beeinträchtigung der Fassade bewirken</i> - <i>Keine Dominanz, gestalterische Elemente der Fassade sollen nicht überstrahlt werden.</i> - <i>Eine nächtliche Störwirkung insbesondere während der geringen Wirkungszeit über Nacht soll weitestgehend vermieden werden.</i>
 - <i>Die Ladenzone im EG ist der angemessene Ort für Werbeanlagen.</i> - <i>Die Werbeanlage richtet sich an der Stätte der Leistung an Passanten im öffentlichen Straßenraum; Anlagen oberhalb des zulässigen Bereichs verlieren (hier) den Bezug zur Stätte der Leistung</i> - <i>Maßstäblichkeit, Orts-/Straßenbild</i> - <i>mehrere Werbeanlagen von verschiedenen Nutzungseinheiten an einem Gebäude oder einer Fassadenseite sind zu einer gemeinsamen Werbeanlage zusammenzufassen</i>
 - <i>Fahnenmasten werden Werbeanlagen gleichgestellt</i> - <i>Beschränkung der Anzahl, um das Orts-/Straßenbild nicht zu überfrachten;</i> - <i>Freistehende Werbeanlagen (Pylone) sind zulässig, Bedarf aufgrund der Nähe zur BAB 81; Anlagen sollen sich jedoch einfügen</i> - <i>§ 9 Bundesfernstraßengesetz (FStrG) – Bauliche Anlagen an Bundesfernstraßen</i> |
|--|--|

§ 5 Unzulässigkeit von Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen sind unzulässig

Eine Störung in die freie Landschaft ist generell nicht gewünscht (s.a. § 11 LBO).

- 1.1 an Böschungen, Stützmauern, Einfriedigungen, Leitungsmasten, Bäumen, auf geneigten Dächern, Schornsteinen, Balkonen, Brückengeländern und technischen Bauten (Verteilerschränke, Hydranten, Trafostationen etc.)
- 1.2 als akustische oder duftversprühende Anlagen.

- 1.3 wenn sie sich bewegen
- 1.4 wenn sie mit wechselndem und bewegtem Licht ausgestattet sind,
- 1.5 wenn sie Blendwirkung entfalten,
- 1.6 wenn sie von der freien Landschaft aus in störender Weise in Erscheinung treten,
- 1.7 wenn sie wesentliche Sichtachsen und Blickbezüge, wichtige stadtbildprägende Grünstrukturen beeinträchtigen, verstellen oder störend überschneiden

§ 6 Sonderfälle von Werbeanlagen

- (1) Bei zeitlich begrenzten Sonderveranstaltungen (z.B. Saisonverkauf, Ausstellungen und Stadtveranstaltungen) können ausnahmsweise Werbeanlagen als Attrappen, Spannbänder oder Fahnen zur Ankündigung und während der Dauer der Veranstaltung, längstens jedoch auf die Dauer eines Monats, zugelassen werden.
- (2) Baugerüstwerbung ist nur an Gerüsten möglich, die für den Bauablauf zwingend erforderlich sind. Die Hängedauer beträgt max. 12 Monate und die Fläche der Werbeanlage max. 80 m². Der Erdgeschossbereich und der Bereich oberhalb der Traufe sind freizuhalten.

§ 7 Nutzungsende von Werbeanlagen

Läuft eine Nutzung aus, für die mit Werbeanlagen auf dem betroffenen Grundstück geworben wurde, so sind die Werbeanla-

Dies betrifft auch Anlagen für Fremdwerbung ohne unmittelbaren Bezug zur Stätte der Leistung.

Werbeanlagen an den genannten Anbringungsorten beeinträchtigen die städtebauliche Struktur, das Ortsbild, die Orientierung, die Bedeutung oder Funktion des Anbringungsortes; störende Dominanz und das Aufzwingen von ungewollter Aufmerksamkeit durch

- *regelloses Anbringen, Wiederholen, Häufung*
 - *grelle Farben*
 - *Sichtbehinderung*
 - *nächtliche Strahlwirkung*
- müssen vermieden werden.*

Die Regelungen nach 5.1.1 – 5.1.7 sollen Beeinträchtigungen der Anwohner, der Nachbarschaft oder des Stadtbildes ausschließen, wenn Werbeanlagen diese stören, wenn sie also übertriebene Auffälligkeit besitzen und verstärkte Aufmerksamkeit auf sich ziehen oder wenn sie unangemessene Bedeutung und Dominanz ausstrahlen.

Ablenkungen des Verkehrsteilnehmers werden reduziert

Die zeitliche Begrenzung der Bewerbung einer Sonderveranstaltung soll eine dauerhafte Überfrachtung und Verunstaltung des Stadtbildes verhindern.

gen innerhalb eines Monats nach Einstellung der Nutzung zu entfernen.

§ 8 Abweichungen

Abweichungen von Vorschriften dieser Satzung können im Einzelfall auf begründeten Antrag zugelassen werden, wenn die architektonische Gestaltung des betroffenen Einzelgebäudes und die charakteristischen Merkmale der unmittelbaren Umgebung und des Straßenbildes berücksichtigt sind.

Für begründete Einzelfällen soll es möglich sein, im Einvernehmen von den Bestimmungen der vorliegenden Satzung abzuweichen, wenn dadurch die grundlegenden Ziele der Werbeanlagensatzung eingehalten werden; dies kann im Wege der Befreiung erfolgen.

§ 9 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig i.S.v. § 75 LBO und kann mit einer Geldbuße belegt werden.

§ 10 Inkrafttreten

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

§ 11 Rechtsgrundlagen

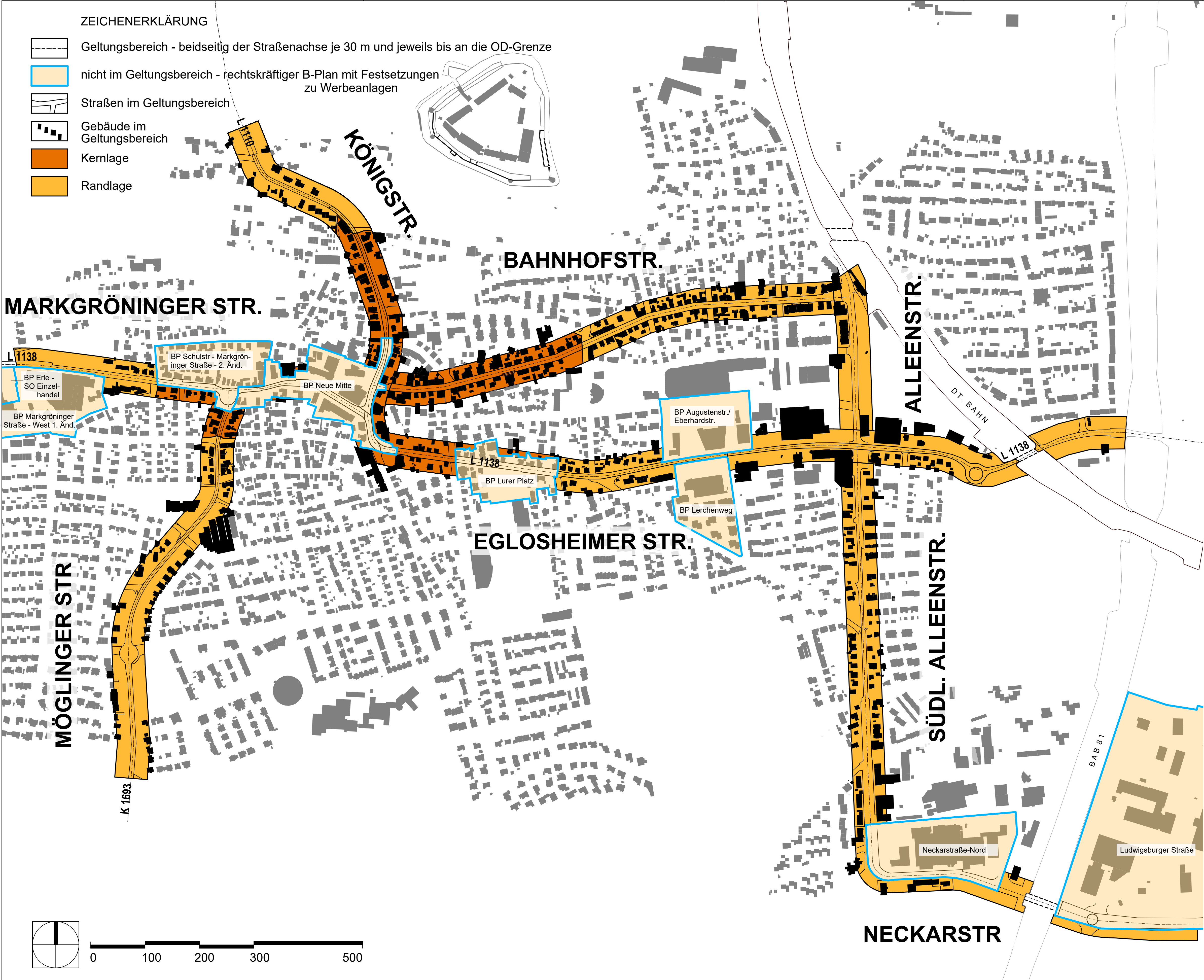
- (1) Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.11.2017 (BGBl. I S. 3634)
- (2) Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.11.2017 (BGBl. I S. 3786)
- (3) Planzeichenverordnung 1990 (PlanZV) in der Fassung vom 18.12.1990 (BGBl. 1991 I S. 58), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 04.05.2017 (BGBl. I S. 1057)
- (4) Landesbauordnung für Baden-Württemberg - LBO BW - in der Fassung vom 05.03.2010 (GBl. S. 358, ber. S. 416), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18. Juli 2019 (GBl. S. 313)

§ 9 (1) BauGB
§ 29 ff BauGB (bauliche Anlagen)
§ 34 BauGB (Innenbereich)
§ 35 BauGB (Außenbereich)

§ 14 BauNVO (Haupt-/Nebenanlage)
§ 23 (5) BauNVO (überbaubare Flächen)

§ 2 (9) LBO (Haupt- und Nebenanlagen)
§ 11 LBO (Einfügen)
§ 14 LBO (Nebenanlagen)

Hinweise	
<p>(1) Sind denkmalgeschützte Gebäude betroffen, ist das Denkmalschutzgesetz Baden-Württemberg in der jeweils gültigen Fassung zu berücksichtigen.</p> <p>Dies betrifft auch etwa betroffene archäologische Belange und in diesem Zusammenhang die Einhaltung der Regelungen der §§ 20 und 27 DSchG (Meldepflicht zufälliger Bodenfunde).</p> <p>Auf die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten (§ 27 DSchG) wird hingewiesen. Bei der Sicherung und Dokumentation archäologischer Substanz ist zumindest mit kurzfristigen Leerzeiten im Bauablauf zu rechnen.</p> <p>(2) Im Einzelfall können auch die Vorschriften der gemeindlichen Polizeiverordnung gegen umweltschädliches Verhalten und zum Schutz der Grün- und Erholungsanlagen i. d. F. v. 1.12.1993 zu berücksichtigen sein.</p> <p>(3) Auf die Bestimmungen des Naturschutzgesetzes Baden-Württemberg (NatSchG BW) wird hingewiesen.</p> <p>(4) Auf die Bestimmungen der StVO zu Werbeanlagen wird hingewiesen.</p>	<p><i>Denkmalschutzrechtliche und ordnungsrechtliche Bestimmungen haben generell Vorrang vor dieser Satzung (s. § 1 (3) dieser Satzung.</i></p> <p><i>§ 21 (1) NatSchG BW (Werbeanlagen etc)</i></p> <p><i>§ 33 StVO Verkehrsbeeinträchtigungen</i></p>

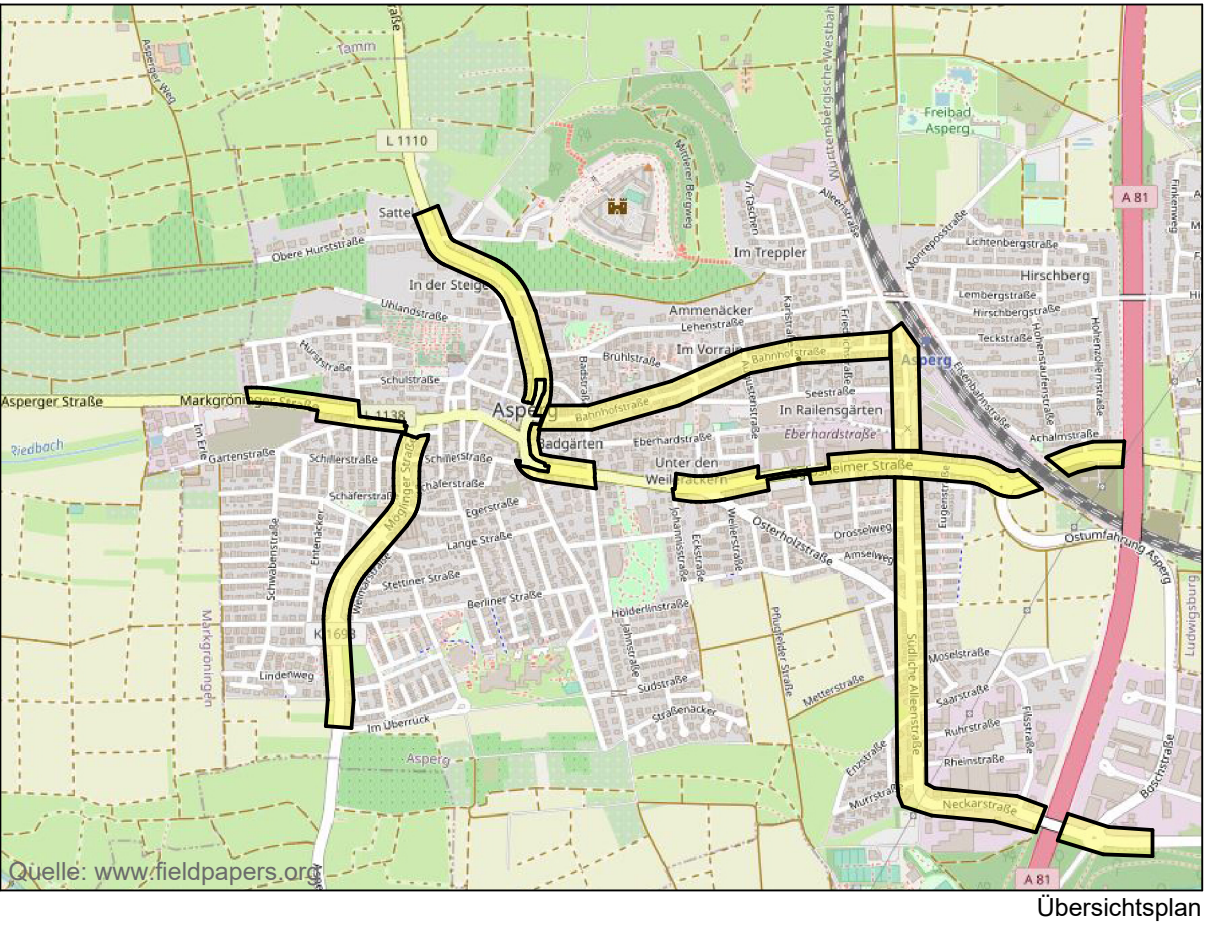


VERFAHRENSVEMERKE	
Aufstellungsbeschluss durch Gemeinderat (§ 2 (1) BauGB)	_____
Entwurfsfeststellung und Auslegungsbeschluss durch Gemeinderat (§ 3 (2) BauGB)	_____
Ortsübliche Bekanntmachung der öffentlichen Auslegung: (§ 3 (2) BauGB)	_____
Öffentliche Auslegung / Beteiligung der Öffentlichkeit (je einschl.) (§ 3 (2) BauGB)	_____
Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange: (§ 4 (2) BauGB)	_____
Satzungsbeschluss Bebauungsplan durch Gemeinderat: (§ 10 (1) BauGB)	_____
Beschluss der Satzung über die örtlichen Bauvorschriften durch Gemeinderat: (§ 74 LBO)	_____
Öffentliche Bekanntmachung Bebauungsplan: (§ 10 (3) BauGB)	_____
Öffentliche Bekanntmachung der Satzung über die örtlichen Bauvorschriften: (§ 74 LBO)	_____
Inkrafttreten Bebauungsplan: (§ 10 (3) BauGB)	_____
Inkrafttreten der Satzung über die örtlichen Bauvorschriften: (§ 74 LBO)	_____
Bestätigung: Der textliche und zeichnerische Inhalt dieses Bebauungsplans, der planungsrechtlichen Festsetzungen und der örtlichen Bauvorschriften stimmen mit den Satzungsbeschlüssen vom _____ überein. Die Verfahren gem. § 10 BauGB wurden ordnungsgemäß durchgeführt.	

Asperg, den _____

Christian Eiberger
Bürgermeister

STADT ASPERG
LANDKREIS LUDWIGSBURG



BEBAUUNGSPLAN "WERBEANLAGEN"

Maßstab 1 : 3.500 Entwurf 22.02.2022

Stadt Asperg
Bauamt
Marktplatz 1, 71679 Asperg

AGOS Arbeitsgruppe Objekt+Stadtplanung
Dipl.-Ing. M. Breuninger
Freier Architekt und Stadtplaner SRL
Rebhalde 37, 70191 Stuttgart, Tel. 0711-257 87 17



Stadt Asperg



Stadt Asperg
Landkreis Ludwigsburg

BEBAUUNGSPLAN
„□ ERBEANLAGEN“

BESTANDSANAL □ SE

Stand 18.05.21



Inhalt	Sinn und Zweck	3
	Methodik	3
	Topologie der Werbeanlagen	4
	Bewertungskriterien	5
	Stadt- und Straßenraum	5
	Fremdwerbung	5
	Eigenwerbung	5
	Kern- und Randlagen	6
	Streckenabschnitte im Geltungsbereich	7
	Analyse der Streckenabschnitte	8
	L1138 Eglosheimer Straße	8
	K1693 Möglinger Straße	12
	L1138 Markgröninger Straße	14
	L1110 Königstraße	16
	Bahnhofstraße	18
	Südl. Alleenstraße / Neckarstraße	20
	Alleenstraße	24
	Festsetzungen in rechtskräftigen Bebauungsplänen	25

Sinn und Zweck Werbung ist unabdingbarer Bestandteil einer freiheitlichen Gesellschaft. Werbung ist erwünscht und bereichert das Stadt- und Straßenbild, solange Art und Maß der einzelnen Anlage bezogen auf das gebaute und bewohnte Umfeld in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen.

Das kommunale Selbstverwaltungsrecht erlaubt es, bezogen auf die Erfordernisse der Stadt Bestimmungen zu treffen, die den jeweiligen städtischen Besonderheiten und Eigenarten Rechnung tragen.

Methodik Zur Vorbereitung und auch zur Begründung einer Werbeanlagensatzung wird die städtebauliche Situation in Asperg folgendermaßen analysiert:

Aufgrund ihrer Klassifizierung sowie der Verkehrsbelastung werden zunächst die Straßenräume in Asperg als Geltungsbereich definiert, die eine für eine ausgeprägte Werbung nötige Attraktivität hinsichtlich Verkehrsaufkommen, Zentralität und Urbanität aufweisen.

Eine Übersichtstabelle zur Bandbreite von Werbeanlagen umreißt die Topologie des Gegenstandes, um den es in dieser Planung geht.

Kriterien zur Differenzierung des Raum- und Stadtbildes werden unter dem Gesichtspunkt von Werbeanlagen aufgestellt, um eine Charakterisierung der unterschiedlichen städtebaulichen Situationen zu ermöglichen.

Damit werden die öffentlichen und halböffentlichen Straßenräume entlang der ermittelten Hauptstraßen fotografisch dokumentiert, in Sichtabschnitte mit einem Radius von ca 100 m aufgeteilt und einzeln auf Eignung bewertet, jeweils in Blickrichtung ‚stadteinwärts‘ und ‚stadtauswärts‘.

Anhand dieser Bewertung kann der Gesamtgeltungsbereich in Kern- und Randzonen sowie in geeignete und weniger geeignete Abschnitte für einen künftigen Umgang mit Fremd- und Eigen-Werbeanlagen aufgegliedert und begründet werden.

In der Analyse werden die Straßenzüge durchgängig erfasst, im wirksamen Bebauungsplan jedoch sollen die Bereiche ausgenommen sein, in denen qualifizierte Bebauungspläne gelten, die ihrerseits bereits Aussagen zu Werbeanlagen treffen.

Topologie Die nachfolgende Tabelle zeigt eine unvollständige Aufstellung der heute im öffentlichen Raum gängigen Werbeformen.

Neben ortsfesten Anlagen stehen insbesondere für Fremdwerbung zunehmend auch mobile Anlagen zur Verfügung.

Zu berücksichtigen ist deren Wirkung sowohl bei Tag als auch bei Nacht, ihre Ablenkungswirkung für den Verkehrsteilnehmer und damit die Frage der Verkehrssicherheit, ihren Störfaktor auf das Umfeld, auf die Nah- und Fernsicht und damit auf das gesamte Stadt- und Straßenbild der Stadt.

Außenwerbung					T Y P O L O G I E			ohne Anspruch auf Vollständigkeit		
	Fremdwerbung	Eigenwerbung	Ausnahme im Außenber.	gen.pflicht. baul. Anlage	Typ	L/B	H bis	Art / Material		
ortsfeste Anlagen	x			x	Digital City-Light-Board (DCLB)	9 m²	5,5 m	digital, gesteuert, Mehrfachbestückung, quer zur Straße, am Straßenrand freisteh.		
	x			x	City-Light-Board (CLB)	9 m²	5,5 m	Mehrfachbestückung, quer zur Straße, am Straßenrand freistehend		
	x			x	City-Light-Poster (CLP)	9 m²	5,5 m	hinter Glas geschützt, hinterleuchtet, freistehend		
	x			x	Großflächenplakat	9 m²		3,56 x 2,52, Euroformat 18/1, von vorne beleuchtet, wandhängend		
	x			x	Prismavisionsanlage			freistehend oder wandhängend		
	x			x	LED-Videowall			wandhängend		
	x	x		x	Lichtwerbung			textliche oder bildliche Darstellung von Name, Logo, Slogan		
	x	x		x	Schaukasten			ragt wie die Vitrine meist über die Fassadenfläche hinaus oder steht frei		
		x			Transparentkasten			Leuchtkasten / -rahmen aus transparentem Acrylglas (Streuscheibe), farbig hinterleuchtet		
		x			Einzelelemente, Einzelbuchstabe			aufbauend, ausgestanzt oder vorgehängt und hinterleuchtet		
	x			x	Litfass-Säule			freistehend, keine Nebenanlage!		
		x		x	Pylon		10 m	freistehend, bis 5 m ggf Nebenanlage		
			x		Hinweisschild			vor Ortsdurchfahrten als Sammelhinweisschilder (Werkstätten, Hotels, Restaurants uä)		
			x		Hinweiszeichen			an Verkehrsstraßen und Abzweigungen innerhalb OD (JuHe, Burg, uä)		
		x			Ausleger, Stechschild					
		x			Beklebung			z.B. an Schaufenstern, Schaltkästen, Unterständen		
		x		x	Warenautomat			= offene Verkaufsstelle wie Zigarettenautomat uä ist generell eine bauliche Anlage		
mobile Anlagen	x	x			Wandtransparent bandartig			Folie, Textil		
	x	x			Banner / Fahne			Textil		
	x	x			Spanntuch-Anlage			Textil		
	x				fahrbare Anlage			Avenue-Vitrine, hinterleuchtet, glasgeschützt, Bewegtbild, ggf Wechsler		
	x	x			Video- und LED-Display					
	x				Skybeamer uä.			Projektionsscheinwerfer		
		x			Straßenaufsteller, Passantenstopper					
keine Werbeanlagen					Plakatierung			im Zusammenhang mit allg. Wahlen od Abstimmungen, während Dauer d Wahlkampfes,		
					Bauschild			an Baustelle, soweit es sich auf das Vorhaben bezieht,		
					Auslage und Dekoration			in Schaufenstern und Schaukästen,		
					Werbemittel			an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften.		
					Preisturm			von Tankstellen mit Firmenlogo und elektronischer Preisanzeige		
					Kommunikationsanlage			freistehend mit Klingel, Briefkasten etc. und Firmenschild, oder an der Fassade angebracht		
					Orientierungsgerüst			für Sammel- und Hinweisschilder		
					Anschläge / Aushänge			kommunal, kirchlich, vereinsbezogen		

BESTANDSANALYSE

18.05.2021

**Bewertungs-
kriterien****des Stadt- und
Straßenraumes**

Ziff.

geprägt durch:

Nutzungsschwerpunkt

☐ ☐

Arbeitsstätten (Gewerbe, Tankstellen, großflächigen Möbelhandel, Gartencenter uä)

☐ ☐ kleinflächige Verkaufs- und Dienstleistungsstätten, Gastronomie, Läden

☐ ☐ Wohnstätten, Freie Berufe

Raumkanten

R ☐

bebaut mehrgeschossig
mit / ohne Vorzone

R ☐

bebaut 1-2-geschossig
mit / ohne Vorzone / Vorgarten

R ☐

unbebaut, Allee oä, Fahrradstreifen,
Park, freie Landschaft

räuml. Besonderheiten

B ☐

geschlossene Bebauung

B ☐

offene Bebauung

Stadtqualität

☐ ☐

Kernlage, historisch, erhöhte Urbanität

☐ ☐ Randlage, Vorstadt-Qualität
(s. auch nachfolgende Seite)

Flächenangebot

F ☐

geeignet für Fremdwerbung

F ☐

ungeeignet für Fremdwerbung

**Bewertungs-
kriterien****der Fremdwerbung:**

als Ergänzung

F ☐

im urbanen Stadtraum

als Störfaktor

F ☐

für Anwohner
für Verkehrsteilnehmer
für's Stadtbild

**Bewertungs-
kriterien****der Eigenwerbung:**

dominant

E ☐

am Gebäude oder
freistehend oder
großflächig, selbstleuchtend

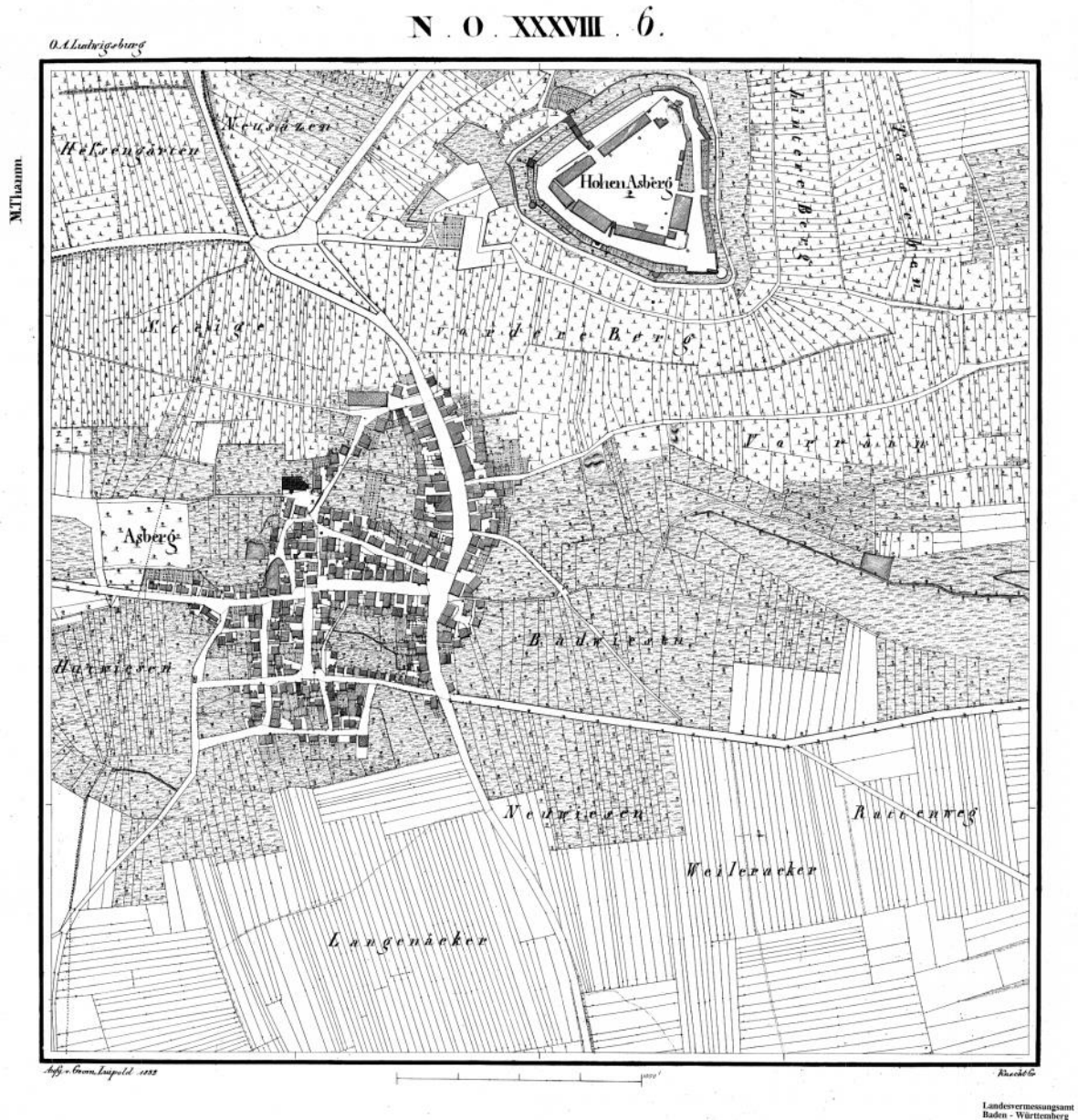
dezent

E ☐

am Gebäude oder
in der Vorzone

Kern- und Randlagen

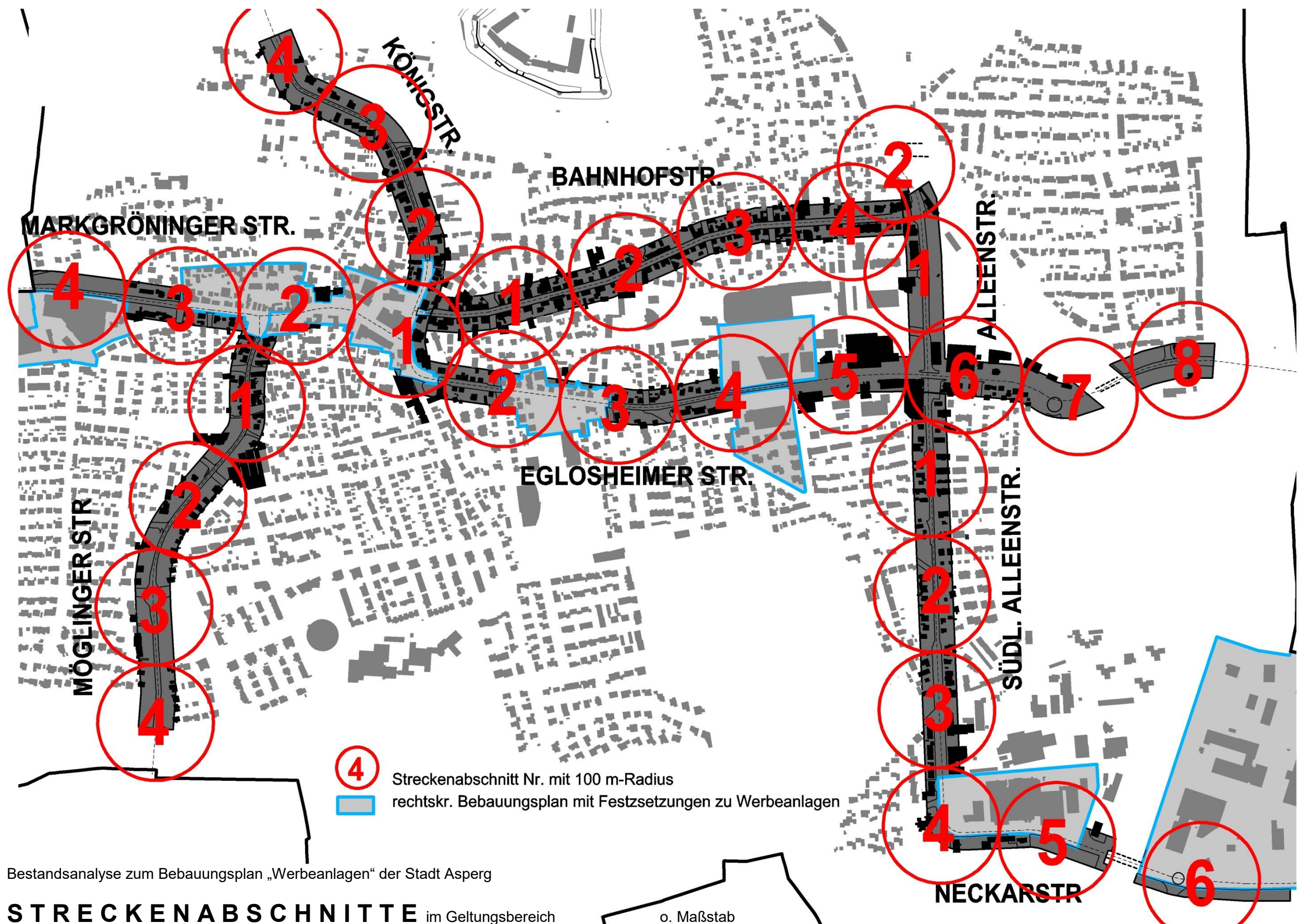
Ausgangspunkt zur Differenzierung des vorstehenden Bewertungskriteriums „Stadtqualität“ in Kernlage und Randlage ist zunächst das historische Weichbild der Stadt Asperg gemäß der untenstehenden Stadtkarte aus dem Jahr 1832. Dieser Bereich umfasst in etwa die heutige Altstadt.



Darüber hinaus werden auch noch solche Teile des Stadtraumes zur Kernlage gezählt, die aufgrund ihrer Dichte, ihrer Nutzungen und ihres städtebaulichen Zusammenhangs zur heutigen Stadtmitte rechnen.






In der Eglosheimer Straße reicht die Kernlage bis zum Lurer Platz mit Stadthalle, in der Bahnhofstraße bis zum Wilhelmsplatz mit Goetheschule.

Alle weiterführenden Räume entfernen sich von der Stadtmitte mit abnehmender Zentralität, sie bilden die Randlagen.







BESTANDSANALYSE

18.05.2021

EGLOSHEIMER STRASSE	stadteinwärts
<p>Richtungsverkehr 6.000 - 9.000 Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> zwischen Bahnbrücke und Autobahn A 81</p> <p>Bewertung: Stadteingang, zwischen BAB- und Bahnbrücke P 1, R 3, F 1</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 105 – 118</p> <p>Bewertung: Stadteingang, Verkehrskreisel - <input type="checkbox"/> Aufmerksamkeit P 1, R 1, Q 2, F 1</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 85 - 105</p> <p>B-Plan: - „GE Alleenstr - Eglosheimer Straße“ - „Südl. Friedrichstraße“</p> <p>Bewertung: P 1, R 2 F 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 44 - 85</p> <p>B-Plan: - „Augustenstraße / Eberhardstraße“ - „GE Alleenstr - Eglosheimer Straße“ - „Südl. Friedrichstraße“ - „Lerchenweg“</p> <p>Bewertung: P 1, R 2, E 1 F 1</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 36 - 73</p> <p>B-Plan: - „Augustenstraße / Eberhardstraße“ - „Lerchenweg“ (je teilweise)</p> <p>Bewertung: P 1, R 3, B 2, F 1, E 1</p>	

BESTANDSANALYSE




18.05.2021



EGLOSHEIMER STRASSE	stadteinwärts
<p>Abschnitt □ Hausnr. 15 - 36</p> <p>B-Plan: „Lurer Platz“ (BP in Aufstellung)</p> <p>Bewertung: P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Hausnr. 3 - 14</p> <p>Bewertung: P 3, R 1, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Kreuzung Stuttgarter Straße / Schillerstraße / Königstraße</p> <p>B-Plan: „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: Fachwerkhaus „Adler“ markiert Eingang zur Kernstadt P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	 





EGLOSHEIMER STRASSE	<i>stadtauswärts</i>
<p>Richtungsverkehr 6.000 - 9.000 Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Stuttgarter Straße / Schillerstraße / Königstraße</p> <p>Bewertung: P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 17 - 52</p> <p>B-Plan: „Lurer Platz“ (BP in Aufstellung)</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Bereich Einmündung Osterholzstraße Wilhelmstr. 2 – Eglosheimer Straße 74</p> <p>B-Plan: „Lurer Platz“ (BP in Aufstellung)</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 73 - 101</p> <p>B-Plan: - „Augustenstraße / Eberhardstraße“ - „Lerchenweg“ (je teilweise)</p> <p>Bewertung: P 1, R 3, B 2, Q 2 F 1, E 1</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 85 – 101</p> <p>B-Plan: - „Augustenstraße / Eberhardstraße“ - „GE Alleenstr - Eglosheimer Straße“ - „Südl. Friedrichstraße“</p> <p>Bewertung: P 1, R 1, B 2, Q 2 F 1, E 2</p>	

BESTANDSANALYSE

18.05.2021

EGLOSHEIMER STRASSE	stadtauswärts
<p>Richtungsverkehr 6.000 - 9.000 Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt □ Hausnr. 100 - 108</p> <p>B-Plan: „GE Alleenstr - Eglosheimer Straße“</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ zwischen Siedlung und Bahnbrücke</p> <p>Bewertung: Stadtausgang, Bahnbrücke R 3, Q 2 F 1</p>	
<p>Abschnitt □ zwischen Bahn- und Autobahnbrücke A 81</p> <p>Bewertung: Stadtausgang P 1, R 3, Q 2 F 1, E 1</p>	

MÖGLINGER STRASSE	<i>stadteinwärts</i>
Richtungsverkehr: 3.900 - 4.350 Kfz/24h	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortseinfahrt</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr.</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2 Litfaß-Säule</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr.</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 7 - 17</p> <p>Bewertung: P 2, R 2, B 1, Q 2 + Q 1 F 2, E 2</p>	

MÖGLINGER STRASSE	<i>stadtauswärts</i>
Richtungsverkehr 3.900 - 4.350 Kfz/24h	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 10 – 20 Bewertung: P 2, R 2, B 1, Q 1 + Q 2 F 2, E 2	
Abschnitt <input type="checkbox"/> zw. Schäferstraße und Entenäcker Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortsausfahrt südl. des. Kreisels Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortsausfahrt Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2	





BESTANDSANALYSE





18.05.2021

MARKGRÖNINGER STRASSE	stadteinwärts
<p>Richtungsverkehr 6.000 - 9.000 Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortseinfahrt</p> <p>B-Plan: „Erle – SO Einzelhandel“ „Markgröninger Straße – West 1. Änd.“ (im Verfahren)</p> <p>Bewertung: P 1, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 31 - 60</p> <p>B-Plan: „Schulstraße – Markgröninger Straße 2. Änd.“ (teilweise)</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 + Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Marktplatz 2 – Markgr. Str. 20</p> <p>B-Plan: - „Schulstraße – Markgröninger Straße 2. Änd.“ - „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Marktplatz 2 bis Kreuzung Königstraße</p> <p>B-Plan: „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	


MARKGRÖNINGER STRASSE	<i>stadtauswärts</i>
Richtungsverkehr 6.000 - 9.000 Kfz/24h	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Marktplatz 2 bis Lammstraße 1</p> <p>B-Plan: „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 22 bis Kreuzung Möglinger Straße</p> <p>B-Plan: - „Schulstraße – Markgröninger Straße 2. Änd.“ - „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> ab Hausnr. 62</p> <p>B-Plan: „Schulstraße – Markgröninger Straße 2. Änd.“ (teilweise)</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 1 + Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortsausfahrt</p> <p>B-Plan: „Erle – SO Einzelhandel“ „Markgröninger Straße – West 1. Änd.“ (im Verfahren)</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2</p>	

KÖNIGSTRASSE	stadteinwärts
Richtungsverkehr: 6.350 - 7.250 Kfz/24h	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortseinfahrt</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 36-51</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 1, Q 2 + Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 14-31</p> <p>B-Plan: - „Neue Mitte“ (teilweise)</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 14 bis Kreuzung Schillerstraße / Stuttgarter Straße / Eglosheimer Straße</p> <p>B-Plan: „Neue Mitte“</p> <p>Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	

KÖNIGSTRASSE	stadtauswärts
<p>Richtungsverkehr 6.350 - 7.250 Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Markgröninger Straße bis Haus Nr. 24</p> <p>B-Plan: „Neue Mitte“ (teilweise)</p> <p>Bewertung: P 2, R 2, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 23-43</p> <p>B-Plan: - „Neue Mitte“ (teilweise)</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 1, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Hausnr. 56-66</p> <p>Bewertung: P 2, R 2, B 2, Q 1 + Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Ortsausfahrt</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2</p>	


BAHNHOFSTRASSE	<i>stadtauswärts</i>
<p>Richtungsverkehr Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Badstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Wilhelmsplatz</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzungen Augusten- und Karlstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Friedrichstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	

BAHNHOFSTRASSE	<i>stadteinwärts</i>
<p>Richtungsverkehr Kfz/24h</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Friedhofstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzungen Augusten- und Karlstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Wilhelmsplatz</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Badstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung:</p> <p style="padding-left: 40px;">P 2, R 2, B 2, Q 1 F 2, E 2</p>	

SÜDL. ALLEENSTRASSE □ NECKARSTRASSE	<i>stadtauswärts</i>
Richtungsverkehr 4.700 - 8.700 Kfz/24h	
<p>Abschnitt □ Kreuzung Drosselweg</p> <p>B-Plan: „Südl. Friedrichstraße“</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Kreuzungen Osterholzstraße u. Metterstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Kreuzung Enzstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Kreuzung Murrstraße / Neckarstraße</p> <p>B-Plan:</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt □ Neckarstraße Südseite</p> <p>B-Plan: „Neckarstraße Nord“</p> <p>Bewertung: P 1, R 2, B 2, Q 2 F 1, E 1</p>	





BESTANDSANALYSE

18.05.2021

SÜDL. ALLEENSTRASSE □ NECKARSTRASSE	<i>stadtauswärts</i>
Richtungsverkehr 4.700 - 8.700 Kfz/24h	
Abschnitt □ Kreisverkehr Kreuzung Boschstraße B-Plan: „Ludwigsburger Straße“ Bewertung: P 0, R 3, B 0, Q 2 F 0, E 0	


BESTANDSANALYSE

18.05.2021

NECKARSTRASSE <input type="checkbox"/> SÜDL. ALLEENSTRASSE	stadteinwärts
Richtungsverkehr 4.700 – 8.700 Kfz/24h	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreisverkehr Kreuzung Boschstraße B <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> „Ludwigsburger Straße“ B <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> P 1, R 2, B 2, Q 2 F 1, E 1	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Filsstraße B-Plan: „Neckarstraße Nord“ Bewertung: P 1, R 1, B 1, Q 2 F 1, E 1	
Abschnitt <input type="checkbox"/> B-Plan: „Neckarstraße Nord“ Bewertung: P 1, R 1, B 1, Q 2 F 2, E 2	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzungen Ruhrstraße u. Saarstraße B-Plan: Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2	



BESTANDSANALYSE



18.05.2021

NECKARSTRASSE <input type="checkbox"/> SÜDL. ALLEENSTRASSE	<i>stadteinwärts</i>
Richtungsverkehr: 4.700 – 8.700 Kfz/24h	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Moselstraße</p> <p>Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	
<p>Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Kocherstraße</p> <p>Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2</p>	

BESTANDSANALYSE

18.05.2021

ALLEENSTRASSE	stadtauswärts
Richtungsverkehr: 7.700 Kfz/24h	zum Bahnhof
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Seestraße Bewertung: P 3, R 3, B 2, Q 2 F 2, E 2	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Bahnhofstraße Bewertung: P 3, R 2, B 2, Q 2 F 2, E 2	

ALLEENSTRASSE	stadteinwärts
Richtungsverkehr: 7.700 Kfz/24h	vom Bahnhof
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Bahnhofstraße Bewertung: P 2, R 1, B 1, Q 2 F 2, E 1	
Abschnitt <input type="checkbox"/> Kreuzung Seestraße Bewertung: P 3, R 1, B 2, Q 2 F 2, E 2	

Festsetzungen zu Werbeanlagen in rechtskräftigen Bebauungsplänen entlang der Hauptstraßen

GE	Erle II	1981
-----------	----------------	-------------

- 2.3 Werbeanlagen
sind genehmigungspflichtig und nur an den Außenwänden und nicht auf Dächern zugelassen.
Leuchtreklamen sind nicht zugelassen.

GE	Alleenstraße – Eglosheimer Straße	1986
-----------	--	-------------

- 2.5 **Werbeanlagen**
sind genehmigungspflichtig und nur an den Außenwänden und nicht auf Dächern zugelassen.

GE	Neckarstraße Nord	1993
-----------	--------------------------	-------------

- 2.1.4 Werbeanlagen § 73 (1) 1 LBO
Werbeanlagen gem. § 2 (8) LBO sind zugelassen, wenn sie in einem angemessenen Verhältnis zur Größe des Gebäudes auf den Wandflächen der Gebäude angebracht werden.
Werbeanlagen auf den Dächern von baulichen Anlagen sind nicht zugelassen. Soweit Werbeanlagen nicht an der Wandfläche der Gebäude angebracht werden, wird deren Fläche auf eine Größe von max. 3 m² beschränkt.
Freistehende Werbeanlagen sind zulässig bis zu einer Gesamthöhe von 2,50 m.

GE	Südl. Friedrichstr. 1.Änderung	2000
-----------	---------------------------------------	-------------

2.1.4 WERBEANLAGEN § 52 (1) 32 LBO

Werbeanlagen nach § 52 (1) 32 LBO sind zugelassen. Andere Werbeanlagen können genehmigt werden.

WA, WB, MI	Schulstraße, Markgröninger Straße 2. Änderung	2004
-------------------	--	-------------

- B 1.6 Werbeanlagen und Automaten
B 1.6.1 Werbeanlage sind nur ausnahmsweise am Ort der beworbenen Leistung zulässig; sie sind genehmigungspflichtig.
Selbstleuchtende Werbeanlagen sowie solche mit bewegtem Licht sowie mit mehr als 500 Lux angestrahlte Werbeanlagen sowie Schriftzüge über 0,5 m Größe sind unzulässig.
B 1.6.2 Die Aufstellung von Automaten ist im allgemeinen Wohngebiet nicht zulässig.

2.3 Werbeanlagen (§ 74 (1) 2 LBO)

- a Werbeanlagen (§ 2 (9) LBO) sind nur am Ort der Leistung zulässig.
- b Werbeanlagen sind nur im Erdgeschoss und in der Brüstungszone des 1. Obergeschosses zulässig.
- c Die Gesamtlänge der Werbeanlagen je Gebäudeseite darf max. 1/3 der Fassadenlänge betragen. Vertikale Anordnungen von Werbeanlagen, welche in der Höhe über die Brüstungszone des 1. Obergeschosses hinausragen, sind als Ausnahme zulässig. Werbeanlagen als Aufbauten auf dem Dach sind unzulässig.
- d Freistehende Werbeanlagen sind unzulässig, wenn sie die Höhe von 3 m *und* die Werbefläche von 1 qm überschreiten.
- e Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht sowie Lichtwerbung in fluoreszierenden Farben sind nicht zulässig.

4.2 Werbeanlagen (§ 74 Abs. 1 Nr. 2 LBO)

- 1. Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Sie sind an Gebäuden auf den Erdgeschossbereich an der Straßenseite zu beschränken.
- 2. Im WA darf die Höhe der Werbeanlagen 0,6 m nicht überschreiten.
- 3. Unzulässig sind Werbeanlagen an oder auf Dachflächen sowie Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht.

10.2.2 Werbeanlagen

Werbeanlagen sind nur grundstücks- und betriebsbezogen zulässig. Die Oberkanten der Werbeeinrichtungen dürfen die jeweiligen Fassaden- bzw. Gebäudeoberkanten nicht überragen

Werbeanlagen auf den Dächern oder den Dachgesimsen (Attiken) sind unzulässig.

Die Werbeanlage darf in der Summe 10□ der Fassadenlänge nicht überschreiten.

Durchlaufende farbliche Fassadenbänder mit Werbecharakter sind an alle Fassaden unzulässig.

Die Höhe der Werbeeinrichtung darf maximal 1,5 m betragen.

Wechsellicht, Lauflicht, elektronische Lauflichtbänder und Videowände uä. bzw. vergleichbare Einrichtungen sind nicht zulässig.

Die Verkehrssicherheit der angrenzenden Straßen darf durch die Werbeeinrichtungen nicht beeinträchtigt werden.

Das Anstrahlen von Fassaden während der Nachtzeit ist auf eine Fassadenlänge von max. 10,00 m mit warmen Lichttönen zulässig, wenn nachteilige Auswirkungen auf die Verkehrssicherheit der angrenzenden Straßen einschließlich der Autobahn ausgeschlossen werden. Grelle und leuchtende Oberflächen sind nicht zulässig. Die Wohnnutzung jenseits der Autobahn darf nicht beeinträchtigt werden.

Zugelassen sind nur Natriumdampf-Hochdrucklampen.

2.4 Werbeanlagen

1. Werbeanlagen i. S. von § 2 (9) LBO sind nur am Gebäude (an der Stätte der Leistung) bis zur maximal festgesetzten Wandhöhe und unter Einhaltung folgender Größen zulässig:
Einzelbuchstaben bis max. 1 m Höhe und Breite, sonstige Werbeanlagen (Schilder, Firmenzeichen, Werbetafeln und dergleichen) bis zu einer Fläche von 2,0 m².

2. Unzulässig sind Werbeanlagen auf nicht bebauten privaten Grundstücksflächen.

3. Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht, sowie Laserwerbung Skybeamer oder Ähnliches.

2.4 Werbeanlagen (§ 74 (1) 2 LBO) Dieser Abschnitt wird ergänzt um:

(4) Ausnahmsweise ist im MI 1 - Gebiet bezogen auf das Gebäude mit Einzelhandels- bzw. Schulnutzung an der Eglosheimer Straße auf einem im Lageplan festgelegten Bereich (vor der Stätte der Leistung) eine Werbestehle mit einer Grundfläche von max. 0,60 m x 1,80 m und einer Höhe von max. 6,00 m zulässig. Die Stehle dient ausschließlich der Werbung für die im Gebäude (im MI 1- Gebiet) ansässigen Nutzungen.

2.4 Werbeanlagen (§ 74 (1) 2 LBO)

(1) Werbeanlagen i.S. von § 2(9) LBO sind nur an der Stätte der Leistung bis zur maximal festgesetzten Wandhöhe und unter Einhaltung folgender Größen zulässig:
Einzelbuchstaben bis max. 0,60 m Höhe und Breite,
sonstige Werbeanlagen (Schilder, Firmenzeichen, Werbetafeln und dergleichen) bis zu einer Fläche von ca. 4,0 m² je maßgeblicher Wandfläche.

(2) Unzulässig sind Werbeanlagen auf nicht bebauten privaten Grundstücksflächen und Anlagen, die zum Anschlag von Plakaten oder anderen werbewirksamen Einrichtungen bestimmt sind.

(3) Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht, sowie Laserwerbung, Skybeamer oder Ähnliches.

WA, MI, MU

Markgröninger Straße – West 1. Änderung

2020

Werbeanlagen (§ 74 (1) 2 LBO)

- 2.1 Werbeanlagen i.S. von § 2 (9) LBO sind generell nur an der Stätte der Leistung zulässig, und nur in einer Höhe bis unterhalb der Fensterzone des 1. OGs.
- 2.2 In MI- und MU-Gebieten sind Werbeanlagen zulässig unter Einhaltung folgender Größen:
 - Einzelbuchstaben bis max. 0,60 m Höhe und Breite,
 - sonstige Werbeanlagen (Schilder, Firmenzeichen, Werbetafeln und dergleichen) bis zu einer Fläche von 4,00 m²
- 2.3 Unzulässig sind Werbeanlagen auf nicht bebauten privaten Grundstücksflächen sowie Anlagen, die zum Anschlagen von Plakaten oder anderen werbewirksamen Einrichtungen bestimmt sind.
- 2.4 Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht, sowie Laserwerbung, Sky-beamer oder Ähnliches.

WA, MU

Lurer Platz (BP in Aufstellung)

2021

Werbeanlagen (§ 11 (3) i. V. m. § 74 (1) 2 LBO)

- 2.1 Werbeanlagen im Allgemeinen Wohngebiet sind unzulässig.
- 2.2 Werbeanlagen im Urbanen Gebiet sind
 - 2.2.1 als Fremdwerbung unzulässig;
 - 2.2.2 als Werbung an der Stätte der Leistung zulässig, sofern sie im Fassadenbereich Oberkante Eingangstür bis unterhalb der Fensterzone des 1. Obergeschosses. Auskragende Embleme dürfen höchstens 30 cm über die Fassade vorstehen.
Freistehende Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 2,00 m nicht überschreiten.
- 2.3 Anlagen der Fremdwerbung als Haupt- und Nebenanlagen siehe Ziff. A 1.2 b)
- 2.4 Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht sowie Laserlichtwerbung, Sky-beamer oder Ähnliches.

Festsetzungen werden im weiteren Verfahren ergänzt

Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen im Rahmen der förmlichen Beteiligung der Öffentlichkeit gem. § 3 (2) BauGB sowie der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gem. § 4 (2) BauGB vom 19.11.2021 bis 03.01.2022

Stand 22.02.2022

Behörde und sonstiger Träger öffentlicher Belange	Stellungnahme	Abwägung
Regierungspräsidium Stuttgart Mail vom 27.12.21	<p>Es handelt sich nach dem von Ihnen vorgelegten Formblatt um einen <u>entwickelten Bebauungsplan</u>. Nach dem Erlass des Regierungspräsidiums vom 11.03.2021 erhalten Sie keine Gesamtstellungnahme des Regierungspräsidiums. Die von Ihnen benannten Fachabteilungen nehmen - bei Bedarf - jeweils direkt Stellung.</p> <p>Raumordnung Aus raumordnerischer Sicht wird darauf hingewiesen, dass insbesondere § 1 Abs. 3 bis Abs. 5 BauGB sowie § 1a Abs. 2 BauGB zu beachten sind. Diesen Regelungen sind in der Begründung angemessen Rechnung zu tragen.</p> <p>Abt. 3 Landwirtschaft</p> <p>Abt. 4 Mobilität, Verkehr, Straßen</p> <p>Abt. 5 Umwelt</p>	<p>Kenntnisnahme</p> <p>Die Begründung wird diesbezüglich ergänzt.</p>
Landratsamt Ludwigsburg Schreiben vom 08.12.21	<p>I. Immissionsschutz</p> <p>Im Stadtgebiet von Asperg soll die Aufstellung bzw. Anbringung von Werbeanlagen geregelt werden. Im Textteil des Bebauungsplan-Entwurfes ist unter § 3 geregelt, dass Wer-</p>	

	<p>beanlagen mit mehr als 1 m² Ansichtsfläche der baurechtlichen Genehmigung bedürfen. In diesen baurechtlichen Verfahren können dann bei entsprechender Sachlage insbesondere Aspekte des Immissionsschutzes, also z.B. Licht-Belästigungen durch Aufhellung und Blendwirkung, behandelt werden.</p>	Kenntnisnahme
	<p>II. Straßen</p> <p>Wir haben gegen den Bebauungsplan keine grundsätzlichen Bedenken und begrüßen eine Regelung für Werbeanlagen. Wir weisen darauf hin, dass im Bereich der K 1693 (Möglinger Straße) bauliche Anlagen und Werbeanlagen das Anbauverbot von 15 m nach § 22 Straßengesetz einhalten müssen. Das Anbauverbot endet erst am Erschließungsbereich der Ortsdurchfahrtsgrenze (Einmündung Egerstraße). Eine Ausnahme vom Anbauverbot ist aus unserer Sicht möglich im Sinne des § 4 (2) 2.2 im Textteil des Bebauungsplans.</p> <p>Wir empfehlen bezüglich der Grenzen an Landesstraßen und der Autobahn das Regierungspräsidium Stuttgart zu hören.</p>	<p>Kenntnisnahme</p> <p>Kenntnisnahme</p>

Bebauungsplan „Werbeanlagen“, Stadt Asperg

	III. Verkehr Aus verkehrsrechtlicher Sicht bestehen keine Bedenken. Gegebenenfalls sollte in der Satzung auch auf die Bestimmungen der StVO zu Werbung (§ 33 StVO) hingewiesen werden.	Dieser Hinweis wird aufgenommen.
Handwerkskammer Region Stuttgart Mail vom 08.11.21	vielen Dank für die Beteiligung; zu diesem Bebauungsplan haben wir keine Bedenken oder Anregungen.	Kenntnisnahme
Gemeinde Tamm Schreiben vom 08.11.21	Belange der Gemeinde Tamm werden nicht berührt. Wir haben keine Einwände.	Kenntnisnahme
Landesdenkmalamt Baden-Württemberg Mail vom 14.12.21	Nach fachlicher Prüfung werden gegebenenfalls berührte Belange der Bau- und Kunstdenkmalpflege innerhalb des vorliegenden Geltungsrahmens bereits hinreichend berücksichtigt. Für die in den Gebieten berührten Belange der Archäologischen Denkmalpflege ist folgendes mitzuteilen bzw. zu beachten: Im Fall von Bodeneingriffen sind Aufschlüsse von Funden und Befunden der vorgeschichtlichen, provinzialrömischen, mittelalterlichen und frühneuzeitlichen Besiedlungs- und Wirtschaftsgeschichte, sowie der örtlichen Sachkultur nicht grundsätzlich auszuschließen. Dabei kann sich um Kulturdenkmale gem. § 2 DSchG handeln Nach Prüfung der Unterlagen können allerdings aufgrund der räumlich jeweils eng begrenzten Maßnahmen aus fachlicher Sicht Bedenken zurückgestellt werden. Zur Berücksichtigung etwa betroffener archäologischer Belange wird für entsprechende Vorhaben ausdrücklich auf die Einhaltung der Regelungen der §§ 20 und 27 DSchG (Meldepflicht zufälliger Bodenfunde) hingewiesen:	

	<p>Sollten bei der Durchführung vorgesehener Erdarbeiten archäologische Funde oder Befunde entdeckt werden, sind gemäß § 20 DSchG Denkmalbehörde(n) oder Gemeinde umgehend zu benachrichtigen. Archäologische Funde (Steinwerkzeuge, Metallteile, bearb. Hölzer, Keramikreste, Knochen, etc.) oder Befunde (Gräber, Mauerreste, Brandschichten, bzw. auffällige Erdverfärbungen) sind bis zum Ablauf des vierten Werktages nach der Anzeige in unverändertem Zustand zu erhalten, sofern nicht die Denkmal-schutzbehörde oder das Regierungspräsidium Stuttgart (Referat 84.2 — Operative Archäologie) mit einer Verkürzung der Frist einverstanden ist. Auf die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten (§ 27 DSchG) wird hingewiesen. Bei der Sicherung und Dokumentation archäologischer Substanz ist zumindest mit kurzfristigen Leerzeiten im Bauablauf zu rechnen.</p>	<p>Der Hinweis wird in den Textteil aufgenommen.</p>
--	---	---

Folgende am Verfahren beteiligte Behörden und/oder Träger öffentlicher Belange haben keine Bedenken gegen die Planung geäußert:

- IHK Region Stuttgart
- Stadt Ludwigsburg
- Stadt Markgröningen
- Gemeinde Möglingen
- Unternehmer-Netzwerk Asperg e.V.

Stellungnahmen der Öffentlichkeit, die während der öffentlichen Auslegung eingegangen sind:

Private	Stellungnahme	Abwägung
keine		