

Leitfaden für die Gestaltung von Werbeanlagen

1. Zielsetzung

Der Leitfaden regelt die Zulassung von Werbeanlagen nach § 2 Abs. 9 Landesbauordnung – LBO. Ziel des Leitfadens ist die Erhaltung der Stadtbildqualität von Stuttgart.

Dies bedeutet, bei der Gestaltung und auch bei der Standortwahl von Werbeanlagen sowohl auf die Besonderheiten des umgebenden Stadtbildes als auch auf die Gestaltung des jeweiligen Gebäudes Rücksicht zu nehmen.

2. Definitionen

2.1 Allgemeine Definition

Werbeanlagen sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. (§ 2 Abs. 9 LBO).

Hierzu zählen alle Anlagen die der visuellen Wahrnehmung dienen, insbesondere Beschriftungen, Bemalungen, Schilder jeder Art, Werbefahnen, Spanntransparente, Leuchtkästen, Schaukästen, Großflächentafeln, Litfaßsäulen, Video-/ LED-Displays, Skybeamer und Schaufensterbeklebungen.

Beklebungen von Schaufenstern, die mehr als 20% der jeweiligen Scheibenfläche einnehmen, zählen ebenso als Werbeanlage wie Videoanlagen hinter der Schaufensterscheibe oder interaktive Werbeanlagen im Bereich der Schaufensteranlage, denn sie sind ortsfest und von der Straße aus zu sehen.

Über die visuelle Wahrnehmung hinaus gelten auch offensichtlich der Werbung dienende Anlagen wie Beschallung oder das Versprühen von Duftstoffen in den öffentlichen Raum als Werbeanlagen.

2.2 Eigenwerbung und Fremdwerbung

Eigenwerbung ist Werbung an der Stätte der Leistung. Die Werbung befindet sich an dem Ort, an dem ich das beworbene Produkt kaufen oder die beworbene Dienstleistung erhalten kann. Klassisches Beispiel ist ein Werbeschild an einer Bäckerei, aber auch der Firmenname an einem Reisebüro.

Fremdwerbung ist Werbung ohne räumlichen Zusammenhang zur Stätte der Leistung. Der Gegenstand der Werbung kann dort, wo die Werbeanlage angebracht ist, nicht erworben werden. Fremdwerbung ist häufig auch reine Produktwerbung. Hier wird ein Produkt beworben das in keinerlei Zusammenhang mit seiner Umgebung steht. Typisches Beispiel ist eine Litfaßsäule an der zum Beispiel für eine Fluggesellschaft geworben wird.

3. Genehmigungspflicht bei Werbeanlagen

Die Frage der Genehmigungspflicht ist in der Landesbauordnung geregelt. Keine förmliche Baugenehmigung ist erforderlich für Werbeanlagen:

- die kleiner als 1 qm sind und sich im planungsrechtlichen Innenbereich* befinden.
- die nicht von der öffentlichen Verkehrsfläche aus sichtbar sind.
- an Baustellen, soweit sie sich auf das Vorhaben beziehen und sich auf dem Baugrundstück befinden.
- an Zeitungskiosken.

- in Gewerbe-/ Industriegebieten wenn sie an der Stätte der Leistung angebracht werden und mit ihrer Oberkante maximal 10 m über Gelände liegen.
- vorübergehend an der Stätte der Leistung im planungsrechtlichen Innenbereich* angebracht oder aufgestellt werden, z.B. bei Geschäftseröffnung für maximal 4 Wochen.

Für alle übrigen Werbeanlagen, die z.B. größer als 1 qm sind (auch Fensterbeklebungen!) ist ein förmliches Verfahren erforderlich.

Allerdings müssen auch verfahrensfreie Werbeanlagen dem geltenden Baurecht entsprechen. Sollte eine Werbeanlage z.B. gegen die Festsetzungen eines Bebauungsplans verstoßen, so ist dafür in einem besonderen **Bewilligungsverfahren** eine separate Ausnahme oder Befreiung vom Bebauungsplan zu beantragen.

*Der planungsrechtliche Innenbereich lässt sich in der Regel daran erkennen, dass eine zusammenhängende Bebauung vorhanden ist.

4. Unzulässigkeit von Werbeanlagen

4.1 Nach § 21 Abs. 1 NatSchG sind Werbeanlagen außerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile unzulässig. In Stuttgart sind von dieser Regelung viele stadtteilverbindende Straßen betroffen. Unzulässig sind auch Werbeanlagen, die störend in die freie Landschaft hineinwirken.

4.2. Nicht zugelassen werden private Werbeanlagen auf öffentlichem Grund, also auf Straßenflächen oder straßenbegleitenden Grünstreifen, da die Stadt aus stadtgestalterischen Gründen die dafür erforderliche Sondernutzungserlaubnis nicht erteilt.

4.3. Städtebaulich unerwünscht sind Werbeanlagen auf geeigneten Dächern und an Schornsteinen, Bild- und Filmprojektionen, Lauf- oder Blinklichtschaltungen, akustische Werbeanlagen oder Werbeanlagen die Duftstoffe in den öffentlichen Raum sprühen.

4.4 In reinen Wohngebieten, allgemeinen Wohngebieten und Kleinsiedlungsgebieten sind nur für Anschläge bestimmte Werbeanlagen sowie Werbeanlagen an der Stätte der Leistung – also keine Fremdwerbung – zulässig.

5. Allgemeine Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen

5.1 Werbeanlagen sind mit ihrer Umgebung so in Einklang zu bringen, 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. Sie müssen sich in Größe, Farbe, Form, Werkstoff und Anbringungsart in das Orts-, Straßen- und Landschaftsbild einfügen (§ 11 LBO).

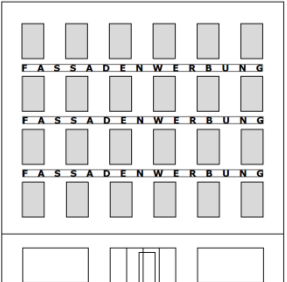
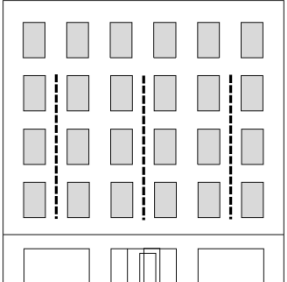
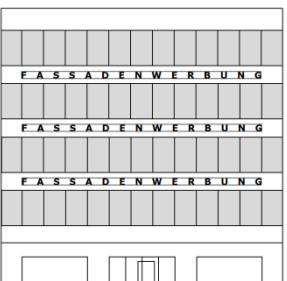
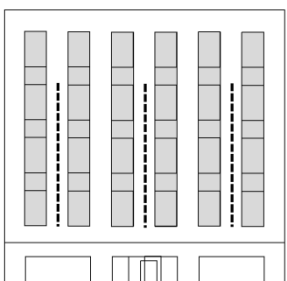
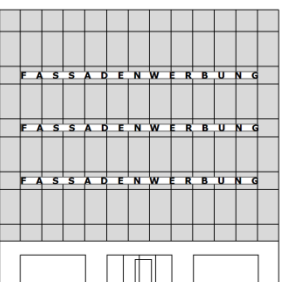
5.2. Verunstaltend wirken Werbeanlagen in der Regel durch falsche Proportionen, regellose Anbringung, Wiederholung oder störende Häufung.

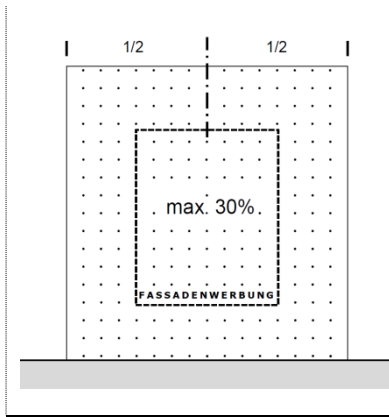
5.3. Der architektonische Gesamtzusammenhang der Fassade muss über alle Geschosse gewahrt bleiben. Die Elemente der Fassadengliederung z.B. Gebäudekanten, Stützen, Säulen, Fenster, Verzierungen u. ä. dürfen nicht überdeckt werden.

6. Werbeanlagen an der Fassade

Werbeanlagen können parallel oder im rechten Winkel zur Außenwand angeordnet werden. Bei der Gestaltung sind die nachfolgenden Gestaltungsregeln zu beachten.

Werbeanlagen und Fassadentypologie:

parallel zur Fassade	Fassadentypologie	senkrecht zur Fassade
	<p>Lochfassade</p> <p>Horizontale Einzelbuchstaben oder Leuchtkästen im Brüstungsbereich</p> <p>oder</p> <p>Stechschilder an jedem zweiten Fassadenpfeiler.</p> <p>Das oberste Geschoss ist von Werbeanlagen freizuhalten.</p>	
	<p>Bandfassade</p> <p><<< bei horizontalen Fensterbändern im Brüstungsbereich sind ausschließlich horizontale Einzelbuchstaben oder Leuchtkästen möglich.</p> <p>bei vertikalen Fensterbändern >>> an jedem zweiten Fassadenpfeiler nur Stechschilder zulässig</p>	
	<p>Glasfassade</p> <p>bei gerasterten Gliederungen ausschließlich horizontale Einzelbuchstaben oder Leuchtkästen im Brüstungsbereich.</p>	<p>keine Stechschilder</p>



Brandwand

maximal 30% der Fassadenfläche,
Rahmen oder Verspannungen jeglicher
Art zählen zur Werbefläche

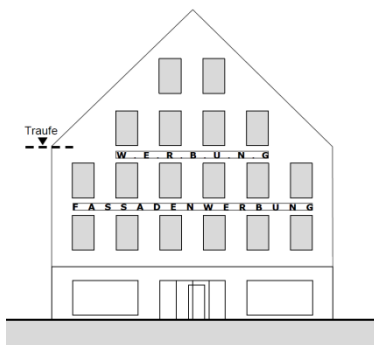
keine Stechschilder

Bauliche Besonderheiten:

parallel zur Fassade

Besonderheiten

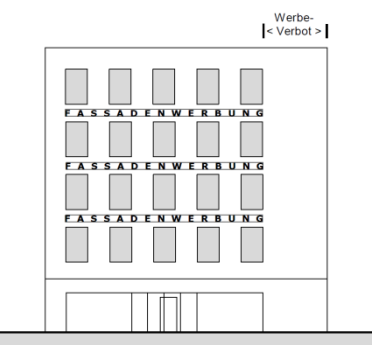
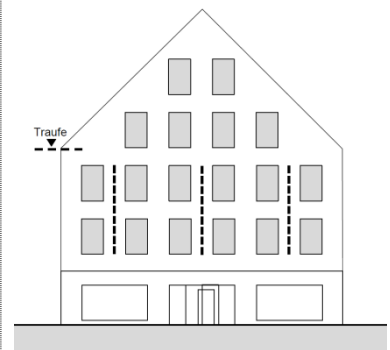
senkrecht zur Fassade



Giebelseiten eines Gebäudes

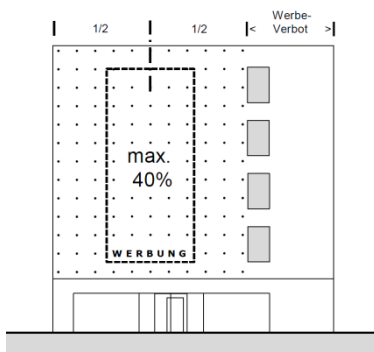
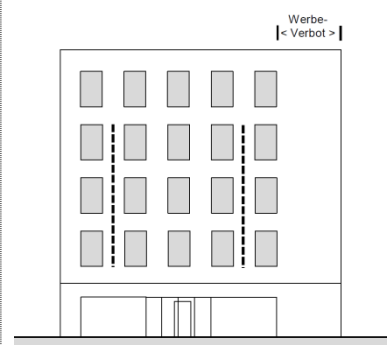
Fassaden- oder Stechschilder enden
unterhalb der Traufe und schließen mit der
Oberkante der Fenster ab.

Werbeanlagen in Giebeldreiecken sind nicht
zulässig.



Gebäudeecken

Gebäudeecken sind grundsätzlich von
Werbeanlagen freizuhalten.



Fassaden mit geringem Fensteranteil

nur Hochformate bei asymmetrischen
Fassaden

maximal 40% der Bezugsfläche

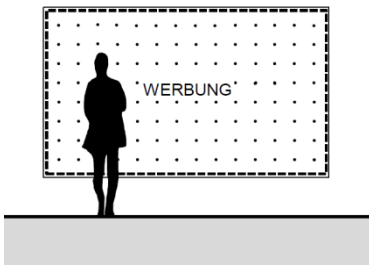
keine Stechschilder

	<p>Brandwand</p> <p>Keine Werbeanlagen an Giebeldreiecken.</p> <p>Bemessungsfläche = Gebäudebreite x Wandhöhe bis zur Traufe.</p> <p>maximal 30% der Bezugsfläche</p>	<p>keine Stechschilder</p>
--	--	----------------------------

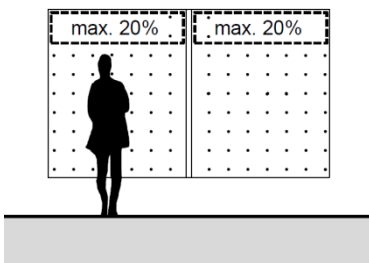
Bei Werbeanlagen sollten folgende Maße eingehalten werden:

	Regelmaße und Detail	senkrecht zur Fassade
	<p><<< Abstände im Brüstungsbereich</p> <p>Innerhalb der Brüstungszone mindestens 20cm Abstand vom unteren und oberen Brüstungsrand für horizontale Einzelbuchstaben oder Leuchtkästen.</p>	
	<p>Stechschilder an der Fassade >>></p> <p>Stechschilder einschließlich Befestigung höchstens 1,0 m auskragend</p> <p>lichte Höhe von 2,50 m von Unterkante Schild bis zur Straßenfläche.</p>	

Schaufensterbeklebung



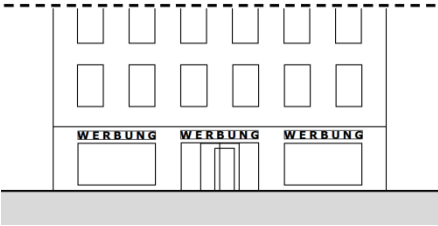
Vollflächig mit einem Werbe- oder Bildmotiv beklebte Fenster sind genehmigungspflichtig!
 Wird die Fensterfläche in der ID - Farbe des Unternehmens beklebt so zählt die gesamte farbige Fläche als Werbeanlage auch wenn das eigentliche Werbemotiv kleiner ist.

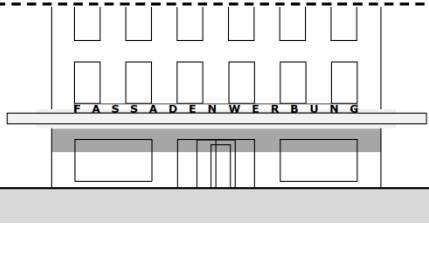
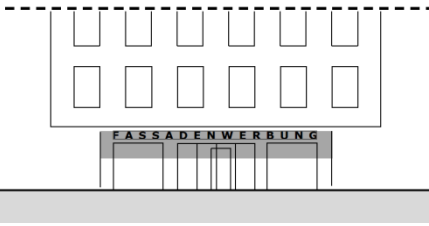
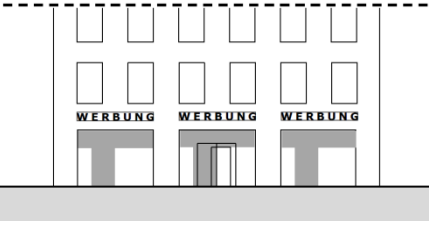



Maximal 20% je Glasfläche als zusammenhängende Fläche kann ohne baurechtliche Genehmigung angebracht werden. Zur Bemessung wird jede Glasfläche einzeln betrachtet!

Ladenzonen im Erdgeschoss

Die Ladenzone im Erdgeschoss ist der angemessene Ort für Werbeanlagen. Zusammen mit den Schaufenstern ordnen sich hier die Werbeanlagen optisch in die gebaute Umgebung ein.

Typologie der Ladenzone	
<p>Schaufenstersockel</p> 	<p>Werbeanlagen über Schaufenster</p> <p>mindestens 20 cm Abstand von Oberkante Schaufenster und Unterkante Fries (siehe Abstände im Brüstungsbereich).</p> <p>maximale Ausdehnung entspricht der Schaufensterbreite.</p>

<p>Vordach</p> 	<p>Werbeanlagen an oder über Vordächern</p> <p>maximale Ausdehnung der Werbeanlage orientiert sich an der darüber liegenden Fensterreihe (linke und rechte Fensteraußenkante sowie Brüstungsoberkante).</p> <p>Bei Werbung auf der Stirnseite von Vordächern ist die Schrifthöhe mindestens 20 cm geringer als die Stirnseite auszuführen.</p>
<p>Rücksprung</p> 	<p>Werbeanlagen unter Gebäudeauskragungen</p> <p>Maximale Ausdehnung der Werbeanlage orientiert sich an der Schaufensterreihe im Erdgeschoss. Dabei ist im ersten Brüstungsfeld über dem Rücksprung keine Werbung zulässig.</p> <p>Alternativ sind auch abgehängte Deckenschilder quer zur Fassade möglich.</p>
<p>Arkaden</p> 	<p>Werbeanlagen an Arkaden</p> <p>An der Außenwand über den Arkaden ist ausschließlich horizontale Werbung mit Bezug zur Arkadenöffnung möglich.</p> <p>Im Gangbereich der Arkaden sind horizontale Werbeanlagen über den Schaufenstern oder abgehängte Deckenschilder quer zur Laufrichtung gestattet.</p>
<p>2-geschossiger Sockel</p> 	<p>Werbeanlagen bei 2-geschossigen Schaufensteranlagen</p> <p>Bei 2-geschossigen Schaufensteranlagen ist Werbung im Bereich der 1. Geschossdecke möglich (siehe Abstände im Brüstungsbereich).</p> <p>Horizontale Werbeanlagen über den Schaufensteröffnungen orientieren sich an der Schaufensterbreite.</p> <p>Alternativ sind Stechschilder ab dem 1. Obergeschoss möglich.</p>

7. Freistehende Werbeanlagen

Freistehende Werbeanlagen müssen die Proportionen zu den vorhandenen Gebäuden bewahren. Deshalb sollte eine freistehende Werbeanlage immer deutlich niedriger sein als die angrenzende Bebauung.

Ein besonderes Augenmerk ist darauf zu richten, dass die freie Sicht auf Radwege, Fußgängerwege und den Autoverkehr nicht beeinträchtigt wird.

7.1. Freistehende Werbeanlagen auf Straßenfläche

Nicht zugelassen werden private Werbeanlagen auf öffentlichem Grund, also auf Straßenflächen oder straßenbegleitenden Grünstreifen, da die Stadt aus stadtgestalterischen Gründen die dafür erforderliche Sondernutzungserlaubnis nicht erteilt.

Ausnahmen sind für Sammelhinweisanlagen möglich, sofern sie einer bestimmten Gestaltung folgen. Diese Gestaltungsgrundlage kann bei Bedarf beim Baurechtsamt, Abteilung Werbeanlagen, nachgefragt werden.

7.2. Freistehende Werbeanlagen auf dem eigenen Grundstück

Auch auf dem eigenen Grundstück kann ein Bebauungsplan Grünflächen oder nichtüberbaubare Grundstücksflächen vorschreiben. Innerhalb dieser Flächen sind Werbeanlagen unzulässig. Im Bereich der Grundstückszufahrt oder der Zuwegung für Fußgänger können aber gegebenenfalls Ausnahmen/ Befreiungen erteilt werden.

Freistehende Werbeanlagen mit einem Verstoß gegen den Bebauungsplan brauchen eine Befreiung, auch wenn sie kleiner als 1 qm sind.

Bei freistehenden Werbeanlagen wird dringend empfohlen, sich vorab den für das Grundstück geltenden Bebauungsplan zu besorgen mit dem dazugehörigen Textteil, da hier noch einmal besondere Festlegungen zu Werbeanlagen getroffen sein können. Den Auszug aus dem Bebauungsplan erhalten Sie gegen Gebühr beim Bürgerservice Bauen.

8. Werbung an Baustellen

Laut Landesbauordnung sind Werbeanlagen an Baustellen, soweit sie sich auf das Vorhaben beziehen, baurechtlich verfahrensfrei und können ohne Genehmigung angebracht werden. Dies betrifft Vermietungshinweise ebenso wie Schilder der beteiligten Handwerker. Es bedeutet aber auch, dass der inhaltliche Zusammenhang zur Baustelle deutlich erkennbar sein muss.

Auch bei baurechtlich verfahrensfreien Vorhaben kann es sein, dass Genehmigungen nach anderen Vorschriften erforderlich sind, zum Beispiel auf Grund des Denkmalschutzes oder der Tatsache, dass das Gebäude in einem Sanierungsgebiet liegt. Zuständig hierfür ist das Amt für Stadtplanung und Wohnen, Eberhardstr. 10, 70173 Stuttgart.

Wenn das Baugerüst auf der Straßenfläche steht, empfehlen wir Ihnen, sich mit dem Tiefbauamt, Dienststelle Rechts- und Vertragsangelegenheiten, Hohe Str. 25, 70176 Stuttgart und dem Amt für öffentliche Ordnung, Sachgebiet Straßenrecht, Eberhardstr. 39, 70173 Stuttgart in Verbindung zu setzen

Werbeanlagen ohne inhaltlichen Zusammenhang zur Baustelle sind baurechtlich genehmigungspflichtig.

8.1 Baugerüstwerbung

Gerüstwerbung ist nur an solchen Baugerüsten möglich, die für den Bauablauf zwingend erforderlich sind. Im Falle von Sanierungsmaßnahmen ist deshalb ein Bauzeitenplan mit einzureichen.

8.1.1. Gestaltungsregeln

Die Größe der Werbeanlage darf maximal 30% der maßgebenden Gerüstseite betragen, maximal jedoch 120 qm. Gerüstvorsprünge oder Lastenaufzüge dürfen nicht übermessen werden, sie trennen vielmehr das Baugerüst, so dass sich mehrere kleinere Flächen ergeben, die für die Quadratmeterberechnung maßgebend sind.

Umrandungen jeglicher Art sowie alle Befestigungssysteme zählen als Werbeanlage und gehen zu Lasten der Motivgröße

Werbeanlagen über Eck sind nicht zulässig. Die Gerüstecken sind frei zu halten, der Mindestabstand beträgt 1,50 m.

Bei mehreren eingerüsteten Gebäudeseiten dürfen nicht zwei aneinander angrenzende Seiten zeitgleich belegt werden. Die zeitgleiche Belegung von gegenüberliegenden Seiten ist möglich.

Die Werbeflächen müssen mittig auf dem Gerüst angebracht werden. Bei besonders langen Gebäuden sind nach Rücksprache eventuell 2 außermittige Werbeanlagen möglich.

Der Erdgeschossbereich und der Bereich oberhalb der Traufe sind frei zu halten.

Eine Beleuchtung ist möglich. Nicht zugelassen werden farbiges oder wechselndes/ blinkendes Licht.

8.1.2 Dauer der Anbringung

Bei Bauvorhaben, die einer baurechtlichen Genehmigung bedürfen (Neubau, Aufstockung) beträgt die Hängedauer in der Regel 4 Monate. Eventuell kann eine Verlängerung um weitere 2 Monate ermöglicht werden.

Bei Vorhaben, die keiner baurechtlichen Genehmigung bedürfen (z.B. Anstrich) beträgt die Hängedauer maximal 2 Monate.

8.1.3 Abbruchgebäude

Baugerüste an Abbruchgebäuden sind in der Regel technisch nicht erforderlich und belasten als reine Schaugerüste, ebenso wie Werbung an Fassaden von Abbruchgebäuden, unnötig das Straßen- oder Stadtbild. In beiden Fällen erfolgt daher keine Genehmigung

8.1.4 sonstige Werbung an Baustellen

• Fremdwerbung an Baucontainern

Werbung wird an Containern nur zugelassen, sofern diese für den Bauablauf notwendig sind. Es dürfen höchstens eine einzelne oder zwei gegenüber liegende Seiten eines Containers (oder Containerblocks aus gestapelten bzw. nebeneinander stehenden Containern) beworben werden.

Die Posterfläche einschließlich eventueller Befestigungssysteme muss kleiner sein als die Containerfläche, die der Anbringung zur Verfügung steht. Die Containerkanten müssen frei bleiben. Umrandungen auf der Werbefolie sind Bestandteil der Werbefläche; maßgebend sind die Außenkanten des Werbeposters.

Einsichtbare, nicht mit Werbung belegte Flächen nebst der verbleibenden Anbringungsseite sind für die Dauer der Werbung rein weiß und nicht reflektierend (einheitlich einfarbig ohne Abstufungen) zu verkleiden bzw. abzudecken. Alternativ können gedeckte, nicht reflektierende Farben (z.B. sandfarben oder grau nach RAL 1001, 1014, 7030, 7032, 7035) verwendet werden. Schwarze oder dunkle Farben sind nur in besonderen Fällen gestattet

• Fremdwerbung an Bauzäunen

Durchgehende Werbeflächen und –bespannungen, insbesondere in schwarzer oder dunkler Farbe, sind zu vermeiden. Erforderlich ist zudem eine möglichst gleichmäßige oder rhythmische Abschnittsbildung oder Aufteilung in einzelne Felder bzw. Strukturierung

Plakatwerbetafeln sollen in Zweiergruppen zwischen Absperrgittern aufgestellt werden. Die Absperrgitter sollen frei bleiben, um den Blick auf die Baustelle zu ermöglichen

Kleinere Tafeln (etwa Größe DIN A0/A1) an Absperrgittern: pro Absperrgitter maximal 2 Tafeln, es sollen Zweier- oder Dreiergruppen mit den Absperrgittern gebildet werden.

- Freistehende Konstruktionen

Nicht zugelassen wird Werbung an freistehenden oder dreidimensionalen Gerüsten außerhalb von zu renovierenden bzw. im Bau/Umbau befindlichen Anlagen sowie außerhalb umgrenzter Baustellen.

- Werbung an Kränen

Werbeanlagen an Kränen werden aufgrund der topografisch anspruchsvollen Situation der Stadt mit Halbhöhenlagen und der Kessellage des Stadtzentrums, das von den umliegenden Höhen aus weithin einsehbar ist, nicht genehmigt.

8.1.5 Einschränkungen und Besonderheiten

Im Bereich städtebaulicher Erhaltungssatzungen, innerhalb des City-Rings einschließlich der Gebäude und Plätze an den ihn umgebenden Straßen, im Bereich von denkmalgeschützten Gebäuden und Ensembles (z.B. der Cannstatter Altstadt), Sanierungs- und Umlegungsgebieten, besonderen Stadträumen (z.B. Sichtachsen) und exponierten Lagen (z.B. Halbhöhenlagen) sind weitere Einschränkungen und Ausschlüsse nach Dauer, Größe, Art der Ausführung und Anbringung sowie der Beleuchtung möglich.

9. Verhältnis zu geltenden Bebauungsplänen und Fachrecht

9.1 Sofern Bebauungspläne besondere Regelungen zu Werbeanlagen festsetzen, kommt diesen der Vorrang vor den Regelungen dieses Leitfadens zu.

9.2 Unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes, von ggf. geltenden Erhaltungs- oder Sanierungssatzungen, des Naturschutzrechts und die Regelungen, nach denen Sondernutzungen auf 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.

10. Genehmigungsverfahren und Bauvorlagen

Bauanträge für Werbeanlagen sind digital über das [Service-Portal des Landes Baden-Württemberg](#) einzureichen. Die Bauvorlagen für Werbeanlagen müssen den Anforderungen des § 13 Verfahrensverordnung zur Landesbauordnung – LBOVVO und den Vorgaben des Baurechtsamts der Stadt Stuttgart hinsichtlich der Dateiformate, Übermittlungswege und Dateistrukturen entsprechen. Nähere Informationen finden Sie zum Thema [Digitaler Bauantrag](#) auf unserer Homepage.

Die Dauer des Genehmigungsverfahrens beträgt je nach Sachverhalt und zu beteiligenden Fachämtern etwa 1 bis 3 Monate.

Unter www.stuttgart.de steht Ihnen unter dem Suchbegriff „Werbeanlagen Checkliste“ eine Arbeitshilfe für die Erstellung der Bauvorlagen zur Verfügung.

11. Ansprechpartner beim Baurechtsamt

Sachgebiet Werbeanlagen
Eberhardstr. 33, 70173 Stuttgart
Telefon: 0711 216-60176
E-Mail: Baurechtsamt.Nord@stuttgart.de

Bürgerservice Bauen
Eberhardstr. 33, 70173 Stuttgart
Telefon: 0711 216-60100
E-Mail: BSBauen@stuttgart.de

Weitere Informationen finden Sie unter <https://www.stuttgart.de/leben/bauen/baurecht/>