GESTALTUNGSSATZUNG FÜR WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN der Gemeinde Rimbach

Aufgrund der §§ 5 und 51 Nr. 6 der Hessischen Gemeindeordnung (HGO) in der Fassung vom 07.03.2005 (GVBl. I S. 142), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 16. Februar 2023 (GVBl. S. 90, 93) sowie des § 91 der Hessischen Bauordnung (HBO) in der Fassung vom 28.05.2018 (GVBl. S. 198), hat die Gemeindevertretung der Gemeinde Rimbach in ihrer Sitzung am 07.11.2024 nachfolgende Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten beschlossen:

§ 1 - Räumlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt in den durch die Anlagen 1a, 1b, 1c und 1d definierten Zonen der Gemeinde Rimbach. Die Anlagen 1a, 1b, 1c und 1d sind Bestandteil der Satzung. Die betroffenen Flächen unterteilen sich thematisch in fünf Zonen.

1. Die Zone 1 umfasst Bereiche, in denen ein kleinteiliger Nutzungsmix aus Wohnen und Gewerbe entlang wichtiger Hauptverkehrs- und Durchgangsstraßen vorhanden ist. Dementsprechend feingliedrig ist die Baustruktur. Des Weiteren umfasst die Zone 1 die Ortseingangsbereiche der Ortsteile Mitlechtern und Zotzenbach mit Ausnahme der gewerblichen Bereiche, die der Zone 3 zugeordnet sind. In den Ortseingangsbereichen wird der erste Eindruck einer Gemeinde vermittelt. Sie besitzen daher eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen. Zielsetzung der Zone 1 ist der Erhalt der Gliederung und der Übersichtlichkeit des Straßen- und Fassadenbildes durch die Regelung der zulässigen Werbeanlagen und Warenautomaten. Aufgrund der hohen Bedeutung der Ortseingangsbereiche für die Gemeinde, ist die geordnete und verträgliche Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten hier besonders wichtig.

2. Die Zone 2 umfasst die Ortsmitte der Gemeinde Rimbach. Hier befinden sich das Rathaus, der Marktplatz sowie kleinteilige Versorgungsstrukturen, die durch Wohnnutzung ergänzt werden. Aufgrund der zentralen Lage besitzt die Zone 2 eine wichtige Repräsentationsfunktion für das Ortsbild Rimbachs. Dieser Bereich ist im Umgang mit Werbeanlagen und Warenautomaten sensibler einzustufen als die anderen vier Zonen. Die Werbeanlagen in der Zone 2 sind sowohl auf die Zielgruppe der Fußgänger als auch auf den innerörtlichen Ziel- und Quellverkehr ausgerichtet. Daher ist eine geordnete, ortsbildverträgliche und auf die Fassade abgestimmte Anordnung der Werbeanlagen von Bedeutung, die den Werbezweck in Bezug auf alle genannten Zielgruppen erfüllt. Warenautomaten sind in der Zone 2 grundsätzlich eher auf die Zielgruppe der Fußgänger ausgerichtet. Aufgrund der sensiblen Lage sind Warenautomaten ebenfalls geordnet und ortsbildverträglich sowie in direktem Zusammenhang mit einem Gebäude zu errichten.

3. Die Zone 3 umfasst die großflächigen gewerblichen Bereiche in den Ortsteilen Mitlechtern und Zotzenbach. Im Ortsteil Mitlechtern umfasst die Zone 3 zudem den östlichen Ortseingangsbereich, der gewerblich geprägt ist. Insbesondere die Ortseingangsbereiche besitzen eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen. In den gewerblich geprägten Bereichen ist die ungeregelte Häufung von Werbeanlagen zu vermeiden und eine Regelung der großformatigen Werbeanlagenarten sowie der Warenautomaten hinsichtlich Übersichtlichkeit, Ortsbildverträglichkeit und Besucherfreundlichkeit zu treffen. Aufgrund der hohen Bedeutung der Ortseingangsbereiche für die Gemeinde, ist die geordnete und verträgliche Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten hier besonders wichtig.

4. Die Zone 4 umfasst Bereiche, in denen sowohl ein kleinteiliger Nutzungsmix aus Wohnen und Gewerbe als auch großflächige gewerbliche Bereiche und Versorgungsstrukturen vorhanden sind. Die Zone 4 umfasst die Ortseingangsbereiche von Rimbach entlang der Staatsstraße und der Schloßstraße (Bundesstraße B38) jeweils unmittelbar angrenzend an die Zone 2. In den Ortseingangsbereichen wird der erste Eindruck einer Gemeinde vermittelt. Sie besitzen daher eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen. Aufgrund des Vorhandenseins sowohl kleinteiliger als auch großflächiger Strukturen, besteht eine Vielzahl an unterschiedlichen Werbeanlagen, die aufeinander abzustimmen und in das bestehende Ortsbild einzufügen sind. Aufgrund der hohen Bedeutung der Ortseingangsbereiche für die Gemeinde, ist die geordnete und verträgliche Anordnung der Werbeanlagen sowie der Warenautomaten hier besonders wichtig.

5. Die Zone 5 kann als Sonderzone für den nördlich des Ortsteils Zotzenbach gelegenen Reiterhof Kreuzberghof sowie umliegender Strukturen definiert werden, die sich planungsrechtlich im Außenbereich gem. § 35 BauGB befinden. In diesem Bereich sind im Bestand großflächige Plakatwerbungen an Zäunen und Mauern sowie Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden vorhanden. Warenautomaten sind hier bislang nicht vorhanden. Die ungeregelte Häufung von Werbeanlagen und Warenautomaten ist in diesem Bereich zu vermeiden und eine Regelung der Werbeanlagen und Warenautomaten hinsichtlich der Verträglichkeit mit dem Orts- und Landschaftsbild zu treffen.

(2) Die Festlegungen dieser Satzung gelten nur, soweit nicht in einem Bebauungsplan oder in einer anderen Satzung Festsetzungen zu diesem Regelungsbereich enthalten sind.

§ 2 - Sachlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen im Sinne des § 2 der Hessischen Bauordnung (HBO) in der Fassung vom 28.05.2018 (GVBl. S. 198), d. h. aller ortsfesten oder ortsfest genutzten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen. Hierzu zählen insbesondere Leuchtreklamen aller Art, Ausleger oder Ausstecker, Schilder, Beschriftungen und Beklebungen von Fenstern, Schaufenstern und Markisen, aufgemalte Schriftzüge und Firmensignets auf Fassaden, Fahnen, Pylonen und andere freistehende Werbeträger sowie Schaukästen, Plakattafeln und Säulen, Wechselwerbeanlagen etc. und nicht dem Hessischen Straßengesetz unterfallen.

(2) Die Vorschriften dieser Satzung gelten auch für genehmigungs- und anzeigefreie Werbeanlagen im Sinne des Abschnitt I Nr. 10 der Anlage zu § 63 HBO.

(3) Die Satzung gilt des Weiteren für die Errichtung und Änderung von Warenautomaten. Hierzu zählen alle ortsfesten oder ortsfest genutzten Anlagen, die Waren in Selbstbedienung gegen Zahlung eines Kaufpreises ausgeben. Dies umfasst insbesondere Automaten für Lebensmittel, Getränke und andere Konsumgüter, die auf öffentlichen sowie für die Öffentlichkeit zugänglichen privaten Grundstücken und an Gebäuden angebracht sind.

(4) Abweichende Anforderungen aufgrund der Bestimmungen des Gesetzes zum Schutz der Kulturdenkmäler (Denkmalschutzgesetz - DSchG, HE) in der jeweils geltenden Fassung bleiben von dieser Satzung unberührt. Insbesondere wird für Maßnahmen, welche die Tatbestandsmerkmale des § 18 des Hessischen Denkmalschutzgesetzes (HDSchG) erfüllen, die denkmalschutzrechtliche Genehmigung durch diese Satzung nicht ersetzt.

§ 3 - Zulässigkeit von Werbeanlagen und Warenautomaten

Werbeanlagen und Warenautomaten im Sinne des § 2 Abs. 1 bis 3 dieser Satzung, die von dem öffentlichen Verkehrsraum einschließlich öffentlicher Grünanlagen und Gewässer aus sichtbar sind, dürfen, soweit sie nicht ohnedies nach der Hessischen Bauordnung genehmigungspflichtig sind, nur gemäß den Zulässigkeitsgrundsätzen dieser Satzung angebracht, aufgestellt oder verändert werden.

§ 4 - Ausnahmen

(1) Folgende Werbeanlagen unterliegen nicht den Zulässigkeitsgrundsätzen dieser Satzung:

1. Werbeanlagen, die anlässlich von Wahlen (Europa-, Bundestags-, Landtags- oder Kommunalwahlen), Abstimmungen oder Bürgerbegehren von den zugelassenen politischen Parteien oder Wählergruppen angebracht werden. Die Träger solcher Werbung sind verpflichtet, frühestens sechs Wochen vor der Wahl, der Abstimmung oder dem Bürgerbegehren die Werbung anzubringen und spätestens eine Woche nach Beendigung der Wahl, der Abstimmung oder dem Bürgerbegehren die Werbung zu entfernen.

2. Werbeanlagen, die zum Zweck der Daseinsvorsorge genutzt werden und anlässlich öffentlicher, kultureller und traditioneller Veranstaltungen angebracht werden oder sozialen Zwecken bzw. dem Tourismus dienen.

(2) Folgende Warenautomaten unterliegen nicht den Zulässigkeitsgrundsätzen dieser Satzung:

1. Warenautomaten, die zum Erwerb von Berechtigungsnachweisen wie Fahrscheinen und Eintrittskarten dienen.

§ 5 – Allgemeine Anforderungen

(1) Werbeanlagen und Warenautomaten sind so zu errichten, anzubringen, zu ändern und zu unterhalten, dass sie nach Form, Maßstab, Gliederung, Material und Farbe dem Charakter und der städtebaulichen Eigenart der ihre Umgebung prägenden Bebauung, sowie des Straßen- und Platzbildes nicht beeinträchtigen und auf die architektonische Gliederung des Gebäudes Rücksicht nehmen.

(2) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind hinsichtlich Art, Größe, Gestaltung (Material und Farbwahl), Anbringung und Beleuchtung aufeinander abzustimmen, soweit sie gleichzeitig einsehbar sind.

(3) Werbeanlagen und Warenautomaten, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile innerhalb eines Zeitraums von drei Monaten zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.

(4) Es dürfen maximal zwei Warenautomaten unmittelbar nebeneinander aufgestellt werden, wenn diese hinsichtlich Art, Gestaltung, Anbringung und Beleuchtung aufeinander abgestimmt sind.

§ 6 - Zulässigkeitsgrundsätze Zone 1

(1) Art, Anzahl und Anbringungsort

1. Werbeanlagen sind mit Ausnahme von den Nummern 8 - 10 nur an der Stätte der Leistung zulässig.

2. Werbeanlagen, die an der Gebäudefassade angebracht werden, sind nur in dem Geschoss zulässig, in dem der jeweilige Betrieb untergebracht ist. Abweichend davon dürfen bei Betrieben im Erdgeschoss Werbeanlagen bis zu einem Abstand von 4,50 m über Straßenoberkante errichtet werden. Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich anzubringen. Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn anzubringen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist auszuschließen.

3. An jeder Gebäudefassade sind je Betrieb maximal zwei Werbeanlagen zulässig. Diese können sich insbesondere aus Fassadenwerbung, Auslegern sowie Beschriftungen und Beklebungen von Markisen zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind unzulässig.

4. Zusätzlich sind die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern zulässig.

5. Je Betrieb sind maximal zwei freistehende Werbeanlagen einschließlich Fahnenmasten zulässig. Pylonen sind unzulässig.

6. Sind auf einem Baugrundstück mehrere Betriebe vorhanden, sind die freistehenden Werbeanlagen zu maximal zwei Sammelwerbeanlagen zusammen zu fassen.

7. Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist unzulässig.

8. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig.

9. Mehrere Hinweisschilder an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sind zu einer Sammelwerbeanlage zusammenzufassen. Jedem werbendem Betrieb steht ein Hinweisschild je Sammelwerbeanlage zur Verfügung. Je Zufahrtsstraße ist eine Sammelwerbeanlage zulässig.

10. In einem Radius von 300 m ist je eine Werbeanlage zum Zwecke der Fremdwerbung zulässig.

11. Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sowie das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen sind unzulässig. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen.

12. In einem Radius von 150 m sind je zwei Zigarettenautomaten und zwei Warenautomaten der Kategorie 1 zulässig.

13. In einem Radius von 300 m ist je ein Warenautomat der Kategorie 2 zulässig.

(2) Dimensionierung

1. Die Überdeckung durch Werbeanlagen im Erdgeschoss ist bis maximal 25 % der Fassadenfläche, ab dem 1. Obergeschoss bis maximal 10 % der Fassadenfläche, bezogen auf das jeweilige Geschoss, zulässig.

2. Ausleger sind bis zu einer Ausladung von 1,00 m, einer maximalen Ansichtsfläche von 1,50 m² und einer Tiefe von 0,20 m zulässig.

3. Das flächige Abdecken von Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche o.ä. ist unzulässig. Durch Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern sind maximal 30 % der Fenster- bzw. Schaufensterfläche zu verdecken.

4. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung wie Planen, Folien, Plakatwände, o.ä. sind bis zu einer Größe von 1,60 m x 2,20 m zulässig.

5. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die als Sammelwerbeanlagen errichtet werden, sind bis zu einer Größe von 2,00 m x 3,00 m m zulässig.

6. Fahnenmasten sind bis zu einer Höhe von 6,00 m zulässig. Fahnen sind bis zu einer Größe von 1,20 m x 3,00 m zulässig und ausschließlich senkrecht anzubringen.

7. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild mit einer Größe von maximal 1,00 m² zulässig.

8. Sammelwerbeanlagen zur Hinweisbeschilderung sind bis zu einer Größe von 1,50 m x 3,00 m zulässig und senkrecht aufzustellen.

9. Werbeanlagen zum Zwecke der Fremdwerbung sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

10. Zigarettenautomaten sind bis zu einer Größe von 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m zulässig.

11. Sonstige Warenautomaten sind in der Kategorie 1 bis zu einer Größe von 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m und in der Kategorie 2 bis zu einer Größe von 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m zulässig.

(3) Gestaltung

1. Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende Werbeanlagen und Warenautomaten.

2. Eine Beleuchtung mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln ist unzulässig.

3. Werbeanlagen und Warenautomaten in Signalfarben sind unzulässig. Dies gilt auch für die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 7 - Zulässigkeitsgrundsätze Zone 2

(1) Art, Anzahl und Anbringungsort

1. Werbeanlagen sind mit Ausnahme von den Nummern 7 – 9 nur an der Stätte der Leistung zulässig.

2. Werbeanlagen, die an der Gebäudefassade angebracht werden, sind nur in dem Geschoss zulässig, in dem der jeweilige Betrieb untergebracht ist. Abweichend davon dürfen bei Betrieben im Erdgeschoss Werbeanlagen bis zu einem Abstand von 4,50 m über Straßenoberkante errichtet werden. Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich anzubringen. Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, sind in

einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn anzubringen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist auszuschließen. Pro Gebäudefassade ist maximal ein Ausleger zulässig.

3. An jeder Gebäudefassade sind je Betrieb maximal zwei Werbeanlagen zulässig. Diese können sich insbesondere aus Fassadenwerbung, Auslegern sowie Beschriftungen und Beklebungen von Markisen zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind unzulässig.

4. Zusätzlich sind die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern zulässig.

5. Freistehende Werbeanlagen sind mit Ausnahme von den Nummern 7 – 9 unzulässig.

6. Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist unzulässig.

7. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig.

8. Mehrere Hinweisschilder an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sind zu einer Sammelwerbeanlage zusammenzufassen. Jedem werbendem Betrieb steht ein Hinweisschild je Sammelwerbeanlage zur Verfügung. Je Zufahrtsstraße bzw. Zuwegung ist eine Sammelwerbeanlage zulässig.

9. In einem Radius von 400 m ist je eine Werbeanlage zum Zwecke der Fremdwerbung zulässig.

10. Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sowie das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen sind unzulässig. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen.

11. In einem Radius von 150 m sind je zwei Zigarettenautomaten und zwei Warenautomaten der Kategorie 1 zulässig.

12. In einem Radius von 300 m ist je ein Warenautomat der Kategorie 2 zulässig.

(2) Dimensionierung

1. Die Überdeckung durch Werbeanlagen im Erdgeschoss ist bis maximal 15 % der Fassadenfläche, ab dem 1. Obergeschoss bis maximal 5 % der Fassadenfläche, bezogen auf das jeweilige Geschoss, zulässig.

2. Ausleger und Ausstecker sind bis zu einer Ausladung von 1,00 m, einer maximalen Ansichtsfläche von 1,00 m² und einer Tiefe von 0,20 m zulässig.

3. Das flächige Abdecken von Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche o.ä. ist unzulässig. Durch Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern sind maximal 20 % der Fenster- bzw. Schaufensterfläche zu verdecken.

4. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind, ist ein Hinweisschild mit einer Größe von maximal 1,00 m² zulässig.

5. Sammelwerbeanlagen zur Hinweisbeschilderung sind bis zu einer Größe von 0,60 m x 1,80 m zulässig und senkrecht aufzustellen bzw. anzubringen.

6. Werbeanlagen zum Zwecke der Fremdwerbung sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

7. Zigarettenautomaten sind bis zu einer Größe von 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m zulässig.

8. Sonstige Warenautomaten sind in der Kategorie 1 bis zu einer Größe von 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m und in der Kategorie 2 bis zu einer Größe von 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m zulässig.

(3) Gestaltung

1. Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende Werbeanlagen und Warenautomaten.

2. Eine Beleuchtung mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln ist unzulässig.

3. Werbeanlagen und Warenautomaten in Signalfarben sind unzulässig. Dies gilt auch für die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 8 - Zulässigkeitsgrundsätze Zone 3

(1) Art, Anzahl und Anbringungsort

1. Werbeanlagen sind mit Ausnahme von den Nummern 9 - 11 nur an der Stätte der Leistung zulässig.

2. Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich anzubringen. Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn anzubringen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist auszuschließen.

3. An jeder Gebäudefassade sind je Betrieb maximal vier Werbeanlagen zulässig. Diese können sich insbesondere aus Schildern, Bannern, Plakaten und Auslegern zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind unzulässig.

4. Zusätzlich sind die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern zulässig.

5. Je Betrieb ist alle 10,00 m je Grundstückslänge das Aufstellen einer freistehenden Werbeanlage zulässig, höchstens jedoch vier freistehende Werbeanlagen pro Betrieb. Pylonen sind unzulässig.

6. Sind auf einem Baugrundstück mehrere Betriebe vorhanden, sind die freistehenden Werbeanlagen zu maximal vier Sammelwerbeanlagen zusammen zu fassen.

7. Zusätzlich ist alle 10,00 m je Grundstückslänge das Aufstellen eines Fahnenmastes zulässig, höchstens jedoch fünf Fahnenmasten pro Betrieb.

8. Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist unzulässig.

9. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig.

10. Mehrere Hinweisschilder an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sind zu einer Sammelwerbeanlage zusammenzufassen. Jedem werbendem Betrieb steht ein Hinweisschild je Sammelwerbeanlage zur Verfügung. Je Zufahrtsstraße ist eine Sammelwerbeanlage zulässig.

11. In einem Radius von 200 m ist je eine Werbeanlage zum Zwecke der Fremdwerbung zulässig.

12. Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sowie das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen sind unzulässig. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen.

13. In einem Radius von 150 m sind je zwei Zigarettenautomaten und zwei Warenautomaten der Kategorie 1 zulässig.

14. In einem Radius von 300 m ist je ein Warenautomat der Kategorie 2 zulässig.

(2) Dimensionierung

1. Die Überdeckung durch Werbeanlagen ist bis maximal 30 % der Fassadenfläche zulässig.

2. Ausleger sind bis zu einer Ausladung von 1,00 m, einer maximalen Ansichtsfläche von 4,00 m² und einer Tiefe von 0,40 m zulässig.

3. Das flächige Abdecken von Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche o.ä. sind unzulässig. Durch Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern sind maximal 30 % der Fenster- bzw. Schaufensterfläche zu verdecken.

4. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung wie Planen, Folien, Plakatwände, o.ä. sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

5. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die als Sammelwerbeanlagen errichtet werden, sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

6. Fahnenmasten sind bis zu einer Höhe von 7,00 m zulässig. Fahnen sind bis zu einer Größe von 1,50 m x 4,00 m zulässig und ausschließlich senkrecht anzubringen.

7. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild mit einer Größe von maximal 3,00 m² zulässig.

8. Sammelwerbeanlagen zur Hinweisbeschilderung sind bis zu einer Größe von 2,00 m x 4,00 m zulässig und senkrecht aufzustellen.

9. Werbeanlagen zum Zwecke der Fremdwerbung sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

10. Zigarettenautomaten sind bis zu einer Größe von 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m zulässig.

11. Sonstige Warenautomaten sind in der Kategorie 1 bis zu einer Größe von 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m und in der Kategorie 2 bis zu einer Größe von 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m zulässig.

(3) Gestaltung

1. Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende Werbeanlagen und Warenautomaten.

2. Eine Beleuchtung mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln ist unzulässig.

3. Werbeanlagen und Warenautomaten in Signalfarben sind unzulässig. Gleiches gilt auch für die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 9 - Zulässigkeitsgrundsätze Zone 4

(1) Art, Anzahl und Anbringungsort

1. Werbeanlagen sind mit Ausnahme von den Nummern 9 - 11 nur an der Stätte der Leistung zulässig.

2. Werbeanlagen, die an der Gebäudefassade angebracht werden, sind nur in dem Geschoss zulässig, in dem der jeweilige Betrieb untergebracht ist. Abweichend davon dürfen bei Betrieben im Erdgeschoss Werbeanlagen bis zu einem Abstand von 4,50 m über Straßenoberkante errichtet werden. Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich anzubringen. Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn anzubringen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist auszuschließen.

3. An jeder Gebäudefassade sind je Betrieb maximal drei Werbeanlagen zulässig. Diese können sich insbesondere aus Fassadenwerbung, Auslegern sowie Beschriftungen und Beklebungen von Markisen zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind unzulässig.

4. Zusätzlich sind die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern zulässig.

5. Je Betrieb ist alle 10,00 m je Grundstückslänge das Aufstellen einer freistehenden Werbeanlage zulässig, höchstens jedoch drei freistehende Werbeanlagen pro Betrieb. Pylonen sind unzulässig.

6. Sind auf einem Baugrundstück mehrere Betriebe vorhanden, sind die freistehenden Werbeanlagen zu maximal drei Sammelwerbeanlagen zusammen zu fassen.

7. Zusätzlich ist alle 10,00 m je Grundstückslänge das Aufstellen eines Fahnenmastes zulässig, höchstens jedoch drei Fahnenmasten pro Betrieb.

8. Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist unzulässig.

9. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig.

10. Mehrere Hinweisschilder an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sind zu einer Sammelwerbeanlage zusammenzufassen. Jedem werbendem Betrieb steht ein Hinweisschild je Sammelwerbeanlage zur Verfügung. Je Zufahrtsstraße ist eine Sammelwerbeanlage zulässig.

11. In einem Radius von 200 m ist je eine Werbeanlage zum Zwecke der Fremdwerbung zulässig.

12. Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sowie das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen sind unzulässig. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen.

13. In einem Radius von 150 m sind je zwei Zigarettenautomaten und zwei Warenautomaten der Kategorie 1 zulässig.

14. In einem Radius von 300 m ist je ein Warenautomat der Kategorie 2 zulässig.

(2) Dimensionierung

1. Die Überdeckung durch Werbeanlagen im Erdgeschoss ist bis maximal 25 % der Fassadenfläche, ab dem 1. Obergeschoss bis maximal 10 % der Fassadenfläche, bezogen auf das jeweilige Geschoss, zulässig.

2. Ausleger sind bis zu einer Ausladung von 1,00 m, einer Ansichtsfläche von 3,00 m² und einer Tiefe von 0,30 m zulässig.

3. Das flächige Abdecken von Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche o.ä. ist unzulässig. Durch Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern sind maximal 30 % der Fenster- bzw. Schaufensterfläche zu verdecken.

4. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung wie Planen, Folien, Plakatwände, o.ä. sind in folgenden Formaten auszuführen: Eine Werbeanlage mit dem Format von maximal 3,00 m x 4,00 m und zwei Werbeanlagen mit dem Format von maximal je 1,60 m x 2,20 m.

5. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die als Sammelwerbeanlagen errichtet werden, sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

6. Fahnenmasten sind bis zu einer Höhe von 7,00 m zulässig. Fahnen sind bis zu einer Größe von 1,50 m x 4,00 m zulässig und ausschließlich senkrecht anzubringen.

7. Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild mit einer Ansichtsfläche von maximal 2,00 m² zulässig.

8. Sammelwerbeanlagen zur Hinweisbeschilderung sind bis zu einer Größe von 2,00 m x 4,00 m zulässig und senkrecht aufzustellen.

9. Werbeanlagen zum Zwecke der Fremdwerbung sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

10. Zigarettenautomaten sind bis zu einer Größe von 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m zulässig.

11. Sonstige Warenautomaten sind in der Kategorie 1 bis zu einer Größe von 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m und in der Kategorie 2 bis zu einer Größe von 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m zulässig.

(3) Gestaltung

1. Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende Werbeanlagen und Warenautomaten.

2. Eine Beleuchtung mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln ist unzulässig.

3. Werbeanlagen und Warenautomaten in Signalfarben sind unzulässig. Dies gilt auch für die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 10 - Zulässigkeitsgrundsätze Zone 5

(1) Art, Anzahl und Anbringungsort

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

2. Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich anzubringen. Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, sind in einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn anzubringen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist auszuschließen.

3. An jeder Gebäudefassade sind je Betrieb maximal zwei Werbeanlagen zulässig. Diese können sich insbesondere aus Schildern, Bannern, Plakaten und Auslegern zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind unzulässig.

4. Die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern ist unzulässig.

5. Je Betrieb ist alle 10,00 m je Grundstückslänge das Aufstellen einer freistehenden Werbeanlage einschließlich Fahnenmasten zulässig, höchstens jedoch zwei freistehende Werbeanlagen pro Betrieb. Pylonen sind unzulässig.

6. Sind auf einem Baugrundstück mehrere Betriebe vorhanden, sind die freistehenden Werbeanlagen zu maximal zwei Sammelwerbeanlagen zusammen zu fassen.

7. Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist unzulässig.

8. Für Betriebe, die sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig.

9. Mehrere Hinweisschilder an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sind zu einer Sammelwerbeanlage zusammenzufassen. Jedem werbendem Betrieb steht ein Hinweisschild je Sammelwerbeanlage zur Verfügung. Je Zufahrtsstraße ist eine Sammelwerbeanlage zulässig.

10. Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sowie das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen sind unzulässig. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen.

11. In einem Radius von 150 m sind je zwei Zigarettenautomaten und zwei Warenautomaten der Kategorie 1 zulässig.

12. In einem Radius von 300 m ist je ein Warenautomat der Kategorie 2 zulässig.

(2) Dimensionierung

1. Die Überdeckung durch Werbeanlagen ist bis maximal 20 % der Fassadenfläche zulässig.

2. Ausleger sind bis zu einer Ausladung von 1,00 m, einer maximalen Ansichtsfläche von 3,00 m² und einer Tiefe von 0,30 m zulässig.

3. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung wie Planen, Folien, Plakatwände, o.ä. sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

4. Freistehende Werbeanlagen an der Stätte der Leistung, die als Sammelwerbeanlagen errichtet werden, sind bis zu einer Größe von 3,00 m x 4,00 m zulässig.

5. Fahnenmasten sind bis zu einer Höhe von 7,00 m zulässig. Fahnen sind bis zu einer Größe von 1,50 m x 4,00 m zulässig und ausschließlich senkrecht anzubringen.

6. Für Betriebe, die sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild mit einer Größe von maximal 3,00 m² zulässig.

7. Sammelwerbeanlagen zur Hinweisbeschilderung sind bis zu einer Größe von 2,00 m x 4,00 m zulässig und senkrecht aufzustellen.

8. Zigarettenautomaten sind bis zu einer Größe von 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m zulässig.

9. Sonstige Warenautomaten sind in der Kategorie 1 bis zu einer Größe von 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m und in der Kategorie 2 bis zu einer Größe von 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m zulässig.

(3) Gestaltung

1. Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende Werbeanlagen und Warenautomaten.

2. Eine Beleuchtung mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln ist unzulässig.

3. Werbeanlagen und Warenautomaten in Signalfarben sind unzulässig. Gleiches gilt auch für die Beleuchtung von Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 11 - Abweichungen

(1) Von den Regelungen dieser Satzung kann auf begründeten Antrag hin abgewichen werden. Ein Rechtsanspruch auf eine Abweichung besteht nicht.

(2) Über die Genehmigung von Abweichungen gem. § 73 Abs. 1 HBO entscheidet die Bauaufsichtsbehörde des Landkreises Bergstraße nach Anhörung des Gemeindevorstands der Gemeinde Rimbach. Bei baugenehmigungsfreien Vorhaben gem. § 63 HBO entscheidet die Gemeinde Rimbach nach § 73 Abs. 4 HBO über die Abweichungen von den örtlichen Bauvorschriften.

§ 12 - Ordnungswidrigkeiten

(1) Ordnungswidrig im Sinne des § 86 Abs. 1 Nr. 23 HBO handelt, wer entgegen §§ 5 - 10 Werbeanlagen und Warenautomaten errichtet, aufstellt, anbringt oder ändert.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann gem. § 86 Abs. 3 HBO mit einer Geldbuße von bis zu 15.000 € geahndet werden. Darüber hinaus kann die Entfernung der Werbeeinrichtung oder des Warenautomaten im Falle eines Verstoßes gegen diese Satzung durch die Bauaufsichtsbehörde teilweise oder vollständig angeordnet werden.

(3) Das Gesetz über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) findet in seiner jeweils gültigen Fassung Anwendung.

(4) Zuständige Verwaltungsbehörde im Sinne des § 36 Abs. 1 Nr. 1 OWiG ist gem. § 86 Abs. 5 HBO der Gemeindevorstand der Gemeinde Rimbach.

§ 13 - Inkrafttreten

Die Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten tritt mit dem Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Ausfertigungsvermerk

Es wird bestätigt, dass der Inhalt dieser Satzung mit den hierzu ergangenen Beschlüssen der Gemeindevertretung übereinstimmt und dass die für die Rechtswirksamkeit maßgebenden Verfahrensvorschriften eingehalten wurden.

Rimbach, den 25.11.2024

Gemeinde Rimbach
- Der Gemeindevorstand -

Gemeinde Rimbach / Odenwald (Siegel) 6

Holger Schmitt
Bürgermeister

Bekanntmachungsvermerk:

Gemäß § 6 Abs. 3 der Hauptsatzung der Gemeinde Rimbach war die öffentliche Bekanntmachung mit Ablauf des 10. Dez. 2024 vollendent.

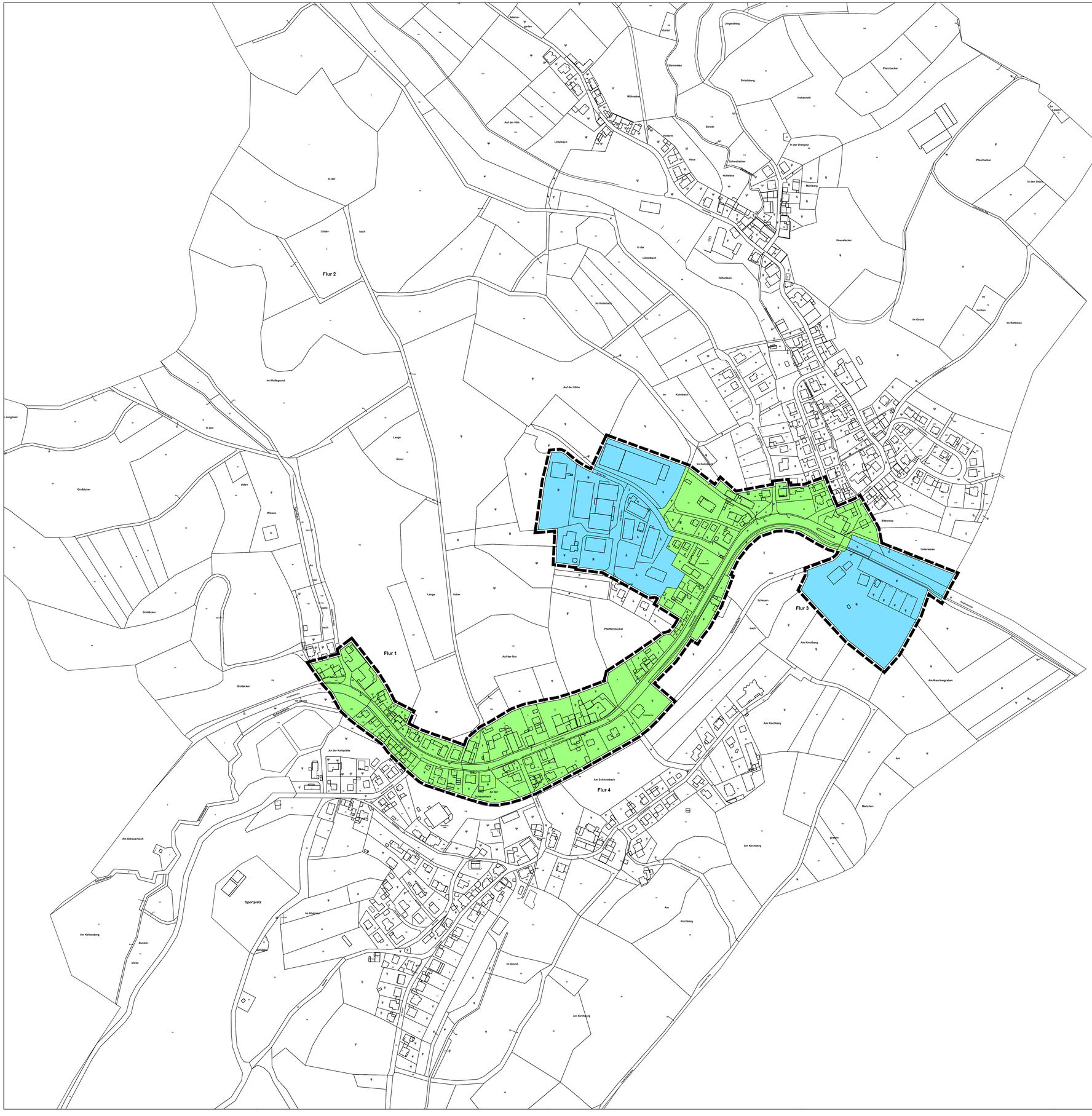
Gemäß § 13 tritt diese Satzung am 11. Dez. 2024 in Kraft.

Rimbach, den 11. Dez. 2024

Gemeinde Rimbach
- Der Gemeindevorstand -

Gemeinde Rimbach / Odenwald (Siegel) 6

Holger Schmitt
Bürgermeister



Legende

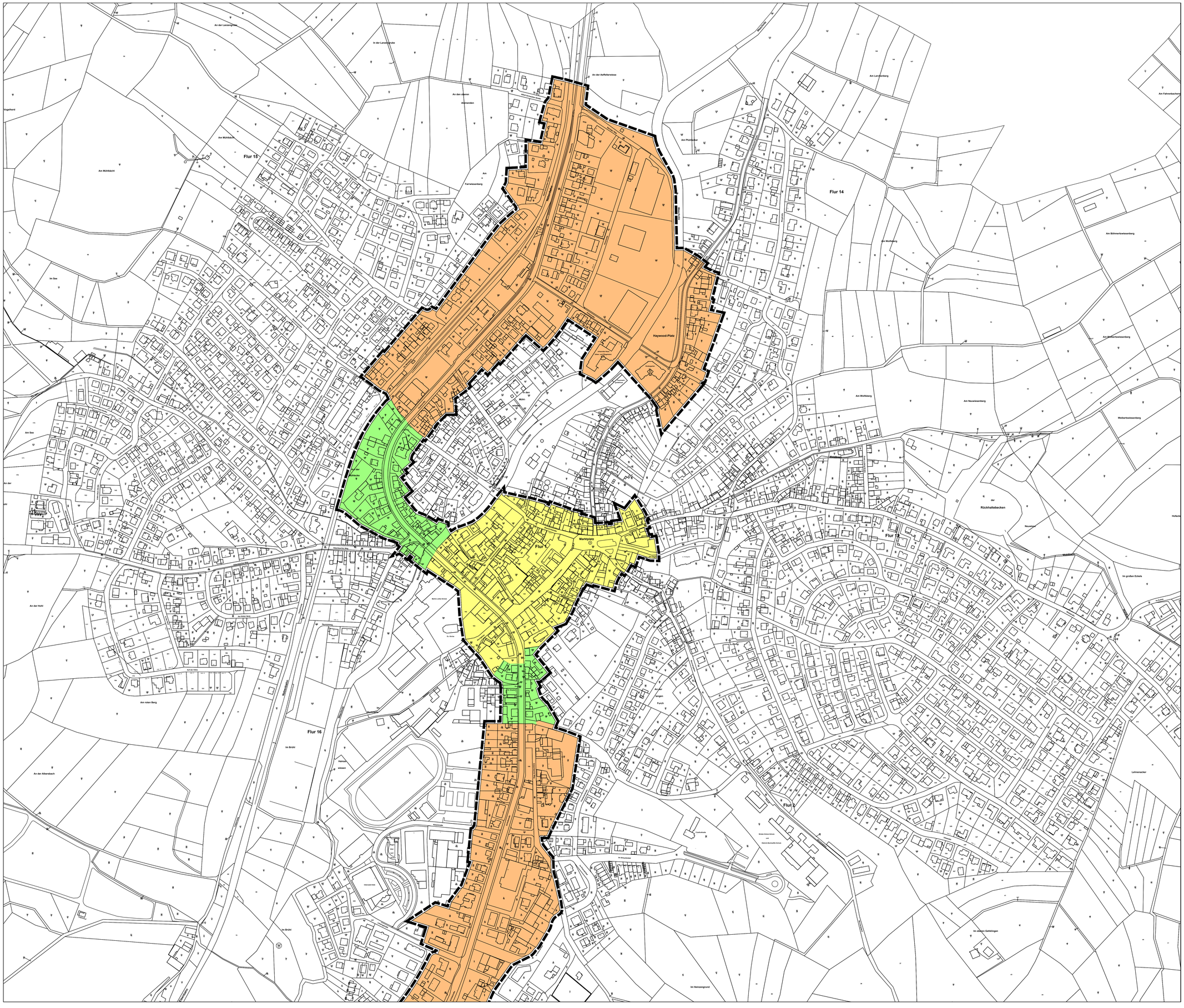
- Geltungsbereich
- Zone 1
- Zone 2
- Zone 3
- Zone 4
- Zone 5

ROB planergruppe
ARCHITEKTEN + STADTPLANER
Am Kronberger Hang 3 65824 Schwalbach am Taunus

Gemeinde Rimbach
Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten

Bearbeiter:	Horn/Teschner		
Plannr.:	2415_Zonen	Maßstab:	1:2.000
Datum:	04.09.2024	Format:	DIN A0

Anlage 1a


Flur 15
Flur 14
Flur 16
Flur 17
Flur 2
Haywood-Platz
Marktplatz
Rückhaltebecken
Am Mühlbach
An der Aefelterwiese
Am Lehmberg
Am Wolfsberg
Am Nouweisenberg
Am Bühnertzweisenberg
Am Bellertzweisenberg
Weibertzweisenberg
Am Fahrenbacherg
Am Fahrweisenberg
Am Plutkaser
An den oberen Aspenchen
In der Lanzenschelle
An der Landesgrenze
Vogelherd
In See
Am See
An der Hohl
Am roten Berg
An der Albersbach
Im Brühl
Im Heinzengrund
Im oberen Gehlingen
Im großen Eckels
Lehmenacker
Am Hainbach
Am Pfarrgarten
Am Kirchplatz
Am Rathausplatz
Am Kronberger Hang
Am Kreisverkehr
Am Kreisel
Am Bahnhof
Am Bahnübergang
Am Bahnhofsplatz
Am Bahnhofsvorplatz
Am Bahnhofsweg
Am Bahnhofsgarten
Am Bahnhofsgarten
Am Bahnhofsgarten

Legende

- Geltungsbereich
- Zone 1
- Zone 2
- Zone 3
- Zone 4
- Zone 5

ROB planergruppe
ARCHITEKTEN + STADTPLANER
Am Kronberger Hang 3 65824 Schwalbach am Taunus

Gemeinde Rimbach
Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten

Bearbeiter:	Horn/Teschner		
Plannr.:	2415_Zonen	Maßstab:	1:2.000
Datum:	04.09.2024	Format:	DIN A0

Anlage 1c

Legende

- Geltungsbereich
- Zone 1
- Zone 2
- Zone 3
- Zone 4
- Zone 5

ROB
planergruppe
ARCHITEKTEN + STADTPLANER
Am Kronberger Hang 3 65824 Schwalbach am Taunus

Gemeinde Rimbach
Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten

Bearbeiter:	Horn/Teschner		
Plannr.:	2415_Zonen	Maßstab:	1:2.000
Datum:	04.09.2024	Format:	DIN A0

Anlage 1d

BEGRÜNDUNG

zur Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten der Gemeinde Rimbach

Anlass und Aufgabenstellung

Die südhessische Gemeinde Rimbach liegt im Landkreis Bergstraße und ist Teil des Naturraums Vorderer Odenwald. Angrenzende Nachbargemeinden sind im Norden die Gemeinde Fürth, im Osten die Gemeinde Grasellenbach, die Gemeinde Mörlenbach im Süden sowie die Stadt Heppenheim im Westen. Rimbach selbst lässt sich in die Ortsteile Albersbach, Lauten-Weschnitz, Mitlechtern und Zotzenbach gliedern.

Die Gemeinde verfügt über zwei wichtige Durchgangsstraßen: Die B 460, welche durch Mitlechtern führt und den Odenwald mit dem hessischen Ried verbindet sowie die B 38, die durch die Kerngemeinde Rimbachs führt. Entlang der Bundesstraßen B 460 und B 38 innerhalb des Gemeindegebietes von Rimbach, existiert teilweise eine ungeregelte Häufung verschiedener Werbeanlagen. Insbesondere in den Zonen 3 und 4, die von großflächigen Gewerbe- und Versorgungseinrichtungen geprägt sind, ist eine zunehmende Häufung von Werbeanlagen erkennbar. Seit einiger Zeit kommt es zudem zu einer Häufung von verschiedenen Warenautomaten im Gemeindegebiet. Durch die Ausgestaltung, Dimensionierung und Häufung der Werbeanlagen und Warenautomaten kommt es hier bereits im Bestand zu einer erheblichen Störung des Orts- und Straßenbildes. Die Zulässigkeit von Werbeanlagen wird durch die am 15.09.2022 durch die Gemeindevertretung der Gemeinde Rimbach beschlossene Gestaltungssatzung für Werbeanlagen geregelt. Diese soll nun um Regelungen für die Zulässigkeit von Warenautomaten erweitert werden.

Zielsetzung der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten ist die Regelung der Zulässigkeit von Werbeanlagen und Warenautomaten im Bereich der wichtigen Durchgangsstraßen der Bundesstraßen B 38 und B 460, des Ortskerns Rimbachs, der Ortsdurchfahrt von Zotzenbach, sowie der Gewerbegebiete in den Ortsteilen Mitlechtern und Zotzenbach, bezogen auf die jeweilige stadträumliche Situation. Dadurch soll die geordnete städtebaulichen Entwicklung des Orts- und Straßenbildes in Bezug auf Werbeanlagen und Warenautomaten erfolgen. Um diesem Ziel gerecht zu werden ist es erforderlich, den Geltungsbereich der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten in verschiedene Zonen zu untergliedern.

Vorgehensweise und Methodik

Im Rahmen der Erarbeitung der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten wurden zunächst umfangreiche Bestandsaufnahmen mit Vor-Ort-Begehungen durchgeführt. Darauf folgte die Analyse des erhobenen Bestandes. Es wurden Gebietstypen entwickelt, die sich aus der jeweiligen stadträumlichen Situation ableiten. Für die Einteilung in die Gebietstypen waren folgende Fragestellungen ausschlaggebend:

- Welche städtebaulichen Strukturen sind überwiegend vorhanden (z.B. lockere / dichte Bebauung; kleinteilige / großvolumige Bebauung)?
- Welche städtebauliche Funktion erfüllt der Bereich (z.B. Ortseingang, wichtiger Knotenpunkt)?
- Welche Nutzungen sind in dem Bereich überwiegend vorhanden (z.B. Einzelhandel, Gewerbe, Dienstleistung, Wohnnutzung)?

Die vorkommenden Werbeanlagen wurden anhand der Gebietstypen bewertet. Dabei dienten folgende Fragestellungen als Beurteilungsgrundlage:

- Welche Werbeanlagen sind in diesem Bereich prägend?
- In welcher Häufung kommen Werbeanlagen vor?
- Handelt es sich um Werbung an der Stätte der Leistung oder um Fremdwerbung?
- Welche Wirkung erzeugen die Werbeanlagen hinsichtlich der städtebaulichen Qualität des Bereiches?

Die Wirkungsbereiche der Werbeanlagen wurden in Kategorien eingeteilt. Die wirkungsbedingten Kriterien setzen sich aus Größe und Proportion, Gestaltung und der Lage im Raum zusammen. Die Unterteilung der Wirkungsbereiche orientiert sich an den gängigen Methoden der Landschaftsbildbewertung (nah/mittel/fern). Dabei sind die Wirkungsbereiche abhängig von den Zielgruppen, die mittels der Werbeanlagen auf ein bestimmtes Produkt und / oder einen bestimmten Betrieb aufmerksam gemacht werden sollen. So ist beispielsweise der Nahbereich auf Fußgänger und den innerstädtischen Verkehr ausgelegt. Dies betrifft in diesem Fall die Zone 2 (Ortsmitte). Neben der Bewertung der Wirkungsbereiche erfolgte die Kategorisierung nach Störbereichen. Hierzu wurden die Radien der Störwirkung anhand der Werbeanlagenarten festgelegt. Im Nahbereich beträgt die Störwirkung unter 50 m. Das bedeutet, dass die Störwirkung im kleinteiligen Ortsgefüge (Gebäudewahrnehmung, Fassaden- und Straßenbild) vorliegt. Im Mittelbereich beträgt die Störwirkung unter 200 m. Demnach wird das Straßenbild, das Quartier, etc. gestört. Bei der Einteilung der Störbereiche wurde, ebenso wie bei den Wirkungsbereichen, die Lage im Raum beachtet. So wirken Werbeanlagen mit einem Störradius von bis zu 500 m nicht nur an ihrem Standort, sondern auch in der Ferne und beeinträchtigen somit das Landschaftsbild und die Stadtsilhouette.

Um die Vorgehensweise und Methodik nachvollziehbar darzustellen, wurde die nachfolgende Graphik erstellt.

Die im Gemeindegebiet vorhandenen Warenautomaten wurden in Hinblick auf ihre Größe sowie die angebotenen Waren bewertet. Daraus ergab sich eine Unterteilung der Warenautomaten in drei Kategorien. Kategorie 1 umfasst kleinere Warenautomaten, wie Kaugummi- und Süßigkeitenautomaten, die durch ihre kompakte Konstruktion weniger Einfluss auf das Ortsbild nehmen, aber dennoch einer gestalterischen Regelung bedürfen (siehe Abbildung 1). Kategorie 2 beinhaltet größere Warenautomaten, wie Lebensmittelautomaten, die aufgrund ihrer Dimensionierung eine besondere Berücksichtigung in der Gestaltung und Platzierung erfordern (siehe Abbildung 2). Die dritte Kategorie umfasst Zigarettenautomaten, welche meist eine Standardgröße besitzen und wie Kategorie 1 weniger Einfluss auf das Ortsbild nehmen (siehe Abbildung 3). Wie auch bei den Werbeanlagen bestehen für die einzelnen Kategorien der Warenautomaten unterschiedliche Störbereiche, die sich insbesondere aus der Größe der Automaten ergibt. Durch die Einteilung in die genannten Kategorien sowie die einzelnen Regelungen für diese, soll sichergestellt werden, dass die Warenautomaten harmonisch in das Stadtbild integriert werden und eine ortsbildverträgliche Gestaltung gewährleistet werden kann.

Nr.	Gebietstyp	Werbeanlagen	Wirkungsbereich	Störungsbereich	Zielgruppen
1	**Kleinteiliger Nutzungsmix (Wohnen/Gewerbe)**	**Häufung verschiedener Werbemedien** Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden Schaufensterbeklebungen Großflächige Werbeanlagen Fahnenmasten Plakatwerbung an Zäunen und Mauern Informationskästen von politischen Parteien sowie kirchlichen und sozialen Einrichtungen	**Mittelbereich**	Radius der Störwirkung: < 200m Störung des kleinteiligen Gefüges des Quartiers, Unruhiges Orts- und Straßenbild	Innerörtlicher Ziel- und Quellverkehr Durchgangs-verkehr
2	**Ortsmitte**	**Häufung von Kleinwerbeanlagen** Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden Schaufensterbeklebungen Aufsteller im öffentlichen Straßenraum	**Nahbereich**	Radius der Störwirkung: < 50m Störung der architektonischen Qualität und der Gebäudewahrnehmung, Unruhiges Fassaden- und Ortsbild	Innerörtlicher Ziel- und Quellverkehr Fußgänger
3	**Großflächige gewerbliche Bereiche**	**Fernwirksame Werbeanlagen** Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden Fahnenmasten Überdachwerbeanlagen an Gebäuden	**Fernbereich**	Radius der Störwirkung: > 500m Störung des Landschaftsbildes, der Ortssilhouette und des Siedlungsrandes	Durchgangsverkehr Überörtlicher Verkehr
4	**Großflächiger und kleinteiliger Nutzungsmix (Wohnen / Gewerbe / Versorgung)**	**Fernwirksame Werbeanlagen und Häufung verschiedener Werbemedien** Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden Schaufensterbeklebungen Großflächige Werbeanlagen Leuchtpylone / Pylone Fahnenmasten Plakatwerbung an Zäunen und Mauern	**Mittelbereich / Fernbereich**	Radius der Störwirkung: < 200m / < 500m Störung des Landschaftsbildes und der Ortssilhouette, Störung des kleinteiligen Gefüges des Quartiers, Unruhiges Orts- und Straßenbild	Innerörtlicher Ziel- und Quellverkehr Durchgangsverkehr Überörtlicher Verkehr
5	**Landwirtschaftlicher Betrieb / Außenbereich**	**Fernwirksame Werbeanlagen** Werbeanlagen an Gebäudefassaden Großflächige Werbeanlagen Plakatwerbung an Zäunen und Mauern	**Mittel- / Fernbereich**	Radius der Störwirkung: < 200m / < 500m Störung des Landschaftsbildes und des Siedlungsrandes	Durchgangsverkehr Überörtlicher Verkehr

Abbildung 1: Warenautomaten der Kategorie 1

Abbildung 2: Warenautomaten der Kategorie 2

Abbildung 3: Warenautomaten der Kategorie 3: Zigarettenautomaten

Räumlicher Geltungsbereich

Die Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Warenautomaten gilt in den durch die Anlagen 1a, 1b, 1c und 1d definierten Bereichen der Gemeinde Rimbach. Die Regelungen zur Zulässigkeit von Werbeanlagen und Warenautomaten gelten daher nicht für das gesamte Gemeindegebiet, sondern nur in den für die Errichtung von Werbeanlagen und Warenautomaten relevanten Bereichen. Der Geltungsbereich gliedert sich thematisch in fünf Zonen. Diese umfassen verschiedene, räumlich getrennte Bereiche innerhalb von Rimbach (siehe Anlagen 1a, 1b, 1c und 1d der Satzung).

Zone 1

Die Zone 1 umfasst Bereiche, in denen ein kleinteiliger Nutzungsmix aus Wohnen und Gewerbe entlang wichtiger Hauptverkehrs- und Durchgangsstraßen vorhanden ist. Dementsprechend feingliedrig ist die Baustruktur. Innerhalb des Ortsteils Zotzenbachs sind zudem mehrere Bauten von Leerstand und Zwischennutzung in der Erdgeschosszone geprägt. Des Weiteren umfasst die Zone 1 Ortseingangsbereiche der Ortsteile Mitlechtern und Zotzenbach. In den Ortseingangsbereichen wird der erste Eindruck einer Gemeinde vermittelt. Sie besitzen daher eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen.

In dem Bereich der Zone 1 sind vorwiegend Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden, Schaufensterbeklebungen, großflächige Werbeanlagen und Plakatwerbung an Zäunen und Mauern vorhanden (siehe Abbildung 1). Diese sind auf die Zielgruppen innerörtlicher Ziel- und Quellverkehr sowie Durchgangsverkehr und somit in ihrer Wirkung auf den Mittelbereich ausgelegt. Der Störungsbereich der Werbeanlagen beträgt bis zu 200 m, da diese vorwiegend in den Straßenraum hineinwirken. Hierdurch wird das kleinteilige Gefüge des Quartiers gestört und ein unruhiges Orts-, Straßen- und Fassadenbild bewirkt.

Warenautomaten lassen sich in der Zone 1 insbesondere an Hausfassaden und Einfriedungen finden. Dabei handelt es sich überwiegend um Warenautomaten kleinerer mit mittlerer Größe bzw. um Warenautomaten der Kategorie 1 und Zigarettenautomaten (siehe Abbildung 2). Vereinzelnd sind auch größere Warenautomaten der Kategorie 2 vorzufinden. Diese sind in der Regel freistehend und teilweise als Ansammlung von mehreren Warenautomaten vorhanden.

Zielsetzung der Zone 1 ist der Erhalt der Gliederung und der Übersichtlichkeit des Straßen- und Fassadenbildes durch die Regelung der zulässigen Werbeanlagen und Warenautomaten. Aufgrund der hohen Bedeutung der Ortseingangsbereiche für die Gemeinde, ist die geordnete und verträgliche Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten besonders wichtig.

Abbildung 4: Bestehende Werbeanlagen in der Zone 1

Abbildung 5: Bestehende Warenautomaten in der Zone 1

Zone 2

Die Zone 2 umfasst die Ortsmitte der Gemeinde Rimbach um die Rathausstraße und den Marktplatz herum. Hier befindet sich die Verwaltung Rimbachs sowie mehrere Versorgungs- und Dienstleistungsunternehmen, teilweise mit Wohnen in den Obergeschossen. Die Zone 2 ist durch kleinteilige Einzelhandelsstrukturen, ein enges Ortsgefüge und ein feingliedriges Orts- und Straßenbild geprägt. Dieser zum Teil durch historische Gebäudesubstanz geprägte Bereich ist im Umgang mit Werbeanlagen sensibler einzustufen als die anderen vier Zonen.

In dem Bereich der Zone 2 sind vorwiegend Häufungen von Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden, Schaufensterbeklebungen und Aussteller im öffentlichen Straßenraum vorhanden (siehe Abbildung 2). Die Zielgruppe der Werbeanlagen sind Fußgänger. Der Wirkungsbereich umfasst aufgrund der Zielgruppe sowie der Dimensionierung und Art der Werbeanlagen, ausschließlich den Nahbereich. Der Radius der Störwirkung beträgt bis zu 50 m. Die Fassaden der teilweise historischen Gebäude werden durch die kleinteiligen und gehäuften Werbeanlagen in ihrer architektonischen Qualität eingeschränkt, da die Fassadengliederung zum Teil nicht mehr zu erkennen ist.

Im Bereich der Zone 2 häufen sich insbesondere Warenautomaten der Kategorie 1 sowie Zigarettenautomaten. Die Warenautomaten sind größtenteils an den Hausfassaden angebracht. Innerhalb der Zone 2 befindet sich außerdem ein Warenautomat der Kategorie 2, welcher verkleidet ist bzw. in die Verkleidung eines Nebengebäudes integriert wurde (siehe Abbildung 5).

In der Ortsmitte der Gemeinde Rimbach ist eine gliedernde und auf die Fassade abgestimmte Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten anzustreben, die im Wesentlichen auf die Zielgruppe der Fußgänger abgestimmt ist. Entsprechend positive Beispiele sind in der Ortsmitte bereits zu finden (siehe Abbildung 3). Die ungeregelte Häufung von Werbeanlagen und Warenautomaten ist zu vermeiden.

Abbildung 6: Bestehende Werbeanlagen in der Zone 2

Abbildung 7: Positive Beispiele für Werbeanlagen in der Zone 2

Abbildung 8: Bestehende Warenautomaten in der Zone 2

Zone 3

Die Zone 3 umfasst großflächige Gewerbebetriebe / Gewerbegebiete in den Ortsteilen Mitlechtern und Zotzenbach. Im Ortsteil Mitlechtern umfasst die Zone 3 zudem den östlichen Ortseingangsbereich, der gewerblich geprägt ist. In den Ortseingangsbereichen wird der erste Eindruck einer Gemeinde vermittelt. Sie besitzen daher eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen.

Die ansässigen Firmen werben in der Zone 3 mit großflächigen Werbeanlagen an den Fassaden, Fahnenmasten und Bannern (siehe Abbildung 4). In der Zone 3 ist die Tendenz zu einer unkontrollierten Anhäufung von Werbeanlagen klar erkennbar.

Die Zielgruppen der Werbeanlagen sind der Durchgangsverkehr und der überörtliche Verkehr. Der Wirkungsbereich der Werbeanlagen ist auf den Fernbereich ausgelegt. Der Radius der Störwirkung der Werbeanlagen beträgt dementsprechend über 500 m und beeinträchtigt somit das Landschaftsbild, die Ortssilhouette und den Siedlungsrand.

In dem Bereich der Zone 3 sind bislang keine Warenautomaten vorhanden.

In den gewerblich geprägten Bereichen ist die ungeregelte Häufung von Werbeanlagen und Warenautomaten zu vermeiden und eine Regelung der großformatigen Werbeanlagenarten hinsichtlich Übersichtlichkeit, Ortsbildverträglichkeit und Besucherfreundlichkeit zu steuern.

Abbildung 9: Bestehende Werbeanlagen in der Zone 3

Zone 4

Die Zone 4 umfasst Bereiche, in denen sowohl ein kleinteiliger Nutzungsmix aus Wohnen und Gewerbe als auch großflächige gewerbliche Bereiche und Versorgungsstrukturen vorhanden sind. Die Zone 4 umfasst die Ortseingangsbereiche Rimbachs entlang der Staatsstraße und der Schloßstraße (Bundesstraße B38) jeweils unmittelbar angrenzend an die Zone 2. In den Ortseingangsbereichen wird der erste Eindruck einer Gemeinde vermittelt. Sie besitzen daher eine wichtige Repräsentationsfunktion des Ortsbildes nach außen.

Aufgrund des Vorhandenseins sowohl kleinteiliger als auch großflächiger Strukturen, besteht eine Vielzahl an unterschiedlichen Werbeanlagen. Diese setzen sich im Wesentlichen aus Werbeanlagen und Hinweisschildern an Gebäudefassaden, Schaufensterbeklebungen, großflächige Werbeanlagen, Leuchtpylone und Pylone, Aussteller, Fahnenmasten und Plakatwerbung an Zäunen und Mauern zusammen. Die Zielgruppen der Werbeanlagen sind der innerörtliche Ziel- und Quellverkehr, der Durchgangsverkehr und der überörtliche Verkehr. Der Wirkungsbereich der Werbeanlagen ist auf den Mittel- und Fernbereich ausgelegt. Der Radius der Störwirkung der Werbeanlagen beträgt dementsprechend bis zu 200 m bzw. bis zu 500 m. Aufgrund der Vielzahl an unterschiedlichen Werbeanlagen entsteht durch die ungeregelte Anbringung der Werbeanlagen die Störung des Landschaftsbildes und der Ortssilhouette, die Störung des kleinteiligen Gefüges des Quartiers sowie ein unruhiges Orts- und Straßenbild.

Im Bereich der Zone 4 häufen sich insbesondere Warenautomaten der Kategorie 1 sowie Zigarettenautomaten. Die Warenautomaten sind größtenteils an den Hausfassaden angebracht. Innerhalb der Zone 4 befindet sich außerdem ein Warenautomat der Kategorie 2, welcher in einer Holzhütte steht (siehe Abbildung 8).

In der Zone 4 ist die Vielzahl an unterschiedlichen Werbeanlagen aufeinander abzustimmen, damit diese sich in das bestehende Ortsbild einfügen. Aufgrund der hohen Bedeutung der Ortseingangsbereiche für die Stadt, ist eine geordnete und verträgliche Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten hier besonders wichtig.

Abbildung 10: Bestehende Werbeanlagen in der Zone 4

Abbildung 11: Bestehende Warenautomaten in der Zone 4

Zone 5

Die Zone 5 kann als Sonderzone für das Gebiet um den nördlich von Zotzenbach gelegenen Reiterhof Kreuzberghof sowie umliegender Strukturen definiert werden, die sich planungsrechtlich im Außenbereich gem. § 35 BauGB befinden. In diesem Bereich sind im Bestand großflächige Plakatwerbungen an Zäunen und Mauern sowie Werbeanlagen und Hinweisschilder an Gebäudefassaden vorhanden.

Die Zielgruppen der Werbeanlagen sind der Durchgangsverkehr sowie der überörtliche Verkehr. Der Wirkungsbereich der Werbeanlagen ist auf den Mittel- und Fernbereich ausgelegt. Dementsprechend beträgt der Radius der Störwirkung der Werbeanlage bis zu 200 m bzw. bis zu 500 m.

In dem Bereich der Zone 3 sind bislang keine Warenautomaten vorhanden.

Aufgrund der Vielzahl und der Größe der vorhandenen Werbeanlagen entsteht eine Störung des Landschaftsbildes und des Siedlungsrandes. Die ungeregelte Häufung von Werbeanlagen und Warenautomaten ist in diesem Bereich zu vermeiden und eine Regelung der Werbeanlagen und Warenautomaten hinsichtlich der Verträglichkeit mit dem Orts- und Landschaftsbild zu treffen.

Abbildung 12: Bestehende Werbeanlagen in der Zone 5

Störende Häufung: Werbeanlagen

Einige Bereiche der genannten Zonen weisen bereits im Bestand eine störende Häufung von Werbeanlagen auf. Diese störende Häufung entsteht aus der ungeregelten Anordnung einer Vielzahl von Werbeanlagen sowohl an der Stätte der Leistung als auch durch Fremdwerbeanlagen. Die störende Häufung ist in einigen Bereichen so gravierend, dass das Auge keinen Ruhepunkt findet und das Bedürfnis von werbefreien Flächen stark hervortritt. Einige Bereiche sind daher mit Werbeanlagen bereits überfrachtet. Die Überfrachtung mit Fremdwerbeanlagen ist insbesondere im Bereich der Zone 4 deutlich erkennbar. Die Errichtung von Fremdwerbeanlagen ist vor dem Hintergrund der Vermeidung einer Verschärfung der störenden Häufung in Zusammenschau mit den zulässigen Werbeanlagen an der Stätte der Leistung zu beurteilen und zu steuern.

Die Bestandsaufnahme vor Ort (Stand: 14.03.2022) hat ergeben, dass sich innerhalb des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung eine Vielzahl an großflächigen Fremdwerbeanlagen befinden (siehe nachfolgende Tabellen). Neben Plakattafeln und -bannern zur kommerziellen Werbung, eine Litfaßsäule zur kommerziellen Werbung und Veranstaltungshinweise sind auch Informationsstelen und Hinweisschilder vorhanden. Die Informationsstelen werden bewusst mit aufgelistet, da diese in der Zusammenschau mit den Plakattafeln und -bannern, der Litfaßsäule und den Hinweisschildern zur Überfrachtung des Betrachters beitragen.

Rimbach–Mitlechtern		
Nr.	**Standort**	**Art**
1.	Siegfriedstraße 66	Plakattafel, kommerzielle Werbung

2.	Siegfriedstraße	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

3.	Siegfriedstraße 69	Plakattafeln, kommerzielle Werbung
4.	Siegfriedstraße	Informationsstele

5.	Siegfriedstraße	Plakattafel, kommerzielle Werbung
6.	Siegfriedstraße 70	Plakattafel, kommerzielle Werbung

7.	Siegfriedstraße 53	Plakattafel, kommerzielle Werbung
8.	Siegfriedstraße 51	Plakatbanner, kommerzielle Werbung

9.	Siegfriedstraße 47	Plakattafel, kommerzielle Werbung
10.	Siegfriedstraße	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

11.	Siegfriedstraße	Plakatbanner, kommerzielle Werbung

12.	Siegfriedstraße	Plakatbanner, kommerzielle Werbung
13.	Siegfriedstraße 21	Hinweisschild

14.	Siegfriedstraße	Informationsstelen

15.	Ortsstraße	Plakatbanner, kommerzielle Werbung
16.	Siegfriedstraße 1	Plakatbanner, kommerzielle Werbung

17.	Siegfriedstraße	Plakattafel, kommerzielle Werbung
18.	Siegfriedstraße	Plakattafel, kommerzielle Werbung

19.	Siegfriedstraße 39	Plakattafel, kommerzielle Werbung

Tabelle 1: **Großflächige Fremdwerbeanlagen, Informationsstelen und Hinweisschilder innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen in Rimbach-Mitlechtern (Stand: 14.03.2022)**

Rimbach		
Nr.	**Standort**	**Art**
1.	Staatsstraße	Informationsstelen

2.	Staatsstraße	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

3.	Erikastraße 5	Plakattafel, kommerzielle Werbung
4.	Staatsstraße 50	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

5.	Staatsstraße 40	Plakattafel, kommerzielle Werbung
6.	Staatsstraße 33	Plakattafel, kommerzielle Werbung

7.	Marktplatz	Litfaßsäule, kommerzielle Werbung und Veranstaltungshinweise

8.	Schloßstraße	Plakattafel, kommerzielle Werbung

9.	Schloßstraße	Plakattafel, kommerzielle Werbung
10.	Schloßstraße 42	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

11.	Schloßstraße	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

12.	Schloßstraße 72	Plakattafeln, kommerzielle Werbung

13.	Schloßstraße	Informationsstelen

Tabelle 2: **Großflächige Fremdwerbeanlagen, Informationsstelen und Hinweisschilder innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen in Rimbach (Stand: 14.03.2022)**

Rimbach–Zotzenbach		
Nr.	**Standort**	**Art**
1.	B 38 / Reiterhof Kreuzberghof	Plakattafeln und -banner, kommerzielle Werbung

2.	Phillip-Reis-Straße	Informationsstele

3.	Bahnhofstraße 56	Informationsstele

4.	Bahnhofstraße 13	Plakatbanner, kommerzielle Werbung
5.	Hauptstraße 3	Plakattafel, kommerzielle Werbung

Tabelle 3: **Großflächige Fremdwerbeanlagen, Informationsstelen und Hinweisschilder innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen in Rimbach-Zotzenbach (Stand: 14.03.2022)**

Störende Häufung: Warenautomaten

Die Bestandsaufnahme vor Ort (Stand:10.06.2024) hat ergeben, dass es innerhalb des Geltungsbereiches der Gestaltungssatzung 29 Warenautomaten gibt (8 Warenautomaten der Kategorie 1, 4 Warenautomaten der Kategorie 2 und 17 Zigarettenautomaten; siehe nachfolgende Tabelle). Eine störende Häufung an Warenautomaten ist im Bestand in der Siegfriedstraße 47 im Ortsteil Mitlechtern vorzufinden. Hier sind auf einem Privatgrundstück unmittelbar angrenzend an die öffentliche Verkehrsfläche der Siegfriedstraße zwei Warenautomaten der Kategorie 2 (Getränke, Süßigkeiten und E-Zigaretten / Eis) und ein Zigarettenautomat unmittelbar nebeneinander aufgestellt. Die drei freistehenden Warenautomaten sind im Hinblick auf ihre Gestaltung und Anordnung nicht aufeinander abgestimmt und nicht in die bauliche Struktur der Umgebungsbebauung eingebunden. Sie stellen daher eine Störung des Ortsbildes des Ortsteils Mitlechtern dar.

Rimbach, Bestandsaufnahme Warenautomaten		
Nr.	**Standort**	**Produkte**
1.	Bismarckstraße 19	Zigaretten

2.	Bismarckstraße 1	Zigaretten

3.	Waldstraße 2	Zigaretten

4.	Rathausstraße 16	Zigaretten

5.	Schloßstraße 6	Getränke, Snacks, E-Zigaretten

6.	Schloßstraße 20	Süßigkeiten (Süße Kiste)

7.	Schloßstraße 50	Zigaretten

8.	Schloßstraße 6	Eier, Honig, Nudeln, Apfelsaft (Regiomat)

9.	Pestalozzistraße 3	Zigaretten

10.	Staatsstraße 5	Kaugummi, Kleinspielwaren

11.	Friedrich-Ebert-Straße 21	Zigaretten

12.	Staatsstraße 42	Kaugummi, Kinderschmuck

13.	Rimbach Bahnhof	Zigaretten

14.	Rimbach Bahnhof	Kaugummi, Kinderschmuck, Kleinspielwaren
15.	Rimbach Bahnhof	Süßigkeiten (Süße Kiste)

16.	Fahrenbacher Straße 65	Zigaretten

17.	Am Mühlbächl	Zigaretten

18.	Gymnasiumstraße 8	Zigaretten

19.	Bahnhofstraße 18	Zigaretten

20.	Bahnhofstraße 18	Süßigkeiten (Süße Kiste)

21.	Hauptstraße 3	Kaugummi, Kinderschmuck

22.	Hauptstraße 34	Zigaretten

23.	Hauptstraße 74	Süßigkeiten, Tattoos

24.	Hauptstraße 78	Zigaretten

25.	Siegfriedstraße, Bushaltestelle Lauten-Weschnitz	Zigaretten

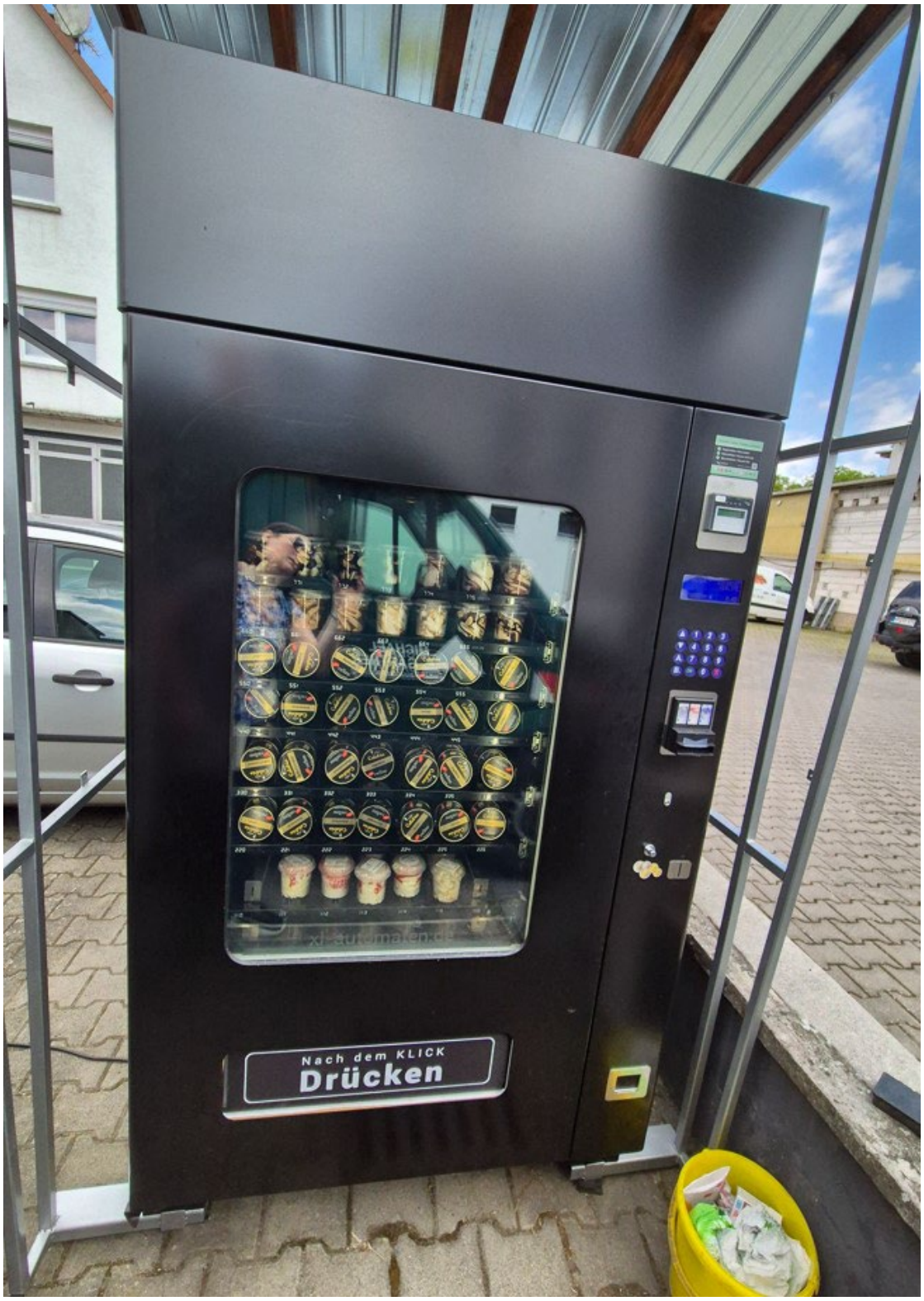
26.	Siegfriedstraße 55A	Zigaretten

27.	Siegfriedstraße 47	Getränke, Süßigkeiten, E-Zigaretten

Rettig

28.	Siegfriedstraße 47	Zigaretten

29.	Siegfriedstraße 47	Eis



Sachlicher Geltungsbereich

Die vorliegende Satzung gilt für die Errichtung und Änderung aller ortsfesten oder ortsfest genutzten Werbeanlagen im Sinne des § 2 der Hessischen Bauordnung. Dies betrifft auch Werbeanlagen, die nach Abschnitt I Nr. 10 der Anlage zu § 63 Hessische Bauordnung genehmigungs- und anzeigefrei sind. Die Satzung gilt nicht für mobile Werbeanlagen, die nur während der Geschäftszeiten im öffentlichen Straßenraum aufgestellt werden. Auch gilt sie nicht für Werbemedien für zeitlich befristete kulturelle, politische, sportliche, kirchliche und kommerzielle Veranstaltungen, wenn gewährleistet ist, dass diese nach Ablauf der Veranstaltung wieder ordnungsgemäß und vollständig beseitigt werden.

Des Weiteren gilt die vorliegende Satzung für die Errichtung und Änderung von Warenautomaten. Hierzu zählen alle ortsfesten oder ortsfest genutzten Anlagen, die Waren in Selbstbedienung gegen Zahlung eines Kaufpreises ausgeben. Dies umfasst insbesondere Automaten für Lebensmittel, Getränke und andere Konsumgüter, die auf öffentlichen sowie für die Öffentlichkeit zugänglichen Grundstücken und an Gebäuden angebracht sind. Warenautomaten, die zum Erwerb von Berechtigungsnachweisen wie Fahrscheinen und Eintrittskarten dienen, sind nicht Bestandteil der Satzung.

Die Belange des Denkmalschutzes bleiben von dieser Satzung unberührt. Die denkmalschutzrechtliche Genehmigung bei Maßnahmen, welche die Tatbestandsmerkmale des § 18 des Hessischen Denkmalschutzgesetzes erfüllen, wird durch diese Satzung nicht ersetzt.

Grundsätze in den jeweiligen Zonen

Grundsätzlich wird zwischen Werbeanlagen an Gebäuden und freistehenden Werbeanlagen unterschieden. Betriebe nutzen meist beide Arten von Werbeanlagen, um einen Betrieb optimal zu bewerben.

Im Hinblick auf Warenautomaten wird zwischen Warenautomaten der Kategorie 1 (kleine Warenautomaten), Kategorie 2 (große Warenautomaten) und Zigarettenautomaten unterschieden.

Die §§ 5 - 10 dieser Satzung treffen Regelungen zu Art, Anzahl und Anbringungsort, Dimensionierung sowie Gestaltung für beide Arten von Werbeanlagen sowie von allen drei Kategorien von Warenautomaten, gegliedert in die fünf Zonen.

Art, Anzahl und Anbringungsort

Die Satzung regelt die zulässige Art, Anzahl und den Anbringungsort von Werbeanlagen und Warenautomaten, um eine gliedernde Wirkung an den Fassadenflächen und im Ortsgefüge zu erzielen und eine ungeregelte Häufung zu vermeiden.

Werbeanlagen an der Stätte der Leistung
Die Grundsätze geben zunächst das zentrale Prinzip vor, dass Werbeanlagen in direktem Zusammenhang mit den Betrieben stehen müssen (Ausnahme: Regelungen zu Hinweisschildern und Sammelwerbeanlagen sowie Fremdwerbeanlagen). Dadurch soll die Bewerbung im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Betrieb möglich sein. Durch die weitgehende Beschränkung der Werbeanlagen auf die Stätte der Leistung, soll die Gesamtzahl an Werbeanlagen im Gemeindegebiet begrenzt und damit eine unerwünschte Häufung vermieden bzw. nicht weiter verschärft werden.

Die Vermeidung bzw. nicht weitere Verschärfung einer unerwünschten Häufung von Werbeanlagen stellt ein wesentliches Ziel dieser Satzung dar. Zum einen soll dadurch die Beeinträchtigung des Orts- und Straßenbildes vermieden werden. Zum anderen dient dieses Ziel den Gewerbetreibenden selbst. Die Überfrachtung des Ortsbildes und der Straßenräume mit Werbeanlagen führt zu einer Verfehlung des eigentlichen Werbezwecks. Die einzelne Werbeanlage wird durch den Betrachter nicht mehr wahrgenommen.

Werbeanlagen und Warenautomaten am Gebäude
Die Werbeanlagen am Gebäude können sich insbesondere aus Fassadenwerbung, Auslegern sowie Beschriftungen und Beklebungen von Markisen zusammensetzen. Überdachwerbeanlagen sind in allen Zonen unzulässig, da sie die Dachlandschaft und damit das Siedlungsbild in der Fernwirkung dominieren.

Die Grundsätze treffen Regelungen zur zulässigen Anzahl der Werbeanlagen pro Gebäudefassade und Betrieb. Dabei wird je nach Zielgruppe und Bedeutung für das Ortsbild eine unterschiedliche Anzahl an Werbeanlagen zugelassen.

In der Zone 3 sind an jeder Gebäudefassade maximal vier Werbeanlagen je Betrieb zulässig, in der Zone 4 maximal drei Werbeanlagen je Betrieb. In den von kleinteiligen Baustrukturen geprägten Bereichen der Zonen 1 und 2 (sensible Bereich für das Ortsbild) sind an jeder Gebäudefassade eine geringere Anzahl von maximal zwei Werbeanlagen je Betrieb zulässig. Diese geringere Anzahl wird zudem für die Zone 5 festgesetzt, da sich diese Zone auf den Außenbereich bezieht und dieser im Hinblick auf das Landschaftsbild und die Ortssilhouette als sehr sensibel einzustufen ist.

Zusätzlich zur maximalen Anzahl der Werbeanlagen an der Gebäudefassade ist in den Zone 1, 2 und 4 geregelt, dass Werbeanlagen nur in dem Geschoss zulässig sind, in dem der jeweilige Betrieb untergebracht ist. Werbeanlagen von Betrieben im Erdgeschoss dürfen dabei bis zu einem Abstand von 4,50 m über Straßenoberkante errichtet werden. Die Zonen 1, 2 und 4 sind u.a. durch einen kleinteiligen Nutzungsmix aus Wohnen und Gewerbe bzw. Versorgungsstrukturen ergänzt durch Wohnnutzung geprägt. Mit dieser Regelung soll den Betrieben die Möglichkeit der Bewerbung ihrer Betriebe gegeben werden. Gleichzeitig soll der Wohncharakter bzw. der Charakter der Dienstleistungsnutzung der Obergeschosse gewahrt und damit der Nutzungsmix durch die optische Gliederung der Fassade sichtbar sein.

Für alle Zonen wird zur Sicherung einer ausreichenden Durchwegungshöhe festgelegt, dass Ausleger, die in einen Gehweg oder einen sonstigen Fußgängerbereich hineinragen, in einer Mindesthöhe von 2,50 m über dem Gehweg bzw. dem Fußgängerbereich angebracht werden müssen. Zur Sicherung einer ausreichenden Durchfahrungshöhe wird außerdem festgelegt, dass Ausleger, die in eine Fahrbahn hineinragen, in einer Mindesthöhe von 4,50 m über der Fahrbahn angebracht werden müssen. Die Gefährdung öffentlicher Verkehrsflächen durch Werbeanlagen ist prinzipiell auszuschließen. Die Erforderlichkeit eines Gestattungsvertrages im Hinblick auf Ausleger, die in einen Gehweg, einen Fußgängerbereich oder eine Fahrbahn hineinragen, ist bei der Gemeinde Rimbach anzufragen.

Ergänzend zur zulässigen Anzahl an Werbeanlagen, die an der Gebäudefassade angebracht werden, ist die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern in den Zonen 1, 2, 3 und 4 zulässig. Durch die Kombination von Beidem soll die ausreichende Bewerbung der Betriebe möglich sein. Die Zone 5 bezieht sich auf den Außenbereich. Da dieser wie bereits erwähnt im Hinblick auf das Landschaftsbild und die Ortssilhouette als sehr sensibel einzustufen ist, sollen Werbeanlagen in diesem Bereich auf ein Minimum reduziert werden. Die Beschriftung und Beklebung von Fenstern und Schaufenstern ist daher in der Zone 5 nicht zulässig.

Für Warenautomaten gilt unabhängig von der jeweiligen Zone, dass die Ansammlung von mehreren Warenautomaten untersagt ist. Es dürfen maximal zwei Warenautomaten unmittelbar nebeneinander aufgestellt werden, wenn diese hinsichtlich Art, Gestaltung, Anbringung und Beleuchtung aufeinander abgestimmt sind. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen, d.h. baulich mit dem Gebäude verbunden sein. Ziel dieser Regelung ist es, die Warenautomaten in das bestehende Ortsbild zu integrieren und so ein unruhiges Orts- und Straßenbild durch freistehende Warenautomaten zu vermeiden.

Freistehende Werbeanlagen und Warenautomaten

Genau wie die zulässige Anzahl der Werbeanlagen an der Gebäudefassade wird auch die zulässige Anzahl der freistehenden Werbeanlagen begrenzt. Wesentliche Kriterien sind auch hier die Zielgruppe sowie die stadträumliche Bedeutung. Zudem spielen die Größe der Baustrukturen und damit die Grundstücksgrößen eine entscheidende Rolle.

In den großflächigen gewerblichen Bereichen der Zone 3 (große Grundstücke) sowie im Bereich des großflächigen und kleinteiligen Nutzungsmixes der Zone 4 sind mehr freistehende Werbeanlagen pro Betrieb bzw. Grundstückslänge zulässig als in den Bereichen der Zonen 1 mit kleinteiligem Nutzungsmix bzw. kleinteiligen Versorgungsstrukturen (kleine Grundstücke) und der Zone 5 (Außenbereich). In der Zone 2 (Ortsmitte) sind freistehende Werbeanlagen mit der Ausnahme von Hinweisbeschilderungen, Sammelwerbeanlagen und Fremdwerbeanlagen komplett ausgeschlossen. Der Wirkungsbereich der Werbeanlagen ist hier auf den Nahbereich, im Wesentlichen Fußgänger, ausgelegt. Freistehende Werbeanlagen sind zur Erreichung einer ausreichenden Bewerbung der in der Zone 2 ansässigen Betriebe nicht notwendig. Die Ortsmitte ist durch kleinteilige Einzelhandelsstrukturen, ein enges Ortsgefüge und ein feingliedriges Orts- und Straßenbild, teilweise mit historischer Bausubstanz, geprägt. Freistehende Werbeanlagen der in der Ortsmitte ansässigen Betriebe würden dieses räumliche Gefüge erheblich stören.

Für die Zonen 1, 3, 4 und 5 wird zudem festgelegt, dass freistehende Werbeanlagen zu Sammelwerbeanlagen zusammen zu fassen sind, sollten auf einem Baugrundstück mehrere Betriebe vorhanden sein. Durch diese Regelung soll die Anzahl der Werbeanlagen auf das für die ausreichende Bewerbung eines Betriebes erforderliche Maß begrenzt und eine Überfrachtung des Betrachters durch Werbeanlagen vermieden werden. Dies ist insbesondere für den Fall relevant, dass auf einem Baugrundstück mehrere kleine Betriebe ansässig sind.

Pylonen sind genau wie Überdachwerbeanlagen in allen Zonen unzulässig. Aufgrund ihrer Dimensionierung fügen sie sich nicht in das Ortsgefüge ein und dominieren ein Quartier in der Nah-, Mittel- und Fernwirkung. Von Pylonen geht eine Störung des Ortsbildes, der Ortssilhouette und des Landschaftsbildes aus.

Zusätzlich zur maximalen Anzahl an freistehenden Werbeanlagen ist mit Ausnahme der Zone 2 die Aufstellung von Fahnenmasten zulässig. Die maximal zulässige Anzahl wird auch hier entsprechend der Kriterien für die maximale Anzahl der freistehenden Werbeanlagen begrenzt. In der Zone 2 sind freistehende Werbeanlagen mit der Ausnahme von Hinweisbeschilderungen, Sammelwerbeanlagen und Fremdwerbeanlagen generell unzulässig, demnach auch Fahnenmasten.

Freistehende Warenautomaten unabhängig von einem Gebäude sind in allen Zonen unzulässig, da diese das Orts- und Straßenbild erheblich beeinträchtigen, wie in der Siegfriedstraße 47 im Ortsteil Mitlechtern bereits im Bestand vorhanden. Warenautomaten müssen in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen. Dadurch soll auch vermieden werden, dass freistehende Warenautomaten

der Kategorie 2 durch einen erforderlichen Wetterschutz, der sich gestalterisch und baulich häufig nicht in die Umgebungsbebauung einfügt, das Ortsbild noch stärker beeinträchtigen als die Warenautomaten an sich. Nur durch die Errichtung von Warenautomaten in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude oder durch die Integration von Warenautomaten in ein Gebäude, kann die Wahrung eines geordneten und städtebaulich verträglichen Orts- und Straßenbildes erfolgen.

Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden
Das Anbringen und Aufstellen von Werbeanlagen an Schornsteinen, Zäunen, Bäumen sowie auf Roll- und Klappläden ist in allen Zonen unzulässig. Dadurch soll die unerwünschte Häufung von Werbeanlagen vermieden bzw. nicht weiter verschärft werden. Auf der Grundlage der Regelungen zu Werbeanlagen an Gebäuden sowie zu freistehenden Werbeanlagen wird den Betrieben eine ausreichende Möglichkeit zur Bewerbung ihrer Betriebe gegeben.

Warenautomaten an Zäunen und Bäumen
Das Anbringen und Aufstellen von Warenautomaten an Zäunen und Bäumen ist in allen Zonen unzulässig. Wie bereits erörtert, müssen Warenautomaten zur Wahrung eines geordneten und städtebaulich verträglichen Orts- und Straßenbildes in ein Gebäude integriert werden oder in einem unmittelbaren baulichen Zusammenhang mit einem Gebäude stehen. Auf der Grundlage dieser Regelung wird eine ausreichende Möglichkeit zum Warenverkauf über entsprechende Automaten gegeben.

Hinweisschilder und Sammelwerbeanlagen
Für Betriebe, die über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen sind oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befinden, ist ein Hinweisschild pro Zufahrtsstraße zulässig. Durch diese Hinweisschilder sollen die genannten Betriebe die Möglichkeit erhalten, an viel befahrenen Verkehrsstraßen für Ihren Betrieb zu werben. Gleichzeitig stellen die Hinweisschilder eine Orientierungshilfe für den Kunden dar und dienen damit der Verbesserung des Verkehrsflusses. Um der ungeregelten Häufung von Hinweisschildern an einer Zufahrtsstraße entgegenzuwirken, sind Hinweisschilder mehrerer Betriebe in einem einheitlichen Sammelschild zusammenzufassen. Die Vereinheitlichung dient der Übersichtlichkeit im Straßenraum und damit der besseren Orientierung der Verkehrsteilnehmer.

Fremdwerbeanlagen
Neben den Werbeanlagen an der Stätte der Leistung gibt es in jedem Gemeindegebiet Fremdwerbeanlagen. Dies sind Werbeflächen, die an Betriebe für Werbezwecke vermietet werden, meist großflächige Plakatwände. Um der unerwünschten Häufung von Fremdwerbeanlagen entgegenzuwirken, müssen auch diese in ihrer Anzahl begrenzt werden.

Für jeden Bereich mit Ausnahme der Zone 5 wurde ein verträgliches Maß an Fremdwerbeanlagen in Form von Radien (Fremdwerbeanlage pro Radius) festgelegt. Dadurch wird gewährleistet, dass die Fremdwerbeanlagen einen gewissen Abstand zueinander einhalten. Wesentliche Kriterien für die Festlegung der Radien sind der Wirkungsbereich des Gebietstyps sowie die Bedeutung im Ortsgefüge. Dies hat z.B. zur Folge, dass im Bereich der Zone 1 aufgrund ihrer wichtigen Repräsentationsfunktion für das Ortsbild Rimbachs sowie in der Zone 2 aufgrund ihrer hohen Bedeutung als Ortsmitte der Gemeinde Rimbach weniger Fremdwerbeanlagen zulässig sind, als in den übrigen Zonen.

In den Zonen 1 und 2 liegt das Hauptaugenmerk so viel wie in keinem anderen Bereich auf dem Gebäude selbst, das durch Werbeanlagen so wenig wie möglich verdeckt werden soll. Die Errichtung von Werbeanlagen soll daher auf das notwendige Maß begrenzt werden. Dadurch soll dem feingliedrigen Orts- und Straßenbild der Zonen 1 und 2 mit teilweise historischer Bausubstanz Rechnung getragen werden.

Die Zone 5 befindet sich planungsrechtlich im Außenbereich gem. § 35 BauGB. Der Außenbereich ist vom Grundsatz her von Bebauung freizuhalten. Hier sind lediglich die nach § 35 BauGB privilegierten Nutzungen zulässig. Daher wird festgelegt, dass Fremdwerbeanlagen in der Zone 5 nicht zulässig sind.

Werbeanlagen zum Zweck der Daseinsvorsorge
Im Gemeindegebiet gibt es eine gewisse Anzahl an Werbeanlagen zum Zweck der Daseinsvorsorge. Diese dienen überwiegend der Bewerbung sozialer Zwecke und öffentlicher Veranstaltungen sowie dem Tourismus. Werbeanlagen zum Zwecke der Daseinsvorsorge, die u.a. öffentliche kulturelle und traditionelle Veranstaltungen anpreisen oder sozialen Zwecken bzw. dem Tourismus dienen, werden von der Gestaltungssatzung nicht berührt.

Anzahl an Warenautomaten

Um der unerwünschten Häufung von Warenautomaten entgegenzuwirken, müssen diese in ihrer Anzahl begrenzt werden. Für die einzelnen Kategorien der Warenautomaten wurde ein verträgliches Maß an Warenautomaten in Form von Radien (Warenautomaten pro Radius) festgelegt. Dadurch wird gewährleistet, dass die Warenautomaten einen gewissen Abstand zueinander einhalten und es nicht zu einer Überfrachtung des Ortsbildes kommt. Wesentliche Kriterien für die Festlegung der Radien ist die Dimensionierung der Warenautomaten und der damit verbundene Einfluss auf das Ortsbild. Zigarettenautomaten sowie Warenautomaten der Kategorie 1 nehmen durch ihre kompaktere Dimensionierung weniger Einfluss auf das Ortsbild, weshalb jeweils zwei Automaten in einem Radius von 150 m zulässig sind. Warenautomaten der Kategorie 2 erfordern aufgrund ihrer größeren Dimensionierung eine besondere Berücksichtigung in der Gestaltung und Anzahl, weshalb jeweils nur ein Warenautomat der Kategorie 2 in einem Radius von 300 m zulässig ist. Durch die Begrenzung der Warenautomaten auf ein ortsbildverträgliches Maß wird sichergestellt, dass eine Überfrachtung des Ortsbildes vermieden wird und die Warenautomaten harmonisch in das Ortsbild integriert werden.

Dimensionierung

Neben Art, Anzahl und Anbringungsort von Werbeanlagen und Warenautomaten ist es von zentraler Bedeutung, die zulässigen Werbeanlagen und Warenautomaten in ihrer Dimensionierung zu begrenzen. Nur so kann die Verträglichkeit der Werbeanlagen und Warenautomaten im Ortsbild und Straßenraum hergestellt werden.

Wesentliches Kriterium ist der Wirkungsbereich und damit die Zielgruppe der jeweiligen Werbeanlage. Um den Werbezweck zu erfüllen, muss eine Werbeanlage für einen Fußgänger in der Ortsmitte (Zone 2) kleiner sein, als eine Werbeanlage im Bereich der Zone 4, die auf den innerörtlichen Ziel- und Quellverkehr, den Durchgangsverkehr sowie den überörtlichen Verkehr ausgerichtet ist.

Weitere wichtige Kriterien sind die Baustruktur und die ortsräumliche Qualität des jeweiligen Bereiches. In gewerblich geprägten Bereichen mit überwiegend großflächigen Hallenstrukturen ist die ortsräumliche Qualität wesentlich niedriger als im Bereich der Ortsmitte mit kleinteiligen Gebäudestrukturen und teilweise historischer Bausubstanz. Dementsprechend unterschiedlich ist die Störwirkung, die von einer Werbeanlage ausgeht. Anhand der Störwirkung bemisst sich die Dimensionierung. Wichtig ist die verträgliche Maßstäblichkeit der Werbeanlage im Hinblick auf das Ortsbild und die orträumliche Qualität.

Wesentliche Kriterien für die Begrenzung der Dimensionierung von Warenautomaten sind die Art der angebotenen Waren bzw. die damit verbundene Kategorie, in die sich die Automaten einordnen. Durch die Begrenzung der Größe wird sichergestellt, dass die Automaten harmonisch in das Ortsbild integriert werden und die ortsräumliche Qualität gewahrt bleibt.

Werbeanlagen am Gebäude
Für Werbeanlagen, die an der Fassade angebracht werden, wird festgelegt, dass nur ein bestimmter Prozentsatz der Fassadenfläche durch die Werbeanlage bedeckt werden darf. Durch den Verzicht auf die konkrete Benennung von maximal zulässigen Größen, wird allen Gebäudegrößen Rechnung getragen. Dies betrifft in gleichem Maße Fenster- und Schaufensterbeklebungen, für die ebenfalls Prozentsätze festgelegt werden. Fenster und Schaufenster stellen gliedernde Fassadenelemente dar und sind daher nicht flächig zu bekleben.

Für Ausleger, d.h. in den Straßenraum hineinragende Werbeanlagen, werden dagegen konkrete maximale Größen festgelegt. Da diese in den Straßenraum hineinragen, muss die Dimensionierung unabhängig von der Gebäudegröße bestimmt werden.

Freistehende Werbeanlagen, Hinweisschilder und Sammelwerbeanlagen
Um die verträgliche Maßstäblichkeit im Orts- und Straßenraum zu gewährleisten, werden für freistehende Werbeanlagen (inklusive Fahnenmasten und Fahnen) sowie für Hinweisschilder und Sammelwerbeanlagen die maximalen Abmessungen festgelegt. Da diese ebenso wie Ausleger eine Wirkung auf den öffentlichen Straßenraum unabhängig von der Gebäudegröße des zugehörigen Betriebs entfalten, muss die Dimensionierung unabhängig von der Gebäudegröße bestimmt werden. Grundlage für die Regelung der maximalen Abmessung freistehender Werbeanlagen stellen u.a. gängige Bogenformate von Werbeplakaten sowie gängige Größen von Fahnenmasten und Fahnen dar. Hinweisschilder und Sammelwerbeanlagen an den Zufahrtsstraßen zu Betrieben sollen nicht als Hauptwerbeanlagen genutzt werden. Entsprechend werden die maximalen Abmessungen festgelegt.

Fremdwerbeanlagen
Auch für Fremdwerbeanlagen werden maximale Abmessungen festgelegt, um die verträgliche Maßstäblichkeit im Stadt- und Straßenraum zu gewährleisten. Als Grundlage dienen auch hier gängige Bogenformate von Werbeplakaten.

Warenautomaten

Die Begrenzung der Dimensionierung von Warenautomaten basiert auf der Art der angebotenen Waren, da sich die Dimensionen der Automaten maßgeblich nach dem Warentyp richten. Warenautomaten bieten unterschiedliche Arten von Waren an, wie Snacks und Lebensmittel, Zigaretten, Süßigkeiten, Kaugummi und weitere Konsumgüter. Diese verschiedenen Warentypen erfordern teilweise unterschiedliche Automatengrößen.

Für die verschiedenen Automatengrößen wurden drei Kategorien definiert. Kategorie 1 umfasst kleinere Warenautomaten mit einer Größe von maximal 0,9 m x 0,9 m x 0,5 m. Hierrunter fallen beispielsweise Kaugummi- und Süßigkeitenautomaten. Kategorie 2 beinhaltet größere Warenautomaten mit einer Größe von maximal 1,20 m x 2,20 m x 1,10 m. Die dritte Kategorie umfasst Zigarettenautomaten mit einer Größe von maximal 1,10 m x 1,10 m x 0,5 m.

Durch die Festlegung von Standardmaßen für die Automaten wird sichergestellt, dass diese sich harmonisch in das Ortsbild einfügen und keine übermäßige Störung oder Beeinträchtigung der ortsräumlichen Qualität verursachen. Die getroffenen Maße orientieren sich an den bereits vorhandenen Warenautomaten im Gemeindegebiet und berücksichtigen die üblichen Standardgrößen dieser Automaten. Dadurch wird eine einheitliche und verträgliche Gestaltung der Automaten mit Wirkung auf den öffentlichen Raum gewährleistet, die sowohl ästhetischen als auch funktionalen Anforderungen gerecht wird.

Gestaltung

Neben den Regelungen zu Art, Anzahl und Anbringungsort sowie Dimensionierung von Werbeanlagen und Warenautomaten werden Vorschriften zur Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten getroffen. Das Grundprinzip besteht darin, Werbeanlagen und Warenautomaten so zurückhaltend zu gestalten, dass Sie das Straßen- und Ortsbild nicht dominieren. Zudem soll die Beeinträchtigung der Verkehrsteilnehmer durch Werbeanlagen und Warenautomaten vermieden werden. Aus diesem Grund darf die Beleuchtung der Werbeanlagen und Warenautomaten mit Wechselschaltung oder mit unverdeckten Leuchtmitteln nicht erfolgen. Außerdem ist die Verwendung von Signalfarben unzulässig.

Des Weiteren müssen sich Werbeanlagen in die architektonische Gliederung des Gebäudes einfügen. Die architektonischen Elemente des Gebäudes sollen trotz Werbeanlagen sichtbar und erfahrbar bleiben.

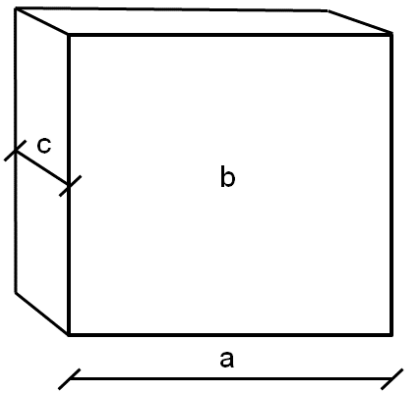
Glossar

Anschlag
Anbringen von Anschlägen (Plakate, Zettel, Tafeln u.a.) auf Befestigungsflächen wie Plakattafeln, Plakatsäulen und -ständern sowie Schaukästen.

Architektonische Gliederung
Die Gliederung der Fassade beziehungsweise des Baukörpers. Gliedernde Elemente stellen beispielsweise Fenster, Türen, Erker und Gesimse dar.

Ausleger
Der Ausleger (auch bekannt unter den Namen „Nasenschild“) ist eine traditionelle Form der Werbeanlagen. Es handelt sich dabei um ein Werbeschild, das rechtwinklig an der Hauswand eines Betriebes verankert wird.

Exemplarische Skizze zur Begriffsdefinition „Dimensionierung von Auslegern“:



a: Ausladung
b: Ansichtsfläche
c: Tiefe

Bogenformat
Plakate werden in Bogenformaten hergestellt. Ein 1/1-Bogen entspricht einer Größe von einem DIN A1 Format.

Firmensignet
Das Firmensignet ist das visuelle Zeichen einer Firma oder eines Unternehmens als Marke in grafisch gestalteter Form und besteht aus einem grafisch gestalteten Firmenschriftzug (Wortmarke), einem Bildzeichen (Bildmarke) oder einer Kombination der Beiden (Wort-Bild-Marke).

Fremdwerbeanlage
Werbeanlagen die nicht an der Stätte der Leistung angebracht sind, sondern an einem anderen Ort für die Leistungen eines Betriebes oder eines Produktes werben.

Gebäudefassade
Die Gebäudefassade bezeichnet einen Teil der sichtbaren Hülle eines Gebäudes bzw. die Außenwand eines Gebäudes. Eine Gebäudefassade entspricht somit einer Außenwand. Bestandteil einer Gebäudefassade sind auch vorspringende Gebäudeteile wie Erker.

Hinweisschild
Ein Hinweisschild macht auf einen Betrieb aufmerksam, der über eine Stich- oder Seitenstraße erschlossen wird oder sich auf einem rückwärtigen Grundstück oder Grundstücksteil befindet und damit von einer Hauptverkehrsstraße nicht unmittelbar sichtbar ist. Das Hinweisschild dient sowohl Werbezwecken als auch der Orientierung von Kunden.

Ortsfest
Als „ortsfest“ gelten Werbeanlagen, die an einer baulichen Anlage befestigt und mit dieser nicht nur für eine begrenzte Dauer verbunden sind.

Pylon
Der Werbepylon ist eine freistehende, oft säulen- oder stelenförmig aufragende Werbeanlage. Ein Werbepylon weist eine Höhe von 5 m bis teilweise über 30 m auf und ist am oberen Ende der Säule oder Stele mit Logos, Großbuchstaben oder sonstigen Zeichen bzw. Symbolen versehen, die auf einen Betrieb hinweisen und für ihn werben. Große Werbepylonen sind auf Fernwirkung ausgelegt. Kleinere Pylonen sind oft Bestandteil von Leit- und Informationssystemen und dienen dann zur Orientierung auf dem Gelände oder in Gebäuden. Werbepylonen sind nachts oft beleuchtet.

Sammelwerbeanlage
Verschiedene Betriebe (z.B. aus derselben Straße oder auf demselben Baugrundstück) schließen sich zusammen und werben auf einer Anlage gemeinsam für ihre Leistungen oder Produkte.

Seitenstraße
Einer Zufahrtsstraße untergeordnete, von dieser abzweigenden Straße, die zur Erschließung von Grundstücken dient.

Signalfarben
Bei einer Signalfarbe handelt es sich um eine besonders kräftige Farbe, die eine Signalwirkung besitzt und häufig speziell als Warnsignal dient. Zur Erhöhung der Signalwirkung werden in manchen Bereichen Signalfarben in Neonfarben (Leuchtfarbe) ausgeführt.

Überdachwerbeanlage
Werbeanlagen die oberhalb der Firstlinie / Attika angebracht werden.

Unverdeckte Leuchtmittel
Lichtwerbeanlagen ohne Abdeckung (z.B. Neonröhren).

Warenautomaten
Als „Warenautomaten“ werden ortsfeste oder ortsfest genutzten Anlagen bezeichnet, die Waren in Selbstbedienung gegen Zahlung eines Kaufpreises ausgeben.

Wechselschaltung
Werbeanlagen oder Warenautomaten mit wechselndem Licht (z.B. Anlagen mit Phasenschaltung oder laufendem, beweglichem oder blinkendem Licht).

Werbeanlagen
Als „Werbeanlagen“ werden im Baurecht ortsfeste beziehungsweise ortsfest genutzte Anlagen bezeichnet, welche vom öffentlichen Verkehrsraum beziehungsweise von öffentlichen Grünflächen aus sichtbar sind und

- der Anpreisung,
- der Ankündigung oder

- als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf

dienen.

Zufahrtsstraße
Einer Hauptverkehrsstraße untergeordnete, von dieser abzweigende Straße, die zu einem Gewerbebetrieb führt.