

## Werbeanlagensatzung der Stadt Bad Salzungen

### PRÄAMBEL

Die Stadt Bad Salzungen ist gekennzeichnet durch stark differenzierte städtebauliche Strukturen. Diese Vielfalt ist in ihrer Qualität und ihrer jeweils spezifischen Ausprägung zu erhalten und weiterzuentwickeln. Besondere Aufmerksamkeit gebührt hierbei dem Kernstadtbereich (Sanierungsgebiet) auf Grund seiner städtebaulichen und kulturellen Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild einer Stadt wird nicht allein von der Architektur einzelner Gebäude oder Gebäudegruppen, sondern auch von Werbeanlagen im Stadtraum bestimmt. Solche Anlagen können den architektonischen Gesamteindruck erheblich stören, wenn sie ohne Rücksicht auf Gebäude und Stadtraum ausgebildet sind.

Die vorliegende Werbeanlagensatzung schafft die rechtlichen Voraussetzungen für eine positive Steuerung der Gestaltung der Werbeanlagen im Stadtgebiet von Bad Salzungen. Hierbei soll insbesondere auf den Baugrundstücken in der Innenstadt, an Fassaden und baulichen Anlagen sowie im öffentlichen Straßenraum eine verträgliche Einbindung in das Stadtbild gesichert werden.

### Ausgangssituation und Anlass zur Erarbeitung der Werbeanlagensatzung

Die Situation zum Zeitpunkt der Erarbeitung der Werbesatzung war unbefriedigend: die geltende, am 01.11.2007 in Kraft gesetzte Baugestaltungs- und Werbeanlagensatzung (letzte Änderung 29.08. 2017) wurde im Rahmen von Rechtsbehelfsverfahren als zu unbestimmt angegriffen, so dass ihre Rechtssicherheit nicht uneingeschränkt garantiert war. Ferner wurde der Geltungsbereich der Baugestaltungs- und Werbeanlagensatzung, der sich über das gesamte Stadtgebiet erstreckt, als zu umfangreich angesehen. Und auch die Tatsache, dass sich der Charakter bestimmter Stadtgebiete inzwischen verändert hat, machte eine grundlegende Überarbeitung der Satzung erforderlich. Insbesondere wurde hierbei die Baugestaltungssatzung von der Werbeanlagensatzung getrennt, da die Abgrenzung der einzelnen Gebiete unterschiedlich erfolgt.

Die Notwendigkeit der besonderen Anforderungen an Art, Größe, Gestaltung und Anbringungsort der Werbeanlagen und Warenautomaten (sowie für den Ausschluss bestimmter Werbeanlagen oder Warenautomaten) wird mit folgender Zielstellung begründet:

- Wahrung der gestalterischen Ruhe von ausschließlich oder überwiegend wohngenutzten Gebieten. Eine Störung der städtebaulich- gestalterischen Qualität soll vermieden werden.
- In den Randlagen zu schützenswerten Gebieten soll das berechtigte Werbeinteresse nicht zu Lasten gestalterisch schützenswerter Nachbarschaft umgesetzt werden. Dieser Aspekt wird durch die geeignete Ausrichtung der Werbung und / oder den verträglichen Umfang der Werbung berücksichtigt.
- Die Qualität und landschaftliche Einbettung Bad Salzungen in die offene (Kultur-) Landschaft soll bewahrt werden. Hierzu werden notwendige spezifische Anforderungen für denkbar kritische Lagen formuliert.
- Die erforderliche Rechtssicherheit für die Werbetreibenden und Anwender ist wiederherzustellen, der Wettbewerb in der Werbewirtschaft zu fördern, es sollen internationale Formate Verwendung finden.

- Die Gewerbe- und Behördenbeschilderung, welche derzeit bereits umgesetzt wird, ist in der Werbeanlagensatzung berücksichtigt.
- Was für das einzelne Baugrundstück bzw. Haus gilt, muss sinngemäß auch Anwendung auf den Straßenzug finden; es werden folgerichtig Regelungen für das öffentliche Straßenland getroffen.

Die Satzung ist nicht dazu geeignet, Werbeanlagen aus dem Stadtbild zu verbannen. Sie soll vielmehr dafür Sorge tragen, dass Werbeanlagen so gestaltet werden, dass sie das Stadtbild einerseits nicht stören, beeinträchtigen oder verunstalten, andererseits durch ihre Vielfalt in entsprechenden Formen zur positiven Entwicklung des Stadtbildes im Sinne einer Pflege des städtebaulichen Gesamtgefüges beitragen.

#### Von der Werbesatzung nicht erfasste Gebiete

Die außerhalb des räumlichen Geltungsbereichs befindlichen Gebiete gehören entweder dem baulichen Außenbereich gemäß § 35 BauGB an, befinden sich innerhalb von Bebauungsplangebietem oder werden als nicht regelungsbedürftige Bereiche betrachtet.

#### Ziel der Satzung

Die vorliegende Satzung regelt die Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen, Warenautomaten, Werbefahnen und Werbe - Markisen. Die Bedeutung der historischen Altstadt und auch Kurstadt Bad Salzungen einerseits und die wirtschaftlichen Entwicklungen andererseits erfordern Rahmenbedingungen. Diese führen zu einem Interessenausgleich zwischen den Interessen der Gewerbetreibenden, die für ihr Geschäft werben sowie den allgemeinen Interessen zur Erhaltung des historischen Stadtbildes und dessen Attraktivität für den Fremdenverkehr.

Die Sensibilität des angeführten Interessenausgleiches gebietet die Differenzierung des Geltungsbereiches dieser Satzung in Verträglichkeitszonen, im folgenden Bereiche genannt.

Ziel der Satzung ist es, Werbeanlagen so zu errichten, anzubringen, zu ändern und zu unterhalten, dass sie sich nach Form, Maßstab, Gliederung, Material und Farbe entsprechend dem historischen Charakter, der künstlerischen Eigenart und der städtebaulichen Bedeutung dem Orts-, Straßen- und Landschaftsbild anpassen.

In begründeten Fällen sind Abweichungen nach § 66 Thüringer Bauordnung (ThürBO) von Festsetzungen dieser Satzung im Einvernehmen mit der Stadt zulässig. Voraussetzung hierfür ist eine gestalterische Beratung durch das städtische Bauamt.

Die Erhaltung der wertvollen historischen Substanz ist Aufgabe aller Bürger und das besondere Anliegen der Verantwortlichen in Kommunalpolitik und Verwaltung.

Daher erlässt die Stadt Bad Salzungen auf Grund von § 88 Abs. 1 ThürBO vom 13.03.2014, zuletzt geändert am 22.03.2016 und § 19 Thüringer Kommunalordnung (ThürKO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28.01.2003, zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 10.04.2018, die folgende **Satzung**.

## Teil I: Allgemeine Regelungen

### 1. Räumlicher Geltungsbereich

- 1.1. Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst Teile des Stadtgebietes von Bad Salzungen. Als Anlage wird die zeichnerische Umgrenzung der Gebiete, in welchen die Werbeanlagensatzung gilt, als Planzeichnung im Maßstab 1:10.000 beigelegt. Diese Planzeichnung ist Bestandteil der Satzung.

**Gebiet 1: Sanierungsgebiet** entsprechend der am 12.12.1997 veröffentlichten Sanierungssatzung (Gebiet mit besonderem Schutzstatus)

**Gebiet 2: Wohn- und Gemischte Bauflächen der Stadt sowie die Ortsteile**

(Gebiet mit dem vorrangigen Schutz der Wohnfunktion)

**Gebiet 3: Flächen entlang von Hauptverkehrsstrassen**

- Ortseingang Kloster aus Richtung Witzelroda vom OD-Prisma (Ortsdurchfahrt-Prisma) L 2895 entlang der Eisenacher Straße bis Hausnummer 77
- Eisenacher Straße (L 2895) vom Ortseingangsschild Dorf Allendorf bis August-Bebel-Straße
- Abzweig Eisenacher Straße bis August-Bebel-Straße 65
- Ortseingang Dorf-Allendorf aus Richtung Ettmarshausen vom OD-Prisma L 2895 bis August-Bebel-Straße 97 (Autohaus)
- Hersfelder Straße (B 62)
- Langenfelder Straße ab Einmündung Straße „Am Lindig“ über Kreuzung B62 / B 285 entlang Hauptstraße bis Einmündung Straße „Langes Maß“ in Langenfeld
- Hauptstraße in Langenfeld von Einmündung Straße „Wiesenweg“ bis OD-Prisma B 285 Ortsausgang Langenfeld nach Richtung Urnshausen
- Leimbacher Straße
- Bahnhofstraße (teilweise) bis Grenze Sanierungsgebiet (Bahnhofstraße 29)
- Werrastraße ab Grenze Sanierungsgebiet bis Kreuzung Grunddecke

### 2. Sachlicher Geltungsbereich

**Definition:** Werbeanlagen (Anlagen der Außenwerbung) sind alle **ortsfesten** Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Bilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschläge und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. Zu Werbeanlagen gehören auch Warenautomaten, Ausleger, Markisen mit Werbeaufdrucken, Werbefahnen und Werbeschriften an Fassaden.

- 2.1 Die vorliegende Satzung regelt die Zulässigkeit und Gestaltung von Werbeanlagen im Sinne von § 10 Abs. 1 und 5 ThürBO. Die Satzung dient dem Interesse der Allgemeinheit, dem Schutz und der Erhaltung des Stadtbildes. Die Vorschriften dieser Satzung sind nachrangig anzuwenden, wenn im Geltungsbereich von Bebauungsplänen im Sinne des BauGB abweichende Festsetzungen getroffen wurden.

- 2.2 Die Satzung ist nicht anzuwenden auf Wahlwerbung für die Dauer eines Wahlkampfes, sowie für zeitlich auf maximal zwei Monate befristete Werbung und genehmigte Veranstaltungswerbung. Weiterhin gilt diese Satzung nicht für ortsveränderliche Werbung, wie Aufsteller, Beach-Flags, Hinweisschilder unter 1 qm Ansichtsfläche und andere bewegliche Werbeanlagen, die täglich weggeräumt werden.

### **3. Erlaubnispflicht**

Die Erlaubnispflicht ist allgemein in der Thüringer Bauordnung geregelt. Für die einzelnen Gebiete der Werbeanlagensatzung ist die Erlaubnispflicht wie folgt festgesetzt:

Jede Errichtung oder Änderung einer Werbeanlage oder eines Warenautomaten ist im Gebiet 1 erlaubnispflichtig nach § 144 und § 145 BauGB. Die Erlaubnis erteilt die Stadt. Ab 1,0 m<sup>2</sup> Werbefläche sind die Werbeanlagen zusätzlich baugenehmigungspflichtig.

Im Gebiet 2 bedarf die Errichtung oder Änderung einer Werbeanlage ab einer Größe von 1,0 m<sup>2</sup> einer Baugenehmigung. Die zusätzlich erforderliche Erlaubnis durch die Stadt wird im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens eingeholt.

Die Festlegungen dieser Satzung hinsichtlich der Gestaltung und Ausführung der Werbeanlagen sind im Gebiet 2 jedoch auch für Anlagen unter 1,0 m<sup>2</sup> bindend.

## **Teil II: Anforderungen an Werbeanlagen**

### **4. Gebiet 1 - Gebiet mit besonderem Schutzstatus**

#### **4.1 Ort und Art der Anbringung**

Werbeanlagen sind nur im Erdgeschossbereich zulässig. Werbeanlagen sind so anzubringen, dass sie nicht störend oder verunstaltend wirken.

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Werbeanlagen werden bis maximal unterhalb der Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses zugelassen.

Der Befestigung dienende Konstruktionsteile sind verdeckt anzubringen. Elektronische Geräte, Kabelzuführungen und Montageleisten dürfen nicht sichtbar sein. Werbeanlagen sind nicht zulässig an Einfriedungen, Fensterläden, Balkonen, Erkern bzw. auf Dächern und anderen hochragenden oder vorspringenden Bauteilen, an Türen, an Toren und Fenstern, die nicht als Ladeneingänge oder Schaufenster dienen.

#### **4.2 Art der Werbeanlage**

An der Fassade eines Gebäudes ist von der dort ansässigen Firma nur eine Werbeanlage zulässig. Ein zusätzlicher Ausleger kann gestattet werden.

Mehrere Werbeanlagen an der Fassade sind in Form, Größe, Schriftzug und Farbe einander anzugleichen. Werbeanlagen an einem Gebäude für mehr als zwei Nutzer sind nur auf der Grundlage eines Gesamtgestaltungskonzeptes durch den Grundstückseigentümer für die Werbung am Gebäude genehmigungsfähig.

Dieses Gestaltungskonzept ist vom Grundstückseigentümer einzureichen und in der Stadtverwaltung abzustimmen.

Anbringung:

Werbeanlagen sind in Form von Schildern oder Zeichen flach auf der Fassade aufzubringen, rechtwinklig zur Fassade als Ausleger vorzusehen oder als freistehende Anlage zulässig. Bei Einzelbuchstaben ist nur eine vertikale und/oder horizontale Reihung der Buchstaben zulässig.

#### 4.3 Größe der Werbeanlage

Die Höhe der Werbeanlage darf beim liegenden Rechteckformat maximal 0,6 m betragen, die horizontale Abwicklung darf nicht länger als zwei Drittel der Gebäudefront sein. Die vertikale Werbeanlage darf maximal 2/3 der Höhe zwischen Geländeoberfläche und Brüstungshöhe im 1. Obergeschoss betragen. Die Höhe von Einzelbuchstaben ist ebenfalls auf 0,6 m begrenzt. Ein Abstand zu den Gebäudeecken von jeweils 1,0 m ist einzuhalten. Bei Gebäuden kleiner oder gleich 5,0 m Fassadenbreite ist ein seitlicher Abstand von mindestens 0,5 m einzuhalten.

Eine freistehende Werbeanlage ist an der Stätte der Leistung mit einer max. Ansichtsfläche von 1,0 m<sup>2</sup> und einer maximalen Gesamthöhe der Anlage von 4,5 m zulässig. Anstelle der freistehenden Werbeanlage kann auch ein Fahnenmast mit einer Gesamthöhe von 4,5 m gestellt werden. Bei mehreren Werbetreibenden in einem Objekt ist die freistehende Werbeanlage mit maximal 2,0 m<sup>2</sup> Ansichtsfläche für alle Werbetreibenden zusammen zulässig.

Die Beantragung erfolgt über den Grundstückseigentümer.

#### 4.4 Werbeausleger

Werbeausleger sind handwerklich zu gestalten.

Ausladungen / Auskragungen dürfen bis zu 1,0 m vor die straßenseitige Fassadenfläche vortreten. Von der Fahrbahnkante müssen sie einen Mindestabstand von 0,7 m einhalten. In der Höhe von der Gehsteigoberkante muss die Unterkante von Werbeauslegern einen Mindestabstand von 2,3 m einhalten.

#### 4.5 Leuchtreklame, Beleuchtung

Anlagen mit wechselndem und bewegtem Licht sind unzulässig. Das Anbringen von Leuchtschildern und –schriften in Form von Leuchtkästen ist unzulässig. Indirekt beleuchtete Einzelbuchstaben sind zulässig. Die Beleuchtung von Auslegern und sonstigen Werbeanlagen ist zulässig. Dabei sind Punktstrahler oder verdeckte Lichtleisten, auf die Werbeanlagenbreite bezogen, anzuwenden. Die Beleuchtung der Werbeanlage muss blendfrei sein. Einzelne selbstleuchtende Buchstaben sind zulässig.

#### 4.6 Schaukästen, Warenautomaten

Schaukästen sind an den Außenwänden der Gebäude anzubringen, die als Stätte der Leistung anzusehen sind.

Schaukästen und Warenautomaten dürfen nicht mehr als 0,1 m über die Fassadenfläche auskragen. Als eigenständige Anlage dürfen sie eine Fläche von 1,0 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.

## **5. Gebiet 2 – Gebiet mit dem vorrangigen Schutz der Wohnfunktion**

### 5.1 Ort und Art der Anbringung

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Werbeanlagen sind nicht zulässig an Einfriedungen, Fensterläden, Balkonen, Erkern, auf Dächern und anderen hochragenden oder vorspringenden Bauteilen, an Türen, an Toren und Fenstern, die nicht als Ladeneingänge oder Schaufenster dienen. Werbeanlagen sind so anzubringen, dass sie nicht störend oder verunstaltend wirkt.

### 5.2 Art der Werbeanlage

An der Fassade eines Gebäudes ist von der dort ansässigen Firma nur eine Werbeanlage zulässig. Ein zusätzlicher Ausleger kann gestattet werden.

Mehrere Werbeanlagen an der Fassade sind in Form, Größe, Schriftzug und Farbe einander anzugleichen.

Werbeanlagen an einem Gebäude für mehr als zwei Nutzer sind nur auf der Grundlage eines Gesamtgestaltungskonzeptes für die Werbung, welches durch den Grundstückseigentümer zu erstellen ist, genehmigungsfähig.

- Anbringung:

Werbeanlagen sind in Form von Schildern oder Zeichen flach auf der Fassade aufzubringen, rechtwinklig zur Fassade als Ausleger vorzusehen oder als freistehende Anlage zulässig.

Nicht zulässig sind Werbeanlagen mit Wechselwerbung oder Werbung mit bewegten Bildern (Videowerbung).

### 5.3 Größe der Werbeanlage

Die Höhe der Werbeanlage darf beim liegenden Rechteckformat maximal 0,7 m betragen, die horizontale Abwicklung darf nicht länger als zwei Drittel der Gebäudefront sein. Die vertikale Werbeanlage darf maximal 2/3 der Höhe zwischen Geländeoberfläche und Brüstungshöhe im 1. Obergeschoss betragen. Die Höhe von Einzelbuchstaben ist ebenfalls auf 0,7 m begrenzt.

Ein Abstand zu den Gebäudeecken von jeweils 1,0 m ist einzuhalten. Bei Gebäuden kleiner oder gleich 5,0 m Fassadenbreite ist ein seitlicher Abstand von mindestens 0,5 m einzuhalten.

Eine freistehende Werbeanlage ist an der Stätte der Leistung mit einer max. Fläche von 2,0 m<sup>2</sup> und einer maximalen Gesamthöhe der Anlage von 4,5 m zulässig. Anstelle der freistehenden Werbeanlage kann auch ein Fahnenmast mit einer Gesamthöhe von 6,0 m gestellt werden.

Bei großflächigen Handelseinrichtungen von 700,0 m<sup>2</sup> - 800,0 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (bis 1.200,0 m<sup>2</sup> Geschossfläche) sind zwei Werbeanlagen, je weitere 400,0 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist eine zusätzliche Werbeanlage in einer Größe bis 10,5 m<sup>2</sup> (Euroformat) zulässig. Bei Nahversorgungszentren (An den Beeten / Rhönblickcenter etc.) wird die Gesamtverkaufsfläche zugrunde gelegt. Die Gesamtverkaufsfläche stellt eine Handelseinrichtung dar.

#### 5.4 Werbeausleger

Ausladungen/Auskragungen dürfen bis zu 1,0 m vor die straßenseitige Fassadenfläche vortreten. Von der Fahrbahnkante müssen sie einen Mindestabstand von 0,7 m einhalten.

In der Höhe von der Gehsteigoberkante muss die Unterkante von Werbeauslegern einen Mindestabstand von 2,3 m einhalten.

#### 5.5 Leuchtreklame, Beleuchtung

Anlagen mit wechselndem und bewegtem Licht sind unzulässig. Die Beleuchtung der Werbeanlage muss blendfrei sein.

#### 5.6 Schaukästen, Warenautomaten

Schaukästen sind an den Außenwänden der Gebäude anzubringen, die als Stätte der Leistung anzusehen sind. Schaukästen und Warenautomaten dürfen nicht mehr als 10 cm über die Fassadenfläche auskragen. Als eigenständige Anlage dürfen sie eine Fläche von 2,0 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.

### **6. Gebiet 3 - Flächen entlang von Hauptverkehrsstraßen entsprechend der zeichnerischen Darstellung im Lageplan**

#### 6.1 Ort und Art der Anbringung

Entlang von Hauptverkehrsstraßen außerhalb des Gebietes 1 sind Werbeanlagen in Form von Säulen oder Tafeln bis zu einer Größe von 10,5 m<sup>2</sup> Ansichtsfläche und einem Abstand von mindestens 150,0 m zueinander zulässig. Anstelle der Werbeanlage (Säule oder Tafel) kann auch ein Fahnenmast mit einer Gesamthöhe von 8,0 m gestellt werden.

Ungeachtet dieser Anforderungen sind Werbetafeln auch an den Anlagen des öffentlichen Personennahverkehrs zulässig.

Für örtliche großflächige Handelseinrichtungen mit einer Verkaufsfläche ab 800,0 m<sup>2</sup> (ab 1.200,0 m<sup>2</sup> Geschossfläche) sind maximal 4 Werbeanlagen innerhalb des gesamten Stadtgebietes, zusätzlich zu den an der Stätte der Leistung befindlichen Anlagen, zulässig. Diese dürfen nicht im Gebiet 1 errichtet werden. Die Werbeanlagen sind so zu errichten, dass die Sicherheit im Straßenverkehr nicht beeinträchtigt wird.

Bei Bundes- und Landesstraßen ist eine zusätzliche Beantragung der Werbeanlagen beim Straßenbaulastträger vorzunehmen.

Nicht zulässig sind Werbetafeln oder -säulen mit Wechselwerbung oder Werbung mit bewegten Bildern (Videowerbung)

#### 6.2 Größe der Werbeanlage

Die Größe der Werbeanlage darf 10,5 m<sup>2</sup> (maximal Euroformat) nicht überschreiten.

(Werbefel Eurogröße 3,5 m\*2,5 m = 8,75 m<sup>2</sup> / 3,8 m\*2,7 m = 10,26 m<sup>2</sup>)

## Teil III: Weiterführende Vorschriften

### Abweichungen nach § 66 ThürBO

Gemäß § 66 (3) ThürBO entscheidet über Abweichungen (auf schriftlichen und begründeten Antrag) von dieser örtlichen Bauvorschrift sowie Ausnahmen und Befreiungen die Stadt Bad Salzungen, wenn es entsprechend Thüringer Bauordnung verfahrensfreie Vorhaben sind bzw. bei allen anderen Vorhaben die Untere Bauaufsicht im Einvernehmen mit der Stadt.

Bezüglich Werbeanlagen sind Abweichungen möglich insbesondere für:

- öffentlich zugängliche, touristische Einrichtungen oder Kureinrichtungen der Stadt Bad Salzungen
- Sehenswürdigkeiten der Stadt Bad Salzungen
- verfahrensfreie Werbeanlagen für Veranstaltungen in Bad Salzungen für eine Dauer von max. 2 Monaten
- Sammelhinweisschilder, auch an Ortseingängen
- Hinweisschilder für Behörden oder gewerbliche Einrichtungen.

Hinweisschilder für Behörden und gewerbliche Einrichtungen werden nur entsprechend der konkreten städtischen Vorgaben hinsichtlich Größe und Gestaltung gestattet.

- Behördenausschilderung: -weißer Untergrund, schwarze Schrift  
-Größe 0,4 m \* 1,4 m
- Gewerbebeschilderung: -weißer Untergrund, schwarze Schrift  
-Größe 0,15 m \* 0,6 m  
-im ersten Drittel ist ein farbiges Firmenlogo zulässig.

Diese Anlagen werden ausschließlich durch die Stadt montiert.

### Ordnungswidrigkeiten

1. Gemäß § 86 Abs. 1 Zi. 1 ThürBO handelt ordnungswidrig, wer vorsätzlich oder fahrlässig den Anordnungen der Satzung zuwiderhandelt, indem er:

im Gebiet 1:

- den Ort für die Werbeanlagen anders wählt, als in Punkt 4.1. vorgegeben
- die Art, Anzahl und Vorgaben der Anbringung der Werbeanlage nicht einhält, als im Punkt 4.2. vorgegeben
- die zulässige Größe der Werbeanlage überschreitet, als im Punkt 4.3 vorgegeben
- die Festlegungen zu Werbeauslegern entsprechend Punkt 4.4. nicht einhält
- die Beleuchtung und Leuchtreklame anders ausführt, als im Punkt 4.5. festgelegt
- die Schaukästen und Warenautomaten anders ausführt, als im Punkt 4.6. vorgegeben

im Gebiet 2:

- den Ort für die Werbeanlagen anders wählt, als im Punkt 5.1. vorgegeben



- die Art, Anzahl und Vorgaben der Anbringung der Werbeanlage nicht einhält, als im Punkt 5.2. vorgegeben
- die zulässige Größe der Werbeanlage überschreitet, als im Punkt 5.3 vorgegeben
- die Festlegungen zu Werbeauslegern entsprechend Punkt 5.4. nicht einhält
- die Beleuchtung und Leuchtreklame anders ausführt, als im Punkt 5.5. festgelegt
- die Schaukästen und Warenautomaten anders ausführt, als im Punkt 5.6. vorgegeben

im Gebiet 3:

- den Ort für die Werbeanlagen anders wählt, als in Punkt 6.1. vorgegeben
  - die zulässige Größe der Werbeanlage überschreitet, als im Punkt 6.2 vorgegeben.
2. Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 86 Abs. 3 ThürBO mit einer Geldbuße bis zu fünfhunderttausend Euro durch die Untere Bauaufsichtsbehörde geahndet werden.

### Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

### Anmerkung

Die **Gesamtübersicht** von Bad Salzungen mit dem räumlichen Geltungsbereich der Werbeanlagensatzung ist im Maßstab 1:10.000 im Anhang ersichtlich.

**Bad Salzungen, den 27.08.2018**

Siegel

**Bohl**  
**Bürgermeister**