

Fachbereich Stadtplanung und Vermessung

III 61-1 Mo

Bebauungsplan „Werbeanlagen Schwieberdinger Straße“ Nr. 026/08

Behandlung der Stellungnahmen aus der **frühzeitigen Beteiligung** in der Zeit vom 15.01.2013 bis 22.02.2013

I) Behörden und sonstige Träger öffentlicher Belange

Im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange wurden keine Anregungen/Stellungnahmen vorgebracht.

Behandlung der Stellungnahmen aus der **frühzeitigen Beteiligung** in der Zeit vom 18.12.2012 bis 01.02.2013

II) Öffentlichkeit

Im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit wurden keine Anregungen/Stellungnahmen vorgebracht.

Behandlung der Stellungnahmen aus der **förmlichen Beteiligung** in der Zeit vom 07.07.2015 bis 07.08.2015

I) Behörden und sonstige Träger öffentlicher Belange

Träger öffentlicher Belange	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
Bezirkskammer Ludwigsburg der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart	06.08.2015	<p>Hinsichtlich der Größe der Werbung geben wir aber zu bedenken, dass eine Buchstabengröße von 40 cm sehr klein ist. Wenn Werbung Sinn machen und für Autofahrer und Fußgänger erkennbar sein soll, sollte sich die maximale Buchstabengröße im Bereich zwischen 50 cm und 1 m bewegen. Auch der dort ansässige Handel lebt ein Stück weit von der werblichen Darstellung an der Schwieberdinger Straße und dies muss er auch erkennbar zum Ausdruck bringen dürfen.</p>	<p>In seiner Sitzung am 24.06.2015 hat der Gemeinderat den Entwurf des Bebauungsplanes und der örtlichen Bauvorschriften sowie die öffentliche Auslegung und die Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange beschlossen. Entsprechend dieses Beschlusses wurden die örtlichen Bauvorschriften und die Begründung vor dieser Beteiligung in Bezug auf die Höhe der Werbeanlagen angepasst (von 0,40 m auf max. 0,80 m) und mit Datum 05.06.2015/24.06.2015 versehen. Diese geänderten Unterlagen wurden auch an die Bezirkskammer Ludwigsburg der Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart versandt.</p> <p>Eine telefonische Rückfrage dort hat ergeben, dass die (veraltete) Buchstabengröße von 0,40 m der Zeitung entnommen wurde und es sich bei der Stellungnahme im Hinblick auf die Buchstabenhöhe um ein Missverständnis handelt.</p>

			<p>Nach erneuter Sichtung der Unterlagen im Hinblick auf die max. Höhe der Werbeanlagen von 0,80 m wurde dem Entwurf telefonisch zugestimmt.</p> <p><i>Die Stellungnahme wurde zur Kenntnis genommen. Änderungen der bisherigen Planung, die zu einer erneuten Beteiligung führen würden, ergeben sich daraus nicht.</i></p>
--	--	--	--

Behandlung der Stellungnahmen aus der **förmlichen Beteiligung** der Öffentlichkeit in der Zeit vom 07.07.2015 bis 07.08.2015

II) Öffentlichkeit

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
<i>Stellungnahme 1</i>	06.08.2015	<p>Durch den Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) würde schwerwiegend in das Eigentumsgrundrecht (Art. 14 GG) unserer Mandantin eingegriffen (hierzu 1). Dieser Eingriff wäre nicht gerechtfertigt und daher rechtswidrig (hierzu 2).</p> <p>1. Geplante Regelung greifen in Eigentumsgrundrecht unserer Mandantin ein</p> <p>Das Grundstück unserer Mandantin ist nicht (wirksam) überplant. Für das Grundstück gelten keine örtlichen Bauvorschriften in Bezug auf die Nutzung von Werbeanlagen. Werbeanlagen als eigenständige Hauptnutzung sind bislang zulässig.</p> <p>a) Nach dem Entwurf des Bebauungsplans und der örtlichen Bauvorschriften „Werbeanlagen Schwieberdinger Straße“ Nr. 026/08 soll sich dies in Zukunft ändern. Gemäß Abschnitt A Ziff. 1.1 der textlichen Festsetzungen zum Bebauungsplan (Entwurf) sollen Werbeanlagen als eigenständige Hauptnutzung (nicht an der Stätte der Leistung) zukünftig ausnahmslos unzulässig sein. Geschäftswerbung (an der Stätte der Leistung) soll zwar nicht grundsätzlich ausgeschlossen, allerdings nur noch sehr eingeschränkt zulässig sein, vgl. Abschnitt B.1 Teilbereich A Ziffer 2 ff. der örtlichen Bauvorschriften (Entwurf). Die örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) enthalten detaillierte Regelungen über die Anzahl der zulässigen Werbeanlagen an Gebäuden, die Anbringungsorte, die Gestaltung und Größe von Werbeanlagen, über Schaufenster, Fenster und Türen, über ausnahmsweise zulässige Werbeanlagen und ausnahmslos unzulässige Werbeanlagen. Maximal soll eine Werbeanla-</p>	<p>Die Gemeinden haben Bauleitpläne aufzustellen, sobald und soweit es für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich ist.</p> <p>Der Bebauungsplan „Werbeanlagen Schwieberdinger Straße“ setzt einen Impuls zur Attraktivitätssteigerung Ludwigsburgs, insbesondere der Schwieberdinger Straße als Stadteingangsstraße von Ludwigsburg und verfolgt somit u.a. das städtebauliche Ziel, das einheitliche Erscheinungsbild zu sichern und dadurch eine durchgängige Handlungsweise sicherzustellen. Dies ist für eine städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich. Weiter wurde festgestellt, dass der für das betroffene Grundstück geltende Bebauungsplan in nichtöffentlicher Sitzung beschlossen wurde, was zu dessen Unwirksamkeit führt. Um Rechtssicherheit herzustellen, wird die Art der Nutzung für diesen Bereich mit diesem Bebauungsplan „erneut“ festgesetzt. Auch dies ist für eine städtebauliche Entwicklung und Ordnung erforderlich.</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>ge je Betrieb an der Stätte der Leistung pro Gebäudefassade zulässig sein. Werbeanlagen sollen nur noch innerhalb der überbaubaren Grundstücksflächen, am Gebäude, in den Brüstungszonen und nicht oberhalb der Gebäudekante oder auf dem Dach zulässig sein. Die Anbringung von Werbeanlagen über Gebäudeecken, an Brandwänden, Giebeln, und an Einfriedungen soll unzulässig sein. Werbeanlagen sollen nur noch einen maximalen Anteil von 40 % an der Fassadenbreite ausmachen dürfen. Verschiedene Werbeanlagen werden sogar gänzlich ausgeschlossen, etwa Werbeanlagen mit wechselndem, bewegtem oder laufendem Licht und Booster (Lichtwerbung am Himmel), Transparente, Spannbänder, Banner und Fahnenwerbung, Werbung mit akustischen oder elektronischen Medien sowie durchgehende Farbbänder mit Werbecharakter. Durch die im Entwurf vorgesehenen Regelungen wird damit bis ins kleinste Detail vorgeschrieben, ob und in welchem Umfang Grundstücke zu Werbeanlagen zukünftig noch genutzt werden dürfen.</p> <p>b) Durch den Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) wird die Nutzbarkeit des Grundstücks unserer Mandantin beträchtlich eingeschränkt. Erstmals soll unserer Mandantin vorgeschrieben werden, in welchen Fällen, in welcher Art und Weise, in welcher Größenordnung, in welcher Anzahl und in welcher Form sie Werbeanlagen auf ihrem Grundstück errichten darf. Bei Umsetzung von Bebauungsplan und örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) wäre es unserer Mandantin zukünftig nicht mehr möglich, frei über die Nutzung ihres Grundstücks durch Werbeanlagen zu entscheiden. Das Verbot von Werbeanlagen als eigenständige Hauptnutzung würde für unsere Mandantin zu handfesten Einbußen führen. Zum einen könnte sie auf ihrem Grundstück keine Werbung mehr in eigener Sache machen, soweit sich Betriebsstätten nicht auf dem Grundstück selbst befinden. Zum anderen könnte sie Werbeanlagen nicht mehr an Dritte vermieten, soweit diese keine Stätte der Leistung auf dem Grundstück haben. Durch die örtli-</p>	<p>Der Mandantin wird es auch nach Satzungsbeschluss möglich sein, auf ihrem Grundstück Werbeanlagen zu errichten. Denn Werbeanlagen an Stätte der Leistung sind auch zukünftig in eingeschränktem, jedoch ausreichendem Maß zulässig. So ist z.B. eine Werbeanlage an pro Fassadenseite und Betrieb zulässig sowie ausnahmsweise im Bereich jeder Zufahrt eine freistehende Werbeanlage.</p> <p>Lediglich die Aufstellung von Fremdwerbeanlagen wird unzulässig sein. Ein Rechtsanspruch, auf den Fortbestand bestehender Festsetzungen besteht nicht, zumal der Bebauungsplan in diesem Bereich unwirksam ist.</p> <p>Im vorliegenden Fall sind die öffentlichen und privaten Belange gegeneinander abzuwägen.</p> <p>Die Stabilisierung und nachhaltige Entwicklung der gewerblichen Flächen ist eine zentrale Herausforderung für die Stadtentwicklung. Die Aktualisierung der Gewerbeflächenenerhebung vom März 2015 zeigt einen deutlichen Rückgang der verfügbaren Gewerbeflächen und damit eine Verschärfung des Gewerbeflächennotstands in Ludwigsburg: Die freien,</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>chen Bauvorschriften (Entwurf) wäre unserer Mandantin etwa auch untersagt, auf ihrem Grundstück großflächige LED-Leuchtreklame oder Werbewürfel (z.B. auf dem Dach des auf ihrem Grundstück befindlichen Gebäudes) zu errichten. Durch die bei Inkrafttreten von Bebauungsplan und örtlichen Bauvorschriften nur noch sehr eingeschränkte Nutzbarkeit des Grundstücks würden auch potenzielle Mieter abgeschreckt. Schon heute besteht aufgrund der Planungen der Stadt Ludwigsburg die konkrete Gefahr, dass laufende Mietvertragsverhandlungen abgebrochen werden, da bei den Mietinteressenten befürchtet wird, dass zukünftig keine oder nur sehr eingeschränkt Werbeflächen zur Verfügung stehen. Aufgrund der seinerzeitlichen Rechtslage wurden verschiedenen Mietern auch bereits Zusagen hinsichtlich der Ausführbarkeit von Fassadenwerbung gemacht. Nun ist konkret zu befürchten, dass diese Bestandsmieter ihre Mietverträge vorzeitig beenden oder einfach auslaufen lassen. Darüber hinaus hat unserer Mandantin bereits konkrete Planungen für einen Werbewürfel sowie für die Positionierung und Ausführung einer Photovoltaik-Solarstromdachanlage durch einen externen Dienstleister durchführen lassen. Betroffen wäre auch die geplante Installation einer LED-Werbetafel in den Außenanlagen. Die beabsichtigten Regelungen zu Werbeanlagen würden bei unserer Mandantin daher zu wesentlichen wirtschaftlichen Schäden und insgesamt zu einer erheblichen Wertminderung ihres Grundstücks und zu einem tiefgreifenden Eingriff in ihr durch art. 14 GG geschütztes Eigentumsgrundrecht führen.</p> <p>2. Eingriff kann nicht gerechtfertigt werden</p> <p>Dieser Eingriff in das Eigentumsrecht unserer Mandantin könnte nicht gerechtfertigt werden. Die in der Begründung zum Entwurf von Bebauungsplan und Satzung über örtliche Bauvorschriften unter Ziffer 5 genannten Ziele der Planung (hierzu a)</p>	<p>somit nutzbaren Gewerbeflächen werden kontinuierlich weniger, ebenso wie die gewerblichen Potentialflächen.</p> <p>Da Fremdwerbung zu Verzerrungen im Bodenpreisgefüge und damit mittelfristig zu unerwünschten Trading-Down-Effekten führt, sollen die wenigen Flächen vor dieser geschützt werden.</p> <p>Nach § 1 Abs. 9 BauNVO kann im Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen. Zu den ausschließbaren Anlagentypen gehören auch Anlagen der Fremdwerbung, weshalb vorliegend von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht wird.</p> <p>Entsprechend Art. 14 Abs.1 des Grundgesetzes werden Inhalt und Schranken des Eigentums durch die Gesetze bestimmt, somit u. a durch die aufgeführten Regelungen des Baugesetzbuches. Die baurechtlichen Vorgaben</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>können keine tragfähige Grundlage für den Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften darstellen (hierzu b).</p> <p>a) Ausweislich der Begründung soll der Bebauungsplan einen „Impuls zur Attraktivitätssteigerung Ludwigsburgs, insbesondere der Stadteingangsstraße als Entree von Ludwigsburg“ setzen. Der Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften sollen laut Begründung im Einzelnen folgende Planziele verfolgen:</p> <p>aa) Das „unverwechselbare Stadtbild der Stadt Ludwigsburg“ solle gesichert und Beeinträchtigungen des historischen Alleensystems vermieden werden (Planziel 1). Zu dem Alleensystem gehörten größtenteils auch die sog. Haupteingangsstraßen. Das Erscheinungsbild dieser Straßenräume hänge nicht nur von der Gestaltung der Gebäude und des Straßenraums ab, sondern auch von Werbeanlagen. Die Regelung der Fremdwerbung trage zur Verbesserung des Erscheinungsbildes und zur „Weiterentwicklung der charakteristischen Barockstruktur“ der Stadt Ludwigsburg bei.</p> <p>bb) Weiteres Planziel sei die „Schaffung attraktiver Standortbedingungen“ (Planziel 2). Die Stabilisierung und nachhaltige Entwicklung der gewerblichen Flächen sei eine zentrale Herausforderung für die Stadtentwicklung. Die Aktualisierung der Gewerbeflächenerhebung im März 2015 habe einen deutlichen Rückgang der verfügbaren Gewerbeflächen und damit eine Verschärfung des Gewerbeflächennotstandes in Ludwigsburg gezeigt. Dieser Entwicklung solle u.a. durch die Regelung zur Fremdwerbung entgegengetreten werden.</p> <p>cc) Schließlich solle der Bebauungsplan einschließlich der örtlichen Bauvorschriften eine gute „Orientierung im Stadtraum“ gewährleisten (Planziel 3). Die Regelung der Art, Form und Größe von Werbeanlagen solle ein Überfrachten der Straßen-</p>	<p>wurden alle begründet und sind verhältnismäßig. Somit entsteht kein Widerspruch zu Artikel 14 des Grundgesetzes.</p> <p>Eine Photovoltaik-Solarstromdachanlage ist von den Festsetzungen und Regelungen über Werbeanlagen nicht betroffen. Bereits genehmigte Werbeanlagen besitzen Bestandschutz.</p> <p>Die wirtschaftlichen Schäden stehen nicht außer Verhältnis zum Ziel der Planung, da es weiterhin möglich sein wird, Geschäftswerbung zu betreiben.</p> <p>Vor allem, weil es sich um eine stark befahrene mehrspurige Haupteingangsstraße als Entree von Ludwigsburg handelt, ist es in besonderem Maße wichtig, dass von ihr ein positiver Impuls zur Attraktivitätssteigerung Ludwigsburgs ausgeht. Die Gestaltung des Ortsbildes gehört nach § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 4 BauGB zu den bei der Aufstellung von Bauleitplänen besonders zu berücksichtigenden Belangen. Die negative Wirkung, die durch ein unkontrolliertes Ausmaß von Werbeanlagen entsteht, beschränkt sich nicht nur auf das Grundstück selbst, sondern lässt auch</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>räume verhindern.</p> <p>b) Die Ziele der Planung vermögen die einschränkenden Regelungen von Bebauungsplan und örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) nicht zu rechtfertigen. Im Einzelnen:</p> <p>aa) Soweit auf die Sicherung des „<i>unverwechselbaren Stadtbilds</i>“ und den Rahmenplan „<i>Historische Alleen Ludwigsburg</i>“ abgestellt wird, ist bereits grundsätzlich nicht nachvollziehbar, inwiefern hier Abhilfe und Verbesserung durch die beabsichtigten Regelungen zu Werbeanlagen geschaffen werden soll. Bei dem von Bebauungsplan und örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) erfassten Gebiet handelt es sich um einen stark befahrenen mehrspurigen Haupteingangsstraßenzug, der weder durch eine historische Alleenstruktur noch durch ein unverwechselbares Stadtbild geprägt ist. Auch ist dieser Hauptstraßeneinzug nicht für das unverwechselbare Stadtbild der Stadt prägend. Die Regelung der Fremdwerbung könnte auch nicht zur „<i>Weiterentwicklung der charakteristischen Barockstruktur</i>“ beitragen. Denn die Schwieberdinger Straße ist vorwiegend durch Gewerbe-, Industrie-, Misch- und Sondergebiete geprägt. Die vorhandenen Bestandsgebäude wurden fast ausschließlich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts errichtet. Eine historische Barockstruktur ist hier nicht vorhanden. Auch Baudenkmäler bestehen nicht in unmittelbarer Umgebung. Die Regelungen zur Fremdwerbung können daher nicht dazu beitragen, die charakteristische Barockstruktur der Stadt Ludwigsburg zu unterstützen. Das erste Planziel „<i>Sicherung des unverwechselbaren Stadtbilds</i>“ vermag den Eingriff in Art. 14 GG nicht zu rechtfertigen.</p> <p>bb) Gleiches gilt für die Planziele der „<i>Schaffung attraktiver Standortbedingungen</i>“ und der „<i>Orientierung im Stadtraum</i>“. Nach der Begründung zum Entwurf des Bebauungsplans und der örtlichen Bauvorschriften sollen die Regelungen zur Fremd-</p>	<p>seine Umgebung in einem schlechten Licht erscheinen. Da bereits sehr viele Werbeanlagen vorhanden sind, ist darauf Acht zu geben, dass sich die Situation vor Ort nicht weiter verschlechtert. Unter anderem begrüßt auch das Referat Denkmalpflege des RP Stuttgart die Ziele des Bebauungsplans, Werbeanlagen an der Schwieberdinger Straße, die in Teilen das barocke Alleensystem Ludwigsburg umfasst (Kulturdenkmal gem. § 2 Denkmalschutzgesetz), zu reglementieren und damit das überlieferte Erscheinungsbild der Alleenstraße zu schützen.</p> <p>Die Begrenzung der Werbeanlagen unterstützt die Schaffung attraktiver Standortbedingungen, da lediglich Werbeanlagen als eigenständige Hauptnutzung (nicht an der Stätte der Leistung) in Zukunft unzulässig sind, da diese Art Werbung u.a. für den Rückgang an verfügbaren Gewerbeflächen verantwortlich ist. Da Fremdwerbung ausgeschlossen ist, kommen die ortsansässigen Betriebe durch ihre eigene Werbung besser zur Geltung und erhalten mehr Aufmerksamkeit. Durch die gestalterischen Vorgaben, z.B. die Größe der Werbeanlagen und die Regelungen zu den Anbringungsorten, soll die Hochwertigkeit der</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>werbung einem Rückgang der verfügbaren Gewerbeflächen entgegenwirken und somit zu einem Flächengewinn von Gewerbeflächen führen. Dieses Ziel kann durch die geplanten Regelungen über Werbeanlagen nicht erreicht werden. Denn durch die geplanten Regelungen in Bezug auf Fremdwerbung sowie in Bezug auf die Gestaltung von Geschäftswerbung dürfte der festgestellte Rückgang der verfügbaren Gewerbeflächen vielmehr befördert werden. Für Gewerbebetriebe ist eine effektive Werbung besonders wichtig. Würde den vorhandenen Gewerbebetrieben nun sehr restriktiv und bis ins kleinste Detail vorgeschrieben, welche Werbeanlagen zulässig sind und in welcher Form, Größe und Anzahl, würde dies die Attraktivität des Standortes weiter verringern. Sollte der Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) umgesetzt werden, würde der Rückgang an Gewerbeflächen im Bebauungsplangebiet nicht gestoppt, sondern befördert werden.</p> <p>3. Fazit</p> <p>Der Bebauungsplan und die örtlichen Bauvorschriften (Entwurf) greifen in nicht gerechtfertigter Weise in das Eigentumsrecht (Art. 14 GG) unserer Mandantin ein. Ein schlüssiges Planungskonzept fehlt. Die vorgetragenen Einwendungen sind im Rahmen des weiteren Planungsverfahrens zu berücksichtigen. Eine ausgewogene und rechtmäßige Überplanung des Gebiets wäre nur dann möglich, wenn entweder auf Vorgaben zur Fremd- und Geschäftswerbung gänzlich verzichtet würde oder die Vorgaben deutlich weniger restriktiv ausgestaltet würden. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass es sich bei der Schwieberdinger Straße um eine stark frequentierte Haupteingangsstraße handelt, die sich aufgrund des großen potentiellen Adressatenkreises städtebaulich für Werbung besonders eignet. Für Stadteingangs- und Stadtausgangsstraßen ist eine Nutzung der angrenzenden Grundstücke für Werbeanlagen sinnvoll und auch allgemein üblich. Dies gilt nicht nur für Geschäftswerbung, sondern auch für Freiwerbung. Denn für die in einer Gemeinde ansässigen Betriebe ist es wirtschaftlich von maßgebender Bedeutung, dass sie</p>	<p>Werbeanlagen sichergestellt werden, was auch zur Schaffung attraktiver Standortbedingungen führt.</p> <p>Die Orientierung im Stadtraum wird erleichtert, wenn dieser nicht von Werbeanlagen überfrachtet ist. U.a. kommt das Gewerbeleitsystem besser zur Geltung, was wiederum den ortsansässigen Betrieben zu Gute kommt.</p> <p>Die Abgrenzung des Geltungsbereichs wurde so gewählt, dass im Wesentlichen die Sichtbeziehungen von der Schwieberdinger Straße, einschließlich der Kreuzungsbereiche der Querstraßen, enthalten sind. U.a. befinden sich Grundstücke nur teilweise innerhalb des Geltungsbereichs, so dass hinsichtlich der Werbeanlagen Festsetzungen aus unterschiedlichen Bebauungsplänen bzw. Bauvorschriften gelten können. Der Ausschluss der Fremdwerbung gilt nur im Geltungsbereich dieses Bebauungsplans, so dass es an anderen Stellen auch weiterhin möglich sein wird, Fremdwerbung zu betreiben. Es besteht kein Anspruch darauf, dass in einem Gebiet, z.B. in einem Gewerbegebiet, auch alle gewerblichen Nutzungen der BauNVO zugelassen sein müssen.</p>

Öffentlichkeit	Datum des Schreibens	Stellungnahmen	Stellungnahme der Verwaltung mit Abwägungsvorschlag
		<p>auch dann an stark frequentierten Stadteingangs- und Stadtausgangsstraßen für sich werben können, wenn sich die Stätte der Leistung in einer anderen Gegend der Gemeinde befindet. Diese Gesichtspunkte muss ein städtebauliches Gesamtkonzept berücksichtigen. Anzumerken bleibt schließlich, dass der Stadt Ludwigsburg im Rahmen des bauordnungsrechtlichen Genehmigungsverfahrens genügend Einflussmöglichkeit auf die Positionierung und Gestaltung von Werbeanlagen zusteht.</p>	<p><i>Die Stellungnahme wurde zur Kenntnis genommen. Änderungen der bisherigen Planung, die zu einer erneuten Beteiligung führen würden, ergeben sich daraus nicht.</i></p>