

---

## Satzung

### **der Stadt Andernach über die Zulässigkeit und die äußere Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten im inneren Stadtbereich vom 25.08.1992**

---

#### **Gesetzliche Grundlagen**

Aufgrund des § 24 der Gemeindeordnung für Rheinland-Pfalz (GemO) vom 14.12.1973 (GVBl. Seite 419) in der zuletzt gültigen Fassung und des § 86 (1) Ziffer 1 und 2 und (4) Ziffer 1 der Landesbauordnung für Rheinland-Pfalz (LBauO) vom 10.12.1986 (GVBl. Seite 307) in der zuletzt gültigen Fassung, hat der Stadtrat der Stadt Andernach im Benehmen mit der zuständigen Denkmal-schutzbehörde gemäß § 86 (5) LBauO die folgende Satzung beschlossen:

#### **Präambel**

Zum Schutz und zur Pflege des Stadtbildes im Kernstadtbereich Andernachs und insbesondere im für die Stadt charakteristischen Bereich der historisch gewachsenen Altstadt werden in den in § 1 dieser Satzung näher festgelegten Bereichen des Stadtgebietes neben den allgemeinen gesetzlichen Anforderungen besondere Zulässigkeitsvoraussetzungen und Gestaltungsanforderungen für Werbeanlagen und Automaten aufgestellt.

Derartige Anlagen haben sich an den das Stadtbild bestimmenden Gestaltungsmerkmalen zu orientieren und hierauf Rücksicht zu nehmen. Dabei wird nicht verkannt, dass der Kernbereich das natürlich gewachsene Zentrum der Stadt und dem Umlandes für Handel und Dienstleistung ist und dem Wunsch wie der Notwendigkeit von Werbung angemessen Rechnung zu tragen ist.

Das Werbebedürfnis muss jedoch dort seine Grenzen finden, wo durch Werbeanlagen Konstruktions- und Gestaltungsmerkmale eines Gebäudes oder Straßenzuges oder sonstige stadtbildprägende Charakteristika verleugnet oder überdeckt werden und sich die Werbung selbst bezugslos als im negativen Sinne stadtbildprägender Faktor darstellt.

Nach der unterschiedlichen historischen, kulturellen und städtebaulichen Bedeutung bestimmter Bauten, Straßen und Plätze muss die Intensität der Anforderungen differenziert werden. Daher wird eine Unterteilung des Geltungsbereiches der Satzung in zwei Bereiche mit abgestuften Regelungen vorgenommen.

Der Bereich „Historische Altstadt“ bedarf dabei stärkerer Regelung, da er wegen seiner besonderen baugeschichtlichen Bedeutung und seiner kleinteiligen Struktur durch optische Störungen stärker beeinträchtigt wird.

Der Bereich „Innenstadt“ umfasst die Teile des Stadtkernes, die die historische Altstadt umgeben sowie die Haupteinfahrtsstraßen in die Innenstadt. Diese Bereiche prägen als „Visitenkarte“ den ersten Eindruck des Besuchers von einer Stadt und sind daher ebenfalls im Sinne dieser Satzung regelungsbedürftig.

## Teil I

### § 1 Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst zwei Bereiche, die folgendermaßen abgegrenzt sind:

#### Bereich 1 (Innenstadt)

Umgrenzung:

Koblenzer Straße bis zur Einmündung Werftstraße einschließlich der unmittelbar an die Kreuzung angrenzenden Grundstücke, Werftstraße, Breite Straße, Beckstraße, Agrippastraße (jeweils einschließlich der Grundstücke, auf den dem Bereich 1 abgewandten Straßenseiten), Grenze des Bereichs 2; außerdem alle Grundstücke beidseitig der Kölner Straße und der St. Thomaser Hohl.

#### Bereich 2 (Historische Altstadt)

Umgrenzung:

Agrippastraße, Konrad-Adenauer-Allee, Hindenburgwall, Am Stadtgraben (jeweils einschließlich der Grundstücke auf den dem Bereich 2 abgewandten Straßenseiten), Eisenbahnlinie Köln-Koblenz.

Die Abgrenzung der beiden Teilbereiche ist zusätzlich in dem dieser Satzung beigefügten Plan im Maßstab 1 : 10000 gekennzeichnet, der Bestandteil dieser Satzung ist.

### § 2 Begriffsbestimmungen

(1) Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) im Sinne dieser Satzung sind alle örtlich gebundenen Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

Hierzu zählen insbesondere Schilder, sonstige Anschläge, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbung und Schaukästen sowie für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln oder Flächen.

(2) Warenautomaten im Sinne dieser Satzung sind solche, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

### **§ 3 Genehmigungspflicht**

(1) Die Errichtung, Aufstellung, Anordnung, Anbringung und Änderung von nach § 61 (1) Ziffer 38, 40 und 42 LBauO genehmigungsfreien Anlagen und Automaten bedürfen der Genehmigung durch die Bauaufsichtsbehörde, soweit es sich um Werbeanlagen und nicht um Schilder oder Schaukästen handelt, die lediglich den Hinweis auf Name und Beruf beinhalten und die einzeln eine Größe von 0,2 qm bzw. mit mehreren zusammen eine Gesamtfläche von 0,35 qm nicht überschreiten.

(2) Werbung, die ihrer Natur nach zeitlich begrenzt ist und sich im Rahmen des § 61 (1) Ziffer 39 LBauO auf Jubiläums-, Räumungs- sowie Aus- und Schlussverkäufe bezieht, sowie politische Werbung und Informationsmaterial bleiben baugenehmigungsfrei, soweit sie spätestens nach Ablauf von 2 Monaten entfernt werden.

Die Genehmigungspflicht nach sonstigen öffentlich-rechtlichen Vorschriften bleibt unberührt.

(3) Das Erlaubnisverfahren kann über einen einheitlichen Ansprechpartner im Sinne des § 1 Abs. 1 des Landesgesetzes über die einheitlichen Ansprechpartner in Verwaltungsangelegenheiten vom 27.10.2009, GVBl. Seite 355, in der jeweils geltenden Fassung abgewickelt werden.<sup>1</sup>

(4) Auf das Erlaubnisverfahren finden die Bestimmungen über die Genehmigungsfiktion nach § 42 a des Verwaltungsverfahrensgesetzes (VwVfG) mit der Maßgabe Anwendung, dass die Frist nach § 42 a Abs. 2, Satz 1 VwVfG 4 Wochen beträgt.<sup>1</sup>

### **§ 4 Allgemeine Anforderungen**

(1) Werbeanlagen müssen in maßstäblicher Anordnung, in Umfang, Werkstoff, Form, Farbe und bei Leuchtreklamen in der Leuchtwirkung dem baulichen Charakter und dem Maßstab des jeweiligen Straßen- bzw. Platzraumes sowie des Gebäudes entsprechen, an dem sie angebracht sind; sie dürfen Bau- und Architekturgliederungen nicht durchschneiden oder überdecken und müssen werbegerecht durchgebildet und klar gestaltet sein.

(2) Lichtwerbung und ihre Tragkonstruktionen dürfen auch in der Tageswirkung die Fassadengestaltung und das Straßen- und Platzbild nicht verunstalten.

- (3) Elektrische Geräte, Kabelzuführungen und Montageleisten einer Werbeanlage dürfen grundsätzlich nicht sichtbar angebracht werden. Wenn dies nicht möglich ist, sind sie in der Farbe der Fassade auszuführen.
- (4) Im Zusammenhang mit der Anbringung einer Werbeanlage ist das Verkleiden von Gebäudeteilen in den Obergeschossen unzulässig.
- (5) Das Überdecken von Steinmetzarbeiten oder Schnitzwerken, Wappen und Jahreszahlen ist unzulässig.
- (6) Eine Werbeanlage aus mehreren Teilen ist einheitlich zu gestalten.

---

## TEIL II

### **§ 5 Einzelbestimmungen**

(1) Werbeanlagen und Warenautomaten sind unzulässig:

- oberhalb der Traufe eines Gebäudes
- an Türmen und Schornsteinen
- an Toren und Fensterläden
- an Geländern
- in Vorgärten, Grün- und Freiflächen auf Wohnhausgrundstücken
- an Zäunen, Gittern und anderen Einfriedungen mit Ausnahme von flach anliegenden Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 qm an über 1,5 m hohen Einfriedungsmauern
- auf Vordächern und Sonnenschutzeinrichtungen, wenn die Schriftgröße 30 cm übersteigt
- in Form von Wechsellichtanlagen, Blinklichtanlagen, Leuchtgirlanden und sich bewegenden Konstruktionen.

Im Bereich 2 sind darüber hinaus unzulässig:

- Werbeanlagen und Warenautomaten an Bauteilen, die in den Straßenraum hineinragen, wie Erker, Balkone und Terrassen
- die Verwendung von Materialien mit eloxierter oder anderer metallisierend glänzender Oberfläche mit Ausnahme von Messing und Kupfer bei der Ausführung von Werbeanlagen
- der Ersatz von Materialien (wie z. B. Kupfer, Holz, Schmiedeeisen) durch Imitationen (z. B. Kunststoffe) bei der Ausführung von Werbeanlagen oder Warenautomaten.

(2) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Dies gilt nicht für Anschlagssäulen, - tafeln und -flächen für wechselnde Plakatwerbung, sowie für Werbeanlagen auf Giebelflächen und Brandmauern in der Art einer auf Putz oder Beton aufgemalten Schrift oder künstlerischen Gestaltung, für zu Werbezwecken gestaltete Kanaldeckel, an Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs und an öffentlichen Fahrradständern.

(3) Je Stätte der Leistung sind zulässig:

Im Bereich 1: bis zu 3 Werbeanlagen,

im Bereich 2: bis zu 2 Werbeanlagen,

davon höchstens 2 Markenwerbungen in untergeordneter Form.

Befinden sich an einem Gebäude mehrere Stätten der Leistung, so sind insgesamt höchstens zulässig:

Im Bereich 1: 5 Werbeanlagen,

im Bereich 2: 4 Werbeanlagen.

Je Stätte der Leistung ist jedoch immer nur eine vorstehende Werbeanlage zulässig.

Wird die Werbung von 2 oder mehr Stätten der Leistung auf einer vorstehenden Werbeanlage zusammengefasst, so kann die maximal zulässige Fläche für Vorstehtransparente um maximal 10 % erhöht werden.

Abweichend von Satz 1 bis 3 können zusätzlich Buchstaben-Schriften auf Vordächern und Sonnenschutzeinrichtungen gestattet werden, wenn deren Schriftgröße:

Im Bereich 1: 30 cm,

im Bereich 2: 20 cm

nicht übersteigt.

(4) Hat eine Stätte der Leistung mehrere den öffentlichen Verkehrsflächen zugewandte Fassadenseiten, so gelten die Zahlen des Absatzes 3 jeweils pro Fassadenseite.

(5) Je Gebäudefassade sind höchstens 2 Warenautomaten zulässig.

(6) Werbeanlagen und Warenautomaten müssen einen Abstand von mindestens 15 cm zu Gurtgesimsbändern, Fenster- und Türgewänden, Traufen und anderen Architekturgliederungen einhalten und in ihrer Lage axial zur jeweiligen Fassadengliederung angeordnet sein.

(7) Die Farbgestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten darf zusammen mit den Farben der Fassade, an der sie angebracht sind, nicht verunstaltend wirken.

(8) Werbeanlagen und Warenautomaten sind in der Erdgeschosszone nur bis zu einer gesamten Größe (in der Abwicklung aller Außenflächen) von maximal 3,0 qm (bei vorstehenden Werbeanlagen wird nur eine Ansichtsseite für die Flächenberechnung berücksichtigt) je Fassade zulässig.

In der Obergeschosszone sind Werbeanlagen nur bis zu einer gesamten Größe von maximal 2,0 qm je Fassade zulässig.

Als Erdgeschosszone gilt dabei die Fassadenfläche zwischen Straßenniveau und der Unterkante der Fenster im 1. Obergeschoss als Obergeschosszone bei Gebäuden mit mehr als einem Mauerwerksgeschoss die Fassadenfläche zwischen der Unterkante der Fenster im 1. Obergeschoss und der Unterkante der Fenster im 2. Obergeschoss (bzw. der Traufe bei Gebäuden ohne 2. Obergeschoss im Mauerwerk).

(9) Für die verschiedenen Arten von Werbeanlagen gelten außerdem jeweils die folgenden – auf die einzelne Anlage bezogenen – einschränkenden Bestimmungen:

1. Flachanliegende Werbeanlagen

1.1 Flachanliegende Werbeanlagen dürfen maximal 25 cm auskragen und bei zusammenhängenden oder bandartigen Werbeanlagen eine Höhe der Anlage von 60 cm nicht überschreiten.

Die Werbefläche auf der Anlage darf eine Höhe von 40 cm und eine Gesamtlänge von 70 % der Fassadenbreite nicht überschreiten.

1.2 Abweichend von 1.1 darf jedoch die Werbefläche einer auf Putz aufgemalten Schrift bei einer bandartigen Bemalung eine Höhe bis zu 60 cm und eine Gesamtlänge bis zu 100 % der gesamten Fassadenbreite haben.

1.3 Flachanliegende Werbeanlagen in nicht selbstleuchtender Ausführung oder in plastischen, leuchtenden oder nicht leuchtenden Einzelbuchstaben (Buchstabenform, keine Kästen!) sind in der Erdgeschosszone bis zu einem umfassenden Flächeninhalt der Werbefläche von maximal 2,0 qm zulässig.

In der Obergeschosszone sind solche Werbeanlagen

- im Bereich 1 bis zu einem umfassenden Flächeninhalt der Werbeanlage von maximal 1,0 qm zulässig,
- im Bereich 2 nicht zulässig.

2. Vorstehende Werbeanlagen

- 2.1 Vorstehende Werbeanlagen sind bis zu nachfolgend erläuteter maximaler Breite (parallel zur Fassade gemessen) zulässig:

Bereich 1:

- maximal 50 cm bei selbstleuchtender Ausführung
- maximal 5 cm bei nicht selbstleuchtender Ausführung (für den Anteil, der selbstleuchtend ausgeführt werden darf, sind maximal 50 cm Breite zulässig)

Bereich 2:

- maximal 25 cm bei selbstleuchtender Ausführung
- maximal 5 cm bei nicht selbstleuchtender Ausführung (für den Anteil, der selbstleuchtend ausgeführt werden darf, sind maximal 25 cm Breite zulässig).

- 2.2 Vorstehende Werbeanlagen müssen einen Abstand von den seitlichen Begrenzungen der Fassade von mindestens dem Maß ihrer jeweiligen Breite (parallel zur Fassade gemessen) einhalten.

Ab einer Auskragung von 30 cm muss die Unterkante der Anlage mindestens 2,40 m Abstand von der Oberkante einer darunter befindlichen Straßen- bzw. Fußgängerverkehrsfläche haben.

In dieser Höhe dürfen Werbeanlagen jedoch höchstens bis zum Rand der Fahrbahn (bzw. Fahrgasse bei Bereichen ohne Fahrbahneinfassung) reichen.

Vorstehende Werbeanlagen, die weiter als 30 cm auskragen und in die Fahrbahn bzw. Fahrgasse hineinreichen, müssen einen Abstand von mindestens 4,20 m zwischen Oberkante Fahrbahn bzw. Fahrgasse und Unterkante Werbeanlage einhalten.

Vorstehende Werbeanlagen sind oberhalb der Oberkante der 1. Obergeschossdecke nicht zulässig.

- 2.3 Vorstehende Werbeanlagen, die individuell gestaltet und nicht selbstleuchtend sind, dürfen einen umfassenden Flächeninhalt von maximal 1,2 qm haben und maximal 1,2 m auskragen.

Derartige Werbeanlagen können mit selbstleuchtenden Elementen kombiniert werden, wenn der selbstleuchtende Flächenanteil nicht mehr als 0,2 qm beträgt.

2.4 Vorstehende Werbeanlagen in selbstleuchtender Ausführung dürfen einen umfassenden Flächeninhalt bis zu

- maximal 0,7 qm im Bereich 1
- maximal 0,45 qm im Bereich 2

haben und maximal 90 cm auskragen.

2.5 Im Bereich 2 sind vorstehende Werbeanlagen, die vertikal zu lesen sind (sogenannte Kletterschriften) nicht zulässig.

3. Bei mehrteiligen Anlagen gleicher Art ist das entsprechende Flächenmaß gemäß 1.3/1.4 und 2.3/2.4 für die Gesamtheit aller Teile maßgebend. Bei verschiedenartigen Werbeanlagen beziehen sich die Maße des § 5 (8) auf die Gesamtheit.

4. Nicht selbstleuchtende Werbeanlagen dürfen von außen mit indirektem Licht beleuchtet werden; in diesem Fall soll die Beleuchtung mit verdeckten Punktleuchten oder abgedeckten Leuchtröhren erfolgen.

Werbeanlagen sind so auszuführen, dass Passanten und Anlieger durch sie nicht geblendet werden können.

5. Absatz 8 und 9 Punkt 1.1 bis 1.4 gelten entsprechend für dauerhafte Werbeanlagen, die innerhalb von Schaukästen oder Schaufenstern angebracht werden, wenn ihre Wirkung auf Außenwerbung abgezielt ist.

6. Fahnen, die mit Werbetexten oder –symbolen versehen und nicht nur vorübergehend angebracht werden, sind nur zulässig, soweit sie aus Stoff o. ä. leichtem textilem Material bestehen und maximal 1,20 m breit sind; die Höhe ist nicht begrenzt. Die Unterkante der Fahne muss frei hängen und darf nicht mit Versteifungen versehen werden.

(10) Das nicht nur vorübergehende Überkleben von Schaufenstern mit undurchsichtigen Materialien ist nur bis zu einem Anteil von 20 % der Schaufensterfläche zulässig.

(11) Plakate sind nur auf den eigens dafür bestimmten und bauaufsichtlich genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen vorbehaltlich einer gegebenenfalls erforderlichen Sondernutzungserlaubnis des Straßenbaulastträgers zulässig. Anschlagssäulen im Sinne von Satz 1 können nur an solchen Stellen genehmigt werden, an denen sie das Straßen- oder Stadtbild nicht verunstalten. Anschlagtafeln und –flächen sind an Wartehäuschen an Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs zulässig.

Sie können darüber hinaus auch unter der in Satz 2 genannten Voraussetzung auf zeitweilig ungenutzten oder zum Abstellen von Kraftfahrzeugen oder als Lagerplatz genutzten Grundstücken befristet für die Zeit bis zur Realisierung einer anderen Nutzung genehmigt werden.

Soweit mehrere Anschlagtafeln im gleichen Blickwinkel zusammen vom Betrachter erfasst werden können, sind

- im Bereich 1: maximal 3 Anschlagtafeln,
- im Bereich 2: maximal 2 Anschlagtafeln

zulässig.

Die Sätze 1 bis 4 dieses Absatzes gelten nicht für Werbeanlagen, die anlässlich von Wahlen, Volksbegehren oder Volksentscheiden durch politische Parteien und ihre Unterorganisationen sowie durch Wählergruppen angebracht oder aufgestellt werden; diese Anlagen müssen spätestens nach Ablauf einer Woche nach dem Wahl- bzw. Abstimmungstermin entfernt sein.

(12) Die zeichnerischen Erläuterungen zu einzelnen Absätzen der vorstehenden Festsetzungen sind Bestandteil dieser Satzung.

## **§ 6 Ausnahmen**

- (1) Ausnahmen von dieser Satzung können in Einzelfällen gestattet werden:
  - a) Wenn es sich um individuell gestaltete Werbeanlagen handelt, die den Zielen dieser Satzung und den in § 4 aufgeführten allgemeinen Anforderungen entsprechen und das Straßen- und Ortsbild nicht verunstalten und deren beabsichtigte Gestaltung nicht stören.
  - b) bei Werbeanlagen an Tankstellen und in Industrie- bzw. Gewerbegebieten aufgrund deren besonderer Betriebserfordernisse.
- (2) Befreiungen bestimmen sich nach § 67 LBauO.

### TEIL III

#### **Sonstige Vorschriften**

##### **§ 7**

#### **Belange der Denkmalpflege**

Werbeanlagen und Warenautomaten dürfen Gebäude, Bauteile und Anlagen von wissenschaftlicher, künstlerischer, handwerklicher und heimatgeschichtlicher Bedeutung nicht beeinträchtigen.

Im übrigen unterliegen Werbeanlagen an Kulturdenkmälern den Bestimmungen des Denkmalschutz- und -pflegegesetzes Rheinland-Pfalz.

##### **§ 8**

#### **Instandhaltung**

- (1) Werbeanlagen und Warenautomaten sind ständig instand zu halten. Die Absätze 1, 2 und 3 des § 4 gelten entsprechend.
- (2) Kommt der Betreiber einer Anlage dieser Verpflichtung nicht nach, so kann von der Bauaufsichtsbehörde die Beseitigung der betreffenden Anlage verlangt werden.

##### **§ 9**

#### **Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage oder einen Warenautomaten anbringt, aufstellt oder verändert, ohne die gemäß dieser Satzung hierfür erforderliche Genehmigung zu besitzen, oder vorsätzlich oder fahrlässig von einer aufgrund dieser Satzung erteilten Genehmigung abweicht, handelt ordnungswidrig und kann gemäß § 87 (2) LBauO i. V. m. § 17 (1) des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten mit einer Geldbuße bis zu 10.000,00 Euro<sup>1</sup>, bei fahrlässigem Handeln bis zu 5.000,00 Euro<sup>2</sup>, belegt werden.
- (2) Werbeanlagen und Warenautomaten, auf die sich die Ordnungswidrigkeit gemäß Satz 1 bezieht, können gemäß § 87 (6) LBauO i. V. m. §§ 22 ff des Gesetzes über Ordnungswidrigkeiten eingezogen werden.

---

<sup>1</sup> geändert durch Euro-Anpassungssatzung vom 03.09.2001

<sup>2</sup> geändert durch Euro-Anpassungssatzung vom 03.09.2001

**§ 10**  
**Regelungen für bestehende Anlagen**

Widerruflich erteilte Genehmigungen für bestehende Werbeanlagen und Warenautomaten, die nicht dieser Satzung entsprechen, können widerrufen werden.

Die Bauaufsichtsbehörde ist in diesen Fällen ermächtigt, entschädigungslos die Beseitigung bzw. Änderung zu verlangen.

**§ 11**  
**Inkrafttreten**

Diese Änderungssatzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Andernach, den 25. August 1992

Stadtverwaltung Andernach

Dr. Küffmann  
Oberbürgermeister

1eingefügt durch 1.Änderung der Satzung der Stadt Andernach über die Zulässigkeit und äußere Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten im inneren Stadtbereich vom 17.12.2009.

## Empfehlungen

1. Wenn im Geltungsbereich dieser Satzung Neubauten errichtet oder Fassaden umgestaltet werden, so wird empfohlen, auch gegebenenfalls vorgesehene Werbeanlagen von der/dem Architekten/in bzw. Planverfasser/in mitentwerfen zu lassen und zusammen mit dem Bauantrag einzureichen.

Die Gestaltung der Werbeanlage zusammen mit der Fassade wird fast immer eine einheitlichere und bessere Lösung ermöglichen.

Außerdem wird die Bearbeitung durch parallele Beantragung beschleunigt.

Die Werbeanlagen sollten der tatsächlichen Bedeutung der Örtlichkeit und dem Stil des Gebäudes – insbesondere bei Neubauten – entsprechen; eine übertrieben historisierende Ausführung von Werbeanlagen ist unerwünscht.

2. Erwünscht sind insbesondere folgende Arten von Werbeanlagen:
  - Auf Putzfassaden aufgemalte Schriften
  - Schriftzüge, die sich aus graphisch gut gestalteten, in ihrer Größe auf die Fassade abgestimmten Einzelbuchstaben zusammensetzen
  - Schattenschriften
  - historische Wirtshaus- und Handwerksschilder (bei alten Gebäuden)
  - hinterleuchtete Hohlschrifttafeln
  - bemalte Metallschilder
  - Werbetafeln, die kunsthandwerklich gefertigt und individuell oder künstlerisch gestaltet sind
  - indirekte Beleuchtung von Werbeanlagen durch verdeckte Strahler
  - Litfasssäulen anstelle von Plakatanschlagtafeln.