

## **Satzung über Anbringungsort, Abmessungen und Ausgestaltung von Werbeanlagen für einen Teil der Ortslage Köln-Ehrenfeld im Bereich Venloer Straße**

**Arbeitstitel: Werbesatzung Venloer Straße  
vom 19. Juni 2010**

Der Rat der Stadt Köln hat in seiner Sitzung am 20.05.2010 aufgrund des § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 und Abs. 2 Nr.1 in Verbindung mit § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3, § 65 Abs. 1 Nrn. 33, 33 b, 34, 35 und 36 der Bauordnung für das Land NW (BauO NRW) vom 01.03.2000 (GV NRW S. 255/SGV NRW 232) und in Verbindung mit § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NW) vom 14.07.1994 (GV NW S. 666/SGV NW 2023) – in der bei Erlass dieser Satzung geltenden Fassung – diese Satzung beschlossen.

### **Präambel**

Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Venloer Straße zwischen Innerer Kanalstraße und Leyendeckerstraße (siehe Karte in der Anlage). Die Venloer Straße ist wichtigste Einkaufstraße des Stadtbezirks Ehrenfeld und gleichzeitig eine bedeutende Verkehrsverbindung zur Kölner Innenstadt. Die Bebauung entlang der Venloer Straße bildet eine städtebauliche Einheit. Sie wird geprägt durch eine überwiegend drei- bis viergeschossige Straßenrandbebauung mit Verkaufsflächen oder Gaststätten in den Erd- und Wohnflächen in den Obergeschossen. Stadtbildprägend ist zudem eine Reihe von Baudenkmälern aus der Gründerzeit, die maßstabsgebend und identitätsstiftend für den Straßenzug sind.

### **Historische Entwicklung**

Die Venloer Straße erschließt den ältesten Teil Ehrenfelds nördlich und südlich der Eisenbahntrasse im Norden bis zur Leyendeckerstraße im Süden bis zur Pius- bzw. Franz-Geuer-Straße. Sie ist in besonderem Maße mit der Geschichte und der Entwicklung des Ortsteiles verknüpft. Die bis 1845 wenig bebaute Venloer Straße verband und verbindet noch heute die Kölner Altstadt mit Bickendorf. Mit der Anlage der Eisenbahnstrecke von Köln über Aachen nach Antwerpen ab 1838 (Eröffnung 1843) bot sich das an der Venloer Straße gelegene Gelände als innenstadtnaher Wohn- und Industriestandort an. Die Feldwege, wie alle späteren Straßen, wurden zunächst im rechten Winkel zur Venloer Straße geführt. Die zwischen Subbelrather- und Vogelsangerstraße angelegten Verbindungen begrenzen quereckige Quartiere, die den regelmäßigen Grundriss der späteren Stadt Ehrenfeld (1879 - 1888 selbständig) begründeten.

Der in unmittelbarer Nähe zur Venloer Straße 1863 geöffnete Güterbahnhof zog eine Reihe von Industrieansiedlungen nach sich (u. a. Helioswerke, Rheinische Glashütten-Actien-Gesellschaft 1864, Waggonfabrik P. Herbrand 1866). Die sich in Ehrenfeld ansiedelnden Arbeitnehmer deckten ihren täglichen Bedarf an der Venloer Straße auf dem Weg von der Arbeitsstätte. Die seitdem in Bahnhofsnähe in

ununterbrochener Folge entstehenden Läden bildeten schon damals eine Einkaufsstraße für alle Bedürfnisse.

Die erhaltenen Baudenkmäler vermitteln immer noch einen Eindruck von der Entwicklung des Ortes seit seiner Gründung. Die Kapelle an der Geisselstraße mit ihrem Vorplatz zur Venloer Straße erinnert an den als Gründer Ehrenfelds geltenden Ziegeleibesitzer Johann Wahlen (1792-1866), der sie als Familienkapelle 1862 von seinem Schwiegersohn Vincenz Statz (1819-1898) planen ließ. Sie ist damit das älteste erhaltene Bauwerk (1863) an der Straße. Die vom selben Architekten geplante katholische Pfarrkirche St. Joseph (1872/73) und das 1956 nach Kriegsbeschädigung abgetragene Rathaus (1879/80, ebenfalls Statz) wurden wie die Kapelle im neugotischen Stil gestaltet, letztere erfuhr jedoch durch den Turm, die Erweiterungsbauten und den Putz 1913 wesentliche Veränderungen.

Aus der frühesten Bebauungszeit sind nur sehr wenige Wohn- und Geschäftshäuser erhalten. Aus der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg sind bedingt durch Wirtschaftskrisen und die weitgehend geschlossenen Straßenrandbebauung verhältnismäßig wenige Bauten errichtet worden. Die sog. Rheinlandhalle auf dem Heliosgelände von 1882/85 wurde 1927 verändert. Das Gebäude Venloer Str. 383, vormals "Helios Lichtspiele" von 1910 (Architekt Stump) wurde 1937 sachlich umgestaltet. Das Barthonia Forum setzt mit seinem Hochhaus einen Akzent an der Venloer Straße in den 1960er Jahren. Die Mehrzahl der nach 1945 errichteten Bauten schlossen die Lücken mit meist schlichten Putzbauten, seltener Rasterfassaden, so dass das Straßenbild heute weitestgehend von gründerzeitlichen Dimensionen geprägt ist.

Das Geschäftszentrum Köln-Ehrenfeld, Venloer Straße, übernimmt als Bezirkszentrum eine Versorgungs- und Mittelpunkt Funktion für die rund 104 000 Bewohner des Stadtbezirks, nicht nur als Standort von Einzelhandelsbetrieben des kurz-, mittel und langfristigen Bedarfs, sondern auch als Standort von privaten und öffentlichen Dienstleistungen sowie Einrichtungen der Freizeit, der Kultur und der Gastronomie. Mit 165 Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von rund 34 500 m<sup>2</sup> (Stand 2008) ist das Geschäftszentrum Ehrenfeld nach Kalk das zweitgrößte Bezirkszentrum Kölns. Wie andere Bezirkszentren ist jedoch auch Ehrenfeld seit Jahren einem doppelten Konkurrenzdruck durch die prosperierende Kölner City und dem großflächigen Einzelhandel auf der "grünen Wiese" ausgesetzt. Bereits Ende der 1990er Jahre war entsprechend eine Häufung von Leerständen und Trading-down-Prozessen zu verzeichnen, die dazu führten, dass von 2001 an für zwei Jahre ein Standortmarketingprojekt im Bezirkszentrum durchgeführt wurde.

Aktuelle Bestandserhebungen zeigen eine Stabilisierung der Verkaufsfläche, allerdings mit größeren Defiziten im Bereich des mittelfristigen Bedarfs (v. a. Textilien, Schuhe, Lederwaren etc.) sowie auch teilweise qualitativen Defiziten im Einzelhandelsbesatz. Ziel des neuen Kölner Einzelhandelskonzeptes, das in 2010 dem Kölner Rat zum Beschluss vorgelegt werden soll, ist die Stabilisierung und Stärkung des Zentrums durch Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes insbesondere in den vorgenannten Defizitbereichen.

Die zunehmende Störung der architektonischen Gliederung von Gebäuden und der städtebaulichen Charakteristik der Venloer Straße durch eine wachsende Anzahl von Werbeanlagen an Gebäuden und im öffentlichen Straßenland, erfordern die Aufstellung dieser Satzung. In einem Umfeld aus zu großer, zu schriller und

deplazierter Werbeanlagen nehmen Einfüfungsbereitschaft und maßstäbliche Bescheidenheit von (neuen) Werbeanlagen ab. Aus Angst, vom Kunden nicht mehr wahrgenommen zu werden, kommt es zu negativen Nachahmungseffekten. Eine zunehmende Degradierung von Einzelgebäuden zu Werbeträgern führt zu einer schleichenden Entwertung des Straßenzugs, die langfristig negative Folgen im Hinblick auf die Qualität der Geschäfte und mögliche Mieteinnahmen haben können.

Um diese negativen Entwicklungen zu verhindern bzw. abzumildern und um das Ortsbild langfristig zu schützen, wird diese Satzung aufgestellt. Sie führt gemäß § 86 Abs. 2 Nr. 1 der Landesbauordnung Nordrhein-Westfalen eine Genehmigungspflicht für genehmigungsfreie Werbeanlagen und Anlagen ein. Durch Regulierung des Anbringungsorts sowie der Maße und der Ausgestaltung von Werbeanlagen soll die Satzung einen Beitrag leisten zur Wahrung der architektonischen und städtebaulichen Gestalt der Venloer Straße sowie zur Erhöhung ihrer Attraktivität. Sie verfolgt das Grundprinzip eines maßstäblichen und gestalterischen Einfügens einer Werbeanlage in das Erscheinungsbild eines Gebäudes und des Straßenbildes, so dass das Ortsbild nicht beeinträchtigt wird.

Die Bedürfnisse der Gewerbebetreibenden nach Eigendarstellung und Werbung werden in dieser Satzung gewahrt. Auch nach Inkrafttreten der Satzung hat jeder Geschäftstreibende die Möglichkeit, durch gut gestaltete Werbung hervorzutreten. Das Grundprinzip eignet sich für unterschiedliche Geschäftskonzepte wie inhabergeführte Geschäfte, Ketten, Gastronomie oder Dienstleistungsläden. Durch klare Grenzen, die die Satzung der Gestaltung von Werbeanlagen setzt, wird die Chancengleichheit gewahrt. Durch gestalterische Aufwertung der Venloer Straße können Gewerbebetreibende und Eigentümer langfristig profitieren. Denn dezente Werbung in einem homogen gestalteten Bereich ist oftmals wirksamer, als eine sehr schrille Werbung in einem sehr auffälligen, heterogenen Umfeld.

### Begründung

Grundsätzlich muss unterschieden werden zwischen **Werbeanlagen an Gebäuden** und Werbung im öffentlichen Straßenland. Werbeanlagen an Gebäuden müssen Rücksicht nehmen auf die Proportionen des Gebäudes, an dem sie angebracht sind. Sie sollen in Bezug stehen zu den Größen der Gliederungselemente der Gebäude wie Türen, Fenster, Gesimse, Erker etc. Die Werbeanlagen sollen in jedem Fall kleiner sein als die jeweiligen Gestaltungselemente einer Fassade.

Gegenstand der Regulierung von **Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland** ist neben der Sicherstellung von Sicherheit und Leichtigkeit des dort geführten Verkehrs (geregelt durch StrWG NRW), der Schutz wichtiger Blickbeziehungen und des städtebaulichen Charakters des Straßenzugs. Da Werbeanlagen im Straßenland in der Regel in keinem direkten Bezug zu Gestaltelementen einer Fassade stehen, sondern vielmehr zu Elementen wie Fahrrädern oder Telefonzellen, können Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland größer sein, als die an Fassaden.

## Werbeanlagen an Gebäuden

Werbeanlagen an Gebäudefassaden dürfen nur zwischen Erdgeschoss und Unterkante Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses angebracht werden. Dadurch soll gewährleistet werden, dass der überwiegende Teil der Fassade von Werbeanlagen freigehalten wird. Die Architektur des Gebäudes bleibt erleb- und erfahrbar. Die Informationsbedürfnisse der Geschäftstreibenden bleiben durch diese Regelung gewahrt, da Werbung im dafür wichtigsten und interessantesten Bereich, nämlich dem Bereich, der im natürlichen Blickfeld der Fußgänger liegt, weiterhin gestattet ist.

Werbeanlagen müssen so angeordnet werden, dass sie Fenster- und Schaufensterflächen weder teilweise noch vollständig verdecken. Durch diese Regelung soll sichergestellt werden, dass die Proportionen eines Gebäudes und die einzelnen Gestaltelemente klar ablesbar sind und die Erlebbarkeit der Geschäfte gewahrt bleibt. Aus diesem Grund sollen auch Erker und Balkonbrüstungen von Werbeanlagen freigehalten werden. Damit einzelne Häuser eines Straßenzuges als individuelle Gebäude ablesbar und erkennbar sind, darf eine Werbeanlage nicht auf ein benachbartes Haus übergreifen.

Ergänzt wird diese Regelung um eine flächenmäßige Beschränkung von auf Schaufenstern aufgebrachten Folien oder Ähnlichem. Schaufenster sind "das Gesicht des Handels" und die Visitenkarte des Einzelhändlers. Durch großflächiges Bekleben von Schaufenstern wird zum einen die Kommunikation von Fußgängern und Geschäftstreibenden gestört. Zum anderen wird die Erlebbarkeit des Waren- oder Dienstleistungsangebots erheblich eingeschränkt. Es entstehen "tote" Zonen, die die Attraktivität der Einkaufsstraße gefährden. Ausnahmen von diesem Grundsatz können gegeben sein, wenn Teile des Schaufensters beklebt werden, um auf Sonderangebote oder besondere jahreszeitliche Verkäufe hinzuweisen, oder wenn keine andere Form der Werbung am Gebäude vorhanden ist. Um diesen Informationsbedürfnissen der Geschäftstreibenden Rechnung zu tragen, wird das Bekleben von Schaufenstern bis zu 10 % der Gesamtschaufensterfläche zugelassen.

Um Überdimensionierungen zu vermeiden, werden Werbeanlagen an Fassaden auf die Größe von 1,5 m<sup>2</sup> beschränkt. Die maximal zulässige Größe leitet sich von der durchschnittlichen Größe von Gestaltelementen einer typischen Fassade auf der Venloer Straße ab. Gestaltelemente wie Fenster, Erker und Türen, die im Wesentlichen die Gliederung der Fassade beeinflussen, haben in der Regel Formate von 1 m x 2 m oder sind kleiner. Damit die Werbeanlagen die Fassade des Gebäudes nicht beherrschen, müssen sie in ihrer Größe eingeschränkt und den Gestaltungselementen untergeordnet werden.

Eine weitere Möglichkeit, um eine Überdimensionierung von Werbung gegenüber Gestaltelementen zu verhindern, ist die Einschränkung der Gesamtfläche der Werbung in Bezug zur Fassadenbreite. An einem breiten Haus kann mehr Werbung angebracht werden als an einem schmalen Haus, ohne dass die Proportionen der Fassade in Mitleidenschaft gezogen werden. Auf unterschiedliche Hausbreiten entlang der Venloer Straße nimmt die Satzung somit Rücksicht. Zusätzlich zu der maximalen Fläche von Werbeanlagen an einer Fassade begrenzt die Satzung die Anzahl der senkrecht zur Fassade stehenden Anlagen (Ausleger) auf die Anzahl der

in einem Gebäude befindlichen Ladenlokale. Präsentiert sich ein Gebäude zu mehr als einer Seite, so gilt diese Regelung für jede Wand.

Generell bevorzugt werden Werbeanlagen, die aus Einzelbuchstaben bestehen. Wenn sie direkt auf der Fassade angebracht sind, ist die Fassade durch die Buchstaben hindurch erkennbar, sie verdecken die Fassade nicht flächig. Die maximale Größe der Einzelbuchstaben wird auf 0,75 m Höhe begrenzt. Diese Höhe stellt sicher, dass bei der durchschnittlichen Breite der Venloer Straße der Schriftzug auch in der Distanz gut lesbar ist, ohne dabei zu aufdringlich zu sein. Auch in der Perspektive des Straßenverlaufs kann der Schriftzug in dieser Größe auch in der Distanz gut gelesen werden.

Flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,25 m vor die Bauflucht auskragen und in den Straßenraum hineinragen. Damit soll verhindert werden, dass Gestaltelemente der Fassade in der perspektivischen Ansicht durch zu weit vortretende Werbeanlagen verdeckt werden. Außerdem darf eine senkrecht zur Fassade stehende Werbeanlage maximal 1,00 m auskragen. In Kombination mit der Beschränkung der Anzahl von senkrecht zur Fassade angebrachten Werbeanlagen (Ausleger) wird auf diese Weise sichergestellt, dass die Fassadenfläche in der perspektivischen Ansicht nicht verdeckt wird.

Ausnahmsweise zugelassen werden Anlagen über 1,5 m<sup>2</sup> an Brandwänden. Brandwände sind im Allgemeinen Bereiche, in denen es keine relevante bauliche Prägung gibt, welche durch die großflächige Werbung beeinträchtigt werden könnte. Großflächige Werbeanlagen können daher an diesen Stellen zumeist verträglich integriert werden. Um einer Ausuferung vorzubeugen und zu verhindern, dass es durch Häufung mehrerer Werbeanlagen an einer Brandwand doch zu einer negativen Beeinträchtigung des Ortsbildes kommt, werden Anzahl und Ausgestaltung von Werbeanlagen an Brandwänden eingeschränkt.

Grundsätzlich unzulässig sind Werbeanlagen auf Einfriedungen oder Bauzäunen. An Bauzäunen soll keine Werbung angebracht werden, da zu befürchten ist, dass dann auch nicht erwünschte Wildplakatierung an diesen Bauzäunen vorzufinden ist. Werbeanlagen an Brücken sind ebenfalls unzulässig. Hier soll der Blick auf das Ingenieurbauwerk nicht verstellt werden.

Beleuchtete Werbeanlagen am Abend und in der Nacht können positiv zum Image und zur Aufenthaltsqualität in einer Geschäftsstraße beitragen. Werbeanlagen sollen allerdings selbst leuchten, zum Beispiel als Einzelbuchstaben oder aber hinterleuchtet sein. Angestahlte Werbeanlagen machen in der Regel einen wenig qualitätvollen Eindruck. Außerdem stören die auskragenden Beleuchtungskörper, die die flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlage anstrahlen, das Erscheinungsbild der Fassade. Besonders wenn Scheinwerfer in Reihen über der Werbeanlage angebracht werden, wirken sie tagsüber wie Fremdkörper an der Fassade. Auskragende Beleuchtungskörper sind daher unzulässig.

Die Venloer Straße ist eine hoch frequentierte Geschäfts- und Einkaufsstraße, in der in der Regel viel Bewegung und Unruhe durch Passanten, Radfahrer, Pkws und sonstige Fahrzeuge anzutreffen ist. Um nicht noch mehr Unruhe in den Straßenraum zu bringen, sollen die Werbeanlagen statisch sein und sich nicht bewegen. Das gilt auch für wechselnde Farben der Werbeanlage oder blinkende Werbeanlagen. Auch die neuerdings immer häufiger zu beobachtenden Projektionen von

Werbebotschaften oder Firmenlogos aus dem Ladenlokal heraus auf den davor befindlichen Bürgersteig soll nicht zulässig sein. Zum einen bedeutet dies eine nicht gewollte Privatisierung öffentlichen Straßenlandes und zum anderen werden Passanten dadurch unnötig irritiert.

Neben dem Erhalt und der Pflege des Ortsbildes als visuelle Wahrnehmung einer Stadt sind auch akustische Einflüsse für Raumwirkung und Aufenthaltsqualität verantwortlich. Der Gefahr einer akustischen "Vermüllung" und Privatisierung des öffentlichen Raums soll dadurch begegnet werden, dass vom Ladenlokal per Lautsprecher aus gesendete Werbebotschaften oder Musik nicht gestattet werden.

Vom Grundsatz des Einfügens einer Werbeanlage in das Erscheinungsbild des Gebäudes, der sie umgebenden Gebäude und in das Straßenbild, lässt die Satzung eine Ausnahme zu. Temporäre Werbetransparente auf Staubschutznetzen oder -planen an Baugerüsten sind bis zu einer Größe von 25,00 m<sup>2</sup> pro Gebäude für die Dauer der Bauarbeiten zugelassen. Da es sich hierbei nur um zeitlich begrenzte Anlagen handelt, stören sie das Erscheinungsbild eines Gebäudes oder eines Straßenzugs auch nicht dauerhaft.

### **Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland**

Neben der Werbung an Gebäuden gibt es vielfältige Möglichkeiten, im öffentlichen Straßenraum zu werben, z. B. mit Werbevitritten, Uhrenkandelabern, Litfaßsäulen, Fahrradständern mit Werbung oder Plakattafeln. Eine große Häufung oder ungünstige Platzierung solcher Werbeanlagen kann zu Beeinträchtigungen des Erscheinungsbilds des Straßenraums führen. Auch können Werbeanlagen an erforderlichen, technischen Einrichtungen wie Verkehrsschildern, Ampelmasten, Straßenlaternen, Schaltschränken etc. wichtige Blickbeziehungen auf Gebäude oder Straßenabschnitte negativ beeinträchtigen oder sogar verstellen.

Um die Flut weiterer Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland einzudämmen und das Ortsbild zu schützen, sind laut Satzung nur an bestimmten, ausgewählten Stellen Werbeanlagen zulässig. Die Standorte sind in den Einzelplänen, die Bestandteile dieser Satzung sind, abschließend aufgezählt. Sie sind im Einzelnen auch auf ihre stadtgestalterische Verträglichkeit überprüft worden. Die vorgegebenen Höchstmaße der Werbeeinrichtungen ergeben sich aus den gängigen Modellen, die üblicherweise - auch in anderen Städten - auf öffentlichem Straßenland aufgestellt werden.

### **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Die Vorschriften dieser Satzung gelten für das Errichten, Aufstellen, Anbringen und Ändern von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung.

(2) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Venloer Straße zwischen Innerer Kanalstraße und Äußerer Kanalstraße gemäß der Karte in der Anlage 2. Die Karte und die Einzelpläne (Anlage 3 bis Anlage 7) sind Bestandteil dieser Satzung.

## **§ 2 Begriff der Werbeanlage**

Werbeanlagen sind gemäß § 13 BauO NRW, Abs. 1 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 Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, Warenautomaten sowie für Zettel- und Bogenschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

## **§ 3 Gestaltungsgrundsätze**

(1) Werbeanlagen sollen weder das Ortsbild und die Ortscharakteristik noch die architektonische Gestaltung von Gebäuden maßgeblich beeinträchtigen.

(2) Werbeanlagen an Gebäuden sind der architektonischen Gestaltung der Gebäude unterzuordnen und anzupassen. Auf die architektonische Formsprache des Gebäudes (z.B. Fassadengliederung, Fluchten, Gesimse, Erker, Fassadenöffnungen), an die die Werbeanlage angebracht wird, ist Rücksicht zu nehmen.

(3) Die allgemeinen Vorschriften der §§ 12 und 13 BauO NRW bleiben unberührt.

## **§ 4 Umfang des Genehmigungsvorbehalts**

(1) Alle Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung mit Ausnahme der in Absatz 2 genannten Werbeanlagen sind genehmigungspflichtig.

(2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:

1. Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m<sup>2</sup>, wenn diese den Kriterien des § 5 entsprechen. § 6 Abs. 1 dieser Satzung bleibt unberührt.
2. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und andere Sonderverkäufe, die an der Stätte der Leistung zeitlich begrenzt angebracht sind und nicht fest mit dem Boden oder anderen baulichen Anlagen verbunden sind, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung.

(3) Die für Werbeanlagen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Satz 2 Denkmalschutzgesetz NRW bleibt unberührt.

## **§ 5 Genehmigungsvoraussetzungen für Werbeanlagen an Gebäuden**

(1) Werbeanlagen an Gebäuden sind zulässig, wenn sie alle nachfolgenden Vorschriften einhalten:

1. Werbeanlagen sind zwischen Erdgeschoss und Unterkante Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses anzubringen.

2. Werbeanlagen sollen Fenster- und Schaufensterflächen weder teilweise noch vollständig überdecken. Sie dürfen weder vor noch hinter Schaufenstern angebracht werden.
3. Eine Werbeanlage darf eine Fläche von 1,5 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.
4. Die maximal zulässige Werbefläche von flächig auf der Fassade angebrachten Werbeanlagen darf die folgende Größe pro Wand nicht überschreiten:

| Wandbreite | zulässige Werbefläche |
|------------|-----------------------|
| bis 8 m    | 2 m <sup>2</sup>      |
| bis 12 m   | 3 m <sup>2</sup>      |
| bis 16 m   | 4 m <sup>2</sup>      |
| über 16 m  | 5 m <sup>2</sup>      |

Das zulässige Maß an Werbefläche ist für jede Wand separat zu ermitteln. Werbeanlagen an derselben Wand müssen hinsichtlich Art, Größe, Gestaltung, Anbringung und Beleuchtung aufeinander abgestimmt werden. Wand- oder Gebäudeübergreifende Werbeanlagen sind unzulässig.

5. Die Anzahl der senkrecht zur Fassade angebrachten, auskragenden Werbeanlagen (Ausleger) darf die Anzahl der Ladenlokale innerhalb eines Gebäudes nicht überschreiten.
6. Schriftzüge aus Einzelbuchstaben, die direkt auf der Wandfläche angebracht sind, dürfen abweichend von Abs. 1 Nr. 3 mehr als 1,5 m<sup>2</sup> Fläche in Anspruch nehmen, wenn jeder Einzelbuchstabe eine maximale Höhe von 0,75 m nicht überschreitet. Abs. 1 Nr. 4 bleibt unberührt. Bei Schriftzügen aus Einzelbuchstaben ist die Fläche zwischen den Buchstaben bei der Flächenberechnung anzurechnen. Der Schriftzug darf nicht auf ein anderes Gebäude oder eine andere Wand übergreifen.
7. Das Bekleben von Schaufensterflächen mit Folien oder Ähnlichem ist zulässig, wenn die verdeckte Fläche nicht mehr als 10 % der Schaufensterfläche einnimmt.
8. Flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,25 m vor die Bauflucht auskragen und in den Straßenraum hineinragen. Maßgeblich ist der Abstand zwischen der aufgehenden Fassade des Anbringungsgebäudes (Hauswand) und dem parallel dazu entferntesten Punkt der Werbeanlage.
9. Senkrecht zur Fassade stehende Werbeanlagen dürfen bis zu 1,00 m vor die Bauflucht auskragen und in den Straßenraum hineinragen. Maßgeblich ist der Abstand zwischen der aufgehenden Fassade des Anbringungsgebäudes (Hauswand) und dem parallel dazu entferntesten Punkt der Werbeanlage. Die Fläche der senkrecht zur Hauswand angebrachten Werbeanlagen darf incl. der Befestigung 0,5 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.

(2) An Brandwänden kann anstelle von Werbeanlagen nach Abs. 1 auch eine großformatige Werbeanlage zugelassen werden, sofern alle nachfolgenden Vorschriften eingehalten werden.

1. Zulässig sind Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben oder als Bemalung der Wand.

2. Es dürfen neben der zu erstellenden Werbeanlage keine anderen Werbeanlagen auf der betroffenen Brandwand vorhanden sein.
3. Eine Beleuchtung dieser Werbeanlagen ist nicht zulässig.

(3) Grundsätzlich unzulässig sind:

1. Werbeanlagen an Vordächern, Erkern, Balkonbrüstungen, Brückenanlagen oder Bauzäunen;
2. in den Straßenraum auskragende Einrichtungen zur Beleuchtung von Werbeanlagen, ausgenommen hinterleuchteter oder selbst leuchtender Werbeanlagen;
3. Werbeanlagen mit wechselnden oder bewegten Sichtflächen oder eine entsprechend bewegliche Beleuchtung (einschließlich Lichtprojektionen);
4. akustische oder akustisch unterstützte Werbeanlagen, die aus Ladenlokalen heraus den öffentlichen Raum beschallen;
5. Werbeanlagen wie Klappstände, Fahnen, ladeneigene Fahrradstände, die nur vorübergehend an der Stätte der Leistung ohne feste Bindung mit einer baulichen Anlage oder dem Boden angebracht oder aufgestellt werden, wenn sie mehr als 0,50 m in den Straßenraum hineinragen;
6. das Anbringen von Tuchtransparenten oder vergleichbaren Werbeanlagen auf der Fassade oder über Freiflächen zwischen den Gebäuden.

(4) Abweichend von den Vorschriften des Absatzes 1 Nr. 1 bis 6 sind Werbetransparente bis zu einem Höchstmaß von 25 m<sup>2</sup> pro Gebäude zeitlich befristet zulässig, wenn sie auf Staubschutznetzen oder -planen an Baugerüsten für die Dauer der notwendigen Arbeiten angebracht sind.

(5) Abs. 1 gilt nicht für Werbeanlagen im Sinne des § 6 dieser Satzung.

## **§ 6 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland**

(1) Werbeanlagen wie Litfaßsäulen, Plakattafeln, Werbevitrienen, Uhrenkandelaber, Werbeanlagen als Bestandteil von Fahrgastunterständen des öffentlichen Personennahverkehrs oder an Zugängen zu U-Bahn-Stationen auf öffentlichem Straßenland sind nur an den in den Einzelplänen gekennzeichneten Standorten zulässig. Die Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland können auch hinterleuchtet zugelassen werden.

(2) Die nachfolgenden Abmessungen sind einzuhalten:

1. Litfaßsäulen: maximale Höhe 6,00 m, maximaler Durchmesser 2,30 m
2. Werbevitrienen: maximale Werbefläche auf jeder Seite 1,85 m x 1,30 m
3. Uhrenkandelaber: maximale Höhe 5,50 m, maximale Breite 1,00 m

4. Werbeanlagen an Fahrradständern: maximale Werbefläche auf jeder Seite:  
Höhe 0,45 m, Breite 1,6 m
5. Plakattafeln und Senior-Anlagen: maximale Höhe 2,6 m, maximale Breite 3,6 m
6. Senior-Anlagen: maximale Höhe 2,88 m, maximale Breite 3,40 m

(3) Grundsätzlich unzulässig sind:

1. Werbeanlagen, die an Masten im öffentlichen Straßenraum, z. B. Ampeln oder Straßenlaternen, dauerhaft angebracht werden, unabhängig von ihrer Größe
2. Werbeanlagen wie Klappstände, Fahnen, ladeneigene Fahrradstände, Beklebungen des Straßenbelags oder Ähnliches.

### **§ 7 Bestehende Werbeanlagen**

Für bestehende Werbeanlagen bestimmen die Vorschriften dieser Satzung den Inhalt der sich aus § 87 BauO NRW ergebenden Anpassungspflichten.

### **§ 8 Ausnahmeregelungen**

Ausnahmen von den o. g. Festsetzungen können in Einzelfällen, sofern diese nicht gegen den Sinn der Satzung verstoßen, nämlich deutliche Dominanz der Architekturelemente vor der Werbung, klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufes und unbeeinträchtigte Blickbeziehungen auf besondere Bauwerke und Plätze, in Übereinstimmung mit den zuständigen Dienststellen getroffen werden.

### **§ 9 Ordnungswidrigkeiten**

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach dieser Satzung genehmigungspflichtige Werbeanlage ohne Genehmigung errichtet, aufstellt, ändert oder anbringt, begeht eine Ordnungswidrigkeit im Sinne des § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3 BauO NRW, die mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden kann.

### **§ 10 Inkrafttreten**

Die Satzung tritt mit dem Tage nach der Bekanntmachung in Kraft.

Anlagen  
Plan des Geltungsbereichs  
5 Einzelpläne

Vorstehende Satzung wird hiermit öffentlich bekanntgemacht.

(Hinweis auf § 7 GO NW nicht ins Kölner Stadtrecht übernommen.)

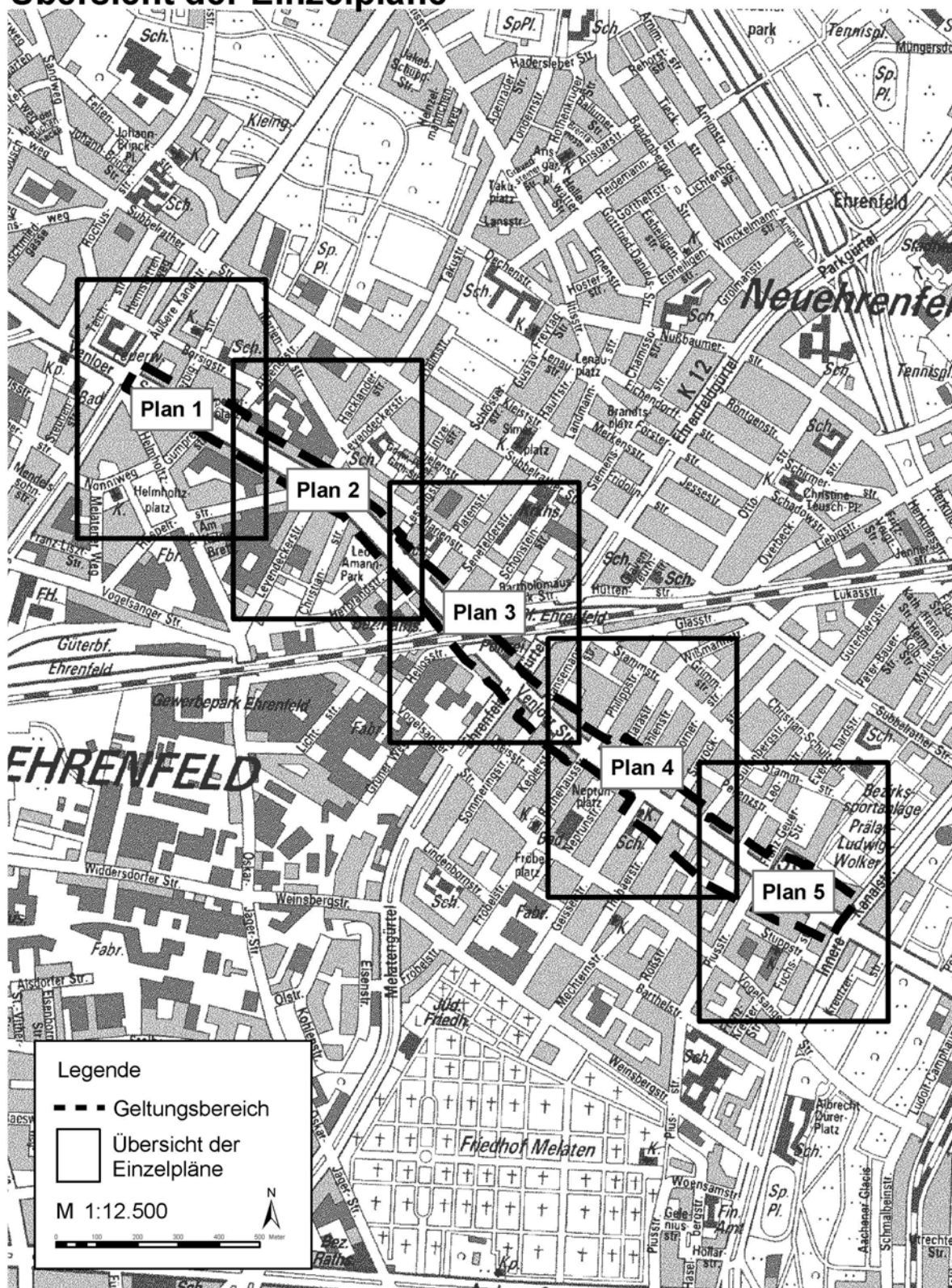


Köln, den 19.06.2010

Der Oberbürgermeister  
gez. Roters

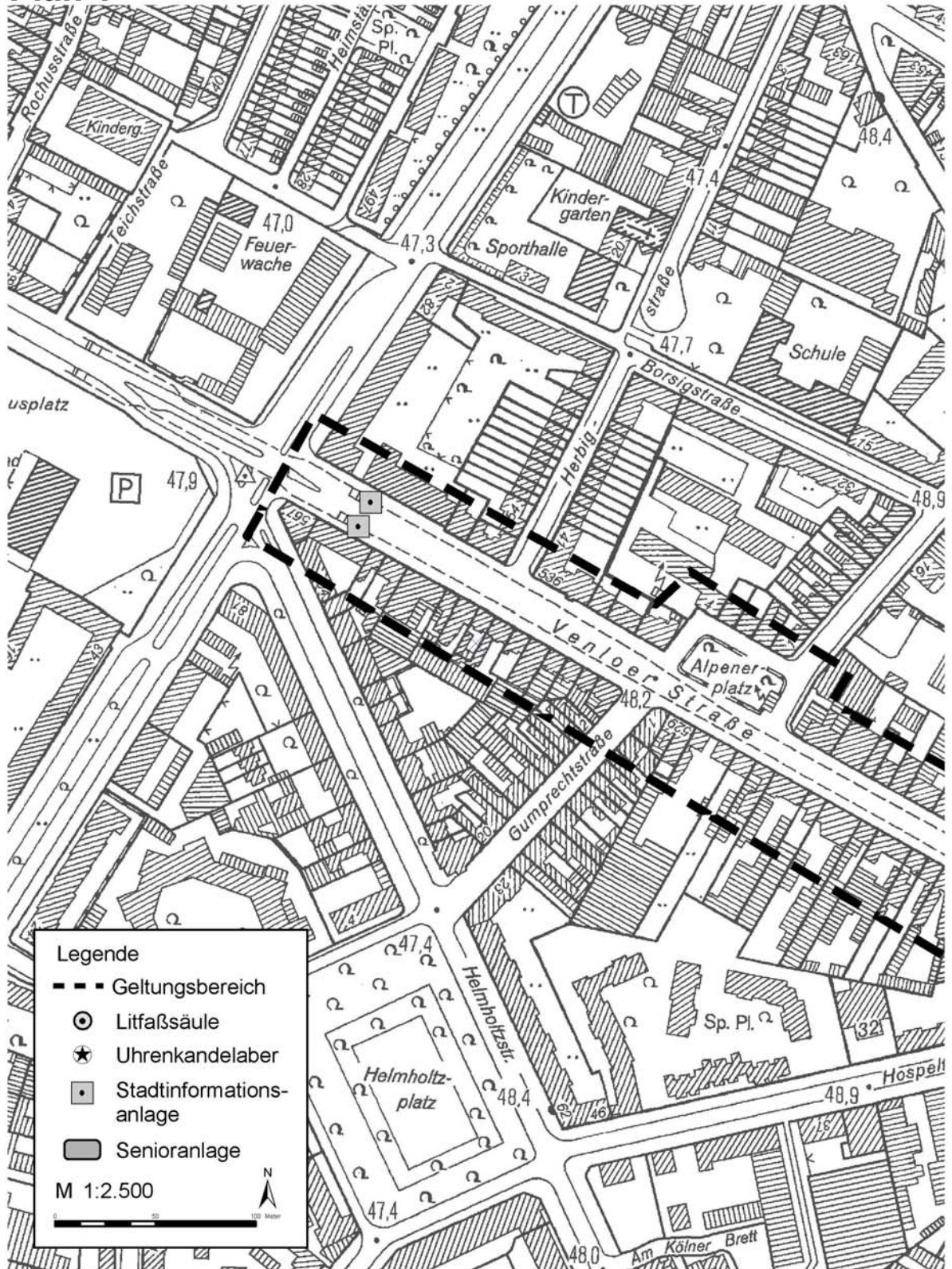
- ABI StK 2010, S. 468 -

# Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße" Anlage 2 in Köln- Ehrenfeld Übersicht der Einzelpläne

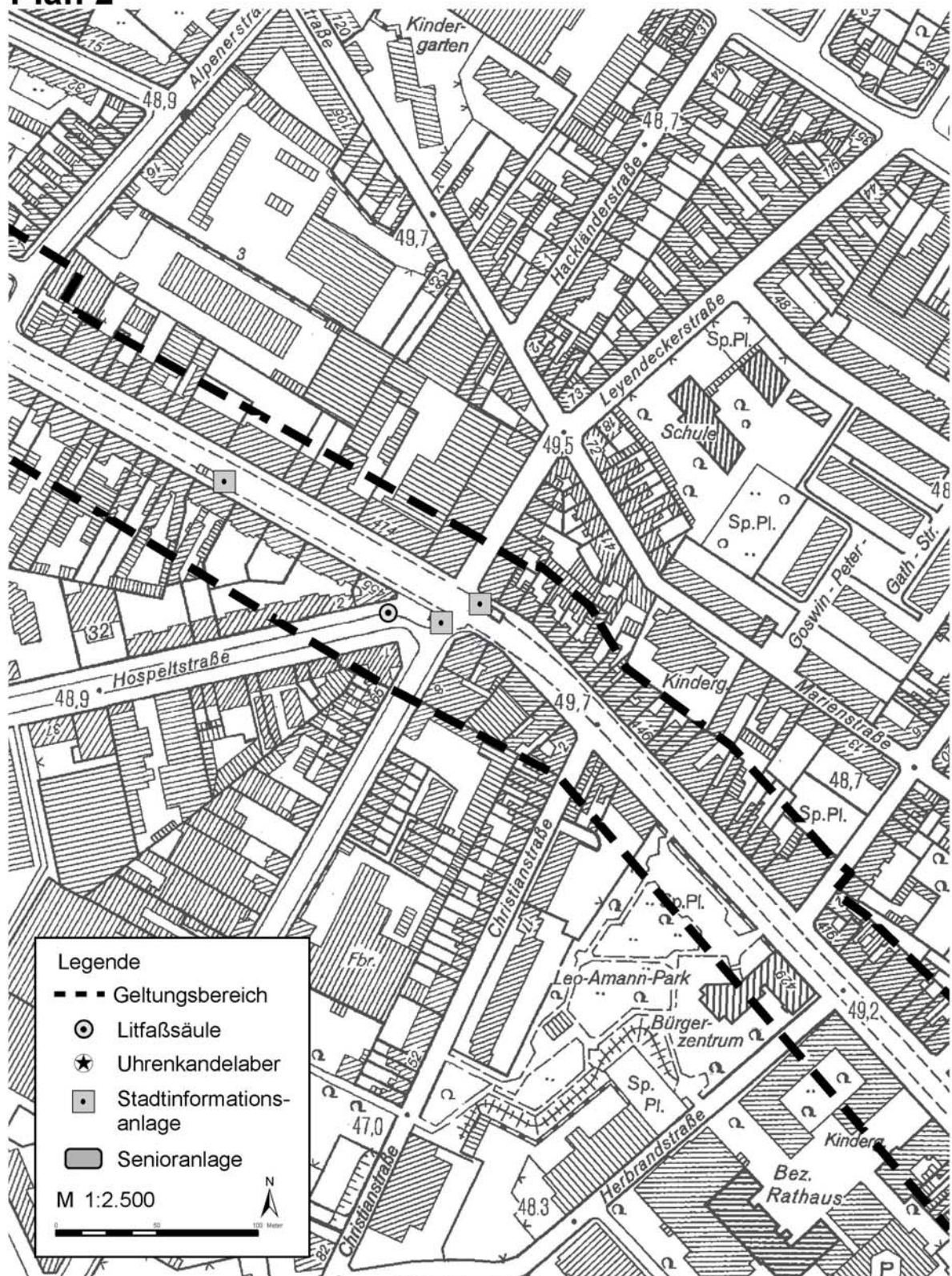


# **Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße"** **in Köln- Ehrenfeld** **Plan 1**

**Anlage 3**

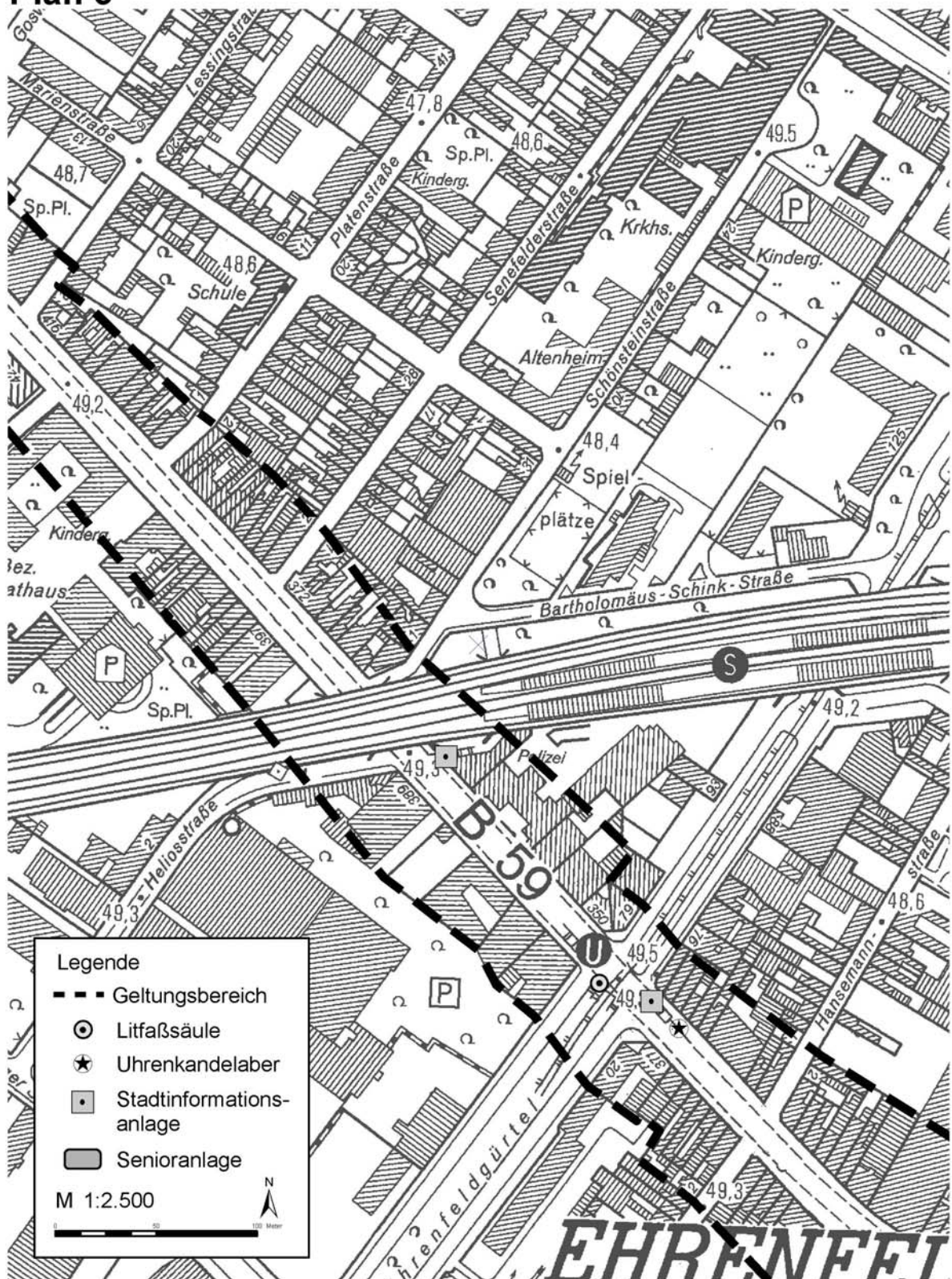


## Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße" in Köln- Ehrenfeld Plan 2

**Anlage 4**

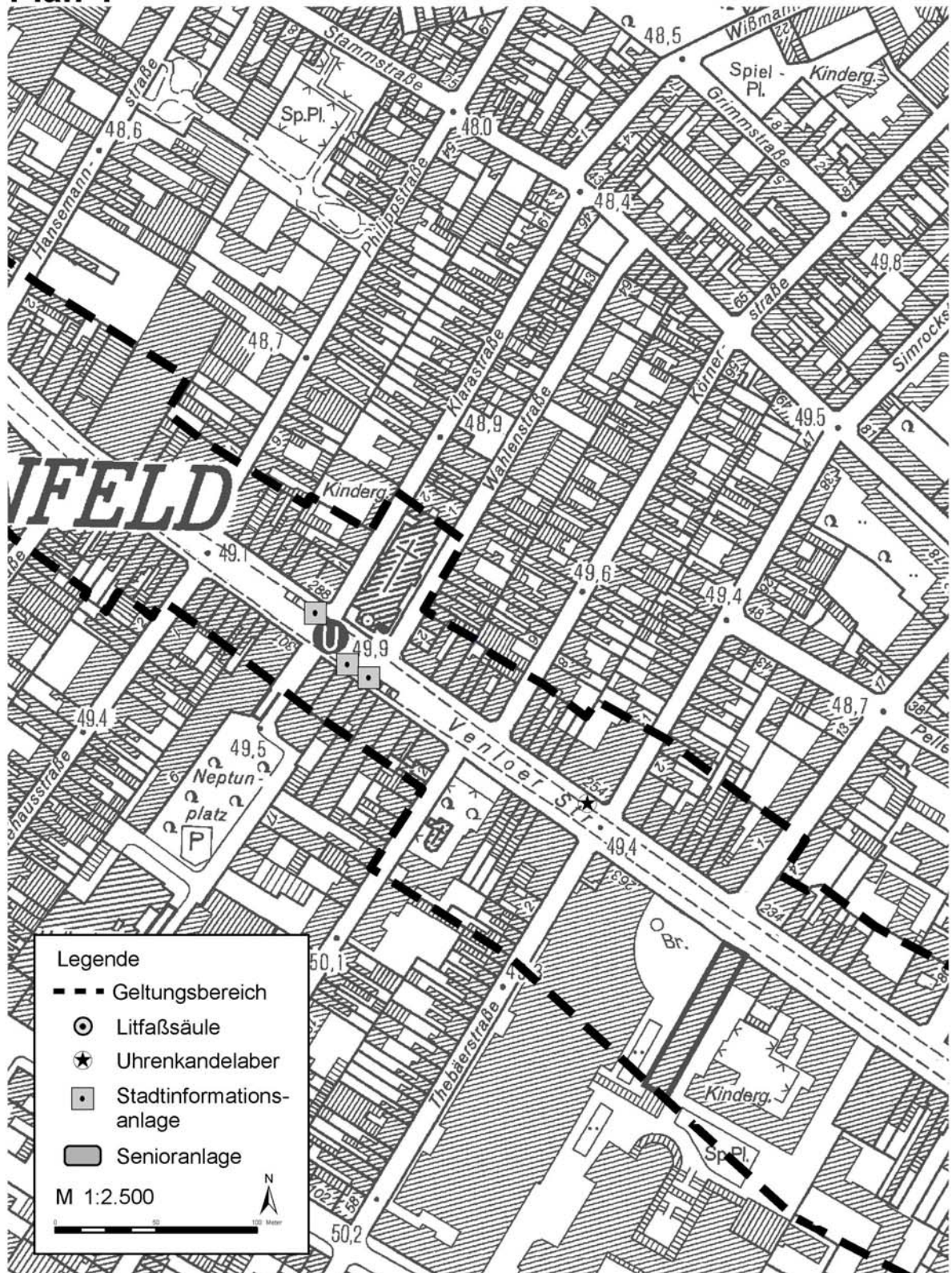
# **Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße"** **in Köln- Ehrenfeld** **Plan 3**

**Anlage 5**



# Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße" in Köln- Ehrenfeld Plan 4

Anlage 6



# **Bereich der Werbesatzung "Venloer Straße"** **in Köln- Ehrenfeld** **Plan 5**

**Anlage 7**

