



SATZUNG

über Anbringungsort, Abmessungen und Ausgestaltung von Werbeanlagen für einen
Teil der Ortslage in der Kölner Neustadt im Bereich
Karolingerring
vom Sachsenring im Westen bis zur Grünanlage Ubierring im Osten

Arbeitstitel: Werbesatzung L der Kölner Ringstraßen – Karolingerring/Ubierring West

vom 3. Mai 2024

Der Rat der Stadt Köln hat in seiner Sitzung am 21.03.2024 aufgrund des § 89 Absatz 1 Nummer 1 und 2 sowie § 86 Absatz 1 Nummer 21 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) – Landesbauordnung – in der Fassung der Bekanntmachung vom 17. November 2023 (GV. NRW. S. 1086) – In Verbindung mit den §§ 7 und 41 Absatz 1 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV. NRW. S. 666), zuletzt geändert durch Gesetz vom 01. Dezember 2021 (GV. NRW. S. 1353) – in der bei Erlass dieser Satzung geltenden Fassung – diese Satzung beschlossen.

PRÄAMBEL

Die Kölner Ringstraßen lassen sich in drei stadträumliche Typologien gliedern – den Boulevard (Typ 1), den Stadtplatz (Typ 2) und die Grünanlage (Typ 3). Der Typus des Stadtplatzes wird hierbei weiter unterteilt in den Typ 2a und Typ 2b, Stadtplatz ohne und mit Denkmal, da aufgrund eines vorhandenen Denkmals ein erhöhter Schutzbedarf vorliegt.

Der Karolingerring ist dem Typ 1 Boulevard zuzuordnen.

Ziel der Satzung ist die Steigerung der Attraktivität des Stadtraumes Karolingerring und eine Beruhigung sowie gestalterische Ordnung des Ortes durch die Pflege und Aufwertung des Erscheinungsbildes. Dieses Erscheinungsbild ist durch die vier- bis neungeschossige Architektur, des Wiederaufbaus und den großstädtischen Maßstab des Straßenraumes geprägt.

Die Maßnahmen der Aufwertungen des öffentlichen Raumes sollen auch durch die Abstimmung von Werbeanlagen an die baulichen Gegebenheiten die den Ort prägende Architektur unterstreichen. Werbeanlagen werden mit dem Ziel errichtet und angebracht in den öffentlichen Raum zu wirken. Somit sollen auch sie den übergeordneten Zielsetzungen zur Stadtgestaltung folgen und sich in Anzahl, Größe, Erscheinungsform sowie hinsichtlich ihres Anbringungsortes in das Stadtbild einfügen. Dabei sind sie an die jeweilige Gebäudefassade mit ihren Gliederungselementen innerhalb des architektonischen Gesamtgefüges anzupassen.

Ein weiteres Ziel dieser Satzung ist der Werterhalt des Standortes für Handel und Dienstleistungen. Die einheitlichen Grundsätze der Gestaltung verhindern einen Überbietungswettbewerb um die Aufmerksamkeit für Werbeanlagen und stellen durch einheitliche Rahmenbedingungen eine Wettbewerbsgleichheit her.

Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen sowie die gestalterischen Anforderungen, welche an diese zu stellen sind.

Das Bedürfnis der Gewerbebetreibenden für ihr Gewerbe in angemessenem und ausreichendem Maße zu werden soll im Bereich der Satzung unterstützt werden und sowohl einen Interessenausgleich und eine Wettbewerbsgleichheit untereinander herstellen. Diese Bedürfnisse zu werben werden wiederum mit den Anforderungen an ein gestalterisch wertiges und dem Ort Stadtbild abgewogen. Diese Regelung ist somit nicht als Einschränkung, sondern als eine die Ansprüche an den Stadtraum ordnende Vorgabe zu bewerten. Die Reglementierungen sollen einseitige Überbeanspruchungen durch Werbeanlagen vermeiden und die Möglichkeit eröffnen, in einem dem Stadtbild und der Örtlichkeit angemessenen und ausgeglichenen Umfang Werbung zu ermöglichen.

I. ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

§ 1

Räumlicher Geltungsbereich

Die Bestimmungen dieser Satzung gelten für den Bereich Karolingerrings inkl. Ubierring. Das Gebiet wird durch die folgenden Straßen und Gebäude begrenzt: Karolingerring 1 - 36 und Ubierring 3 - 40.

Der räumliche Geltungsbereich ist in dem beigefügten Plan (siehe ANLAGE - Geltungsbereich) dargestellt. Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

Mit den Bestimmungen dieser Satzung werden auch die Geltungsbereiche der rechtsverbindlichen Bebauungspläne mit den Nummern 67433/05 und 67434/04 berührt.

§ 2

Sachlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung ist anzuwenden:

1. bei allen Errichtungen, Aufstellungen, Anbringungen und Änderungen sowieder Beseitigung von Werbeanlagen i.S.d. § 10 BauO NRW im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung;

2. bei denkmalwerten Gebäuden, Straßenzügen und Platzräumen auch für genehmigungsfreie Werbeanlagen;
 3. auf serienmäßig hergestellte Firmenwerbungen einschließlich registrierter Waren- und Firmenzeichen.
- (2) Von dieser Satzung unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzes, die Regelungen, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einer Erlaubnis bedürfen, Bestimmungen, die die Anbringung von Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln sowie die Bestimmungen der rechtswirksamen Bebauungspläne mit den Nummern 67433/05 und 67434/04 der Stadt Köln.

§ 3

Begriffsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Fotoplakate, Lichtwerbungen, Fahnen, Banner, Transparente, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.
- (2) Werbeanlagen umfassen neben den Elementen der Werbebotschaft auch den Rahmen, die Unter- bzw. Tragkonstruktion sowie die erforderlichen Leitungszuführungen.
- (3) Nachfolgende Begriffe aus der Werbetechnik werden in dieser Satzung verwendet:
 1. Ausstecktransparent:
Senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen; heute meist in horizontaler Längsausdehnung.
 2. Werbefahnen/Banner:
Textile oder aus Kunststoff hergestellte Träger einer Werbebotschaft. Werbefahnen verlaufen in der Regel lotrecht und können am oberen und unteren Rand befestigt sein oder nur am oberen Rand. Banner verlaufen in der Regel waagerecht.
 3. Einzelbuchstaben:
Schriftzug aus einzeln hergestellten Buchstaben, die unmittelbar oder mittels einer Montageschiene auf der Fassade angebracht werden.
 4. Lichtkasten/Kastentransparent:
Kubus, oft aus transluzentem Material. Träger einer Werbeaufschrift oder von reliefartigen Buchstaben.

5. Signet:
Gegenständliches Sinnbild für einen bestimmten Beruf, ein Gewerbe oder eine Dienstleistung, für die Aufmerksamkeit geweckt werden soll. Als Werbesymbol wird aber auch das schriftliche Signet (Monogramm), das Zunft- oder Innungszeichen bis hin zum abstrahierenden Logo einer Firma begriffen.
 6. Spiegel:
Vorderseite einer Werbeanlage.
 7. Zarge:
Seitenteil bzw. Rahmen eines Reliefkörpers.
 8. Sammelhinweis:
Freistehende Werbeanlage mit Ansammlung einzelner Schilder von Gewerbetreibenden an der Stätte der Leistung; Einheitlich mit einem Sammelhinweis je Gebäude anzuordnen.
- (4) Nachfolgende Begriffe aus der Architektur werden im Rahmen dieser Satzung verwendet:
1. Gliederung:
Unterteilung einer Fassadenfläche durch Gliederungselemente.
 2. Gliederungselemente:
Senkrechte, waagerechte oder bogenförmige vorspringende oder zurückspringende Bauteile wie Säulen, Lisenen, Pilaster, Sockel, Gesimse, Friese sowie Rahmen und Skelette.
 3. Gliederungseinheiten:
Abschnitte, in die die Fassade gegliedert ist.
 4. Feld:
Fassadenfläche zwischen den Gliederungselementen.
 5. Gesims:
Grundform der Gesimse sind vorspringende waagerechte Platten oder Stege mit rechtwinkeligem oder profiliertem Querschnitt.
 6. Brüstung:
Ein die Fassade gliederndes, waagerechtes Bauelement zwischen dem Fußboden eines Geschosses und den Fenstern.
 7. Fassadenknick:
Wahrnehmbarer Versatz der Fassade durch Gebäudeecken und Versprünge.

8. Sonnenschutzdächer:
Sonnenschutzdächer im Sinne dieser Satzung sind textile oder aus Kunststoff hergestellte Dächer über den Schaufenstern zum Schutz vor der Sonneneinstrahlung. Sie können beweglich – zum Einrollen oder Einfahren (z.B. Markisen) – oder unbeweglich sein.
 9. Kragplatte:
Ein über die Fassade hinausragendes Bauelement, in der Regel Bestandteil einer Geschossdecke.
 10. Gehweghinterkante:
Dies ist die Oberkante des Gehwegs der Verkehrsfläche, die unmittelbar an die Fassade angrenzt. Für Höhenbezüge auf die Gehweghinterkante ist bei Gefälle die für das Vorhaben günstigere Maß ausschlaggebend. Im Falle von Gefälle und unebenen Gelände gilt der höchste Punkt.
- (5) Die in dieser Satzung festgelegten maximal zulässigen Flächengrößen und Abmessungen für Werbeanlagen beziehen sich auf das die Werbeanlagen umschließende Rechteck.

§ 4

Genehmigungsvorbehalt

- (1) Eine Genehmigung durch die Bauaufsichtsbehörde ist für das Errichten, Aufstellen, Anbringen oder Ändern von Werbeanlagen an Gebäuden, in Gebäuden – sofern diese erkennbar störend in den öffentlichen Verkehrsraum hineinwirken – und von freistehenden Werbeanlagen, mit Ausnahme der in Absatz 2 genannten Werbeanlagen, erforderlich.
- (2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:
 1. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und andere Sonderverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur bis zum Ende der Veranstaltung.
 2. Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung zeitlich begrenzt angebracht oder aufgestellt sind (insgesamt maximal 4 Wochen pro Kalenderjahr), soweit sie nicht fest mit dem Boden oder einer anderen baulichen Anlage verbunden sind, und nicht über die Vorderkante der Fassade hinausragen.
 3. Werbeanlagen zu öffentlichen Wahlen und Abstimmungen für die Dauer des Wahlkampfes.
- (3) Die für Werbeanlagen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Absatz 1 Satz 2 des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande NRW (Denkmalschutzgesetz NRW) bleibt unberührt.

§ 5

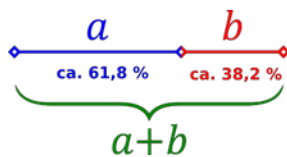
Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen sollten standsicher, demontierbar, untereinander kombinationsfähig, wertbeständig und statisch sein. Sie sind in Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbgebung und Proportion dem architektonischen und städtebaulichen Kontext entsprechend anzuordnen und zu gestalten.
- (2) Bei der Errichtung, Aufstellung, Anbringung oder Änderung von Werbeanlagen ist auf die Fassadengestaltung des Gebäudes und auf andere Werbeanlagen Rücksicht zu nehmen. Werbeanlagen müssen in Material, Form und Gestaltung aufeinander und auf das Gebäude abgestimmt werden.
- (3) Werbeanlagen müssen so gestaltet sein, dass sie ein ruhiges und geordnetes Erscheinungsbild bieten. Dieses statische Bild ist nicht durch wechselnde Lichteffekte oder Farbkompositionen, durch die optisch wahrnehmbare Bewegungen entstehen, zu konterkarieren. Ausnahmsweise zugelassen sind die sogenannten Werbevitrinen (SIA), die im Werbenutzungsvertrag in der jeweils geltenden Fassung gestattet werden.
- (4) Werbeanlagen dürfen sich gegenseitig nicht verdecken oder überschneiden, eine versetzte oder überlappende Anordnung von Werbeanlagen ist nicht zulässig.
- (5) Werbeanlagen sind in einheitlichem Format sowie in einheitlicher Art und Größe anzubringen.
- (6) Eine Häufung von Werbeanlagen ist ausgeschlossen.
- (7) Untersagt sind Projektionen auf Fassaden oder auf Bodenbelägen sowie Beschallung, die in den Stadtraum wirkt.
- (8) Werbeanlagen an Brückenanlagen, Unterführungen, Böschungen, Böschungsstütz- wänden, Einfriedigungen, Seiten- oder Brandwänden, Nachbarschafts- oder Rückfassaden, Erkern, Balkonen, Brüstungen, Geländern, Antennen und Dachaufbauten (Technikräume, Schornsteinen o.ä.) sind untersagt.
- (9) Werbeanlagen, die aufgrund nicht mehr genutzter Betriebsräume funktionslos geworden sind, sind einschließlich aller Befestigungsteile und sichtbarer Bestandteile zu beseitigen. Kabelzuführungen sind innerhalb eines Zeitraums von 4 Wochen nach Aufgabe des Betriebes bzw. der Nutzung zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.
- (10) Die Vorschriften der §§ 9 und 10 BauO NRW bleiben unberührt.

§ 6

Anforderungen an Werbeanlagen an Gebäuden

- (1) Werbeanlagen dürfen nicht auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen.
- (2) Gliederungselemente der Fassaden sowie Fassadenöffnungen dürfen nicht verdeckt, überdeckt oder überschritten werden. Die Störung von Architekturelementen ist zu vermeiden.
- (3) An Gebäuden sind sich bewegende Werbeanlagen sowie Werbeanlagen mit Wechselbildern, Wechsellicht, Blinklicht oder an- und abschwellender Lichtwirkung, der Betrieb von Monitoren, o.Ä. nicht zulässig.
- (4) Der Betrieb von Monitoren, Bildschirmen oder vergleichbaren Projektionen ist innerhalb von Fensterflächen ab einer Entfernung von 1,00 m im Lichten zur Fassade erlaubt, diese Art der Werbung darf nicht mehr als 62 % der Fensterfläche ausmachen.
- (5) Werbung auf Rollläden, Jalousien oder ähnlichen das Schaufenster verschließenden Einrichtungen ist nicht zulässig.
- (6) Werbeanlagen sollen sich am sogenannten Goldenen Schnitt ausrichten:



a = max. Länge der Werbung
b = min. freizuhaltender Fassadenanteil
a+b = Gebäudebreite

- (7) Das Lichtraumprofil im Sinne der RAST 06 (Richtlinie für die Anlage von Stadtstraßen 2006) darf nicht eingeschränkt werden.

§ 7

Beleuchtung von Werbeanlagen

- (1) Die Ausführung von Werbeanlagen in Form von einzelnen senkrecht untereinander oder nebeneinander gesetzten Lichtkästen (Kastentransparenten) ist unzulässig.
- (2) Beleuchtung ist in die Werbeanlagen zu integrieren. Senkrecht zur Fassade bzw. senkrecht zur Werbeanlage angeordnete auf die Werbeanlage bzw. Fassade aufgesetzte Beleuchtungskörper sind unzulässig.
- (3) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein.

(4) Beleuchtete Werbeanlagen sollen folgende Grundsätze beachten:

1. Die Beleuchtung ist auf eine Leuchtdichte von max. 30 cd/m² beschränkt.
2. Die sichtbare Lichtfarbe ist auf eine Lichtfarbe von 3000-4000 Kelvin beschränkt.
3. Leuchtkörper oder hinterleuchtete Einzelbuchstaben, Schriftzüge oder Anlagen sind zulässig.
4. Die Anstrahlung von Werbeobjekten oder Einzelleuchtpunkte sind nicht zulässig.
5. Anlagen mit flackerndem Licht oder in Teilen beleuchtete Anlagen aufgrund von Frequenzstörungen bzw. Leuchtmittelausfällen sind unzulässig.

II. BESTIMMUNGEN FÜR WERBEANLAGEN

§ 8

Parallel zur Fassade angebrachte Werbeanlagen

- (1) Fassadenparallele Werbeanlagen sind in senkrecht oder waagrecht angeordneter Form auf der Fassade anzubringen. Die Anordnung von Werbeanlagen oder Schriftzügen, die nicht rechtwinklig zur Fassade angeordnet sind, ist nicht zulässig.
- (2) Fassadenparallele Werbeanlagen sind nur an straßenseitigen Fassaden und nur innerhalb der hierfür vorgesehenen Werbezone zulässig:
 1. Die Oberkante dieser Werbezone befindet sich auf Höhe der Fensterunterkante des 2. Obergeschosses (Brüstungslinie). Ist eine Kragplatte vorhanden, ist die Werbeanlage oberhalb dieser Kragplatte bis zur Fensterunterkante des 1. Obergeschosses zulässig.
 2. Die Unterkante dieser Werbezone darf eine Mindesthöhe von 3,50 m über Gehweghinterkante nicht unterschreiten.
 3. Die Werbezone muss mindestens einen Abstand von 1,00 m zu Gebäudeaußenecken, Fassadenknicken, Grundstücksgrenzen (bei aneinander gebauten Gebäuden) und benachbarten Werbeanlagen einhalten. Eine über mehrere Gebäude übergreifende Werbung ist unzulässig.
 4. Innerhalb der Werbezone eines Gebäudes sind Werbeanlagen in einheitlicher Größe und Positionierung auszuführen.

- (3) Die Gesamtbreite der horizontalen Werbeanlagen darf insgesamt 61,8 % der jeweiligen Fassadenbreite nicht überschreiten. Dabei ist die höchstzulässige Breite einer einzelnen horizontalen Werbeanlage auf maximal 6,25 m (übliches Achsenmaß) begrenzt. Als Breite gilt hierbei der Abstand zwischen den beiden am weitesten entfernt liegenden Außenkanten der Elemente, die zu einer horizontalen Werbeanlage gehören.
- (4) Flächige Werbeanlagen dürfen eine Höhe von 0,80 m nicht überschreiten. Werbeschriften und Symbole in der Form von baukörperlich getrennten Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen in Schreibschrift sowie Firmen- und Werbelogos dürfen eine Gesamthöhe von 1,00 m nicht überschreiten.
- (5) Werbeschriften und Symbole im Sinne des Absatzes 4 Satz 2 sind einzeln oder mit einer an die Fassadenfarbe angepassten Befestigungsschiene an der Fassade anzubringen. Die Profildbreite darf maximal 0,05 m betragen.
- (6) Werbeanlagen sind in der Tiefe mit einem Maß von mindestens 0,05 m bis maximal 0,25 m zulässig. Die Tiefe bemisst sich von der Hauptaußenwand des Gebäudes bis zu der Vorderkante der Werbeanlage.

§ 9

Ausstecktransparente an Gebäuden

- (1) Ausstecktransparente sind nur an straßenseitigen Fassaden und nur innerhalb der hierfür vorgesehenen Werbezone zulässig:
 1. Die Oberkante dieser Werbezone befindet sich auf Höhe der Fensterunterkante des 1. Obergeschosses (Brüstungslinie). Ist eine Kragplatte vorhanden, ist die Werbeanlage oberhalb dieser Kragplatte bis zur Fensterunterkante des 1. Obergeschosses zulässig.
 2. Die Unterkante dieser Werbezone darf eine Mindesthöhe von 3,50 m über Gehweghinterkante nicht unterschreiten.
 3. Die Werbezone muss mindestens einen Abstand von 1,00 m zu Gebäudeaußenecken, Fassadenknicken und Grundstücksgrenzen (bei aneinander gebauten Gebäuden) einhalten.
 4. Innerhalb der Werbezone eines Gebäudes sind die Ausstecktransparente in einheitlicher Größe und Positionierung auszuführen.
 5. Ausstecktransparente sind einheitlich auf Höhe einer auf derselben Gebäudefassade befindlichen, fassadenparallelen Werbefläche anzuordnen.

- (2) Der Mindestabstand von Ausstecktransparenten untereinander darf das Maß von 3,00 m nicht unterschreiten.
- (3) Ausstecktransparente dürfen zu fassadengliedernden Bestandteilen wie Erkern und Balkonen einen Mindestabstand von 1,00 m nicht unterschreiten.
- (4) Flächige Ausstecktransparente dürfen eine Höhe von 0,80 m nicht überschreiten. Ausstecktransparente in der Form von baukörperlich getrennten Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen in Schreibschrift sowie Firmen- und Werbelogos dürfen eine Gesamthöhe von 1,00 m nicht überschreiten.
- (5) Ausstecktransparente sind nur auf den konstruktiv tragenden Bauteilen einer Fassade (Stützen, Pfeiler, Pfeilervorlagen, Mauerschäfte zwischen Wandöffnungen, Fachwerkständer) anzuordnen und senkrecht zur Fassade anzubringen. Eine schräge Anordnung von Ausstecktransparenten ist nicht zulässig.
- (6) Die Tiefe der Stirnseite von Ausstecktransparenten darf insgesamt maximal ein Maß von 0,25 m betragen.
- (7) Die maximale Auskragung von Ausstecktransparenten darf einschließlich der Unterkonstruktion das Maß von 1,00 m von der Hauptaußenwand nicht überschreiten.
- (8) Je Gewerbe-, Nutzungseinheit und Praxis ist die Anordnung maximal eines Ausstecktransparentes an einem Gebäude zulässig. Bei mehr als zwei Ausstecktransparenten sind diese in einer gemeinsamen Werbeanlage anzuordnen.

§ 10 Signets an Gebäuden

- (1) Signets sind nur an straßenseitigen Fassaden und nur innerhalb der hierfür vorgesehenen Signetzone zulässig:
 1. Die Oberkante dieser Signetzone befindet sich auf Höhe des obersten Geschosses unterhalb der Trauflinie bzw. Hauptattika.
 2. Die Unterkante dieser Signetzone befindet sich auf Höhe des Fenstersturzes des 2. Obergeschosses.
 3. Die Signetzone muss mindestens einen Abstand von 1,00 m zu Gebäudeaußenecken, Fassadenknicken, Grundstücksgrenzen (bei aneinander gebauten Gebäuden) und benachbarten Werbeanlagen einhalten.

4. Innerhalb der Signetzone eines Gebäudes sind Signets in einheitlicher Größe und Positionierung auszuführen.
- (2) Der Mindestabstand von Signets an einem Gebäude untereinander darf das Maß von 10,00 m waagerecht und 3,00 m senkrecht als Achsenmaß zueinander nicht unterschreiten.
- (3) Flächige Signets dürfen eine Höhe von 0,80 m nicht überschreiten. Signets in der Form von baukörperlich getrennten Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen in Schreibschrift sowie Firmen- und Werbelogos dürfen eine Gesamthöhe von 1,00 m nicht überschreiten.
- (4) Die maximale Breite von Signets darf 38,2 % der Fassadenlänge sowie 3,00 m nicht überschreiten.
- (5) Signets sind in einer Tiefe von mindestens 0,05 m bis maximal 0,25 m zulässig.
- (6) Je Gewerbe-, Nutzungseinheit und Praxis ist die Anordnung maximal eines Signets an einem Gebäude zulässig. Bei mehr als drei Signets sind diese in einer gemeinsamen Werbeanlage anzuordnen.

§ 11

Werbeanlagen an Schaufenstern und Vordächern

- (1) Schaufenster, sonstige Fenster und Glastüren dürfen nicht beklebt, versiegelt, verdeckt bzw. bemalt und zu- oder übergedeckt werden. Das Bekleben von Schaufensterflächen und Fensterflächen mit Folien oder gleichwertigen Materialien im Bereich der Erdgeschosse und Obergeschosse ist ausnahmsweise nur dann zulässig, wenn im Bereich der Gesimse oder der Brüstungen keine Werbeanlagen möglich oder keine Gesimse oder Brüstungen vorhanden sind, etwa im Falle von Ganzglasfassaden. Auf- und Beklebungen dürfen jedoch nur maximal 20% der Schaufensterflächen bedecken.
- (2) Werbung als Beklebung oder Druck auf der Oberfläche des Vordaches ist nur zulässig, wenn kein Gesims oder keine Brüstung vorhanden ist. Sie darf jedoch nur 10% der Vordachfläche betragen.
- (3) Rollgitter von Schaufenstern und Ladeneingängen müssen so beschaffen sein, dass die Durchsicht auf die Auslagen und Eingänge der Gewerbeeinheiten über die gesamte Fassadenfläche zu mindestens 80% gewährleistet ist. Flächig geschlossene Rollgitter oder Jalousien vor Schaufenstern und Ladeneingängen sind unzulässig.

§ 12

Werbeanlagen im öffentlichen Verkehrsraum

- (1) Auf den öffentlich gewidmeten, innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches dieser Satzung liegenden Flächen sind folgende Werbeanlagen mit einem Abstand von mindestens 80,00 m untereinander zulässig:
 1. Hinterleuchtete Werbesäulen, im Format 8/1 (DIN 683, Größe der Werbefläche je 118,5 x 350 cm),
 2. Fremdwerbung an Litfaßsäulen mit Wechselanschlag,
 3. Werbetafeln als hinterleuchtete Großformatanlagen im Format 18/1 (DIN 683, Größe der Werbefläche B/H 356cmx252cm),
 4. Werbetafeln als hinterleuchtete Stadtinformationsanlagen (DIN 683, City-Light-Poster, Größe der Werbefläche 175,5cm x 118cm),
 5. Werbeuhren.
- (2) Abweichend zu den Abständen in Absatz 1 sind Werbetafeln im Sinne des Absatzes 1 Nummer 4 im Rahmen eines bestehenden Werbenutzungsvertragsverhältnisses auch an Anlagen des öffentlichen Personennahverkehrs wie folgt zulässig: Je Fahrgastunterstand ist eine in die Konstruktion integrierte Werbetafel zulässig. Außerdem ist eine Werbetafel je Zugang zu einer unterirdischen Stadtbahnhaltestelle zulässig.

III. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§ 13

Abweichungen

Abweichungen von einzelnen Bestimmungen dieser Satzung, die sich aus der Gliederung der Fassade ergeben, sich ihr unterordnen und geringfügig sind, können in Einzelfällen zugelassen werden. Eine Abweichung ist auch möglich, sofern die Anwendung der Bestimmungen im Einzelfall z.B. aufgrund einer atypischen Situation zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führt. Eine Abweichung ist in den Fällen von Satz 1 und 2 nur zulässig, wenn diese nicht gegen den Sinn der Satzung verstößt, insbesondere nicht gegen

1. die städtebauliche Wirkung in den Stadtraum, die von den Gebäuden, Plätzen und Freiflächen bestimmt ist,
2. die deutliche Dominanz der Architekturelemente vor der Werbung,
3. die Integration und Abstimmung der Werbeanlagen auf die Fassadengliederung,

4. die klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufs und des Stadtraumes und
5. unbeeinträchtigte Blickbeziehungen auf städtebaulich markante Bauwerke sowie auf Plätze und Parkflächen

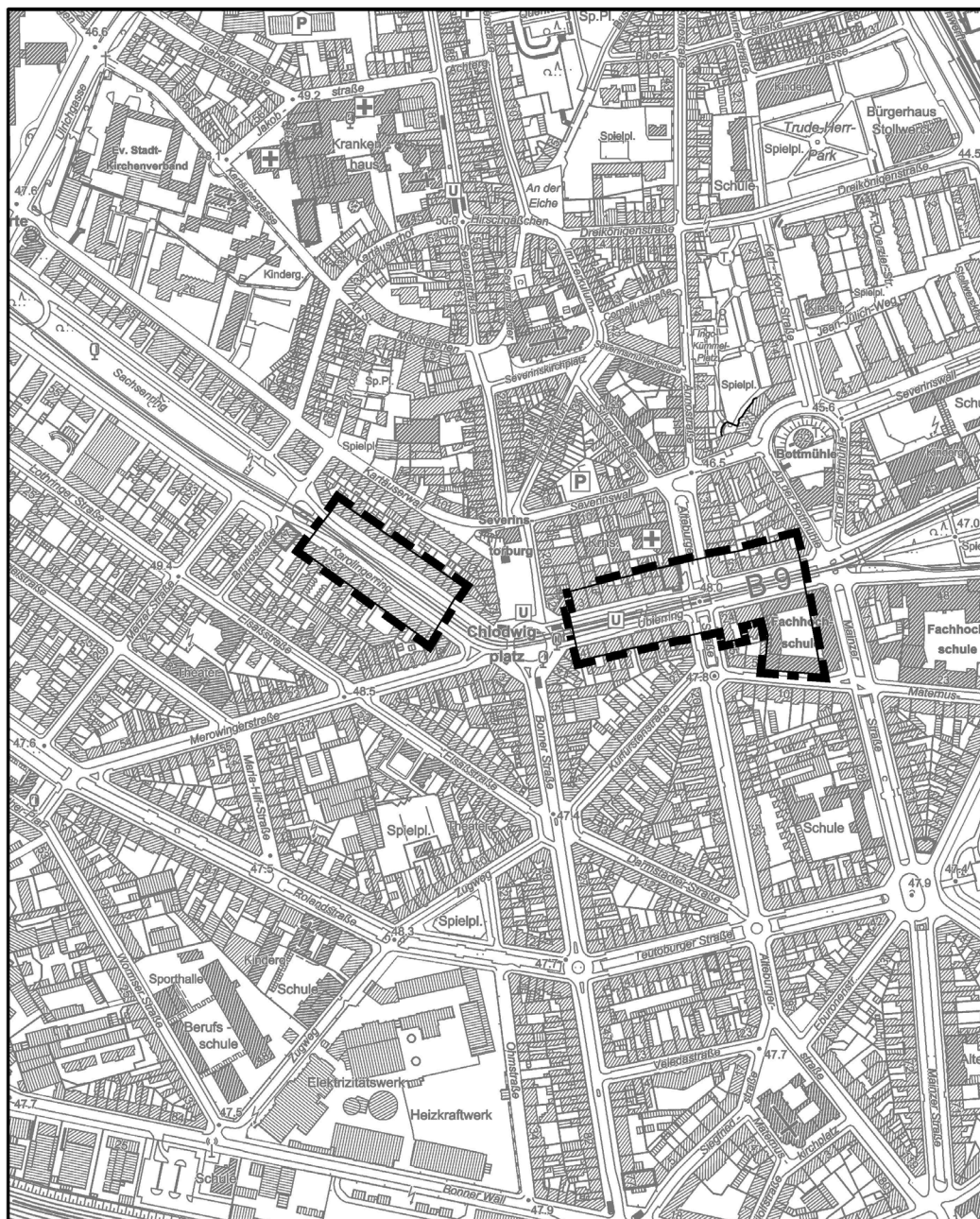
§ 14 **Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig gemäß § 86 Absatz 1 Nummer 21 BauO NRW handelt,
 1. wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die nach § 4 Absatz 1 dieser Satzung erforderliche Genehmigung errichtet, aufstellt, anbringt oder ändert, oder
 2. wer funktionslos gewordene Werbeanlagen, die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, entgegen § 5 Absatz 9 dieser Satzung nicht beseitigt.
- (2) Diese Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 86 Absatz 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 500.000 EUR geahndet werden.

§ 15 **Inkrafttreten**

- (1) Diese Satzung tritt mit dem Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Die Werbesatzung Kölner Ringstraßen – soweit sie sich auf den in § 1 dieser Satzung geregelten räumlichen Geltungsbereich bezieht –, die der Rat in seiner Sitzung am 04.05.1995 beschlossen hat und die am 28.05.1995 bekannt gemacht wurde, tritt mit Inkrafttreten der neuen Satzung außer Kraft.

Anlage zur Satzung der Stadt Köln
Geltungsbereich der Werbesatzung L der Kölner
Ringstraßen Karolingerring/Ubierring West



Maßstab 1 : 5 000 (im Original)

50 0 100 200 300 Meter



Vorstehende Satzung wird hiermit öffentlich bekannt gemacht.

Es wird auf die Rechtsfolgen nach § 7 Abs. 6 Satz 1 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen hingewiesen.

§ 7 Abs. 6 Satz 1 der Gemeindeordnung lautet:

„Die Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften dieses Gesetzes kann gegen Satzungen, sonstige ortsrechtliche Bestimmungen und Flächennutzungspläne nach Ablauf von sechs Monaten seit ihrer Verkündung nicht mehr geltend gemacht werden, es sei denn,

- a) eine vorgeschriebene Genehmigung fehlt oder ein vorgeschriebenes Anzeigeverfahren wurde nicht durchgeführt,
- b) die Satzung, die sonstige ortsrechtliche Bestimmung oder der Flächennutzungsplan ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekannt gemacht worden,
- c) der Bürgermeister hat den Ratsbeschluss vorher beanstandet
oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Gemeinde vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.“

Köln, den 03.05.2024

Die Oberbürgermeisterin
gez. Henriette Reker

Die in der vorstehenden Satzung in Bezug genommenen DIN 683 und RAST 06 werden in der bei Erlass dieser Satzung geltenden Fassung beim Amt für Liegenschaften, Vermessung und Kataster, Plankammer, Zimmer 06.E 05, Stadthaus, Willy-Brandt-Platz 2, 50679 Köln, während der Öffnungszeiten zur Einsichtnahme bereitgehalten.