

**Satzung  
über Anbringungsort, Abmessungen und  
Ausgestaltung von Werbeanlagen für einen Teil  
der Ortslage in der Kölner Altstadt im Bereich  
der Ringstraßen von der Straße "Konrad-Adenauer-Ufer"  
im Norden bis zur Straße "Am Bayenturm" im Süden  
Arbeitstitel: Werbesatzung Kölner Ringstraßen  
vom 28. Mai 1995**

Der Rat hat in seiner Sitzung am 4.5.1995 aufgrund des § 81 Abs. 1 Nr. 1 und 2 und Abs. 2 Nr. 1 in Verbindung mit § 79 Abs. 1 Nr. 14 und Abs. 3 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NW) vom 26.6.1984 (GV NW S. 419 / SGV NW 232) in Verbindung mit § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NW) vom 17.10.1994 (GV NW S. 666) -jeweils in der bei Erlass dieser Satzung geltenden Fassung- diese Satzung beschlossen:

**Präambel:**

Die parallel zur früheren Stadtmauer halbkreisförmig vom Rhein im Süden zum Rhein im Norden führenden Ringstraßen bilden als fortlaufender Straßenzug die Schwelle zwischen dem mittelalterlichen Stadtkern und der Neustadt bzw. den eingemeindeten Vororten mit ihrem starken und selbstbewußten Eigenleben und der City. Sie sind daher sowohl trennendes als auch verbindendes Element und darüber hinaus durch Lage, Ausdehnung und Gestaltung nicht nur funktional, sondern neben dem Dom und dem Rhein **das** wichtigste stadtgeographische Element zur historischen und räumlichen Orientierung innerhalb der Gesamtstadt.

In diesem Sinn war es bereits bei der Konzeption der Ringanlagen durch den Architekten J. Stübben (1880) gestalterisches Ziel, die einzelnen Straßenabschnitte durch Plätze, Variationen der Straßenbreite und unterschiedliche Anordnung der Funktionen innerhalb des Straßenraumes zu gliedern und voneinander zu unterscheiden, jedoch sollten sie darüber hinaus durch spezielle Ausstattungselemente, gleiche Bauhöhen und repräsentativen Ausbau zu **einem** großzügigen Gesamtboulevard als eigenes stadtgestalterisches Element zusammenwachsen, dessen Charakter von Stübben selbst als "Pathos auf einen behaglichen Ton herabgestimmt" beschrieben wurde.

Im Kriege wurden die Ringe zu etwa 50% zerstört. Durch neuere gesellschaftliche und städtebauliche Leitbilder und einer daraus folgenden uneinheitlichen Neubebauung drohte der ursprünglich vorhandene Gesamtcharakter verloren zu gehen. Die enorme Zunahme des Autoverkehrs verdrängte das für den Boulevardcharakter typische Flanieren. Durch die wachsende Umwandlung "herrschaftlicher" Wohnbebauung an den Ringen zu Praxen und Büronutzung, durch den weitgehenden Fortfall repräsentativer städtischer Bauten, durch die gewandelte Nutzung der angrenzenden Neustadtviertel von großbürgerlicher Wohnbebauung zu einfachem Wohnen in aufgeteilten Altbauwohnungen mit hohem Ausländeranteil sowie durch die zunehmende Ansiedlung von Vergnügungsstätten an den Ringen und an den stadteinwärts anschließenden Straßen begann der große Boulevard auf

weiten Strecken ein provisorisch anmutendes Erscheinungsbild anzunehmen und zu verkommen. Von einem großzügigen Erscheinungsbild konnte kaum noch die Rede sein.

Mit der Tieferlegung der Straßenbahn auf einem Teil der Ringe bot sich der Stadt die Möglichkeit, diesem Prozeß durch eine Neugestaltung Einhalt zu gebieten. 1979 wurde in einer ersten Phase für die westlichen Ringstraßen von Kaiser-Wilhelm-Ring bis Zülpicher Platz ein Gestaltungswettbewerb ausgeschrieben, der u.a. zum Ziel hatte, die einzelnen Ringabschnitte und Plätze zu verdeutlichen sowie deren gestalterische Einbindung in die angrenzenden Stadtteile erkennbar zu machen.

Nach der eingangs dargelegten großen Bedeutung der Ringstraßen für die Gesamtstadt war damit jedoch nicht gemeint, daß sich die entsprechenden Abschnitte der Ringe in ihrer Gestaltung den angrenzenden Straßen und Vierteln anzugleichen hätten. Es ist darüber hinaus planerisches Ziel der Stadt Köln, sie wieder als übergeordnetes eigenes städtebauliches und stadtgestaltendes Element hervorzuheben.

Dies wird auch durch die im Wettbewerb gestellte Forderung nach der Entwicklung einer einmaligen, die Kölner Ringstraßen charakterisierenden Elementierung von Beleuchtung, Straßenmöblierung und sonstigen Ausstattungsgegenständen unterstrichen.

Der historische Straßenzug der Ringe muß einschließlich der ihn gliedernden Plätze, Grünanlagen sowie seiner wichtigen erhaltenswerten Baudenkmäler und Blickbeziehungen zu den bedeutendsten Bauten der Stadt, z.B. St. Gereon, St. Pantaleon, St. Severin, St. Aposteln und zum Dom, als besonders schützenswert angesehen werden.

Auf die Ringstraßen bezogen und in Blickbeziehung zu ihnen liegt ebenfalls der Kranz bedeutender neugotischer Kirchen der Neustadt, Agneskirche, Christuskirche, Michaelskirche, Paulskirche und Maternuskirche.

Die Erscheinung und damit weitgehend der Charakter sowie die städtebauliche Bedeutung einer Straße hängen weitgehend von ihrer Bebauung ab.

So besteht die Bebauung der Ringstraßen nicht nur aus „herrschaftlichen“ Häusern der Vorgründer- und Gründerzeit, sondern auch aus repräsentativen Gebäuden der nachfolgenden Bauepochen, deren Wichtigkeit an der überdurchschnittlich großen Anzahl denkmalwerter Bauten gemessen werden kann.

So ist es nicht nur wegen der Bedeutung des historischen Straßenzuges wichtig, die Reklamemöglichkeiten zu beschränken, sondern auch wegen seiner Gebäude, die weder als Ganzes noch in ihren bestimmenden Architekturelementen von Reklamen verdeckt oder verunklärt werden dürfen.

Grundsätzlich kann zu der Größe von Werbeanlagen gesagt werden, daß Werbeanlagen an Gebäudefassaden eine gewisse Abmessung nicht überschreiten sollten, die kleiner ist als die Größe von Werbeanlagen auf Freiflächen (öffentliche und private Flächen) und sich an den Gebäudeproportionen orientieren muß. Würden an Fassaden die gleichen Größen von Werbeanlagen zugelassen wie auf

Freiflächen, so würde die Architektur verunklart und die Proportion der Gebäude wäre nicht mehr ablesbar.

Gebäudefassaden sind durch Architekturelemente wie Wandflächen, Stützen, Erker, Balkone, vor allem aber durch Türen, Fenster und Brüstungen stark gegliedert. Für den Passanten sind diese Elemente –vor allem die letztgenannten-unverzichtbarer Bestandteil der Orientierung in der gebauten Umwelt. Durch sie nimmt er den Maßstab des Gebäudes, die Geschoßhöhen, die Geschoßzahl und bis zu einem gewissen Grad auch die Funktion und den Inhalt der Gebäude wahr. Dies gilt auch für ungegliederte und scheinbar leere Fassadenteile, die im Zusammenhang mit der Gesamtfassade einen wesentlichen Teil der architektonischen Aussage des Gebäudes ausmachen. Deshalb sollen Reklamen an Gebäudefassaden, insbesondere in historischen Stadtbereichen, nur eine Dimension und Ausgestaltung haben, die die Dominanz dieser Architekturelemente nicht beeinträchtigt.

Aus Gründen der Erkennbarkeit der o.g. Maßstäblichkeit der Gebäude, vor allem der Ablesbarkeit von Geschoßhöhen und Fenstergrößen, wird eine Einzelreklamefläche an Gebäuden von maximal 1,5 qm als noch vertretbar angesehen.

Reklame, die auf den wesentlich ungegliederten Freiflächen stehen, können meist größere Dimensionen haben (typische Ausnahmen sind z.B. enge Altstadtgassen). Von daher sollten an Reklameflächen auf Freiflächen und an Gebäuden verschiedene Maßstäbe gelegt werden.

Um diesen Zustand zu gewährleisten, müssen Aussagen über Größen, Anbringungsort, Anbringungsart und Ausgestaltung der Reklamen gemacht werden; deshalb wurde diesem erheblichen öffentlichen Interesse an der Erhaltung und Schutzwürdigkeit dieses Straßenraumes und seiner Bebauung bei der Abwägung der öffentlichen und privaten Belange der Vorrang vor den Einzelinteressen auf möglichst freie Werbung eingeräumt.

Im übrigen profitieren die Geschäftsleute ihrerseits von der Attraktivität dieser Straßen, so daß ihnen gewisse Einschränkungen bei den Werbeanlagen im Rahmen der Interessenabwägung zugemutet werden können.

Der Geltungsbereich der Satzung ist nicht auf den eigentlichen Straßenraum der Ringe begrenzt, sondern geht im Normalfall in gleichmäßigem Abstand darüber hinaus, um zu verhindern, daß Werbeanlagen außerhalb des Straßenraumes der Ringe störend in diesen hineinwirken, er umfaßt jedoch ebenfalls einzelne besonders hohe Gebäude zur Gänze, von denen aus an ihren Fassaden angebrachte Werbeanlagen über die Dächer der umgebenden Bebauung hinweg in die Ringstraßen hineinwirken können. Ebenso umfaßt der Geltungsbereich an die Ringe angrenzende Platzanlagen oder deren Teile, die den Ring hinzugerechnet werden müssen.

## **§ 1 Geltungsbereich**

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

Der räumliche Geltungsbereich umfaßt das im beiliegenden Plan (Blätter 1-11) – Anlage – umrandete Gebiet. Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

## **§ 2**

### **Umfang des Genehmigungsvorbehalts**

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

(2) Entsprechend den Regelungen in § 62 Abs. 1 Nr. 30, 31 und 32 BauO NW sind folgende Werbeanlagen nicht genehmigungspflichtig:

- Werbeanlagen bis zu einer Größe von 0,5 m<sup>2</sup>
- Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und Schlußverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung.
- Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung vorübergehend angebracht oder aufgestellt sind, soweit sie nicht mit dem Boden oder einer anderen baulichen Anlage verbunden sind und nicht über die Baulinie oder Baugrenze hinausragen. (§ 62 Abs. 1 Nr. 32 BauO NW).

(3) Die für Werbeanlagen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Satz 2 und § 4 Abs.1 Denkmalschutzgesetz NW bleibt unberührt.

## **§ 3**

### **Genehmigungsvoraussetzungen**

(1) Zulässig sind Werbeanlagen, wenn sie sämtliche nachfolgenden Vorschriften erfüllen:

1. Sie dürfen nicht oberhalb der Traufkante der Gebäude angebracht werden.
2. Vorbehaltlich der Regelung in Abs. (3) dürfen sie nicht oberhalb der Fensterunterkante des 2. Obergeschosses angebracht werden.
3. Sie müssen so angeordnet werden, daß sie Fensterflächen weder teilweise noch vollständig verdecken.
4. An Gebäudeeingängen sind sie entweder nur rechts oder nur links oder nur darüber zulässig.
5. Sie dürfen grundsätzlich nur bis 1,5 m<sup>2</sup> zusammenhängende Fläche beanspruchen, es sei denn, es handelt sich um einen Schriftzug aus Einzelbuchstaben, der auf der Wandfläche angebracht ist und eine maximale Höhe von 0,8 m nicht überschreitet.

6. Sie dürfen nicht mehr als 0,25 m Ausladung aufweisen. Maßgeblich ist der Abstand zwischen dem aufgehenden Mauerwerk des Anbringungsgebäudes (Hauswand) und dem parallel dazu entferntesten Punkt der Werbeanlage. Damit sind senkrecht zur Hauswand auskragende Reklamen ausgeschlossen. Ausgenommen hiervon sind rechtwinklig zur Hauswand angebrachte Hinweisschilder für Gaststätten mit einer maximalen Größe von 1 qm, deren maximale Ausladung 1,0 m nicht überschreiten darf.
  7. Sie dürfen nicht auf ein anderes Grundstück oder Gebäude übergreifen.
- (2) Abs. 1 Nr. 1 bis 7 gelten nicht für Werbeanlagen i.S.d. § 4 dieser Satzung.
- (3) Oberhalb der Fensterunterkante des 2. Obergeschosses und unterhalb der Traufkante dürfen an der Stätte der Leistung pro Gebäudefront nur jeweils ein Schriftzug und/oder Signet aus Einzelbuchstaben mit einer maximalen Höhe von 0,8 m angebracht werden.
- (4) Schriftzüge und sonstige Werbeanlagen dürfen nur waagerecht oder nur senkrecht angebracht werden.  
Sie müssen so gestaltet sein, daß sie ein ruhiges Erscheinungsbild bieten und daß weder durch mechanische, elektronische oder sonstige Kraft noch durch wechselnde Lichteffekte oder Farbe optisch wahrnehmbare Bewegungen entstehen.
- (5) Werbeanlagen an Brückenanlagen, Böschungsmauern, Einfriedigungen, Erkern, Balkonbrüstungen und Schornsteinen sind untersagt.
- (6) Die Vorschriften der §§ 12 und 13 BauO NW bleiben unberührt.

#### **§ 4 Werbeanlagen und Freiflächen**

Werbeanlagen sind auf Freiflächen nur genehmigungsfähig, wenn sie folgenden besonderen Vorschriften entsprechen:

- Litfaßsäulen: nicht höher als 4,65 m  
Durchmesser kleiner als 1,75 m;
- Uhrenkandelaber: nicht höher als 5,46 m;
- Werbevitri-  
nen:
  - a) an Unterständen der öffentlichen Nahverkehrsmittel  
höchstens eine doppelseitige, mit einer  
Werbefläche von nicht mehr als 1,85 m x 1,25 m  
(oder bei anderem Format, wenn eine  
Gesamtquadratmeterzahl von 2,31 nicht  
überschritten wird).
  - b) höchstens ein- bis zweiseitige, mit einer  
Werbefläche, einschließlich Rahmenkonstruktion,  
von nicht mehr als 3,90 m x 2,88 m, einer  
maximalen Höhe der Gesamtkonstruktion von 5,38

m über Fußboden, und  
einer Minstdurchgangshöhe von 2,20 m;

- c) doppelseitige mit einer Werbefläche von nicht mehr  
als 1,85 m x 1,25 m und einer maximalen  
Vitrinhöhe 2,55 m.

## **§ 5 Ausnahmen**

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.

## **§ 6 Bestehende Werbeanlagen**

Für bestehende Werbeanlagen bestimmen die Vorschriften dieser Satzung den Inhalt der sich aus § 82 BauO NW ergebenden Anpassungspflichten.

## **§ 7 Ordnungswidrigkeit**

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach dieser Satzung genehmigungspflichtige Werbeanlage ohne Genehmigung errichtet, aufstellt, ändert oder anbringt, begeht eine Ordnungswidrigkeit im Sinn des § 79 Abs. 14 und Abs. 3 BauO NW, die mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro (Fn 1) geahndet werden kann.

## **§ 8 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tage ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Vorstehende Satzung wird hiermit öffentlich bekanntgemacht.

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

Köln, den 28.5.1995

gez.: Burger  
Oberbürgermeister

- ABI StK 1995, S. 229, 2001, S. 533 -



Fn 1 geändert aufgrund der Satzung der Stadt Köln zur Anpassung städtischer Satzungen an den Euro vom 04. Dezember 2001; I. Art. 11; II. Inkrafttreten: Diese Satzung tritt am 1.1.2002 in Kraft – Öffentliche Bekanntmachung im Amtsblatt der Stadt Köln 2001 Nr. 60 S. 533 vom 17.12.2001.











































