

**Satzung über Anbringungsort, Abmessungen, und Ausgestaltung von
Werbeanlagen für einen Teil der Ortslage Köln-Neustadt/Süd im Bereich des
sog. "Kwartier Latäng"**

**Arbeitstitel: Werbesatzung "Kwartier Latäng"
vom 27.10.2009**

Der Rat der Stadt Köln hat in seiner Sitzung am 10.09.2009 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 und 35 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) vom 01.03.2000 (GV NRW S. 255/SGV NRW 232) – 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.

Städtebauliche Ziele der Satzung

Die vorliegende Werbesatzung bezieht sich auf ein Gebiet, das im Wesentlichen durch die Lindenstraße, die Bahntrasse Köln Hbf in Richtung Bonn, die Luxemburger Straße und die Roonstraße begrenzt wird und damit größtenteils dem Geltungsbereich des Bebauungsplans "Rathenauplatz" entspricht. Davon abweichend beinhaltet der Geltungsbereich dieser Satzung auch die südliche Straßenrandbebauung der Luxemburger Straße. Außerdem wurde der Grenzverlauf im Bereich von Zülpicher Platz und Barbarossaplatz dem bereits bestehenden Geltungsbereich der Werbesatzung Kölner Ringstraßen angepasst (siehe Plan in Anlage 1).

Das "Kwartier Latäng" ist Teil der so genannten Kölner Neustadt, die Ende des 19. Jahrhunderts auf den Flächen der ehemaligen Befestigungsanlagen entstand. Unter dem Stadtbaumeister Joseph Stübben entstand eine für diese Zeit typische Stadterweiterung mit einem Prachtboulevard (den heutigen Ringstraßen), sternförmigen Straßenknotenpunkten und innerstädtischen Grünflächen wie z. B. dem Rathenauplatz. Im "Kwartier Latäng" des ausgehenden 19. Jahrhunderts waren vier Vollgeschosse mit ausgebautem Dachgeschoss zugelassen. Die damit festgelegte Traufhöhe ermöglichte nach den Zerstörungen des Zweiten Weltkrieges im Zuge des Wiederaufbaus fünf Vollgeschosse mit wiederum einer Dachterasse. Im rückwärtigen Bereich, d. h. im Blockinneren, entstanden gleichzeitig mit den Vorderbauten zahlreiche Anbauten.

Der Bereich um den Rathenauplatz war von vornherein als vornehmes Viertel für hohe Einkommensschichten konzipiert. Die Wohnhäuser wurden dort mit verschiedenen Vorbauten, wie z. B. Erker, Balkone, Loggien oder Risalite, versehen, wodurch eine abwechslungsreiche Straßenfront entstand. Im übrigen "Kwartier Latäng" entstand ein bürgerliches Viertel.

Das Satzungsgebiet stellt sich heute mit einer recht homogenen Bebauungsstruktur dar, die noch deutliche Züge der gründerzeitlichen Stadtplanung aufweist. Die fast ausnahmslos vier- bis fünfgeschossige Bebauung und die hohe Zahl denkmalgeschützter Bauten aus der Gründerzeit sind Kennzeichen des so

genannten "Kwartier Latäng". Die vorwiegende Nutzung ist das Wohnen, es sind darüber hinaus aber auch Gewerbebetriebe, die sich hauptsächlich auf die Erdgeschosse der Gebäude beschränken, vertreten. Hinsichtlich der Dichte von Gewerbebetrieben lassen sich unterschiedliche Schwerpunkte innerhalb des Gebiets definieren: Nördlich der Zülpicher Straße sind nur wenige Geschäfte, Betriebe und Gastwirtschaften zu finden. Mit Ausnahme des Bereichs zwischen Dasselstraße und Eisenbahntrasse ist das Wohnen die fast ausschließliche Nutzungsform. Dies gilt auch für die Hochstadenstraße und die Heinsbergstraße südlich der Zülpicher Straße. In den übrigen Bereichen finden sich hingegen deutlich mehr Gewerbebetriebe, insbesondere in der Luxemburger Straße, dem westlichen Ende der Kyffhäuserstraße und der Zülpicher Straße. Als Gewerbe kommen dabei Dienstleistungs- und Handwerksunternehmen vor, überwiegend jedoch Einzelhandel und gastronomische Betriebe. Ein Schwerpunkt für Schank- und Speisewirtschaften hat sich in den letzten Jahrzehnten, aufgrund der Nähe zur Universität, in der Zülpicher Straße und der Kyffhäuserstraße herausgebildet. Die Gaststätten, teilweise mit theaterähnlichem Charakter, Musikdarbietungen u. Ä., sind ein Vergnügungsbereich mit einer besonderen Ausrichtung auf ein junges, überwiegend studentisches Publikum.

Die Gewerbebetriebe im Geltungsbereich dieser Satzung schlagen sich im Stadtbild vor allem durch ihre Werbeanlagen nieder. Grundsätzlich wird ein Ortsbild, ebenso wie die Gestaltung von Einzelgebäuden, durch Werbeanlagen erheblich verändert. Durch zu große, zu schrille oder falsch platzierte bzw. durch eine zu große Häufung von Werbeanlagen kann die Gestaltqualität von Gebäuden, aber auch von ganzen Straßenzügen leiden oder sogar vollkommen überprägt werden. Es liegt daher im öffentlichen Interesse, durch die vorliegende Satzung Anforderungen mit dem Ziel zu formulieren, nur noch Werbung zu ermöglichen, die in Abmessung, Ausgestaltung und Anbringungsort der Umgebung angemessen ist. Dadurch soll langfristig eine hohe Gestaltqualität gesichert bzw. wiederhergestellt werden und die historische Bedeutung als Wohnviertel des ausgehenden 19. Jahrhunderts erlebbar bleiben.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass dezente Werbung in einem recht homogen gestalteten Bereich wirksamer sein kann, als eine sehr schrille Werbung in einem sehr auffälligen und heterogenen Umfeld. Die Gewerbetreibenden haben also auch nach Inkrafttreten dieser Satzung die Möglichkeit, durch gut gestaltete Werbung hervorzutreten. Damit wird den Interessen der Gewerbetreibenden Rechnung getragen, die außerdem auch von einer gestalterischen Aufwertung des "Kwartier Latäng" profitieren.

Grundsätzlich muss unterschieden werden zwischen Werbeanlagen an Gebäuden und Werbung auf öffentlichem Straßenland und öffentlichen Plätzen. 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 diese Gestaltungselemente der Fassade. Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland und auf öffentlichen Plätzen sollen sich an Elementen orientieren, die dort vorhanden sind. Dies sind Kfz, Telefonzellen, Transformatorenhäuschen, Schaltschränke etc. Diese Elemente haben größere Formate und sind voluminöser als die Gestaltelemente an den Hausfassaden. Daher können die Werbeanlagen auf dem öffentlichen Straßenland größer sein als die an den Fassaden. Die individuelle Gestaltung von Gebäudefassaden dient der Wiedererkennung von Orten und ist hilfreich bei der

Orientierung im Ortsteil. Des Weiteren ist die Wirkung von Fassaden und Straßenzügen auch für die positive oder negative Annahme eines Raums durch die Menschen bestimmend.

Werbeanlagen an Gebäudefassaden sollen nur zwischen Erdgeschoss und Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden. Dadurch soll gewährleistet sein, dass der überwiegende Teil der Fassade von Werbeanlagen freigehalten wird und somit die Architektur des Gebäudes erlebbar und erfahrbar bleibt. Andererseits ist dieser Bereich der Fassade der Teil, den der Fußgänger im natürlichen Blickfeld hat, ohne den Blick zu heben. Es ist also der Bereich der für die Werbewirtschaft und die Geschäftsleute am interessantesten ist. Werbeanlagen müssen so angeordnet werden, dass sie Fenster- und Schaufensterflächen weder teilweise noch vollständig verdecken. Würden die Fenster teilweise oder sogar vollständig von Werbeanlagen verdeckt, wären die Proportionen des Gebäudes nicht mehr klar ablesbar. Die Schaufenster sollen nicht mit Folien o. Ä. beklebt werden, sondern dort sollen Waren ausgestellt werden. Schaufenster sind "das Gesicht des Handels" und die Visitenkarte des Einzelhandels. Sie sollen Zeitgeist, Mode, Technik und Konsumgüter von ihrer besten Seite zeigen. Durch gleiche Augenhöhe mit dem Fußgänger kommunizieren beide miteinander. Mit Folien beklebte Schaufenster bewirken das Gegenteil: es entstehen "tote" Zonen in der Einkaufsstraße, die unattraktiv und daher unerwünscht sind. Da aber zu besonderen Anlässen gelegentlich Teile des Schaufensters beklebt werden, um auf Sonderangebote oder besondere jahreszeitliche Verkäufe hinzuweisen, oder dem Schaufenster einen Rahmen zu geben, soll das Bekleben dann erlaubt sein, wenn nur 10 % der Fläche beklebt werden.

Die Beschränkung der Werbeanlagen an Fassaden auf die Größe von 1,5 m² erfolgt, damit sie nicht größer sind als die Gestaltelemente der Fassade (s. o.). Diese Gestaltelemente, wie Fenster und Türen, die im Wesentlichen die Gliederung der Fassade beeinflussen, haben Formate von 1 m x 2 m (normale Tür) oder sind kleiner. Damit die Werbeanlagen die Fassade des Gebäudes nicht beherrschen, sollen sie in ihrer Größe eingeschränkt werden und nicht das Maß der Gestaltungselemente überschreiten.

Aus diesem Grund werden Einzelbuchstaben bevorzugt. Wenn sie auf der Fassade angebracht werden, so ist die Fassade durch die Buchstaben hindurch immer noch zu erkennen, sie verdecken die Fassade nicht flächig. Bei einer maximalen Größe von 0,75 m Höhe der Einzelbuchstaben ist in einer normal breiten Straße der Schriftzug der Werbeanlage von der anderen Straßenseite sehr gut lesbar. Auch in der Perspektive des Straßenverlaufes kann der Schriftzug in dieser Größe auch in der Distanz gut gelesen werden. Damit die einzelnen Häuser eines Straßenzuges als individuelle Gebäude ablesbar und erkennbar sind, soll eine Werbeanlage nicht auf ein benachbartes Haus übergreifen. Eine weitere Möglichkeit, den Vorrang der Gestaltelemente der Fassade vor der Werbung sicherzustellen, 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. Flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,25 m vor die Bauflucht auskragen und in den Straßenraum hineinragen, damit verhindert wird, dass sämtliche Werbeanlagen auf der Fassade auskragen und damit Gestaltelemente der Fassade in der perspektivischen Ansicht verdecken.

Damit die Werbeanlagen nicht zu viel Fassadenfläche in der perspektivischen Ansicht verdecken, sind senkrecht zur Fassade angebrachte Werbeschilder nur mit einer maximalen Fläche von 1 m² erlaubt und dürfen nicht weiter als 1 m in den Straßenraum hinein ragen. Um eine zu große Anhäufung solcher Werbeschilder zu verhindern, sind senkrecht zur Fassade angebrachte Werbeanlagen nur an Gaststätten zulässig. Damit kann der typische Charakter der Zülpicher Straße und der Kyffhäuserstraße als Kneipen- und Gaststättenbereich gewahrt bleiben, ohne dass das Ortsbild und die Architekturelemente zu stark überprägt würden.

Erker und Balkonbrüstungen sollen freigehalten werden von Werbeanlagen, da sie gestalterische Elemente der Fassade sind, die die Proportionen eines Gebäudes mitbestimmen und erkennbar bleiben sollen. Einfriedigungen wie Zäune lassen den Blick noch frei auf gestaltete Vorgärten und sie sollen deshalb nicht mit Werbeanlagen versehen werden. An Bauzäunen soll keine Werbung angebracht werden, da zu befürchten ist, dass dann auch nicht erwünschte Wildplakatierung an diesen Bauzäunen vorzufinden ist.

Dass Werbeanlagen nachts beleuchtet sind, trägt positiv zum Image einer Geschäftsstraße bei. Es soll jedoch die Werbeanlage selbst leuchten (am besten als Einzelbuchstaben) oder sie soll hinterleuchtet sein. Angestrahlte Werbeanlagen machen einen wenig qualitätvollen Eindruck. Außerdem stören die auskragenden Beleuchtungskörper, die die flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlage anstrahlen, das Erscheinungsbild der Fassade. Besonders wenn diese Scheinwerfer in Reihe über der Werbeanlage angebracht werden, wirken sie tagsüber wie Fremdkörper an der Fassade.

In den Geschäfts- und Einkaufsstraßen ist in der Regel viel Bewegung und Unruhe durch Passanten, Radfahrer, Pkw und sonstige Fahrzeuge anzutreffen. Um nicht noch mehr Unruhe in die Straßen 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, zum anderen verstört es den Passanten, dem durch die wechselnden Projektionen förmlich der Fußboden unter den Füßen entzogen wird.

"Riesenwerbeposter" sprengen wegen ihrer enormen Größe zwar die proportionalen Verhältnisse eines Gebäudes oder einer Straße. Da diese bedruckten Planen aber lediglich während der Bauzeit am Baugerüst zulässig sein sollen, handelt es sich um vorübergehende Anlagen, die nur zeitlich begrenzt angebracht werden und nicht ständig das Erscheinungsbild der Straße beeinträchtigen.

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 ebenfalls zu Beeinträchtigungen des Ortsbildes führen. Außerdem handelt es sich hierbei um Werbeanlagen, die oft neue bauliche Anlagen im Straßenraum darstellen und damit das Erscheinungsbild des Straßenraums erheblich verändern können. Im "Kwartier Latäng" wird der Raum auf öffentlichen Straßen und Plätzen bisher nur eingeschränkt als Aufstellungsort für Werbeanlagen genutzt. Der größte Teil solcher Werbeanlagen befindet sich im

Bereich Luxemburger Straße, Moselstraße und dem daran anschließenden Übergang zur Dasselstraße. Dort ist Werbung zu einem dominanten Gestaltungsmerkmal der baulichen Umgebung geworden. Eine solche Häufung von Werbeanlagen soll in den sensibleren Bereichen des "Kwartiers Latäng", hierzu zählen die überwiegend durch Wohnnutzung geprägten Bereiche, insbesondere der Rathenauplatz mit seiner Umgebung, vermieden werden. Dazu werden in dieser Satzung die Standorte und Anlagentypen für Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland und öffentlichen Plätzen festgelegt. Diese Stellen sind im Einzelnen 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.

Auch ohne Werbeanlagen wird der öffentliche Raum stark beansprucht. Erforderliche technische Einrichtungen wie Straßen- und Verkehrsschilder, Ampelmasten, Straßenlaternen, Schaltschränke, Briefkästen, Telefonzellen, Transformatorenhäuschen etc. befinden sich auf öffentlichem Straßenland. Damit der öffentliche Raum nicht völlig zugestellt wird, sind Einschränkungen erforderlich. Aus dem gleichen Grund sollen zusätzliche Werbeanlagen an Masten von Straßenlaternen oder Ampeln ausgeschlossen werden. Auch sie könnten zusätzlich den Blick auf Gebäude verstellen oder beeinträchtigen.

§ 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 wird im Norden durch die Lindenstraße, im Westen durch die Bahntrasse Köln Hbf in Richtung Bonn, im Süden durch die Randbebauung in der Luxemburger Straße und im Osten weitgehend durch die Roonstraße begrenzt. In den Bereichen des Zülpicher Platzes und des Barbarossaplatzes weicht die Grenze des Geltungsbereichs nach Westen, zwischen den beiden Plätzen nach Osten von der Roonstraße ab. Der genaue Grenzverlauf ergibt sich aus dem Plan in der Anlage mit Ausweisung der Einzelpläne 1 und 2. Der Plan sowie die beiden Einzelpläne sind Bestandteil der Satzung.

§ 2 Gestaltungsgrundsätze

(1) Die Anbringungsorte bzw. Standorte für Werbeanlagen sind stets so zu wählen, dass es weder zu einer Beeinträchtigung des Ortsbilds und der Ortscharakteristik kommt, noch die architektonische Gestaltung von Gebäuden überprägt oder maßgeblich beeinträchtigt wird.

(2) Wird eine Werbeanlage direkt an einem Gebäude angebracht, so ist insbesondere auf die architektonische Formensprache dieses Gebäudes (z. B. Fassadengliederung, Fluchten, Gesimse, Erker, Fassadenöffnungen etc.) Rücksicht

zu nehmen. Parallel zur Wand angebrachte Werbeanlagen dürfen nicht über Fassadenkanten hinausragen.

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

§ 3

Umfang des Genehmigungsvorbehaltes

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

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

1. Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1 m², sofern von diesen alle Kriterien des § 4 berücksichtigt werden.
2. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und andere Sonderverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung (maximal vier Wochen).
3. Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung zeitlich begrenzt angebracht oder aufgestellt sind, soweit sie nicht fest mit dem Boden oder einer anderen baulichen Anlage verbunden sind, und nicht über die Baulinie oder Baugrenze hinausragen.

(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.

§ 4

Genehmigungsvoraussetzungen

(1) Zulässig sind Werbeanlagen, wenn sie alle nachfolgenden Vorschriften einhalten:

1. Werbeanlagen dürfen nur zwischen Erdgeschoss und der Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.
2. Werbeanlagen müssen so angeordnet werden, dass sie Fenster- und Schaufensterflächen weder teilweise noch vollständig verdecken. Das Bekleben der Schaufensterflächen mit Folien o. Ä. ist zulässig, wenn die beklebte Fläche nicht mehr als 10 % der Schaufensterfläche einnimmt.
3. Werbeanlagen dürfen grundsätzlich eine zusammenhängende Fläche von max. 1,5 m² beanspruchen.
4. Schriftzüge aus Einzelbuchstaben dürfen abweichend von (1) Nr. 3 auf der Wandfläche angebracht werden, wenn jeder Einzelbuchstabe eine maximale Höhe von 0,75 m nicht überschreitet. Die Fläche einer Werbeanlage bestehend aus Einzelbuchstaben wird durch die Außenmaße des Schriftzuges ermittelt. Der

Schriftzug darf nicht auf ein anderes Gebäude oder eine andere Wand übergreifen.

5. Die gesamte Werbefläche an einer Gebäudewand darf folgende Werte nicht überschreiten:

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

Das zulässige Maß an Werbefläche ist für jede Wand separat zu ermitteln.

6. 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.
7. Senkrecht zur Fassade stehende Werbeanlagen von Gaststätten 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 inkl. der Befestigung 1,0 m² nicht überschreiten.
8. Werbeanlagen an Bauzäunen, Einfriedungen, Erkern und Balkonbrüstungen sind unzulässig.
9. In den Straßenraum auskragende Einrichtungen zur Beleuchtung von Werbeanlagen sind nicht zulässig. Hinterleuchtete oder selbst leuchtende Werbeanlagen sind zulässig.
10. Die Werbeanlagen dürfen keine wechselnden oder bewegten Sichtflächen oder eine entsprechende Beleuchtung (einschließlich Lichtprojektionen) haben.
- (2) Abweichend von den Vorschriften von (1) Nrn. 1. bis 6. sind Werbeanlagen im Höchstmaß von 25 m² pro Gebäude zulässig, wenn sie auf Staubschutznetzen an Baugerüsten für die Dauer der notwendigen Arbeiten angebracht sind.
- (3) Abs. (1) Nrn. 3. bis 5. gilt nicht für Werbeanlagen im Sinne des § 5 dieser Satzung.

§ 5

Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland und auf öffentlichen Plätzen

- (1) Als Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum und auf öffentlichen Plätzen sind Litfaßsäulen, Werbevitrinen, Werbeanlagen an Fahrradständern und Plakattafeln zulässig, sofern sie nachstehende Voraussetzungen erfüllen. Nicht zulässig sind, unabhängig von ihrer Größe, Werbeanlagen, die an Masten im öffentlichen

Straßenraum oder auf öffentlichen Plätzen, z. B. Ampeln oder Laternen, dauerhaft angebracht werden.

(2) Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum oder auf öffentlichen Plätzen werden nur an den in den Einzelplänen 1 und 2 (siehe Anlage zu dieser Satzung) gekennzeichneten Standorten genehmigt. Werbevitruinen sind darüber hinaus auch als Bestandteil von Fahrgastunterständen des öffentlichen Personennahverkehrs zulässig.

(3) Es sind die nachfolgenden Abmessungen einzuhalten.

- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1. Litfaßsäulen | Max. Höhe 6,00 m, max. Durchmesser 2,30 m |
| 2. Werbevitruinen | Max. Werbefläche auf jeder Seite 1,85 m x 1,30 m |
| 3. Werbeanlagen an
Fahrradständern | Maße der Werbefläche auf jeder Seite max. Höhe
0,45 m, max. Breite 1,60 m |
| 4. Plakattafeln | Max. Höhe 2,60 m, max. Breite 3,60 m |

(4) Die Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland und auf öffentlichen Plätzen können hinterleuchtet zugelassen werden.

§ 6

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.

§ 7

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.

§ 8

Inkrafttreten

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

Vorstehende Satzung wird hiermit öffentlich bekanntgemacht.



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

Köln, den 27. Okt. 2009

Der Oberbürgermeister
gez. Roters

- ABI StK 2009, S. 1165 -



