

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

Arbeitstitel: Werbesetzung Neusser Straße

vom 11.02.2008

Der Rat der Stadt Köln hat in seiner Sitzung am 30.08.2007 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 Nr. 33, 33b, 34 und 35 der Bauordnung für das Land NRW (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.

Präambel

Die Neusser Straße (B 9) ist eine der wichtigsten Straßenverbindungen von der Kölner Innenstadt in Richtung Norden. Sie ist ein Teilabschnitt der B 9, die in Nord-Süd-Richtung das Kölner Stadtgebiet durchquert und eine überregionale Straßenverbindung darstellt.

Die Neusser Straße wurde bereits in der sogenannten Reinhardt-Karte von 1752 als "Weg nach Nuys" eingetragen. Sie wurde von Wirtschaftswegen überquert, welche die älteste Besiedlung von Nippes mit dem Ort Niehl und der Fähre zum anderen Rheinufer verband. Die älteste Bebauung entstand dort, wo sich heute die Kreuzung von Neusser-, Flora- und Mauener Straße befindet. Hier begann auch die industrielle Entwicklung des Ortes. In der Folgezeit entwickelte sich Nippes zu einer dicht besiedelten Stadt, die für kurze Zeit selbstständig war, und 1888 zusammen mit anderen Vorstädten von Köln eingemeindet wurde.

Die Errichtung einer Eisenbahnlinie, die Köln mit Krefeld verband, begünstigte die Ansiedlung von Industriebetrieben (Bleiweißfabrik Brasseur 1848, Säge- und Mühlenbetrieb Jakob Auer 1850, 1. Gummifadenfabrik Deutschlands Ferdinand Kohlstadt 1857, u. a.). Einen wesentlichen Impuls brachte die Entscheidung, die für die in Köln endenden Bahnstrecken erforderlichen Reparaturwerkstätten in Nippes anzusiedeln (1860). Die Erweiterung des Eisenbahnausbesserungswerks zwischen der Eisenbahnstrecke nach Krefeld und der Neusser Straße sowie die Ansiedlung weiterer Fabriken (z.B. Gummiwerke Franz Clouth 1864, Kunstdüngerfabrik Vorster und Grünberg 1869, Brauerei Feldschlösschen 1878) erforderte die Erschließung des Geländes mit der Anlage eines Straßennetzes, um eine Bebauung zur Ansiedlung zehntausender Arbeitnehmer zu ermöglichen. Die Anlage der Pferdebahn auf der Neusser Straße (1878) begünstigte dort die Ansiedlung von Händlern zur Versorgung der bis 1906 auf 36.000 Einwohner gewachsenen Vorstadt.

Die Bebauung entlang der Neusser Straße spiegelt heute noch die Entwicklung der Vorstadt seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts wider, die vor dem Ersten Weltkrieg im wesentlichen abgeschlossen war. Nach dem Zweiten Weltkrieg erfolgte der Wiederaufbau der entstandenen Lücken und der Versuch mit Maßstab sprengenden Hochhäusern an der Einmündung von der Florastraße in die Neusser Straße ein modernes urbanes Zentrum zu schaffen. Gründerzeitliche Architektur prägt dennoch bis heute das Erscheinungsbild der Straßenrandbebauung. Zweigeschossige, traufständige Wohn- und Geschäftshäuser mit drei bis fünf Fensterachsen gehören zum ältesten erhaltenen Bautyp, der bis in die frühen 1880er Jahre gebaut wurde. Dreigeschossige, dreiachsige und traufständige Bauten vertreten einen städtischen Bautyp, der bis in die 1890er Jahre üblich war. Bauten mit der gleichen Geschosshöhe und ebenfalls drei und mehr Fensterachsen sowie großzügigen manchmal geschweiften Giebelformen und oft großen Dachaufbauten entstanden ab 1905. In der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen entstanden nur wenige Neubauten. Nach 1945 wurden zur Kriegsschadensbeseitigung in den Baulücken Häuser mit schlichten sogenannten Lochfassaden oder horizontal gegliederten Fassaden gebaut. Dies änderte aber nichts am weitgehend erhaltenen gründerzeitlichen Habitus der Straße.

Die Neusser Straße ist heute die wichtigste Einkaufsstraße des Stadtbezirks Nippes und gleichzeitig eine bedeutende Verkehrsverbindung zur Kölner Innenstadt. Der Geltungsbereich dieser Satzung (siehe Plan in der Anlage) umfasst die Neusser Straße zwischen Mauenheimer Gürtel/Niehler Gürtel und Innerer Kanalstraße. Die Bebauung entlang der Neusser Straße ist eine städtebauliche Einheit, die durch eine überwiegend vier- bis sechsgeschossige Straßenrandbebauung und Mischnutzung geprägt ist. In der Regel befinden sich in den Erdgeschossen der Gebäude Verkaufsflächen, während die Etagen darüber vorwiegend dem Wohnen dienen. Im Gebiet finden sich noch zahlreiche Gebäude aus der Gründerzeit, die unter Denkmalschutz gestellt sind.

Eine Besonderheit in der Neusser Straße sind die Rücksprünge einzelner Gebäude von der eigentlichen Straßenflucht. Dies ist durch Pläne zu erklären, welche eine Verbreiterung der Neusser Straße vorsahen. Die an den Versatzstellen der Gebäude entstandenen Brandwände sind vom Straßenraum aus gut sichtbar und daher für Werbezwecke sehr gut geeignet. Da die Neusser Straße stark frequentiert ist, werden diese potentiellen Werbeflächen nicht nur von den dort ansässigen Gewerbetreibenden genutzt, sondern es wurden auch zahlreiche Werbeanlagen errichtet, die von Dritten zu eigenen Werbezwecken oder für Produktwerbung gemietet werden können. Die wachsende Anzahl von Werbeanlagen und die damit verbundene Gefahr einer negativen Überprägung der städtebaulichen Charakteristik der Neusser Straße sowie der architektonischen Gestaltung von Einzelgebäuden erfordern die Aufstellung dieser Satzung. Es liegt im öffentlichen Interesse zu verhindern, dass durch zu große, zu schrille oder falsch platzierte bzw. durch eine weitere Häufung von Werbeanlagen das bereits ohnehin gefährdete Stadtbild zusätzlich beeinträchtigt wird. Stattdessen soll durch Werbung, welche in Abmessung, Ausgestaltung und Anbringungsort der Umgebung angemessen ist, eine verbesserte Gestaltqualität langfristig wiederhergestellt werden. 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 von der gestalterischen Aufwertung der Neusser Straße profitieren.

Begründung

Grundsätzlich muss unterschieden werden zwischen Werbeanlagen an Gebäuden und Werbung auf öffentlichem 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 diese Gestaltungselemente der Fassade. Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland sollen sich an Elementen orientieren, die im öffentlichen Straßenland vorhanden sind. Dies sind Pkw, 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 wie der Neusser 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, wird das Maß der auskragenden Werbeanlage auf 1,00 m eingeschränkt. 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. Angestahlte 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.

Neben dem Erhalt und der Pflege des Ortsbildes als visuelle Stadtwahrnehmung sind auch akustische Einflüsse für die Wirkung eines Raumes und die Aufenthaltsqualität verantwortlich. Ebenso wird der öffentliche Raum privatisiert, wenn aus dem Ladenlokal über dem Eingang aufgehängte Lautsprecher Werbebotschaften oder Musik in den öffentlichen Straßenraum gesendet werden. Diese akustische Vermüllung des öffentlichen Raumes erinnert an Kirmesbesuche und Jahrmarktschreierei, ist einer Geschäfts- und Einkaufsstraße nicht adäquat, ist daher unerwünscht und soll deshalb unzulässig sein.

"Riesenwerbeposter" sprengen wegen ihrer enormen Größe zwar die proportionalen Verhältnisse eines Gebäudes oder einer Straße. Da diese bedruckten Platten 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.

Großflächige Werbeanlagen können nur an bestimmten Orten verträglich in ihre Umgebung integriert werden. Dies sind im Allgemeinen Bereiche, in denen es keine relevante bauliche Prägung gibt, welche durch die großflächige Werbung beeinträchtigt werden könnte. In der Neusser Straße bilden die zahlreichen fensterlosen Brandwände an den Vor- bzw. Rücksprüngen der Gebäude ein besonderes Potential für großflächige Werbung. Diesem Umstand ist in der vorliegenden Satzung Rechnung getragen worden, indem an den schmucklosen Brandwänden größere Werbeanlagen zugelassen werden als dies für die Fassaden der Gebäude der Fall sein kann. In der Vergangenheit fiel die Wahl des Anbringungsorts von großflächigen Werbeanlagen aus stadtgestalterischer Sicht nicht immer zufrieden stellend aus. Auch führte eine Häufung dieser Werbeanlagen mitunter zu Beeinträchtigungen des Ortsbildes. Diese, bereits vorhandenen Anlagen unterliegen zwar dem Bestandsschutz, es soll jedoch langfristig mit dieser Satzung eine verträglichere Integration von großflächiger Werbung in der Neusser Straße erreicht werden. Zu diesem Zweck werden mit der vorliegenden Satzung Höchstmaße für die Werbeflächen definiert und eine Häufung solcher Werbeanlagen an einzelnen Gebäuden ausgeschlossen. Werbeanlagen sollen sich zudem künftig stärker an der Fassadengliederung des jeweiligen Gebäudes ausrichten und durch einen Mindestabstand von den Gebäudekanten weniger in das Erscheinungsbild der Fassade eintreten.

Neben der Werbung an Gebäuden gibt es vielfältige Möglichkeiten, im öffentlichen Straßenraum zu werben, z.B. mit Werbevitrinen, Uhrenkandelabern, Litfaßsäulen oder Fahrradständern mit Werbung. 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. Durch die abschließende Aufzählung wird sichergestellt, dass keine anderen Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland aufgestellt werden und der öffentliche Raum nicht zu sehr beeinträchtigt wird. 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.

Um die Flut weiterer Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland einzudämmen, sollen nur an bestimmten Stellen Werbeanlagen zulässig sein. Diese Stellen 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 umfasst die Neusser Straße zwischen Mauener Gürtel/Niehler Gürtel und der Inneren Kanalstraße gemäß dem Plan in der Anlage mit Ausweisung der Einzelpläne 1 bis 3. Der Plan sowie die drei Einzelpläne sind Bestandteil dieser Satzung.

§ 2 Gestaltungsgrundsätze

- (1) Die Anbringungsorte bzw. Standorte für Werbeanlagen sind stets so zu wählen, dass es weder zu einer Beeinträchtigung des Ortsbildes 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 Absatz 2 genannten Werbeanlagen sind genehmigungspflichtig.
- (2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:
- Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,0 m², sofern von diesen alle Kriterien des § 4 eingehalten werden. § 6 Abs. 1 dieser Satzung bleibt unberührt.
 - Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und andere Sonderverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung.
 - 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 Vorderkante der Fassade 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 für Werbeanlagen an Gebäudefassaden

- (1) Zulässig sind Werbeanlagen, wenn sie alle nachfolgenden Vorschriften einhalten:
- Werbeanlagen dürfen nur zwischen Erdgeschoss und der Unterkante der Fenster des ersten Obergeschosses angebracht werden.
 - 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 verdeckte Fläche nicht mehr als 10% der Schaufensterfläche einnimmt.
 - Werbeanlagen an Bauzäunen, Einfriedigungen, Erkern und Balkonbrüstungen sind unzulässig.
 - Werbeanlagen dürfen grundsätzlich eine zusammenhängende Fläche von max. 1,5 m² beanspruchen.
 - Schriftzüge aus Einzelbuchstaben dürfen abweichend von Abs. 1 Nr. 4 auf der Wandfläche angebracht werden, wenn jeder Einzelbuchstabe eine maximale Höhe von 0,75 m nicht überschreitet. Der Schriftzug darf nicht auf ein anderes Gebäude oder eine andere Wand übergreifen.
 - Die gesamte Werbefläche an einer Gebäudewand darf folgende Werte nicht überschreiten:

Wandbreite zulässige Werbefläche

bis 8 m 2 m²

bis 12 m 3 m²

bis 16 m 4 m²

über 16 m 5 m²

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

- g). 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.
 - h). 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 Pflicht zur Einholung einer Sondernutzungserlaubnis bleibt unberührt. Die Fläche der senkrecht zur Hauswand angebrachten Werbeanlagen darf inkl. der Befestigung 0,5 m² nicht überschreiten.
 - i). In den Straßenraum auskragende Einrichtungen zur Beleuchtung von Werbeanlagen sind nicht zulässig. Hinterleuchtete oder selbst leuchtende Werbeanlagen sind zulässig.
 - j). Die Werbeanlagen dürfen keine wechselnden oder bewegten Sichtflächen oder eine entsprechende Beleuchtung (einschließlich Lichtprojektionen) haben.
 - k). Akustisch unterstützte bzw. rein akustische Anlagen, die aus Ladenlokalen heraus den öffentlichen Raum beschallen, sind nicht zulässig.
- (2) Abweichend von den Vorschriften des Absatzes 1 Nr. 1 bis 7 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 i. S. d. § 6 dieser Satzung.

§ 5

Werbung an Brandwänden

- (1) An Brandwänden kann anstelle von Werbeanlagen nach § 4 auch eine großformatige Werbeanlage zugelassen werden, sofern alle nachfolgenden Vorschriften eingehalten werden.
- a). Zulässig sind Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben, als Bemalung der Wand oder in Form von Plakaten bzw. Plakattafeln.
 - b). Es dürfen neben der zu erstellenden Werbeanlage keine weiteren Werbeanlagen auf der betroffenen Brandwand vorhanden sein.
 - c). Die Bedeckungsfläche solcher Werbung darf bis zu 20 % der Wandfläche, höchstens jedoch 10 m² bedecken. Die Bedeckungsfläche bemisst sich stets als rechteckige Fläche, welche die Werbung in ihrer tatsächlichen Form vollständig einschließt.
 - d). Die Werbeanlagen halten zu den Kanten zwischen Brandwand und Fassade einen Abstand von mindestens 0,5 m ein.

- (2) Eine Beleuchtung dieser Werbeanlagen ist nicht zulässig.
- (3) Im Übrigen gelten die Vorschriften des § 4.

§ 6

Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland

- (1) Als Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland sind Litfaßsäulen, Werbevitri-
nen, Uhrenkandelaber, Werbeanlagen an Fahrradständern und Plakattafeln zu-
lässig, sofern sie die Voraussetzungen nach den Absätzen (2) und (3) erfüllen.
Nicht zulässig sind, unabhängig von ihrer Größe, Werbeanlagen, die an Masten
im öffentlichen Straßenraum, z.B. Ampeln oder Straßenlaternen, dauerhaft an-
gebracht werden.
- (2) Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland werden nur an den in den Einzel-
plänen 1 bis 3 gekennzeichneten Standorten genehmigt. Werbevitri-
nen sind darüber hinaus auch als Bestandteil von Fahrgastunterständen des öffentlichen
Personennahverkehrs zulässig.
- (3) Es sind die nachfolgenden Abmessungen einzuhalten:
 - a) Litfaßsäulen:
Max. Höhe 6,00 m, max. Durchmesser 2,30 m
 - b) Werbevitri-
nen:
Max. Werbefläche auf jeder Seite 1,85 m x 1,30 m
 - c) Uhrenkandelaber:
Max. Höhe 5,50 m, max. Breite 1,00 m
 - d) Werbeanlagen an Fahrradständern:
Max. Werbefläche auf jeder Seite: Höhe 0,45 m, Breite 1,6 m
- (4) Die Werbeanlagen auf öffentlichem Straßenland können auch hinterleuchtet zu-
gelassen werden.

§ 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 Architektur-
elemente vor der Werbung, klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufes und unbeein-
trächtigte Blickbeziehungen auf besondere Bauwerke und Plätze, in Übereinstim-
mung 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.