

Satzung über Anbringungsort, Abmessungen und Ausgestaltung von Werbeanlagen für einen Teil der Ortslage in Köln- Mülheim im Bereich des Wiener Platzes vom 25. März 1994

Der Rat hat in seiner Sitzung am 10.3.1994 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, § 62 Abs. 1 Nr. 30, 31 und 32 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NW) vom 26.6.1984 (GV NW S. 419 / SGV NW 232) in Verbindung mit § 4 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NW) vom 13.8.1984 (GV NW S. 475 / SGV NW 2023) -in der bei Erlaß dieser Satzung geltenden Fassung- diese Satzung beschlossen:

Präambel:

Der Wiener Platz in Köln-Mülheim, der nach dem Umbau des ehemaligen Verkehrskreisels zu einem ausschließlich dem Fußgänger vorbehaltenen Platz ausgebaut werden soll, liegt im Zentrum dieses Stadtteils. Er ist kein historisch entstandener Platz, sondern eine Fläche, die durch ihre günstige Lage am Kreuzungspunkt von wichtigen Verkehrsachsen (Stadtbahn, Straßenbahn, Individualverkehr) und in unmittelbarer Nähe zu den Einkaufsstraßen Mülheims dem Ortsteil eine unverwechselbare Identität geben soll.

Als Ergebnis aus dem Städtebaulichen Ideenwettbewerb für den Wiener Platz aus dem Jahre 1988 soll der Platz eine architektonische Fassung und durch ergänzende Randbebauungen eine geometrisch klare Platzgestalt erhalten. So ist auf der Südseite des Platzes vor dem sog. Bull-Hochhaus- das Bezirksrathaus Mülheim mit der Stadtbücherei, der Volkshochschule und dem Sitzungsraum für die Bezirksvertretung geplant. Auf der Nordseite des Platzes wird die bestehende Bebauung zum größten Teil entfernt und durch das geplante Geschäftszentrum mit einer ca. 100 m langen Glaspassage ersetzt. Auf der Westseite erhält der Platz seinen architektonischen Abschluß durch die beiden Turmbauwerke, die das Thema der Mülheimer Brückenpylone auf den Platz transferieren sollen. Außerdem ist auf der Westseite des Bergischen Ringes an der Südseite der Brückenrampe ein Gebäude vorgesehen, das als Gegenstück zum Sparkassen-Gebäude auf der Nordseite der Brückenrampe angesehen werden kann.

Die Gebäude, die heute –1994- den Platz begrenzen, sind überwiegend in den 60er und 70er Jahren dieses Jahrhunderts entstanden und sind in ihrer äußereren Gestaltung sehr unterschiedlich, was Material der Fassaden und deren Aufteilung betrifft. Damit der Platz nach der Umgestaltung der eigentlichen Platzfläche ein einheitliches harmonisches Äußeres erhält, wird seitens der Stadt auf die Investoren dahingehend eingewirkt, daß als Material der auf den Platz wirkenden Fassaden nur Naturstein Verwendung findet.

Daher sollen auch für Werbeanlagen, die an den Gebäuden, deren Fassaden optisch direkt auf den Platz einwirken oder sich im Umfeld des Platzes befinden, besondere Anforderungen gestellt werden. Das bedeutet, daß die Werbung in Abmessung,

Ausgestaltung und Anbringungsort auf die besondere Situation am Gebäude und auch im Straßen- oder Platzraum Rücksicht nehmen muß, so daß eine Beeinträchtigung bzw. Verunstaltung des Gebietes, der Straßen und ihrer Gebäude durch zu große, zu schrille und falsch plazierte Werbeanlagen sowie eine zu große Häufung dieser Anlagen verhindert wird.

Daher wurde bei der Abwägung der öffentlichen und privaten Belange dem öffentlichen Interesse an der Schutzwürdigkeit dieses Stadtgebietes vor den uneingeschränkten Interessen der Geschäftswelt und der Werbewirtschaft der Vorrang eingeräumt. Die Geschäftsleute profitieren ihrerseits von der Attraktivität der Straßen und des Platzes, so daß ihnen gewisse Einschränkungen bei den Werbeanlagen zugemutet werden können. Den Belangen der Werbewirtschaft wird dadurch Rechnung getragen, daß bestimmte Werbeanlagen nur an dafür ausgewiesenen Standorten, die sowohl den stadtgestalterischen als auch den wirtschaftlichen Gesichtspunkten genügen, zulässig sind. Eine zu große Häufung dieser Werbeanlagen ist somit ausgeschlossen.

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 im öffentlichen Straßenland und sich an den Gebäudeproportionen orientieren muß. Würden an Fassaden die gleichen Größen von Werbeanlagen zugelassen wie im öffentlichen Straßenland, 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 Gesamtgestaltung einen wesentlichen Teil der architektonischen Aussage des Gebäudes ausmachen. Deshalb sollen Reklamen an Gebäudefassaden nur eine Dimension und Ausgestaltung haben, die die Dominanz dieser Architekturelemente nicht beeinträchtigt.

Aus diesen Gründen können Reklamen, die in den wesentlich ungegliederten Straßenflächen stehen, meist größere Dimensionen haben. Von daher können an Reklameflächen im Straßenland und an Gebäuden verschiedene Maßstäbe gelegt werden.

Aus Gründen der Erkennbarkeit der o.g. Maßstäblichkeit der Gebäude, vor allem der Ablesbarkeit von Geschoßhöhen und Fenstergrößen, wird eine Einzelreklamefläche an Gebäuden von max. 1 m² als noch vertretbar angesehen.

Wie im beiliegenden Plan M. 1:2000 dargestellt, umfaßt der räumliche Geltungsbereich eine Fläche, die nicht nur den Wiener Platz betrifft, sondern auch die angrenzenden Straßen. Diese Bereiche wirken z.T. unmittelbar auf den Platz ein; zumindest sind die Gebäudefassaden, die sich hier befinden, vom Platz aus einsehbar.

§ 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 markierte 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 hiermit 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 m² (§ 62 Abs. 1 Nr. 30 BauO NW);
 - Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und Schlußverkäufe an der Stätte der Leistung (§ 62 Abs. 1 Nr. 31 BauO NW), 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 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 alle nachfolgenden Vorschriften einhalten:
1. Sie dürfen nur zwischen Erdgeschoß und der Unterkante der Fenster des 2. Obergeschosses angebracht werden.
 2. Sie müssen so angeordnet werden, daß sie Fenster- und Schaufensterflächen weder teilweise noch vollständig verdecken.
 3. Sie dürfen an Gebäudeeingängen entweder nur rechts oder links oder nur darüber befestigt werden.
 4. Sie dürfen grundsätzlich nur bis zu 1 m² zusammenhängender Fläche beanspruchen, es sei denn, es handelt sich um einen Schriftzug aus Einzelbuchstaben, der auf der Wandfläche angebracht wird und eine max. Höhe

von 0,5 m nicht überschreitet. Der Schriftzug darf nicht auf ein anderes Gebäude übergreifen.

5. 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. Ausgenommen hiervon sind rechtwinklig zur Hauswand angebrachte Hinweisschilder für Gaststätten bis zu einer Größe von 1,0 m²; die Aufhängekonstruktion bleibt hierbei außer Betracht.
6. Sie müssen statisch so ausgestaltet sein, daß ihr ruhendes Erscheinungsbild weder durch mechanische noch durch optische Beweglichkeit eingeschränkt wird. Als mit dieser Zielsetzung unvereinbar gelten auch akustische und aktustisch unterstützte Werbeanlagen.

(2) Die Nummern 1 bis 5 gelten nicht für Werbeanlagen im Sinne des § 4 dieser Satzung.

(3) Werbeanlagen an Brückenanlagen, Böschungsmauern, Einfriedungen, Erkern, Balkonbrüstungen und Schornsteinen sind untersagt.

(4) Die allgemeinen Vorschriften der §§ 12 und 13 BauO NW bleiben unberührt.

§ 4 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum

(1) Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum werden u.a. an den im beiliegenden Plan (s. Anlage) festgesetzten Stellen und an Fahrgastunterständen der öffentlichen Nahverkehrsmittel genehmigt. Zu den Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum zählen nicht solche Anlagen, die an einer Fassade befestigt sind und nur in den Luftraum der öffentlichen Straße hineinragen.

(2) Die in ihrem äußeren Erscheinungsbild vereinheitlichten Werbeanlagen sind im öffentlichen Straßenraum nur genehmigungsfähig, wenn sie folgenden besonderen Vorschriften entsprechen:

1. Litfaßsäulen: nicht höher als 6,00 m
Durchmesser kleiner als 2,80 m;
2. Werbevitrinen:
 - a) an Unterständen der öffentlichen Nahverkehrsmittel höchstens eine doppelseitige, mit einer Werbefläche von nicht mehr als 1,85 m x 1,30 m
 - b) sonstige: höchstens ein- bis zweiseitige, mit einer Werbefläche von nicht mehr als 1,85 m x 1,30 m;
3. bis zu drei Werbeanlagen im Bereich der Platzfläche mit einer Abmessung von bis zu 3,50 m x 2,50 m.



§ 5 Bestehende Werbeanlagen

Für bestehende oder nach genehmigten Bauvorlagen bereits begonnene Werbeanlagen sowie für die wesentliche Änderung vorhandener Werbeanlagen gelten die Regelungen des § 82 BauO NW.

§ 6 Ordnungswidrigkeit

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

§ 7 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 25.3.1994

Oberbürgermeister
In Vertretung:
gez.: Blum
Bürgermeister

- ABI StK 1994, S. 95, 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.

Geltungsbereich der Werbesatzung Wiener Platz

