Anlage 1

Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Gebäudefassaden

Stand : Juni 2013

Rheine
Leben an der Ems

Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen und Gebäudefassaden für den Kernbereich der Innenstadt der Stadt Rheine vom XX. XX. 2013

Inhaltsverzeichnis:

I. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE UND DEFINITIONEN 7

§ 1 SINN UND ZWECK 7

§ 2 RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH 7

§ 3 SACHLICHER GELTUNGSBEREICH 8

§ 4 GENEHMIGUNGSVORBEHALT 8

§ 5 BEGRIFFSBESTIMMUNGEN 9

II. VORSCHRIFTEN FÜR WERBEANLAGEN 11

§ 6 ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN AN WERBEANLAGEN 11

§ 7 STÄTTE DER LEISTUNG 12

§ 8 UNZULÄSSIGE ANBRINGUNGSORTE FÜR WERBEANLAGEN 12

§ 9 UNZULÄSSIGE ARTEN UND EIGENSCHAFTEN VON WERBEANLAGEN 14

§ 10 HORIZONTALE WERBEANLAGEN (FLACHWERBEANLAGEN UND WERBESCHRIFTEN) 14

§ 11 AUSLEGER 15

§ 12 VERTIKALE WERBEANLAGEN 16

III. VORSCHRIFTEN FÜR DIE STRASSENSEITIGE FASSADE 18

§ 13 FASSADEN 18

§ 14 FENSTER, SCHAUFENSTER UND SONSTIGE FASSADENÖFFNUNGEN 18

§ 15 VORDÄCHER, KRAGPLATTEN UND MARKISEN 19

IV. VORSCHRIFTEN FÜR HINWEISSCHILDER, SCHAUKÄSTEN UND WARENAUTOMATEN 21

§ 16 HINWEISSCHILDER (NAMENSSCHILDER) 21

§ 17 SCHAUKÄSTEN 21

§ 18 WARENAUTOMATEN 21

V. SCHLUSSBESTIMMUNGEN 22

§ 19 ABWEICHUNGSREGELUNGEN 22

§ 20 ORDNUNGSWIDRIGKEITEN 22

§ 21 INKRAFTTRETEN 22

VI. ANLAGEN 22

Auf Grundlage der §§ 7 und 41 Abs. 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 21. Dezember 2010 (GV. NRW. S. 688),
in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 sowie Abs. 2 Nr. 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) – Landesbauordnung – in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. März 2000 (GV NRW S. 256), zuletzt geändert am 17. Dezember 2009 (GV. NRW. S. 863) hat der Rat der Stadt Rheine in seiner Sitzung am XX. XX. 2013 die folgende örtliche Bauvorschrift über die äußere Gestaltung von und die besonderen Anforderungen an Werbeanlagen und Gebäudefassaden als Satzung beschlossen:

PRÄAMBEL

Im Stadtkern von Rheine lässt sich trotz Kriegszerstörungen, markanter Veränderungen in der Wiederaufbauzeit sowie einer regen Bautätigkeit seit den 1970er Jahren auch heute noch deutlich die gewachsene Parzellen- und Gebäudestruktur ablesen.

Der Kernbereich der Innenstadt weist überwiegend historisch gewachsene Strukturen einer westfälischen Kleinstadt auf. Typisch hierfür sind beispielsweise die Kleinteiligkeit der Gebäude- und Fassadengliederungen sowie Fassadenoberflächen aus Putz, Ziegelstein und Naturstein. Das Erscheinungsbild des Kernbereiches der Innenstadt wird überwiegend geprägt durch Baudenkmäler und Gebäude aus der Gründerzeit bis in die 50er Jahre des letzten Jahrhunderts.

Im Bereich des Kardinal-Galen-Ringes wurde demgegenüber die historische Stadt- und Baustruktur durch die vor allem in den 70er und 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts erbauten großmaßstäblichen Gebäudekomplexe überformt. Aufgrund seiner wichtigen Eingangs- und Zugangsfunktion zur historisch gewachsenen Innenstadt besitzt dieser Bereich ebenfalls eine herausragende Bedeutung für die visuelle Wahrnehmung des Stadtbildes, insbesondere für auswärtige Besucher der Innenstadt.

Im Spannungsfeld der unterschiedlichen baulichen und stadträumlichen Entwicklungen hat sich in der Innenstadt von Rheine insgesamt ein vielseitiges und gestalterisch hochwertiges Stadtbild entwickelt. Dieses Stadtbild gilt es für die Zukunft zu qualifizieren und dabei die gestalterische Attraktivität des Straßenraumes weiter zu verbessern.

Innenstädte sind seit jeher zentrale Standorte des Handels und der Kommunikation. Der örtliche Einzelhandel und das ansässige Dienstleistungsgewerbe sind wichtige Pfeiler der städtischen Struktur und zeichnen sich durch ein vielfältiges Angebot an Geschäften, einer breit gefächerten Sortimentspalette und zahlreichen ergänzenden Dienstleistungsbetrieben aus. Diese Angebotsvielfalt gilt es im Sinne einer lebendigen Innenstadt langfristig in seiner Hochwertigkeit zu erhalten.

Werbung, d. h. die Anpreisung von Waren und Dienstleistungen, ist dabei ein wichtiges und legitimes Kommunikationsmittel, um Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden zu erzielen und wichtige betriebliche Informationen zu transportieren. Neben der Gestaltqualität des öffentlichen Raumes und markanter, in der Regel historischer Bauten prägen daher insbesondere die Geschäfts- und Dienstleistungsnutzungen mit ihrer Außendarstellung das Gesicht der Stadt. Stadtbild, Aufenthaltsqualität und Einkaufserlebnis sind in der Innenstadt untrennbar miteinander verbunden. Werbeanlagen und ihre Gestaltung übernehmen dabei eine stadtbildprägende Schlüsselposition.

Somit ergibt sich hier ein sensibles Verhältnis zwischen öffentlicher, im Interesse der Allgemeinheit stehender Stadtbildpflege und dem berechtigten individuellen Interesse der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben. Vor diesem Hintergrund sind Regeln erforderlich, um ein in den letzten Jahren entstandenes Ungleichgewicht zulasten des Stadtbildes zukünftig zu vermeiden und einen angemessenen Ausgleich zwischen privatem und öffentlichem Interesse herbeizuführen. Die nachfolgende Gestaltungssatzung dient in diesem Sinne als allgemeinverbindliche rechtliche Grundlage.

Gestaltungssatzungen sind von ihrem Wesen her restriktiv, d. h. durch Ge- und Verbote sollen sie

- einen Mindestschutz des Stadtbildes gewährleisten,
- einen Mindeststandard an gestalterischer Qualität für Werbeanlagen und Fassaden sichern,
- vor offensichtlicher »Verunstaltung« schützen.

Die Regelungen dieser Satzung definieren hierbei einen konkreten Handlungsspielraum und sind als eine allgemeinverbindliche Grundlage anzusehen. Darauf aufbauend können und sollen sich gute und kreative gestalterische Ideen entwickeln, die im Einklang mit der Schutzbedürftigkeit des Stadtbildes stehen. Gleichzeitig bieten die Regelungen den Eigentümern und Einzelhändlern in der Innenstadt ausreichend Rechtsicherheit, gewährleisten die Gleichbehandlung untereinander und dienen dem Schutz vor umfeldbedingten geschäftsstörenden Beeinträchtigungen.

Letztendlich liegt es sowohl im Interesse der Allgemeinheit wie auch des örtlichen Einzelhandels, mittels hochwertiger und einfühlsamer Gestaltung der Werbeanlagen und Fassaden das Stadtbild und damit die Aufenthaltsqualität nachhaltig zu verbessern. Vor dem Hintergrund der immer stärker werdenden Konkurrenz der Innenstädte untereinander ist es wichtig, dass durch gestalterische Maßnahmen das Image der Innenstadt von Rheine als attraktiver Einkaufsstandort mit historischem Ambiente erhalten bleibt und zukunftsorientiert gestärkt wird.

I. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE UND DEFINITIONEN

§ 1 Sinn und Zweck

Werbeanlagen und die hiermit im räumlichen Zusammenhang stehenden Fassaden von Gebäuden sollen den übergeordneten, historisch geprägten Stadtbildgegebenheiten folgen und sich in Anzahl, Art, Größe, Erscheinungsform und Anordnung in das Stadtbild einfügen. Dabei haben sie sich in das baugestalterische Erscheinungsbild der jeweiligen Gebäudefassade und deren gliedernden Architektur- und Baustilelementen einzufügen. Diese Satzung regelt die Zulässigkeit solcher Anlagen und Fassadengestaltungen.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Die Satzung gilt für den in der beigefügten Karte (Anlage 1) dargestellten Innenstadtbereich, unterteilt in drei Qualitätszonen (Zone A, Zone B, Zone C). Die Karte ist Bestandteil der Satzung.

(2) Die Bestimmungen zu Gebäudefassaden (Teil III dieser Satzung) gelten nur für die den öffentlichen Verkehrsflächen zugewandten Gebäudeseiten (= straßenseitige Fassaden).

(3) Mit den Bestimmungen dieser Satzung werden auch die Geltungsbereiche rechtsverbindlicher Gestaltungsatzungen und Bebauungspläne berührt. Hierzu gehören:
- Bebauungsplan Nr. 10c Westliche Innenstadt, 5. Änderung
- Bebauungsplan Nr. 120 Bültstiege, 9. Änderung

Soweit in den genannten Satzungen, Bebauungsplänen oder örtlichen Bauvorschriften zu diesen Bebauungsplänen inhaltlich berührte bauordnungsrechtliche Festsetzungen getroffen wurden, treten diese gegen die Bestimmungen in dieser Satzung zurück.

(4) Werbeanlagen an Baudenkmälern bzw. in deren unmittelbaren Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande Nordrhein-Westfalen (Denkmalschutzgesetz – DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 DSchG in der jeweils geltenden Fassung.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen und Warenautomaten gemäß § 13 BauO NRW: Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus 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) Diese Satzung gilt ebenfalls für jegliche Änderung von straßenseitigen Fassaden und Fassadenoberflächen gemäß § 5 Abs. 2 dieser Satzung.

(3) Die Vorschriften dieser Satzung gelten auch für
- Produktwerbungen gemäß § 5 Abs. 7 dieser Satzung,
- baugenehmigungs- und bauanzeigefreie Werbeanlagen und Warenautomaten,
- baugenehmigungs- und bauanzeigefreie Änderungen an der straßenseitigen Fassade.
- registrierte Firmen- und Warenzeichen. Deren farbliche Gestaltung ist von den Vorschriften dieser Satzung ausgenommen.

(4) Als Werbeanlage im Sinne dieser Satzung gelten nicht:
- Hinweisschilder und Schriftzüge, die Namen, Beruf, Öffnungs- und Sprechzeiten beinhalten, eine Ansichtsfläche von 0,10 qm (ca. 0,30 m x 0,30 m) nicht überschreiten und an Einfriedungen, Hauswänden und auf Fenster- und Glasflächen im Eingangsbereich angebracht sind.

§ 4 Genehmigungsvorbehalt

(5) Alle Werbeanlagen und Warenautomaten im Geltungsbereich dieser Satzung - mit Ausnahme der in Abs. 2 genannten Werbeanlagen - sind gemäß § 63 Abs. 1 BauO NRW genehmigungspflichtig. Gemäß § 86 Abs. 2 Nr. 1 BauO NRW gilt die Genehmigungspflicht auch für die ansonsten nach § 65 Abs. 1 BauO NRW genehmigungsfreien Werbeanlagen und Warenautomaten.

(6) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:
- Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe, Rabattaktionen und andere Sonderverkäufe, an der Stätte

der Leistung (Sonderaktionswerbung), jedoch nur bis zum Ende der Veranstaltung und maximal 4-mal im Jahr für einen Zeitraum von jeweils bis zu 4 Wochen.
- Werbeanlagen zu öffentlichen Wahlen und Abstimmungen für die Dauer des Wahlkampfes.
- Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Festveranstaltungen. Die Werbeanlagen sind spätestens eine Woche nach Ende der Veranstaltung zu entfernen.

(7) Die für Werbeanlagen und sonstige bauliche Veränderungen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Baudenkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Satz 2 Denkmalschutzgesetz NRW (DSchG) bleibt unberührt.

(8) Für alle straßenseitigen Gebäudefassaden gemäß § 5 Abs. 2 dieser Satzung gilt, dass die Neuerstellung oder Änderung der äußeren Gestaltung gemäß § 63 Abs. 1 BauO NRW genehmigungspflichtig ist. Dabei gilt die Genehmigungspflicht auch für die ansonsten nach § 65 Abs. 2 Nr. 2 BauO NRW genehmigungsfreien Änderungen der äußeren Gestaltung.

§ 5 Begriffsbestimmungen

(9) Werbeanlagen umfassen neben Elementen mit der Werbebotschaft auch den Rahmen, die Unter- bzw. Tragkonstruktion sowie die erforderlichen Leitungszuführungen und ähnliches. Zur Unter- bzw. Tragkonstruktion gehören auch die flächig an der Fassade angebrachten nicht transparenten Elemente, auf denen die Werbung befestigt wird.

(10) Als straßenseitige Fassade und Fassadenoberflächen gilt die Ansichtsfläche des bis zum Dach reichenden, unteren Teils der sichtbaren Hülle eines Gebäudes im Sinne von § 2 Abs. 2 BauO NRW entlang der Erschließungsstraße, der zur öffentlichen Verkehrsfläche ausgerichtet ist.

(11) Als Großverkaufsstätten im Sinne dieser Satzung gelten Verkaufsstätten mit mindestens 2 oberirdischen Verkaufsgeschossen (Kaufhäuser) oder Verkaufsstätten mit einer Straßenfrontbreite von mehr als 30,0 m an einer Fassadenseite. In entsprechend benannten Fällen gelten für Großverkaufsstätten abweichende Bestimmungen.

(12) Als gliedernde Fassadenelemente gelten Erker, Risalite, Balkone, Altane, Pfeiler und Pfeilervorlagen, Stützen, Gesimse, Stuck- und Schmuckdekor, Fachwerk, Geländer, Fenster- und Türöffnungen.

(13) Als Leuchtkästen oder Leuchttransparente im Sinne dieser Satzung gelten kastenförmige, selbstleuchtende Anlagen die Mittels eines integrierten Leuchtsystems von innen heraus Licht ausstrahlen.

(14) Die in dieser Satzung festgelegten maximal zulässigen Flächengrößen und Abmessungen für Werbeanlagen beziehen sich auf das, die Werbeanlage umschließende Rechteck.

(15) Produktwerbung im Sinne dieser Satzung ist die Anpreisung von Waren, Marken und Produkten.

(16) Als sonstige Werbe- und Informationsträger im Sinne dieser Satzung gelten Litfaßsäulen, Großwerbetafeln sowie Säulen und Vitrinen, die von städtischer Seite für Werbezwecke auf öffentlichen Flächen bestimmt sind.

II. VORSCHRIFTEN FÜR WERBEANLAGEN

§ 6 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen müssen sich hinsichtlich ihrer Gestaltung in das Stadt- und Straßenbild sowie in die Eigenart der näheren Umgebung einfügen. Sie müssen sich nach Größe, Anordnung, Werkstoff und Farbgebung dem Bauwerk anpassen und dürfen die einheitliche Gestaltung sowie die architektonische Gliederung der Fassade (z. B. durch Fensterachsen, Arkaden, Erker, Fachwerk, Risalite oder Gesimse) nicht stören. Gliedernde Fassaden- und Baustilelemente dürfen in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigt werden.

(2) Für die einzelnen Zonen des Geltungsbereiches ist die zulässige Anzahl der Werbeanlagen pro Betrieb und straßenseitiger Gebäudefassade wie folgt geregelt:

- Zone A und B: 2 Werbeanlagen, davon maximal 1 Werbeanlage in Form eines Auslegers gemäß § 11 dieser Satzung.
- Zone C: 2 Werbeanlagen, davon maximal 1 Werbeanlage in Form eines Auslegers gemäß § 11 oder einer vertikalen Werbeanlage gemäß § 12 dieser Satzung.

(3) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind einheitlich in Art, Größe, Gestaltung (Material- und Farbwahl), Anbringung und Beleuchtung zu gestalten.

(4) Werbeanlagen, die aufgrund nicht mehr genutzter Betriebsräume funktionslos geworden sind, und Warenautomaten, die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile und sichtbarer Kabelzuführungen innerhalb eines Zeitraums von 4 Wochen nach Aufgabe des Betriebes bzw. der Nutzung zu entfernen. Die sie tragenden Gebäude- und Fassadenteile sind durch geeignete Maßnahmen (z. B. Anstrich, Verputz oder Verkleidung) in das ursprüngliche Erscheinungsbild rückzuversetzen. Widerrechtlich an Fassaden, Fenstern oder Türen angebrachte Abdeckungen, Beklebungen oder Plakatierungen sind spätestens innerhalb von 2 Wochen vom Eigentümer der baulichen Anlage zu entfernen.

(5) Weihnachts- bzw. Osterdekorationen und ähnliche zeitlich begrenzte Festdekorationen sind von den Vorschriften dieser Satzung ausgenommen.

§ 7 Stätte der Leistung

(1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Abweichend ist für Geschäfte und Dienstleistungsbetriebe, die über eine Passage zugänglich sind, je Betrieb in den Eingangsbereichen der Passage eine Werbeanlage zulässig. Diese Werbeanlagen im Eingangsbereich der Passage sind hinsichtlich ihrer Art, Größe und Material einheitlich zu gestalten und in Gruppen zusammenzufassen.

(2) Mit der Werbeanlage darf hauptsächlich auf den Namen und die Art des Betriebes (Eigenwerbung) hingewiesen werden. Produktwerbungen (Fremdwerbung) gemäß § 5 Abs. 7 dieser Satzung sind nur in deutlich untergeordneter Form in Verbindung mit Eigenwerbung zulässig, ihre Größe hinsichtlich Fläche und Länge auf maximal 1/3 der Größe der Eigenwerbung beschränkt.

Ausgenommen hiervon sind Werbebotschaften, die auf sonstigen Werbe- und Informationsträgern gemäß § 5 Abs. 8 angebracht werden.

(3) Bauschilder und Hinweise auf ausführende Baufirmen an vorübergehend aufgestellten Bauzäunen und Baugerüsten sind von den Vorschriften der Absätze 1 und 2 ausgenommen, wenn sie flächig hierauf befestigt werden.

§ 8 Unzulässige Anbringungsorte für Werbeanlagen

(17) Grundsätzlich unzulässig sind Werbeanlagen

- an Erkern, Balkonen, Loggien, Brüstungen, Gesimsen sowie an anderen gliedernden Fassadenelementen,
- an und in Türen, Toren, Fenstern und Glasflächen, sofern der Abs. 5 nichts anderes bestimmt, sowie an Fensterläden, Rollläden und Jalousien,
- über mehrere Gebäude hinwegreifend,
- auf oder an Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie bzw. oberhalb des Attikaabschlusses sowie an Schornsteinen,
- an Gebäudeecken,
- an Ansichtsflächen bzw. -kanten von Krag- und Vordächern,
- an Markisen – mit Ausnahme eines Firmen- bzw. Produktlogos je Markise,
- an Stützmauern und Einfriedungen – mit Ausnahme von Hinweisschildern unter Beachtung von § 16 dieser Satzung,

- an Masten, Pfeiler, Säulen, Arkadenstützen, Lampen,
- an Bäumen und Sträuchern,
- in Vorgärten und Vorhöfen.

(18) Unzulässig ist die Anordnung von Werbeanlagen oberhalb der Erdgeschosszone. Unter der Erdgeschosszone ist der Teil der Gebäudefassade im Sinne von § 5 Abs. 2 dieser Satzung zu verstehen, der sich unterhalb der verlängerten Linie der höchstgelegenen Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses befindet (Brüstungslinie des 1. Obergeschosses).

Abweichend können Werbeanlagen in den Obergeschossen ausnahmsweise im Sinne des § 19 dieser Satzung zugelassen werden, wenn das Gebäude oberhalb der Erdgeschosszone gewerblich genutzt wird. Die Ausnahmeregelung für Sonderwerbeaktionen auf Fenster- und Glasflächen im Sinne von Abs. 5 entfällt dabei.

(19) Unzulässig sind freistehende ortsfeste Werbeanlagen (Werbepylone, Fahnenmasten mit Werbefahnen und ähnliches). Hiervon ausgenommen sind Hinweisschilder und sonstige Werbe- und Informationsträger gemäß § 5 Abs.8 dieser Satzung.

(20) Unzulässig sind Zettel- und Bogenanschläge außerhalb der hierfür zugelassenen Werbeträger (kein »wildes Plakatieren«). Als zugelassener Werbeträger gelten sonstige Werbe- und Informationsträger gemäß § 5 Abs.8 dieser Satzung.

(21) Das Bekleben von Fenster- oder Glasflächen von mehr als 10% der jeweiligen zusammenhängenden Glasfläche ist unzulässig. In Zone B und C ist Fensterwerbung, bei transparenter Ausführung abweichend bis zu einer Fläche von 20 % der jeweiligen zusammenhängenden Glasfläche zulässig. Für die Ermittlung der zulässigen Flächengröße gilt § 5 Abs. 6 dieser Satzung.

Abweichend ist in der Erdgeschosszone eine Beklebung der gesamten Fenster- bzw. Glasfläche für zeitlich begrenzte Sonderaktionswerbungen, bei Leerstand oder Umbaumaßnahmen zulässig.

(22) Unzulässig ist Werbung an Giebelfassaden und Brandwänden in Form von Bemalungen, Großwerbetafeln, Großwerbepostern und ähnlichem.

In der Zone C können abweichend im Einzelfall Giebelbemalungen auf giebelständigen Brandwänden gestattet werden, wenn die Werbefläche im Sinne des § 5 Abs. 1 dieser Satzung weniger als 10 % der zusammenhängenden Giebelwandfläche umfasst.

§ 9 Unzulässige Arten und Eigenschaften von Werbeanlagen

(23) Unzulässig sind Werbeanlagen mit grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- und Signalfarben. Hierzu zählen die in der Anlage 3 aufgeführten sowie die hiermit in ihrer visuellen Wirkung vergleichbaren Farben und Farbtöne der RAL-Karte.

(24) Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht und Werbeanlagen mit ähnlicher Bauart oder Wirkung (hierzu zählen Gegenlichtanlagen, Wechsellichtanlagen, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlagen, Bild- und Filmprojektionen, Wechselbildanlagen, angestrahlte Werbeanlagen, deren Lichtfarbe oder Lichtintensität wechselt usw.).

(25) Unzulässig sind angestrahlte Werbeanlagen. Hiervon ausgenommen ist die Bestrahlung mit weißlichem oder hellgelblichem Licht. An der Fassade angebrachte Strahler für die Ausleuchtung von Werbeanlagen dürfen maximal 1,0 m gegenüber der Fassade ausladen. Sie sind möglichst klein zu dimensionieren und in möglichst großen Abständen zueinander anzubringen, mindestens jedoch mit einem Abstand von 1,0 m. Eine Blendwirkung auf benachbarte Wohnungsfenster ist auszuschließen.

(26) Die Unzulässigkeit von Leuchtkästen und Leuchttransparenten gemäß § 5 Abs. 5 oder sonstige kastenförmige Werbeträger ist in den jeweiligen Zonen wie folgt geregelt:
- in Zone A: generell unzulässig,
- in Zone B: unzulässig, wenn eine Ansichtsfläche von 0,8 qm überschritten wird.

(27) Unzulässig sind Spannbänder und Werbeplanen sowie senkrecht oder schräg zur Fassade ausgestellte Werbefahnen.

In den Zonen B und C sind nur bei Großverkaufsstätten gemäß § 5 Abs. 3 dieser Satzung parallel zur Fassade angebrachte Spannbänder und Werbeplanen abweichend zulässig, sofern es sich um zeitlich begrenzte Sonderaktionswerbung (maximal 4-mal im Jahr für einen Zeitraum von jeweils bis zu 3 Wochen) handelt.

(28) Unzulässig ist die sichtbare Anordnung von technischem Zubehör der Werbeanlage wie beispielsweise Kabelführungen und Montageleisten.

§ 10 Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)

(1) Horizontale Werbeanlagen sind parallel zur Fassade anzubringen. Die schräge Anordnung von Werbeanlagen bzw. Schriftzügen ist nicht zulässig.

Die Anordnung der horizontalen Werbeanlage muss auf die Gliederung der Fassade abgestimmt sein und darf die gliedernden Fassadenelemente im Sinne von § 5 Abs. 4 dieser Satzung nicht überdecken bzw. in ihrer Wirkung beeinträchtigen. Um diese übergeordneten Vorgaben zu erreichen, können Abweichungen von den in den Absätzen 2 und 3 festgesetzten Maßen zugelassen werden.

(2) Horizontale Werbeanlagen sind nur in Form von baukörperlich getrennten Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen (Schreibschrift) und einzelnen Firmen- und Werbelogos zulässig. Die horizontale Werbeanlage muss folgende Höchstmaße einhalten:

- Höhe: max. 0,5 m
- Länge: max. 2/3 der Fassadenbreite im Sinne des § 5 Abs. 2 dieser Satzung, höchstens jedoch 5,0 m
- Stärke/Bautiefe: max. 0,1 m

In der Zone C können die Höchstmaße abweichend um jeweils bis zu 50 % überschritten werden.

Als Länge gilt hier der Abstand zwischen den beiden am weitesten entfernt liegenden Außenkanten der einzelnen Elemente einer Werbeanlage.

(3) Ungeachtet der Bestimmungen unter Abs. 2 müssen horizontale Werbeanlagen folgende Mindestabstände einhalten:

- zu Gebäudeaußenecken und angrenzenden Gebäuden: min. 0,5 m
- zwischen Werbeanlagen verschiedener Betriebe: min. 1,0 m
- zu Vordächern und Kragplatten: min. 0,2 m

§ 11 Ausleger

(29) Ausleger sind senkrecht zur Fassade anzubringen. Die schräge Anordnung ist nicht zulässig. Die Anordnung muss auf die Gliederung der Fassade abgestimmt sein und darf die gliedernden Fassadenelemente gemäß § 5 Abs. 4 dieser Satzung nicht überdecken.

(30) Die Größe des Auslegers (inclusive Auslegerhalterung) darf folgende Höchstmaße nicht überschreiten:

- Höhe: max. 0,90 m
- Breite: max. 1,00 m
- Bautiefe: max. 0,10 m

In der Zone C können die Höchstmaße abweichend um jeweils bis zu 50 % überschritten werden.

(31) Ausleger müssen folgende Abstände einhalten:
- zur nächstgelegenen Werbeanlage: min. 1,0 m
- zur Fassade: min. 0,2 m und max. 0,3 m
- zu Gebäudeecken und Grundstücksgrenzen: min. 0,5 m
- zu Kragplatten, Vordächern, horizontalen Werbeanlagen: min. 0,5 m
- zum Gehweg/Fußgängerbereich (lichter Durchgang): min. 2,3 m
- zur Fahrbahn (horizontal gemessener Abstand): min. 1,0 m

(32) Unzulässig sind Ausleger in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen Körpern, figürlichen Formen sowie in Form von großdimensionierten Produktimitaten (z. B. Handy, Brille, Schlüssel).

Ausgenommen hiervon sind Ausleger die folgende Maße nicht überschreiten:
- Höhe: max. 0,60 m
- Breite: max. 0,70 m
- Bautiefe: max. 0,10 m

§ 12 Vertikale Werbeanlagen

(33) Vertikale Werbeanlagen sind gemäß § 6 Abs. 2 dieser Satzung ausschließlich in der Zone C und ausschließlich an Gebäuden mit
- einer Großverkaufsstätte gemäß § 5 Abs. 3 oder
- einer Hotelnutzung

zulässig. § 11 Absätze 1, 3 und 4 dieser Satzung gelten sinngemäß auch für vertikale Werbeanlagen.

(34) Vertikale Werbeanlagen sind nur zulässig, wenn sie aus übereinander angeordneten Einzelbuchstaben oder Kästen mit Einzelbuchstaben bestehen. Darüber hinaus gelten folgende Höchstmaße je Einzelbuchstabe bzw. je Kasten mit Einzelbuchstabe:
- Höhe: max. 0,60 m
- Breite: max. 0,60 m
- Stärke: max. 0,10 m

Bei Kästen mit Einzelbuchstaben dürfen die Schrifthöhe sowie die Schriftbreite jeweils maximal 0,50 m betragen.

(35) Vertikale Werbeanlagen können bis zu einer Höhe von 2/3 der Fassadenhöhe auch in den Obergeschossen angeordnet werden.

III. VORSCHRIFTEN FÜR DIE STRASSENSEITIGE FASSADE

§ 13 Fassaden

(36) Im Bereich der straßenseitigen Fassade im Sinne von § 3 Abs. 2 dieser Satzung ist bei Umbauten, Erneuerungen und Instandsetzungen der ursprüngliche Gesamteindruck der Gebäudefassade einschließlich ihrer gliedernden Fassadenelemente im Sinne von § 5 Abs. 4 zu erhalten.

(37) Oberflächenmaterialien und Farben der straßenseitigen Fassade sind auf die entsprechenden Materialien und Farben über alle Geschosse aufeinander abzustimmen. Dabei kann der Sockelbereich farblich leicht abgesetzt werden.

(38) Folgende Oberflächenmaterialien und Farben sind für die Fassaden unzulässig:
- grelle Farbanstriche und Farben im Sinne von § 9 Abs. 1 dieser Satzung oder reines weiß,
- polierte, glänzende, reflektierende oder spiegelnde Fassadenoberflächen, insbesondere glasierte Keramik, engobierte Spaltklinker, Schiefer, geschliffener Werk- oder Kunststein,
- Fassadenverkleidungen aus Waschbeton, Fliesen bzw. Keramik, Schiefer (-imitate), Kunststoff oder Faser-Zement, in der Zone A auch aus Metall oder Beton.

Abweichungen hiervon sind möglich, wenn die Fassadenmaterialien oder –farben des Gebäudes historisch verbürgt sind.

§ 14 Fenster, Schaufenster und sonstige Fassadenöffnungen

(39) Vorhandene Fensteröffnungen dürfen nicht vergrößert werden, wenn dadurch die baustiltypische Gliederung der Fassade gestört wird. Das statische System, wie es sich aus der baulichen Konstruktion der Außenwand ergibt, muss erkennbar bleiben.

(40) Schaufenster sind nur im Erdgeschoss zulässig. Sie müssen in der Senkrechten Bezug nehmen zu Fensteröffnungen bzw. zur Fassadengliederung in den darüber liegenden Geschossen (z. B. geschossübergreifende Linie der Fensterachsen oder Fensteraußenkanten).

Abweichend hiervon sind Schaufenstern bei Großverkaufsstätten im Sinne von § 5 Abs. 3 in der Zone C auch oberhalb der Erdgeschosszone zulässig. Diese müssen auf Fensteröffnungen bzw. Fassadengliederung der übrigen Geschosse abgestimmt werden.

(41) Bei Lochfassaden müssen Fenster-, Schaufenster- und Türöffnungen folgende Abstände einhalten:
- von Gebäudeaußenkanten: mindestens 0,50 m
- zwischen den Fassadenöffnungen: mindestens 0,25 m

(42) Folgende Fenstergestaltung ist unzulässig:
- grelle Farben im Sinne von § 9 Abs. 1 dieser Satzung für den Blendrahmen,
- gewölbte oder farblich getönte Fensterscheiben, Buntglas, Butzenscheiben,
- vollständig transluzente bzw. undurchsichtige oder erheblich spiegelnde Verglasungen,
- aufgesetzte und gegenüber der Fassade vorstehende Rolladenkästen.

§ 15 Vordächer, Kragplatten und Markisen

(43) Vordächer dürfen nur aus transparenten Materialien bestehen. Eine Ausnahme hiervon kann erteilt werden wenn dies historisch verbürgt ist.

Kubisch und massiv wirkende Formen und Applikationen sind unzulässig.

Markisen und andere vorstehende oder ausstellbare Sonnenschutzanlagen sind nur in Verbindung mit Schaufenstern zulässig und dürfen die Breite der Fassadenöffnung des Schaufensters nicht überschreiten. Im Übrigen ist § 8 Abs. 1 zu beachten.

(44) Unzulässig sind Markisen mit geschlossenen Seiten (Korbmarkisen) sowie Markisen, die zusammenhängend über mehreren Fassadenöffnungen angebracht sind.

(45) Vordächer und Markisen dürfen maximal 1,50 m gegenüber der Fassade vorstehen bzw. ausladen. Vordächer und Markisen sind nicht gleichzeitig an einer Fassade zulässig.

(46) Kragplatten (gegenüber der Fassade vorstehende Flachdachkonstruktionen) müssen einschließlich ihrer Bekleidungen folgende Maße einhalten:
- Ansichtsfläche (Dicke): maximal 0,25 m
- Auskragung vor die Fassade: maximal 1,00 m

(47) Vordächer, Kragplatten und Markisen müssen einen Mindestabstand (lichte Höhe) zur Verkehrsfläche (Gehweg, Straße) von 2,50 m einhalten.

(48) Unzulässig sind Vordächer, Kragplatten und Markisen mit grellen Farben im Sinne von § 9 Abs. 1 dieser Satzung sowie mit glänzenden, reflektierenden oder spiegelnden Oberflächen (hierzu zählt nicht ein transparentes bzw. halbtransparentes Glas).

(49) Vordächer, Markisen, Sonnen- und Witterungsschutzanlagen u. ä., die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile innerhalb eines Zeitraums von 4 Wochen zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.

IV. VORSCHRIFTEN FÜR HINWEISSCHILDER, SCHAUKÄSTEN UND WARENAUTOMATEN

§ 16 Hinweisschilder (Namensschilder)

(50) Hinweisschilder für Namen, Beruf, Öffnungs- und Sprechzeiten, ab einer Größe von 0,1 qm dürfen je Nutzer eine Größe von 0,25 qm nicht überschreiten. Abweichungen können gestattet werden bei Bezug auf bestehende Fassadengliederungen, bei einer besonders großen Anzahl von Schildern (beispielsweise an Passageneingängen) oder bei Hinweisschildern auf öffentlichen Verkehrsflächen.

(51) Mehrere Hinweisschilder an einem Gebäude sind in Gruppen zusammenzufassen und in Material, Farbe und Größe einheitlich zu gestalten. § 9 Abs. 1 dieser Satzung gilt sinngemäß.

§ 17 Schaukästen

(52) Schaukästen sind nur für kommunale und kirchliche Mitteilungen, Vereinsmitteilungen sowie Mitteilungen für gastronomische Betriebe zulässig. Schaukästen sind nur an Gebäuden zulässig und dürfen nicht auf gliedernden Fassadenelementen im Sinne von § 5 Abs. 4 dieser Satzung angebracht werden.

(53) Schaukästen dürfen gegenüber der Fassade bis maximal 0,15 m vorstehen.

(54) Schaukästen für gastronomische Betriebe dürfen insgesamt eine Fläche von 0,30 qm nicht überschreiten.

§ 18 Warenautomaten

(55) Warenautomaten sind nur zulässig, wenn sie in einer engen räumlichen und sachlichen Beziehung zu einem Verkaufs- oder Dienstleistungsbetrieb stehen. Dabei ist je Betrieb nur ein Warenautomat zulässig.

(56) Warenautomaten sind nur innerhalb der Grundrissfläche von Gebäuden zulässig (Hauseingänge, Hofeinfahrten, Passagen u. ä.). An straßenseitigen Fassaden sind Warenautomaten unzulässig.

V. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§ 19 Abweichungsregelungen

Von den Bestimmungen dieser Satzung können in Einzelfällen Abweichungen gemäß § 73 BauO NRW zugelassen werden, sofern die Abweichungen nicht gegen den Sinn der Satzung verstoßen, nämlich

- deutliche Dominanz der Architekturelemente vor der Werbung,
- Integration und Abstimmung der Werbeanlagen auf die Fassadengliederung,
- klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufs und des Stadtraumes,
- unbeeinträchtigte Blickbeziehungen auf städtebaulich markante Bauwerke sowie auf Plätze und Parkflächen,

oder sofern die Durchführung der Bestimmungen im Einzelfall zu einer offensichtlich nicht beabsichtigten Härte führen würde. Hierzu zählt ebenfalls die Benennung von Gebäuden oder öffentlichen bzw. öffentlich-rechtlichen Einrichtungen.

§ 20 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig im Sinne des § 84 Abs. 1 Nr. 13 oder Nr. 20 BauO NRW. Gemäß § 84 Abs. 3 BauO NRW können Ordnungswidrigkeiten mit einer Geldbuße bis zu 250.000 EUR geahndet werden.

§ 21 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft. Gleichzeitig tritt die »Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen und Gebäudefassaden für den Kernbereich der Innenstadt der Stadt Rheine« vom 8. März 2001, geändert am 1. Januar 2002, außer Kraft.

VI. ANLAGEN

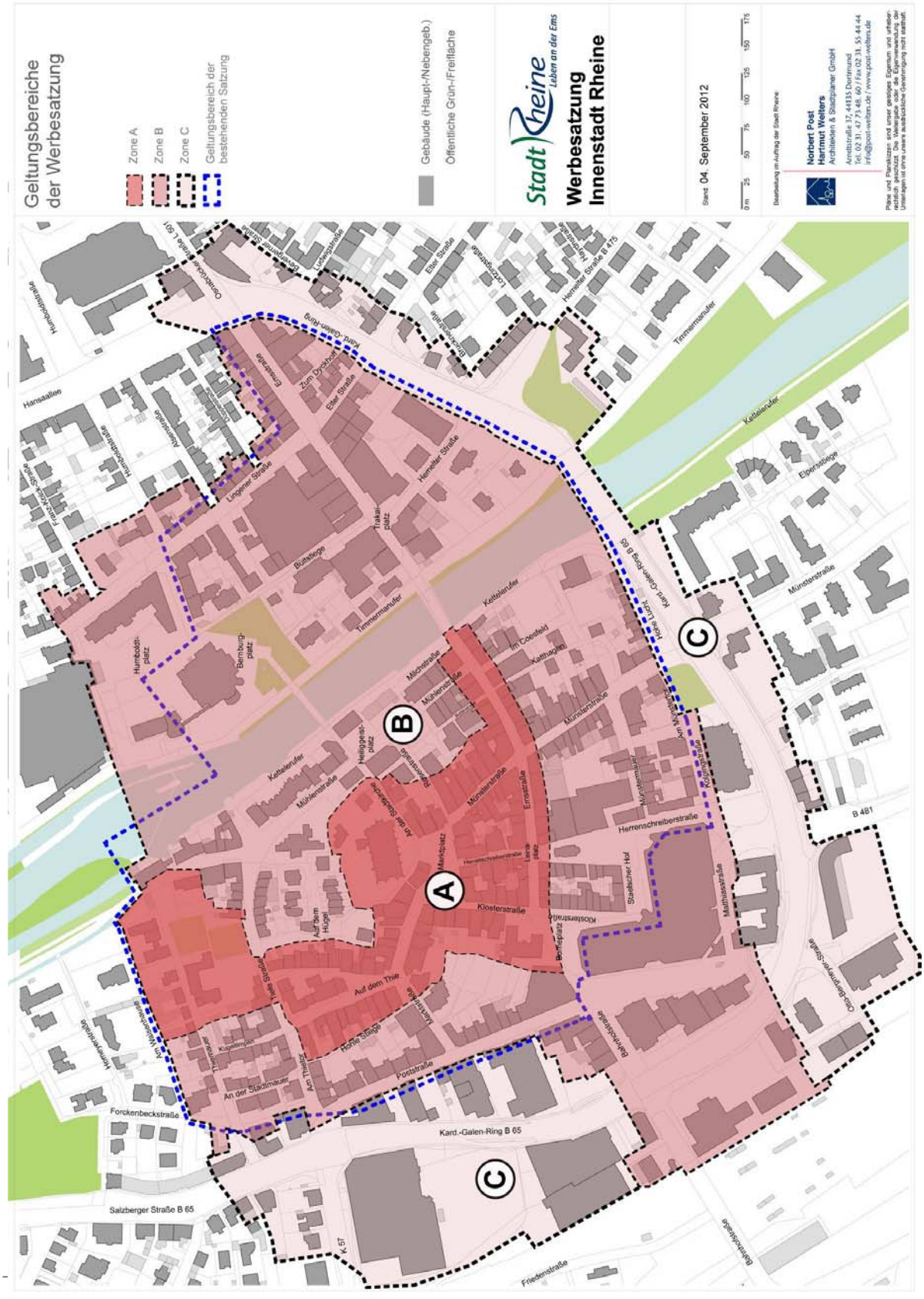
Anlage 1: Karte des räumlichen Geltungsbereiches

Anlage 2: Liste der Baudenkmäler im Geltungsbereich

Anlage 3: Liste der unzulässigen Farben

Anlage 1: Karte des räumlichen Geltungsbereiches

(Kartenverkleinerung ohne Maßstab, siehe Maßkette)



Anlage 2: Liste der Baudenkmäler im Geltungsbereich

Straße	**Hausnummer** (A: Denkmal; Lfd-Nr.)
Am Thietor	**4** (A4)
An der Stadtkirche	**7** (A36), **St. Dionysius** (A33), **Alte Friedhofmauer** (A237)
Auf dem Thie	**6** (A11), **11** (A12), **12** (A164a/b), **17** (A14), **24** (A41)
Emsstraße	**23** (A149), **25** (A149), **31-33** (A235), **99** (A150)
Heiliggeistplatz	**2** (A22), **7** (A23)
Hemelter Straße	**4** (A274)
Herrenschreiberstraße	**17** (A24b) **19** (A24a)
Klosterstaße	**4-6** (A38), **8-10** (A39), **2** (A270)
Lingener Straße	**11** (A42), **30** (A44)
Marktplatz	**2** (A45), **5** (A46), **6** (A47), **7** (A48), **8** (A4 9), **9** (A50), **12** (A51), **13** (A52), **14** (A53), **15** (A54)
Marktstraße	**2-4** (A55), **6** (A56), **12** (A57), **13** (A58),
Mühlenstraße	**Silo** (A244), **64** (A64),
Münstermauer	**25** (A67), **27** (A68)
Münsterstraße	**9-11**(A73), **15** (A149), **34** (A76), **37** (A77),
Poststraße	**16** (A181), **26** (A255)
Tiefe Straße	**22** (A97), **24** (A98),
Timmermanufer	**Ehemaliges Gartenhaus** (A103), **170** (A104)

Anlage 3: Liste der unzulässigen Farben

Die Verwendung von grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- und Signalfarben ist unzulässig. Hierzu zählen die Farben und Farbtöne:

RAL 1003, signalgelb
RAL 1016, schwefelgelb
RAL 1021, kadmiumgelb
RAL 1026, leuchtgelb
RAL 1028, melonengelb
RAL 2002, blutorange
RAL 2003, pastellorange
RAL 2005, leuchtorange
RAL 2007, leuchthellorange
RAL 2008, hellrotorange
RAL 2010, signalorange
RAL 3001, signalrot
RAL 3015, hellrosa
RAL 3018, erdbeerrot
RAL 3024, leuchtrot
RAL 3026, leuchthellrot
RAL 4003, erikaviolett
RAL 4005, blaulila
RAL 4008, signalviolett
RAL 5005, signalblau
RAL 6018, gelbgrün
RAL 6032, signalgrün

Farben der Sonderfarbenreihe RAL F 7 (Reflexfarben):
RAL 2006, RAL 3019, RAL 3030, RAL 5016, RAL 6030, RAL 8026, RAL 9014, RAL 9019

Farben der Sonderfarbenreihe RAL F 81 (Farben im Straßenverkehr):
RAL 1023, RAL 2009, RAL 3020, RAL 4006, RAL 5017, RAL 6024, RAL 7042, RAL 7043, RAL 9016, RAL 9017