

Vorlage Nr. 298/13

Betreff: **Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Gebäudefassaden für die Innenstadt von Rheine**

- I. **Beratung der Ergebnisse der Offenlage**
 - 1. **Beteiligung der Öffentlichkeit**
 - 2. **Beteiligung der Behörden und sonstiger Träger öffentlicher Belange**
- II. **Satzungsbeschluss**
- III. **Beschluss über die Gestaltungsfibel**

Status: **öffentlich**

Beratungsfolge

Stadtentwicklungsausschuss "Planung und Umwelt"			26.06.2013		Berichterstattung durch:		Herrn Kuhlmann Herrn Schröer Herrn Aumann	
TOP	Abstimmungsergebnis					z. K.	vertagt	verwiesen an:
	einst.	mehr.	ja	nein	Enth.			
Rat der Stadt Rheine			16.07.2013		Berichterstattung durch:		Herrn Dewenter Herrn Kuhlmann	
TOP	Abstimmungsergebnis					z. K.	vertagt	verwiesen an:
	einst.	mehr.	ja	nein	Enth.			

Betroffene Produkte

51	Stadtplanung
----	--------------

Betroffenes Leitbildprojekt / Betroffene Maßnahme des Integrierten Entwicklungs- und Handlungskonzeptes

- LP 10 Vitale Innenstadt und LP 26 Qualitätsoffensive Städtebau und Architektur
--

Finanzielle Auswirkungen

☐ Ja ☒ Nein

Gesamtkosten der Maßnahme	Finanzierung		Jährliche Folgekosten	Ergänzende Darstellung (Kosten, Folgekosten, Finanzierung, haushaltsmäßige Abwicklung, Risiken, über- und außerplanmäßige Mittelbereitstellung sowie Deckungsvorschläge) siehe Ziffer _____ der Begründung
	Objektbezogene Einnahmen (Zuschüsse/Beiträge)	Eigenanteil		
€	€	€	☐ keine €	

Die für die o. g. Maßnahme erforderlichen Haushaltsmittel stehen

- ☐ beim Produkt/Projekt _____ in Höhe von _____ € zur Verfügung.
- ☐ in Höhe von _____ **nicht** zur Verfügung.

mittelstandsrelevante Vorschrift

☐ Ja ☒ Nein

VORBEMERKUNG / KURZERLÄUTERUNG:

Am 30. Januar 2013 hat der Stadtentwicklungsausschuss „Planung und Umwelt“ in seiner Sitzung den Offenlegungsbeschluss zur Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Gebäudefassaden für die Innenstadt von Rheine beschlossen.

Das Verfahren zur Aufstellung einer Gestaltungssatzung sieht entsprechend der gesetzlichen Vorgaben keine Behörden- oder Öffentlichkeitsbeteiligungen vor. Ein Beteiligungsverfahren dient jedoch der Transparenz und Nachvollziehbarkeit politischer Entscheidungsprozesse.

Die öffentliche Auslegung hat vom 8. März 2013 bis einschließlich 8. April 2013 stattgefunden. Ort und Dauer der Auslegung sind mindestens eine Woche vorher ortsüblich bekannt gemacht worden mit dem Hinweis, dass Stellungnahmen während der Auslegungsfrist abgegeben werden können und dass nicht fristgerecht abgegebene Stellungnahmen bei der Beschlussfassung über die Gestaltungssatzung unberücksichtigt bleiben können.

Die berührten Behörden und sonstige Träger öffentlicher Belange wurden von der öffentlichen Auslegung benachrichtigt und beteiligt, d.h. insbesondere zur Abgabe einer Stellungnahme innerhalb eines Monats aufgefordert.

Über die vorgebrachten Stellungnahmen ist zu beraten. Die öffentlichen und privaten Belange sind gegeneinander und untereinander gerecht abzuwägen, um danach den Satzungsbeschluss zu fassen.

Alle wichtigen Daten sind der Begründung zur Gestaltungssatzung zu entnehmen, die dieser Vorlage beigelegt ist (Anlage 2).

Der Satzungstext zur Gestaltungssatzung liegt ebenfalls bei (Anlage 1).

Die Gestaltungsfibel hat nicht die Rechtswirkung einer Satzung. Viel mehr sollen hier Gestaltungsleitlinien für Außengastronomie und Warenauslagen im öffentlichen Raum vermittelt werden. Im Rahmen der Genehmigungen von Sondernutzungen dient diese Gestaltungsfibel als Beratungsinstrument (Anlage 4).

Die Gestaltungsfibel und der Satzungstext sollen zu einem späteren Zeitpunkt in einer Broschüre zusammengefasst werden, um dann als Handreichung für Bürgerinnen und Bürger, Bauherren und Investoren genutzt zu werden.

BESCHLUSSVORSCHLAG / EMPFEHLUNG:

I. Beratung der Ergebnisse der Offenlage

1. Beteiligung der Öffentlichkeit

1.1 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine; E-Mail 17.03.2013 11:22 Uhr

1.) In den öffentlichen Ausführungen ist zur Neufassung der Gestaltungssatzung ist unter anderem wie folgt zu lesen: 2.) Die Neufassung der Gestaltungssatzung ist ein weiterer Baustein der Qualitätsoffensive Innenstadt", betonte Erster Beigeordneter Jan Kuhlmann mit Blick auf die Rahmenplanung Innenstadt, in der weitere Gestaltungs- und Entwicklungsziele festgelegt werden. 3.) Bekanntlich war der erste Schwerpunkt der Rahmenplanung Innenstadt der Bereich um den Thie. 4.) Hierzu ist am 31.10.2012 wie folgt in der Münsterschen Zeitung zu lesen: 5.) Der Thie: Quartier mit zwei Seiten 6.) RHEINE Der Thie macht sich hübsch - auf einer Fassade. Direkt an der Einfahrt in die Poststraße wurde ein über Jahre leer stehendes Ladenlokal aufgehübscht. Statt eines zugeklebten Schaufensters ist jetzt eine pfiffige Folie aufgeklebt, die für das Thie-Carré wirbt. Doch nur ein paar Meter weiter sieht es anders aus. Hier schließen demnächst zwei weitere Läden. Von Dieter Hüge sive Huwe Sie soll Aufbruchstimmung signalisieren, die in blau gehaltene Folie auf dem Schaufenster. Es ist eine Aktion, die von der örtlichen Wirtschaftsförderung EWG angestoßen und von der Kulturgemeinschaft Thie unterstützt wird. Kleine Fotos zeigen den Thie, den Falkenhof, Geschäfte. Das markante Haus mit dem Glockenspiel ragt heraus, dazu Pfeile, die auf das Thie Carré - mit feinem Accent Aigu garniert - hinweisen. Ausverkauf Weniger dezent geht es kaum zwei Straßenecken weiter zu. Dort, direkt gegenüber dem Vorzeigeobjekt mit den Glocken ab Giebel, kleben knallrote Prozenttafeln auf den Schaufenstern von Schreibwaren Becker. Dort ist Ausverkauf. Kai Jarchow macht den Laden zu am Ende des Jahres. "Wir haben doch keinen Lauf mehr auf dem Thie", klagt der Kaufmann, der mit Schreibwaren und Künstlerbedarf eine feste Größe in der Stadt ist. "Kein Lauf", das heißt, keine Laufkundschaft, zu wenig Publikum. "Während der Bauzeit auf der Poststraße lief hier so gut wie gar nichts", berichtet Jarchow. Demnächst sei der Thie dran mit der Sanierung. Dann wiederhole sich die Flaute. Da schließt er lieber das Geschäft, mit dem sein Vater 1966 gestartet war und das Kai Jarchow in zweiter Generation betreibt. Umsatz im Internet Der 52-Jährige konzentriert sich auf seine Großkunden, auf Architekturbüros und Bauzeichner, die er beliefert. Und aufs Internet. "Da mache ich längst den Großteil meines Umsatzes", berichtet Jarchow von Lieferungen in aller Herren Länder - bis nach Kanada und Südafrika. "Nur hier in Rheine kann man nichts mehr verkaufen." Dass das Geschäft zunehmen schwieriger wird, lässt sich auch in den Patzelt-Geschäftsräumen nachverfolgen. Der Möbelhändler hatte vor einigen Monaten bereits seinen Ausstellungsraum an der Tiefen Straße aufgegeben. Derzeit und noch bis Jahresende räumt er das Objekt an der Marktstraße und sorgt so für zwei weitere Leerstände auf dem Thie und in dessen unmittelbarer Nachbarschaft. Das Carré leidet also weiter. 7.) Damit wird deutlich, dass die bisherigen Maßnahmen und Konzepte der Stadt Rheine nicht dazu geführt haben, weitere Schließungen von Geschäften auf dem Thie zu verhindern. 8.) Die Frage, ob es sich hierbei um Verbote für den weiteren Innenstadtbereich handelt, die gegenwärtig mit Konzepten der Stadt Rheine wie die Ems-Galerie überzogen wird, wird angesichts zahlreicher erfolgversprechender Normenkontrollverfahren zur Ems-Galerie unbeantwortet bleiben. 9.) Jedoch darf deutlich festgestellt werden, dass der gegenwärtige Traidung down Effekt der Innenstadt von Rheine klar auf die fehlende Revitalisierung von ehemals Hertie zurückzuführen ist. 10.) Diesen bestätigen auch Schließungen an der Poststraße mit der Schließung der Postapotheke. 11.) Folglich konnte auch die Baumaßnahme Poststraße die Entwicklung nicht stoppen. 12.) Eine Entwicklung die nun auch auf der Emsstraße galoppiert: Schließung des Leonardo Ladens und Schließung des Schuh-Geschäftes RENO. 13.) Folgen einer

verfehlten Stadtentwicklungspolitik, die unbedingt eine Maßnahme in der Gestaltungssatzung unablässig machen wird: Einzelhändler die schließen müssen ihre Werbeflächen mit Aufgabe des Ladens entfernen. Die Verantwortung sollte auf die Eigentümer der Liegenschaften übertragen werden, damit bei Zuwiderhandlung die Stadt tätig werden kann.

Abwägungsempfehlung

1. Zur Rahmenplanung Innenstadt und zum Leerstand der Geschäfte auf dem Thie

Der vorliegende Entwurf einer Gestaltungssatzung ist Teil der Stadtentwicklungsstrategie, die das Ziel verfolgt, den Bereich der Innenstadt von Rheine weiter aufzuwerten, um ihn für die hier lebenden und arbeitenden Menschen - aber auch für die Besucher aus dem Umland - attraktiver zu gestalten.

Der städtebauliche Rahmenplan ist ein weiterer Baustein, dieses Ziel zu erreichen. Der vorliegende Entwurf dieser Gestaltungssatzung und der städtebauliche Rahmenplan Innenstadt sind jedoch formal getrennte Instrumente, die jeweils einen anderen inhaltlichen Schwerpunkt, unterschiedliche Wirkungsweisen sowie Rechtsgrundlagen besitzen.

Die gezielte Steuerung wirtschaftlicher Entwicklungen in bestimmten Bereichen der Innenstadt ist nicht Gegenstand einer Gestaltungssatzung. Hierfür sind andere städtebauliche Instrumente entsprechend geeignet.

Grundlage für die vorliegende Gestaltungssatzung ist vielmehr die historisch gewachsene, zu schützende und zu pflegende bauliche Stadtstruktur. Vor diesem Hintergrund werden räumlich und sachlich entsprechende Sorgfaltsabstufungen innerhalb der Satzung vorgenommen, welche die Schutzwürdigkeit der jeweiligen gewachsenen Innenstadtbereiche unter Berücksichtigung ihrer im Laufe der Zeit widerfahrenen Veränderungen widerspiegeln. Dieses gewachsene Erbe ist in angemessener Art und Weise wiederum in Einklang zu bringen mit den heutigen und aktuellen Nutzungsanforderungen in und an die Innenstadt.

Maßgabe für die Entwicklung der Gestaltungssatzung sind somit vorrangig die Bewahrung, der Schutz und die behutsame Entwicklung des baulichen Erbes zum Wohle der Bürgerschaft von Rheine.

Da hier kein direkter inhaltlicher Bezug zur Gestaltungssatzung besteht, sind die Aussagen nicht abwägungsrelevant

2. Zur Entfernung von Werbeflächen nach Geschäftsaufgabe durch den Gebäudeeigentümer

Gemäß § 6 (4) der Gestaltungssatzung sind widerrechtlich angebrachte Abdeckungen, Beklebungen oder Plakatierungen spätestens innerhalb von 2 Wochen vom Eigentümer der baulichen Anlage zu entfernen. Für funktionslos gewordene Werbeanlagen und Warenautomaten gilt aufgrund des größeren Aufwandes eine Entfernungsfrist von 4 Wochen.

Es wird festgestellt, dass der Anregung somit bereits in dem vorliegenden Satzungsentwurf entsprochen worden.

3. Zu den allgemeinen Aussagen

Die Allgemeinen Aussagen werden zur Kenntnis genommen. Sie stehen in keinem direkten Zusammenhang mit der Gestaltungssatzung und sind deshalb nicht abwägungsrelevant

1.2 **Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;**
E-Mail 17.03.2013 11:24 Uhr

Ich rege an, die folgenden Punkte bei der Neufassung einer Gestaltungssatzung zu bedenken und vor diesem Hintergrund den örtlichen Regelungsbedarf auf das Wesentliche zu begrenzen. 1.) Während die maßgeblichen Inhalte des Baurechts (Was darf ich wo und wie groß mit welcher Nutzung bauen) auf Grundlage des Bauplanungsrechts (vor allem nach dem Baugesetzbuch) zu beurteilen sind, erfolgen die gestalterischen Maßgaben nach Landesrecht, d. h. in den Bauordnungen der Länder. 2.) Für alle baulichen Anlagen gilt ein generelles Verunstaltungsverbot (vgl. § 12 BauO NRW). 3.) Darüber hinaus ermächtigen die Landesbauordnungen die Gemeinden, in einer Satzung sog. örtliche Bauvorschriften zu erlassen, die auch gestalterische Anforderungen an bauliche Anlagen enthalten können. 4.) Ermächtigungsgrundlage dafür ist in NRW § 86 BauO NRW. 5.) Gestaltungsvorschriften können als eigenständige Gestaltungssatzungen auftreten oder in Form von sonstigen gestalterischen Festsetzungen im Bebauungsplan. 6.) Das BauGB gibt hierzu in § 9 Abs. 4 BauGB die Ermächtigung, landesrechtliche Inhalte in den Bebauungsplan mit aufzunehmen. 7.) Das Land NRW hat hiervon erst 1970 Gebrauch gemacht. 8.) Ältere Bebauungspläne mit gestalterischen Festsetzungen, die nicht als eigene Satzung dem Plan beigelegt sind (d. h. sie können schon auf dem Plan abgedruckt sein, aber müssen rechtlich selbständig stehen), sind zum Teil gängig, diese Festsetzungen dann aber rechtswidrig und nicht bindend (auch wenn Planung und Bauaufsicht das im Einzelfall vielleicht anders darstellen mögen). 9.) Gestaltungssatzungen oder einzelne Regeln können die Gebäude umfassen (Dachform, Fensterformen, Materialien und Farben) Werbeanlagen oder auch die Gestaltung von Freibereichen, insbesondere von Einfriedungen. 10.) Innerhalb von Gebieten ohne Bebauungsplan (§§ 34 und 35 BauGB) gibt es keine speziellen rechtlichen Gestaltungsregeln. Der für den unbeplanten Innenbereich zuständige § 34 BauGB stellt neben dem Einfügungsgebot (Einfügen in die nähere Umgebung (Gebietscharakter) die generelle Rahmenbedingung für ein Bauvorhaben: Das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden. (§34 Abs. 1 Satz 2 BauGB). Damit können zumindest grobe Verunstaltungen verhindert werden. Analog hierzu bestimmt § 35 BauGB, dass öffentliche Belange durch ein Vorhaben nicht beeinträchtigt werden dürfen. Dies ist nach Abs. 3 Nr. 5 u. a. der Fall, wenn die Belange der Landschaftspflege oder das Landschaftsbild beeinträchtigt oder das Orts- und Landschaftsbild verunstaltet werden. Zur Auslegung dieser Vorschriften gibt es eine umfangreiche Kommentierungen.

Abwägungsempfehlung

Die Anregungen und Erläuterungen zum bauordnungsrechtlichen Verunstaltungs- / Einfügungsgebot und zu den Rechtsgrundlagen für örtliche Bauvorschriften werden zur Kenntnis genommen, sind aber nicht abwägungsrelevant.

1.3 **Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;**

E-Mail 17.03.2013 11:26 Uhr

Ich stelle den folgenden alternativen Satzungsentwurf zur Abwägung: Satzung der Stadt Rheine über besondere Anforderungen an die Gestaltung der baulichen Anlagen, der Werbeanlagen und der öffentlichen Verkehrsflächen für den Kernbereich der Innenstadt Ziele und Abgrenzungen § 1 Zielsetzung Der Geltungsbereich der Satzung nimmt innerhalb des Kernbereiches der Innenstadt einen besonderen städtebaulichen Stellenwert ein. Zum Schutze dieses städtebaulich bedeutsamen Bereiches werden an bauliche Anlagen, Werbeanlagen und an die Verkehrsflächen besondere gestalterische Anforderungen gestellt. § 2 Geltungsbereich und Anwendung der Satzung (1) Die Grenzen des Geltungsbereiches sind in einer Karte im Maßstab ca. 1 : 1000 dargestellt. Diese Karte ist Bestandteil der Satzung. (Anlage 1) (2) Die Bestimmungen dieser Satzung sind anzuwenden, sobald innerhalb des Geltungsbereichs bauliche Anlagen oder Werbeanlagen verändert, neu errichtet oder sonstige Genehmigungen auf öffentlichen Verkehrsflächen erteilt werden sollen. § 3 Allgemeine Anforderungen an die Gestaltung Bauliche Anlagen und Werbeanlagen sind so anzuordnen, zu errichten, aufzustellen, anzubringen und zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Gliederung, Material und Farbe den architektonischen Charakter und die städtebauliche Bedeutung des Kernbereiches der Innenstadt nicht beeinträchtigen. § 4 Anforderungen an die Gestaltung der Fassaden Bei Umbauten, Renovierungen am Gebäude oder an Gebäudeteilen, insbesondere bei Maßnahmen in der Erdgeschosszone sind Material- und Farbwahl auf die vorhandene architektonische Gestaltung des Gebäudes abzustimmen. Bei Neubauten sind Material und Farbwahl auf die architektonische Gestaltung der Umgebungsbebauung abzustimmen. § 5 Markisen und Vordächer (1) Markisen müssen sich in Farbe, Form und Anbringungsart der Architektur des Gebäudes anpassen und dürfen benachbarte bauliche Anlagen nicht beeinträchtigen. Sie sind unifarben und in Stoff auszuführen. Eine farbliche Abstimmung zwischen Fassadengestaltung und Markisen muss gewährleistet sein. Markisen an einem Gebäude sind gleichartig auszuführen. (2) Markisenseitenteile sind nicht zulässig. (3) Markisen dürfen max. 1,50 m auskragen. Zur Straßenfläche muss eine lichte Höhe von 2,50 m eingehalten werden. Markisen sind grundsätzlich in den Fensterlaibungen der Erdgeschoss-schaufenster und -türen zulässig, ausnahmsweise auch im Brüstungsbereich zwischen Erdgeschoss und 1. Obergeschoss, wenn sich die lichte Höhe sonst nicht einhalten lässt. (4) Vordächer dürfen nicht über die gesamte Fassade durchlaufen, sondern müssen als Einzelelemente ablesbar sein und auf die Gliederung des Gebäudes Rücksicht nehmen. Sie können im Brüstungsbereich zwischen Erdgeschoss und 1. Obergeschoss angebracht werden. Die max. Auskragung ist auf 1 m begrenzt. Zur Straßenfläche muss eine lichte Höhe von 2,50 m eingehalten werden. (5) Werbung auf Markisen oder Vordächern ist nur auf dem Volant zulässig. § 6 Begriff Werbeanlage Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschlüsse der Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. § 7 Genehmigungspflicht (1) Nach In-Kraft-Treten dieser Werbe- und Gestaltungssatzung ist eine Genehmigung für das Errichten, Anbringen oder Ändern von Werbeanlagen an Gebäuden, auch für die nach der Bauordnung NRW genehmigungsfreien Werbeanlagen (§ 65 Abs. 1 Nr. 33 b sowie Nr. 36 Bauordnung NRW) durch die Bauaufsichtsbehörde erforderlich. (2) Ausgenommen von der

Genehmigungspflicht sind Schilder bis 0,2 qm (entspricht einem Schild der Größe von 40 x 50 cm), die Inhaber und Art des Betriebes (z. B. Arztpraxis) am Ort der eigenen Leistung kennzeichnen. § 8 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen (1) Werbeanlagen an Gebäuden sind so zu gestalten bzw. anzubringen, dass sie sich nach Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart in - das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind - das Straßen- und Platzbild einfügen. (2) Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an Gebäudefassaden zulässig. (3) Grundsätzlich muss die Größe der Werbeanlage im 1 / 2 angemessenen Verhältnis zur Gliederung des Gebäudes und zum jeweiligen Nutzungsanteil stehen und Überschneidungen mit Architekturteilen vermeiden. Davon ausgenommen sind Werbeanlagen im Sinne des § 9 Abs. 5 dieser Satzung. § 9 Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen (1) Je gewerblicher Nutzungseinheit sind ein Werbeträger auf der Hauswand und ein Wandausleger zulässig. (2) Schriftzüge der Geschäftsbezeichnung müssen in Einzelbuchstaben oder Einzelsymbolen an der Fassade angebracht sein, die Buchstaben bzw. Symbole sollen dabei nicht selbständig leuchtend, sondern höchstens hinterleuchtet sein. Schriftzüge dürfen nur horizontal angebracht werden. Neon-Licht-Röhren sind zulässig. (3) Die gesamte Werbeanlage muss in einem angemessenen Verhältnis zur Gebäudebreite stehen und darf höchstens 50 % der Gebäudebreite bedecken. (4) Eine evtl. Hinterlegung der Werbeanlagen muss in Material und Farbe mit der Fassade harmonieren. (5) Wandausleger dürfen inklusive der Befestigungen höchstens 0,80 m vor die Bauflucht ragen, eine Gesamtgröße von 0,50 m² (ohne Halterung) nicht überschreiten und müssen untereinander einen seitlichen Zwischenraum von mindestens 4,00 m einhalten. Sie sind zwischen der Oberkante Schaufenster und Unterkante Fensterbrüstung des 1. OG anzubringen, höchstens aber bis zu einer lichten Höhe von 4,00 m. Eine lichte Höhe von 2,50 m zur Straßenfläche muss eingehalten sein. (6) In Schaufenstern dürfen maximal 20 % der Fensterfläche für Produktwerbung oder Werbung für Leistungen des Geschäfts verwendet werden. Darüber hinaus ist das Bekleben, Überdecken und Übermalen von Fenstern (einschl. Schaufenstern) und Glastüren nicht zulässig. Für Schaufensterwerbeflächen, die auf Grundlage eines ganzheitlichen Gestaltungskonzeptes entwickelt sind, können im Einzelfall hinsichtlich der maximal zu gestaltenden Fensterfläche Ausnahmen gem. § 13 dieser Satzung zugelassen werden, sofern die Zielsetzung der Satzung (§ 1) gewahrt bleibt und die allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen (§ 8) berücksichtigt werden. (7) Bewegliche (laufende), blinkende und Wechsellichtwerbung, akustische und mit Spiegeln unterlegte Werbeanlagen, Lichtwerbeanlagen und Leuchtkästen sind nicht zulässig. Dies gilt auch für Leuchtketten, Leuchtbänder und Leuchtkonturen ausserhalb der Weihnachtszeit. (8) Schaukästen, die nicht Bestandteil der Fassaden- bzw. Schaufenstergestaltung sind, müssen bündig in die Hauswand integriert werden. § 10 Warenauslagen/Warenstände Warenauslagen und Warenstände sind bis 1,20 m vor den Geschäften zulässig. Die max. Höhe darf 1,50 m betragen. § 11 Werbeträger oder sonstiges bewegliches Mobiliar im öffentlichen Straßenraum (1) Klappstände, mobile Warenautomaten, Verkaufsboxen und sonstige mobile Werbeträger sind nicht zulässig. (2) Alternativ zu Warenständen / Auslagen kann die Aufstellung eines Klappständers pro Gewerbeeinheit in den Maßen – max. Breite 0,70 m, max. Höhe 1,20 m (gem. Muster - Anlage 2) zugelassen werden bis zu 1,20 m vor der Gebäudefront, soweit Geschäfte aufgrund ihrer Produktpalette keine Warenausleger / Warenstände auf die öffentliche Verkehrsfläche stellen können. Dies gilt insbesondere für Nutzer, die ihre Geschäfts-

räume ausschließlich im 1. Obergeschoss haben sowie für Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. § 12 Außengastronomie (1) Straßencafés sollen nicht den Charakter von abgeschotteten Vorgärten haben. Um eine optische Abgrenzung zu schaffen, können Pflanztöpfe (max. 0,50 m Durchmesser/max. Höhe einschließlich Bepflanzung 1,50 m, Material in Keramik, Holz oder Metall) aufgestellt werden. Diese sind zu pflegen und regelmäßig neu zu bepflanzen. Bei Aufgabe der Außengastronomie sind nicht genutzte Abgrenzungen zu entfernen. (2) Als Material ist bei Tischen und Stühlen Holz oder Metall bzw. im Erscheinungsbild vergleichbares Material zu verwenden. Sonnenschirme sind einfarbig zu halten und bis zu einer Größe von 3,00 x 3,00 m zulässig. Sie dürfen keine glänzende bzw. reflektierende Oberfläche besitzen. Werbung ist nur auf dem Volant zulässig. (3) Tische, Stühle, Pflanztöpfe und Sonnenschirme sind grundsätzlich im Gebäude bzw. auf dem Grundstück der gastronomischen Einrichtung zu lagern. § 13 Ausnahmen Ausnahmen können im Einzelfall gestattet werden, wenn die Einhaltung der Vorschriften an den konstruktiven und räumlichen Gegebenheiten der Gebäude scheitert, die Architektur der Gebäude und der Charakter des Straßenbildes dies zulassen und die Zielsetzung der Satzung gewahrt bleibt. § 14 Ordnungswidrigkeiten Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt. Die Ordnungswidrigkeiten werden entsprechend den hierzu geltenden Bestimmungen der Bauordnung NRW und des Straßen- und Wegegesetzes NRW geahndet. § 15 In-Kraft-Treten und Übergangsbestimmungen Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Abwägungsempfehlung

Seit 2001 gilt für einen Teil der Innenstadt von Rheine eine Gestaltungssatzung für Werbeanlagen und Fassaden. Im Zuge der Anwendung wurde einigen Bestimmungen der Satzung von gerichtlicher Seite eine nicht ausreichende Konkretisierung/Eindeutigkeit der rechtlichen Tatbestände attestiert. Im Zuge der Aufstellung der neuen Satzung wird dieser gerichtlichen Kritik Rechnung getragen, indem die Bestimmungen detailliert und eindeutig formuliert und im Bedarfsfalle mit konkreten Maßen, Beschreibungen und Begriffsdefinitionen versehen wurden. Der vom Bürger vorgeschlagene Alternativentwurf deckt im Wesentlichen alle Tatbestände, die der städtische Satzungsentwurf regelt, gleichfalls ab – allerdings meist in vereinfachter und verallgemeinerter Form. Hierbei entsteht im Grunde dieselbe rechtliche Unbestimmtheit, die zur richterlichen Kritik an der alten Satzungsfassung geführt hat.

Einerseits wird vom Bürger bei Werbeanlagen, die wesentlich auf das gestalterische Erscheinungsbild von Gebäuden und einwirken, auf die nach Meinung des Bürgers ausreichenden grundsätzlichen Regelungen der Landesbauordnung verwiesen (Verunstaltungs-/Einfügungsgebot). Von daher wird im Alternativentwurf auf konkretisierte Regelungen verzichtet (z.B. was Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart von Werbeanlagen und Gebäudefassaden anbelangt). Andererseits werden im Alternativentwurf detaillierte Regelungen zu Markisen, Breite von Werbeanlagen, Fensterbeklebungen und Schaukästen vorgeschlagen, deren maßlich fixierte Regulierung sogar noch über die ansonsten kritisierten Bestimmungen des städtischen Satzungsentwurfes hinausgeht.

Weiterhin werden in dem vom Bürger vorgeschlagenen Satzungsentwurf auch Regelungen zu Warenauslagen, Warenstände, Werbeträger oder sonstiges bewegliches Mobiliar im öffentlichen Straßenraum (z.B. Klappstände) sowie zur

Gestaltung von Außengastronomie hinzugefügt und z.T. detailliert geregelt. Damit wird der Betrachtungstatbestand bzw. der sachliche Geltungsbereich der Gestaltungssatzung erheblich ausgeweitet. Beschränkt sich der städtische Satzungsentwurf auf ortsfest auf privaten Flächen angebrachte Werbeanlagen und Fassaden, so wird im vorgeschlagenen Alternativentwurf der zu regelnde Tatbestand auf mobile private Anlagen auf üblicherweise öffentlichen Flächen ausgeweitet. Da jedoch die Eigentumssituation entscheidende Auswirkung auf die Umsetzbarkeit einer Satzung besitzt, hat es sich in der Anwendungspraxis als zielführender herausgestellt, wenn gestalterische Vorgaben für private und öffentliche Flächen förmlich getrennt werden. Die Steuerung mobiler Werbeanlagen und Warenauslagen auf öffentlichen Flächen im Vorbereitungsbereich von Geschäften kann zielführender und flexibler über die entsprechende Anwendung der Sondernutzungssatzung und Bewilligung von Lizenzen erfolgen. Hierdurch kann der sachliche Umfang der Gestaltungssatzung materiell auf das öffentlichkeitswirksame Privateigentum konzentriert und das Konfliktpotenzial einer Gestaltungssatzung reduziert werden.

Flankierend zur neuen Gestaltungssatzung wurde ein Gestaltungsleitbild auch für mobile Werbeträger bzw. für Außengastronomie auf öffentlichen Flächen erarbeitet und politisch bestätigt, welches Grundlage für die weitere Anwendung der Sondernutzungssatzung der Stadt Rheine sein soll. Das Gestaltungsleitbild beinhaltet sinngemäß wesentliche Tatbestände der § 10 bis 12 der vom Bürger vorgeschlagenen Alternativsatzung.

Es wird festgestellt, dass dem alternativen Satzungsentwurf nicht gefolgt wird, da die vorgeschlagenen Regelungen einerseits zum Teil rechtlich nicht ausreichend bestimmt sind und andererseits über die in der Satzungsbegründung abgewogene Regulierungstiefe/ Einschränkung hinausgehen. Weiterhin entspricht es nicht den politischen Zielsetzungen, mobile Werbeanlagen und die Außengastronomie auf öffentlichen Flächen formalrechtlich im Rahmen einer Gestaltungssatzung zu regeln. Hierfür sollen andere Instrumente angewandt werden.

1.4 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:28 Uhr

1.) Bürgerinnen und Bürger der Stadt Rheine können Stellungnahmen zur Gestaltungssatzung artikulieren. 2.) Die Artikulation ist dabei wie im Verfahren zur 13. Änderung des Bebauungsplanes Westliche Innenstadt (Ems-Galerie) über eine gesicherte Internetverbindung der Stadt Rheine möglich. 3.) Diese Verbindung garantiert, dass die Daten verschlüsselt übertragen werden. Die persönlichen Daten sowie die Stellungnahme werden nur im Rahmen der Öffentlichkeitsbeteiligung und Abwägung innerhalb des Planverfahrens "Gestaltungssatzung" verwendet. 4.) Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen aus dem Mediendienstestaatsvertrag und Teledienstedatenschutzgesetz geben die Bürgerinnen und Bürger Einverständnis zur elektronischen Verarbeitung der Daten. Dennoch ist es in der Vergangenheit dazu gekommen, dass Stellungnahmen öffentlich wurden. 5.) Dabei war der Zeitpunkt, wie bei der Beteiligung zur Ems-Galerie, noch vor Bekanntgabe der Vorlagen für die Fachausschüsse. Folglich hat es in der Vergangenheit massive Verstöße gegen den Hinweis zum Datenschutz durch die Stadt Rheine gegeben. 6.) Hierdurch wurden möglicherweise auf strafrechtliche Grenzen durch Vertreter der Stadt Rheine überschritten. Dieses wird noch zu

prüfen sein. 7.) Die Stadt Rheine muss dabei Roß und Reiter nennen, wer Verursacher der Verletzung des Datenschutzes und der Persönlichkeitsrechte ist. 8.) Die Gründe hierfür müssen offen gelegt und Konsequenzen gezogen werden. 9.) Für die Zukunft bin ich guter Dinge, dass weitere Verletzungen nicht eintreten werden und daher beteilige ich mich an der Erörterung zur Gestaltungssatzung unter der Fragestellung: 10.) Warum überhaupt eine Gestaltungssatzung? 11.) Eine Stadt ist heute auch ein Produkt, das es zu vermarkten gilt. Eine Stadt braucht ein Leitbild. Oft ist dieses Bild sehr einfach zu finden. Winterberg hat seinen Wintersport. Haltern seinen See und Nordkirchen sein Schloss. Hierauf kann man Vermarktungsstrategien aufbauen. 12.) In Rheine scheint es nicht so einfach zu sein, obwohl Rheine beispielsweise mit dem Kloster Bentlage im Naherholungsgebiet nebst Naturzoo und Saline ein Juwel hat, um das es vielerorts benieden wird. 13.) Auch ist weitläufig bekannt, dass Rheine ein Gesundheitsstandort ist, eine dem Grunde nach attraktive europäische Einkaufsstadt mit einer gewachsenen inner-städtischen Struktur oder auch Hochschulstandort ist. Dennoch gelingt es maßgeblichen Akteuren nicht eine gezielte öffentliche Erörterung über die Marke Stadt Rheine zu führen und man versteckt sich hinter verschlossenen Türen. 14.) Öffentlich wird hingegeben wahrgenommen, dass Politik sich mit Verwaltung über eine Gestaltungssatzung streitet und Bürgern der Eindruck erweckt, dass die Stadt Rheine darüber ihre Markendiskussion führt. 15.) Rheine als Einkaufsstadt könnte somit die alte neue und zukünftige Marke sein und insofern bedarf einer Überarbeitung der Gestaltungssatzung. 16.) Das vorhandene Leitbild und die übrigen Stärken der Stadt werden dadurch nach hinten geschoben. Rheine auf dem Weg zur alten neuen Marke Einkaufsstadt ? !

Abwägungsempfehlung

1. Anmerkungen zu Beteiligungsverfahren

Die Hinweise zum Beteiligungsverfahren Ems-Galerie werden zur Kenntnis genommen. Das Bauleitplanverfahren zur 13. Änderung des Bebauungsplanes Westliche Innenstadt ist nicht Gegenstand dieses Beteiligungsverfahrens zur Aufstellung einer Gestaltungssatzung. Im vorliegenden Beteiligungsverfahren zu dieser Gestaltungssatzung werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz eingehalten.

2. Anmerkung zum Stadtmarketing

Die Hinweise zum Stadtmarketing werden zur Kenntnis genommen. Grundlage und entscheidende Maßgabe für die vorliegende Gestaltungssatzung ist der Erhalt, der Schutz und die Pflege der historisch gewachsenen baulichen Stadtstruktur. Die strategische Ausrichtung des Stadtmarketings ist nicht Gegenstand dieser Gestaltungssatzung und daher nicht abwägungsrelevant.

1.5 **Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;** E-Mail 17.03.2013 11:29 Uhr

1.) Ich rege an, dass die Stadt Rheine ein Sachverständigengremium (Gestaltungsbeirat) beruft, welches die Genehmigungsbehörde bei der Durchführung der Aufgaben berät, die ihr nach der Gestaltungssatzung obliegen. 2.) Dabei sollte

die Zahl der Mitglieder der Verwaltung die Zahl der übrigen Sachverständigen unterschreiten. Die Verwaltung sollte Akteuren der Innenstadt wie z. B. dem Handelsverein, dem Innenstadtverein, den Vertretern von Immobilien- und Standortgemeinschaften, ehrenamtlichen Denkmalpflegern eine Zahl von Vertretern im Gestaltungsbeirat ermöglichen, die in der Summe die Zahl der Vertreter der Stadtverwaltung überschreitet. Eine Festlegung sollte Gegenstand der Gestaltungssatzung sein. 3.) Die Entscheidungsbefugnisse, die der Baugenehmigungsbehörde nach dem Gesetz zustehen, werden durch diese Zusammenarbeit nicht berührt. Die Entscheidungen des Gestaltungsbeirates dienen der Baugenehmigungsbehörde als Grundlage.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass es einen regelmäßig tagenden Gestaltungsbeirat bei der Stadt Rheine gibt. Ein Erfordernis für eine Änderung der Zusammensetzung des Gestaltungsbeirates wird nicht gesehen. Die Vorschläge des Gestaltungsbeirates dienen als Grundlage für politische wie auch für administrative Entscheidungen.

1.6 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine; E-Mail 17.03.2013 11:32 Uhr

1.) Aus dem Protokoll der Sitzung des Stadtentwicklungsausschusses vom 01.02.2012 ist wie folgt zu entnehmen: 2.) Herr Aumann verweist auf die große Bedeutung der Gestaltungssatzung als weiterer Baustein der Qualitätsoffensive Innenstadt (neben dem Rahmenplan Innenstadt und dem Projekt Emsgalerie) und als Leitlinie für die Gestaltung des innenstädtischen Erscheinungsbildes und erläutert den zeitlichen Ablaufplan. Die Beschlussfassung über den Entwurf der Satzung werde im Stadtentwicklungsausschuss für den April dieses Jahres (Anm. 2012) erwartet, danach folge die Offenlage der Satzung und anschließend der Ratsbeschluss. Das Verfahren zur Überarbeitung der Gestaltungssatzung werde als Chance begriffen, alle Akteure einzubinden und so eine breite Zustimmung zur Satzung zu erzielen. Hierzu wurde am 18.1.2012 ein Akteursforum durchgeführt, zu dem alle Innenstadtakeure (wie z.B. Stadtteilbeirat, Innenstadtverein, Handelsverein, ISG Emsquartier, Thiegemeinschaft, IHK, EHV, DEHOGA) eingeladen wurden. Er fasst zusammen, dass der Entwurf vorsehe, den Satzungsbereich insgesamt zu vergrößern und in verschiedene Zonen/Sorgfaltsbereiche aufzuteilen. Die zusätzlich zu erstellende Gestaltungsfibel solle die Möglichkeiten für die Außengastronomie und für die Werbeanlagen im Straßenraum regeln. Die Sondernutzungssatzung werde von den Neuregelungen nicht betroffen und müsse daher voraussichtlich nicht geändert werden. Geplant sei, eine Broschüre als anschauliche Information für BürgerInnen und Antragsteller zu veröffentlichen. Der Gestaltungsbeirat habe den erarbeiteten Inhalten bereits zugestimmt, der endgültige Satzungsentwurf werde noch erarbeitet, Anregungen aus der heutigen Sitzung würden ggf. noch eingearbeitet. 3.) Es ist festzustellen, dass der avisierte Ablauf der Vergangenheit angehört und bislang das dritte Akteursforum nicht abgehalten worden ist, aber bereits die Offenlage vorgenommen wird. 4.) Um den eigenen Ansprüchen gerecht zu werden, um das gegenseitige Miteinander und Vertrauen zu stärken, eine rechtssichere Gestaltungssatzung auf dem Weg bringen zu können, möge man die gegenwärtige Offenlage beenden und zunächst das Gespräch mit den von der Stadt Rheine genannten Akteuren fortfüh-

ren. 5.) Die gegenwärtige öffentliche Kritik an dem Entwurf ist keine gute Basis. Auch vergibt man sich damit die Chance die Gestaltungssatzung in einem breiten bürgerschaftlichen Dialog im Sinne einer Bürgerkommune auf den Weg zu bringen.

Abwägungsempfehlung

Die Stadt Rheine führte im Zusammenhang mit der Aufstellung dieser Gestaltungssatzung bis dato bereits eine über das übliche Maß hinausgehende intensive Öffentlichkeitsbeteiligung durch. Nach zwei sog. Akteursforen, bei denen gezielt betroffene und sachverständige Akteure der Innenstadt eingeladen und um ihre Stellungnahme gebeten wurden, wurde der Satzungsentwurf inkl. seiner Begründung für die Dauer eines Monats zu jedermanns Einsicht öffentlich ausgelegt. Die in diesem Zusammenhang eingebrachten Anregungen sind sukzessive und sachgerecht in die Überarbeitung des Satzungsentwurfes eingeflossen. Nach dem 2. Akteursforum und der öffentlichen Auslegung hat sich gezeigt, dass keine wesentlichen neuen Anregungen vorgetragen wurden. Vor dem Hintergrund, dass keine weiteren wesentlichen Anregungen von Akteuren der Innenstadt zu erwarten sind, und auch im Rahmen der öffentlichen Auslegung keine wesentlichen neuen Anregungen eingegangen waren, wird die Durchführung eines 3. Akteursforums als sachlich nicht angemessen beurteilt.

1.7 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine; E-Mail 17.03.2013 11:33 Uhr

1.) Ich weise darauf hin, dass ein sog. Skybeamer (Himmelsstrahler) eine Werbeanlage ist, bestehend aus den Lichtstrahlen und dem sie erzeugenden Gerät. 2.) Wenn in einer Gestaltungssatzung die Zulässigkeit von Werbeanlagen auf eine Einzelgröße von 2 m x 6 m beschränkt ist, kann die Genehmigung des Skybeamers unter Hinweis auf die Festsetzung in der Gestaltungssatzung verboten werden. 3.) Weiterhin zeige ich auf, dass Werbetafeln an Bahnanlagen, die der Fremdwerbung dienen, nach den allgemeinen bauplanerischen Regeln zu beurteilen sind. Sie sind keine Eisenbahnbetriebsanlagen nach § 18 AEG, sodass die Fachplanung nicht vorrangig ist. Vielmehr ist die Aufstellung eine sogenannte bahnfremde Nutzung, die grundsätzlich in formeller und materieller Hinsicht dem allgemeinen Baurecht unterliegt. Mit dieser Begründung besteht die Verpflichtung zur Erteilung von Baugenehmigungen für Werbetafeln. 4.) Möchte man ähnliche Entwicklungen verhindern, bedarf es Regelungen in der Gestaltungssatzung. 5.) Litfasssäulen haben mangels städtebaulicher Relevanz nicht die Qualität einer baulichen Anlage im Sinne von § 29 BauGB. Sie gehören seit Jahrzehnten zum Stadtbild und stellen regelmäßig keine Verunstaltung dar. 6.) Eine Litfasssäule ist keine Nebenanlage des Weges, an dem bzw. auf dem sie errichtet bzw. aufgestellt werden soll. Deshalb ist sie grundsätzlich genehmigungsbedürftig. Möchte man Litfasssäulen ausschließen, bedarf also einer Regelung.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, das Skybeamer gem. § 9 (2) des Satzungsentwurfes unzulässig sind, wenn es sich hierbei um Werbeanlagen mit wechselndem und bewegtem Licht handelt.

Werbetafeln an Bahnanlagen, die der Fremdwerbung dienen, fallen zukünftig in den Geltungsbereich dieser Satzung. Gemäß § 7 (2) des Satzungsentwurfes ist Fremdwerbung nur untergeordnet und in Verbindung mit Eigenwerbung zulässig. Die derzeit anzutreffenden großformatigen Werbetafeln mit Fremdwerbung sind somit zukünftig nicht mehr zulässig.

Das Aufstellen von Litfasssäulen u. ä. Werbeträgern auf öffentlichen Flächen erfordert aufgrund der Eigentumssituation grundsätzlich die Zustimmung der Stadtverwaltung. Hierüber ist eine entsprechende Steuerung zu Art, Ort und Umfang der Werbeträger auf öffentlichen Flächen möglich. Ein Ausschluss von Litfasssäulen ist nicht beabsichtigt.

1.8 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;

E-Mail 17.03.2013 11:35 Uhr

1.) Nach dem vorliegenden Satzungsentwurf gelten Anlagen, die mittels LED-Technik Einzelbuchstaben erzeugen können, als Leuchtkästen gemäß § 5 Abs. 5 dieses Satzungsentwurfes. Entscheidend für den visuellen Eindruck der Werbeanlage, die an einer Gebäudefassade angebracht wird, ist deren Form sowie die farbliche Gestaltung. Laut § 5 Abs. 1 zählen auch der Rahmen, die Unter- und Tragkonstruktion, auf der die Werbebotschaft erscheint, als Werbeanlage. Die technischen Anlagen, die für die graphische Erzeugung von Einzelbuchstaben notwendig ist, sind somit als Werbeanlage gemäß dieser Satzung zu verstehen. Diese Anlage bleibt trotz einer Darstellung der Werbebotschaft in Form von Einzelbuchstaben weiterhin als flächig erscheinende Anlage sichtbar und steht möglicherweise im Gegensatz zur jeweiligen Fassadengestaltung. 2.) Werbeanlagen, die an einer baulichen Anlage angebracht werden sollen (z.B. Schilder, Leuchtkästen, Aufkleber am Schaufenster) sind (bau)genehmigungspflichtig. 3.) Bei einem Leuchtkasten handelt es sich um eine bauliche Anlage. Nach § 12 BauO NRW gilt für bauliche Anlagen ein generelles Verunstaltungsverbot. 4.) Die Ausführungen in der vorliegenden Gestaltungssatzung sind nicht in vollem Umfang mit der BauO NRW vereinbar. 5.) Aus Rechtsgründen sollte die Genehmigung von baulichen Anlagen (wie z. B. Leuchtkästen, Schilder und Aufkleber an Schaufenstern) nicht nach der Gestaltungssatzung, sondern nach der BauO NRW erfolgen, denn die bisherigen Regelungen sind nicht rechtssicher.

Abwägungsempfehlung

1. Zu den Leuchtkästen

Es wird festgestellt, dass gemäß § 5 (5) Leuchtkästen oder Leuchttransparente als kastenförmige selbstleuchtende Anlagen definiert sind, die von innen heraus Licht ausstrahlen. Dazu zählen auch Kästen, die durch entsprechende Vorkehrungen (z.B. Abdeckungen) visuell selbstleuchtende Buchstaben erzeugen. Entscheidend ist hierbei der „Kastencharakter“ der Werbeanlage, der als stereometrischer Körper über eine entsprechende visuelle „Massivität“ verfügt und damit störend auf die Gebäudefassade und ihre (plastische) Gliederung einwirkt. Selbstleuchtende Einzelbuchstaben, auch wenn sie auf einer flächigen Unterkonstruktion angebracht sind, zählen demnach nicht zu den Leuchtkästen im Sinne dieser Satzung.

2. Anmerkungen zur (Bau-)genehmigungspflichtigkeit i. V. m. dem bauordnungsrechtlichen Verunstaltungsverbot

Wie der Bürger richtig feststellt, gehören Werbeanlagen zunächst einmal grundsätzlich zu den genehmigungspflichtigen baulichen Anlagen. Gleichfalls ist richtig, dass im Zuge des Baugenehmigungsverfahrens unter anderem zu prüfen ist, ob eine Verunstaltung i.S. des § 12 BauO NW vorliegt. Das Verunstaltungsgebot ist in der Rechtsprechung und gängigen Rechtspraxis jedoch weitgehend unbestimmt. D.h., ohne eine klare und eindeutige Beurteilungsgrundlage ist eine Verunstaltung i.S. der BauO NW in der Praxis kaum rechtssicher nachzuweisen. Eine gestalterische Steuerung und Ordnung von Werbeanlagen ist auf dieser Rechtsgrundlage praktisch unmöglich. Mit dem § 86 BauO NW (Örtliche Bauvorschriften) hat der Gesetzgeber den Kommunen ein Rechtsinstrument in die Hand gegeben, durch Erlass von Ortssatzungen eine ortsbezogene und eindeutig bestimmte Rechts- und Beurteilungsgrundlage für die stadtgestalterische Steuerung und Ordnung baulicher Anlagen zu schaffen.

Vor diesem Hintergrund ist es zielführend, die materiellrechtliche Unbestimmtheit des § 12 BauO NW durch konkrete und möglichst exakt definierte Beurteilungsgrundlagen im Rahmen einer Gestaltungssatzung zu überwinden. An dieser Stelle sei angemerkt, dass gerade die mangelnde Konkretisierung und Bestimmtheit einiger Regelungen in der alten Gestaltungssatzung verwaltungsgerichtlich bemängelt wurde.

Es wird festgestellt, dass die detaillierten Bestimmungen des vorliegenden Entwurfes der Gestaltungssatzung (wie. z.B. zu Leuchtkästen, Schilder, Beklebungen) nicht im Widerspruch mit den Bestimmungen des § 12 BauO NW stehen. Sie dienen vielmehr deren Konkretisierung und damit der Verbesserung der rechtlichen Bestimmtheit und der Rechtssicherheit in der Anwendung.

1.9 **Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;** E-Mail 17.03.2013 11:37 Uhr

1.) Werbung dient sowohl der gezielten und bewussten als auch der indirekten und unbewussten Beeinflussung des Menschen zu meist kommerziellen Zwecken. Teils durch emotionale (Suggestion), teils durch informierende Werbebotschaften spricht Werbung bewusste und unbewusste Bedürfnisse an oder erzeugt neue.
2.) Ergänzend werben beispielsweise gastronomische Betriebe mit fremden Produkten (Speisen, TV-Angebot, etc.) für sich, weil diese für das Tagesgeschäft der Betriebe eine wichtige Rolle spielen. Insofern darf man auch von Produktwerbung sprechen. 3.) Laut § 3 Abs. 3 Satz 1 unterliegt Produktwerbung den Vorschriften dieser Satzung. Zur genaueren Bestimmung des Begriffes wurde in § 5 Abs. 7 der Begriff Produktwerbung als die Anpreisung von Waren, Marken und Produkten definiert. Demzufolge unterliegt auch das Anpreisen und Werben mit fremden Produkten den Vorgaben dieser Satzung. Dies ist laut § 7 Abs. 2 zulässig, jedoch in deutlich untergeordneter Form und in Verbindung mit Eigenwerbung. Die Größe der Produktwerbung ist laut Satzung auf 1/3 der Größe der Eigenwerbung beschränkt. 4.) Vor diesem Hintergrund muss angeführt werden, dass gerade die in diesem Definitionszusammenhang stehende Produktwerbung regelmäßig und wiederkehrend geändert wird. Die Zuässigkeit wäre bei einer entsprechenden Satzungsregelung regelmäßig und wiederkehrend zu überprüfen. 5.) Ebenso könnte es mit Hinweis auf diese Regelung eine Häufung, gar Überflu-

tung von Anzeigen geben, die die Zahl von 100, 200 oder mehr schnell übersteigen könnte. 6.) In anderen Sachzusammenhängen sind scheinen schon solche Mengen für die Verwaltung nicht mehr beherrschbar. Dabei geht die fehlende Beherrschung so weit, dass Menschen mit einem zweiten juristischen Staatsexamen, aber ohne akademischen Titel, öffentlich Beleidigungen, Verleumdungen und üble Nachreden artikulieren, die neben diesen Straftatbeständen auch den Straftatbestand der Körperverletzung prüfungsrelevant erscheinen lassen. Andererseits auch die Frage der Rechtsbeugung, Verletzung der Persönlichkeitsrechte, des Datenschutzes, der Brief- und Telekommunikationsgesetzes und einige weitere Rechtsbereiche. 7.) Insofern wird die avisierte Regelung der Stadt Rheine im Entwurf der Gestaltungssatzung nicht den tatsächlichen Ansprüchen des Normgebers gerecht. Es bestehen große Zweifel und Bedenken, dass der Normgeber sich den Folgen dieser Regelung bewusst ist und diese in sachlicher Form beherrschbar abarbeiten kann. 8.) Vor diesem Hintergrund sollte von der eingangs angeführten Regelung in der Gestaltungssatzung Abstand genommen werden.

Abwägungsempfehlung

Es ist festzustellen, dass die Produktwerbung i.S. der Satzung gem. § 5 (7) die Anpreisung von Waren, Marken und Produkten ist. Typisches Beispiel hierfür sind Markenlogos (z.B. von Getränkehersteller) im Zusammenhang mit einer Werbeanlage, einem Sonnenschutz oder dem Mobiliar einer Gaststätte. Entscheidend hierbei ist die bildhafte Vermittlung, z.B. in Form eines Logos oder eines eingetragenen Warenzeichens. Durch die Regelungen in der Gestaltungssatzung soll zukünftig vermieden werden, dass ein ortsansässiger Betrieb quasi indirekt als markanter Werbeträger für ortsungebundene Produkte fungiert. Wie das Beispiel deutlich macht, ist somit nicht davon auszugehen, dass sich Produktwerbung im Zusammenhang mit gewerblichen Nutzungen täglich ändert, wie dies z.B. bei modernen Billboards der Fall ist. Vielmehr handelt es sich dabei um von den entsprechenden Produktherstellern zur Verfügung gestellte Werbeanlagen oder entsprechendes Mobiliar. (Handschriftliche) Informationen über das Tagesangebot (z.B. von Speisen) fallen nicht unter den Begriff der Produktwerbung i.S. der Satzung, da hier im Regelfall der Informationscharakter gegenüber dem Werbecharakter überwiegt.

1.10 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:38 Uhr

1.) Das Unternehmenslogo (Logotyp, Firmensignet) ist Teil des visuellen Erscheinungsbildes (Corporate Design, Corporate Identity) eines Unternehmens. Der Begriff Logo hat sich verallgemeinert, bezeichnete er vormals nur Schriftzüge – das Wort, griechisch Logos – so schließt er heute oft auch Symbole mit ein, die in der Semiotik „Unternehmenszeichen“ bzw. Signets heißen. 2.) Ein Unternehmenslogo kann aus einem oder mehreren Buchstaben, oder aus einer Kombination von Buchstaben und Bildelementen bestehen. Nach anderer Meinung besteht ein Logo zwingend aus Wort- und Bildmarke, da es sich andernfalls lediglich um ein Signet oder aber um die reine Wortmarke handeln würde (siehe auch Logografie). Gerade aus der Kombination der beiden entsteht erst das Logo. 3.) Üblicherweise beauftragen Unternehmen oder Werbeagenturen ausgebildete Grafiker

oder eine Designagentur mit dem Entwurf eines Unternehmens-Logos. Im Allgemeinen werden folgende 5 Grundsätze berücksichtigt. 3.1.) Verständlichkeit: Das Logo kann die Bedeutung des Namens unterstreichen oder auf die Tätigkeit des Unternehmens hinweisen. Das kann durch ein grafisches Symbol und/oder die Auswahl einer passenden Schrift geschehen. Wird ein Unternehmensname und/oder ein Markenname mit einem grafischen Zeichen (Icon) kombiniert, spricht man von einer Wort-Bild-Marke. 3.2.) Unverwechselbarkeit: Ein Logo transportiert das Unternehmens-Image. Wenn es bereits von anderen Assoziationen besetzt ist, dann wird es umso schwieriger eine eigene Identität oder ein Unternehmensprofil zu etablieren. Solcherart läuft man Gefahr, übersehen oder verwechselt zu werden. Aus unzureichender Unverwechselbarkeit können auch rechtliche Probleme erwachsen. 3.3.) Einprägsamkeit: Hier wird oft nach der Formel KISS verfahren: „Keep It Short (and) Simple“ – was einfach ist, ist einfach zu merken. Erfolgreiche Unternehmens-Zeichen wie die von Audi, Opel, VW, Nike oder Apple sind so einfach, dass sie fast jeder auswendig nachzeichnen kann. 3.4.) Reproduzierbarkeit: Farbenfrohe Logos sind technisch kein Problem, es gibt jedoch Ausnahmen und für die muss ein gutes Unternehmens-Logo gerüstet sein. Es muss vor allem auf Logolabels von Produkten gut erkennbar sein, aber auch als Fax, als Stempel, aus der Entfernung, auf einem T-Shirt gestickt oder auf dem Werbekugelschreiber noch gut aussehen. Das Unternehmens-Logo ist das Hinweisschild zu einem Unternehmen und keine bunte Illustration. Gute Logos genügen höchsten Anforderungen und sind in einer Breite von 20 Millimetern oder kleiner noch deutlich erkenn- und lesbar. Damit ein Logo allen diesen Anforderungen gerecht wird bedarf es vieler Kompromisse, wie beispielsweise Abkürzungen und Reduktion auf ein Optimum. Der von Kreativen gern und viel zitierte Spruch „Weniger ist mehr“ trifft hier recht genau zu. 3.5.) Anforderungen: Ein Logo enthält Hauptelemente und Nebenelemente. Hauptelemente sind der Unternehmensname und die angebotene Leistung, oder das angebotene Produkt. Gegebenenfalls verzichtbare Nebenelemente sind grafische Elemente, ein Slogan, oder eine Identitätsaussage. Ein Unternehmen, das erst bekannt werden will, wird auch im Logo zumindest auf den Unternehmensnamen und das angebotene Produkt oder die angebotene Leistung Bezug nehmen müssen. Für die Wiedererkennbarkeit kann das Unternehmenslogo beispielsweise auf Logolabels mit einer Adresse oder Webseite erweitert werden. 4.) Diese Ausführungen zum Begriff Logo sind nicht abschließend, sondern zeigen die Dimension des Begriffes und auch seine stetige Entwicklung auf. 5.) Betrachtet man zudem, dass sich auch der Farbenkatalog kontinuierlich entwickelt und verändert, ohnehin im Widerspruch zu den zulässigen RAL Farbtönen und den Logofarben der Unternehmen steht, ist es unklar welchen Sinn und Zweck ein solcher Regelungsinhalt in einer Gestaltungssatzung haben soll. Auch kann es vor dem Hintergrund dieser Ausführungen und Klarstellungen kein rechtssicheres Verfahren geben. 6.) Auch eine Ausnahmeregelung für die farbliche Gestaltung von Firmenlogos wird zu keiner rechtssicheren Regelung führen. Vielmehr sollte sich die Stadt Rheine in solchen Fragen auf das Verunstaltungsverbot der BauO NRW berufen. Folglich kann auf eine entsprechende Regelung in der Gestaltungssatzung verzichtet werden.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass die farbliche Gestaltung von registrierten Firmen- und Warenzeichen (und damit u.a. auch von Unternehmenslogos) gemäß § 3 (3) von

den Vorgaben der Gestaltungssatzung ausgenommen ist. Die Anregung des Bürgers ist somit bereits in der vorliegenden Entwurfsfassung berücksichtigt.

1.11 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:40 Uhr

1.) Nach dem Entwurf der Gestaltungssatzung wird beabsichtigt, dass Werbeanlagen bei Festveranstaltungen als genehmigungsfreie Werbeanlagen hinzugefügt werden sollen. 2.) So sollen zeitlich begrenzte Werbeanlagen im Rahmen von Festveranstaltungen laut § 4 Abs.2 Satz 3 keiner Genehmigung bedürfen. 3.) Hierzu ist festzustellen, dass für alle baulichen Anlagen ein generelles Verunstaltungsverbot nach § 12 BauO NRW besteht. Hierzu können auch die in Rede stehenden Werbeanlagen zählen. 4.) Bauliche Anlagen unterliegen aber ohne Ausnahme der Genehmigung. Insofern ist die eingangs angeführte Regelung nicht rechtskonform. 5.) Insofern sollte aus Rechtsgründen auf die oben angeführte Regelung verzichtet werden und im Falle einer Genehmigungspflicht eine Beurteilung nach der Bau O NRW vorgenommen werden.

Abwägungsempfehlung

Gemäß § 65 (1) Nr. 34 BauO NW sind Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen genehmigungsfrei, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung. Die Konkretisierung „insbesondere für Ausverkäufe und Schlussverkäufe an der Stätte der Leistung“ benennt wesentliche Tatbestände, aufgrund der Formulierung „insbesondere“ sind diese jedoch nicht abschließend.

Vor diesem Hintergrund wird die bauordnungsrechtliche Bestimmung in der Gestaltungssatzung unter § 4 (2) weiter konkretisiert. Es wird festgestellt, dass die Konkretisierung nicht der Bestimmung des § 65 (1) Nr. 34 BauO NW widerspricht.

1.12 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:41 Uhr

1.) Nach den vorliegenden Unterlagen scheint aus Sicht der Verwaltung die Beschränkung der Beklebungsfäche für Fenster bzw. Glasflächen zu hoch zu sein. 2.) Folglich soll die beklebbare Fläche der Fenster- und Glasflächen erweitert werden. 3.) So soll das Bekleben von Fenster- und Glasflächen laut § 8 Abs. 5 in allen Zonen bis zu einer Größe von 10 % der jeweiligen zusammenhängenden Glasfläche zulässig sein. In Zone B und C kann dies, bei einer transparenten (mit transparenter Folie bzw. nicht flächiger Beklebung) Ausführung, bis auf 20 % ausgeweitet werden. Darüber hinaus können Fenster- und Glasflächen in der Erdgeschosszone für zeitlich begrenzte Sonderwerbeaktionen, bei Leerstand oder Umbaumaßnahmen komplett verdeckt bzw. beklebt werden. 4.) Diese differenzierte Regelung schießt eindeutig über das Ziel hinaus, wenn man sich die BauO NRW anschaut. Dasdarin angeführte Verunstaltungsverbot ist ausreichend um entsprechende Anträge abarbeiten zu können. 5.) Folglich kann auf die differenzierte Regelung in der Gestaltungssatzung verzichtet werden.

Abwägungsempfehlung

Hier wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen und festgestellt, dass auf die differenzierten Regelungen in § 8 (5) des Satzungsentwurfes zu Fenster-/Glasflächenbeklebungen wird nicht verzichtet.

1.13 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:49 Uhr

1.) Es scheint Interesse zu bestehen, dass auch die Obergeschosse als Werbefläche genutzt werden dürfen. 2.) Insofern möchte die Stadt Rheine auch hierfür in der Gestaltungssatzung zu einer Regelung kommen. 3.) Demnach soll eine Ausnahmeregelung für gewerbliche Nutzung in den Obergeschossen hinzugefügt werden. 4.) Obwohl generell Werbeanlagen laut § 8 Abs. 2 oberhalb der Erdgeschosszone nicht zulässig sind, soll bei einer gewerblichen Nutzung in den Obergeschossen hiervon jedoch abgewichen werden. 5.) Dabei sollen die Regelungen zu Art und Maß der Werbeanlagen (siehe § 8 bis § 12) angewendet werden. 6.) Eine Beklebung der gesamten Fensterfläche für Werbezwecke ist jedoch nicht gestattet. 7.) Damit soll die Gestaltungssatzung der Stadt Rheine um schwammige Textpassagen ergänzt werden, die nicht rechtlich gesichert sind. 8.) Insofern sollte aus Rechtsgründen auf die Regelung verzichtet werden, zumal es nach der BauO NRW ein Verunstaltungsverbot gibt. Evtl. Anträge lassen sich somit nach der vorhandenen Rechtslage bereits beurteilen.

Abwägungsempfehlung

Hier wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen und festgestellt, dass auf die geschossabhängig differenzierten Regelungen in § 8 (5) des Satzungsentwurfes zu Fenster-/Glasflächenbeklebungen nicht verzichtet wird.

1.14 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:50 Uhr

1.) Nach den vorliegenden Unterlagen scheint aus Sicht der Verwaltung die Beschränkung der Beklebungsfäche für Fenster bzw. Glasflächen zu hoch zu sein. 2.) Folglich soll die beklebbare Fläche der Fenster- und Glasflächen wird ausgeweitet werden. 3.) So soll das Bekleben von Fenster- und Glasflächen laut § 8 Abs. 5 in allen Zonen bis zu einer Größe von 10 % der jeweiligen zusammenhängenden Glasfläche zulässig sein. In Zone B und C kann dies, bei einer transparenten (mit transparenter Folie bzw. nicht flächiger Beklebung) Ausführung, bis auf 20 % ausgeweitet werden. Darüber hinaus können Fenster- und Glasflächen in der Erdgeschosszone für zeitlich begrenzte Sonderwerbeaktionen, bei Leerstand oder Umbaumaßnahmen komplett verdeckt bzw. beklebt werden. 4.) Diese differenzierte Regelung schießt eindeutig über das Ziel hinaus, wenn man sich die BauO NRW anschaut. Dasdarin angeführte Verunstaltungsverbot ist ausreichend um entsprechende Anträge abarbeiten zu können. 5.) Folglich kann auf die differenzierte Regelung in der Gestaltungssatzung verzichtet werden.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass diese Stellungnahme identisch mit der Stellungnahme 1.12 ist somit wird auf die Abwägung zu 1.12 verwiesen.

1.15 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:52 Uhr

1.) Geometrische Formen können als allein stehende Elemente oder als Basis-komponente für Symbole, Icons, Illustrationen sowie Muster eingesetzt werden und haben eine emotionale Ausstrahlung Harmonie durch stabile und labile Positionen. 2.) Die Stadt Rheine möchte eine Regelung zu figürlichen Formen in der Gestaltungssatzung aufnehmen. 3.) Dabei ist der Ausschluss von figürlichen Formen bei Auslegern bei Beibehaltung dieser Begrifflichkeit als kritisch anzusehen. 4.) Figürliche Formen müssen nicht zwangsläufig einer attraktiven Stadtbildgestaltung entgegenstehen. 5.) Hierfür gibt es durchaus ansprechende und oftmals auch historisch verbürgte Motive, die dem Straßenraum einen eigenen Charakter und Charme verleihen. 6.) Insofern ist auch nicht eine Ausnahmeregelung für kleiner dimensionierte Ausleger zielführend. 7.) Laut § 11 Abs. 4 sind Ausleger in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen Körpern, figürlichen Formen sowie in Form von großdimensionierten Produktimitaten unzulässig. 8.) Eine genauere Differenzierung des Begriffes figürliche Formen müsste festlegen, welche Art oder in welcher Form diese erwünscht sind. 9.) Hierfür lässt sich jedoch keine eindeutige Bestimmung des Begriffs, bei einer gleichzeitigen Wahrung der individuellen Gestaltungsfreiheit, festlegen. 10.) Auch eine Ausnahmeregelung für Ausleger, deren Größe 2/3 der Maximalgröße nicht überschreiten darf, ist nicht zielführend, denn jede Fragestellung ist in diesem Zusammenhang als Einzelfall zu sehen, der zu keiner Regelung in einer generellen Gestaltungssatzung führen kann. 11.) Folglich sollte man sich nach der BauO NRW richten und eine Beurteilung des Einzelfalles nach dem Verunstaltungsverbot beurteilen. 12.) Insofern sollte man auf eine Regelung in der Gestaltungssatzung verzichten.

Abwägungsempfehlung

Der § 11 (4) des Satzungsentwurfes benennt drei Kategorien von Auslegern: Zum einen Würfel, Pyramiden, Prismen oder ähnliche Körpern. Hiermit sind mathematisch-stereometrische Körper benannt. Im Gegensatz hierzu stehen figürliche Formen oder Produktimitate, die sich von erstgenannten stereometrischen Formen durch ihre „organische“ und symbolträchtige Form unterscheiden und sich dadurch stärker von der Gebäudegestaltung abheben. Es wird festgestellt, dass durch die Nennung der unterschiedlichen Formarten in der Satzung und der damit vorgenommenen Differenzierung und Abgrenzung der Begriff „figürliche Form“ ausreichend genau bestimmt ist. Im Übrigen wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen.

1.16 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:53 Uhr

1.) Die Vorgaben für die Gestaltung von Gebäudefassaden in der Erdgeschosszone beeinträchtigt die Gestaltungsfreiheit der Einzelhändler und erschweren einen flexiblen Umgang bei einer Umstrukturierung der Geschäftsbereiche im Falle eines Nutzungswechsels. 2.) In § 13 Abs. 1 wird der Umgang bei Umbauten, Erneuerungen und Instandsetzungen von Fassaden geregelt. Die Vorgabe, gliedernde Fassadenelemente in ihrer ursprünglichen Art beizubehalten bzw. wiederherzustellen, wurde durch die Vorgabe, den ursprünglichen Gesamteindruck zu erhalten, ersetzt. Dies soll einen flexibleren Umgang sowie eine verbesserte Anpassung des Gebäudes an die veränderte Nutzung bei gleichzeitiger Wahrung der bestehenden Fassadenstruktur ermöglichen. 3.) Auch in der Vergangenheit haben Einzelhändler und Eigentümer immer im Sinne der Attraktivität ihres Ladenlokals als auch unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen eine Fassadengestaltung vorgenommen, die ansehnlich und im Sinne der Bau O NRW ist. 4.) Die nunmehr vorgesehene Regelung in der Gestaltungssatzung ist somit obsolet und erhöht nur den bürokratischen Aufwand einerseits und erschwert Neu- oder Ersatzinvestitionen zur Attraktivitätssteigerung andererseits. 5.) Folglich kann und sollte auf die avisierte Regelung im Sinne flexiblen Handhabung der maßgeblichen Bauordnung NRW verzichtet werden.

Abwägungsempfehlung

Hier wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen und festgestellt, dass auf die geschossabhängig differenzierten Regelungen für die Erdgeschossfassade nicht verzichtet wird.

1.17 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 11:54 Uhr

1.) Die Vorgaben für die Gestaltung von Gebäudefassaden in der Erdgeschosszone beeinträchtigt die Gestaltungsfreiheit der Einzelhändler und erschweren einen flexiblen Umgang bei einer Umstrukturierung der Geschäftsbereiche im Falle eines Nutzungswechsels. 2.) In § 13 Abs. 1 wird der Umgang bei Umbauten, Erneuerungen und Instandsetzungen von Fassaden geregelt. Die Vorgabe, gliedernde Fassadenelemente in ihrer ursprünglichen Art beizubehalten bzw. wiederherzustellen, wurde durch die Vorgabe, den ursprünglichen Gesamteindruck zu erhalten, ersetzt. Dies soll einen flexibleren Umgang sowie eine verbesserte Anpassung des Gebäudes an die veränderte Nutzung bei gleichzeitiger Wahrung der bestehenden Fassadenstruktur ermöglichen. 3.) Auch in der Vergangenheit haben Einzelhändler und Eigentümer immer im Sinne der Attraktivität ihres Ladenlokals als auch unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen eine Fassadengestaltung vorgenommen, die ansehnlich und im Sinne der Bau O NRW ist. 4.) Die nunmehr vorgesehene Regelung in der Gestaltungssatzung ist somit obsolet und erhöht nur den bürokratischen Aufwand einerseits und erschwert Neu- oder Ersatzinvestitionen zur Attraktivitätssteigerung andererseits. 5.) Folglich kann und sollte auf die avisierte Regelung im Sinne flexiblen Handhabung der maßgeblichen Bauordnung NRW verzichtet werden.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass diese Stellungnahme identisch mit der Stellungnahme 1.16 ist somit wird auf die Abwägung zu 1.16 verwiesen.

1.18 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 14:56 Uhr

1.) Nach dem vorliegenden Entwurf zur Gestaltungssatzung erscheint unklar wie mit Werbeanlagen / Fensterbeklebung an Vergnügungsstätten in der Innenstadt verfahren wird. Diese liegen meist auf der Grenze zwischen den Geltungsbereichen B/C und sind daher laut Satzungsentwurf je nach räumlicher Zugehörigkeit unterschiedlich zu bewerten. 2.) Die BauO NRW hat hierfür Regelungen getroffen. Vor dem Hintergrund einer unnötigen Regelungstiefe in einer kommunalen Gestaltungssatzung sollte auf diesen Regelungsbereich verzichtet werden. 3.) Ein Verzicht auf den Regelungsinhalt macht die Gestaltungssatzung rechtssicherer.

Abwägungsempfehlung

Sofern Gebäude mit ihren Fassaden in unterschiedlichen Geltungsbereichen ersatzungsweise liegen, so sind seitenweise die jeweils dem Geltungsbereich zugeordneten Regelungen einzuhalten. Die Abgrenzung insbesondere der Geltungsbereiche B und C erfolgte vor dem Hintergrund der Fernwirkung und der Schutzwürdigkeit des historisch gewachsenen Stadtkörpers. Gebäuden, durch die eine Geltungsbereichsgrenze verläuft, befinden sich im Übergangsbereich zwischen historisch gewachsenen und autorientiert aufgelockerten Stadträumen, so dass ihre Fassaden mit unterschiedlichen Stadtraumsituationen in Wechselwirkung treten. Hieraus abgeleitet sind in solchen Fällen die Fassadenseiten auch unterschiedlichen Geltungsbereichen zugeordnet.

Diese stadtstrukturabhängige Differenzierung erfolgt unter städtebaulichen Gesichtspunkten und ist nicht abhängig von der Nutzung des Gebäudes. Es wird festgestellt, dass ein Verzicht auf diese differenzierte Regelung – insbesondere bei großflächigen Gebäuden – der jeweiligen stadträumlichen Situation nicht gerecht würde. Erfahrungsgemäß geht eine undifferenzierte gebäudeeinheitliche Betrachtung dieser Grenzfälle aufgrund fehlender Rechtsgrundlagen zu Lasten des schutzwürdigeren Bereichs.

Im Übrigen wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen.

1.19 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 14:58 Uhr

1.) Nach der Gestaltungssatzung ist nicht nachvollziehbar, weshalb in den Obergeschossen Fensterwerbung nicht zugelassen ist. Gewerbe, die sich in den Obergeschossen befinden haben oftmals keine andere Möglichkeit der Außenwerbung. 2.) Eine Ausnahmeregelung in der Gestaltungssatzung ist ferner obsolet, wenn man die Frage im Falle einer Beurteilung nach der BauO NRW einer Beurteilung unterzieht. 3.) Ohnehin istb fraglich, ob die avisierte Regelung mit der Bau O NRW kompatibel ist. 4.) Folglich könnte eine entsprechende Regelung Rechtsunsicherheiten nach sich ziehen. 5.) Ein Verzicht auf diesen Regelungsinhalt würde

auch die avisierte Regelungsdichte der avisierten Gestaltungssatzung entschließen.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass gemäß § 8 (5) des Satzungsentwurfs Werbeanlagen (hierzu zählen u.a. auch Fensterwerbungen) auch oberhalb der Erdgeschosszone zulässig sind, wenn das Gebäude in den Obergeschossen gewerblich genutzt wird. Die Zulässigkeit von Werbeanlagen wird hierbei an die gewerbliche Nutzung gebunden, um Wohnnutzungen in den Obergeschossen durch werbeanlagenbedingte Beeinträchtigungen zu schützen.

Die Zulässigkeit von Werbeanlagen in den Obergeschossen wird als Ausnahmeregelung mit einem besonderen Begründungserfordernis verbunden, um die aufgrund ihrer Höhenlage stärker fernwirksame Werbeanlagen ordnungsbehördlich besser steuern zu können.

Im Übrigen wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen.

1.20 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 14:59 Uhr

1.) Mit Blick auf die Bau O NRW kann ein Regelungsbedarf in der Gestaltungssatzung auf Inhaber oder Öffnungszeiten, die auf Schaufernstern angebracht sollen als obsolet bezeichnet werden. 2.) Die avisierte Regelungstiefe und Regelungsdichte in einer kommunalen Gestaltungssatzung ist nicht nachvollziehbar und schon gar nicht kontinuierlich überprüfbar.

Abwägungsempfehlung

Gemäß § 8 (5) des Satzungsentwurfs sind Fensterbeklebungen von 10 % bis 20 % der (Schau-)Fensterfläche zulässig. Hinsichtlich des Inhalts der Beklebungen gibt es keine Regelung, d.h. hier können auch Angaben über Inhaber und Öffnungszeiten erfolgen.

Lediglich die Größe von separaten (an der Fassade angebrachten) Hinweisschildern, die Namen, Beruf, Öffnungs- und Sprechzeiten beinhalten können, wird in der Satzung geregelt.

Somit ist die Anregung des Bürgers bereits im Satzungsentwurf berücksichtigt.

1.21 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 15:01 Uhr

1.) Solange die Werbeanlagen mit dem Verunstaltungsverbot nach der Bau O NRW kompatibel ist, kann es auch keine rechts- sichere Beschränkung der Höchstmaße von Werbeanlagen in einer kommunalen Gestaltungssatzung geben. 2.) Vom vorgesehenen Regelungsansatz sollte daher in der Gestaltungssatzung ab- gesehen werden.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass es ohne Nennung von Höchstmaßen der Gestaltungssatzung an rechtlicher Bestimmtheit und an ausreichender Grundlage für eine ordnungsbehördliche Beurteilung wesentlicher Kriterien einer beantragten Werbeanlage mangeln würde. In der praktischen Konsequenz wäre die Gestaltungssatzung in ihrer Anwendung nahezu wirkungslos. Im Übrigen wird auf die Abwägung Punkt 2 zur Stellungnahme 1.8 verwiesen.

1.21 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;

E-Mail 17.03.2013 15:02 Uhr und E-Mail 17.03.2013 15:04 Uhr

1.) Aus meiner Sicht sollte die Gestaltungssatzung nicht zu eng gefasst sein, da dies zur Verteuerung von Investitionen bei vorhandenen oder neuen Immobilien führen kann. 2.) Die Marktsituation von Unternehmen (Erreichbarkeit, Kunden-nähe) darf nicht durch die Gestaltungssatzung eingeschränkt werden. 3.) Im Rahmen der Werbemöglichkeiten sollte Flexibilität Vorrang vor Restriktionen haben. 4.) Werbesatzungen oder die entsprechenden Normen der Gestaltungssatzungen sollten nur Rahmenfestsetzungen enthalten. 5.) Traditionelle Ortsbildelemente insbesondere in den Zentren der Kommunen sollten erhalten bleiben. 6.) Die Normen müssen eindeutig sein.

1.) Es wird darauf hingewiesen, dass Gestaltungssatzungen Vorschriften über die äußere Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und Warenautomaten enthalten. 2.) Sie enthalten weiterhin spezielle Anforderungen, die sich aus besonderen örtlichen Verhältnissen ergeben, und die es geboten erscheinen lassen, die allgemeinen Anforderungen, wie sie in der Landesbauordnung festgelegt sind, zu modifizieren bzw. zu präzisieren. 3.) Weiterhin müssen Gestaltungssatzungen dem Gleichheitsgrundsatz und dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit entsprechen. 4.) Die Regelungstiefe wird diesem nicht gerecht.

Abwägungsempfehlung

In Abgrenzung zu »geschichtslosen« Innenstädten und in Konkurrenz zu benachbarten historischen Innenstädten ist es für die Entwicklung der Innenstadt Rheine wichtig, die städtebaulichen Qualitäten und unverwechselbare Eigenart des gewachsenen Stadtbildes zu stärken. Damit wird gleichzeitig dem „Erlebnisraum / Einkaufsort Innenstadt“ zu einem prägnanteren, positiv besetzten Profil verhol-fen, was langfristig der Sicherung des Einzelhandelsstandortes Innenstadt dient. Neben der Gestaltungswirkung der Gebäude und Gebäudefassaden besitzen die Geschäftspräsentationen und Werbeanlagen des örtlichen Einzelhandels einen wesentlichen Anteil bei der visuellen Wahrnehmung der Innenstadt. Vor dem Hintergrund des individuellen und in Konkurrenz stehenden Geschäftsinteresses laufen Werbung und die äußere Gestaltung des Betriebes jedoch Gefahr, übergeordnete Interessen der Allgemeinheit, wie den Schutz des gewachsenen Stadt- und Straßenbildes, nicht ausreichend zu berücksichtigen. Mit dieser Gestaltungssatzung soll daher ein allgemeinverbindlicher Rahmen vorgegeben werden, welcher zum Einen dem Interessensausgleich zwischen öffentlichen und privaten Belangen verpflichtet ist, und welcher zum Anderen der nachhaltigen Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als geschichtsträchtiger Wohn-, Arbeits- und Einkaufsstandort dient.

Die restriktiven Regelungen sind durch ihre Differenziertheit und aufgrund der numerisch-quantitativen Formulierungen eindeutig bestimmt. Sie berücksichtigen bzw. schützen traditionelle Ortsbildelemente im Zentrum und gewährleisten in einem sachgerechten Rahmen die Selbstdarstellung des innerstädtischen Einzelhandels und Dienstleistungsgewerbes. Der Interessenausgleich zwischen den unterschiedlichen Belangen und damit die Verhältnismäßigkeit der Regelungen sind in der Satzungs Begründung detailliert dokumentiert.

Es wird festgestellt, dass der restriktive Charakter der Gestaltungssatzung weiterhin erhalten bleibt.

1.22 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 15:05 Uhr

Wenn einerseits allgemein gültige Fachbegriffe für eine rechtliche Eindeutigkeit von Unzulässigkeiten unverzichtbar sind, dann stellt sich andererseits die Frage, warum ein allgemein gültiger Fachbegriff eine genauere Erläuterung in der Begründung zur Gestaltungssatzung bedarf ?!

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass es aus der Stellungnahme nicht hervor geht, welchen oder welche Begriffe mit der Frage gemeint sind und daher auch nicht abwägungsrelevant. Grundsätzlich ist es Ziel der Begründung, neben der Herleitung der getroffenen Regelungen und der Darstellung des Interessenausgleiches in der Abwägung, auch dem fachlich nicht geschulten Bürger eine möglichst allgemeinverständliche Erläuterung an die Hand zu geben. Vor dem Hintergrund der Bürgerfreundlichkeit und Transparenz im Umgang mit rechtlichen Inhalten werden in der Begründung erläuternde Ausführungen in einem größeren Umfang vorgenommen, als dies rein rechtlich betrachtet erforderlich wäre.

1.23 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 15:09 Uhr

1.) Die Vorgaben der neuen Gestaltungssatzung sollen auch der bei der Gestaltung der Ems-Galerie zum Tragen kommen. Es ist geplant, diese im Rahmen des städtebaulichen Vertrages als Vorgabe mit aufzunehmen. 2.) Es wird festgestellt, dass am 03.11.2012 die amtliche Bekanntmachung über die 13. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 10 h (Ems-Galerie) veröffentlicht worden ist. 3.) Die Gestaltungssatzung befindet sich hingegen noch im Verfahren. 4.) Insofern besteht Grund zur Annahme, dass bislang noch kein städtebaulicher Vertrag zur Ems-Galerie vorliegt. 5.) Ein städtebaulicher Vertrag zur Ems-Galerie erst dann geschlossen werden wird, wenn eine abschließende Entscheidung über die in Rede stehende Gestaltungssatzung vorliegt, weil ansonsten nicht die Regelungen der Gestaltungssatzung Gegenstand des städtebaulichen Vertrages sein können.

Abwägungsempfehlung

Es wird festgestellt, dass das Aufstellungsverfahren zu dieser Gestaltungssatzung und zur Ems-Galerie sind formell unabhängig. Inhalte des städtebaulichen

Vertrages zum Verfahren Ems-Galerie sind nicht Gegenstand des in Rede stehenden Verfahrens zur Aufstellung der Gestaltungssatzung. Dessen ungeachtet finden auch vor Rechtskraft der Gestaltungssatzung stadtbauverordnungsrechtliche Aspekte bei der Realisierung der Galerie ihre angemessene Berücksichtigung.

1.24 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 15:11 Uhr

1.) Es ist zu begrüßen, dass Schaukästen gastronomischer Betriebe auch für Ankündigungen, Inhaberschilder, Mitgliedschaft in Aktionskreisen oder für Werbung der eigenen Räumlichkeiten genutzt werden darf. 2.) Es ist aber fraglich, ob dieses rechts- sicher durch eine genauere Definition für Schaukästen erreicht wird. 3.) Die Vorgabe des § 17 Abs. 1 Satz 1 (nur Speise- und Getränkekarten) zu streichen führt dazu, dass alle Mitteilungen zulässig sind. 4.) Folglich handelt es sich bei den in Rede stehenden Schaukästen nicht mehr um Schaukästen für Speise- und Getränkekarten. 5.) Demnach könnte es sich bei den in Rede stehenden Schaukästen dann um eine bauliche Anlage i. S. von § 29 BauGB handeln. Auf die Rechtssprechung wird hingewiesen. Insofern wäre die Anbringung von Schaukästen nicht mehr nach der Gestaltungssatzung zu beurteilen. 6.) Aus Rechtsgründen sollte die avisierte Flexibilität als Verwaltungshandeln mittels Information für Betroffene erfolgen. 7.) Eine Regelung in der Gestaltungssatzung wäre damit obsolet.

Abwägungsempfehlung

Bei Schaukästen handelt es sich um eine Sonderform der Werbeanlagen, da hier in der Regel der Informationscharakter und weniger die Werbeaussage im Vordergrund steht. Somit gilt für Schaukästen grundsätzlich die gleiche Rechtsgrundlage wie für Werbeanlagen. Nach § 29 (2) BauGB gilt für alle baulichen Anlagen, dass die Vorschriften des Bauordnungsrechtes (z.B. § 86 BauO NRW) und andere öffentlich-rechtliche Vorschriften (z.B. Ortssatzungen) unberührt bleiben.

1.25 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;
E-Mail 17.03.2013 15:12 Uhr

1.) Sofern laut Auffassung der Verwaltung Werbeanlagen, Markisen oder andere für die Satzung relevante Anlagen durch neue Anlagen ersetzt werden, sind für diese neuen Anlagen die Vorgaben der Satzung anzuwenden. Werden hingegen bestehende Anlagen beibehalten und nur ausgebessert, greifen die Vorgaben der Satzung nicht. 2.) Hierzu ist anzuführen, dass die BauO NRW ein Verunstaltungsverbot vorsieht. Sollten Ratsuchende auf entsprechende Anfragen diesen Hinweis enthalten, könnte hieraus ein falscher Rückschluss vom Empfänger gezogen werden.

Abwägungsempfehlung

Gemäß Bauordnungsrecht als Rechtsgrundlage für die Aufstellung von örtlichen Bauvorschriften und vor dem Hintergrund des Bestandschutzgrundsatzes sind

ausschließlich die Errichtung, (wesentliche) Änderung und der Abbruch baulicher Anlagen genehmigungspflichtig. Es wird festgestellt, dass ein darüber hinausgehender Eingriff in das private Eigentumsrecht nur bei akuter Gefahr der öffentlichen Ordnung u. ä. zulässig wäre. Vor diesem rechtlichen Hintergrund gelten die Vorgaben der Gestaltungssatzung nicht bei reinen Instandhaltungsmaßnahmen bestehender Anlagen.

Für das Verunstaltungsgebot in § 12 BauO NW gilt der Bestandschutzgrundsatz gleichermaßen.

1.26 Anwohner XXX Sacharowstraße, 48432 Rheine;

E-Mail 17.03.2013 15:14 Uhr

1.) Wie der E-Mail vom 03.11.2012 zu entnehmen ist, wurde die amtliche Bekanntmachung zur 13. Änderung des Bebauungsplanes Westliche Innenstadt (Ems-Galerie) am 03.11.2012 veröffentlicht, obwohl die Einwender die Abwägungen noch nicht zugesandt worden sind. 2.) "XXX@versanet.de" hat am 3. November 2012 um 14:31 geschrieben: Sehr geehrte Frau Bürgermeisterin Dr. Kordfelder, die amtliche Bekanntmachung zur 13. Änderung des Bebauungsplanes Westliche Innenstadt ist am Samstag, den 03. November 2012 in der Münsterländischen Volkszeitung veröffentlicht worden. Der Inhalt der amtlichen Bekanntmachung kann auch auf der Homepage der Stadt Rheine nachgesehen werden:

<http://www.rheine.de/magazin/artikel.php?artikel=6398&type=&menuid=45&topmenu=669> Ich stelle fest, dass ich im Verfahren von meinen Rechten nach dem Bau GB Gebrauch gemacht habe und im Verfahren Stellungnahmen zur Abwägung zugesandt habe. Obwohl die amtliche Bekanntmachung erfolgt ist, damit Fristen beginnen, bin ich weder informiert, noch sind mir bislang die Abwägungen zugestellt worden. Auch dieser Sachverhalt ist im weiteren Verfahren rechtlich relevant. Ich bitte den Eingang dieses Schreibens schriftlich zu bestätigen. Mit freundlichen Grüßen XXX Sacharowstraße 48432 Rheine 3.) Bislang liegt mir übrigens weder die Stellungnahme zu den Einwendungen noch eine schriftliche Eingangsbestätigung hierzu vor. 4.) Aus Rechtsgründen rege ich daher an, dass im Verfahren zur Gestaltungssatzung der rechtlich vorgeschriebene Wegbeschritten wird und den Einwendern vor der Veröffentlichung der amtlichen Bekanntmachung die Abwägungsergebnisse übersandt werden.

Abwägungsempfehlung

Die Hinweise zum Beteiligungsverfahren Ems-Galerie werden zur Kenntnis genommen. Das Bauleitplanverfahren zur 13. Änderung des Bebauungsplanes Westliche Innenstadt ist nicht Gegenstand dieses Beteiligungsverfahrens zur Aufstellung einer Gestaltungssatzung. Im vorliegenden Beteiligungsverfahren zu dieser Gestaltungssatzung werden die gesetzlichen Vorschriften zum Datenschutz eingehalten.

2. Beteiligung der der Behörden und sonstiger Träger öffentliche Belange

2.1 Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V., 48163 Münster Schreiben vom 05.04.2013

1. zu § 4 Absatz 2:

Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen zeitlich zu begrenzen, halte ich grundsätzlich für sinnvoll. Allerdings ist der Zeitraum von bis zu 3 Wochen sehr knapp bemessen, wenn ein Räumungsverkauf wegen Geschäftsaufgabe durchgeführt wird. Hier sollte vor Beginn des Räumungsverkaufs eine gewisse Ankündigungsfrist toleriert werden, für den Räumungsverkauf dann ein Zeitraum von mindestens 4 Wochen. Da dieses schon sehr knapp ist, wenn das ganze Sortiment möglichst ausverkauft werden soll, sollte für eine Verlängerung von. z.B. Weitreten 4 Wochen ggf. eine Genehmigung (kostenfrei) möglich sein. Selbst. bei normalen Schlussverkäufen (Dauer mindestens 2 Wochen) ist der Zeitrahmen von 3 Wochen sehr kurz.

Werbeanlagen zu öffentlichen Wahlen und Abstimmungen sind "für die Dauer des Wahlkampfes" akzeptiert. Wann fängt der Wahlkampf an, wann hört er auf (sprich: ab wann besteht die Entfernungspflicht)? Hier würde ich mir eine konkrete Aussage wünschen.

2. zu § 14 Absatz 2:

Schaufenster generell nur im Erdgeschoss zuzulassen, halte ich nicht für sachgerecht. Gebäude wie das Möbelhaus Berning oder das Modehaus Bültel und Westhoff haben meines Wissens Fassaden, die sehr gut Schaufenster oberhalb des Erdgeschosses vertragen. Gerade beim Unternehmen Bültel und Westhoff sind die Schaufenster bei der Zufahrt auf die Altstadt von der Neuenkirchener Straße ein positiver Blickfang. So wird es ähnliche Situationen am Rande der Innenstadt geben.

3.

Der Bestandsschutz sollte sich auch auf sinnvolle und/oder notwendige Erhaltungsmaßnahmen beziehen.

4.

Die Satzung sollte eine klare Aussage darüber enthalten, wer im Streitfall und bei Auslegungsfragen das Sagen hat, wer bei der Stadt Rheine für Genehmigungen und Ausnahmegenehmigungen zu befinden hat. Bei § 6 Absatz 3 könnte z.B. entsprechendes Konfliktpotenzial entstehen.

Weitere Anmerkungen bestehen diesseits nicht.

Abwägungsempfehlung

Zu Punkt 1:

Die in § 4 (2) des Satzungsentwurfes definierte Genehmigungsfreiheit für Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen wird von max. 3 auf max. 4

Wochen ausgeweitet, jeweils bis zu 4-mal im Jahr. Einer weitergehenden Ausweitung wird nicht gefolgt, da hierdurch genehmigungsfreie Werbeanlagen mehr als 16 Wochen pro Jahr zulässig wären, was 1/3 des Kalenderjahres übersteigen würde. Darüber hinausgehende Zeiträume eines Sonder- oder Räumungsverkauf sind auf Antrag mit entsprechender Begründung unter Berufung auf § 19 der Satzung möglich. Wie der Einzelhandelsverband anführt, beläuft sich die Dauer „normaler“ Schlussverkäufe auf 2 bis 3 Wochen, so dass der Regelfall genehmigungsfrei ist und nur „Sonderfälle“ genehmigungspflichtig werden, was von hier aus als zumutbar angesehen wird.

Der Anregung, die Genehmigungsfreiheit für Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen auszuweiten, wird gefolgt.

Weiter zu Punkt 1:

Werbeanlagen zu öffentlichen Wahlen und Abstimmungen sind für die Dauer des Wahlkampfes genehmigungsfrei. Die Entfernungspflicht für diese Werbeanlagen beginnt gemäß Satzung somit grundsätzlich am Tage nach der Wahl. Da es dem Sachverhalt inne wohnt, dass die Werbeanlagen zahlreich im gesamten Stadtgebiet verteilt sind, wird ordnungsbehördlich für die Dauer des Entfernungsprozesses ein angemessener Zeitraum zugestanden. Eine dahingehende Konkretisierung der Bestimmungen, auch die zulässige Dauer der Entfernung zu regeln, wird als unnötige Überreglementierung angesehen, insbesondere da die Dauer des Entfernungsprozesses wesentlich von den organisatorischen Möglichkeiten der einzelnen Parteien und deren ehrenamtlichen Helfern abhängen.

Es wird festgestellt, dass eine Änderung der Bestimmungen in § 4 (2) des Satzungsentwurfes nicht erfolgt.

Zu Punkt 2:

Die Bestimmungen des § 14 (2) des Satzungsentwurfes zielen darauf ab, eine nicht sachgerechte (da auf Fernwirkung ausgerichtete) Anordnung von Schaufenstern oberhalb der Erdgeschosszone im kleinteilig gewachsenen Stadtraum zu vermeiden. Für Großverkaufsstätten wie z.B. Möbelhäuser, die sich im aufgelockerten Innenstadtrand befinden, ergibt sich – wie in der Anregung geschildert – sowohl gebäudetypologisch wie auch stadträumlich eine andere Situation. In diesem Fall können Schaufenster oberhalb der Erdgeschosszone als stadtraumverträglich angesehen werden.

Es wird festgestellt, dass aus diesem Grund der § 14 (2) des Satzungsentwurfes mit einer abweichenden Zulässigkeit von Schaufenstern oberhalb der Erdgeschosszone bei Großverkaufsstätten im Sinne von § 5 (3) des Satzungsentwurfes, die sich in der Zone C befinden, ergänzt wird.

Zu Punkt 3:

Gemäß § 3 (1) des Satzungsentwurfes gilt die Satzung für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen und Warenautomaten gemäß § 13 BauO NW. Erhaltungs- und Erneuerungsmaßnahmen, bei der der äußere Eindruck der Anlage

nicht wesentlich beeinträchtigt wird, gehören demnach nicht zum sachlichen Geltungsbereich und unterliegen somit nicht dieser Gestaltungssatzung.

Zu Punkt 4:

Die Anwendung der Gestaltungssatzung obliegt der zuständigen Ordnungsbehörde (hier: Bauordnung der Stadt Rheine). Insofern erfolgen Entscheidungen entsprechend den verwaltungsinternen Vorgaben. Als Entscheidungshilfe/-orientierung im Streitfall dienen unter anderem die aktuelle Rechtsprechung bzw. entsprechende Referenzfälle.

II. Satzungsbeschluss

1. Beschluss über die Abwägungsempfehlung des Stadtentwicklungsausschusses "Planung und Umwelt"

Der Rat der Stadt Rheine nimmt die Empfehlungen des Stadtentwicklungsausschusses "Planung und Umwelt" zu den Beteiligungsverfahren zur Kenntnis und beschließt diese.

Er nimmt hiermit – zum allein maßgebenden Zeitpunkt des Satzungsbeschlusses – die vollständige Erfassung, Bewertung und gerechte Abwägung aller von der Gestaltungssatzung betroffenen Belange vor (s. Anlage 5: Vorlage Nr. 067/13).

2. Satzungsbeschluss

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 09. April 2013 (GV. NRW. S. 194), 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) wird die Gestaltungssatzung in der vorgelegten Form für Werbeanlagen und Gebäudefassaden, der Stadt Rheine nebst beigefügter Begründung als Satzung beschlossen

Der räumliche Geltungsbereich ist in der beigefügten Begründung (Anlage 2) beschrieben und im Übersichtsplan (Anlage 3) dargestellt.

Diese Satzung (Anlage 1) 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.

III. Beschluss über die Gestaltungsfibel

Die Gestaltungsfibel mit den Gestaltungsleitlinien für Außengastronomie und Warenauslagen (räumlicher Geltungsbereich der Gestaltungssatzung) der Stadt Rheine (Anlage 4) wird in der vorliegenden Form beschlossen.

