

Stadt Rheine

## Gestaltungssatzung für Werbeanlagen

Begründung

**-Entwurf-**

Stand: 04.05.2026

## Herleitung

Werbeanlagen prägen in besonderem Maße das Erscheinungsbild von Städten und Gemeinden. Ihre Größe, Anzahl, Gestaltung und Positionierung beeinflussen die Wahrnehmung und Lesbarkeit des öffentlichen Raums. Besonders in städtebaulich sensiblen Bereichen – etwa in historischen Altstädten, Fußgängerzonen oder stadtbildprägenden Straßenzügen – kann eine unregelmäßige oder übermäßige Werbung zu gestalterischer Unruhe, visueller Überlagerung und zur Beeinträchtigung des Stadtbildes führen.

Werbung – verstanden als gezielte Darstellung und Anpreisung von Waren und Dienstleistungen – ist ein legitimes Mittel der Kommunikation. Sie dient der Information, Orientierung und der wirtschaftlichen Sichtbarkeit von Unternehmen. Insbesondere in Innenstädten, historischen Stadtzentren und hochfrequentierten Stadträumen beeinflussen Werbeanlagen nicht nur einzelne Fassaden, sondern übernehmen eine stadtbildprägende Schlüsselrolle.

Mit dem technischen Fortschritt sind neue Werbeformen wie digitale Werbetafeln hinzugekommen. Diese bieten Unternehmen erweiterte Möglichkeiten zur Kundenansprache – etwa durch bewegte Bilder, wechselnde, kurzfristig austauschbare Inhalte oder hohe Leuchtkraft. Gleichzeitig stellen sie besondere Anforderungen an Gestaltung, Helligkeit, Frequenz und Betriebszeiten. Es ist dabei unerheblich, ob sie außen am Gebäude angebracht oder im Schaufenster platziert sind – ihre Wirkung auf den öffentlichen Raum ist in jedem Fall erheblich.

Die Innenstadt von Rheine ist ein zentraler Ort für Handel, Dienstleistungen und zunehmend auch für urbanes Wohnen. Als historisch gewachsenes Zentrum ist sie das prägende Gesicht der Stadt nach außen und Motor ihrer städtebaulichen Entwicklung. Der lokale Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe bieten ein vielfältiges Angebot, das es im Sinne einer lebendigen Innenstadt dauerhaft zu erhalten und zu stärken gilt. Im Wettbewerb mit anderen Innenstädten sowie angesichts der wachsenden Bedeutung des Online-Handels ist es entscheidend, das gestalterische Profil der Rheiner Innenstadt zu schärfen. Ein hochwertiges, einheitliches Stadtbild trägt wesentlich dazu bei, Rheine als attraktiven und zukunftsfähigen Einkaufsstandort mit historischem Flair zu positionieren. Dies erfordert verbindliche Gestaltungsregeln, die einen angemessenen Ausgleich zwischen dem berechtigten Interesse der Gewerbetreibenden an werblicher Sichtbarkeit und dem öffentlichen Interesse an Stadtbildpflege und Baukultur schaffen.

Vor diesem Hintergrund bezieht sich die Gestaltungssatzung nicht nur auf klassische Werbeanlagen, sondern ausdrücklich auch auf digitale Medien. Diese stellen aufgrund ihrer Intensität, Dynamik und Reichweite eine besondere Herausforderung dar. Um hier Transparenz, Rechtssicherheit und Gleichbehandlung zu gewährleisten, gelten die entsprechenden Regelungen nicht nur für die Innenstadt, sondern für das gesamte Stadtgebiet von Rheine. Ziel ist es einen klaren rechtlichen Rahmen für zukünftige digitale Werbeanlagen zu schaffen. Vorgaben zu Leuchtintensität, Bildwechselhäufigkeit und Betriebszeiten sorgen dafür, dass gewerbliche Interessen gewahrt und gleichzeitig städtebauliche sowie ortsbildgestalterische Belange berücksichtigt werden.

Die Herausforderung besteht insgesamt in der sorgfältigen Abwägung zwischen wirtschaftlichen Zielen und den Erfordernissen einer qualitätsvollen, ästhetisch verträglichen Stadtgestaltung. Ein zurückhaltender, ortsangepasster Umgang mit Werbeanlagen leistet einen wesentlichen Beitrag zur Aufwertung des Stadtbildes, zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und zum Erhalt baukultureller Werte.

Die nachfolgende Gestaltungssatzung schafft hierfür eine verbindliche rechtliche Grundlage. Sie definiert klare Rahmenbedingungen für Gestaltung, Größe, Platzierung und Technik von Werbeanlagen im Stadtgebiet Rheines. Dabei ermöglicht sie kreative Lösungen im Einklang mit dem Stadtbild und bietet Eigentümerinnen, Eigentümern und Gewerbetreibenden Planungs- und Rechtssicherheit. Gleichzeitig gewährleistet sie ein faires Miteinander und schützt vor stadtbildstörenden und umfeldbedingten Beeinträchtigungen.

## **Zonierung**

Die Werbeanlagengestaltungssatzung teilt die Stadt Rheine in drei Zonen auf. Das Hauptaugenmerk der Satzungsinhalte liegt in den Zonen A und B, welche sich über die Innenstadt von Rheine erstrecken. Hier ist größte Regelungsbedarf in Sachen Gestaltung von Werbeanlagen erforderlich. Die bedeutenden Ortsein- und Ausfahrtsstraßen Rheines werden der Zone C zugeordnet.

Der Geltungsbereich dieser Gestaltungssatzung fokussiert sich auf diejenigen städtischen Bereiche, die aufgrund ihrer Nutzungsstruktur durchmischte sind und eine eindeutig gewerbliche Prägung aufweisen. Hierzu zählen insbesondere Kerngebiete (MK), Mischgebiete (MI), Urbane Gebiete (MU) sowie Gewerbegebiete (GE) gemäß den Vorgaben der Baunutzungsverordnung (BauNVO). In diesen Baugebietsarten ist Fremdwerbung grundsätzlich zulässig bzw. typischer Bestandteil der zulässigen Nutzungen, sodass ein gesteigerter Regelungsbedarf zur Sicherung eines geordneten, städtebaulich verträglichen Erscheinungsbildes besteht.

Allgemeine und reine Wohngebiete (WA, WR) werden nur nachrangig vom Geltungsbereich erfasst. In diesen Gebieten ist Fremdwerbung planungs- und bauordnungsrechtlich unzulässig (§§ 3 und 4 BauNVO sowie § 10 Abs. 4 S. 1 BauO NRW). Für Gewerbetreibende sind die von Wohnnutzung geprägten Gebiete eher unattraktiv. Werbeanlagen von nicht störenden Gewerbebetrieben in WA- / WR-Gebieten ordnen sich in aller Regel bereits durch die bestehende Gebäudestruktur deutlich unter. Aufgrund dieser Sachlage ist in WA- / WR-Gebieten eine gestalterische Steuerung zwar nicht von zentraler Bedeutung, aber dennoch angemessen.

Hinsichtlich der Auslegung der jeweiligen Zonen veranschaulicht die Anlage 1 sowie die dazugehörigen Beispiele die entsprechende Zielsetzung dieser Satzung. In den Rand- bzw. Übergangsbereichen ist dabei stets der funktionale und stadträumliche Bezug zur jeweils prägenden Raum- und / oder Erschließungsachse maßgeblich. Diese Übergangsbereiche sind so auszulegen, dass der Charakter der jeweiligen Zone klar erkennbar bleibt und eine eindeutige gestalterische Zuordnung gewährleistet wird.

## **Zone A – Fußgängerzone & historische Innenstadt**

Zone A umfasst die historische Innenstadt und den Bereich der Fußgängerzone der Stadt Rheine. Die Innenstadt Rheines wird durch die Ems in zwei Bereiche geteilt. Diese unterscheiden sich zwar architektonisch, gleichen sich aber in ihrer Nutzung und städtebaulichen Funktion.

### *-Innenstadt links der Ems-*

Der Bereich der Innenstadt links der Ems (westlich der Ems) ist geprägt durch kleinteilige Gebäudestrukturen, kerngebietstypische und überwiegend gemischte Nutzungen (gewerbliche Erdgeschosse, darüber teils Wohnen), eine Vielzahl denkmalgeschützter Gebäude sowie historisch gewachsene städtebauliche Platz- und Straßenräume. Der Bereich hat sich zu einem lebendigen, funktionsgemischten Stadtraum mit charakteristischen

architektonischen und städtebaulichen Merkmalen entwickelt (Auf dem Thie, Marktplatz, Zuwegungen zur Emsstraße). Typisch sind insbesondere die feingliedrigen Gebäude- und Fassadenstrukturen sowie Fassadenoberflächen aus Putz, Ziegelstein und Naturstein. Das Erscheinungsbild des Kernbereichs wird maßgeblich durch Baudenkmäler und Gebäude aus der Gründerzeit bis in die Nachkriegszeit des 20. Jahrhunderts geprägt. Diese historisch gewachsene Vielfalt verleiht dem Gebiet eine hohe gestalterische Sensibilität und verlangt eine besondere Rücksichtnahme auf die Ortsbildprägende und erhaltenswerte Bausubstanz.

#### *-Innenstadt rechts der Ems-*

Auf der rechten Emsseite der Fußgängerzone (östlich der Ems) dominieren hingegen größere, höhere und tendenziell modernere Gebäude das Stadtbild. Dies resultiert aus der historischen Entwicklung der Stadt, deren Ursprung anfänglich auf der linken Emsseite lag. Die baulichen Strukturen entlang der Fußgängerzone sind daher überwiegend jüngeren Datums und zeichnen sich durch eine größere Maßstäblichkeit und eine stärker großräumige Bauweise aus (z. B. Böckmann, Emsforum). Trotz der unterschiedlichen baulichen Ausprägungen entsprechen sich beide Emsseiten im Nutzungsspektrum und in ihrer städtischen Funktion als zentraler Versorgungs- und Aufenthaltsbereich.

Aufgrund der starken gewerblichen Prägung, insbesondere durch den Einzelhandel in der Fußgängerzone, besteht ein hohes Bedürfnis nach Sichtbarkeit und werblicher Ansprache. Dieses Interesse ist nachvollziehbar, bedarf jedoch einer städtebaulich verträglichen Ausgestaltung. Werbung in Zone A hat sich daher an den städtebaulich-historischen Kontext und die architektonische Grundsituation anzupassen und die vorhandene Gebäudearchitektur sinnvoll zu ergänzen.

Zielsetzung der Gestaltungssatzung für Zone A ist es, für die historisch und städtebaulich besonders sensiblen Bereiche der Innenstadt einen verbindlichen rechtlichen Rahmen für die Gestaltung von Werbeanlagen zu schaffen. Dieser Rahmen soll einerseits klare gestalterische Grenzen, Maßstäblichkeit und Einheitlichkeit sichern, um das hohe baukulturelle Niveau sowie das Orts- und Stadtbild zu bewahren. Andererseits soll er ausreichenden Spielraum für eine qualitätsvolle und kreative werbliche Gestaltung bieten, die die architektonischen Besonderheiten der Gebäude respektiert und diese sinnvoll ergänzt.

### **Zone B – Innerstädtischer Übergangsbereich innerhalb des Ringes**

Die Zone B umfasst den innenstadtnahen Übergangsbereich zwischen der zentralen, historischen Innenstadt und Fußgängerzone (Zone A) sowie dem Kardinal-Galen-Ring. Die dortige Baustruktur ist insgesamt deutlich jüngeren Datums und orientiert sich an den städtebaulichen und architektonischen Leitbildern der 1960er bis 1980er Jahre. Insbesondere entlang des südlichen und westlichen Kardinal-Galen-Rings prägen großmaßstäbliche Gebäudekomplexe und mehrgeschossige Solitärbauten den Stadtraum. Diese bilden einen markanten Kontrast zur kleinteiligen, historisch gewachsenen Struktur der Zone A.

Aufgrund seiner bedeutenden Eingangs- und Verbindungsfunktion zur historisch gewachsenen Innenstadt und Fußgängerzone sowie seiner eigenständigen städtebaulichen Prägung kommt der Zone B eine besondere Bedeutung für das Stadtbild zu. Neben den architektonischen Qualitäten und seinen zentralen städtebaulichen Funktionen ist das Gebiet überwiegend durch gewerbliche Nutzungen geprägt. In Teilen weisen diese gewerblichen Nutzungen größere bauliche Dimensionen auf (z. B. Emsgalerie, Nadorff-Haus, Rathauszentrum) oder sind stark vom Verkehr geprägt (z. B. Hues-Ecke, Poststraße, Matthiasstraße).

In einzelnen Straßenzügen (z. B. Lingener Straße, Bültstiege, Mühlenstraße, Auf dem Thie) dominiert zwar die Wohnnutzung, jedoch sind dort zugleich prägende gewerbliche Nutzungen – etwa Gastronomie, Einzelhandel oder Bildungsangebote – vorhanden. Aufgrund dieser Nutzungsdurchmischung finden die Regelungen der Gestaltungssatzung auch in diesen Bereichen Anwendung, um eine einheitliche und stadtbildverträgliche Werbegestaltung sicherzustellen.

Die Regelungsinhalte der Gestaltungssatzung für Zone B orientieren sich an den in der Örtlichkeit vorhandenen zum Teil großmaßstäblichen und heterogenen Gebäudestrukturen. Trotz dieser baulichen Vielfalt sollen Werbeanlagen in einem erkennbar untergeordneten Verhältnis zur Architektur stehen und ihre Präsenz so weit zurücknehmen, dass eine geordnete, maßstäbliche und stadtbildverträgliche Einfügung gewährleistet bleibt. Ziel ist es, die städtebauliche Eigenart der Zone B zu bewahren, die gestalterische Qualität des Stadtraums zu sichern und die Eingangssituation zur Innenstadt insgesamt zu stärken.

### **Zone C – Stadtbildbedeutende Ortsein- und -ausfahrtsstraßen sowie Innenstadtring**

Die Zone C erstreckt sich entlang der hochfrequentierten und stadtbildbedeutende Ortsein- und -ausfahrtsstraßen der Stadt Rheine, die überwiegend von durchmischten, teils überwiegend gewerblichen Nutzungen geprägt sind (Osnabrücker Straße, Hovestraße, Kardinal-Galen-Ring, Hansaallee, Lingener Damm, Salzbergener Straße, Neuenkirchener Straße). Diese Verkehrsachsen fungieren als wichtiges städtisches Aushängeschild, da sie den ersten und letzten Eindruck der Stadt vermitteln und somit eine besondere Bedeutung für das Stadtbild, die Identität und Wiedererkennbarkeit Rheines haben. Aufgrund der hohen Zahl an Verkehrsteilnehmenden – sowohl ortskundigen als auch ortsfremden – kommt den hier zulässigen Werbeanlagen eine besondere Relevanz zu: Sie werden von vielen potenziellen Adressaten wahrgenommen und prägen maßgeblich das Erscheinungsbild der Stadteingänge.

Für die Auslegung des funktionalen Geltungsbereichs ist ausschlaggebend, in welchem räumlichen und gestalterischen Bezug ein Gebäude zur verkehrlich prägenden Hauptachse steht. Dabei muss gewährleistet sein, dass die straßenräumliche Wirkung der Hauptverkehrsstraße sowie ihre stadtbildprägende Funktion auch in den Übergangsbereichen – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Zone – eindeutig und konsistent ablesbar bleiben.

Inhaltlich wird für die Zone C eine grundsätzliche gestalterische Steuerung digitaler Werbeanlagen angestrebt. Entlang der wichtigen Straßen soll ein geordnetes, dem Stadtbild zuträgliches Erscheinungsbild gewahrt bleiben. Digitale Werbeanlagen sollen daher so ausgestaltet werden, dass sie das städtebauliche Umfeld nicht dominieren, keine visuelle Überfrachtung hervorrufen und die Wahrnehmung des Stadtraumes nicht beeinträchtigen. Übergeordnete Zielsetzung ist es, Beeinträchtigungen und Verunstaltungen des öffentlichen Raums vorzubeugen und einen angemessenen, zurückhaltenden werblichen Ausdruck sicherzustellen, der den charakteristischen Stadteingängen gerecht wird. Durch die Steuerung von Betriebszeiten, Bildwechselraten und Lichtintensitäten sollen die Auswirkungen auf das direkte Umfeld verträglich gesteuert werden.