

Stadt Rheine

Gestaltungssatzung für Werbeanlagen

Satzungstext

-Entwurf-

Stand: 08.06.2026

Präambel

Werbeanlagen beeinflussen in besonderem Maße das Erscheinungsbild und die Wahrnehmung des öffentlichen Raums. Insbesondere in städtebaulich sensiblen Bereichen können Größe, Gestaltung, Häufung und technische Ausprägung von Werbeanlagen zu erheblichen Beeinträchtigungen des Orts- und Stadtbildes führen. Zugleich stellt Werbung als Mittel der Information und wirtschaftlichen Betätigung ein berechtigtes Interesse der Gewerbetreibenden dar.

Die Stadt Rheine als historisch gewachsenes und funktional bedeutendes Zentrum für Handel, Dienstleistungen und Wohnen. Sie ist in besonderem Maße auf ein qualitätsvolles, geordnetes und gestalterisch abgestimmtes Stadtbild angewiesen. Vor dem Hintergrund zunehmender gestalterischer Anforderungen sowie neuer technischer Entwicklungen, insbesondere digitaler Werbeanlagen, bedarf es klarer und rechtssicherer Regelungen zur Steuerung von Werbeanlagen.

Ziel dieser Satzung ist es, einen angemessenen Ausgleich zwischen den Belangen der Wirtschaft und den Anforderungen an eine geordnete städtebauliche Entwicklung sowie den Schutz des Ortsbildes zu gewährleisten. Hierzu werden verbindliche Vorgaben für Gestaltung, Größe, Anordnung und technische Ausführung von Werbeanlagen getroffen. Diese Vorgaben umfassen sowohl klassische als auch digitale Werbeformen.

Zur differenzierten Steuerung wird das Stadtgebiet in Zonen mit jeweils abgestuften Regelungsintensitäten gegliedert. Der Geltungsbereich konzentriert sich dabei insbesondere auf gewerblich und gemischt genutzte Baugebiete im Sinne der Baunutzungsverordnung. Hier besteht ein erhöhter Regelungsbedarf.

Die Satzung schafft damit einen klaren rechtlichen Rahmen, gewährleistet Planungs- und Rechtssicherheit und trägt zugleich zur Sicherung und Weiterentwicklung eines qualitätsvollen und identitätsstiftenden Stadtbildes bei.

Gesetzliche Grundlagen

Auf Grundlage der §§ 7 und 41 Abs. 1 S. 1 lit. f 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 10. Juli 2025 (GV. NRW. S. 618), in Verbindung mit § 89 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 sowie § 86 Abs. 1 S. 1 Nr. 21 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) – Landesbauordnung – in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. Juli 2018 (GV NRW S. 256), zuletzt geändert durch Gesetz vom 31. Oktober 2025 (GV. NRW. S. 1172), hat der Rat der Stadt Rheine in seiner Sitzung am **XX.XX.202X** die folgende örtliche Bauvorschrift über die äußere Gestaltung von und die besonderen Anforderungen an Werbeanlagen beschlossen:

Sinn und Zweck

§ 1 – Anlass und Ziele der Satzung

- (1) Werbeanlagen sind prägende Elemente im öffentlichen Raum und nehmen durch ihre Gestaltung, Platzierung und Häufung erheblichen Einfluss auf das Stadtbild, die Aufenthaltsqualität und die Wahrnehmbarkeit von Gebäuden und Stadträumen. Ziel dieser Gestaltungssatzung ist es, die äußere Gestaltung von Werbeanlagen in gestalterisch sensiblen Bereichen sowie im gesamten Stadtgebiet zu steuern, um ein qualitätsvolles, ortsbildverträgliches Erscheinungsbild zu sichern.
- (2) Die Satzung verfolgt insbesondere folgende Zwecke:
 - a. Wahrung und Aufwertung des Stadtbildes durch gestalterische Vorgaben für Art, Maß, Anbringung und Beleuchtung von Werbeanlagen,
 - b. Schutz stadtbildprägender und historischer Bau- und Straßenräume,
 - c. Stärkung der Identität der Innenstadt als attraktiver Handels-, Dienstleistungs- und Wohnstandort,
 - d. Reduzierung gestalterischer Überlagerungen und visueller Unruhe,
 - e. Vermeidung stadtbildstörender Lichtemissionen, insbesondere bei digitalen Werbeanlagen,
 - f. Schaffung von Transparenz, Planungssicherheit und Gleichbehandlung für alle Gewerbetreibenden und Eigentümerinnen und Eigentümer,

Zonierung

§ 2 – Räumlicher Geltungsbereich

- (1) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Innenstadt sowie stadtbildbedeutende Ortsein- und -ausfahrtsstraßen von Rheine. In Anlage 1 ist der Geltungsbereich durch Umrandung und Kennzeichnung eindeutig abgegrenzt. Zur differenzierten Regelung des Maßes und der Art zulässiger Werbeanlagen wird das Stadtgebiet in drei Zonen unterteilt:
 - a. Zone A – Innenstadt / Fußgängerzone
 - b. Zone B – innenstädtischer Übergangsbereich
 - c. Zone C – stadtbildbedeutende Ortsein- und -ausfahrtsstraßen
- (2) Verläuft die Geltungsbereichsline der unterschiedlichen Zonen
 - a. durch eine Straßenachse, so gelten je Straßenseite die entsprechenden Vorgaben der jeweiligen Zone gem. Anlage 1 (s. Beispiel 1).
 - b. durch ein Gebäude oder eine Gebäudefassade ganz oder teilweise oder entlang eines Gebäudes oder einer Gebäudefassade ganz oder teilweise, so gelten für die betreffenden Fassadenteile die Vorgaben der jeweiligen Zone gemäß Anlage 1. Der Verlauf der Trennung ragt dabei 5,00 m von dem äußeren Rand der öffentlichen Verkehrsfläche auf das anliegende Grundstück („5m-Korridor“). Für seitliche Wände innerhalb dieses Korridors gelten die Vorgaben der jeweiligen Zone gemäß Anlage 1 gleichermaßen (s. Beispiel 2). Diese Regelung gilt gleichermaßen in Kreuzungs-, Einmündungs- und Platzsituationen.
- (3) Der Geltungsbereich der Zone C umfasst einen beidseitigen Abstand von 10,00 m, gemessen ab dem Rand der öffentlichen Verkehrsfläche. Der Geltungsbereich erstreckt sich auf die anliegenden Grundstücke innerhalb dieses 10,00-m-Korridors. Für seitliche Wände

innerhalb des Korridors gelten die Vorgaben der jeweiligen Zone gem. Anlage 1 (s. Beispiel 3). Diese Regelung gilt gleichermaßen in Kreuzungs-, Einmündungs- und Platzsituationen.

- (4) Werbeanlagen an Denkmälern bzw. in deren unmittelbarer Umgebung unterliegen den besonderen Vorschriften des Nordrhein-westfälischen Denkmalschutzgesetzes (DSchG NRW) und bedürfen zusätzlich einer denkmalrechtlichen Erlaubnis gemäß dem DSchG NRW in der jeweils geltenden Fassung. Eine Auflistung der derzeit in die Denkmalliste der Stadt Rheine eingetragenen Denkmäler ist auf der Homepage der Stadt Rheine (www.rheine.de) verfügbar.

Allgemeine Regelungen (zonenübergreifend)

§ 3 – Genehmigungs- / Erlaubnisvorbehalt

- (1) Die bauordnungsrechtliche Genehmigungspflicht ergibt sich aus § 62 Abs. 1 Nr. 12 BauO NRW in der aktuellen Fassung.
- (2) Die denkmalrechtliche Erlaubnispflicht ergibt sich aus den §§ 9, 13, 15 und 20 DSchG NRW in der aktuellen Fassung.

§ 4 – Begriffsdefinitionen

- (1) Werbeanlagen werden in § 10 Abs. 1 BauO NRW definiert.
- (2) Gewerbliche Großbauten im Sinne dieser Satzung sind
 - a. Gebäude mit mindestens zwei oberirdischen Verkaufsgeschossen (z. B. Kaufhäuser),
 - b. Gebäude, die über mehr als drei Geschosse hinweg überwiegend gewerblich genutzt werden, oder
 - c. gewerblich genutzte Gebäude mit einer Straßenfrontbreite von mehr als 30,00 m.

In diesen Fällen kann von den Vorgaben der § 6 Abs. 2 (maximale Anzahl der Werbeanlagen), § 8 Abs. 2 (Werbeanlagen oberhalb des Erdgeschosses) und § 9 Abs. 2 (Vorgaben zu horizontalen Werbeanlagen) dieser Satzung in begründeten Fällen abgewichen werden. Es ist entsprechend gem. § 19 (Abweichungsregelungen) dieser Satzung zu verfahren.

- (3) Als gliedernde Fassadenelemente gelten beispielsweise Erker, Risalite, Balkone, Altane, Pfeiler und Pfeilervorlagen, Stützen, Gesimse, Stuck- und Schmuckdekor, Fachwerk, Geländer, Fenster- und Türöffnungen.
- (4) Als Leuchtkästen oder Leuchttransparente im Sinne dieser Satzung gelten kastenförmige, selbstleuchtende Anlagen die mittels eines integrierten Leuchtsystems von innen heraus Licht ausstrahlen.
- (5) Digitale Werbetafeln sind elektronische Digitalanzeigen und Displays, die für Werbezwecke verwendet werden und statische sowie dynamische Inhalte wie Text-, Animations- und Videobotschaften anzeigen können.
- (6) Die in dieser Satzung festgelegten maximal zulässigen Flächengrößen und Abmessungen für Werbeanlagen beziehen sich auf das, die Werbeanlage umschließende Rechteck.
- (7) Schaufenster sind nach außen gerichtete, regelmäßig bodentiefe oder großflächige, verglaste Fassadenöffnungen von gewerblich genutzten Gebäuden, die der Präsentation von Waren, Dienstleistungen oder sonstigen Angeboten dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum unmittelbar einsehbar sind.
- (8) Fenster im Sinne dieser Satzung sind alle nach außen gerichteten verglasten Fassadenöffnungen von Gebäuden, unabhängig von ihrer Funktion (z. B. Belichtung, Belüftung oder

Ausblick), soweit sie nicht als Schaufenster im Sinne dieser Satzung definiert sind. Als Glasfläche gilt die jeweils von außen wahrnehmbare, optisch zusammenhängende Verglasungseinheit einer Fassadenöffnung. Konstruktive Gliederungen (z. B. Rahmen, Pfosten, Sprossen) bleiben unberücksichtigt.

- (9) Produktwerbung im Sinne dieser Satzung ist die Anpreisung von Waren, Marken oder Produkten.
- (10) Als sonstige Werbe- und Informationsträger im Sinne dieser Satzung gelten Litfaßsäulen, Großwerbetafeln sowie Säulen und Vitrinen, die von städtischer Seite für Werbezwecke auf öffentlichen Flächen bestimmt sind.

Zone A und B – Die zentrale Innenstadt

§ 5 – Anwendungsbereich

- (1) Die nachfolgenden Regelungen finden Anwendung auf die Errichtung, Änderung und Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten gem. § 10 BauO NRW 2018, die sich in Zone A und B befinden. In Anlage 1 ist der Geltungsbereich der Zonen A und B eindeutig dargestellt.
- (2) Die Vorschriften dieser Satzung gelten in den Zonen A und B auch für:
 - a. Produktwerbungen,
 - b. Auslagen, Dekorationen und Werbeanlagen in Fenstern und Schaukästen,
 - c. registrierte Firmen- und Warenzeichen („Corporate Identity“). Die farbliche Gestaltung dieser Zeichen ist von den Regelungen dieser Satzung ausgenommen, sofern keine weitergehenden gestalterischen Vorschriften verletzt werden.
- (3) Nicht als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung gelten Hinweisschilder und Schriftzüge mit Angaben zu Namen, Beruf, Öffnungs- oder Sprechzeiten,
 - deren Ansichtsfläche 0,10 m² (z. B. 30 cm × 30 cm) nicht überschreitet,
 - die an Einfriedungen, Hauswänden oder Fenster- bzw. Glasflächen im Eingangsbereich angebracht sind.

§ 6 – Allgemeine Anforderungen

- (1) In den Zonen A und B müssen Werbeanlagen so gestaltet sein, dass sie sich in das Stadt- und Straßenbild sowie in die Eigenart der näheren Umgebung einfügen. Sie haben sich nach Größe, Anordnung, Werkstoff und Farbgebung dem jeweiligen Bauwerk anzupassen und dürfen die einheitliche Fassadengestaltung sowie die architektonische Gliederung (z. B. Fensterachsen, Arkaden, Erker, Fachwerk, Risalite oder Gesimse) nicht stören. Fassaden- und Baustilelemente mit gliedernder Wirkung dürfen in ihrer gestalterischen Funktion nicht beeinträchtigt werden.
- (2) Pro Betrieb und pro straßenseitiger Gebäudefassade sind
 - a. in Zone A maximal zwei Werbeanlagen zulässig, beispielsweise eine Flachwerbeanlage und ein Ausleger,
 - b. in Zone B maximal vier Werbeanlagen zulässig, beispielsweise zwei Flachwerbeanlagen und zwei Ausleger.
- (3) Werden mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude angebracht, so sind diese in Art, Größe, Gestaltung (Material- und Farbwahl), Anbringung und Beleuchtung einheitlich auszuführen.
- (4) Funktionslose Werbeanlagen
 - a. Werbeanlagen, die durch die Aufgabe der betrieblichen Nutzung funktionslos geworden sind, sowie nicht mehr genutzte Warenautomaten sind einschließlich aller Befestigungselemente und sichtbaren Kabelzuführungen innerhalb von vier Wochen nach Aufgabe der Tätigkeit zu entfernen.
 - b. Die betroffenen Gebäude- und Fassadenflächen sind anschließend durch geeignete Maßnahmen (z. B. Anstrich, Verputz oder Verkleidung) in ein einheitliches Fassadenbild rückzuführen.
 - c. Unzulässig angebrachte Abdeckungen, Beklebungen oder Plakatierungen an Fassaden, Fenstern oder Türen sind durch den Eigentümer der baulichen Anlage spätestens innerhalb von zwei Wochen zu entfernen.

- (5) Zeitlich begrenzte Festdekorationen (Weihnachten, Ostern oder vergleichbaren Anlässen) oder vorübergehende Werbeaktionen auf Fenster- und Glasflächen sind von den Vorschriften dieser Satzung ausgenommen.

§ 7 – Stätte der Leistung

- (1) In den Zonen A und B sind Werbeanlagen grundsätzlich nur an der Stätte der Leistung zulässig. Abweichend hiervon darf bei Geschäften und Dienstleistungsbetrieben, die über eine Passage erschlossen sind, je Betrieb eine Werbeanlage im Eingangsbereich der Passage angebracht werden. Diese Werbeanlagen sind hinsichtlich Art, Größe und Material einheitlich zu gestalten und in Gruppen zusammenzufassen.
- (2) Mit der Werbeanlage darf im Wesentlichen nur auf den Namen und die Art des Betriebes (Eigenwerbung) hingewiesen werden.
- (3) Produkt- und Fremdwerbung ist nur in deutlich untergeordneter Form und ausschließlich in Verbindung mit der Eigenwerbung zulässig.
- (4) Die Fläche der Fremdwerbung darf höchstens ein Drittel der Fläche der Eigenwerbung betragen.
- (5) Von den Vorgaben der Absätze 1 und 2 ausgenommen sind Bauschilder und Hinweise auf ausführende Baufirmen, sofern sie flächig auf vorübergehend aufgestellten Bauzäunen oder Baugerüsten befestigt werden.

§ 8 – Unzulässige Anbringungsorte, Arten und Eigenschaften

- (1) Unzulässig ist die Anbringung von Werbeanlagen in Zone A und B
- an Erkern, Balkonen, Loggien, Brüstungen sowie an anderen gliedernden Fassadenelementen,
 - an und in Türen, Toren, an Fensterläden, Rollläden und Jalousien,
 - über mehrere Gebäude hinwegreichend,
 - auf oder an Dachflächen
 - oberhalb der Trauflinie bzw. oberhalb des Attikaabschlusses,
 - an Schornsteinen,
 - an Markisen – mit Ausnahme eines Firmen- bzw. Produktlogos je Markise,
 - an Stützmauern und Einfriedungen – mit Ausnahme von Hinweisschildern unter Beachtung von § 16 dieser Satzung,
 - an Masten, Pfeiler, Säulen, Arkadenstützen, Lampen,
 - an Bäumen und Sträuchern,
 - in Vorgärten und Vorhöfen.
- (2) Unzulässig ist die Anbringung von Werbeanlagen oberhalb der Erdgeschosszone. Als Erdgeschosszone gilt der Fassadenbereich unterhalb der verlängerten Linie der höchstgelegenen Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses (Brüstungslinie des 1. OG). Abweichend hiervon können Werbeanlagen oberhalb der Erdgeschosszone ausnahmsweise zugelassen werden, wenn der betreffende Gebäudebereich gewerblich genutzt wird (s. § 4 Abs. 2 dieser Satzung).
- (3) Generell unzulässig sind folgende Arten von Werbeanlagen:
- freistehende, ortsfeste Werbeanlagen wie insbesondere Werbepylone, Fahnenmaste und Werbefahnen,
 - Fahnen und Fahnentransparente,
 - Spannbänder,

- d. Werbeanlagen mit akustischen Elementen,
 - e. Zettel- und Bogenanschlge (sog. „wildes Plakatieren“),
 - f. Werbung an Giebfassaden und Brandwänden in Form von Bemalungen, Growerbetafeln, Growerbepostern oder vergleichbaren Darstellungen
 - g. Werbeanlagen mit grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben – ausgenommen, sofern diese nachweislich Bestandteil des Corporate Designs (Corporate Identity) gemäß § 5 Abs. 3 c dieser Satzung sind.
- (4) Unzulässig ist zudem die sichtbare Anordnung von technischem Zubehör der Werbeanlagen, wie insbesondere Kabel, Kabelführungen, Steckverbindungen oder Montageleisten.

§ 9 – Flachwerbeanlagen (Horizontale Werbeanlagen)

- (1) In den Zonen A und B müssen Flachwerbeanlagen folgende Anforderungen erfüllen:
- a. Sie sind parallel zur Fassadenfläche anzubringen.
 - b. Sie sind auf die Gliederung der jeweiligen Fassade abzustimmen.
 - c. Sie dürfen gliedernde Fassadenelemente nicht in ihrer Wirkung beeinträchtigen.
 - d. Zulässig sind ausschließlich folgende Formen:
 - Getrennte Einzelbuchstaben,
 - Zusammenhängende Schriftzüge (z. B. Schreibschrift),
 - Einzelne Firmen- oder Werbelogos.
- (2) Horizontale Werbeanlagen dürfen in Zone A folgende Maße nicht berschreiten:
- a. Höhe der gesamten Werbeanlage: max. 0,75 m,
 - b. Höhe von Logos: max. 0,65 m,
 - c. Höhe der Schrift: max. 0,50 m,
 - d. Gesamtlänge der Werbeanlage: max. 2/3 der zugehörigen Fassadenbreite, jedoch nicht mehr als 5,00 m,
 - e. Bautiefe: max. 0,15 m.
- (3) Horizontale Werbeanlagen dürfen in Zone B folgende Maße nicht berschreiten:
- a. Höhe der gesamten Werbeanlage: max. 1,00 m,
 - b. Höhe von Logos: max. 0,85 m,
 - c. Höhe der Schrift: max. 0,75 m,
 - d. Gesamtlänge der Werbeanlage: max. 2/3 der zugehörigen Fassadenbreite,
 - e. Bautiefe: max. 0,15 m.
- (4) Generell sind folgende Mindestabstände einzuhalten:
- a. Zu Gebäudeecken und angrenzenden Gebäuden: mind. 0,50 m,
 - b. Zwischen Werbeanlagen verschiedener Betriebe: mind. 1,00 m,
 - c. Zu Vordächern und Kragplatten: mind. 0,20 m.
- (5) Flachwerbeanlagen dürfen unbeleuchtet, selbstleuchtend oder indirekt beleuchtet ausgeführt werden. Zur Beleuchtung angebrachte Strahler dürfen eine maximale Ausladung von 1,00 m gegenüber der Fassadenfläche nicht berschreiten. Strahler sind möglichst klein

zu dimensionieren und in großen Abständen, mindestens jedoch mit 1,00 m Abstand zueinander, anzubringen.

- (6) Die Verwendung von grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- und Signalfarben ist unzulässig. Die in Anlage 2 dieser Satzung aufgeführten Farbtöne gelten als nicht zulässig. Farbtöne der jeweiligen Corporate Identity sind hiervon ausnahmsweise ausgenommen, sofern sie zurückhaltend eingesetzt werden und keine gestalterische Dominanz erzeugen.

§ 10 – Ausleger

- (1) Ausleger in Zone A und B müssen folgende Anforderungen erfüllen:
- Sie sind senkrecht zur Fassadenfläche anzubringen.
 - Sie sind gestalterisch auf die Gliederung der Fassade abzustimmen.
 - Sie dürfen keine gliedernden Fassadenelemente überdecken oder in ihrer Wirkung beeinträchtigen.
- (2) Für Ausleger gelten folgende maximale Abmessungen:
- Höhe: max. 1,00 m
 - Breite (Ausladung): max. 1,00 m
 - Bautiefe: max. 0,15 m
- (3) Folgende Mindestabstände sind einzuhalten:
- zur nächstgelegenen Werbeanlage: mind. 1,00 m
 - zur Fassadenfläche: mind. 0,20 m, max. 0,30 m
 - zu Gebäudeecken und Grundstücksgrenzen: mind. 0,50 m
 - zu Kragplatten, Vordächern und horizontalen Werbeanlagen: mind. 0,50 m
 - zum Gehweg/Fußgängerbereich (lichter Durchgang): mind. 2,30 m
 - zur Fahrbahn (horizontal gemessen): mind. 1,00 m
- (4) Unzulässig sind Ausleger in Form von figürlichen Darstellungen (z. B. Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen Körpern sowie Produktnachbildungen (z. B. Mobiltelefon, Brille, Schlüssel)).
- (5) Zulässig sind unbeleuchtete, selbstleuchtende oder hinterleuchtete Ausleger. Eine indirekte Beleuchtung durch auskragende Wandstrahler ist unzulässig.
- (6) Die Verwendung greller Farbtöne, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben ist unzulässig. Als unzulässig gelten insbesondere die in Anlage 2 dieser Satzung aufgeführten Farbtöne. Farben, die nachweislich Bestandteil der Corporate Identity sind, können hiervon ausgenommen werden.
- (7) Das erforderliche Lichtraumprofil der etwaig vorgelagerten öffentlichen Verkehrsfläche ist einzuhalten.

§ 11 – Digitale Werbetafeln

- (1) In Zone A sind an die Außenfassade der Gebäude angebrachte digitale Werbetafeln (z. B. digitale Tafeln, Displays, LED-Screens) generell unzulässig.
- (2) In Zone A sind digitale Werbetafeln ausschließlich innerhalb des Gebäudes (z. B. hinter Schaufenstern) zulässig. Sofern die Werbetafel im Schaufenster aufgestellt wird und nach

außen wirkt, muss sie gegenüber der jeweiligen Fensteröffnung deutlich untergeordnet sein. Die Größe der Werbetafel darf maximal 20 % der von außen sichtbaren Glasfläche des jeweiligen Schaufensters betragen, höchstens jedoch 2 m². Maßgeblich ist die von außen wahrnehmbare zusammenhängende Glasfläche des jeweiligen Schaufensters; konstruktive Unterteilungen (z. B. durch Rahmen, Pfosten oder Sprossen) bleiben unberücksichtigt. Je Schaufenster ist maximal eine digitale Werbetafel zulässig. Darüber hinaus müssen die Vorgaben des Absatzes 3 Buchstaben b bis f eingehalten werden.

- (3) In Zone B sind digitale Werbetafeln an der Außenfassade nur zulässig, wenn sie folgende Anforderungen erfüllen:
 - a. Sie sind gestalterisch auf die Gliederung der Fassade abzustimmen.
 - b. Es dürfen keine Bewegtbilder, Animationen oder Filme wiedergegeben werden.
 - c. Es darf maximal ein Standbild pro Minute angezeigt werden.
 - d. Eine akustische Untermalung durch beispielsweise Musik, Sprache oder Soundeffekte, ist unzulässig.
 - e. Die Betriebszeiten sind auf den Zeitraum von 06:00 Uhr bis 22:00 Uhr zu beschränken.
 - f. Die Lichtintensität ist bei Dunkelheit auf maximal 20 % der Tageshelligkeit zu reduzieren.
- (4) Digitale Werbeanlagen in Form von Auslegern im Sinne des § 10 dieser Satzung sind unzulässig.

§ 12 – Fenster- und Glasflächenbeklebung

- (1) In Zone A und B ist das Bekleben von Fenster- oder Glasflächen (z. B. Schaufenster) mit mehr als 20 % der jeweiligen zusammenhängenden Glasfläche unzulässig. Die Beklebung ist grundsätzlich in transparenter Ausführung vorzunehmen.
- (2) In Erdgeschosslagen von Dienstleistungsbetrieben, die eine Wahrung der Privatsphäre erfordern, ist eine Beklebung über 20 % hinaus zulässig, sofern sie sich auf die Erdgeschosszone beschränkt. Auch in diesen Fällen ist die Beklebung in transparenter Ausführung vorzunehmen.
- (3) Abweichend von den Absätzen 1 und 2 ist in der Erdgeschosszone eine vollflächige Beklebung der Fenster- bzw. Glasflächen zulässig, wenn diese:
 - a. im Rahmen zeitlich begrenzter Sonderaktionswerbung,
 - b. bei Leerstand oder
 - c. während Umbaumaßnahmen erfolgt.

In diesen Fällen ist auch eine weniger transparente Beklebung zulässig.

§ 13 – Großflächenwerbung

- (1) Großflächenwerbung, die die in § 9 dieser Satzung festgelegten Maßvorgaben überschreitet, kann ausnahmsweise für Gebäude gemäß § 4 Absatz 2 dieser Satzung zugelassen werden.
- (2) Voraussetzung ist, dass die Fassadengliederung durch die Werbeanlage nicht beeinträchtigt wird. Die geplante Werbeanlage ist vor Antragstellung dem Gestaltungsbeirat der Stadt Rheine zur Beratung vorzulegen.
- (3) In diesen Fällen ist nach dem Verfahren gemäß § 19 dieser Satzung zu verfahren.

§ 14 – Vertikale Werbeanlagen

- (1) Vertikale Werbeanlagen sind unzulässig.
- (2) Bei gewerblichen Großbauten gem. § 4 Abs. 2 dieser Satzung und bei Hotels können diese im Rahmen der Abweichung gem. § 19 dieser Satzung zugelassen werden.

§ 15 – Schaukästen und Hinweistafeln

- (1) Schaukästen sowie Hinweistafeln sind in Zone A und B im Bereich von kirchlichen, kulturellen, sozialen, gesundheitlichen, sportlichen und gastronomischen Einrichtungen sowie Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung zulässig. Die Schaukästen und Hinweistafeln müssen der jeweiligen Nutzung dienen.
- (2) Generell müssen sie folgende Anforderungen erfüllen:
 - a. Schaukästen dürfen gegenüber der Fassade max. 0,15 m auskragen.
 - b. Sie haben sich in ihrer Größe der jeweiligen Nutzung unterzuordnen und dürfen diese nicht dominieren. Sie dürfen eine Größe von max. 1,00 m² nicht überschreiten.
- (3) Digitale Schaukästen und Hinweistafeln müssen folgende Anforderungen erfüllen:
 - a. Sie sind nur im Bereich der dazugehörigen Einrichtung bzw. des Betriebs zulässig.
 - b. Sie sind gestalterisch auf die Gliederung der Fassade abzustimmen und dürfen nur eine untergeordnete Fläche in Anspruch nehmen. Sie dürfen eine Größe von 1,00 m² nicht überschreiten.
 - c. Es dürfen keine Bewegtbilder, Animationen oder Filme wiedergegeben werden.
 - d. Eine akustische Untermalung, insbesondere durch Musik oder Sprache, ist unzulässig.
 - e. Die Lichtintensität ist bei Dunkelheit auf maximal 20 % der Tageshelligkeit zu reduzieren.

§ 16 – Warenautomaten

- (1) In Zone A sind von der öffentlichen Verkehrsfläche aus bedienbare Warenautomaten ausgeschlossen.
- (2) In Zone B sind Warenautomaten nur zulässig, wenn sie in einer engen räumlichen und sachlichen Beziehung zu einem Verkaufs- oder Dienstleistungsbetrieb stehen. Je Betrieb ist ein Warenautomat zulässig.
- (3) Warenautomaten sind nur innerhalb der Grundrissfläche von Gebäuden zulässig (Hauseingänge, Hofeinfahrten, Passagen u. ä). Vor die Fassade springende bzw. vorspringende Warenautomaten sind unzulässig.

Zone C – Die stadtbildbedeutenden Ortsein- und -ausfahrtsstraßen

§ 17 – Digitale Werbeanlagen

(1) Digitale Werbeanlagen sind in Zone C grundsätzlich zulässig.

(2) Sie müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- a. Sofern sie an einem Gebäude angebracht werden, sind sie gestalterisch auf die Gliederung der Fassade abzustimmen.
- b. Es dürfen keine Bewegtbilder, Animationen oder Filme wiedergegeben werden.
- c. Eine akustische Untermalung, insbesondere durch Musik oder Sprache, ist unzulässig.
- d. Es darf maximal ein Standbild pro Minute angezeigt werden.
- e. Die Betriebszeiten sind auf den Zeitraum von 06:00 Uhr bis 22:00 Uhr zu beschränken.
- f. Die Lichtintensität ist bei Dunkelheit auf maximal 20 % der Tageshelligkeit zu reduzieren.
- g. In Wohngebieten (WS, WR, WA, WB) sind digitale Werbeanlagen nur in (Schau-)Fenstern an der Stätte der Leistung zulässig.
- h. Unzulässig sind digitale Werbeanlagen an und in der näheren Umgebung von Objekten, die in der Denkmalschutzliste der Stadt Rheine geführt werden.

§ 18 – Digitale Schaukästen und Hinweistafeln

(1) Digitale Schaukästen sowie Hinweistafeln sind im Bereich der Fassade von kirchlichen, kulturellen, sozialen, gesundheitlichen, sportlichen und gastronomischen Einrichtungen sowie Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung zulässig. Die Schaukästen und Hinweistafeln müssen der jeweiligen Nutzung dienen.

(2) Folgende Anforderungen müssen erfüllt werden:

- a. Sie sind nur im Bereich der dazugehörigen Einrichtung bzw. Betriebs zulässig.
- b. Sie sind gestalterisch auf die Gliederung der Fassade abzustimmen und darf nur eine untergeordnete Fläche in Anspruch nehmen. Sie dürfen eine Größe von max. 1,00 m² nicht überschreiten.
- c. Es dürfen keine Bewegtbilder, Animationen oder Filme wiedergegeben werden.
- d. Eine akustische Untermalung, insbesondere durch Musik oder Sprache, ist unzulässig.
- e. Die Lichtintensität ist bei Dunkelheit auf maximal 20 % der Tageshelligkeit zu reduzieren.

Verfahrens- und Ausnahmeregelungen

§ 19 – Abweichungsregelungen

(1) Abweichungen von den Bestimmungen dieser Satzung können zugelassen werden, sofern sie unter Berücksichtigung des Zwecks der jeweiligen Anforderung sowie der städtebaulichen und gestalterischen Zielsetzungen dieser Satzung mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind. Über die Zulassung von Abweichungen entscheidet die Bauaufsichtsbehörde im Einvernehmen mit der Stadtplanung.

(2) Zur Unterstützung des Entscheidungsprozesses kann die Verwaltung in Einzelfällen den Gestaltungsbeirat der Stadt Rheine als unabhängiges fachliches Gremium hinzuziehen,

um eine qualifizierte gestalterische Einschätzung einzuholen. Die Vorlage von Abweichungsanträgen an den Gestaltungsbeirat erfolgt insbesondere dann, wenn die beantragte Abweichung eine erhöhte stadtbildprägende Wirkung erwarten lässt oder eine besondere gestalterische Relevanz aufweist.

§ 20 – Verfahren

- (1) Die erforderlichen Antragsunterlagen ergeben sich aus § 14 der BauPrüfVO NRW. Weiterführende Hinweise und Anforderungen zum Verfahren sind auf der Homepage der Stadt Rheine (www.rheine.de) abrufbar.
- (2) Der Antrag ist bei der Bauaufsichtsbehörde der Stadt Rheine einzureichen.
- (3) Die Abteilung Stadtplanung berät bei der Antragstellung und ist insbesondere bei geplanten Abweichungen von den Festsetzungen dieser Satzung frühzeitig hinzuzuziehen.

§ 21 – Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig im Sinne des § 86 Abs. 1 Nr. 14 und 21 BauO NRW 2018. Zu den bußgeldrelevanten Verstößen zählen u. a. die Nichteinhaltung der in §§ 7 – 19 dieser Satzung aufgeführten Bestimmungen. Gemäß § 86 Abs. 3 BauO NRW 2018 können Ordnungswidrigkeiten mit einer Geldbuße bis zu 500.000 EUR geahndet werden.

§ 22 – Salvatorische Klausel

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Satzung ganz oder teilweise unwirksam sein, so wird hierdurch die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen der Satzung nicht berührt werden. Anstelle der unwirksamen Bestimmung soll eine Regelung gefunden werden, die der unwirksamen Bestimmung im Rahmen des rechtlich Zulässigen am besten entspricht.

§ 23 – Inkrafttreten

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