



Beschlussvorlage	Vorlage-Nr: A 63/294/2017
Federführend: Bauaufsichts- und Hochbauamt	Status: öffentlich
	AZ:
	Datum: 20.06.2017
	Verfasser: Amt 63 Martin Fauck
Aufstellung einer Werbeanlagensatzung für die Innenstadt Erkelenz	
Beratungsfolge:	
Datum	Gremium
27.06.2017	Ausschuss für Stadtentwicklung, Bauen, Wirtschaftsförderung und Betriebe
29.06.2017	Hauptausschuss
05.07.2017	Rat der Stadt Erkelenz

Tatbestand:

Das Stadtbild der Innenstadt von Erkelenz ist geprägt durch den mittelalterlichen Stadtgrundriss, eine kleinmaßstäbliche Parzellenstruktur und einen Mix aus historischen Gebäuden und maßstabwahrenden Neubauten aus der Nachkriegszeit. Ebenso geprägt ist Erkelenz durch eine vitale Einzelhandelslandschaft, die sich in der Regel auf die Erdgeschosszonen beschränkt. Dabei vermarkten sich die Gewerbetreibenden als die "sympathische Einkaufsstadt Erkelenz". Viele Besucher der Innenstadt kommen auch wegen des Flairs der Innenstadt, gerade um den Markt herum und der angrenzenden Einkaufsstraßen, ohne dass sie die städtebauliche Qualität konkret an bestimmten Gestaltmerkmalen festmachen können.

Einen wesentlichen Einfluss auf die Qualität der Innenstadt und der Einkaufsstraßen hat die Zahl, vor allem aber auch die Qualität der Werbeanlagen. Genauso wie gut gemachte Werbung sogar zu einer Qualität beitragen kann, kann das Stadtbild durch zu viele, zu große und zu grelle Werbeanlagen erheblich beeinträchtigt werden. Derzeit ist das Stadtbild (noch) geprägt von einigen wenigen Werbeanlagen mit einem hohen gestalterischen Anspruch und einem großen Anteil von noch stadtbildverträglichen Anlagen, zunehmend ist jedoch zu beobachten, dass der Druck zunimmt, immer größere und „lautere“ Werbeanlagen zu errichten.

Die Erfahrung zeigt, dass allein im Wege der Bauberatung durch die Bauaufsicht selten gelungene Werbung erzielt werden kann, solange es vor allem gilt, gesehen zu werden. Die Werbeanlagensatzung zielt darauf, den wertvollen städtebaulichen Eindruck und das Flair der Innenstadt zu bewahren und zu stärken.

Zwar kann auch eine Werbeanlagensatzung keine gestalterisch wertige Werbung gewährleisten, sie kann jedoch besonders störende Beispiele und Wildwuchs verhindern und Anreize zur Verwendung wertigerer Werbeanlagen geben. Die Satzung richtet sich dabei zunächst an die Hersteller von Werbeanlagen und gibt diesen klare Regelungen zur Gestaltung von Werbeanlagen vor. Die Hersteller begrüßen im Allgemeinen entsprechende Satzungen, da diese bereits im Vorfeld der Anlagenkonzeption eine verlässliche Grundlage auch für die Beratung der Kunden bieten. Die Satzung richtet sich insofern erst mittelbar an die einzelnen Gewerbetreibenden.

Die Innenstadt ist nahezu flächendeckend mit Bebauungsplänen überplant, die bereits Festsetzungen zu Werbeanlagen treffen. Die Festsetzungen zu Werbeanlagen in diesen Bebauungsplänen stammen jedoch aus verschiedenen Zeiten und verfolgen kein einheitliches gestalterisches Ziel. Ferner sind auch die Festsetzungen in den Bebauungsplänen nur sehr eingeschränkt geeignet, die Werbeanlagen in der Innenstadt im oben genannten Sinne zu steuern. Auch unter Berücksichtigung der Festsetzungen der Bebauungspläne mussten daher Genehmigungen für Werbeanlagen erteilt werden, die mit der Satzung in geänderter Form realisiert worden wären.

Vorgehensweise

Die Satzung soll die Zulässigkeit von Werbeanlagen im Innenstadtbereich neu regeln und dabei gleichzeitig die bereits vorhandenen Regelungen in Bebauungsplänen vereinheitlichen.

Werbeanlagensatzungen sind bereits in einer Vielzahl größerer und mittelgroßer Städte ein bewährtes Mittel zur Steuerung von Werbeanlagen. Im Vorfeld wurden daher Satzungen anderer Städte untersucht und auf die Umsetzbarkeit in Erkelenz überprüft. In besonderer Weise sind dabei eigene Erfahrungen mit der Erarbeitung, aber auch der Anwendung von Werbeanlagensatzungen in Aachen, hier der Innenstadt, aber auch den Ortslagen der Bezirke, eingeflossen.

In einem weiteren Schritt für die Erarbeitung der Werbeanlagensatzung wurde die gesamte Innenstadt begangen mit anschließender Auswertung aller Werbeanlagen im geplanten Geltungsbereich der Satzung. Weiter wurden die Anträge zur Errichtung von Werbeanlagen in den vergangenen Jahren analysiert. Daraus wurden schließlich die städtebaulichen und gestalterischen Vorstellungen abgeleitet und die Festsetzungen der Satzung formuliert.

Der Satzungsentwurf wurde am 08.03.2017 zunächst im gemeinsamen Arbeitskreis der Fraktionen zur Attraktivierung der Innenstadt Innenstadt und anschließend am 05.04.2017 im Gewerbe ring vorgestellt. Die engagierte Diskussion im Gewerbe ring zeigte zum einen den Bedarf, bei einzelnen Festsetzungen noch eine Feinjustierung vorzunehmen, andererseits wird der vorgestellte Ansatz der Satzung vom Gewerbe ring mitgetragen.

Wichtig war dabei auch, dass die Werbeanlagensatzung nur auf alle Neuanträge und Änderungsanträge im Satzungsgebiet angewendet werden soll, vorhandene und genehmigte Anlagen genießen bis zu ihrer Änderung hingegen einen Bestandsschutz. Ebenfalls ist kein systematischer Abgleich vorhandener Werbeanlagen mit den Festsetzungen der Satzung und vor allem keine generelle Prüfung der Legalität vorhandener Werbeanlagen beabsichtigt. Lediglich besonders auffällige Anlagen können ggf. nach Rechtskraft der Satzung auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft werden und sind anschließend gegebenenfalls satzungskonform zu ändern.

Festsetzungen der Satzung

Wesentliche Festsetzungen der Satzung sind Vorschriften über den Anbringungsort bzw. die Aufhängungshöhe. Damit soll erreicht werden, dass sich die Werbeanlagen in dem Bereich der Geschäfte konzentrieren, also das Erdgeschoss bzw. den Brüstungsbereich des 1. Obergeschosses. Bei Auslegern, also Werbeanlagen senkrecht zur Fassade soll eine Höhe von 6,0 m bzw. 7,0 m nicht überschritten werden.

Weitere Steuerungsmerkmale sind die Größe und die Ausladung von Werbeanlagen, aber die Anzahl der Werbeanlagen an einem Gebäude / einem Grundstück. Dabei wird unterschieden nach der Materialität, so gibt es für Werbeanlagen, die wertigere Materialien wie Holz oder Metall verwenden, einen Bonus in der zulässigen Größe, vor allem gegenüber Anlagen aus selbstleuchtenden Kunststoffwannen.

Besondere Regelungen befassen sich mit den Themen Beleuchtung, Fensterwerbung und Fahnen, aber auch mit der Frage von zeitlich begrenzte oder vorübergehende Werbeanlagen. Insbesondere sollen Werbeanlagen mit grellem, buntem Licht oder mit Wechsel- und Blinkschaltung ausgeschlossen werden.

Die Erfahrung zeigt, dass es gerade im Bereich der Werbeanlagen kaum möglich ist, mit allgemeinen Festsetzungen für jeden Einzelfall eine sachgerechte Entscheidungsgrundlage zu gewährleisten. Daher wurden einzelne Ausnahmetatbestände definiert, um eine Grundlage für eine einzelfallbezogene Abweichung zu schaffen. Darunter fällt zum Beispiel die Regelung, dass untergeordnete Teile der Werbeanlage die zulässige Höhe überschreiten dürfen, dabei kann es sich um einzelne Buchstaben oder ein (Brauerei-) Logo handeln.

Aufgrund der unterschiedlichen städtebaulichen Strukturen wird die Satzung in zwei Zonen gegliedert, die Festsetzungen unterscheiden sich dabei in erster Linie in den zulässigen Größen und Aufhängungshöhen und gehen dabei auf die unterschiedliche Maßstäblichkeit des städtischen Raumes ein.

Zielgedanke

Ziel der Satzung ist die Erhaltung und die Wiederherstellung der Stadtbildqualität in den Erkelenzer Einkaufslagen. Zum Schutz des Stadtbildes im Bereich der von Einzelhandel geprägten Straßen sollen an Werbeanlagen und den öffentlichen Straßenraum besondere gestalterische Anforderungen gestellt werden. Die Satzung versucht dabei, insbesondere gelungene Beispiele von Werbung weiter zu ermöglichen, störende Anlagen jedoch zu verhindern. Es soll damit ein Ausgleich geschaffen werden zwischen dem berechtigten Interesse der Geschäfte zu werben und der Wahrung der Stadtbildqualität.

Eine Steigerung der Attraktivität der Stadt liegt somit wieder im Interesse auch der Geschäftswelt und regt diese letztlich dazu an, selber mit ihrer Werbung den gestalterischen Ansprüchen zu genügen.

Die Erfahrungen anderer Kommunen zeigen durchweg positive Erfahrungen mit Werbeanlagensatzungen, die Entscheidungsabläufe der Verwaltung sind nun für die Antragsteller nachvollziehbarer, die antragstellenden Firmen haben sich in der Regel in kurzer Zeit eingearbeitet, die Satzungsstruktur hat sich als Arbeitsgrundlage sowohl für Antragsteller als auch für die Verwaltung bewährt.

Mit Werbeanlagensatzungen können Ausreißer wirksam verhindert werden, schon nach verhältnismäßig kurzer Zeit ist eine Steigerung der Gestaltungs- und Materialqualität der Werbeanlagen deutlich wahrnehmbar. Dies führt letztlich zu einem besseren Stadtbild durch gut gestaltete Werbeanlagen und ist somit im Sinne sowohl der Besucher der Innenstadt als auch in dem Interesse der Gewerbetreibenden.

Die Werbeanlagensatzung soll auf der Grundlage des § 86 Abs. 1 Nr. 1 und Abs. 2 Nr. 1 BauO NRW als Gestaltungssatzung für einen klar abgegrenzten Teil des Stadtgebietes aufgestellt werden. Die Satzung ist gem. § 7 Gemeindeordnung NRW ortsüblich bekannt zu machen.

Beschlussentwurf (als Empfehlung an den Hauptausschuss und Rat):

„Die Aufstellung einer Werbeanlagensatzung entsprechend der Vorlage der Verwaltung wird beschlossen, die Satzung ist ortsüblich bekannt zu machen.“

Finanzielle Auswirkungen:

keine

Anlagen:

Satzung über Werbeanlagen

Stellungnahme Gewerbering vom 18.04.2017



Satzung über Werbeanlagen im Innenstadtbereich Erkelenz gem. § 86 Abs. 1 BauO NRW vom **NN 2017**

Aufgrund des § 86 Abs. 1 Nr. 1 und Abs. 2 Nr. 1 in Verbindung mit § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3, § 65 Abs. 1 Nr. 33 bis 36 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der Neufassung vom 01.03.2000 in Verbindung mit § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NW) vom 14.07.1994, jeweils in der derzeit geltenden Fassung, hat der Rat der Stadt Erkelenz am **xxxxx** diese Satzung beschlossen:

Abschnitt 1 Grundsätze

§ 1 Ziel der Satzung

Ziel der Satzung ist die Erhaltung und Wiederherstellung der Stadtbildqualität in den Erkelenzer Einkaufslagen. Zum Schutz des Stadtbildes im Bereich der von Einzelhandel geprägten Straßen werden an Werbeanlagen und den öffentlichen Straßenraum besondere gestalterische Anforderungen gestellt.

§ 2 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieser Satzung gelten für das Errichten, Aufstellen, Anbringen und Ändern von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung. Der räumliche Geltungsbereich besteht aus dem Straßenraum sowie den Gebäudedefassaden und Freiflächen der Grundstücke in einem Streifen von 10 m Tiefe ab der Straßenbegrenzungslinie der jeweiligen Straße.

Die räumlichen Geltungsbereiche ergeben sich aus der Straßenliste in Anlage 2. Sie sind darüber hinaus in der Karte in der Anlage 2 dargestellt, die Bestandteil der Satzung ist. Danach wird unterschieden in

- die Zone I historische Altstadt und
- die Zone II weitere Geschäftsstraßen.

§ 3 Genehmigungsvorbehalt

- (1) Nach Inkrafttreten dieser Satzung über Werbeanlagen ist eine Genehmigung durch die Bauaufsichtsbehörde erforderlich für das Errichten, Anbringen oder Ändern von Werbeanlagen an Gebäuden, freistehenden Werbeanlagen und auch für die nach der Bauordnung NRW genehmigungsfreien Werbeanlagen (§ 65 Abs. 1 Nr. 33 und 33 b, sowie Nr. 36 Bauordnung NRW).
- (2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:
 - Werbeanlagen bis zu einer Größe von 0,5 m²,
 - Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und Schlussverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung.
- (3) Reine Instandhaltungen an Werbeanlagen, wie insbesondere der Austausch defekter Teile, sind nicht genehmigungspflichtig. Bei allen Arbeiten an Werbeanlagen, die zu einem geänderten Erscheinungsbild der Werbeanlage führen, ist eine neue Genehmigung erforderlich.
- (4) Die erforderliche besondere Erlaubnis gem. § 9 i.V.m. § 3 Abs. 1 Satz 2 DSchG NW für Werbeanlagen, die an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern bzw. in deren engeren Umgebung angebracht werden, bleibt unberührt.

§ 4 Begriffe

- (1) **Zeitlich begrenzte oder vorübergehende Werbeanlagen**
Als zeitlich begrenzte oder vorübergehende Werbeanlagen gelten solche Anlagen, die längstens 24 Werktage in Folge oder im Rahmen einer Sonderveranstaltung, insgesamt jedoch je Stätte der Leistung nicht länger als 90 Tage im Jahr aufgestellt bzw. aufgehängt werden.
- (2) **Brüstung 1. Obergeschoss**
Im Zweifelsfall entscheidet bei der Beurteilung der Lage der Brüstung des 1. Obergeschosses (z.B. bei Emporen oder Staffelgeschossen) das äußere Erscheinungsbild.

Wenn sich eine Brüstungshöhe nicht aus der Architektur ergibt, weil beispielsweise die Fenster im 1.OG bis zum Boden reichen, so ist als fiktive Brüstungshöhe die Höhe von 1,00 m über der Oberkante Fußboden im 1. OG anzunehmen.
- (3) **Hintergrund von Werbeträgern und Einzelbuchstaben**
Sofern die Hintergrundfläche von Werbeträgern und Einzelbuchstaben nicht der Architektur zuzurechnen ist, sondern vor allem dazu bestimmt ist, die Werbeanlage optisch hervorzuheben oder zu tragen, so darf diese Fläche die höchstzulässige Ansichtsfläche für eine Werbeanlage nicht überschreiten. Dies gilt auch für die farbliche Behandlung von Bauteilen oder Bauteilflächen.
- (4) **Schriftzüge**
Als Schriftzüge gelten Flachtransparente mit Schrift- und/oder Zeichendarstellung, Einzelbuchstaben und Neonschriften sowie deren Hintergrundflächen, sofern sie nach Absatz 3 der Werbeanlage hinzuzurechnen sind.

- (5) **Einzelbuchstaben**
Die Fläche von Einzelbuchstaben errechnet sich aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke (s. Anlage 1 erläuternde Zeichnung).
- (6) **Flachtransparente**
Flachtransparente sind aus Kunststoff bzw. Plexiglas oder sonstigen Materialien hergestellte Wannen oder Platten zur Aufnahme von werbenden Schriftzeichen oder Symbolen. Aussparungen in den Flachtransparenten in Form von Schriftzeichen und Symbolen sind aufgetragenen Schriftzeichen gleichzusetzen.
- (7) **Spannplakate**
Für sonstige großformatige Werbeflächen wie beispielsweise Spannplakate, Spannposter, Großplakate etc. aus Planen oder Stoff- oder Kunststoffbahnen gelten die gleichen Anforderungen nach dieser Satzung wie für Flachtransparente.
- (8) **Vor der Fassade stehende Werbeanlagen**
Vor der Fassade stehende oder mit Abstand zu dieser montierte Werbeanlagen sowie selbständige bauliche Anlagen mit dem Ziel der Werbung sind einer unmittelbar auf die Fassade angebrachten Werbeanlagen gleichzusetzen.
- (9) **Ausleger, Ausstecker oder winklige Werbeanlagen**
sind senkrecht zur Fassade montierte Werbeanlagen. Die Befestigungen dieser Werbeanlagen sind der Ausladung hinzuzurechnen.
- (10) **Kunsthandwerklich gestaltete Werbeanlagen**
sind aus den Grundmaterialien Holz oder Metall individuell gefertigt.

Abschnitt 2 Anforderungen an Werbeanlagen im gesamten Geltungsbereich der Satzung

§ 5 Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen an und vor Gebäuden sind so zu gestalten bzw. anzubringen, dass sie sich nach Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart einfügen in:
- das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind,
 - das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und
 - das Straßen- und Platzbild.
- (2) Grundsätzlich dürfen Werbeanlagen nicht die architektonische Gliederung baulicher Anlagen bzw. die einheitliche Gestaltung stören. Die architektonische Gliederung wird durch vertikale und horizontale Elemente (wie Fenster, Brüstungsbänder, Pfeiler, Stützen, Giebeldreiecke, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Portiken, Säulen) bestimmt und darf nicht verdeckt oder verzerrt werden.
- (3) Werbeanlagen dürfen das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht stören.
- (4) Werbeanlagen, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, da die zugehörige Stätte der Leistung aufgegeben wurde, sind einschließlich aller Befestigungsteile zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

§ 6 Beleuchtung

- (1) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein. Lauf-, Wechsel-, Blinklichtschaltungen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind nicht zulässig. Hierzu zählen Gegenlichtanlagen, Wendeanlagen, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlage, Bild- und Filmprojektionen, angestrahlte Werbeanlagen, deren Lichtfarbe und Lichtintensität wechselt sowie Werbeanlagen mit bewegtem Licht (Aufzählung nicht abschließend).
- (2) Unzulässig sind angestrahlte Werbeanlagen mit Ausnahme von weißlichem oder gelblichem Licht. Die Strahler müssen sich der Werbeanlage unterordnen und dürfen im Wesentlichen nur die Werbeanlage erfassen.

§ 7 Unzulässige Werbeanlagen

Unzulässig sind:

1. farbliche Rahmungen sowie das Gliedern oder flächige Abdecken der Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstrich oder Ähnliches, soweit § 12 Abs. 1 nichts anderes bestimmt,
2. Zettel- und Plakatanschläge außer an den von der Stadt hierfür vorgesehenen Flächen,
3. Tafeln zur Aufnahme wechselnder Werbung mit einer Größe von mehr als 1 m²,
4. großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) ab einer Größe von 20,00 m²,
5. Akustische und akustisch unterstützte Werbeanlagen.

§ 8 Anbringungsort

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Gebäudefassade und an der Stätte der Leistung zulässig, sofern in den §§ 11 und 13 nichts anderes bestimmt wird.
- (2) Werbeanlagen dürfen nur im Erdgeschoss und an der Brüstung im 1. Obergeschoss unterhalb der Unterkante des Fenstergesimses bzw. der Fensterbank angebracht werden.

Zulässig sind selbstleuchtende und nicht selbstleuchtende auf die Fassade aufzubringende Schriftzüge. In die Schriftzüge dürfen Warenzeichen, Sinnbilder oder Ähnliches einbezogen werden.

Winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen sind zulässig, wenn sie

1. in der Zone I eine Höhe von 6,00 m über Straßenniveau nicht überschreiten,
2. in der Zone II eine Höhe von 7,00 m über Straßenniveau nicht überschreiten.

In allen Fällen dürfen Werbeanlagen die Trauf- bzw. Attikahöhe nicht überschreiten.

- (3) Befindet sich die Stätte der Leistung nicht im Erdgeschoss, so sind abweichend von Abs. 2 Werbeanlagen für diese Stätte der Leistung in der Zone II auch an der Brüstung im 2. Obergeschoss zulässig. Oberhalb der Trauflinie sind Werbeanlagen unzulässig.
- (4) Zur seitlichen Gebäudegrenze müssen Werbeanlagen einen Mindestabstand einhalten. Der Mindestabstand entspricht dem Pfeilermaß bis zur ersten Mauerwerksöffnung in der Fassade. Winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen können dieses Maß bis zur Hälfte unterschreiten. Bei Eckgebäuden dürfen kunsthandwerklich gearbeitete Werbeanlagen auch als Eckausleger ausgeführt werden.

§ 9 Größe und Ausladungen in der Zone I

- (1) Für Größe und Ausladungen von Werbeanlagen in der Zone I gelten folgende Maßgaben:
 1. Kunsthandwerklich gestaltete Schriftzüge aus aufgemalten oder unmittelbar auf die Fassade aufgebrachten, nicht selbstleuchtenden Buchstaben oder aus selbstleuchtenden schlanken Einzelbuchstaben dürfen eine Schrifthöhe von 60 cm nicht überschreiten. In die Schriftzüge dürfen Warenzeichen, Sinnbilder oder Ähnliches einbezogen werden.
 2. sonstige Schriftzüge dürfen eine Höhe von 0,50 m nicht überschreiten.
 3. Flachtransparente dürfen eine Ansichtsfläche von 1,50 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
 4. Sonstige Schriftzüge, kunsthandwerklich gestaltete Schriftzüge sowie Schriftzüge in Form von Einzelbuchstaben dürfen in der Summe eine Ansichtsfläche von 2,50 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
 5. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Frontlänge der Gebäudefassade eine der vorgenannten Werbeanlagen zulässig.
- (2)
 1. Kunsthandwerklich gestaltete, winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen dürfen eine Ausladung von 1,00 Meter (inkl. Befestigung) nicht überschreiten. Die Summe der Ansichtsflächen darf 2,50 m² nicht überschreiten.
 2. Sonstige winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen dürfen eine Ausladung von 0,80 Meter (inkl. Befestigung) nicht überschreiten. Die Summe der Ansichtsflächen dieser Anlagen darf 1,50 m² nicht überschreiten
 3. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Frontlänge der Gebäudefassade eine winklig zur Gebäudefront anzubringenden Werbeanlagen zulässig.

§ 10 Größe und Ausladungen in der Zone II

- (1) Für Größe und Ausladungen von Werbeanlagen in der Zone II gelten folgende Maßgaben:
 1. Schriftzüge dürfen eine Höhe von 0,60 m nicht überschreiten.
 2. Flachtransparente dürfen eine Ansichtsfläche von 2,50 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
 3. Sonstige Schriftzüge, kunsthandwerklich gestaltete Schriftzüge sowie Schriftzüge in Form von Einzelbuchstaben dürfen in der Summe eine Ansichtsfläche von 3,50 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
 4. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Frontlänge der Gebäudefassade eine der vorgenannten Werbeanlagen zulässig.

- (2) 1. Winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen dürfen eine Ausladung von 1,00 Meter (inkl. Befestigung) nicht überschreiten.
2. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Frontlänge der Gebäudefassade eine winklig zur Gebäudefront anzubringenden Werbeanlagen zulässig.

§ 11 Fahnen, Standtransparente, Hinweistafeln oder Pylone

- (1) Wenn der Abstand zwischen der Stätte der Leistung und der öffentlichen Verkehrsfläche mehr als 3,0 m beträgt ist je Gebäude ein Standtransparent oder eine Hinweistafel oder ein Pylon zulässig. Standtransparente, Hinweistafeln oder Pylone sind dann zulässig mit einer maximalen Höhe von 1,50 m bei einer Seitenlänge von 1,00 m Breite oder einer maximalen Höhe von 2,50 m bei einer Seitenlänge von 0,60 m Breite. Die Stelen sind aus den Materialien Glas, Plexiglas oder Metall zu fertigen und dürfen nicht in die öffentliche Verkehrsfläche hineinragen.
- (2) Ausnahmsweise zulässig, insbesondere im Zusammenhang mit öffentlichen Gebäuden, sind eine Fahne bzw. 1 Fahnenmast oder ein Standtransparent oder eine Hinweistafel oder ein Pylon je angefangene 20,00 m Grundstücksgrenze zur öffentlichen Verkehrsfläche. Zur öffentlichen Verkehrsfläche müssen sie einen Abstand von 1,0 m einhalten. Auskragungen in die öffentliche Verkehrsfläche sind nicht zulässig.

Fahnenmasten dürfen dabei eine Höhe von 8,0 m nicht überschreiten, die Fahnen sind bis zu einer Größe von 6,0 m² zulässig.

§ 12 Sonstige Werbeanlagen

- (1) Werbung, die flächig auf Schaufenster bzw. (Laden-) Eingangstüren aufgebracht wird, ist ausschließlich im Erdgeschoss zulässig, sofern deren Gesamtfläche höchstens 50 Prozent der Schaufensterfläche beträgt. Die Fläche von Plakatanschlagen, wie z.B. Hinweise auf Sonderangebote, sind auf diese Gesamtfläche mit anzurechnen. Soweit die Summe der Flächen von Preisbezeichnungen 0,25 m² überschreitet, wird diese auf die zulässige Gesamtfläche nach Satz 1 angerechnet.

Fensterwerbung oberhalb des Erdgeschosses kann an den Fenstern der Stätte der Leistung ausnahmsweise zugelassen werden. Die Höhe darf dann 40 cm nicht überschreiten.

- (2) Das Versehen von Markisen, Sonnenschutzrichtungen und Vordächern mit Schriftzügen aus Buchstaben und Warenzeichen, Sinnbildern oder ähnlichem ist nur im Erdgeschoss, nicht jedoch in den Obergeschossen zulässig.

Das Versehen mit werbenden Aussagen ist nur bis zu einer Schrifthöhe von 20 cm zulässig.

- (3) Fahnen als vorübergehende Werbeanlagen sind bis zu einer Größe von 3,00 m² zulässig. Es ist eine Fahne je angefangene 10,00 m Fassadenlänge zulässig. Fahnen als dauerhafte Werbeanlagen sind wie Ausleger zu beurteilen. Fahnen dürfen die Traufhöhe nicht überschreiten.

- (4) Die Bemalung von Brandwänden zu Werbezwecken mit Schrift- oder Zeichendarstellungen, Warenzeichen, Sinnbildern oder ähnlichem ist ausnahmsweise zulässig. Die Summe der die einzelnen Schrift- oder Zeichendarstellungen, Warenzeichen, Sinnbildern oder ähnlichem darf insgesamt nicht mehr als 25 % der jeweiligen Fassendfläche betragen. In Ausnahmefällen können diese Werbeanlagen auch ohne Bezug zur Stätte der Leistung zulässig sein.
- (5) Ausnahmsweise zulässig sind großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) auch über einer Größe von 20,00 m² als Verkleidung von Baugerüsten als zeitlich befristete Werbeanlagen, längstens jedoch für die Dauer der Bauzeit.

§ 13 Generelle Ausnahmevoraussetzungen

- (1) Wenn Betriebe bzw. Stätten der Leistung über Stich- oder Nebenstraßen erschlossen oder in einem rückwärtigen Grundstücksbereich angesiedelt sind, können an der angrenzenden Hauptstraße Hinweistafeln ausnahmsweise zugelassen werden. Diese Hinweistafeln dürfen eine Höhe von 1,50 m und eine Breite von 2,50 m nicht überschreiten.
- (2) Soweit in den §§ 10 oder 12 eine Höhenbeschränkung für Schriftzüge angegeben ist, kann diese ausnahmsweise für einen untergeordneten Teil der Werbeanlage, beispielsweise für einzelne Buchstaben oder für ein Symbol überschritten werden.
- (3) Soweit in den §§ 10 oder 11 eine Beschränkung hinsichtlich der Anzahl der Werbeanlagen vorgenommen wird, kann davon ausnahmsweise abgewichen werden, wenn sich die Abweichung aus der Aufteilung der Fassade ergibt und die Summe der Flächen einzelnen Werbeanlagen der zulässigen Größe der an sich zulässigen Werbeanlage entspricht.

§ 14 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum oder im öffentlichen Interesse

- (1) Von dieser Satzung werden nicht erfasst:
 1. Anlagen zur Information der Öffentlichkeit, insbesondere in Zusammenhang mit kulturellen Veranstaltungen sowie Werbung politischer Parteien in Zusammenhang mit Wahlen.

Das Erfordernis einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung bleibt unberührt.

Abschnitt 3 Überleitungs- und Schlussvorschriften

§ 15 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach dieser Satzung genehmigungspflichtige Werbeanlage ohne Genehmigung errichtet, aufstellt, ändert oder anbringt, begeht eine Ordnungswidrigkeit im Sinne des § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3 BauO NW, die mit einer Geldbuße bis zu 50.000,00 € geahndet werden kann.

§ 16 bestehende Regelungen in Bebauungsplänen / Vorrang von Bebauungsplänen

Sofern Bebauungspläne mit Veröffentlichung vor Rechtskraft dieser Satzung besondere Regelungen zu Werbeanlagen enthalten, werden diese durch die Regelungen dieser Satzung verdrängt.

Sofern Bebauungspläne mit Veröffentlichung nach Rechtskraft dieser Satzung besondere Regelungen zu Werbeanlagen festsetzen, kommt diesen der Vorrang vor den Regelungen dieser Satzung zu.

§ 17 In-Kraft-Treten

Die Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Erkelenz, den

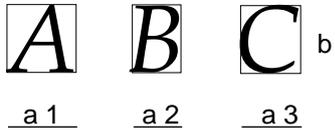
(Jansen)
Bürgermeister

Anlage 1 zur Satzung über Werbeanlagen im Innenstadtbereich Erkelenz

Berechnung von Einzelbuchstaben (erläuternde Zeichnung zu § 4 Abs. 5):

Berechnung der Gesamtfläche:

$$\text{Gesamtfläche} = a_1 \times b + a_2 \times b + a_3 \times b$$



Anlage 2 zur Satzung über Werbeanlagen im Innenstadtbereich Erkelenz

Straßenliste / Karte Geltungsbereich

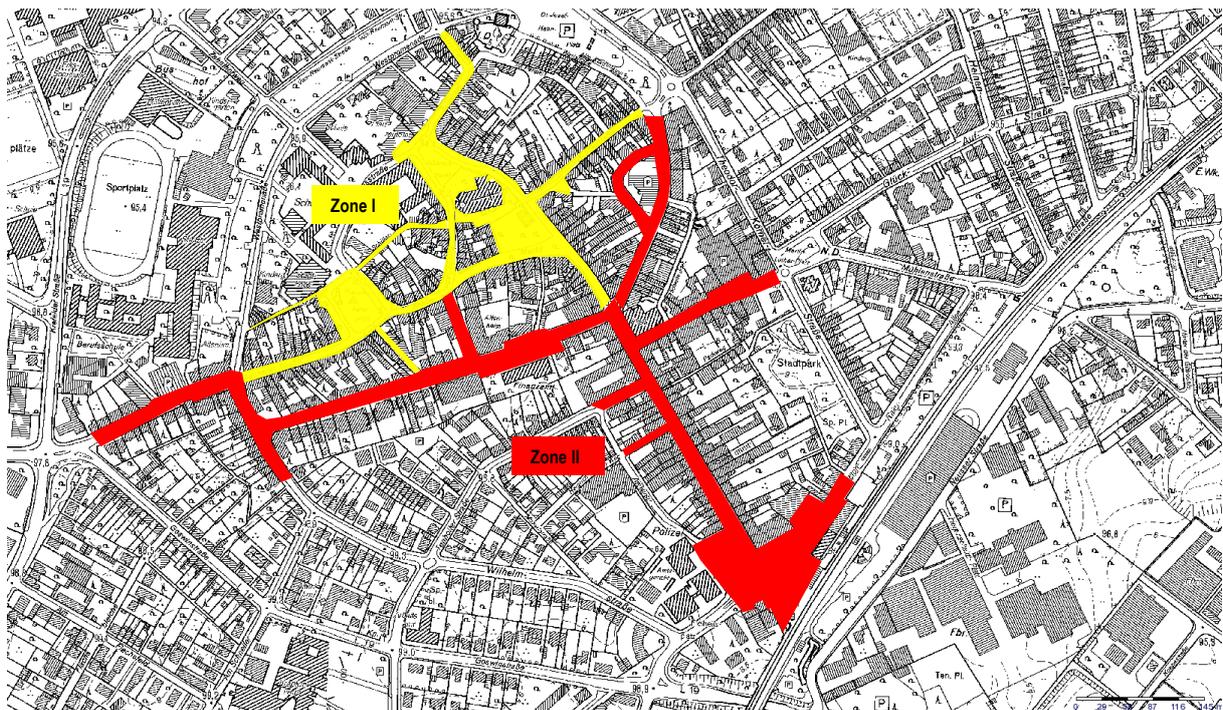
Zone I historische Innenstadt

Aachener Straße (Anfang bis Nr. 67 bzw. 90)
Brückstraße (Anfang bis Nr. 28 bzw. 39)
Burgstraße
Johannismarkt
Kirchstraße
Kölner Straße (Anfang bis Nr. 12 bzw. 15)
Königsgasse
Markt
Patersgasse
Roermonder (Anfang bis Nr. 10 bzw. 13)
Schülergasse

Zone II weitere Geschäftsstraßen

Aachener Straße (Nr. 49 bis 67 bzw. 62 bis 90)
Anton-Raky-Allee Nr. 2 bis 6a)
H.-J.-Gormanns-Straße
Heinrich-Jansen-Weg (Anfang bis Nr. 3)
Kölner Straße (Nr. 14a bis 48 bzw. 17 bis 67)
Konrad-Adenauer-Platz
Ostpromenade
Reifferscheidtsgäßchen
Südpromenade
Tenholter Straße (Anfang bis Haus Nr. 2a)
Wilhelmstraße (Nr. 1 bis 21 bzw. Nr. 2 bis 8)

Karte Geltungsbereich





per Mail *Be-2017*



Gewerbering Erkelenz e.V. · Postfach 1444 · 41804 Erkelenz

Stadt Erkelenz
z.H. Herrn Martin Fauck
Johannismarkt 17
41812 Erkelenz



18.04.2017

Ihr Vortrag Generalversammlung Gewerbering Erkelenz 05.04.2017

Sehr geehrter Herr Fauck,

in Namen des gesamten Gewerbering Erkelenz e.V. möchten wir Ihnen für Ihren Vortrag „Werbeanlagensatzung“ danken.

Sie haben den Inhalt lebendig, übersichtlich und kurzweilig präsentiert.

Die anschließende rege Diskussion mit den Mitgliedern zeigt, dass diese zum Nachdenken angeregt wurden.

Die offene Haltung der Stadtverwaltung mit dieser Präventionsmaßnahme ist lobenswert.

Freundliche Grüße

Gewerbering Erkelenz e.V.

H. Kühle
Hans Kühle
-Vorsitzender-

S.O. Börstinghaus
Sven Oliver Börstinghaus
-Schriftführer -