

<b>Vorlage</b>		Vorlage-Nr: B 03/0122/WP15
Federführende Dienststelle: Bauverwaltung		Status: öffentlich
Beteiligte Dienststelle/n: Bauaufsicht		AZ:
Recht- und Versicherung Stadtentwicklung und Verkehrsanlagen		Datum: 22.07.2008
		Verfasser:
<b>Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke) gem. § 86 Abs. 1 BauO NRW</b>		
Beratungsfolge:		<b>TOP: 4</b>
Datum	Gremium	Kompetenz
12.08.2008	B 2	Anhörung/Empfehlung
20.08.2008	B 5	Anhörung/Empfehlung
20.08.2008	B 6	Anhörung/Empfehlung
20.08.2008	B-1	Anhörung/Empfehlung
22.10.2008	B 3	Anhörung/Empfehlung
22.10.2008	B 4	Anhörung/Empfehlung
13.11.2008	PLA	Anhörung/Empfehlung
25.11.2008	Rat	Entscheidung

**Finanzielle Auswirkungen:**

Keine

**Beschlussvorschlag:**

Die **Bezirksvertretung Aachen-...** empfiehlt dem Rat der Stadt den Entwurf der Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke) als Satzung zu beschließen.

Der **Planungsausschuss** empfiehlt dem Rat der Stadt den Entwurf der Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke) als Satzung zu beschließen.

Der **Rat** beschließt den Entwurf der Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke) als Satzung.

## **Erläuterungen:**

### **Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke)**

Am 07.09.2005 wurde vom Rat eine Satzung über Werbeanlagen und Warenautomaten beschlossen. Besondere Schwerpunkte in dieser Satzung sind die Bereiche der historischen Kernstadt, Kornelimünster, Stadtgebiet einschließlich Grabenring, Frankenberger Viertel, Burtscheid, Stadtgebiet einschließlich Alleenring, Teile der Hauptausfallstraßen und Einkaufsbereich Adalbertstraße.

Am 12.09.2007 wurde die Satzung über Werbeanlagen im Bereich der Hauptausfallstraßen und in Gewerbegebieten vom Rat beschlossen. Im Rahmen dieser Satzung wurden zunächst die Hauptausfallstraßen in Bereich der geschlossenen Bebauung sowie im Bereich bestimmter Gewerbegebiete erfasst. Seinerzeit wurde bereits darauf hingewiesen, dass in einem weiteren Verfahrensschritt beabsichtigt sei, die Bezirke zu überprüfen und falls die Notwendigkeit besteht, eine separate Satzung für die Außenbezirke zu erarbeiten.

Die hierfür erforderlichen Untersuchungen wurden zwischenzeitlich abgeschlossen und die Notwendigkeit einer entsprechenden Regelung erkannt.

Der Satzungsentwurf orientiert sich an den Festsetzungen der Satzung über Werbeanlagen in der Innenstadt.

Ziel der Satzung ist die Erhaltung und Wiederherstellung der Stadtbildqualität in den betroffenen Stadtbezirken (wie bei den bereits beschlossenen Satzungen praktiziert).

Dem beigefügten Satzungsentwurf können die einzelnen Regelungen entnommen werden. Aus den Anlagen 2-8 der Satzung sind die einzelnen Geltungsbereiche zu ersehen. Diese Pläne sind Bestandteil der Satzung.

# **Satzung über Werbeanlagen im Stadtgebiet Aachen (Außenbezirke)**

gem. § 86 Abs. 1 BauO NRW

vom



Aufgrund des § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 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 Aachen am                      diese Satzung beschlossen:

## **Abschnitt 1 Grundsätze**

### **§ 1 Ziel der Satzung**

Ziel der Satzung ist die Erhaltung und Wiederherstellung der Stadtbildqualität der Aachener Stadtteile Brand, Eilendorf, Haaren, Laurensberg, Richterich, Verlautenheide und Walheim. 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 Gebäudefassaden und Freiflächen der Grundstücke in einem Streifen von 10 m Tiefe ab der Straßenbegrenzungslinie der jeweiligen Straße.

Die einzelnen räumlichen Geltungsbereiche ergeben sich aus den Straßenlisten in Anlage 1. Sie sind darüber hinaus in den beiliegenden Anlagen 2-8 dargestellt, die Bestandteil der Satzung sind:

- Anlage 2 Geltungsbereich Teilbereich 1 Brand
- Anlage 3 Geltungsbereich Teilbereich 2 Eilendorf
- Anlage 4 Geltungsbereich Teilbereich 3 Haaren
- Anlage 5 Geltungsbereich Teilbereich 4 Laurensberg
- Anlage 6 Geltungsbereich Teilbereich 5 Richterich
- Anlage 7 Geltungsbereich Teilbereich 6 Verlautenheide
- Anlage 8 Geltungsbereich Teilbereich 7 Walheim

### **§ 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 m<sup>2</sup>,
  - 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 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. Sie ist auf die zulässige Gesamtumrissfläche aller Werbeanlagen hinzuzurechnen. 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.

## **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 unterordnen.

## § 7 Sonstige Werbeanlagen

- (1) Werbung, die flächig auf Schaufenster aufgebracht wird, ist ausschließlich im Erdgeschoss zulässig, sofern deren Gesamtfläche höchstens 50 Prozent der Schaufensterfläche beträgt. Die Fläche von Plakatanschlägen, wie z.B. Hinweise auf Sonderangebote, sind auf diese Gesamtfläche mit anzurechnen.

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

Soweit die Summe der Flächen von Preisbezeichnungen 0,25 m<sup>2</sup> überschreitet, wird diese auf die zulässige Gesamtfläche nach Satz 1 angerechnet.

- (2) Das Versehen von Markisen, Sonnenschutzeinrichtungen 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 m<sup>2</sup> 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. 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 m<sup>2</sup> als Verkleidung von Baugerüsten als zeitlich befristete Werbeanlagen, längstens jedoch für die Dauer der Bauzeit.

## § 8 Unzulässige Werbeanlagen

### Unzulässig sind:

1. farbliche Rahmungen sowie das Gliedern oder flächige Abdecken der Schaufensterflächen durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstrich oder Ähnliches, soweit § 7 Abs. 1 nichts anderes bestimmt,
2. Zettel- und Plakatanschläge außer an den von der Stadt hierfür vorgesehenen Flächen,
3. großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) ab einer Größe von 20,00 m<sup>2</sup>,
4. Akustische und akustisch unterstützte Werbeanlagen.

## **§ 9 Anbringungsort**

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Gebäudefassade und an der Stätte der Leistung zulässig, sofern in den §§ 11 und 12 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 eine Höhe von 6,00 m über Straßenniveau nicht überschreiten.

- (3) Befindet sich die Stätte der Leistung nicht im Erdgeschoss, so sind Werbeanlagen auch an der Brüstung oberhalb des jeweiligen Geschosses der Stätte der Leistung unterhalb der Unterkante des Fenstergesimses bzw. der Fensterbank zulässig. Oberhalb der Trauflinie sind Werbeanlagen unzulässig.

## **§ 10 Größe und Ausladungen**

- (1) Für Größe und Ausladungen von Werbeanlagen gelten folgende Maßgaben:
  1. Schriftzüge dürfen eine Höhe von 0,60 m nicht überschreiten.
  2. Flachtransparente dürfen eine Ansichtsfläche von 2,50 m<sup>2</sup> je Werbeanlage nicht überschreiten. Schriftzüge in Form von Einzelbuchstaben dürfen in der Summe eine Ansichtsfläche von 3,50 m<sup>2</sup> je Werbeanlage nicht überschreiten. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Frontlänge eine solche Werbeanlage zulässig.
- (2) Winklig zur Gebäudefront anzubringende Werbeanlagen dürfen eine Ausladung von 1,00 Meter (inkl. Befestigung) nicht überschreiten.

## **§ 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 Tankstellen, Autohäusern sowie Lebensmittelmärkten zur Versorgung mit dem täglichen Bedarf 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 m<sup>2</sup> zulässig. Standtransparente, Pylone oder Hinweistafeln sind entweder als vertikale Elemente mit einer Höhe von bis zu 6,0 m und einer Breite von bis zu 2,0 m oder als horizontale Elemente mit einer Höhe von bis zu 1,5 m und einer Breite von bis zu 3,0 m zulässig.

### **Abschnitt 3 Überleitungs- und Schlussvorschriften**

#### **§ 12 Generelle Ausnahmeveraussetzungen**

- (1) Flach auf die Fassade aufgebrachte, nicht selbstleuchtende Werbeanlagen vor Kopf- und Eckbauten können bis zu einer Größe von 8,00 m<sup>2</sup> ausnahmsweise zugelassen werden, sofern sie der Architektur dieser Gebäude entsprechen. Zulässig ist jedoch nur eine Anlage je Gebäudeseite, nicht zulässig sind Wechselwerbeanlagen sowie Werbeanlagenkombinationen und Projektionen.
- (2) 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.
- (3) Soweit in den §§ 7 oder 10 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.
- (4) Die farbliche Fassung der Überdachungen von Tankstellen ist ausnahmsweise zulässig und wird nicht auf die zulässige Zahl und Größe der Werbeanlagen nach dieser Satzung angerechnet.

## **§ 13 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum oder im öffentlichen Interesse**

(1) Von dieser Satzung werden nicht erfasst:

1. Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum bzw. auf städtischen Grundstücken zum wechselnden Plakatanschlag auf Anschlagstellen wie Säulen oder Tafeln bis 12,0 m<sup>2</sup> je Ansichtsfläche oder mit automatisch wechselnden Werbetransparenten (sog. Mega-Star-Light oder City-Light-Board Werbeanlagen) bis zu einer Größe von 12 m<sup>2</sup> je Ansichtsfläche,
2. Werbeanlagen in Verbindung mit Fahrgastunterständen, automatischen Bedürfnisanstalten oder Stadtinformationsanlagen,
3. 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.

## **§ 14 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.

## **§ 15 Vorrang von Bebauungsplänen**

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

## **§ 16 In-Kraft-Treten**

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

### **Anlage/n:**

Anlage 1 Werbesatzung.pdf

Anlagen 2 – 8 Werbesatzung.pdf