

# SATZUNG ÜBER WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

## Satzung über Werbeanlagen und Warenautomaten der Stadt Rheinbach

Der Rat der Stadt Rheinbach hat in seiner Sitzung am ..... aufgrund des § 89 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen vom 01. Januar 2019 (GV. NRW. 2018 S. 421), geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 26. März 2019 (GV. NRW. S. 193) und des § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.07.1994 (GV. NRW. 1994, S. 666), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 11. April 2019 (GV. NRW. S. 202), folgende Satzung beschlossen

## I. Allgemeine Bestimmungen

### § 1 Ziel der Satzung

Ziel der Satzung ist der Erhalt der Stadtqualität durch an die Architektur und ihre Gliederung angepasste stadtbildverträglich gestaltete Werbeanlagen im Gesamtbereich des Stadtgebiets. Besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der historisch, kulturgeschichtlich und städtebaulich wertvollen Innenstadt. Zum Schutz des historisch gewachsenen Stadtbildes werden für den Teilbereich „historische Innenstadt“ an Werbeanlagen und den öffentlichen Straßenraum besondere gestalterische Anforderungen gestellt.

### § 2 Sachlicher und räumlicher Geltungsbereich

(1) Die Vorschriften dieser Satzung gelten für alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Berufe dienen. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettelanschläge und Bogenanschläge oder für Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

(2) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die Gesamtstadt der Stadt Rheinbach. Dieser besteht aus dem Straßenraum und den vom öffentlichen Verkehrsraum heraus sichtbaren Bereich.

(3) Aufgrund der Besonderheit der Rheinbacher Innenstadt wird diese als Teilbereich festgesetzt. Der räumliche Geltungsbereich der historischen Innenstadt ist in Anlage 1 dargestellt, die Bestandteil dieser Satzung ist. **In Anbetracht der möglichen stadträumlichen Wirkung von Werbeanlagen umfasst der Geltungsbereich sowohl die Gebäude der historischen Kernstadt, als auch die dem angrenzenden Straßenraum zugeordneten Gebäude.**

### § 3 Genehmigungsvorbehalt

(1) Für das Errichten, Aufstellen, Anbringen und Ändern von Werbeanlagen und Warenautomaten im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung ist eine Genehmigung durch die untere Bauaufsichtsbehörde erforderlich.

(2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:

- Werbeanlagen in Form von Haus- und Büroschildern im Erdgeschossbereich bis zu einer Größe von 0,40 x 0,40 m,
- 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 und Warenautomaten, 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 gemäß § 9 i.V.m. § 3 Abs. 1 Satz 2 des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande Nordrhein-Westfalen (Denkmalschutzgesetz – DSchG) für Werbeanlagen bzw. Warenautomaten, die an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern bzw. in deren 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. Mögliche angegebene maximale Aufhängungshöhen in den Teilbereichen bleiben unberührt.

### (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 LED- oder Neonschriften sowie deren Hintergrundflächen, sofern sie nach Absatz 3 der Werbeanlagen hinzuzurechnen sind.

### (5) Einzelbuchstaben

Die Fläche von Einzelbuchstaben errechnet sich aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke (Anlage 2).

### (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 selbstständige bauliche Anlagen mit dem Ziel der Werbung sind einer unmittelbar auf die Fassade angebrachten Werbeanlage gleichzusetzen.

### **(9) Ausleger, Ausstecker oder winklige Werbeanlagen**

Sind senkrecht zur Fassade montierte Werbeanlagen. Die Befestigungen dieser Werbeanlagen sind der Ausladung hinzuzurechnen.

## **II. Anforderungen an Werbeanlagen im Geltungsbereich der Satzung**

### **§ 5 Allgemeine Anforderungen**

(1) Sofern in Abschnitt III. keine anderweitigen Regelungen getroffen wurden, gelten die Anforderungen der §§ 5-8 dieser Satzung im gesamten Geltungsbereich der Satzung.

(2) Werbeanlagen und Warenautomaten dürfen das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild nicht verunstalten oder die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs gefährden. Auch ist die störende Häufung von Werbeanlagen unzulässig.

(3) Werbeanlagen und Warenautomaten 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.

(4) Grundsätzlich dürfen Werbeanlagen und Warenautomaten 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, Giebel dreiecke, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Portiken, Säulen) bestimmt und darf nicht verdeckt oder verzerrt werden.

(6) Werbeanlagen und Warenautomaten, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, da die zugehörige Stätte der Leistung aufgegeben wurde, sind vom Grundstückseigentümer 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-, Blinkschaltungen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind nicht zulässig. Hierzu zählen Gegenlichtanlagen, Wendeanlagen, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlagen, 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 ein 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 im unteren Randbereich auf einer Höhe von max. 20 cm zugelassen werden, sofern die Geschosse gewerblich genutzt werden. Im Teilbereich historische Kernstadt ist Fensterwerbung oberhalb des Erdgeschosses grundsätzlich nicht zulässig.

(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.

Die Unterbringung von Werbeflächen auf Markisen und Sonnenschutzeinrichtungen ist darüber hinaus nur auf der horizontalen Ansichtsfläche zulässig (Anlage 4).

(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 Aufstellung von Fahnenmasten zu Werbezwecken ist generell unzulässig.

(5) Die Bemalung von Brandwänden zu Werbezwecken mit Schrift- oder Zeichendarstellungen, Warenzeichen, Sinnbildern oder Ähnlichem ist ausnahmsweise zulässig.

(6) 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.

(7) Die farbliche Fassung der Überdachung von Tankstellen gilt nicht als Werbeanlage im Sinne dieser Satzung.

Pro Tankstelle ist eine Stele oder ein Pylon, einschließlich Preismast, bis zu einer Höhe von 6,0 m zulässig. Angegliederte Betriebe wie Backshops, 24h-Shops, Werkstätten o.ä. erhöhen die zulässige Anzahl an Stelen oder Pylonen nicht. Auskragungen in die öffentliche Verkehrsfläche sind nicht zulässig.

## **§ 8 Unzulässige Werbeanlagen**

(1) Allgemein unzulässige Werbeanlagen:

1. Werbeanlagen in und auf Dachflächen,
2. Akustische und akustisch untersetzte Werbeanlagen.

(2) Unzulässige Werbeanlagen im Teilbereich historische Innenstadt:

1. Farbliche Rahmungen sowie das Gliedern oder flächige Abdecken der Schaufensterflächen durch nicht blickdurchlässige Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstrich oder Ähnliches,
2. selbstleuchtende Werbeanlagen,
3. großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) ab einer Größe von 20,00 m<sup>2</sup> wenn es sich nicht um eine zeitlich begrenzte oder vorübergehende Werbeanlage nach § 4 (1) handelt,
4. Werbung in Form von Bilddarstellungen,
5. Fahnentransparente und Spannbänder – ausgenommen hiervon sind Transparente, die Hinweise auf Sonderveranstaltungen, Feste etc. geben, die nur für kurze Zeit angebracht werden, jedoch nur bis zum Ende der jeweiligen Veranstaltung.

### III. Anforderungen an Werbeanlagen im Geltungsbereich der historischen Innenstadt

#### **§ 9 Anbringungsort**

(1) Werbeanlagen und Hinweisschilder sind nur als Nebenanlage an der Stätte der Leistung zulässig. Es sind höchstens zwei Einzelwerbeanlagen pro Nutzungseinheit zulässig. Dies gilt auch für Eckgebäude. Insgesamt dürfen nicht mehr als drei Einzelwerbeanlagen pro Gebäude angebracht werden.

(2) Werbeanlagen dürfen nur wie folgt montiert werden:

1. an den Brüstungsbereichen des 1. Obergeschosses, d.h. an der Fassadenfläche zwischen der Oberkante der erdgeschossigen Schaufensteranlage und der Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses bis zu einer maximalen Höhe von 0,80 m. (Anlage 3 – Nr. 1)

2. Werbeanlagen dürfen Gesimse, historische Bauteile, Zeichen oder Inschriften nicht verdecken. Zu den seitlichen Gebäudeenden ist ein Abstand von mindestens 0,50 m einzuhalten. (Anlage 3 – Nr. 2)

3. Sind am selben Gebäude mehrere separate Werbeanlagen zulässig, so müssen diese in einem Abstand von mindestens 0,60 m zueinander angebracht werden. (Anlage 3 – Nr. 3)

4. Werbeanlagen, die senkrecht zur Außenwand angebracht sind (senkrechte Werbeanlagen) – wie insbesondere Aussteck und Nasentransparente – sind nur zwischen Oberkante der Erdgeschossdecke und der halben Fensterhöhe des I. Obergeschosses zulässig. (Anlage 3 – Nr. 4)

5. Der Abstand zwischen zwei senkrechten Werbeanlagen darf 4 m (bezogen auf die Außenkante der Anlage) nicht unterschreiten. (Anlage 3 – Nr. 5)

(3) Automaten sind genehmigungspflichtig. Die Ansichtsfläche des Automaten darf 0,6 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Die Ausladung darf 0,20 m nicht übersteigen. Mehr als ein Automat an einem Gebäude ist unzulässig.

#### **§ 10 Gestaltung**

(1) Werbeanlagen sind handwerklich oder drucktechnisch nur in Form von Einzelbuchstaben aus Metall, Glas, Plexiglas o. ä. oder auf der Fassade mit Farbe aufgetragene Schriften zu gestalten. Durch die Darstellung bestimmter Symbole kann auf die Betriebsart hingewiesen werden.

(2) Größe:

1. Die Höhe der senkrechten Werbeanlagen darf 1,60 m, die Breite 0,30 m und die Ausladung 1,40 m bei schmiedeeisernen unbeleuchteten Anlagen, 0,80 m bei sonstigen Werbeanlagen nicht überschreiten.

2. Es ist zulässig bis zu 20 % der einzelnen Schaufensterfläche im Erdgeschoss mit Schriftzügen und einzelnen Logos zu bekleben. (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und § 4 Abs. 5 sind zu beachten)

## IV. Ausnahmeregelungen

### **§ 11 Ausnahmen**

(1) Von den Vorschriften im Geltungsbereich der historischen Innenstadt bleiben unberührt:

1. Schaukästen für Menüanschlüge von Gastronomiebetrieben bis zu einer Werbefläche von 0,5 m<sup>2</sup>, wenn sie sich farblich in die Fassade einfügen,
2. Schaukästen für Dienstleistungen bis zu einer Werbefläche von 0,5 m<sup>2</sup>, wenn sie sich farblich in die Fassade einfügen.

(2) Von den Regelungen dieser Satzung können Abweichungen (Befreiungen) zugelassen werden, wenn sie unter Berücksichtigung des Zwecks der jeweiligen Anforderungen und unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind. Ist eine Abweichung erforderlich, so ist diese schriftlich zu beantragen.

### **§ 12 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 Haltestellen des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), automatischen Bedürfnisanstalten oder Stadtinformationsanlagen,
3. Anlagen zur Information der Öffentlichkeit, insbesondere in Zusammenhang mit kulturellen Veranstaltungen sowie Werbung politischer Parteien in Zusammenhang mit Wahlen.

(2) Das Erfordernis einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung bleibt unberührt.

## V. Überleitungs- und Schlussvorschriften

### **§ 13 Ordnungswidrigkeiten**

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach dieser Satzung genehmigungspflichtige Werbeanlage ohne Genehmigung errichtet, aufstellt, ändert oder anbringt, begeht eine Ordnungswidrigkeit im Sinne des § 86 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3 BauO NRW, die mit einer Geldbuße bis zu 100.000 Euro geahndet werden kann.

## **§ 14 Vorrang von Bebauungsplänen**

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

## **§ 15 Inkrafttreten**

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

Anlagen:

Anlage 1 – räumlicher Geltungsbereich der historischen Innenstadt

Anlage 2 – Berechnung von Einzelbuchstaben

Anlage 3 – Zeichnerische Darstellung zum Anbringungsort

Anlage 4 – Darstellung der horizontalen Ansichtsfläche



# Anlage 3 - Zeichnerische Darstellung zum Anbringungsort

Nr. 1



 Fläche innerhalb derer Werbeanlagen angebracht werden können.

Nr. 2



 Fläche innerhalb derer Werbeanlagen angebracht werden können.

Anlage 3 - Zeichnerische Darstellung zum Anbringungsort

Nr. 3



 Fläche innerhalb derer Werbeanlagen angebracht werden können.

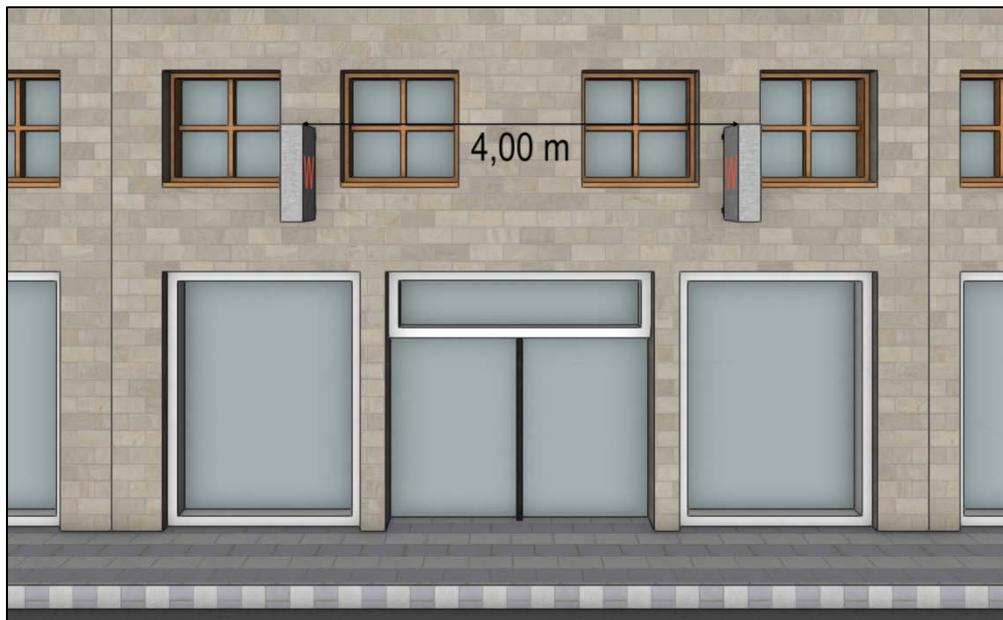
Nr. 4



 Fläche innerhalb derer senkrechte Werbeanlagen angebracht werden können.

Anlage 3 - Zeichnerische Darstellung zum Anbringungsort

Nr. 5



Anlage 4 Darstellung der horizontalen Ansichtsfläche

