

## **Satzung über Anlagen zur Außenwerbung und Warenautomaten im historischen Stadtkern Radevormwald vom 08.01.2009**

Aufgrund der §§ 7 und 41 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NW) und § 86 Absatz 1 Nr. 1 und 2 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen - Landesbauordnung - (BauO NW) hat der Rat der Stadt in seiner Sitzung am 16.12.2008 folgende Satzung beschlossen:

### **§ 1**

#### **Ziel der Satzung**

Das Erscheinungsbild des historischen Stadtkerns Radevormwald wird geprägt durch eine Vielzahl an Baudenkmalern und erhaltenswerter Bauten mit Stilmerkmalen der Bergischen Bauweise aus der Zeit bis 1830, der neubergischen Bauweise im Stil des schlichten Traditionalismus aus der Wiederbelebungsphase Bergischer Bauweise kurz vor 1900 sowie durch im Stil des Späthistorismus der Jahrhundertwende errichtete Wohn-Geschäftsbauten und durch eine vom historischen Parzellenmuster her geprägte kleinteilige Maßstäblichkeit der Bebauung. Zum historischen Erscheinungsbild gehört ferner die Orts- und Straßensilhouette mit raumerschließenden Sichtbeziehungen.

Ziel dieser Satzung ist es, die historische Eigenart des Orts- und Straßenbildes zu wahren und durch geeignete Maßnahmen eine positive Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten weiterzuentwickeln. Die getroffenen Regelungen sollen dazu beitragen, dass Veränderungen oder Eingriffe vermieden werden, die das charakteristische Orts- und Straßenbild beeinträchtigen würden.

Die Stadtverwaltung ist gehalten, das Ziel der Satzung vorrangig durch sachgerechte Beratung und nur äußerstenfalls durch Anwendung der einzelnen Satzungsbestimmungen sicherzustellen.

### **§ 2**

#### **Räumlicher Geltungsbereich**

Diese Satzung gilt für den Bereich der historischen Innenstadt Radevormwald mit den folgenden Straßen:

Die Altstadt umgrenzend mit der Hohenfuhrstraße im Norden, den Beginn der Uelfe- und Blumenstraße sowie die Kaiserstraße im Osten, die Grabenstraße im Süden und die Kaiserstraße im Westen. Ferner innerhalb der Altstadt: Blumenstraße von Nr. 2 bis Nr. 9, Burgstraße, Grabenstraße, Hohenfuhrstraße, Kaiserstraße von Nr. 37 bis Nr. 132, Kottenstraße, Markt, Nordstraße, Uelfestraße Nr. 2, Oststraße, Schützenstraße, Südstraße und Weststraße von Nr. 1 bis Nr. 17.

Die Abgrenzung der historischen Innenstadt Radevormwald ist dem als Anlage 1 beigefügten Lageplan zu entnehmen, sie entspricht dem räumlichen Geltungsbereich der Denkmalbereichssatzung.

### § 3

#### Sachlicher Geltungsbereich

Der sachliche Geltungsbereich der Satzung umfasst alle in § 4 näher bezeichneten Werbeanlagen sowie Warenautomaten. Die Satzung gilt insoweit für die Änderung und die Anbringung von Werbeanlagen und Warenautomaten, wenn diese geeignet sind, das schutzwürdige Erscheinungsbild oder den künstlerischen, kulturhistorischen oder besonderen städtebaulichen Aussagewert im näher bezeichneten Bereich und Einzelobjekte sowie die beabsichtigte Gestaltung des historischen Stadtkerns zu beeinträchtigen. Eine Beeinträchtigung liegt vor, wenn die in der Satzung konkretisierten Anforderungen nicht erfüllt sind.

Unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzes, die Regelungen, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einer Erlaubnis bedürfen, sowie Bestimmungen, die die Anbringung von Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln.

### § 4

#### Begriff der Werbeanlage

Als Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) gelten alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- oder Bogenanschlüsse oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln oder Flächen. Ladeninneneinrichtungen bleiben davon ausgenommen.

### § 5

#### Anzeigepflicht

Alle Werbeanlagen sind – soweit sei nicht nach bauordnungsrechtlichen Vorschriften genehmigungspflichtig sind – anzeigepflichtig.

### § 6

#### Allgemeine Anforderungen

(1) 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.

Dies gilt auch für bundeseinheitlich verwendete und registrierte Waren und Firmenzeichen sowie für serienmäßig hergestellte Firmenwerbung.

(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, Giebdreiecke, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Portiken, Säulen) bestimmt und darf nicht verdeckt oder verzerrt werden. Der Abstand zwischen der Werbeanlage und den entsprechenden Gliederungselementen, wie Gesimse, Faschen, Lisenen, muss mindestens 0,10 m betragen.

(3) Werbeanlagen dürfen nicht von einer Gebäudefassade auf Fassaden benachbarter

Gebäude übergreifen, auch dann nicht, wenn die Erdgeschosse benachbarter Gebäude die gleiche Nutzung enthalten.

(4) Für jedes ausgeübte Gewerbe bzw. jeden Dienstleistungsanbieter innerhalb eines Gebäudes sind höchstens zwei Werbeanlagen auf der Fassadenseite (Schaufensterseite) zulässig.

(5) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind im Hinblick auf eine harmonische Einfügung in das Fassaden- und Straßenbild in Form, Gestaltung, Material und Beleuchtungsart aufeinander abzustimmen.

(6) Schriftzüge dürfen nur waagrecht und einzeilig angebracht werden.

(7) Schriftzüge im Bereich der Vordächer werden nur zugelassen, wenn diese in die Vordachblende integriert werden und ein Höhenmaß von 0,40m nicht überschreiten.

(8) Hinweisschilder auf Beruf und Wohnung sind an Häusern und Einfriedungen nur bis zu einer Größe von 0,2 qm (entspricht einem Schild in der Größe von 40 x 50 cm), je Einzelschild und 1,0 qm Fläche der Gesamtbeschilderung zulässig.

(9) Werbebanner und Werbefahnen sind, soweit sie nicht für besonders genehmigte Veranstaltungen, Schluss- und Verkäufe für den Zeitraum ihrer Veranstaltung (gem. § 65 Abs. 1 Nr. 34 BauO NW) genehmigungsfrei sind, ausgeschlossen.

(10) Zettel- und Bogenanschlätze sind außerhalb der hierfür bestimmten Werbeträger ausgeschlossen.

(11) Ausnahmsweise können zugelassen werden

1. Werbeanlagen für Sonderverkäufe für die Dauer von höchstens einem Monat

a) wegen einer Geschäftseröffnung

b) wegen eines Geschäftsjubiläums

c) wegen eines Schadensereignisses

d) wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebes

e) wegen Baumaßnahmen, die eine Einrüstung erfordern und die Sichtbarkeit des Geschäftes erheblich beeinträchtigen, für die Dauer der Beeinträchtigung,

f) im Übrigen für Sonderaktionen für die Dauer von höchstens einem Monat je Kalenderjahr,

2. je Gaststätte jeweils ein Logo für Brauereiwerbung. Dieses darf einen Durchmesser von 25 cm nicht überschreiten.

3. Werbemaßnahmen an Baugerüsten für den notwendigen Zeitraum einer Sanierung

a) als Eigenwerbung bis zu 12 m<sup>2</sup> für die Vermietung oder den Verkauf eines Gebäudes,

b) für die am Bau beteiligten Firmen, in einer maximalen Größe von jeweils 1 m<sup>2</sup>. Die Werbeschilder der einzelnen Firmen sind gebündelt an einer Stelle im Bereich bis zum 1. Obergeschoss unterzubringen oder

c) als Fremd- bzw. Sponsorenwerbung für die Dauer der Baumaßnahme, wenn sie folgende Kriterien erfüllt

– die Fremdwerbung muss sich auf eine textliche Werbung mit einer maximalen Schrifthöhe von 80 cm beschränken,

– am Gerüstvorhang muss die dahinterliegende Fassade abgebildet werden und

– es muss ein Gesamtkonzept vorgelegt werden, das sämtliche Werbemaßnahmen am Baugerüst beinhaltet.

## § 7

### Anbringungsorte von Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an den Gebäudefassaden zulässig, an denen sich Schaufenster befinden.

(2) Werbeanlagen dürfen grundsätzlich mit ihrer Oberkante nur bis 0,20 m unter der Unterkante der Fenstereinfassung oder der Fenstersohlbank des 1. Obergeschosses (Brüstungsoberkante) reichen.

Abweichungen davon können an Geschäftshäusern zugelassen werden, wenn eine Errichtung der Werbeanlage für Nutzer der Obergeschosse im Erdgeschossbereich nicht möglich ist und die Fassadengestaltung es zulässt. Die Werbeanlagen müssen dann als unbeleuchtete Einzelbuchstaben mit einer maximalen Höhe von 0,40 m und einer maximalen zusammenhängenden Breite von 3,00 m ausgeführt werden.

Eine Belegung von mehr als zwei übereinander liegenden Brüstungsbereichen des Gebäudes ist nicht zulässig.

(3) Unzulässig sind Werbeanlagen auf, an oder in:

- a) Ruhebänken und Papierkörben, Pflanzgefäßen, Pergolen,
- b) Einfriedungen, Toren und Türen mit Ausnahme von Hinweisschildern (Beschriftungen, Zeichen) auf Beruf und Gewerbe bis zu einer Größe von 0,25 qm, sofern sie nach Umfang und Darstellung nicht verunstaltend wirken,
- c) Mauern, Außentreppen, Geländern, Masten aller Art
- d) Vorgärten, öffentlichen und privaten Grünflächen, im Straßenbegleitgrün,
- e) Bäumen und innerhalb ihrer Kronentraufbereiche, Böschungen, Uferbefestigungen,
- f) Erkern, Balkonen, Loggien, Fensterläden, Jalousien bzw. Rollläden, Brüstungen sowie vor Gesimsen und an anderen gliedernden Bauteilen,
- g) Brücken aller Art,
- h) Flächen von Straßen, Dächern, Türmen, Schornsteinen,
- i) geschlossenen Wandflächen, wie Brand-/ Giebelwänden, auf unbebauten Flächen von Grundstücken sowie Bauzäunen, mit Ausnahme von Hinweisen auf den Bauherrn und die an der Bauausführung Beteiligten

## § 8

### Werbeanlagen auf Fassadenflächen - Flachwerbeanlagen

(1) Flachwerbeanlagen sind ganzflächig parallel zur Fassade anzubringen. Sie dürfen mit ihrer Oberkante nur bis 0,20 m unter der Unterkante der Fenstereinfassung oder der Fenstersohlbank des 1. Obergeschosses (Brüstungsoberkante) reichen.

(2) Ihre Maximalgröße darf an historischen Bauten (erhaltenswerte Bausubstanz) nicht mehr als 1/12 und an sonstigen Bauten nicht mehr als 1/8 der Wandfläche (B:H) des Gebäudes oder eines Fassadenabschnittes (9,0 m Frontbreite) betragen.

(3) Flachwerbungen dürfen nur als waagerechte Schriftzüge in Form von einzelnen Buchstaben, Schriftzügen und Firmenemblem, ohne hinterlegtes Transparent bzw. ohne hinterlegten, durchlaufenden Träger als großflächige Platte, angebracht werden. Die Höhe der Buchstaben/des Schriftzuges darf 0,40 m nicht überschreiten.

(4) Flachwerbeanlagen müssen

- a) von den prägenden Vorsprüngen in der Fassade (Erker etc.) einen seitlichen Abstand von mindestens dem 1 ½ fachen Maß der Schrifthöhe wahren;

- b) von den Gebäudekanten mindestens einen Abstand von 0,20 m einhalten; die Werbung darf die Außenkanten der äußeren Fenster jedoch nicht überragen.
- c) von den Geschossgesimsen und Lisenen einen Abstand von mindestens 0,10 m - jeweils in der Fassade gemessen - einhalten.

## § 9

### Werbeanlagen senkrecht zur Fassade - Werbeausleger

- (1) Winklig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (Steckschilder, Hänge- und Stecktransparente und dergleichen) dürfen mit ihrer Oberkante nur bis 0,20 m unter der Unterkante der Fenstereinfassung oder der Fenstersohlbank des 1. Obergeschosses (Brüstungsoberkante) reichen.
- (2) Ausleger dürfen bei einem Wandabstand von mindestens 0,10 m nicht mehr als 0,80 m ausladen. Sie müssen mindestens 0,80 m von der Senkrechten der Fahrbahnkante entfernt sein.
- (3) Die Ansichtsfläche einer winklig angebrachten Werbeanlage darf 1,00 m<sup>2</sup>, ihre Konstruktionsbautiefe darf 0,25 m nicht überschreiten. Auslegerwerbungen in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen Körpern sind unzulässig. Eine Auslegerwerbung kann aus mehreren Teilen bestehen, wenn sie einheitlich gestaltet ist.

## § 10

### Werbung auf Schaufenstern/Fenstern

- (1) Dauerhafte Produkt- und Firmenwerbung auf Fensterscheiben darf nur mit zurückhaltender Farbgebung und nur bis 20 % der einzelnen Schaufensterscheibe angebracht werden. Vollflächige Schaufensteraufkleber sind unzulässig. Ein Bekleben aus Anlass einer zeitlich auf 4 Wochen begrenzten Sonderaktion (Sonderverkauf, Räumungsaktion, Jubiläum o.ä.) ist erlaubt.
- (2) Das Auf- und Einstellen von Werbeplakaten, Transparenten usw. oberhalb des Erdgeschosses und an den Scheiben der oberen Geschosse ist nicht gestattet.

## § 11

### Beleuchtung und Farbe von Werbeanlagen

- (1) Grelle und fluoreszierende Farben sind nicht gestattet.  
Zulässige Farben für Werbeanlagen und deren Beschriftungen sind ausschließlich:  
helle Farben wie RAL 9001 bis RAL 9003, RAL 9010 und RAL 9018, beige wie RAL 1013 bis RAL 1015, dunkle Farben (grau bis anthrazit) wie RAL 7011 bis RAL 7047 und aufgehellte Farben mit einem Helligkeitsbeiwert über 10%. Die Farben aller Werbeanlagen eines Gebäudes müssen farblich aufeinander und auf die Gebäudefarbe selbst abgestimmt sein.
- (2) Das Anstrahlen von Werbeanlagen mit statischem weißlichem oder gelblichem Licht ist zulässig. Eine blendende Wirkung ist zu vermeiden.
- (3) Unzulässig sind insbesondere Lauf-, Wechsel-, Blinklichtschaltungen. Hierzu zählen auch Gegenlichtanlagen, Wendeanlagen, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlage, Bild- und Filmprojektionen, angestrahlte Werbeanlagen, deren Lichtfarbe und Lichtintensität wechseln, sowie Werbeanlagen mit bewegtem Licht.
- (4) Das technische Zubehör für Lichtwerbung, wie zum Beispiel die Kabelführung, ist unsichtbar anzubringen. Ist dies im Einzelfall nicht möglich, muss es einen dem Untergrund entsprechenden Farbanstrich erhalten.
- (5) Flächige Leuchtkästen sind nicht zulässig.

## § 12

### Warenautomaten und Schaukästen

(1) Warenautomaten, die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind, dürfen an Gebäuden unter 9,0 m Frontbreite nur einzeln, bei größeren Frontbreiten auch in aufeinander abgestimmten Gruppen an den Wänden und Pfeilern im Erdgeschoss angebracht werden, wenn sie in einer engen räumlichen und sachlichen Beziehung zu einem Verkaufs- und Dienstleistungsbetrieb stehen.

(2) Warenautomaten dürfen nur angebracht werden, wenn die statische Funktion von Mauern und Pfeilern auch optisch klar erkennbar bleibt. Außer an schutzwürdigen oder erhaltenswerten Bauten können sie so tief in die Fassade eingelassen werden, dass sie mit der Gebäudefront bündig abschließen. Ist das aus konstruktiven Gründen nicht möglich, dürfen Warenautomaten ausnahmsweise bis 0,25 m ausladen.

(3) An Eckgebäuden soll ein Abstand von mindestens 1,00 m von der Ecke freigehalten werden. Für die Anbringungen an Gebäudepfeilern ist beiderseits ein gleichgroßer Streifen von mindestens 1/6 der Pfeilerbreite freizuhalten. Gebäudepfeiler unter 0,50 m Breite sind freizuhalten.

## § 13

### Aufgabe der Zweckbestimmung / Bestehende Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen und Warenautomaten, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, sind einschließlich aller Befestigungsvorrichtungen zu entfernen. Baufällige oder durch Witterungseinflüsse unansehnliche Werbeanlagen und Warenautomaten sind entweder Instandzusetzen oder zu entfernen. Bei der Entfernung von Werbeanlagen und Warenautomaten sind die tragenden Gebäudeteile/ Wandflächen o. ä. in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.

(2) Bestehende Werbeanlagen sind bei Besitzer- oder Nutzerwechsel oder bei Fassaden-sanierungs- oder -modernisierungsmaßnahmen den Anforderungen dieser Satzung anzupassen.

3) Arbeiten an Werbeanlagen, die zu einem geänderten Erscheinungsbild der Werbeanlage führen, sind entsprechend § 5 anzeige- bzw. genehmigungspflichtig.

## § 14

### Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung kann im Einzelfall eine Abweichung zugelassen werden, wenn die Anwendung dieser Satzung zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde und die Abweichung städtebaulich vertretbar und mit den Belangen des Denkmalschutzes vereinbar ist. Zu diesem Zweck ist das Benehmen mit dem Rheinischen Amt für Denkmalpflege herzustellen.

Als Abweichungen, die mit öffentlichen Belangen vereinbar sind, können daher Werbeanlagen mit besonderer künstlerischer Gestaltung und/oder Eigenart zugelassen werden, wenn sie sich harmonisch in das Fassaden- und Straßenbild einfügen.

Abweichungen können auch für zeitlich begrenzte Werbungen für politische, kulturelle, kirchliche, sportliche und ähnliche Veranstaltungen zugelassen werden.

Die Stadt kann im Einzelfall über die vorgenannten Bestimmungen hinaus die Anbringung und die Nutzung von Werbeanlagen, Warenautomaten und Schaukästen beschränken oder unterbinden, wenn ihre Gestaltung mit den Zielen der Satzung nicht in Einklang zu bringen ist.

Vorbild- oder Berufungsfälle dürfen nicht entstehen.

## **§ 15**

### **Ordnungswidrigkeiten**

Ordnungswidrig handelt nach § 84 Abs. 1 Nr. 21 Landesbauordnung NW, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Maßnahme durchführt oder durchführen lässt, die nicht den Anforderungen der §§ 4 bis 12 dieser örtlichen Bauvorschrift entspricht.

## **§ 16**

### **Inkrafttreten**

Diese Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten im historischen Stadtkern von Radevormwald tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Mit diesem Tage tritt die Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten im historischen Stadtkern von Radevormwald vom 22.11.1996 außer Kraft.