

## **Satzung über gestalterische Anforderungen an Werbeanlagen für den Bereich der Innenstadt der Stadt Castrop-Rauxel (Werbesatzung)**

**vom 22. 09. 2015**

Der Rat der Stadt Castrop-Rauxel hat in seiner Sitzung am 27.08.2015 aufgrund § 7 Gemeindeordnung Nordrhein-Westfalen in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2, Abs. 2 Nr. 1 Bauordnung Nordrhein-Westfalen sowie § 19 Straßen- und Wegegesetz Nordrhein-Westfalen jeweils in der aktuellen Fassung, folgende Satzung beschlossen:

### **Präambel**

Die Altstadt des Ortsteils Castrop bildet mit Markt, Fußgängerzone, Lambertus- und Lutherkirche den städtischen Mittelpunkt der Stadt Castrop-Rauxel. Der innere Ortskern der ehemaligen Stadt Castrop wird geprägt von Gebäuden aus der vorindustriellen Zeit, die sich vor allem rund um den Kirchplatz der Lambertus-Kirche, dem Gründungszentrum der Siedlung, anordnen sowie einer städtebaulichen und baulichen Struktur, die überwiegend in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und zu Beginn des 20. Jahrhunderts entstand.

Das Stadtzentrum umfasst heute auch die in weiten Teilen nach dem 2. Weltkrieg erneuerten umliegenden Straßenzüge und Achsen, die als Ganzes die geschichtlich abgegrenzte Altstadt von Castrop bilden und die Entwicklung von der mittelalterlichen Landgemeinde Castrop hin zur Stadt Castrop-Rauxel dokumentieren. Bezeichnend für das gegenwärtige Stadtbild ist eine über die Jahrhunderte gewachsene Baustruktur. Dabei wird die prägende Kleinteiligkeit der Altstadtbebauung punktuell von städtebaulichen Großstrukturen der Neuzeit und Moderne ergänzt, die nun insgesamt das prägende Stadtzentrum bilden und baugestalterisch erhalten werden sollen.

Insbesondere Bauten des Historismus und des Jugendstils um die Jahrhundertwende markieren hier signifikant die Entwicklung der bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts agrarisch geprägten Siedlung hin zur von Bergbau und Industrie geprägten Stadt.

Trotz nur geringer Kriegszerstörungen im Zweiten Weltkrieg spiegelte sich der anschließende Aufschwung in reger Bautätigkeit. Einen großen Umfang nehmen dabei Bauten der Nachkriegsmoderne von den 50er bis in die 70er Jahre ein. Insbesondere in den späten 70er Jahren bis zu den frühen 90er Jahren entstanden vereinzelt großformatige Gebäude die nicht den bis dato eher kleinteilig geprägten Strukturen der Altstadt entsprechen, gerade vor diesem Hintergrund aber heute eine wichtige Funktion hinsichtlich eines Angebotes an auch großflächigen Einzelhandelsnutzungen in der Altstadt erfüllen.

Das städtebauliche Zentrum ist somit einerseits städtebaulich noch teilweise geprägt durch die kleinteiligen Strukturen und die Straßenführung der vorindustriellen Siedlung, andererseits besteht eine Vielzahl unterschiedlicher Baustile nebeneinander. Historische und moderne Bausubstanz stehen im Dialog miteinander und lassen besonders in diesem Bereich der Stadt die mit der Industrialisierung einhergehende rasche bauliche Entwicklung und Erweiterung der Stadt erkennen.

Der Geltungsbereich der Satzung erstreckt sich auf den beschriebenen, aktiven Stadtkern, der gem. § 86 Abs. 1 Nr. 1 BauO NRW in baugestalterischer Absicht durch die Regelungen der Satzung in seiner baulichen Qualität erhalten und bei Veränderung aufgewertet werden soll.

Um eine attraktive Gestaltung des Ortskernbildes mit seinen Randbereichen weiterhin zu gewährleisten, hat der Rat der Stadt am 15.12.2004 eine erste Fassung der Werbesatzung für den Bereich der Innenstadt beschlossen, die seitdem durch besondere gestalterische Anforderungen sicher stellt, dass bei der Veränderung, Neuerrichtung oder Anbringung von Werbeanlagen die ortstypischen Gegebenheiten in angemessenem Maße berücksichtigt werden.

Die Innenstadt ist traditionell Standort des Handels und der Kommunikation. Wichtige Stützen der städtischen Struktur sind dabei der örtliche Einzelhandel und das ansässige Dienstleistungsgewerbe. Sie zeichnen sich durch ein mannigfaltiges Angebot an Geschäften mit einer breit gefächerten Sortimentspalette und zahlreichen ergänzenden Dienstleistungsbetrieben aus. Im Sinne einer lebendigen Innenstadt gilt es, diese Angebotsvielfalt, auch in seiner Hochwertigkeit, zu erhalten.

Ziel der vorliegenden Satzung ist es daher, die öffentlichen und privaten Belange zu einem all-gemeinverträglichen Ausgleich zu bringen, der den unverwechselbaren und identitätsstiftenden Charakter der Castroper Altstadt erhält. Dies beinhaltet insbesondere, dass Werbeanlagen so zu gestalten sind, dass sie sich nach Größe, Proportion und Gliederung harmonisch in die Umgebung und das Straßenbild einfügen. Werbung ist und bleibt ein legitimes Kommunikationsmittel, um Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden zu erzielen und wichtige betriebliche Informationen zu transportieren. Dem berechtigten Interesse der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben, steht jedoch das Interesse der Allgemeinheit nach einem attraktiven ästhetisch-städtebaulichen Erscheinungsbild gegenüber. Durch die Definition von gestalterischen Mindestanforderungen an die Veränderung, Neuerrichtung oder Anbringung von Werbeanlagen und Warenautomaten soll verhindert werden, dass die Raumwirkung gestört, beeinträchtigt oder verunstaltet wird.

Die sonstigen Vorschriften der Bauordnung NRW, die Vorschriften des Baugesetzbuches und der Fachgesetze sowie die hierzu jeweils erlassenen Rechtsvorschriften in den jeweils geltenden Fassungen bleiben unberührt. Die Gestaltungsaussagen orientieren sich ferner an den Zielen der im Geltungsbereich dieser Satzung liegenden rechtsverbindlichen Bebauungspläne. Sie stellen für diese Bereiche eine Ergänzung der hier getroffenen Festsetzungen dar.

Über die in der Satzung getroffenen rechtlichen Regelungen hinaus bekräftigt die Stadt Castrop-Rauxel ausdrücklich, dass im Stadtgebiet generell und insbesondere in der Altstadt Castrop jegliche Form der rassistischen, sexistischen oder anderweitig diskriminierenden Werbung im Sinne des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) unerwünscht ist.

## **§ 1 Geltungsbereich**

- 1) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung bezieht sich auf die städtebaulich abgegrenzte, geschichtlich gewachsene Innenstadt des Stadtteils Castrop der Stadt Castrop-Rauxel. Er ist in dem als Anlage beigefügten Plan dargestellt. Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.
- 2) Die Satzung legt zusätzliche Anforderungen an die Art, Gestaltung und Einordnung von Werbeanlagen und Warenautomaten sowie an Bestandteile der Fassadengestaltung fest.
- 3) Die Bestimmungen dieser Satzung sind anzuwenden, sobald innerhalb des Geltungsbereichs Anlagen verändert, neu errichtet oder angebracht werden sollen.
- 4) Von dieser Satzung unberührt bleiben die sonstigen Regelungen des öffentlichen Rechts. Das sind insbesondere die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes, die Erlaubnispflicht für die Sondernutzung öffentlicher Straßen, Wege und Plätze, Bestimmungen in Bebauungsplänen sowie die Regelungen zur Nutzung von Märkten.

## **§ 2 Genehmigungspflicht**

- 1) Gemäß § 86 Abs. 2 Nr. 1 BauO NRW wird bestimmt, dass eine Baugenehmigung auch für genehmigungsfreie Werbeanlagen und Warenautomaten erforderlich ist.
- 2) Mobile Werbeträger (s. § 9) sind nicht baugenehmigungspflichtig.

## **§ 3 Begriffe**

- 1) Werbeanlagen sind alle Anlagen im Sinne des § 13 BauO NRW. Folgende Hinweise und Gestaltungselemente gelten nicht als Werbeanlagen und bleiben genehmigungsfrei:
  - a) Hinweisschilder unter 0,25 m<sup>2</sup> Fläche mit Informationen u.a. zu Namen, Beruf, Öffnungszeiten an den Zugängen zu entsprechenden Nutzungen,
  - b) Plakate/Beklebungen mit Veranstaltungshinweisen, die zeitlich befristet aufgehängt werden (Dauer: maximal vier Wochen).  
Im Schaufenster sind diese Flächen auf die zulässigen Anteile nach § 8 anzurechnen.
  - c) Dekoration im Schaufenster.
- 2) Parallelwerbeanlagen bezeichnen Werbeanlagen, die im Wesentlichen parallel zur Fassade angebracht sind.
- 3) Werbeausleger sind orthogonal zur Fassade angebrachte Werbeanlagen.
- 4) Beklebungen sind (zumindest teilweise) undurchsichtige Gestaltungen von baulichen Fassadenöffnungen, insbesondere der Flächen von Schaufenstern und Eingängen, in Form von Klebefolien, Bemalungen, Plakaten o. ä..
- 5) Mobile Werbeträger sind auf dem Boden stehende, selbsttragende und transportable Konstruktionen in Form von Klapptafeln, Hinweisschildern, Menütafeln o. ä., die der Werbung dienen.

## **§ 4 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten**

- 1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Fremdwerbung ist nicht zulässig.
- 2) Zulässige Werbeanlagen sind nur Parallelwerbeanlagen (§ 6), Werbeausleger (§ 7), Beklebungen (§ 8) sowie Anlagen auf öffentlichen Verkehrsflächen (§ 9).  
Alle anderen Werbeanlagen, insbesondere Spannbänder und Fahnen sind nicht zulässig.
- 3) Werbung dient nicht der Beleuchtung des Umfelds. Übertriebene Leuchtwerbung dominiert den öffentlichen Raum und stört eine städtebaulich gestaltete Raumwirkung. Lichtelemente sind daher zurückhaltend einzusetzen und auf ein Minimum zu beschränken. Animierte Werbeanlagen und selbständig bewegende Bestandteile wie Laufschriften, Blinklichter, Projektionen o. ä. sind nicht zulässig.

## **§ 5 Räumliche Ordnung und Gestaltung**

- 1) Werbeanlagen und Warenautomaten dürfen nur an der Straßenfront von Gebäuden angebracht werden, nicht an Seiten- oder Brandwänden. Sie dürfen auch nicht mehrere Gebäude übergreifen.
- 2) Werbeanlagen und Warenautomaten sind nur bis zu einer Höhe von 5 m über Straßenkante zulässig. Sie sind im ersten Obergeschoss nur zulässig, wenn sie unterhalb der Fensterbrüstung angeordnet sind.
- 3) Hinsichtlich der Höhe über Absatz 2 hinaus sind für selbständig genutzte Obergeschosse Werbeanlagen ausschließlich in Form von Beklebungen nach § 8 zulässig.
- 4) Werbeanlagen und Warenautomaten sind so zu gestalten, anzubringen und zu unterhalten, dass sie sich nach Form – bei Leuchtreklamen auch in der Leuchtwirkung –, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart in das Straßen- und Platzbild einfügen.
- 5) An und auf Dächern und Schornsteinen sowie auskragenden Gebäudeteilen wie z. B. Balkonen, Erkern oder Kanzeln sind Werbeanlagen unzulässig.
- 6) Technische Hilfsmittel von Werbeanlagen und Warenautomaten wie Montageleitungen und Kabelzuführungen sind verdeckt anzubringen.
- 7) Die Anordnung der Werbeanlagen und Warenautomaten ist auf die architektonische Gliederung des Gesamtgebäudes abzustimmen. Werbeanlagen und Warenautomaten dürfen wesentliche architektonische Gliederungselemente – wie z. B. Fenster, Brüstungsbänder, Giebdreiecke, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen und Stuckaturen – nicht überdecken oder erheblich stören.

## **§ 6 Parallelwerbeanlagen**

- 1) Parallelwerbeanlagen sind als Einzelbuchstaben, Flachtransparente, Reliefkörper oder bemalte Schriftzüge an den Fassadenteilen auszubilden.  
Parallelwerbung ist nur für Nutzungseinheiten im Erdgeschoss zulässig.
- 2) Insgesamt darf die gesamte Breite aller Parallelwerbeanlagen einen bestimmten Anteil der zur Straßenfront ausgerichteten Ladenlokalbreite nicht überschreiten. Das Höchstmaß sind für die ersten zwei Meter 80%, für die darüber hinausgehende Ladenlokalbreite 40%.
- 3) Jede einzelne Parallelwerbeanlage darf nicht höher als 0,60 m sein und eine Fläche von 3 Quadratmetern nicht überschreiten. Dieses Flächenmaß bezieht sich auf das die Werbung umschließende Rechteck. Darüber hinaus darf die bauliche Tiefe der Anlage 0,30 m nicht überschreiten.
- 4) Parallelwerbeanlagen können unbeleuchtet, indirekt beleuchtet oder selbstleuchtend ausgeführt werden.

## **§ 7 Werbeausleger**

- 1) Werbeausleger sind als Einzelbuchstaben, Flachtransparente oder Reliefkörper auszubilden.
- 2) Je Nutzungseinheit im Erdgeschoss darf je vollendete zehn Meter ihrer Fassadenlänge nur ein Werbeausleger errichtet werden, jedoch insgesamt nicht mehr als zwei.  
Einheiten über Eck werden anhand ihrer Gesamtlänge entlang aller Straßen bewertet.
- 3) Werbeausleger dürfen nicht höher als 0,60 m sein.  
Sie dürfen höchstens 1,20 m von der Gebäudefassade aus in den Straßenraum hineinragen (einschließlich Anbringung).  
Die bauliche Tiefe (Dicke) darf 0,30 m nicht überschreiten.
- 4) Die Unterkante eines Werbeauslegers muss mindestens 2,50 m über dem Gehweg liegen.
- 5) Selbstleuchtende Werbeausleger sind nicht zulässig.

## **§ 8 Beklebungen**

- 1) Beklebungen sollen auf den Glasscheibeninnenseiten angebracht werden und primär als Gestaltungselemente dienen. Schriftzüge sollen nur ausnahmsweise gestattet werden, wenn diese zurückhaltend gestaltet sind.
- 2) Beklebungen dürfen maximal 40% der zur Straßenfront ausgerichteten Glasflächen bedecken.

## **§ 9 Anlagen auf öffentlichen Verkehrsflächen**

- 1) Im öffentlichen Verkehrsraum sind frei stehende Fremdwerbbeanlagen nur dann zulässig, soweit sie dauerhaft zumindest einseitig mit einem öffentlichen Informationsangebot belegt sind.
- 2) Tafeln und Kästen mit Informationen öffentlicher oder gemeinnütziger Einrichtungen sowie Litfaßsäulen sind zulässig.
- 3) In Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs ist die Belegung einer untergeordneten Teilfläche mit Fremdwerbung zulässig, soweit der Gesamteindruck einer Verkehrsanlage gewahrt bleibt. Die Beleuchtung ist zurückhaltend zu gestalten.
- 4) Mobile Werbeträger sind als maximal zweiseitig beschreib- oder bedruckbare Flächen auszubilden. Sie sollen auf spezielle Produkte oder Angebote hinweisen, ohne dabei den öffentlichen Raum zu dominieren, die ästhetisch-städtebauliche Raumwirkung zu stören oder den Verkehrsfluss zu behindern. Besonders aufdringliche Formen mobiler Werbeträger, insbesondere bewegliche bzw. drehbare Schilder und Werbefiguren sind daher unzulässig. Auf Gehwegen soll eine Mindestbreite von 1,5 m ungehindert nutzbar bleiben.
- 5) Je Nutzungseinheit ist nur ein mobiler Werbeträger im öffentlichen Raum zulässig. Eine Gesamthöhe von 1,20 m und eine Breite von 0,90 m dürfen nicht überschritten werden. Zum Geschäftsschluss sind die Werbeträger aus dem öffentlichen Raum zu entfernen. Mobile Werbeträger für Vergnügungsstätten sind nicht zulässig.
- 6) Mobile Werbeträger sind baugenehmigungsfrei, sie bedürfen nur der Sondernutzungserlaubnis.

## **§ 10 Umgang mit bestehenden Anlagen**

- 1) Anlagen, die vor der Rechtswirksamkeit dieser Satzung materiell rechtmäßig entstanden sind, genießen Bestandsschutz, solange sie unverändert erhalten werden und die Genehmigungsvoraussetzungen fortbestehen. Sofern eine Anlage geändert wird, ist diese den Regelungen der aktuellen Satzung anzupassen.
- 2) Nach Aufgabe der beworbenen Nutzung sind Werbeanlagen einschließlich ihrer Unterkonstruktion und Befestigung zu entfernen.
- 3) Werbeanlagen, die anlässlich von zeitlich begrenzten Veranstaltungen angebracht werden, sind innerhalb einer Woche nach Beendigung der Veranstaltung zu entfernen.

## **§ 11 Abweichungen**

- 1) Abweichungen von einzelnen Regelungen der Satzung können in begründeten Einzelfällen zugelassen werden, wenn
  - a) die Grundzüge und Zielsetzungen der Satzung nicht verletzt werden,
  - b) eine atypische Situation eine besondere Regelung erforderlich macht und
  - c) die Abweichung unter Berücksichtigung des Zweckes der jeweiligen Regelung und unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Die Abweichung einer bereits vor Inkrafttreten bestehenden Werbeanlage von Regelungen dieser Satzung ist in der Regel kein Grund für eine erneute Abweichung.

- 2) Weiterhin können zeitlich eng begrenzte Ausnahmen für die Ankündigung von öffentlichen Kulturveranstaltungen und andere befristete Zwecke gestattet werden, sofern das öffentliche Interesse an dem Vorhaben im Einzelfall überwiegt und die generellen Ansprüche an die ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums gewahrt bleiben.
- 3) Weitergehende Abweichungen in außergewöhnlichen Einzelfällen können gemäß § 73 und § 86 Abs. 5 BauO NRW erteilt werden.

### **§ 12 Ordnungswidrigkeiten**

- 1) Ordnungswidrig gemäß § 84 Abs. 1 Nr. 20 BauO NRW handelt,
  - a) wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die erforderliche Genehmigung verändert, errichtet oder anbringt,
  - b) wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage entgegen der genehmigten oder erlaubten und vorgelegten Bauvorlagen ausführt,
  - c) wer nach Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart die Werbeanlage nicht beseitigt.

Die Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 84 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

### **§ 13 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tag nach der Veröffentlichung in Kraft. Gleichzeitig tritt die Werbesatzung vom 12. Dezember 2013 außer Kraft.

Castrop-Rauxel, den \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . \_\_\_\_\_

J. B e i s e n h e r z

Bürgermeister

# Anlage 1

## Satzung über gestalterische Anforderungen an Werbeanlagen für den Bereich der Innenstadt der Stadt Castrop-Rauxel (Werbesatzung)

hier: Übersichtsskizze



räumlicher Geltungsbereich

