



Satzung über Werbeanlagen im Innenstadtbereich Erkelenz gem. § 89 Abs. 1 BauO NRW vom 14.03.2019

Aufgrund des § 89 Abs. 1 Nr. 1 mit § 86 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3, § 62 Abs. 1 Nr. 12 a) und c) der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der Neufassung vom 21.07.2018 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 27.02.2019 diese Satzung beschlossen:

Abschnitt 1 Grundsätze

§ 1 Ziel der Satzung

Die Stadt Erkelenz verfügt über ein vitales Stadtzentrum, dabei konzentrieren sich die Einzelhandelnutzungen und Gastronomiedienstleistungen vor allem in den Erdgeschosslagen, während die Obergeschosse überwiegend durch Wohnen und lediglich in Teilbereichen durchgewerbliche Nutzungen geprägt sind. Das Stadtbild der Innenstadt von Erkelenz ist ferner geprägt durch den mittelalterlichen Stadtgrundriss und eine kleinmaßstäbliche Parzellenstruktur, die sich in der Bebauung noch ablesen lässt. Dabei stellt sich diese Bebauung als Mix aus historischen Gebäuden und maßstabswahrenden Neubauten aus der Nachkriegszeit dar.

Die genauen Anforderungen unterscheiden sich dabei zwischen dem eher kleinteiligen Bereich der Zone I (mittelalterlicher Stadtkern) und dem etwas größer maßstäblichen Bereich der Zone II (Geschäftsstraßen im Bereich der ehemaligen Wallanlagen und Verbindungsstraßen vom Stadtkern zum Bahnhof einschl. der Seitenstraßen).

Die Satzung zielt darauf, den wertvollen städtebaulichen Eindruck und das Flair der Innenstadt nicht durch zu viele, zu große und zu grelle Werbeanlagen beeinträchtigen zu lassen. Die Satzung definiert vor allem Anforderungen an Werbeanlagen hinsichtlich der Art, der Anzahl, der Größe und dem Anbringungsort der Werbeanlagen. Dabei sollen die Werbeanlagen in der Regel in dem durch das Gewerbe geprägten Bereich des Gebäudes, also dem Erdgeschoss und dem darüber liegenden Brüstungsbereich angeordnet werden. Durch die Beschränkung der zulässigen Anzahl und der Größe in Abhängigkeit zu der Art der Werbeanlagen soll eine Beruhigung der Fassade erreicht werden, wobei mit einem Bonus in der zulässigen Größe für bestimmte Materialien ein Anreiz für wertigere Anlagen geschaffen werden soll.

§ 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 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 (§ 62 Abs. 1 Nr. 12 a) und c)).
- (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 Anichtsfläche 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 aufgebrachten 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. Tafeln zur Aufnahme wechselnder Werbung mit einer Größe von mehr als 1 m²,
3. großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) ab einer Größe von 20,00 m², soweit § 12 Abs. 5 nichts anderes bestimmt,
4. Akustische und akustisch unterstützte Werbeanlagen.

§ 8 Anbringungsort

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Gebäudefassade zulässig, sofern in den §§ 11 bis 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 5,00 m über Straßenniveau nicht überschreiten,
2. in der Zone II eine Höhe von 6,00 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.

§ 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, 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 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.
- (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 Ausnahmeveraussetzungen

- (1) Soweit in den §§ 9, 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.
- (2) Soweit in den §§ 9 oder 10 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.
- (3) Soweit in § 8 ausgeführt wird, dass Werbeanlagen nur an der Gebäudefassade zulässig sind, können diese ausnahmsweise auch an einem Vordach angebracht werden, wenn die Fläche der Werbeanlage selbst die Anforderungen aus den §§ 9 und 10 einhält und das Vordach im Sinne von § 4 Abs. 3 nicht der Werbeanlage zuzurechnen ist, da es z.B. aus Glas hergestellt ist oder gestalterisch und farblich deutlich zurücktritt.

§ 14 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum oder im öffentlichen Interesse

- (1) Von dieser Satzung werden nicht erfasst:
 1. temporäre 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 § 87 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3 BauO NW, die mit einer Geldbuße bis zu 100.000,00 € 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 14.03.2019

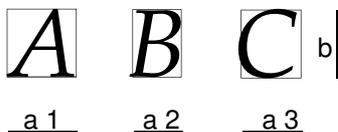
Peter Jansen
Bürgermeister

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 (Nr. 1 bzw. 2 bis Nr. 67 bzw. 90)
Brückstraße (Nr. 1 bzw. 2 bis Nr. 28 bzw. 39)
Burgstraße
Johannismarkt
Kirchstraße
Kölner Straße (Nr. 1 bzw. 2 bis Nr. 12 bzw. 15)
Königsgasse
Markt
Patersgasse
Roermonder (Nr. 1 bzw. 2 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)
Dr.-Eberle-Platz
H.-J.-Gormanns-Straße
Heinrich-Jansen-Weg (Nr. 1 bzw. 2 bis Nr. 3 bzw. 12)
Kölner Straße (Nr. 14a bis 48 bzw. 17 bis 67)
Konrad-Adenauer-Platz
Ostpromenade
Reifferscheidtsgäßchen
Südpromenade
Tenholter Straße (Nr. 1 bzw. 2 bis Nr. 2a)
Westpromenade (Nr. 1 bis 3)
Wilhelmstraße (Nr. 1 bis 21 bzw. Nr. 2 bis 8)

Karte Geltungsbereich

