

Anlage 1: Gestaltungsfibel und Begründung zur Werbesatzung

für den Sternplatz und Rathausplatz sowie deren umliegende innerstädtische Bereiche



Stadt Lüdenscheld



Fachdienst Stadtplanung und Verkehr

Einleitung

Anlass und Leitziele

Zielkonzept Innenstadt

Das im Jahr 2000 entwickelte **Zielkonzept** für die Innenstadt Lüdenscheids beinhaltet die Umgestaltung des zentralen Rathausplatzes sowie des Sternplatzes in moderne und repräsentative Stadtplätze mit hohen Aufenthaltsqualitäten. Das Rathausumfeld mit seinen zentralen Plätzen und den sich angliedernden Handels- und Dienstleistungsstrukturen stellt das Zentrum des städtischen Lebens in Lüdenscheid dar. Die in den letzten Jahren erfolgte Umgestaltung des Rathauses und des Rathausumfeldes war eine wichtige Investition zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als urbanes Zentrum.

Stadtqualität wird immer durch das Zusammenwirken von öffentlichen und privaten Bereichen bestimmt. Prägend für die Innenstadt und deren Stadtbild sind die ebenerdigen Nutzungen mit ihren privaten baulichen Anlagen wie Werbeträgern, Straßenmöblierungen und Warenauslagen als erstem Blickfang. Daher soll deren Erscheinungsbild in einer Satzung für Werbeanlagen und im weiteren in einer Richtlinie für Straßenmöblierungen geregelt werden.

Stadtgestalt heute

Neben der Sanierung des Rathauses und des Rathausumfeldes wurde das Stern-Center modernisiert und um die Flächen des ehemaligen Kaufhofes erweitert. Außerdem entstand ein neues Büro- und Geschäftshaus neben dem Rathaus. Das Gebäude der ehemaligen Kaufhalle wurde ersetzt durch ein modernes Geschäfts- und Gesundheitszentrum. Für das Gebäude südöstlich des Sternplatzes gibt es Plannungen für eine attraktive Neugestaltung. Die großmaßstäbliche Gebäudestruktur bildet im Sinne dieser Plätze einen gelungenen Kontrast zu der kleinteiligen Bebauung in der Altstadt, Oberstadt und Wilhelmstraße.

Neben dieser großmaßstäblichen Architektur bedürfen die wenigen historischen, zum Teil unter Denkmalschutz stehenden Gebäude, wie z.B. die Musikschule in der Altenaer Straße, das Gebäude „Hulda“ am Sternplatz und das ehemalige Gewerkschaftshaus am Rathausplatz, einer besonderen Beachtung und Wertschätzung.

Beleuchtungsmaßnahmen in der Stadt des Lichtes

Seit mehr als 10 Jahren investieren die Stadt und ihre Bürger in ihr Image als **Stadt des Lichtes**. So wurden und werden auch im Geltungsbereich der Satzung öffentliche und private Lichtgestaltungen umgesetzt. Hierzu gehören z.B. Beleuchtungen an der Brücke zwischen dem Rathausplatz und dem Stern-Center, Beleuchtungen am Rathausplatz sowie am Sternplatz. All diese Bemühungen geben der Stadt nach und nach eine eigene Lichtidentität und stärken das Markenzeichen Lüdenscheids. Die Satzung soll diese Investitionen schützen, als Qualitätssicherung dienen und eine Hilfestellung sein, so dass eine Abstimmung der Maßnahmen frühzeitig untereinander erfolgen kann.

Um dem geschlossenen Erscheinungsbild gerecht zu werden und einen harmonischen visuellen Eindruck der abendlichen und nächtlichen Innenstadt zu erhalten, erhält die Satzung Aussagen zur Beleuchtung der Werbeanlagen.

Werbemaßnahmen

Die Regelungen dieser Satzung sollen dazu beitragen, dass sich die Werbeanlagen der zum großen Teil modernen Gebäudearchitektur anpassen. Die Stadt Lüdenscheid hat in den letzten Jahren bei der Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes ganz bewusst besonderen Wert auf eine klare und zurückhaltende Platzgestaltung gelegt. Dies wird auch durch den Verzicht der üblichen Mastleuchten und eine reduzierte öffentliche Außenmöblierung deutlich. Entsprechend wird die Anzahl der Werbeanlagen beschränkt. In der Satzung sind die Größenverhältnisse und die Ausbildungen der Werbeanlagen geregelt, um diese, abgestimmt auf die Gebäudearchitektur, in das Gesamtbild der Umgebung einzufügen. Die zurückhaltende Platz- und Gebäudearchitektur soll mit den reduzierten Werbeanlagen, in Einzelbuchstaben ausgeführt, ein stimmiges Gesamtbild ergeben. Die durch Größenbeschränkung einzelner Werbeanlagen ausgeschlossene Dominanz soll auch durch farbliche Zurückhaltung unterstützt werden.

Die angegebenen Größenangaben und Formbeschränkungen haben sich in der Praxis bereits bei Realisierungen im Bereich des Sternplatzes bewährt. So sind die Werbeanlagen, die aufgrund der reduzierten Größenangaben bereits hier realisiert wurden, für den Betrachter leserlich und ihre Wirkung unterstützt ein stimmiges Gesamtbild.

Die den Rathaus- und Sternplatz umgebenden Gebäude demonstrieren eine architektonische Gradlinigkeit, welche besonders im zeitgemäß umgesetzten Rathausumbau zur Geltung kommt. Die ruhige Ausstrahlung des Stern- und Rathausplatzes soll auch mittels zurückhaltender Werbeanlagen unterstrichen werden und nicht durch große, grelle und blinkende Reklame gestört werden.

Da die getroffenen Regelungen für alle Eigentümer im Geltungsbereich gleichermaßen gelten, können alle Werbeanlagen auf ein städtebaulich verträgliches Maß reduziert werden, in welchem niemand negativ auffällt und aus dem „Rahmen“ fällt. Der Wettkampf um Aufmerksamkeit wird reduziert, womit zukünftig für alle Werbenden die gleichen Möglichkeiten bestehen. Insbesondere die Festsetzung zur Ausbildung der Werbeanlagen in Einzelbuchstaben, die sich bei den Neubauten am Sternplatz bereits positiv bewährt hat, ist eine wichtige Regelung der Werbesatzung. Solche erhöhten Ansprüche an Gestaltung und Ausführung müssen gestellt werden, denn die Attraktivität eines Stadtzentrums wird nicht allein durch die im Zentrum angebotenen Nutzungen, sondern ebenso maßgeblich geprägt durch die Aufenthaltsqualität der öffentlichen Räume und die Wirkung der umgebenden Gebäude.

Umsetzung der Festsetzungen

Allgemeine Erläuterungen

Die Gestaltungsfibel und Begründung kann als Anwendungshilfe zur Werbesatzung verstanden werden. Während in der Satzung die präzisen und verbindlichen Festsetzungen formuliert sind, werden in der Gestaltungsfibel Hinweise zur Ausbildung der Werbeanlagen gegeben. Die Gestaltungsfibel enthält beispielhafte Zeichnungen und Abbildungen von Werbeanlagen. Die in der Satzung gestellten Anforderungen werden so verständlicher.

Die Werbesatzung mit der beiliegenden Gestaltungsfibel soll allen Planungsbeteiligten als Leitfaden für die Entwicklung der Werbeanlagen dienen. Die betroffenen Immobilienbesitzer, Eigentümer und Mieter werden so bei der Umsetzung der Werbesatzung unterstützt. Neben den Festsetzungen und Empfehlungen für Werbemaßnahmen kann auch eine Unterstützung in Form einer Beratung bei den Gestaltungsfragen hilfreich sein, um die Stadt in gemeinsamer Verantwortung zu gestalten. In einem ausdrücklich gewünschten intensiven Dialog will die Stadt Lüdenscheid Hilfestellung leisten. So steht die Stadt Lüdenscheid für Fragen und Auskünfte beratend zur Verfügung. Auf der Grundlage der Werbesatzung können gemeinsam Lösungen für spezielle Probleme und Anforderungen entwickelt werden. Die im Anhang aufgeführten **Ansprechpartner/innen** und Mitarbeiter/innen der Stadtverwaltung stehen Ihnen für eine Beratung gerne zur Verfügung.

Die Seiten der Gestaltungsfibel sind in drei Spalten aufgeteilt. Unter der Überschrift „Satzungstext“ sind die Festsetzungen in der rechten Spalte schwarz umrandet. Die linke Spalte enthält Erläuterungen zu den Festsetzungen und die mittlere Spalte Beispiele und Abbildungen.

Wann ist die Satzung zu benutzen?

Ein Antrag wird immer erforderlich, wenn eine Werbeanlage im Sinne der Satzung angebracht, aufgestellt oder geändert werden soll.

Als genehmigungspflichtige Werbeanlagen gelten alle Anlagen der Außenwerbung im Sinne des § 13 Bau O NRW im Geltungsbereich dieser Satzung. Dies sind alle ortsfesten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung von Waren oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Als solche gelten insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, sowie für Zettel- und Bogenanschlüsse oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

Im Geltungsbereich dieser Satzung ist die Anbringung auch solcher Werbeanlagen genehmigungspflichtig, die nach § 65 Absatz 1 Bau O NRW baurechtlich genehmigungsfrei sind.

Erforderliche Unterlagen für das Baugenehmigungsverfahren

Zum Antrag erforderlich sind folgende Unterlagen:

- Bauantragsformular für Werbeanlagen
(steht zum download bereit unter www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr_a_nliegen/formulare Formular: Bauantrag/ Antrag auf Vorbescheid, Werbeanlagen)
- Beglaubigter Auszug aus dem Liegenschaftskataster, Katasterplan vom Märkischen Kreis
- Farbiges Lichtbild oder farbige Lichtmontage mit Darstellung der geplanten Werbeanlage in Verbindung mit dem Gebäude, mit Erläuterungen bezüglich der Größe und der Ausbildung der Werbeanlage

Die Bauanträge sind in dreifacher Anzahl bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauordnungsamt) einzureichen.

Zuvor erfolgte Absprachen mit den auf der folgenden Seite genannten Berater/innen und Ansprechpartner/innen erleichtern und beschleunigen das Verfahren.

Ansprechpartner

Werbeanlagen

Auskünfte und Beratungen zur Satzung und Gestaltung erteilt:

Dagmar Däumer
Stadt Lüdenscheid
Fachbereich Planen und Bauen
Fachdienst Stadtplanung und Verkehr
Rathausplatz 2
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/172385
Fax: 02351/171721

Raum 505 (5. Obergeschoss)

dagmar.daeumer@luedenscheid.de

Bauanträge zu Werbeanlagen im Satzungsgebiet sind einzureichen bei:

Horst Bartsch
Stadt Lüdenscheid
Fachbereich Planen und Bauen
Fachdienst Bauordnung
Rathausplatz 2
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/172601
Fax: 02351/171733

Raum 602 (6. Obergeschoss)

bauaufsichtsamt@luedenscheid.de

Nutzung des öffentlichen Straßenraumes

Auskünfte zur Sondernutzungssatzung erteilt:

Dieter Rotter
Stadt Lüdenscheid
Fachbereich Planen und Bauen
Fachdienst Bauservice
Rathausplatz 2
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/171339
Fax: 02351/171754

Raum 527 (5. Obergeschoss)

bauservice@luedenscheid.de

Satzungstext

Sinn und Zweck der Satzung - Allgemeine Grundsätze

Werbeanlagen sind ein unverzichtbarer Bestandteil für das Anbieten und Verkaufen von Waren und Dienstleistungen. Sie sollen jedoch mit Rücksicht auf das Stadtbild so angeordnet werden, dass die gestalterischen Qualitäten einer Fassade oder eines baulichen Ensembles nicht verloren gehen. Dabei ist es notwendig, dass sich Ausbildung, Anzahl, Lage und Proportion einer Werbeanlage der Fassadenstruktur anpasst und sich in Farbe, Werkstoff und Gestaltung harmonisch einfügt.

Jeder Einzelhändler möchte sich möglichst deutlich nach Außen darstellen. Dies geschieht am häufigsten durch eine in Größe und Ausbildung dominante Form der Außenwerbung. Wenn punktuell eine zu aufdringliche Werbeanlage erscheint, ist die Angst der umgebenden Gewerbetreibenden hoch, nicht mehr wahrgenommen zu werden. Es entsteht ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden. Die Folge sind immer größer werdende Werbeanlagen, die schließlich das Stadtbild in den Einkaufsbereichen dominieren. Durch eine solche Entwicklung können ganze Straßenzüge gestalterisch entwertet werden. In der Folge sinkt die Qualität eines Geschäftsbereichs.

Folglich bedarf es Regelungen, nach denen die Abmessungen, der Anbringungsort, die Anzahl und die Ausbildung von Werbung, im Verhältnis zum Baustil der Gebäude im Geltungsbereich, zu gestalten sind. Die Werbeanlagen sind dann gelungen, wenn sie einerseits gut lesbar sind und sich andererseits der Gesamtwirkung der Gebäude unterordnen.

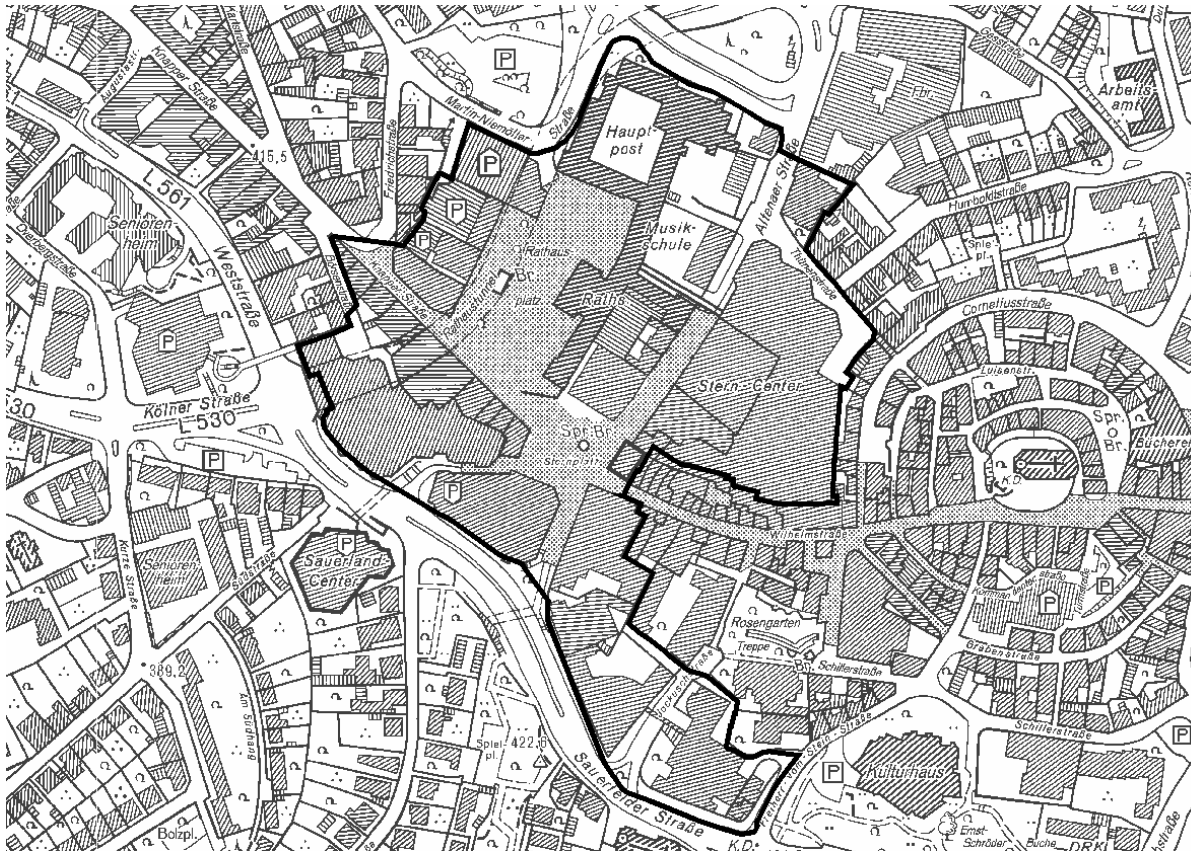


§ 1 Sinn und Zweck der Satzung

Diese Satzung regelt gem. § 86 Absatz (Abs.) 1 Nummer (Nr.) 1 und Nummer (Nr.) 2 der BauO NRW die äußere Gestalt von Werbeanlagen sowie die Zulässigkeit von Werbeanlagen an baulichen Anlagen hinsichtlich baugestalterischer Ziele im Geltungsbereich dieser Satzung. Die Werbeanlagen sollen sich in ihrer Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbwahl und Proportion in das Stadtbild einfügen. Dabei sollen Werbeanlagen, die das Stadtbild stören, ausgeschlossen werden. Zulässige Werbeanlagen sollen auf Teile baulicher Anlagen beschränkt werden. Es gelten daher gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 2 der BauO NRW besondere Anforderungen an bauliche Anlagen und Werbeanlagen zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze von städtebaulicher Bedeutung und zum Schutz von Denkmälern.

Räumlicher Geltungsbereich

Der Satzungsbereich schließt direkt an das Satzungsgebiet der „**Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und die Gestaltung von Freiräumen für die Bereiche nördliche und südliche Altstadt sowie den Bereich der Wilhelmstraße vom 09.09.2010**“ an und erfasst alle groß dimensionierten, innerstädtischen Gebäude des Stadtkerns am Rathausplatz, am Sternplatz und deren umliegende innerstädtische Bereiche. Die westliche Grenze des Geltungsbereiches umfasst die Bebauung am Rathausplatz, die zusammen mit dem Postgebäude das städtebauliche Umfeld zum Rathauseingang bildet. Im Süden bildet die Sauerfelder Straße die Grenze, im Norden die Bahnhofs- bzw. Thünenstraße. In diesem Bereich soll zukünftig ein klares Erscheinungsbild der städtischen Plätze im Zusammenspiel mit den Werbeanlagen und den Nutzungselementen des öffentlichen Raumes dazu beitragen, dass dem Einwohner und dem Besucher ein in sich stimmiges Stadtbild mit hoher Aufenthaltsqualität geboten wird. Eine als Anlage 2 bezeichnete Bestandsaufnahme erfasst den Gebäudebestand mit den Werbeanlagen zum heutigen Stand und deren Wirkung auf das jeweilige Umfeld.



Satzungstext

§ 2 Geltungsbereich und Bestandteile der Satzung

- (1) Diese Satzung gilt für den im folgenden Plan gekennzeichneten Geltungsbereich.
- (2) Die Gestaltungsfibel als Begründung (Anlage 1) und die Bestandsaufnahme (Anlage 2) sind Bestandteil dieser Satzung.
- (3) Diese Satzung gilt für die Errichtung, Änderung und Beseitigung von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich gemäß § 2 Abs. 1 dieser Satzung.

Satzungstext

Sachlicher Geltungsbereich

Die Satzung gilt für alle Werbeanlagen, die neu installiert, geändert oder beseitigt werden. In diesen Fällen regelt die Stadt Lüdenscheid mittels dieser Satzung die baugestalterische Wirkung von Werbeanlagen, um die von privaten Investoren und der öffentlichen Hand erfolgten Maßnahmen rund um die Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes zu fördern, indem die Festsetzungen für Werbeanlagen umgesetzt werden.

Als Anlagen der Außenwerbung gelten alle ortsfesten und nicht mobilen Anlagen, die zu Werbezwecken genutzt werden und in den öffentlichen Raum hineinwirken. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.

Laut Bauordnung des Landes Nordrhein-Westfalen sind nach § 65 Abs.1 Nr. 33 Werbeanlagen und Hinweiszeichen ab 1,00 m² genehmigungspflichtig. Da es sich hier aber um ein besonders schutzwürdiges Gebiet mit einer Mischung aus moderner Architektur und historischer Bausubstanz handelt, wie in der Bestandsanalyse herausgearbeitet wurde, wird nach § 86 Abs. 2 Nr. 1 BauO NRW in der Satzung bestimmt, dass auch für Werbeanlagen unter 1,00 m² eine Genehmigungspflicht für Werbeanlagen gilt.

Um dem geschlossenen Erscheinungsbild auch in den dunkleren Jahreszeiten gerecht zu werden und einen harmonischen visuellen Eindruck der abendlichen und nächtlichen Innenstadt zu erhalten, enthält die Satzung auch Aussagen zur Beleuchtung der Werbeanlagen.



Rathausumfeld –
Architektur mit reduzierter Formensprache



erhaltenswerte Bausubstanz



Baudenkmal Musikschule

Allgemeine Bestimmungen

§ 3 Umfang des Genehmigungsvorbehaltes und das Verhältnis zu anderen öffentlich-rechtlichen Regelungen

- (1) Die Satzung gilt für alle Anlagen der Außenwerbung im Sinne des § 13 BauO NRW im Geltungsbereich dieser Satzung. Als Werbeanlagen gelten alle ortsfesten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.
- (2) Im Geltungsbereich dieser Satzung ist nach § 86 BauO NRW Abs. 2 Nr. 1 die Anbringung auch solcher Werbeanlagen genehmigungspflichtig, die nach § 65 Abs.1 BauO NRW genehmigungsfrei wären.
- (3) Werbeanlagen an Baudenkmalern beziehungsweise in deren unmittelbaren Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande NRW (Denkmalschutzgesetz DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 Abs. 1a beziehungsweise Abs. 1b DSchG in der jeweils geltenden Fassung.

Bestehende städtebauliche Verträge im Geltungsbereich

Im Geltungsbereich des Plangebietes sind mehrere städtebauliche Verträge rechtskräftig. Deren Regelungen zu Werbeanlagen werden nicht durch diese Gestaltungssatzung außer Kraft gesetzt, sondern ergänzt.

Es bestehen städtebauliche Verträge zum

- Büro- und Geschäftshaus, Rathausplatz 2
- Geschäftsgebäude, Sternplatz 1
- Stern-Center
- Erweiterung Stern-Center

In diesen Verträgen sind genaue Standorte für die Werbeanlagen definiert. Weiterhin werden Regelungen zur Ausbildung und Größe der Werbeanlagen festgelegt. Die Werbeanlagen sind in Form von Einzelbuchstaben mit einer max. Höhe von 0,6 m auszuführen. In Ergänzung zu bzw. anstelle von Einzelbuchstaben sind ausnahmsweise auch feststehende Firmen-Logos zulässig. So ist in den Schaufenstern nur eine untergeordnete Produkt- oder Eigenwerbung zulässig. Durchlaufende Schriftbänder und Leuchtreklame sowie das Bekleben von Schaufensterflächen sind in allen Verträgen unzulässig.

Da mit diesen grundlegenden Festlegungen „positive Vorläufer“ geschaffen worden sind, werden die Festsetzungen auf den gesamten Geltungsbereich der Satzung übertragen. Somit kann zukünftig ein werbetechnisch einheitliches Stadtbild erreicht werden.



Satzungstext

- (4) Regelungen aufgrund bestehender städtebaulicher und anderer Verträge bleiben unberührt.
- (5) Die Regelungen der Sondernutzungssatzung bleiben von dieser Satzung unberührt.

Begriffsbestimmungen

Bei Werbeanlagen, die in Einzelbuchstaben ausgeführt werden, ist auch die Konstruktion der Befestigung, die Unterkonstruktion und bei beleuchteten Elementen auch die Kabelführung von besonderer Bedeutung. Die Kabelführung und das technische Zubehör sind so auszubilden und anzuordnen, dass sie möglichst nicht sichtbar sind. Die Unterkonstruktion ist möglichst filigran auszubilden. Die Verwendung von metallischen Konstruktionen hat sich mittlerweile bewährt. In Einzelfällen kann als Untergrund auch ein transparentes Trägermaterial in Form einer Glas- oder Plexiglasscheibe verwendet werden. Unterkonstruktionen dieser Art lassen die Fassade durchscheinen und bilden keine optische Trennung zwischen Erd- und Obergeschoss, da sie eher dezent wirken.

Die Gesamtgrößen für horizontale Werbeanlagen sind in m² angegeben. Um die Flächen von Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben zu ermitteln, wird ein Rechteck um die Werbeanlage gelegt. Als Ober- und Unterlängen bezeichnet man aus den Schriftzügen herausragende Buchstabenfragmente.



Skizze zur Ermittlung einer Gesamtfläche: Rechteck um Gesamtwerbeanlage aus Einzelbuchstaben



Skizze Unterlänge

Satzungstext

§ 4 Begriffsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen umfassen neben den Elementen der Werbebotschaft auch die Unter- und Tragkonstruktionen.
- (2) Zur Flächenermittlung einer Werbung aus Einzelbuchstaben wird eine entsprechende rechteckige Form um die Werbeanlage gelegt, um dessen Gesamtfläche zu ermitteln. Ober- und Unterlängen können bei der Berechnung unberücksichtigt bleiben.
- (3) Die Leuchtdichte (cd/m²) kennzeichnet das von einer leuchtenden oder beleuchteten Fläche in eine Richtung abgestrahlte Licht. Sie ist ein Maß für den Helligkeitseindruck, den das Auge von der Fläche hat. Sie ist definiert als das Verhältnis der Lichtstärke zur Größe der Fläche. Die Leuchtdichte stellt die maßgebliche Beurteilungsgröße für die Beurteilung der Blendung dar.

Allgemeine Anforderungen

Es gelten folgende allgemeine Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen:

- Die Werbung soll Rücksicht auf die charakteristischen Eigenarten des Orts- und Straßenbildes, insbesondere auf Architektur und Baustil der Gebäude nehmen.
- Die wesentlichen (prägenden, gliedernden und/oder belebenden) Fassadenteile oder sonstigen dekorativen Bauglieder dürfen durch Werbung nicht in störender Weise überdeckt oder durchschnitten werden.
- Die Farbe der Werbeanlage soll sich der Gesamtwirkung des Gebäudes unterordnen, ein möglicher Kontrast soll angemessen ausfallen.
- Mehrere Werbeanlagen sind aufeinander abzustimmen.

Jeder Gewerbetreibender möchte sich möglichst deutlich nach Außen darstellen. Dies geschieht am häufigsten durch eine in Größe und Ausbildung dominante Form der Außenwerbung. Wenn punktuell eine zu aufdringliche Werbeanlage erscheint, ist die Angst der umgebenden Gewerbetreibenden hoch, nicht mehr wahr genommen zu werden. Es entsteht ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden. Die Folge sind immer größer werdende Werbeanlagen, die schließlich das Stadtbild in den Einkaufsbereichen dominieren. Durch eine solche Entwicklung können ganze Straßenzüge gestalterisch entwertet werden. In der Folge sinkt die Qualität eines Geschäftsbereichs.



Satzungstext

§ 5 Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen müssen sich in Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbgebung und Proportion der Gebäudearchitektur unterordnen. Dabei dürfen wesentliche architektonische Gliederungselemente wie Brüstungsbänder, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Lisenen und Stuckarbeiten nicht überdeckt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden. Werbeanlagen müssen sich in Materialwahl, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk anpassen.
- (2) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind in Ausbildung, Lage, Beleuchtung, Farbe und Materialwahl aufeinander abzustimmen.

Gebäude, die als Eckgebäude konzipiert sind, wirken in mehrere Straßenzüge hinein. Daher sind deren Werbeanlagen auch auf diese Situation auszurichten. Aus einem bestimmten Blickwinkel des öffentlichen Raumes sind daher beide Werbeanlagen sichtbar, aus anderen Blickwinkeln jeweils nur eine Anlage. Kombiniert werden können diese Anlagen noch mit einem Werbeausleger.

Die Werbeanlagen sind auf die Nahwirkung ausgelegt und richten sich an die Passanten. Zur besseren Lesbarkeit der Werbeanlagen ist deren Anbringungsort auf die Fläche der Erdgeschosszone bis einschließlich der Brüstung des 1. Obergeschosses beschränkt. Diese Befestigungshöhe und die Höhen der Werbeanlagen sind auf den ortsnahen Fußgänger ausgerichtet.

Großmaßstäbliche Straßenräume können andere Dimensionen von Werbeanlagen erforderlich machen, da die Sichtbarkeit und Lesbarkeit der Werbung aus dem weit gefassten Straßenraum möglich sein muss. Ausnahmen zu den Größensfestlegungen dieser Satzung können daher gestattet werden, wenn entsprechende Größendimensionen der Gebäudeteile oder auch bestimmte Blickbeziehungen aus dem Straßenraum dieses rechtfertigen. So können einzelne Logos oder auch Gebäudebezeichnungen auch oberhalb der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses angebracht werden. Damit eine Lesbarkeit in diesen Fällen gewährleistet ist, können dann Werbeanlagen bis zu 1,00 m Höhe gestattet werden.



Werbeanlagen an Eckgebäude am Sternplatz



Gebäudebezeichnung/Logo am oberen Gebäudeabschluss

Satzungstext

- (3) Für jede Gewerbeeinheit sind maximal eine, bei Eckgebäuden zwei Werbeanlagen in Einzelbuchstaben und ein Werbeausleger zulässig. Ausnahmen können aufgrund einer besonderen räumlichen Größe, Ausbildung und Lage eines Betriebes gestattet werden.
- (4) Werbeanlagen dürfen nur im Erdgeschossbereich, bezogen auf das jeweilige Niveau der öffentlichen Verkehrsfläche, einschließlich der Brüstung des 1. Obergeschosses (OG), höchstens jedoch 1,00 m über Oberkante Fußboden des 1. OG, angebracht werden.
- (5) Ausnahmsweise kann eine Werbeanlage (z.B. als Gebäudebezeichnung) mit einer maximalen Höhe von 1,00 m gestattet werden, wenn gestalterische Gründe oder eine entsprechende Größendimension des Gebäudes dies rechtfertigen. Diese darf auch oberhalb der Brüstung des 1. OG angebracht werden.
- (6) Mit Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart ist die Werbeanlage zu beseitigen.

Schaufenstergestaltung

Neben den allgemein möglichen Werbeanlagen kann ergänzend nur eine untergeordnete Produktwerbung (Fremdwerbung) gestattet werden, welche sich der Eigenwerbung des Betriebes deutlich unterordnet. Bei der inneren Schaufenstergestaltung und -dekoration ist ebenfalls Zurückhaltung geboten. Auch innerhalb des Gebäudes aufgehängte Plakate oder Großdrucke auf Stoff, Pappe o. ä. gelten als Werbeanlagen, wenn sie in den Straßenraum hineinwirken.

Schaufenster dürfen dauerhaft weder zugeklebt, noch gestrichen oder verdeckt sein, um den Blickkontakt zwischen Ladeninnenraum, Schaufensterauslage und dem Außenraum zu gewährleisten und die Laufwege im Straßenraum nicht zu unterbrechen. Möglich sind Abdeckungen der Schaufensterflächen für eine kurzfristige Zeit, z.B. im Rahmen einer Geschäftseröffnung.

Beleuchtung der Werbeanlagen

Die Kabelführung und das technische Zubehör beleuchteter Werbeanlagen sind so auszubilden, dass sie nicht sichtbar sind. Eine Möglichkeit ist die Verlegung der Kabel innerhalb der Rohre einer metallischen Unterkonstruktion. Denkbar ist auch die Verlegung der Kabelführung unter Putz.



zurückhaltende Schaufenstergestaltung



selbstleuchtende Werbeanlage



hinterleuchtete Werbeanlage

Satzungstext

- (7) Neben den Werbeanlagen ist nur eine untergeordnete Produktwerbung (Fremdwerbung) zulässig, die sich hinsichtlich der Größe der Eigenwerbung deutlich den Hauptwerbeanlagen unterordnet.
- (8) Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft vollständig beklebt, zugehangen oder zugestrichen werden.
- (9) Durch beleuchtete Werbeanlagen dürfen keine störenden Wirkungen auf lichtgestalterische Maßnahmen in der Umgebung oder öffentliche Bereiche ausgehen.
- (10) Bei beleuchteten Werbeanlagen ist eine unmittelbare Sicht auf das Leuchtmittel beziehungsweise die Lichtquelle auszuschließen. Unzulässig ist die sichtbare Führung von Kabeln und technischem Zubehör.

Werbeanlagen an Geschäftsgebäuden mit mehreren Nutzern

Werbeanlagen an Geschäftsgebäuden, in denen intern erschlossen mehrere Nutzungseinheiten ansässig sind, sollen sich nach außen in einer Werbeanlage zusammengefasst darstellen. Diese ausnahmsweise zulässige Gesamtanlage ist möglich, da die einzelnen Nutzer oftmals nicht die Möglichkeit haben, nach Außen zu werben, weil sie keinen direkten Zugang zum öffentlichen Raum haben. Weiterhin ermöglicht die zumeist größere Dimensionierung vorgenannter Gebäude auch eine größere Werbefläche, indem man das Größenverhältnis der Gebäude prozentual auf die Werbung überträgt. Oftmals verfügen Geschäftsgebäude, die mehrere Gewerbeeinheiten beinhalten, auch über eine Gebäudebezeichnung, die eine übergeordnete Funktion erfüllt.

Über den einzelnen Ladeneingängen sind zusätzlich zu einer zusammenfassenden Werbeanlage auch einzelne Werbeanlagen über den Eingangsbereichen der Ladenlokale zulässig.

Dabei sind alle Bauvorschriften für Werbeanlagen nach § 7 dieser Satzung zu beachten. Die Festsetzung nach § 7 Abs.1 gilt sinngemäß jeweils für die einzelne Werbeanlage des Werbefeldes und für die zusätzlichen Werbeanlagen über den Eingängen der Ladenlokale.



Forum in Richtung Sternplatz



Gesundheitszentrum am Sternplatz

Satzungstext

(11) Ausnahmsweise gilt für Geschäftsgebäude mit mehreren Nutzern, bei denen sich die Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte zusätzlich in einer Werbeanlage zusammengefasst darstellt:

- Die Größe, die Ausbildung und der Anbringungsort des Werbefeldes ist abhängig von der Dimension des Gesamtbaukörpers und kann abweichend der § 5 Abs. 3 und Abs. 4 dieser Satzung ausgeführt werden.
- Auf den Gebäudeseiten zu den öffentlichen Plätzen und Straßen ist je Gebäude nur ein Werbefeld zulässig.
- Zusätzlich sind einzelne Werbeanlagen über den Eingangsbereichen der Ladenlokale gemäß den Bestimmungen dieser Satzung zulässig.

Unzulässige Werbeanlagen

Um den allgemeinen stadtgestalterischen Zielen und Anforderungen dieser Satzung gerecht zu werden, sind Werbeanlagen an bestimmten Gebäudeelementen, Einfriedungen und Toren nicht zulässig. Die Werbung soll Rücksicht auf die charakteristischen Eigenarten des Orts- und Straßenbildes, insbesondere auf Architektur und Baustil der Gebäude nehmen. Die wesentlichen (prägenden, gliedernden und/oder belebenden) Fassadenteile oder sonstigen dekorativen Bauglieder dürfen durch Werbung nicht in störender Weise überdeckt oder durchschnitten werden.

Neben der klassischen Geschäftswerbung gibt es weitere Werbeanlagen, die sich störend auf das Gesamterscheinungsbild der Innenstadt und auf die vorhandene Wohnnutzung auswirken können. Hierzu zählen vor allen Dingen großflächige Werbeelemente wie Tafeln, Poster, Spannbänder, Transparente, Werbefahnen, Werbebanner und Werbepylone. Die Stadt Lüdenscheid hat bei der Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes ganz bewusst besonderen Wert auf eine klare und zurückhaltende Platzgestaltung gelegt. Hierzu trägt eine dezente Lichtplanung ohne die üblichen Mastleuchten und eine reduzierte öffentliche Außenmöblierung bei. Unterstützend hierzu soll großflächige Werbung ausgeschlossen werden. Hierzu gehören auch Dauerinstallationen aus zusammengebundenen Luftballonen, die in ihrer Gesamtwirkung auch großflächig wirken.

Unzulässig sind auch aufdringliche, blinkende oder grelle Lichtwerbungen, die in Lüdenscheid als Stadt des Lichtes die Lichtinstallationen überstrahlen und somit zunichte machen würden.

Ausnahmsweise können an einzelnen, mittels eines Vertrages geregelten Standorten freistehende, hochwertige und beleuchtbare CLP-Werbevittrinen mit einer Plakatgröße von max. 2,00 m² zugelassen werden, welche einseitig als Werbeträger dienen. Die andere Seite der zweiseitigen Werbeträger ist für städtische oder kulturelle Information freizuhalten. Diese ausnahmsweise zulässigen Werbeträger sind nur an Standorten zulässig, die das Stadtbild nicht beeinträchtigen und sicherstellen, dass die städtischen Informationen an dieser Stelle der allgemeinen Bevölkerung dienlich sind.



CLP-Vitrine an der Altenaer Straße (Visualisierung)

Satzungstext

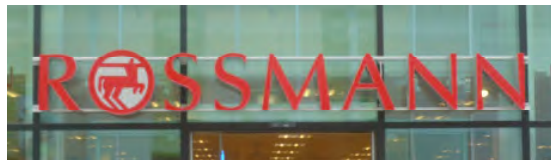
Werbeanlagen

§ 6 Nicht genehmigungsfähige Werbeanlagen

- (1) Unzulässig sind Werbeanlagen an:
 - a. Erkern, Balkonen, Loggien, Kanzeln und anderen gliedernden Fassadenelementen,
 - b. Einfriedungen und Toren,
 - c. Fensterläden und Rolläden,
 - d. Markisenoberseiten,
 - e. Dächern und Dachteilen oberhalb der Trauflinie beziehungsweise des Attikaabschlusses,
 - f. Giebelflächen oberhalb der Trauflinie.
- (2) Nicht zulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht wie Laufschriften, periodische Wechselwerbung sowie Skybeamer und Anlagen mit ähnlicher Wirkung.

Werbung in Form von Einzelbuchstaben

Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben reduzieren die Werbung auf das notwendige Maß und gelten als zeitgemäße, hochwertige Gestaltung der Werbeanlage. Neben aufgemalten und in den Putz eingelassenen Werbeschriften sind auf die Fassade gesetzte Einzelbuchstaben oder zusammenhängende Schriftzüge in Schreibschrift besonders angenehm, da die Fassade zwischen den einzelnen Buchstaben sichtbar ist und somit trotz Werbung als eine weitgehend ungestörte architektonische Einheit erhalten bleibt. Demgegenüber führen Flachtransparente als beleuchtbare Werbekästen zu einem Zerschneiden der Fassadenfläche, da die eigentliche Fassade hinter dem Flachtransparent verschwindet. Ein weiterer Nachteil ist, dass der Betrachter stets von unten oder seitlich gegen die Kastenseiten blickt und die Fassaden in den oberen Geschossen nicht mehr wahr genommen werden. Der Blick bleibt an der Werbeanlage „hängen“ und schweift nicht mehr an der Fassade entlang. Um ein positives Stadtbild zu fördern, wird in der Werbesatzung eine Werbung in Form von Flachtransparenten ausgeschlossen. Die Höhe der Werbeanlagen ist abgestimmt auf die Lesbarkeit aus dem öffentlichen Raum. Die heutige Technik benötigt für die Beleuchtung einer Werbeanlage max. 15 cm Tiefe. Ein Abstand zur nachbarlichen Gewerbeeinheit muss mittels eines Abstandes der Werbeanlage zum Gebäudeabschluss eingehalten werden. Um einen ausgewogenen Eindruck auch bei Dunkelheit beizubehalten, ist die Leuchtdichte der Einzelbuchstaben auf die Fassadenhelligkeit abzustimmen. So ist ein Verhältnis von 2:1 vorgegeben. Dies bedeutet, dass bei einer Leuchtdichte der Fassade von 0,5 cd/m² die Einzelbuchstaben einen Wert von max. 1 cd/m² haben können. Die Leuchtdichte ist unter § 4 (3) dieser Satzung definiert.



Beispiele von Werbeanlagen in Einzelbuchstaben

Satzungstext

§ 7 Horizontale Werbeanlagen

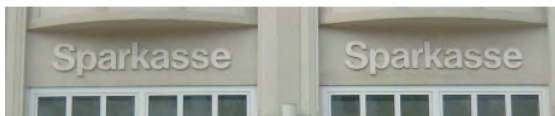
- (1) Zulässig sind horizontale Werbeanlagen, die in Einzelbuchstaben ausgeführt werden, bis zu einer Höhe von 0,6 m, einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe und einer Gesamtgröße je Anlage von maximal 3 m².
- (2) Die Einzelbuchstaben können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Einzelbuchstaben soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten.
- (3) In Ergänzung zu beziehungsweise anstelle von Einzelbuchstaben ist ausnahmsweise auch ein Firmen-Logo, bei Eckgebäuden ausnahmsweise auch zwei Logos, bis zu einer Höhe von 0,6 m und einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe zulässig.
- (4) Horizontale Werbeanlagen müssen mindestens einen seitlichen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußenecken haben.

Ausführung und Befestigung der Einzelbuchstaben

Um die Gebäudearchitektur in den Vordergrund zu setzen, sind die Werbeanlagen so zu gestalten, dass die Einzelbuchstaben entweder direkt auf die Fassade zu montieren sind oder auf einer zurückhaltenden Unterkonstruktion. Werbeanlagen sollen als eine Einheit mit dem Gebäude verstanden werden, daher ist das Aufbringen von Einzelbuchstaben auf einer bestehenden Blende oder auf einer andersfarbigen Fassadenfläche, welche zu einem Zerschneiden der Fassadenfläche führen würde, nicht zulässig. Bewährt haben sich filigrane, metallische Unterkonstruktionen. In Einzelfällen kann als Untergrund auch ein transparentes Trägermaterial in Form einer Glas- oder Plexiglasscheibe verwendet werden. Unterkonstruktionen dieser Art lassen die Fassade durchscheinen und bilden keine optische Trennung zwischen Erd- und Obergeschoss.

Werbeausleger

Unter dem Begriff der Werbeausleger sind alle winkelig zur Fassade angebrachten Formen der Außenwerbung zusammengefasst. Ausleger ragen in den Straßenraum hinein, werden dadurch weithin sichtbar und können aus diesem Grund kleiner dimensioniert werden. Die Maße der Werbeanlagen sind abgestimmt auf die Lesbarkeit aus dem öffentlichen Raum. Die heutige Technik benötigt für die Beleuchtung max. 25 cm Tiefe. Werbeausleger sollen an den tragenden Bauteilen einer Fassade, wie z.B. Stützen, Pfeiler angebracht werden. Die Anordnung über oder unter Fensteröffnungen, d.h. in einer Fensterachse ist nicht zulässig. Ein Abstand zur nachbarlichen Gewerbeeinheit muss mittels eines Abstandes der Werbeanlage zum Gebäudeabschluss eingehalten werden.



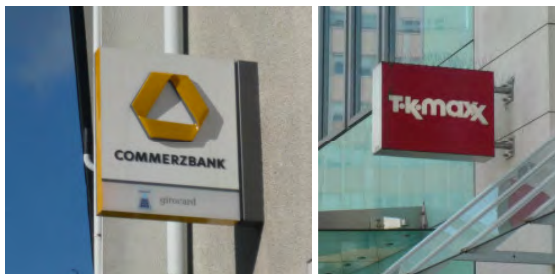
Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade gebracht



Einzelbuchstaben auf metallischer Unterkonstruktion



Einzelbuchstaben auf transparentem Material



Beispiele von Auslegerwerbung

Satzungstext

- (5) Die Einzelbuchstaben sind entweder direkt auf die Fassade aufzubringen oder auf einer dezenten und filigranen Unterkonstruktion.
- (6) Das Aufbringen von Einzelbuchstaben auf einer andersfarbigen Fassadenfläche, die sich von der Gesamtarchitektur absetzt, oder auf einer Blende, ist nicht zulässig.

§ 8 Werbeausleger

- (1) Zulässig sind Werbeausleger bis zu einer maximalen Fläche von 0,8 m x 0,8 m, einer Auskragung von 0,95 m und einer Tiefe von 0,25 m. Diese können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Werbeausleger soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten und keine störende Wirkung auf lichtgestalterische Maßnahmen haben.
- (2) Werbeausleger dürfen nur auf den konstruktiv tragenden Bauteilen einer Fassade (Stützen, Pfeiler, Mauervorlagen) und nicht in einer Fensterachse angeordnet werden.
- (3) Werbeausleger müssen mindestens einen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußen-ecken haben.

Fensterfolierung

Fensterfolierungen sind ebenfalls eine Form der Werbung. Um eine störende Häufung der Werbeanlagen zu verhindern, sind nur zwei Werbeanlagen je Gewerbeeinheit zulässig. Bei Anbringung einer Fensterfolierung muss auf eine Werbeanlage verzichtet werden. Bei der Fensterfolierung sind filigrane Schriftzüge, zurückhaltende Farbgestaltung und einzeln angeordnete Werbezeichen zu verwenden. Bei der Flächenermittlung einer Fensterfolierung aus Einzelbuchstaben wird analog zu den zuvor erläuterten Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben gemäß § 4 Abs. 2 dieser Satzung eine rechteckige geometrische Form um die Werbeanlage gelegt, um dessen Gesamtfläche zu ermitteln. Die zulässigen 25% an Fensterfolie lassen einen Blickkontakt zwischen Ladeninnenraum und dem Außenraum zu und vermeiden ein Unterbrechen der Lauflage im Straßenraum.

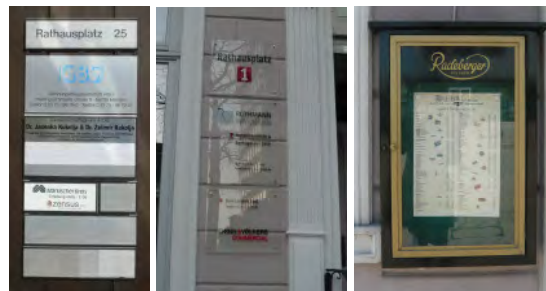
Hinweisschilder für freie Berufe und Schaukästen

Hinweisschilder für freie Berufe sind bis zu einer Größe von 0,25 m² zulässig. Diese gelten nicht als Werbeanlagen, sondern sollen nur einen Hinweis über die im Gebäude befindlichen Nutzungen geben. Eine zurückhaltende Gestaltung ist anzuraten (z. B. transparente Glasschilder etc.). Mehrere Hinweisschilder sind möglichst zusammenhängend am Gebäude zu positionieren und einheitlich zu gestalten.

Schaukästen dienen der Außendarstellung verschiedener Arten von Mitteilungen. Sie sollen in Augenhöhe errichtet werden, ihre Dimension ist beschränkt und ihre Lage auf die Fassadenstruktur abzustimmen.



Beispiel einer Fensterfolierung



Beispiele von Hinweisschildern für freie Berufe in zusammenhängender Form und Schaukästen

§ 9 Fensterfolierungen

- (1) Als Alternative für eine horizontale Werbeanlage oder einen Werbeausleger ist eine Fensterfolierung zu Werbezwecken zulässig, die farblich und gestalterisch zurückhaltend ist und aus Einzelbuchstaben beziehungsweise einem Firmenlogo besteht.
- (2) Die Fensterfolierung darf nicht mehr als 25% der Glasfläche verdecken.

§ 10 Hinweisschilder und Schaukästen

- (1) Hinweisschilder für freie Berufe dürfen je Nutzer eine Größe von 0,25 m² nicht überschreiten. Mehrere Hinweisschilder an einem Gebäude sind in Gruppen zusammenzufassen. Sie sind in Material, Farbe, Ausbildung und Format einheitlich zu gestalten.
- (2) Schaukästen an Gebäuden sind nur für kommunale-, kirchliche- und Vereinsmitteilungen sowie gastronomische Mitteilungen (Speise- und Getränkekarten) zulässig. Sie dürfen in der Größe nur maximal 0,25 m² betragen und gegenüber der Fassade maximal 0,15 m vorstehen.

Erforderliche Unterlagen für das Baugenehmigungsverfahren

Zum Bauantrag von Werbeanlagen sind folgende Unterlagen erforderlich:

- Bauantragsformular für Werbeanlagen
(steht zum download bereit unter www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr_anliegen/formulare Formular: Bauantrag/ Antrag auf Vorbescheid, Werbeanlagen)
- Beglaubigter Auszug aus dem Liegenschaftskataster, Katasterplan des Märkischen Kreises
- Farbiges Lichtbild oder farbige Lichtmontage mit Darstellung der geplanten Werbeanlage in Verbindung mit dem Gebäude, mit Erläuterungen bezüglich der Größe und der Ausbildung der Werbeanlage

Die Bauanträge sind in dreifacher Anzahl einzureichen bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauordnungsamt).

Verfahrensregelungen

§ 11 Bauantrag

Für alle Werbeanlagen ist ein Bauantrag gemäß § 63 und § 69 BauO NRW erforderlich. Dieser ist schriftlich mit allen für seine Bearbeitung sowie für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen und Bauvorlagen in ausreichender Anzahl bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauaufsichtsbehörde), einzureichen.

Ausnahmen, Abweichungen und Ordnungswidrigkeiten

Zulässigkeit von Ausnahmen und Abweichungen

Mögliche Abweichungen hinsichtlich der Art des Anbringungsortes und der Dimensionierung der Werbeanlagen sind in Einzelfällen möglich. Dies kann in Betracht kommen, wenn die Dimensionierung des Gebäudes, des Grundstücks dieses zulässt oder sogar erfordert. In Einzelfällen können auch baugestalterische Gründe für eine Abweichung sprechen. Die Ziele der Satzung sollen mit der abweichenden Lösung besser verwirklicht werden. So kann z. B. von vorgenannten Anforderungen abgewichen werden, wenn dem Vorhaben eine architektonisch harmonische Gesamtkonzeption zugrunde liegt.

Mögliche Ausnahmen sind in den einzelnen Paragraphen definiert. So ist es im Einzelfall möglich, auf die verschiedenen Belange der Eigentümer und Nutzer einzugehen.

Die Werbeanlagen sollen jedoch mit Rücksicht auf das Gesamtbild der Fassade so angeordnet werden, dass die gestalterischen Qualitäten einer Fassade oder eines baulichen Ensembles nicht verloren gehen. Die Lage und Proportion einer Werbeanlage muss sich der Fassadenstruktur anpassen und sich harmonisch einfügen.



Werbeanlagen, der Architektur untergeordnet

§ 12 Abweichungen

Abweichungen können nach § 73 und § 86 Abs. 5 BauO NRW im Einzelfall hinsichtlich der Art des Anbringungsortes und der Dimensionierung bei größeren Grundstücken, Gebäuden und Fassadenflächen oder aus baugestalterischen Gründen zugelassen werden, wenn eine abweichende Gestaltung die Ziele dieser Satzung besser verwirklicht, die Einhaltung der Vorschriften mit besonderen Schwierigkeiten verbunden ist oder mit den Zielen dieser Satzung besser in Einklang zu bringen ist. Dabei dürfen nicht mehr als drei Werbeanlagen je Gewerbeeinheit von Straßen, Wegen und Plätzen vom jeweiligen Betrachter gleichzeitig wahrgenommen werden.

Anträge für Abweichungen und Ausnahmen von dieser Satzung sind schriftlich an die Stadt Lüdenscheid zu richten und zu begründen, sofern sie nicht in einem Bauantragsverfahren abgehandelt werden. Dem Antrag sind alle für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen beizufügen.

Ordnungswidrigkeiten

In § 14 dieser Satzung werden die Tatbestände aufgeführt, die eine Ordnungswidrigkeit darstellen. In § 84 Abs. 1 Nr. 20 Bau O NRW wird das vorsätzliche oder fahrlässige Zuwiderhandeln gegen Satzungen nach § 86 „Örtliche Bauvorschriften“ Bau O NRW angeführt.

Nach § 84 Abs. 3 wird das Bußgeld genannt, welches im Falle des Verübens einer Ordnungswidrigkeit zu entrichten ist. Das Bußgeld legalisiert nicht das ordnungswidrige Verfahren, sondern unabhängig davon besteht die Forderung, den satzungsgemäßen Zustand herzustellen.

§ 13 Ordnungswidrigkeiten

(1) Ordnungswidrig gem. § 84 Abs. 1 Nr. 20 Bau O NRW handelt,

- wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die erforderliche Genehmigung errichtet oder ändert.
- wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage entgegen der genehmigten oder erlaubten und vorgelegten Bauvorlagen ausführt.
- 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.

(2) Für Maßnahmen, die nicht der Satzung entsprechen und für die keine Abweichung zugelassen wurde, kann der Rückbau angeordnet werden.

Inkrafttreten

Die vorliegende Werbesatzung des Stadt Lüdenscheid ersetzt die bisher geltende Satzung über die „Örtlichen Bauvorschriften im Bereich des Sternplatzes vom 19.12.1997“.

§ 14 Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt mit dem Tage nach Ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt die Satzung der Stadt Lüdenscheid über örtliche Bauvorschriften im Bereich Sternplatz vom 19.12.1997 außer Kraft.

Gemäß § 7 Abs. 6 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen kann eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung beim Zustandekommen dieser Satzung nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden, es sei denn,

- a) eine vorgeschriebene Genehmigung fehlt oder ein vorgeschriebenes Anzeigeverfahren wurde nicht durchgeführt,
- b) diese Satzung ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekannt gemacht worden,
- c) die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister hat den Ratsbeschluss vorher beanstandet oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Gemeinde vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.

