

Werbesatzung der Hansestadt Herford der Alt- und Neustadt vom 22.11.2019

über besondere Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten im dafür festgelegten Geltungsbereich.

Der Rat der Hansestadt Herford hat in seiner Sitzung am 20.09.2019 gemäß § 7 der Gemeindeordnung für das Land NRW, in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.07.1994 (GV.NRW S. 666), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 11. April 2019 (GV. NRW. S. 202) in Verbindung mit § 89 Landesbauordnung NRW vom 21. Juli 2018 (GV. NRW. S. 421) in der derzeit geltenden Fassung folgende Werbesatzung erlassen:

Inhaltsverzeichnis

- Präambel
- Begriffsdefinitionen
- § 1 Örtlicher Geltungsbereich
- § 2 Sachlicher Geltungsbereich
- § 3 Allgemeine Anforderungen
- § 4 Gestaltung von Werbeanlagen
- § 5 Unzulässige Werbeanlagen
- § 6 Beleuchtung von Werbeanlagen
- § 7 Warenautomaten
- § 8 Abweichungen
- § 9 Ordnungswidrigkeiten
- § 10 Inkrafttreten

Präambel

Die Bewahrung und behutsame Weiterentwicklung der historischen Innenstadt Herfords ist ein städtebauliches, kulturelles und gesellschaftliches Anliegen von hoher Bedeutung und steht im Interesse der Allgemeinheit. Das über die Jahrhunderte gewachsene Stadtbild verlangt bei seiner zeitgemäßen Fortentwicklung Rücksicht auf den historischen Baubestand und den Stadtgrundriss. In diesem Zusammenhang ist auch die Anordnung, Größe sowie Ausführung einer Werbeanlage maßgeblich, um keine dominante oder störende Wirkung gegenüber dem historischen Baubestand einzunehmen.

Der Geltungsbereich der Werbesatzung der Hansestadt Herford umfasst insbesondere den Fußgängerbereich der Innenstadt. Die heutige Herforder Innenstadt, welche ehemals aus den Stadtteilen „Radewig“, „Altstadt“ und „Neustadt“ bestand, ist im Verlauf der Jahrhunderte sowohl räumlich als auch administrativ zu einer Gesamtstadt zusammengewachsen. Die Werbesatzung bezieht sich jedoch nur auf die Stadtteile „Altstadt“ und „Neustadt“. Für den Stadtteil „Radewig“ wird eine separate Werbesatzung entworfen, da dieser von der Aa sowie dem Stadtgraben ganzheitlich umschlossen ist und sich demnach städtebaulich von der Alt- und Neustadt abgrenzt.

Der Geltungsbereich der Werbesatzung für die Alt- und Neustadt ist dem Anhang zu entnehmen.

Die Altstadt der Herforder Innenstadt ist trotz der Kriege, Bombardierungen, der Industrialisierung und Motorisierung bis heute in ihrer ursprünglichen Anlage nahezu unverändert geblieben. Auf dem Gebiet der Altstadt fielen besonders in den Bereichen der Johannis-, Renn- und Brüderstraße sowie des Gehrenbergs ganze Straßenzüge den Bomben zum Opfer. Eine zunächst geplante Neuordnung der Verkehrsführung und eine Verbreiterung der Innenstadtstraßen vom Lübbertor über die Höckerstraße, den Gehrenberg bis zum Alten Markt wurden nicht realisiert. Stattdessen gilt der Gehrenberg bereits seit 1890 als eine der lebhaftesten und wichtigsten Passagen der Stadt.

Erst durch den räumlichen Zusammenschluss der Alt- und Neustadt, durch den Bau der „Mittelstädter Brücke“ im Jahr 1400 (jetziger Bereich des Linnenbauerplatzes), ist der heutige Verlauf der Herforder Innenstadt entstanden. Die Neustadt ist, im Gegensatz zur Altstadt, planmäßig gewachsen und weist ebenso eine heterogene Gebäudestruktur auf, welche bis zur Nachkriegszeit reicht. Die hohe geschichtliche Bedeutung der Herforder Innenstadt wird insbesondere aufgrund der vielen vorhandenen Baudenkmäler deutlich. Die Baudenkmäler können dem Anhang entnommen werden.

Das Ziel der Werbesatzung ist es, die historische Innenstadt mit ihrer architektonischen Vielfalt in ihrem äußeren Erscheinungsbild zu bewahren und vor allem auch qualitativ zu verbessern. Um dies zu erreichen, enthält die Satzung gestalterische Vorgaben für Werbeanlagen und Warenautomaten. Werbeanlagen haben einerseits die Aufgabe, auf Gewerbe und Beruf hinzuweisen, um auf das Angebot aufmerksam zu machen, gleichzeitig müssen sie jedoch auch als Bestandteil der jeweiligen architektonischen Fassadengestaltung eines Gebäudes und des Straßenbildes agieren, um sowohl an der Qualitätssicherung als auch Qualitätssteigerung des öffentlichen Raumes mitzuwirken.

Die Werbesatzung dient ebenfalls dazu, die Bereiche der Innenstadt gestalterisch zu sichern, die bislang von keinem rechtsverbindlichen Bebauungsplan abgedeckt sind. Für die Bereiche, die innerhalb eines rechtsverbindlichen Bebauungsplanes liegen, gelten die dort jeweils festgesetzten örtlichen Bauvorschriften.

Begriffsdefinitionen

Werbeanlagen gem. § 10 BauO NRW 2018

Werbeanlagen (Anlagen der Außenwerbung) sind alle ortsfesten Einrichtungen, 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, Schaukästen sowie für Zettelanschläge und Bogenanschläge oder für Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

Mobile Werbeanlagen

Mobilie Werbeanlagen sind auf dem Boden stehende, selbsttragende und transportable Konstruktionen in Form von Klapptafeln, Fahnen, Banner o.ä., die der Werbung dienen.

Hinweisschilder

Hinweisschilder enthalten Informationen zu Namen, Beruf, Öffnungszeiten, Telefonnummern o.ä. an den Zugängen zu den entsprechenden Nutzungen.

Dunkler Funktionsstreifen & taktiler Leitsystem

Der Funktionsstreifen gliedert die Herforder Innenstadt und ist als dunkle Pflasterung erkennbar. Der taktile Leitstreifen zieht sich ebenfalls durch die Innenstadt und ist als „Rillenpflasterung“ erkennbar. → Abbildung Seite 21 der Begründung

§ 1

Örtlicher Geltungsbereich

Der örtliche Geltungsbereich umfasst große Teile der Innenstadt und gilt insbesondere für die, den Fußgängerbereichen zugewandte, Bebauung. Die genaue Abgrenzung ist dem Plan zu entnehmen, der als Anlage 1 Bestandteil dieser Satzung ist.

§ 2

Sachlicher Geltungsbereich

(1) Die Satzung ist, gemäß § 89 Abs. 1 Nr. 1 und 2 BauO NRW 2018 anzuwenden

1. auf die äußere Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten
2. bei allen Veränderungen, Ergänzungen, Errichtungen, Aufstellungen und Anbringungen von Werbeanlagen

(2) Ausgenommen von (1) sind temporäre Werbeanlagen

1. Für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und Jubiläums- sowie Schlussverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung. Insgesamt darf eine Dauer von 30 Tagen pro Jahr jedoch nicht überschritten werden.
2. Der/ Die Verantwortliche hat sicherzustellen, dass die Werbeanlagen innerhalb einer Woche nach Beendigung der Veranstaltung entfernt werden.

(3) Für Werbeanlagen und Warenautomaten, die laut § 62 Abs. 1 Nr. 12a-b BauO 2018 NRW genehmigungsfrei sind, wird eine Genehmigungspflicht eingeführt. Für Baudenkmäler können andere und weitergehende Anforderungen gelten. Ausgenommen sind Hinweisschilder in einer Größe von bis zu 0,1 m²

(4) 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 Genehmigung erforderlich.

(5) Die Genehmigungspflicht nach anderen öffentlich rechtlichen Regelungen, wie dem Denkmalschutzgesetz NRW, bleibt unberührt. Die Gebäude, welche dem Denkmalschutz unterliegen sind im Anhang 3 und 4 sowohl textlich als auch zeichnerisch aufgelistet. Für Baudenkmäler ist vor der Anbringung von Werbeanlagen die Erlaubnispflicht nach § 9 DSchG NRW einzuholen.

(6) Im Geltungsbereich von Bebauungsplänen gelten die Vorschriften dieser Satzung zu Werbeanlagen nur, soweit durch Festsetzungen des Bebauungsplanes nicht abweichende Regelungen getroffen wurden.

§ 3

Allgemeine Anforderungen

(1) Werbeanlagen sind nach Lage, Größe, Form, Farbe, Material, Konstruktion und Detail so zu wählen, dass die architektonische Gestaltung und Gliederung der Gebäudefassaden ergänzt und nicht beeinträchtigt wird. Die Vorgaben dieser Werbesatzung sind entsprechend einzuhalten.

(2) Ist die Stätte der Leistung aufgegeben worden, sind zugehörige Werbeanlagen einschließlich aller Befestigungsteile unmittelbar zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

§ 4

Gestaltung von Werbeanlagen

(1) Pro Geschäft oder Betrieb und zu jeder Straßenseite ist max. eine parallele Werbeanlage und max. ein Ausleger zulässig. Bei Fassadenbreiten von mehr als 20 m kann ausnahmsweise eine weitere Werbeanlage zugelassen werden.

(2) Die zulässige Gesamtwerbefläche beträgt pro Gebäude ein Viertel der jeweiligen Gebäudefrontlänge in Quadratmeter. Die Einzelwerbeanlage darf 2,0 m² nicht überschreiten. Die Schrifthöhe einer Werbeanlage darf max. 0,45 m betragen; die Gesamthöhe einer Werbeanlage darf max. 0,50 m betragen. Zur Gesamtwerbefläche zählen auch Werbung auf Markisen und auf Schaufenstern, die Ausleger und Firmenzeichen oder Symbole.

(3) Werbeanlagen müssen zu dem Nachbargebäude einen seitlichen Abstand von mindestens 0,40 m einhalten.

(4) Haben mehrere Nutzungseinheiten einen gemeinsamen Eingang (z.B. Passagen), so ist im Eingangsbereich zusätzlich eine einheitlich gestaltete Werbeanlage für alle Nutzungseinheiten zulässig. Diese Gemeinschaftswerbeanlage darf aus mehreren Einzelwerbeanlagen für jede Nutzungseinheit bestehen. Jede Einzelwerbeanlage darf eine maximale Größe von 0,5 m² mit einer maximalen Höhe von 0,5 m und einer maximalen Länge von 2,0 m aufweisen. Die zulässige Gesamtwerbefläche beträgt pro Gebäude ein Viertel der jeweiligen Gebäudefrontlänge in Quadratmeter.

(5) Werbeanlagen dürfen gliedernde und ornamentartige Fassadenelemente wie Lisenen, Gesimse, Pfeiler, Fensterüberdachungen etc. nicht verdecken oder in ihrer Wirkung beeinträchtigen. Werbeanlagen sind auf das Erdgeschoss bis zur Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses zu begrenzen.

(6) Werbeschriften sind waagrecht lesbar als aufgemalte oder plastische Einzelbuchstaben anzuordnen.

(7) Im rechten Winkel zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) dürfen in den Außenabmessungen max. 1,0 m hoch, 1,0 m breit und 20 cm tief sein. Sie dürfen jedoch eine Ansichtsfläche von 0,60 m² nicht überschreiten. Die Halterung des Auslegers ist aus Metall auszuführen.

(8) Die Unterkante des Auslegers muss eine lichte Höhe von mindestens 2,50 m über dem Gehweg einhalten. Ausleger sind auf das Erdgeschoss bis zur Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses zu begrenzen.

(9) Das Bekleben, Beschriften, oder Streichen von Fenster- und Schaufensterscheiben ist bis zu 20 % bei vollflächiger Abdeckung und bis zu 25 % bei Abdeckung mit Einzelbuchstaben der einzelnen Fensterfläche zulässig. Bei der Flächenermittlung einer Abdeckung aus Einzelbuchstaben wird eine geometrische Form um die Beschriftung gelegt.

(10) Das großflächige Verkleben, Verhängen oder Streichen von Fenster- und Schaufensterflächen kann länger als nach § 62 Abs. 1 Nr. 12c BauO NRW vorgegeben und nur für Renovierungs- und Umbauzwecke zugelassen werden.

§ 5

Unzulässige Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen sind unzulässig als senkrecht montierte Kletterschrift, die gliedernde Elemente der Fassadengestaltung überdeckt.

(2) Mobile Werbeanlagen sind im öffentlichen Straßen- und Fußgängerbereich unzulässig als Fahnen und Banner.

(3) Mobile Werbeanlagen als Werbeaufsteller sind unzulässig. Im Einzelfall können Werbeaufsteller zugelassen werden, sofern keine andere Werbemöglichkeit an der Fassade oder in den Schaufenstern besteht. Die Anzahl ist auf einen Werbeaufsteller pro Gewerbeeinheit beschränkt. Das Außenmaß des Werbeaufstellers darf 1,20 m x 0,70 m nicht überschreiten. Der mobile Werbeaufsteller darf den dunklen Funktionsstreifen nicht überschreiten und muss einen Abstand von mindestens 0,60 m von dem taktilen Leitsystem einhalten.

(4) Mobile Werbeanlagen sind baugenehmigungsfrei, bedürfen aber einer Sondernutzungserlaubnis.

§ 6

Beleuchtung von Werbeanlagen

- (1) Die Verwendung von Bildschirmwerbung, Blinkwerbung, Wechsellichtanlagen, laufenden Schriftbändern und Leitlichtanlagen an Fassaden sowie akustische Werbung sind nicht zulässig.
- (2) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein. Sie ist so auszuführen, dass sie sich dem Umgebungslicht (öffentliche Beleuchtung) nach ihrer Beleuchtungsstärke deutlich unterordnet.
- (3) Die Verwendung von grellen Farben ist unzulässig. Als grell gilt eine Farbe oder das Licht, wenn diese blenden, aufdringlich wirken oder in einem auffälligen Missverhältnis zu der jeweiligen Umgebung stehen.
- (4) Selbstleuchtende kastenförmige Anlagen sind nicht zulässig.

§ 7

Warenautomaten

- (1) Warenautomaten sind nur bis zu einer Ansichtsfläche von 1,00 m² und 0,30 m Tiefe zulässig. Je Gebäude ist maximal ein Warenautomat anzubringen. Dieser darf keine Lichtwerbung aufweisen.
- (2) Freistehende Warenautomaten sind unzulässig.
- (3) Die Verwendung von Leuchtfarben und reflektierenden Farben bei Warenautomaten ist nicht zulässig.

§ 8

Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung können Abweichungen gemäß § 69 BauO NRW 2018 gewährt werden, wenn der historische Charakter, die architektonische Eigenart und die städtebauliche Bedeutung des Gebäudes, des Straßen- und Platzbildes nicht beeinträchtigt werden. Über Abweichungen von der Werbesatzung entscheidet die Hansestadt Herford als Bauaufsichtsbehörde. Der Antragsteller hat jede beabsichtigte Abweichung zur fachgerechten Beurteilung mit einer Baubeschreibung zeichnerisch (bemaßt) und schriftlich zu begründen und als Antrag einzureichen.

§ 9

Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne des § 86 (1) Nr. 20 BauO NRW 2018 handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen diese Satzung verstößt. Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 86 (3) mit einer Geldbuße bis zu 100.000 € geahndet werden. Die Höhe des Bußgeldes leitet sich aus der Schwere der Ordnungswidrigkeit ab.

§ 10

Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Veröffentlichung:

Die Bekanntmachung der Gestaltungssatzung der Hansestadt Herford der Alt- und Neustadt erfolgte am 04.12.2019 durch Veröffentlichung im Amtsblatt Nr. 38/2019

alte Fassung