

Satzung über besondere Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten sowie über deren äußere Gestaltung (Werbegesetz) für den Ortskern von Nottuln

Stand: Entwurf zum Satzungsbeschluss, 28.07.2009

Der Rat der Gemeinde Nottuln hat in seiner Sitzung am __.__.__. auf Grund des § 86 Absatz 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) sowie der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der jeweils geltenden Fassung, die folgende Satzung beschlossen:

§ 1 Zielsetzung

Der Geltungsbereich der Satzung – der Ortskern Nottulns – nimmt innerhalb des Gemeindegebiets einen besonderen historischen und städtebaulichen Platz ein. Zum Schutz des historisch gewachsenen und identitätsstiftenden Ortsbildes werden an Werbeanlagen und Warenautomaten besondere Anforderungen gestellt. Diese sollen sich in Anzahl, Maßstab und Erscheinungsform in das Ortsbild einfügen.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

Die Gültigkeit dieser Satzung erstreckt sich auf die in der Übersichtskarte (Anlage 1) begrenzten Gebiete. Der Geltungsbereich der Satzung ist in zwei Teilbereiche unterteilt.

Der Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“ umfasst den Stiftsplatz, den Kirchplatz, die Stiftsstraße, den Kastanienplatz, die Domherrngasse sowie die Einmündungsbereiche der angrenzenden Burgstraße, Kurzen Straße, Hagenstraße, Twiaelf-Lampen-Hok und Kirchstraße.

Der Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“ umfasst die nordöstliche Straßenseite der Daruper Straße (tlw.), die nordwestliche Straßenseite des Potthoffs, den Hanhoff und die südwestliche Straßenseite der Heriburgstraße sowie die Einmündungsbereiche der angrenzenden Straßen.

Die Übersichtskarte (Anlage 1), die die genauen Abgrenzungen festsetzt, ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

(1) Gemäß § 65 Abs. 1 Satz 1 Nr. 33b BauO NRW sind Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung baugenehmigungsfrei, wenn die Werbeanlagen den Festsetzungen der Satzung entsprechen. Sonstige Anforderungen insbesondere aufgrund der Bestimmungen des Denkmalschutzgesetzes werden durch diese Satzung nicht berührt.

(2) Die Bestimmungen dieser Satzung sind anzuwenden, sobald innerhalb des Geltungsbereichs Werbeanlagen oder Warenautomaten verändert oder neu errichtet werden sollen.

(3) Diese Satzung gilt nicht für

- Hinweisschilder mit einer Fläche von weniger als 0,25 qm, die nur Inhaber, Art und Öffnungszeiten eines Betriebes nennen.
- Werbeanlagen, die vorübergehend anlässlich kultureller, politischer oder sonstiger Veranstaltungen angebracht werden sowie
- Werbeanlagen, die vorübergehend anlässlich von Wahlen und Abstimmungen durch politische Parteien angebracht oder aufgestellt werden.

§ 4 Begriffsbestimmungen

(1) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel und Bogenanschlätze der Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

(2) Eine Werbeanlage kann aus mehreren Wörtern und Logos bestehen, wenn sie insgesamt einheitlich gestaltet ist.

(3) Auslegerwerbung bezeichnet Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Gebäudewand angebracht werden.

(4) Maßgeblich für die in dieser Satzung festgelegten Abmessungen und Flächenmaße der Werbeanlagen ist das die Werbeanlage umschließende Rechteck.

§ 5 Anzahl, Größe und Gestalt von Werbeanlagen - Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“

(1) Werbeanlagen sind ausschließlich an der jeweiligen Stätte der Leistung zulässig.

(2) Je Nutzungseinheit sind nur zwei Werbeanlage zulässig. Falls eine Nutzungseinheit mehrere Fassadenseiten umfasst, so gilt diese Begrenzung für jede Fassadenseite. Die Werbeanlagen einer Nutzungseinheit dürfen nicht mehr als 40 % der jeweiligen Ladenfrontbreite der Nutzungseinheit, jedoch maximal 5 m einnehmen. Außerdem dürfen Werbeanlagen nicht mehr als 15 % der Geschosshöhe des Geschosses am Anbringungsort einnehmen. Bei Werbeanlagen unterhalb der Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses ist die Erdgeschosshöhe maßgeblich.

(3) Auslegerwerbung darf inklusive der Befestigungen höchstens 0,80 m vor die Bauflucht ragen. Die Stärke darf maximal 0,2 m betragen. Die Ansichtsfläche darf – einseitig und ohne Halterung gemessen – 0,5 m² nicht überschreiten.

(4) Auf der Hauswand und an Vordächern sind nur Schriftzüge mit einzelnen Buchstaben (aufgemalt oder als plastische Schrift) zulässig. Als untergeordnetes Element sind auch maximal zwei Logos je Werbeanlage zulässig. Die Einzelbuchstaben oder Logos müssen direkt auf der Hauswand angebracht werden oder auf einer Tafel, deren Farbe der der Fassade entspricht

(5) Werbeanlagen an Gebäuden sind bis zur Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses zulässig. Befindet sich die Stätte der Leistung nicht im Erdgeschoss, sind Werbeanlagen ausnahmsweise bis zur Unterkante der Fenster des 2. Obergeschosses zulässig.

(6) Unzulässig sind Werbeanlagen

- an Erkern, Balkonen, Loggien, Gesimsen, Gebäudekanten und anderen gliedernden Fassadenelementen,
- auf, an oder in Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie,
- an Einfriedungen und in Vorgärten (dies gilt nicht für je ein Hinweisschild je Nutzungseinheit bis zu einer Ansichtsfläche von maximal 0,3 m² sowie für Schaukästen von Gastronomiebetrieben bis maximal 0,5 m²),
- an Masten, Lampen und an Bäumen.

(7) Ein vollflächiges Abkleben oder Streichen der Schaufenster ist nicht zulässig. Das Abkleben oder Streichen der Schaufenster ist bis zu einem Drittel der jeweiligen Glasfläche zulässig. Ausnahmen bilden Schaufensterwerbungen bei Schluss- und Räumungsverkäufen, Ausverkäufen und zugelassenen Sonderveranstaltungen.

(8) Die Verwendung von Leucht- und Signalfarben sowie reflektierenden Farben ist bei Werbeanlagen unzulässig.

§ 6 Anzahl, Größe und Gestalt von Werbeanlagen – Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“

(1) Werbeanlagen sind ausschließlich an der jeweiligen Stätte der Leistung zulässig.

(2) Je Nutzungseinheit sind nur zwei Werbeanlage zulässig. Bei einer Frontbreite von mehr als 20 m sind je Nutzungseinheit an dieser Fassadenseite drei Werbeanlagen zulässig. Falls eine Nutzungseinheit mehrere Fassadenseiten umfasst, so gilt diese Begrenzung für jede Fassadenseite. Die Werbeanlagen einer Nutzungseinheit dürfen nicht mehr als 70 % der jeweiligen Frontbreite und nicht mehr als 25 % einer Geschosshöhe einnehmen.

(3) Auslegerwerbung darf inklusive der Befestigungen höchstens 1 m vor die Bauflucht ragen. Die Stärke dieser Werbeanlage darf maximal 0,2 m betragen. Die Ansichtsfläche darf – einseitig und ohne Halterung gemessen – 1 m² nicht überschreiten.

(4) Werbeanlagen an Gebäuden sind bis zur Unterkante der Fenster des 2. Obergeschosses zulässig.

(5) Unzulässig sind Werbeanlagen

- an Erkern, Balkonen, Loggien, Gesimsen, Gebäudekanten und anderen gliedernden Fassadenelementen,
- auf, an oder in Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie,
- an Masten, Lampen und an Bäumen.

(6) Ein vollflächiges Abkleben oder Streichen der Schaufenster ist nicht zulässig. Das Abkleben oder Streichen der Schaufenster ist bis zu einem Drittel der jeweiligen Glasfläche zulässig. Ausnahmen bilden Schaufensterwerbungen bei Schluss- und Räumungsverkäufen, Ausverkäufen und zugelassenen Sonderveranstaltungen.

(7) Die Verwendung von Leucht- und Signalfarben sowie reflektierenden Farben ist bei Werbeanlagen unzulässig.

§ 7 Zulässigkeit der Beleuchtung von Werbeanlagen – Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“

(1) Selbstleuchtende Werbeanlagen sind unzulässig. Indirekt beleuchtete Werbeanlagen, bei denen die Lichtquelle vom Straßenraum aus nicht sichtbar ist, sind zulässig. Außerdem sind hinterleuchtete Einzelbuchstaben zulässig (Lichtaustritt nur seitlich, zur Fassade oder in schmaler Kontur zur Straße). Auslegerwerbung ist grundsätzlich ohne Leuchtmittel auszuführen.

(2) Die Verwendung von LED-Anlagen, Bildschirmwerbung, Wechsellichtanlagen, laufenden Schriftbändern, Leitlichtanlagen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind nicht zulässig.

§ 8 Zulässigkeit der Beleuchtung von Werbeanlagen – Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“

(1) Je Nutzungseinheit ist nur eine selbstleuchtende Werbeanlage zulässig. Falls eine Nutzungseinheit mehrere Fassadenseiten umfasst, so gilt diese Begrenzung für jede Fassadenseite. Indirekt beleuchtete Werbeanlagen, bei denen die Lichtquelle vom Straßenraum aus nicht sichtbar ist, sind zulässig. Außerdem sind hinterleuchtete Einzelbuchstaben zulässig (Lichtaustritt nur seitlich, zur Fassade oder in schmaler Kontur zur Straße). Auslegerwerbung ist grundsätzlich ohne Leuchtmittel auszuführen.

(2) Die Verwendung von LED-Anlagen, Bildschirmwerbung, Wechsellichtanlagen, laufenden Schriftbändern, Leitlichtanlagen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind nicht zulässig.

§ 9 Zulässigkeit von Warenautomaten – gesamter Satzungsgebiet

Warenautomaten sind nur bis zu einer Ansichtsfläche von 1,00 m² und 0,30 m Tiefe zulässig. Je Nutzungseinheit ist maximal ein Warenautomat anzubringen. Die Verwendung von Leucht- und Signalfarben sowie reflektierenden Farben bei Warenautomaten ist nicht zulässig. Warenautomaten dürfen keine Lichtwerbung aufweisen.

§ 10 Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung kann nur auf Antrag und in begründeten Einzelfällen gemäß § 73 und § 86 Absatz 5 BauO NRW durch die Bauaufsichtsbehörde eine Abweichung erteilt werden, wenn die Durchführung der Vorschriften im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führt und die Abweichung die Zielsetzung dieser Satzung nicht gefährdet.

§ 11 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig im Sinne des § 84 Abs. 1 Nr. 20 der Bauordnung NRW. Die Ordnungswidrigkeit kann gem. § 84 Absatz 3 der Bauordnung NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

§ 12 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Gleichzeitig tritt die Gestaltungssatzung für den Bereich des Bebauungsplans Nr. 12 „S1“ in der Gemeinde Nottuln vom 18.02.1986 außer Kraft.

Begründung

Allgemeines

Der Ortskern von Nottuln bildet das Verwaltungszentrum und Teil des zentralen Versorgungsbereichs der Gemeinde Nottuln und ist deshalb ein besonderer Anziehungspunkt für die Bewohner Nottulns und des Umlandes. Gleichzeitig ist er insbesondere auf Grund der historischen Bausubstanz auch ein bedeutendes touristisches Ziel.

Der Ortskern Nottulns gilt als Musterbeispiel barocker Stadtplanung und Architektur. Maßgeblich geprägt ist er durch das Werk Westfalens größten Barockbaumeisters, Johann Conrad Schlaun, der nach einem Großbrand im Jahr 1748, der 240 Gebäude zerstörte, den Neuaufbau plante und umsetzte. Längs der Ost-Westachse des ehemaligen Klosterbezirkes, die durch die Kirche und den Lauf des Nonnenbaches vorgegeben war, legte er mittig eine „Große Allee“ an, auf die er alle Neubauten hin ordnete. Schlaun und seine Mitarbeiter haben bis zum Ausbruch des Siebenjährigen Krieges 1756 für Nottuln gearbeitet. Es hat einen Gesamtplan gegeben, der jedoch wegen fehlender Gelder nicht voll ausgeführt wurde. Dennoch hat Nottuln durch J.C. Schlaun ein barockes Stadtbild erhalten - das Flair vergangener Jahrhunderte ist noch heute prägend für den Ortskern. Es entstanden vier bis heute erhaltene große Kuriengebäude.

Im östlichen Bereich der Stiftsstraße lag der Verwaltungs- und Sozialbereich des alten Stiftes Nottuln. Schon im Herbst 1748 war als Verwaltungszentrum für den Amtmann des Stiftes die Alte Amtmannei errichtet worden. Das ursprünglich nur eingeschossige Haus wurde 1784 von Schlauns Schüler Boner durch ein zweites Geschoss mit einem großen Dach darüber erweitert. Die Amtmannei ist der architektonische Eckpfeiler des barocken Ortskerns im Osten und dominierend für die untere Stiftsstraße.

Auch die Kirche wurde nach Schlauns Entwürfen repariert. Sie erhielt ein neues Walmdach und eine Barockhaube, die in der hügeligen Landschaft der Baumberge ein weithin sichtbares, individuelles Erkennungszeichen ist.

Das Ortsbild wurde in der Folgezeit durch zahlreiche weitere Bauten ergänzt, die sich jedoch zum größten Teil in Maß und Gestaltung an das historische Ortsbild anpassen.

Ziel der Gemeinde ist es, diesen für ganz Nottuln identitätsstiftenden Ort mit seinem historischen Charakter zu bewahren und behutsam weiterzuentwickeln. Zeichen hierfür sind unter anderem die Sanierung von historischen Verwaltungsgebäuden oder die Wiederanpflanzung der „Großen Allee“. Zu diesen Bemühungen gehören auch besondere Anforderungen an Werbeanlagen.

Werbung ist nicht wegzudenkender Bestandteil des heutigen Einzelhandels und notwendiges Mittel, um Kunden auf Geschäfte und ihre Angebote aufmerksam zu machen. Gerade in sensiblen Bereichen ist jedoch ein steuerndes Eingreifen notwendig. Zuviel oder gestalterisch nicht an den Ort angepasste Werbung beeinträchtigt die Qualität des Ortsbildes, wirkt in ihrer Häufung beliebig und mindert die Aufenthaltsqualität für Besucher des Ortskerns.

Zur Verhinderung dieser unerwünschten Folgen wurden die Vorgaben der BauO NRW für diesen Bereich als nicht ausreichend erkannt und von der Möglichkeit gemäß § 86 BauO NRW Gebrauch gemacht, nähere Regelungen zu treffen. Erstmals geschah dies bereits bei der Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 12 „S 1“ 1982 durch integrierte Gestaltungsvorschriften. Im Jahr 1986 wurde durch die eigenständige „Gestaltungssatzung für den Bereich des Bebauungsplanes Nr. 12 ‚S 1‘ in der Gemeinde Nottuln“ insbesondere für den Bereich der Werbeanlagen eine aktualisierte Regelung getroffen.

Nach über 20 Jahren ist eine Anpassung an die gegenwärtigen Verhältnisse erforderlich. So ist einerseits eine technische Weiterentwicklung bei Werbeanlagen zu verzeichnen und andererseits sind durch die Rechtsprechung auferlegte Grenzen und Pflichten bei der Aufstellung von Werbesatzungen zu beachten. Darüber hinaus umfasst die neue Satzung einen größeren räumlichen Geltungsbereich, der differenzierte Festsetzungen für verschiedene Teilbereiche des Ortskerns ermöglicht.

Zu den Festsetzungen im Einzelnen:

zu § 1 Zielsetzung:

Werbeanlagen verändern das Erscheinungsbild des Nottulner Ortsbildes. Durch sie kann eine städtebauliche Situation gestützt oder gestört werden. Die Satzung soll insgesamt genug Spielraum für die Kreativität und Freiheit für die Gewerbetreibenden schaffen, aber andererseits das oben beschriebene historische Ortsbild schützen. Durch die Satzung wird ein Zulässigkeitsrahmen abgesteckt, der zwar einerseits die Gewerbetreibenden einschränkt, diese jedoch andererseits von der dadurch steigenden Attraktivität des Ortsbildes insgesamt profitieren lässt.

Die Standortwahl und das Erscheinungsbild der Werbeanlagen müssen nach den unterschiedlichen baulichen, stadtgestalterischen und landschaftlichen Charakteristika eines Ortes erfolgen. Diese bestimmen, welche Werbeanlagen wo und wie platziert werden können, ob sie beleuchtet oder unbeleuchtet sind und welche Gestaltungsformen gestattet sind. Insgesamt soll sich die Werbung in das gewachsene Umfeld einfügen. Das heißt, dass eine Anpassung an das Gebäude selbst, aber auch an das Ortsbild als Ganzes erforderlich ist.

zu § 2 Räumlicher Geltungsbereich

Der Geltungsbereich der Werbesatzung umfasst zwei Teilbereiche. Der erste Teilbereich umfasst den historische Ortskern sowie die Gebäude, die durch unmittelbare Sichtbeziehungen auf den historischen Ortskern einwirken. Dieser Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“ ist auf Grund der oben dargestellten Bedeutung besonders schutzwürdig. Der zweite Teilbereich „Ergänzungsbereich“ umfasst die Randbereiche des Ortskerns insbesondere entlang der Bundesstraße 525 (Potthof, Daruper Straße) und der Heriburgstraße sowie den „Innenhofbereich“ des Gebäudeensembles Hanhoff. Dieser Bereich erfordert die Steuerung durch die Werbesatzung einerseits durch seine Funktion als Entree zum historischen Ortskern und andererseits zur gestalterischen Aufwertung dieser für Nottuln wichtigen Einkaufslage. Durch die unten näher beschriebenen Festsetzungen ist ein differenzierter Umgang mit diesen städtebaulich unterschiedlichen Situationen möglich.

Die in der Anlage beigefügte Abgrenzung ermöglicht eine eindeutige Zuordnung der Gebäude zum Geltungsbereich der Satzung sowie zu den hier ausgewiesenen Teilbereichen. In drei Ausnahmefällen ist es notwendig, die Fassadenseiten eines Gebäudes unterschiedlichen Teilbereichen zuzuordnen. Dies betrifft die Gebäude von-der-Reck-Straße 2/4, Schlaunstraße 1 sowie Schlaunstraße 2/4/6. Hier werden nur die dem historischen Ortskern zugewandten Seiten dem Teilbereich 1 zugeordnet, während diese Notwendigkeit für die übrigen Fassadenseiten nicht besteht und eine Zuordnung zum Teilbereich 2 erfolgen kann (siehe Anlage 1).

zu § 3 Sachlicher Geltungsbereich

Absatz 1 verweist auf § 65 Abs. 1 Satz 1 Nr. 33b BauO NRW. Die dortige Regelung stellt Vorhaben von der Genehmigung frei, wenn diese den Bestimmungen der Satzung entsprechen. So führt diese Werbesatzung zu einer Verfahrenserleichterung für Gewerbetreibende. Nur wenn eine Werbeanlage, der Satzung nicht entspricht, d.h. z.B. wenn der Antragsteller um eine Abweichung gem. § 10 dieser Satzung begehrt, ist eine Baugenehmigung erforderlich. Nichtsdestotrotz ist die Einhaltung der sonstigen öffentlich-rechtlichen Bestimmungen und die im Einzelfall erforderlichen Genehmigungen – insbesondere die des Denkmalschutzes – zu beachten.

Absatz 2 stellt klar, dass die Satzung nur für die Änderung oder die Neuerrichtung von Werbeanlagen gilt – der Bestandsschutz also gewahrt bleibt.

Absatz 3 nennt bestimmte Typen von Werbeanlagen, die bei nur vorübergehender Anbringung nicht in den sachlichen Geltungsbereich der Satzung fallen. Dies dient der Verfahrenserleichterung in Fällen, in denen eine genaue Regelung nicht erforderlich ist.

zu § 4 Begriffsbestimmungen

In Absatz 1 wird zur Klarstellung der Begriff „Werbeanlage“ definiert. Es handelt sich hierbei um die gleiche Definition wie sie § 13 (1) BauO NRW vorsieht.

Absatz 2 definiert den Begriff Werbeanlage genauer. Danach kann eine bei einheitlicher Gestaltung eine Werbeanlage aus mehreren Wörtern und Logos bestehen – etwa der Name einer Gaststätte und das Logo einer Brauerei.

Absatz 3 definiert den Begriff der Auslegerwerbung, da für diesen Sondertyp einer Werbeanlage besondere Bestimmungen gelten.

Um die Abmessungen und Flächenmaße unterschiedlicher Werbeanlagen einheitlich zu bestimmen, wird in Absatz 4 ein Vorgehen zur Messung bestimmt.

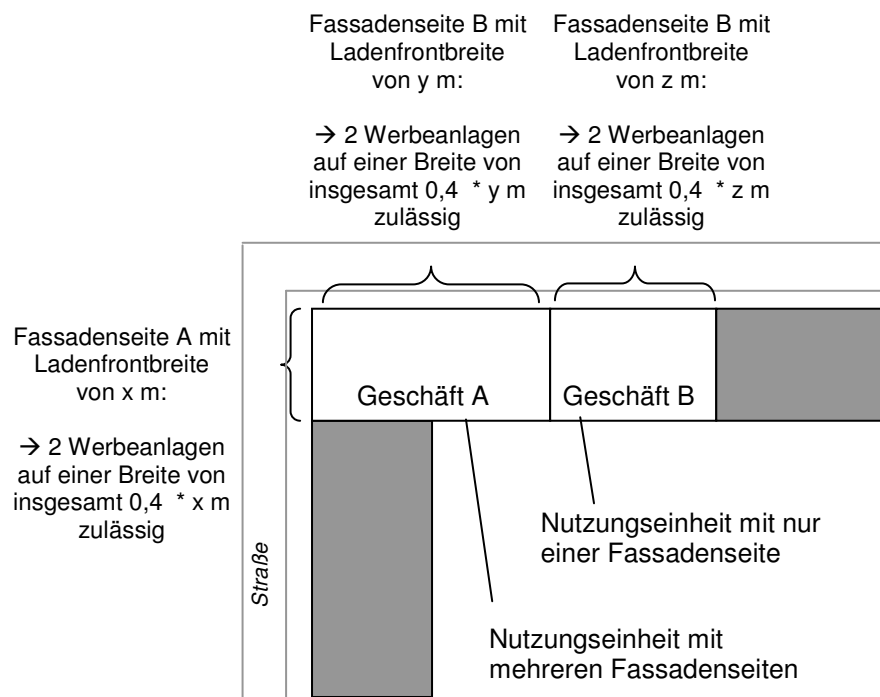
zu § 5 Anzahl, Größe und Gestalt von Werbeanlagen – Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“

Absatz 1 bindet die Werbung an die Stätte der Leistung. So wird ein enger Funktionszusammenhang zwischen der Art der Nutzung eines Gebäudes und der daran befindlichen Werbung erzwungen. Der historisch bedeutsame Ortskern soll nicht für dort nicht ansässige Betriebe oder Markenwerbung zur Verfügung stehen. Als Stätte der Leistung

gilt dabei dem Einzelfall entsprechend ein Gebäude, ein Gebäudeteil, ein Geschoss o.ä., nicht jedoch ganze Grundstücke oder der öffentliche Verkehrsraum.

Absatz 2 begrenzt die Anzahl von Werbeanlagen, um das Ortsbild vor einem Übermaß an Werbeanlagen zu schützen. Durch die Begrenzung auf zwei Werbeanlage je Fassadenseite einer Nutzungseinheit, die auch aus mehreren Bestandteilen wie etwa Name und Logo bestehen kann, wird eine störende Häufung von Warenanlagen verhindert. Schriftzüge sind im historischen Ortskern auf Nahwirkung ausgelegt und richten sich in erster Linie an Passanten. Die Bauten in diesem Bereich bestehen aus kleinteiligen 2-3-geschossigen Wohn- und Geschäftshäusern. Aus diesen Gründen ist eine Beschränkung der Größe von Werbeanlagen im Verhältnis zur Fassadenbreite und Geschosshöhe erforderlich. Um der hier vorherrschenden Kleinteiligkeit auf besondere Weise Rechnung zu tragen wird die maximale Breite von Werbeanlagen zusätzlich auf maximal 5 m beschränkt. Auf Grund des bestehenden Spielraums bedeutet dies jedoch keine unangemessene Beeinträchtigung der Gewerbetreibenden. Werbeanlagen müssen sich diesen Voraussetzungen anpassen, um die Erlebbarkeit der Fassade sicherzustellen.

Folgende Darstellung verdeutlicht die Festsetzungen:



Absatz 3 begrenzt die Flächengröße und das Hereinragen von Werbeanlagen (Auslegerwerbung) in den Straßenraum, um eine Beeinträchtigung des Ortsbildes zu vermeiden, da Auslegerwerbung insbesondere in der Schrägansicht die Ansicht von Gebäude und auch Sichtachsen verdeckt. Weiterhin wird die maximale Stärke der Auslegerwerbung begrenzt. So können z.B. kubusförmige Werbeanlagen verhindert werden, die nicht mit der kleinteiligen Gebäudestruktur und dem historischen Ortsbild vereinbar sind.

Absatz 4 schreibt für Schriftzüge von Werbeanlagen die Nutzung von Einzelbuchstaben vor. Dies ist die zurückhaltendste Form der Werbung, die in diesem schützenswerten Umfeld die Architektur und das Stadtbild am wenigsten beeinträchtigt. So bleiben die Gliederung und die Proportion von Gebäuden sichtbar. Um der Anforderung nach der Wiedererkennbarkeit von

Geschäften Rechnung zu tragen, ist die Nutzung von Logos, wenn sie in der Größe untergeordnet sind, zulässig. Das Hinterlegen der Einzelbuchstaben mit einem farblich nicht an das Gebäude angepassten Hintergrund würde den Sinn der Festsetzung konterkarieren und ist deshalb unzulässig

Werbeanlagen beziehen sich in der Regel auf im Erdgeschoss liegende Läden, Gastronomie- und Dienstleistungseinrichtungen und sind deshalb gem. Absatz 5 auf die Erdgeschosszone (bis maximal zur Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses) zu beschränken. Für nicht im Erdgeschoss befindliche Betriebe besteht jedoch eine Ausnahmemöglichkeit.

Bestimmte Teile von Gebäuden sind für die Nutzung durch Werbeanlagen besonders sensibel. Die besonderen Gestaltungsprinzipien der Gebäude müssen berücksichtigt werden. Diese werden insbesondere durch die Proportionen eines Gebäudes, das Verhältnis von geschlossenen zu transparenten Wand- bzw. Fensterflächen, die Gliederung der Fassade oder gliedernde Fassadenelemente geprägt. Werbeanlagen, gleich welcher Art (Schriften, Schilder, Transparente, Automaten), müssen eingebunden sein in die Architektur, die sie trägt. Sie dürfen die Konstruktions- und Gestaltungsmerkmale des Gebäudes nicht überspielen. Deshalb werden in Absatz 6 Werbeanlagen an bestimmten Gebäudeteilen vollständig ausgeschlossen. Im Einzelnen sind dies gliedernde Fassadenelemente sowie Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie, da diese wie beschrieben den Charakter eines Gebäudes besonders betonen. Außerdem gilt dies für Einfriedungen und Vorgärten sowie Masten, Lampe und Bäume, da hierdurch die Sichtbeziehung auf die Gebäude und das Ortsbild als Ganzes besonders beeinträchtigt wird. Die besondere Bedeutung von gastronomischen Einrichtungen im historischen Ortskern wird erkannt und deshalb ausnahmsweise das Anbringen von Schaukästen für Speisekarten im Vorgartenbereich zugelassen. Die Ansichtsfläche wird jedoch auf 0,5 m² beschränkt.

Die Einbeziehung der Fensterflächen für Werbung bewirkt – gerade bei vollständiger Verdeckung der Fensterflächen – eine starke Beeinträchtigung. Einerseits entsteht für Passanten eine abweisende Wirkung, andererseits leidet die architektonische Gesamtausprägung eines Gebäudes, denn Fenster prägen Baukörper in besonderem Maße. Diese Beeinträchtigung soll entsprechend der Regelung in Absatz 7 auf ein ortsbildverträgliches Maß reduziert werden. Durch das Zulassen einer Beschichtung auf einem Drittel der Fensterfläche bleibt den Gewerbetreibenden aber ausreichend Gestaltungsspielraum für ansprechende Werbung.

Die in Absatz 8 aufgeführten Leucht-, Signal- und reflektierenden Farben stören den besonderen baulich-architektonischen Charakter des historischen Ortskerns empfindlich und sind deshalb generell unzulässig.

zu § 6 Anzahl, Größe und Gestalt von Werbeanlagen – Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“

Im Vergleich zu den in § 5 genannten Bestimmungen für den historischen Ortskern ermöglicht § 6 dem Ortsbild entsprechend im Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“ großzügigere Werbeanlagen mit weniger gestalterischen Auflagen.

So entfällt die Verpflichtung zur Verwendung von Einzelbuchstaben. Weiterhin können insgesamt flächengrößere Werbeanlagen und auch oberhalb des Erdgeschosses verwendet werden. Weiterhin wird dem Bestand an Gebäuden mit längeren Fassaden insbesondere im

Bereich des Gebäudeensemble Hanhoff dadurch Rechnung getragen, dass an solchen Gebäuden mehr Werbeanlagen zulässig sind. Außerdem entfällt das Verbot an Einfriedungen und in Vorgärten Werbeanlagen anzubringen, da hier mehr von der Grundstücksgrenze zurückgesetzte Gebäude vorzufinden sind, die so auf sich aufmerksam machen können.

Im Übrigen gelten dieselben Bestimmungen und die dazugehörigen Begründungen wie im Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“.

zu § 7 Zulässigkeit der Beleuchtung von Werbeanlagen – Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“

Eine qualitativ hochwertige Illumination des Ortsbildes steigert die Attraktivität des Ortskerns in den Abendstunden deutlich. Neben als ganzem beleuchteten Gebäuden (u.a. Kuriengebäude, Kirche) ist auch die Beleuchtung von Werbeanlagen Teil dieses abendlichen Ortsbildes. Damit sich ein harmonisches Gesamtbild ergibt, sind selbstleuchtende Werbeanlagen – also etwa von innen beleuchtete transparente Schilder – unzulässig. Um den Gewerbetreibenden dennoch eine angemessene Darstellung bei Nacht zu ermöglichen, sind das Anstrahlen von Werbeanlagen sowie die Hinterleuchtung von Werbeanlagen jedoch grundsätzlich möglich. Ausgenommen hiervon ist Auslegerwerbung. Diese sind auf Grund ihrer besonders störenden Wirkung grundsätzlich unbeleuchtet auszuführen.

Werbeanlagen wie die in Absatz 2 genannten LED-Anlagen etc. versuchen durch Bewegung und Farbwechsel Aufmerksamkeit zu erreichen und stören das Ortsbild hierdurch in besonderem Maße. Sie sind deshalb grundsätzlich nicht zulässig. Auf Grund der voranschreitenden technischen Möglichkeiten und der Vielfältigkeit möglicher Anlagenformen ist die Liste an dieser Stelle nicht abschließend sondern umfasst auch Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung.

zu § 8 Zulässigkeit der Beleuchtung von Werbeanlagen – Teilbereich 2 „Ergänzungsbereich“

Da der Ergänzungsbereich weniger schutzwürdig als der Teilbereich 1 „Historischer Ortskern“ sind hier auch selbstleuchtende Werbeanlagen zulässig. Die Anzahl solcher Anlagen wird jedoch zum Schutz des Ortsbildes bei Nacht beschränkt. Darüber hinaus sind jedoch wie im historischen Ortskern auch hinterleuchtete oder angestrahlte Anlagen wie oben beschrieben zulässig.

Absatz 2 trifft die gleichen Beschränkungen wie im historischen Ortskern (siehe § 7 Abs. 2)

zu § 9 Zulässigkeit von Warenautomaten – gesamter Satzungsbereich

Zur Versorgung der Bevölkerung außerhalb der Öffnungszeiten sind Warenautomaten üblicher Bestandteil des Ortsbildes. Es kann jedoch durch Warenautomaten ebenso wie durch Werbeanlagen eine Störung des Straßen- und Ortsbildes entstehen. Um dies zu erreichen, wird die Anzahl von Warenautomaten auf einen je Nutzungseinheit beschränkt und die Gestaltung und Größe der Automaten soweit reglementiert, dass diese sich den Gebäuden unterordnen. Der Begriff Warenautomaten ist dabei jedoch weit zu fassen und beinhaltet neben z.B. Zigarettensautomaten auch z.B. Geld- und Briefmarkensautomaten.

zu § 10 Abweichungen

Zur Wahrung einer in Härtefällen flexiblen Handhabung der Satzung besteht entsprechend der Regelungen der BauO NRW die Möglichkeit, Abweichungen zu erteilen, wobei jedoch die Zielsetzung der Satzung nicht gefährdet werden darf. Kernziel ist das Einfügen von Werbeanlagen bzgl. Anzahl, Maßstab und Erscheinungsform in das Ortsbild.

zu § 11 Ordnungswidrigkeiten

§ 11 gibt die gemäß Bauordnung NRW bestehenden Möglichkeiten, Ordnungswidrigkeiten zu ahnden wieder und dient insofern nur der Klarstellung.

zu § 12 Inkrafttreten

Die Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung im Amtsblatt der Gemeinde Nottuln in Kraft. Die bislang bestehende Gestaltungssatzung verliert damit ihren Zweck und wird deshalb zum gleichen Zeitpunkt außer Kraft gesetzt.