

Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen im Ortsteil Freienohl vom 08.12.2017
(Werbeanlagensatzung Freienohl)

Gem. § 86 Abs. 1 Nr. 1 in Verbindung mit § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der Fassung vom 01.03.2000 in Verbindung mit § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein Westfalen (GO NRW) vom 14.07.1994, jeweils in der derzeit geltenden Fassung, hat der Rat der Kreis- und Hochschulstadt Meschede in seiner Sitzung am 07.12.2017 folgende Satzung beschlossen:

Abschnitt 1 - Grundsätze

§ 1 Ziel der Satzung

- (1) Ziel der Satzung ist es, zum Erhalt und zur Entwicklung der Ortsbildqualität des Mescheder Ortsteils Freienohl sowie zur Umsetzung der Gestaltungsqualität des Integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzeptes Freienohl (Beschluss des Rates der Kreis- und Hochschulstadt Meschede zum ISEK Freienohl vom 13.07.2017) einheitliche Maßstäbe zur äußeren Gestaltung von Werbeanlagen festzulegen. Zum Schutz des Ortsbildes sollen im Bereich der Einkaufslagen sowie entlang der Ortsdurchfahrt grundlegende gestalterische Anforderungen erfüllt werden.

Aufgrund der starken Frequentierung der Ortsdurchfahrt Freienohl sowie deren Bedeutung für die Darstellung des Ortsteils nach Außen, besteht die Erforderlichkeit die Verwendung von Werbeanlagen zu steuern, um ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild sicherstellen zu können. Zusätzlich wird im Hinblick auf Gebiete in denen bereits Satzungen (Bebauungspläne) mit Vorgaben zu Werbeanlagen bestehen, einer Ungleichbehandlung insbesondere der Einzelhändler und sonstigen Gewerbetreibenden vorgebeugt.

§ 2 Geltungsbereich

- (1) Der sachliche Geltungsbereich erstreckt sich gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 sowie Abs. 3 BauO NRW auf das Errichten, Aufstellen, Anbringen, Ändern und Ergänzen von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung.
- (2) Der räumliche Geltungsbereich erstreckt sich auf den zentralen Ortskern von Freienohl (Zone I), die Ortsdurchfahrt inklusive der begleitenden Bebauung (Zone II) sowie den Zentralen Versorgungsbereich „Südliche Bahnhofsstraße“ (Zone II(z)).

Die Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereiches erfolgt in der Zone I und in der Zone II(z) parzellenscharf.

Die Abgrenzungen des räumlichen Geltungsbereiches erfolgt in der Zone II in einem parallelen Abstand von 20 m zur äußeren Flurstückgrenze der öffentlichen Verkehrsfläche. Einzelne Grundstücke, die außerhalb des vorgenannten Abstandes liegen und sich trotzdem innerhalb des Geltungsbereiches befinden, sind parzellenscharf abgegrenzt.

Die Karten mit den exakten Abgrenzungen der räumlichen Geltungsbereiche der Zonen I, II und II(z) in Anlage 1 sind Bestandteil dieser Satzung. Maßgeblich ist die Darstellung in den Karten.

§ 3 Genehmigungsvorbehalt

- (1) Neben den Vorgaben der vorliegenden Satzung richtet sich das Errichten, Aufstellen, Anbringen, Ändern und Ergänzen von Werbeanlagen nach der Bauordnung des Landes Nordrhein-Westfalen.

- (2) Danach sind gem. § 65 Abs. 1 BauO NRW genehmigungsfrei:

1. Werbeanlagen, zu denen diese Satzung Festsetzungen über Art, Größe und Anbringungsort der Werbeanlagen trifft, wenn die Werbeanlagen diesen Festsetzungen entsprechen (§ 65 Abs. 1 Nr. 33b BauO NRW);
2. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und Schlussverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur für die Dauer der Veranstaltung (§ 65 Abs. 1 Nr. 34 BauO NRW).

Achtung: Durch die BauO 2018 haben sich die Vorschriften geändert. Siehe hierzu § 62 Abs. 1 Nr. 12 BauO NRW.

- (3) Einer Genehmigung bedarf es aufgrund dieser Satzung ebenfalls nicht für Werbeanlagen bis zu einer Größe von 0,25 m².
- (4) Diese Satzung regelt nicht die besonderen Anforderungen, die sich nach dem Denkmalschutzgesetz NRW vom 11.03.1980 in der jeweils gültigen Fassung, für die in die Denkmalliste eingetragenen Objekte ergeben. Die erforderliche Erlaubnis gem. § 9 i.V.m. § 3 Abs. 1 Satz 2 DSchG NRW für Werbeanlagen bzw. Warenautomaten, die an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern bzw. in deren engeren Umgebung angebracht werden, bleibt unberührt.
- (5) Die Vorgaben des Straßen- und Wegegesetzes NRW sowie sonstiger straßenverkehrlicher Vorschriften, insbesondere im Hinblick auf zustimmungspflichtige Vorhaben, bleiben unberührt.
- (6) Die Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Stadt Meschede - Sondernutzungssatzung - vom 15.12.2006 in der zur Zeit gültigen Fassung, bleibt unberührt.

§ 4 Begriffsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen im Sinne des § 13 BauO NRW sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Produkte, Gewerbe oder Berufe dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

Unter Werbeanlagen werden insbesondere folgende bauliche Anlagen sowie Veränderungen an baulichen Anlagen verstanden:

1. Schilder und Flachtransparente
2. Winklige Werbeanlagen (Ausleger, Nasenwerbung)
3. Einzelbuchstaben und Logos
4. (Schaufenster)Beklebung
5. Kastenkörper
6. Plakatwände und freistehende Werbeanlagen (Werbe-Pylone)
7. Spannplakate
8. Schriftzüge, Bemalungen
9. Kunsthandwerkliche Werbeträger
11. Litfaßsäulen
12. Leuchtreklame, Strahler (Projektionsfläche), Leuchtbänder
13. Monitore/ Bildschirmflächen/ LED-Videowände
14. Dauerhaft installierte Fahnen
15. Akustische Werbung (Lautsprecher)

- (2) Zeitlich begrenzte und vorübergehende Werbeanlagen
Als zeitlich begrenzte oder vorübergehende Werbeanlagen gelten solche Anlagen, die im Rahmen einer Sonderveranstaltung längstens 24 Werktage (4 Wochen) in Folge, insgesamt jedoch nicht länger als 70 Tage im Jahr aufgestellt beziehungsweise aufgehängt werden.
- (3) Werbung an der Stätte der Leistung
Eine Werbeanlage befindet sich an der Stätte der Leistung, wenn sich die Werbeanlage und der Betrieb für den geworben wird, auf dem selben Grundstück oder in enger räumlicher Beziehung zueinander befinden. Eine Werbeanlage befindet sich ebenfalls an der Stätte der Leistung, wenn Produkte oder Dienstleistungen beworben werden, die durch diesen Betrieb verkauft werden.
- (4) Fassadengebundene Werbeanlagen
Fassadengebundene Werbeanlagen sind alle direkt an bauliche Anlagen wie Hauswände, Mauern oder Zäune montierte bzw. aufgebrachte Werbeträger. Zu fassadengebundenen Werbeanlagen gehören insbesondere:
 - a. Flachtransparente
Flachtransparente sind aus Kunststoff, Plexiglas, Verbundwerkstoffen (z.B. Aluminiumverbundplatten, Resoplan) 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 aufgetragenen Schriftzeichen gleichzusetzen.

- b. Spannplakate
Als Spannplakate gelten aus Planen oder Stoff- bzw. Kunststoffbahnen gefertigte Spannposter und Großplakate.
- c. Schriftzüge und Einzelbuchstaben
Als Schriftzüge gelten Schrift- und/oder Zeichendarstellungen, Texte aus Einzelbuchstaben bzw. Neonschriften inklusive deren Hintergrundflächen sowie direkt auf die Fassade aufgebraute Beschriftungen bzw. -bemalungen.
Der Hintergrund von Schriftzügen, Einzelbuchstaben und sonstigen Werbeträgern ist, bei der Ermittlung der Größe von Werbeanlagen mit zu berücksichtigen, soweit er dazu bestimmt ist die Werbeanlage optisch hervorzuheben oder zu tragen und nicht der Architektur zuzurechnen ist.
Die Fläche von Einzelbuchstaben errechnet sich aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke.
- d. Winklige Werbeanlagen (Ausleger, Nasenwerbung)
Winklige Werbeanlagen sind senkrecht zur Fassade montierte Werbeanlagen. Die Befestigungen dieser Werbeanlagen sind der Ausladung hinzuzurechnen.
Maßgeblich bei der Berechnung der Größe der jeweiligen Werbeanlage ist eine Seite der werbewirksamen Ansichtsfläche (nicht die Summe aus Vor- und Rückseite).
Zur Ermittlung der zulässigen Gesamtfläche, die maximal durch Werbeanlage überdeckt werden darf, ist die werbewirksame Ansichtsfläche der winkligen Werbeanlage heranzuziehen.
- (5) Freistehende Werbeanlagen
Freistehende Werbeanlagen sind ortsfeste bauliche Anlagen, die mit Hilfe von Trägerkonstruktionen (Pylone o.ä.) einzeln errichtet werden.
Neben dauerhafter Werbung können freistehende Werbeanlagen auch der Aufnahme von Wechselwerbung dienen.
Maßgeblich bei der Berechnung der Größe der freistehenden Werbeanlage ist eine Seite der werbewirksamen Fläche (nicht die Summe aus Vor- und Rückseite).
- (6) Nicht ortsfeste Werbeanlagen
An sich nicht ortsfeste Objekte und Einrichtungen wie beispielsweise Krafffahrzeuge, Anhänger oder Auflieger, an denen Werbemittel angebracht sind (Werbefahrzeuge), gelten als Werbeanlagen im Sinne des Abs. 1, wenn sie nach den objektiven Umständen die Funktion einer ortsfesten Werbeanlage erfüllen. Das ist etwa der Fall, wenn die Teilnahme des Fahrzeugs am Straßenverkehr - jedenfalls vorübergehend - beendet ist und es längere Zeit oder immer wieder für kürzere Zeit an werbeträchtiger Stelle abgestellt wird, um die bezweckte Werbewirkung zu entfalten.
- (7) Maßgebliche Fassadenfläche
Zur Ermittlung der Fläche, die maximal durch Werbeanlagen überdeckt werden darf, ist die maßgebliche Fassadenfläche als Berechnungsgrundlage zu verwenden.
Die maßgebliche Fassadenfläche errechnet sich bei traufständigen Gebäuden aus der Multiplikation der Fassadenbreite und der Traufhöhe des Hauptgebäudes. Garagen und Nebenanlagen im Sinne von §§ 12 und 14 BauNVO sind von der Berechnung ausgenommen. Bei verschieden hohen Traufen ist die Gesamtfassade für die Berechnung zweckmäßig in mehrere Flächen zu unterteilen, sodass eine eindeutige Berechnung ermöglicht wird. Bei nicht linear bzw. lotrecht verlaufenden Fassadenkanten gilt die direkte Verbindungslinie der beiden äußersten Punkte. Bei giebelständigen Gebäuden ist die Fläche der Giebelwand in die maßgebliche Fassadenfläche mit einzubeziehen.
- Sofern bei Eckgrundstücken an mehr als nur an einer Straßenseite Werbeanlagen möglich sind, darf die Gesamtfläche aller Werbeanlagen die maximal erlaubte prozentuale Fläche (gemäß Zone I, Zone II oder Zone II(z)) der zwei flächengrößten Fassaden nicht überschreiten. Bei der Anbringung der Werbeanlagen darf die maximale Flächengröße für jede einzelne Fassadenseite nicht überschritten werden.
- (8) Großformatige Betriebsformen
Als großformatige Betriebsformen im Sinne dieser Satzung gelten alle Handels- und Dienstleistungsbetriebe mit einer Verkaufs- bzw. Dienstleistungsfläche von über 800 m². Werden mehrere

Betriebe in einem Gebäudekomplex untergebracht, sind die Verkaufsflächen kumuliert zu betrachten.

Abschnitt 2 - Gemeinsame Bestimmungen für Werbeanlagen in den Zonen I, II und II(z)

§ 5 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen müssen sich nach Größe, Proportion, Anzahl, Form, Materialität und Farbe in das Straßen-, Orts- und Landschaftsbild einfügen und dem Gebäude entsprechen, an dem sie installiert sind.

Sie dürfen prägende architektonische Gestaltungselemente wie Fenster, Brüstungsbänder, Fensterrahmungen, Pfeiler, Pilaster, Gesimsbänder, Lisene, Traufen, Ziergiebel oder Stuckaturen nicht verdecken oder unverhältnismäßig stark überschneiden.

- (2) Werbeanlagen dürfen die Struktur eines Gebäudes oder eines Gebäudeensembles nicht überdecken. Die Geschossigkeit sowie die Gliederung der Fassade müssen weiterhin zu erkennen sein.
- (3) Werbeanlagen dürfen die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs nicht gefährden.
- ~~(4) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.~~ 1. Änderung der Satzung (08.05.2020)
- (5) Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.
- (6) Soweit Werbeanlagen von verschiedenen Betrieben in einem engen räumlichen Zusammenhang stehen (z.B. an einem Gebäude), so sind diese aufeinander abzustimmen und nach Möglichkeit gebündelt zu installieren.

§ 6 Schaufenster

- (1) Farbliche Rahmungen auf den Fensterflächen sowie das Gliedern oder flächige Abdecken durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche oder Ähnliches sind in den Erdgeschosszonen bis zu 50% der jeweiligen Fensterfläche zulässig.
In den Obergeschossen ist das Anbringen von (Schau)Fensterwerbung ausnahmsweise zulässig, jedoch nur bis zu 25% der jeweiligen Fensterfläche.
- (2) Flächen für zeitlich begrenzte Werbung, wie z.B. Hinweise auf Sonderangebote oder Sonderaktionen, sind von den Vorgaben des Absatzes 1 nicht erfasst, wenn ein Zeitraum entsprechend der Regelung zu den zeitlichen begrenzten oder vorübergehenden Werbeanlagen gem. § 4 Abs. 2 nicht überschritten wird.

§ 7 Leuchtende Werbeanlagen, Beleuchtung, Monitore und akustische Werbung

- (1) Selbstleuchtende oder hinterleuchtete Schriftzüge sowie selbstleuchtende oder hinterleuchtete Einzelbuchstaben und Einzelsymbole dürfen eine Höhe von 1 m nicht überschreiten. Die Höhenbeschränkung kann ausnahmsweise für einen untergeordneten Teil der Werbeanlage, bspw. für einzelne Buchstaben oder für ein Symbol überschritten werden.
- (2) Die Beleuchtung der Werbeanlagen muss blendfrei sein. Bei der Verwendung von Weißlicht ist Warm-Weißlicht zu verwenden. Die Kabelführungen zu Beleuchtungsanlagen sind unsichtbar zu verlegen.
- (3) Werbeanlagen mit Wechsel-, Lauf- und Blinklicht sind unzulässig. Eine Änderung des Betriebszustandes von weniger als 5 Minuten gilt als Wechsellicht.
- (4) Monitore mit einer Bildschirmfläche über 0,25 m² sind ausschließlich innerhalb der Geschäftsräume – auch innerhalb der Schaufensterflächen – zulässig.

In Einzelfällen können ausnahmsweise größere Monitore oder ähnliche Anlagen im öffentlichen Raum zugelassen werden, wenn sie nicht überwiegend der kommerziellen Anpreisung von Waren und Dienstleistungen sondern in erster Linie zu Informationszwecken dienen (z.B. Kulturveranstaltungen, Stadtpläne) und sich verträglich in das Stadtbild einfügen. Abweichend von Absatz 3 dürfen Monitore wechselnde Werbeinformationen darstellen, jedoch nur in einem Wechsel von

mindestens 30 Sekunden. Die Immissionsrichtwerte gemäß dem Stand der Technik¹ sind hinsichtlich der Beleuchtungsstärke inklusive Aufschlagfaktor für Wechsellicht zu beachten.

Im Falle von LED-Videowänden hat die Ermittlung des Aufschlagfaktors als Einzelfallabschätzung zu erfolgen.

- (5) Die Projektionsflächen von Werbestrahlern dürfen eine Fläche von 1 m² nicht überschreiten.
- (6) Mobile und fest installierte technische Anlagen zur Tonwiedergabe sind innerhalb und außerhalb der Geschäftsräume unzulässig, soweit sie der akustischen Bespielung des öffentlichen Raumes dienen.

§ 8 Freistehende Werbeanlagen, Plakatwände und Werbefahnen

- (1) Im gesamten Geltungsbereich der Satzung ist auf jedem Grundstück maximal eine freistehende Werbeanlage mit einer werbewirksamen Fläche von höchstens 4 m² zulässig. Die Höhe der gesamten freistehenden Werbeanlage darf maximal 6 m betragen.

Ausnahmsweise kann bei großformatigen Betriebsformen mehr als eine freistehende Werbeanlage zugelassen werden, wenn der Straßenraum nicht beeinträchtigt wird. Die freistehenden Werbeanlagen dürfen in diesem Fall eine Höhe von maximal 8 m aufweisen.

- (2) Abweichend von Absatz 1 sind Plakatwände (sowohl freistehende als auch fassadengebundene) bis zu einer Größe von 10 m² zulässig (18/1 Format). Geringfügige Abweichungen aufgrund der Rahmenkonstruktion o.ä. sind zulässig.
- (3) ~~Die Vorgaben gemäß § 5 Abs. 4 über die Unzulässigkeit von Werbeanlagen, welche sich nicht an der Stätte der Leistung befinden, bleiben unberührt.~~ 1. Änderung der Satzung (08.05.2020)
- (4) Über die in Absatz 1 genannten freistehenden Werbeanlagen hinaus, ist je angefangene 10 Meter straßenseitige Grundstückslänge eine Fahne als Werbeanlage zulässig. Zur öffentlichen Verkehrsfläche müssen sie einen Abstand von 1,0 m einhalten. Fahnenmasten dürfen eine Höhe von 8,0 m nicht überschreiten.
- (5) Hinweisschilder, welche überwiegend zu Informationszwecken dienen (Veranstaltungen) oder im Sinne eines Leitsystems auf städtische Bereiche (Einkaufsbereiche) hinweisen sind allgemein zulässig.

Darüber hinaus sind Hinweisschilder, die auf Eingänge oder Zufahrten hinweisen ebenfalls allgemein zulässig. Diese müssen jedoch den freistehenden Werbeanlagen untergeordnet sein und dürfen eine Fläche von 2,0 m² nicht überschreiten.

Abschnitt 3 – Bestimmungen für Werbeanlage in der Zone I

§ 9 Anbringungsort fassadengebundener Werbeanlagen

- (1) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen nur an Gebäudewänden im Erdgeschoss bis zur Brüstung des 1. Obergeschosses, unterhalb der Unterkante des Fenstergesimses/ der Fensterbank angebracht werden. Die Vorgaben des § 6 zu Schaufensterwerbung bleiben hiervon unberührt.
An vorhandenen Dachvorsprüngen und Kragplatten im Erdgeschoss sind Werbeanlagen nur ausnahmsweise zulässig, wenn die Gebäudearchitektur nicht wesentlich überdeckt wird.
An großformatigen Betriebsformen können Werbeanlagen bis zur Oberkante des 2. Obergeschosses zugelassen werden, wenn sie sich harmonisch in das Stadtbild einfügen.
- (2) Die Gebäudeoberkante (z.B. First/ Attika) darf durch Werbeanlagen nicht überschritten werden. Darüber hinaus darf bei Gebäuden mit geneigten Dächern die Traufkante nicht überschritten

¹ Zur Vermeidung und Verminderung von schädlichen Umwelteinwirkungen definiert § 3 (6) Bundesimmissionsschutzgesetz den Stand der Technik als auf Grundlage der zugehörigen Anlage zum Gesetz zu bestimmenden Entwicklungsstand fortschrittlicher Verfahren, Einrichtungen und Betriebsweisen.

Eine Konkretisierung des aktuellen Stands der Technik bietet der Erlass 7129 **Lichtimmissionen, Messung, Beurteilung und Verminderung** des Ministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz –V-5 8800.4.11 – und des Ministeriums für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr – VI.1 – 850 vom 11.12.2014. Gemäß der Definition des Bundesimmissionsschutzgesetzes sind weitergehende Erkenntnisse zum Stand der Technik als dynamische Vorgaben auch für Monitore und LED-Videowände anzuwenden.

werden mit Ausnahme der Anbringung von Werbeanlagen an einer Giebelwand. Die Werbeanlage darf jedoch den Ortgang nicht überragen.

- (3) Winklig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen sind zulässig, wenn sie die Höhe der Brüstung des 2. Obergeschosses nicht überschreiten.
- (4) Zur seitlichen Fassadenkante müssen Werbeanlagen einen Mindestabstand von 0,2 m einhalten. Ein größerer seitlicher Abstand kann aufgrund der Fassadengestaltung des Gebäudes (Fensteröffnungen, architektonische Gliederungselemente) erforderlich sein. Schaufensterwerbung ist hiervon ausgenommen.
- (5) Schriftzüge sind als Einzelbuchstaben oder Bemalungen direkt auf der Fassade zulässig, soweit sie sich in die Aufteilung der Fassade einfügen und bauliche Gestaltungselemente nicht überdecken.

§ 10 Größe und Ausladung fassadengebundener Werbeanlagen

- (1) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen je Werbeanlage eine maximale Größe von 4 m² - bei großformatigen Betriebsformen 10 m² - nicht überschreiten. Für Plakatwände bleiben die Vorgaben gem. § 8 Abs. 2 unberührt. Abweichend von Satz 1 dürfen Spannplakate eine Ansichtsfläche von 3 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
- (2) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen in der Summe nicht mehr als 15 % der jeweiligen maßgeblichen Fassadenfläche einnehmen; jedoch maximal 25 m². Großformatige Betriebsformen dürfen die Obergrenze von 25 m² überschreiten soweit der Flächenanteil von 15% eingehalten wird.
- (3) Werbeanlagen die nicht an der straßenseitigen Fassade angebracht sind, jedoch von der öffentlichen Straße aus sichtbar sind, müssen bei der Berechnung der maximalen Gesamtfläche auf die straßenseitigen Werbeanlagen der maßgeblichen Fassadenfläche angerechnet werden.
- (4) Die Vorgaben der Absätze 1 bis 4 gelten für Schriftzüge und Einzelbuchstaben entsprechend. Die Berechnung der Größe von Schriftzügen erfolgt gemäß den Vorgaben des § 4 Abs. 4 Nr. c.
- (5) Winklig zur Gebäudefassade angebrachte Werbeanlagen wie Werbeausleger und -anstecker dürfen eine Gesamtausladung von 1,2 m besitzen und eine Ansichtsfläche von 3,5 m² nicht überschreiten. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 10 lfd. Meter Gebäudebreite eine solche Werbeanlage zulässig.
- (6) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen wie z.B. Kastenkörper dürfen eine Breite von 0,3 m nicht überschreiten.

Abschnitt 4 – Bestimmungen für Werbeanlagen in den Zonen II und II(z)

§ 11 Anbringungsort fassadengebundener Werbeanlagen

- (1) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen an Gebäudewänden bis zur Brüstung des 2. Obergeschosses, unterhalb der Unterkante des Fenstergesimses/ der Fensterbank sowie an vorhandenen Dachvorsprüngen und Kragplatten im Erdgeschoss angebracht werden. Die Vorgaben des § 6 zu Schaufensterwerbung bleiben hiervon unberührt.

An großformatigen Betriebsformen können Werbeanlagen bis zur Oberkante des 2. Obergeschosses zugelassen werden.

- (2) Die Gebäudeoberkante (z.B. First/ Attika) sowie die Traufkante darf durch Werbeanlagen nicht überschritten werden.

Abweichend von Satz 1 darf bei Gebäuden mit maximal einem Vollgeschoss (I) die Traufkante bzw. bei Flachdächern die Attika ausnahmsweise um 1 m überschritten werden. Bei Anbringung an der Giebelseite darf die Werbeanlage jedoch den Ortgang nicht überragen.

- (3) Winklig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen sind zulässig, wenn sie die Höhe der Brüstung des 2. Obergeschosses nicht überschreiten.
- (4) Soweit architektonische Gestaltungselemente nicht überdeckt werden und die Gliederung der Fassade weiterhin ablesbar ist, kann die Werbeanlage bis an die Gebäudegrenze heranreichen.

- (5) Schriftzüge sind als Einzelbuchstaben oder Bemalungen direkt auf der Fassade zulässig, soweit sie sich in die Aufteilung der Fassade einfügen und bauliche Gestaltungselemente nicht überdecken.

§ 12 Größe und Ausladung fassadengebundener Werbeanlagen

- (1) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen je Werbeanlage eine maximale Größe von 6 m² - bei großformatigen Betriebsformen 10 m² - nicht überschreiten. Für Plakatwände bleiben die Vorgaben gem. § 8 Abs. 2 unberührt. Abweichend von Satz 1 dürfen Spannplakate eine Ansichtsfläche von 4 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
- (2) Fassadengebundene Werbeanlagen dürfen in der Summe nicht mehr als 15 % der jeweiligen maßgeblichen Fassadenfläche einnehmen; jedoch maximal 30 m². Großformatige Betriebsformen dürfen die Obergrenze von 30 m² überschreiten soweit der Flächenanteil von 15% eingehalten wird.
- (3) Werbeanlagen die nicht an der straßenseitigen Fassade angebracht sind, jedoch von der öffentlichen Straße aus sichtbar sind, müssen bei der Berechnung der maximalen Gesamtfläche auf die straßenseitigen Werbeanlagen der maßgeblichen Fassadenfläche angerechnet werden.
- (4) Die Vorgaben der Absätze 1 und 2 gelten für Schriftzüge und Einzelbuchstaben entsprechend. Die Berechnung der Größe von Schriftzügen erfolgt gemäß den Vorgaben des § 4 Abs. 4 Nr.c.
- (5) Winklig zur Gebäudefront angebrachte Werbeanlagen wie Werbeausleger und -anstecker dürfen eine Gesamtausladung von 1,5 m besitzen und eine Fläche von 4,5 m² nicht überschreiten. Je Stätte der Leistung ist je angefangene 8 lfd. Meter Gebäudebreite eine solche Werbeanlage zulässig.
- (6) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen wie z.B. Kastenkörper dürfen eine Breite von 0,3 m nicht überschreiten.

§ 13 Besondere Bestimmungen für die Zone II(z)

- (1) In der Zone II(z) gelten die Vorgaben der gemeinsamen Bestimmungen des Abschnitts 2 mit folgenden Maßgaben:
- a) Die Beschränkung der Höhe von selbstleuchtenden oder hinterleuchteten Schriftzügen, Einzelbuchstaben und Einzelsymbolen gemäß den Vorgaben des § 7 (1) ist nicht anzuwenden.
 - b) Abweichend von den Vorgaben des § 7 (4) sind Monitore ab einer Bildschirmfläche über 1 m² ausschließlich innerhalb der Geschäftsräume – auch innerhalb der Schaufensterflächen – zulässig.
 - c) Die Beschränkung der Projektionsfläche von Werbestrahlern auf maximal 1 m² gemäß den Vorgaben des § 7 (5) ist nicht anzuwenden.
 - d) Abweichend von § 8 (1) darf die werbewirksame Fläche von freistehenden Werbeanlagen maximal 6 m² betragen. Die Höhe von freistehenden Werbeanlagen ist für großflächige und nicht-großflächige Betriebsformen auf maximal 10 m beschränkt. Die Vorgaben des § 8 (1) Satz 2 bleiben unberührt.
- (2) In der Zone II(z) gelten die Vorgaben der Bestimmungen der §§ 11 und 12 des Abschnitts 4 mit folgenden Maßgaben:
- a) Abweichend von § 12 (1) dürfen bei großformatigen Betriebsformen fassadengebundene Werbeanlagen eine Fläche von 15 m² je Werbeanlage nicht überschreiten.
 - b) Bei großformatigen Betriebsformen sind die Vorgaben zur maßgeblichen Fassadenfläche gemäß § 12 (3) nicht anzuwenden.
 - c) Zur Berechnung der Gesamtfassadenfläche, die gemäß § 12 (2) durch fassadengebundene Werbeanlagen überdeckt werden darf, ist diejenige Fassadenseite zu Grunde zu legen, an der die Werbeanlage angebracht ist.
 - d) Die Beschränkung der Breite von winkligen Werbeanlagen gemäß § 12 (6) ist nicht anzuwenden.

Abschnitt 5 – Sonstige Bestimmungen und Schlussbestimmungen

§ 14 Verhältnis zu rechtskräftige Bebauungsplänen

Die Festsetzungen zu Werbeanlagen in den Bebauungsplänen

- ~~Nr. 157 „Gewerbegebiet Freienohl Süd“~~ entfällt durch 1. Änderung des Bebauungsplanes (13.10.2020)
- Nr. 149 „Lebensmittelmarkt Bahnhofsstraße“ (VEP)

werden von den Vorgaben dieser Satzung überlagert und gelten nicht weiter fort. Maßgeblich sind stattdessen die Vorgaben der Werbeanlagensatzung Freienohl.

§ 15 Abweichungen

Abweichungen von dieser Satzung regeln sich nach § 86 Abs. 1 und 5 BauO NRW in Verbindung mit § 73 BauO NRW. Bei der Entscheidung über die Zulassung von Abweichungen sind die Ziele zum Schutz des Ortsbildes gemäß § 1 dieser Satzung sowie die besondere Funktion des Zentralen Versorgungsbereiches Freienohl-Süd angemessen zu berücksichtigen. Abweichungen sind schriftlich zu beantragen.

§ 16 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne von § 84 BauO NRW handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen Vorgaben dieser Satzung über

- den Anbringungsort (Standort);
- die maximal zulässige Fläche einzelner Werbeanlagen;
- die maximal zulässige Gesamtfläche von Werbeanlagen auf der maßgeblichen Fassadenfläche

verstößt.

Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 84 Abs. 1 Ziff. 20 und Absatz 3 BauO NRW mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 € geahndet werden.

§ 17 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Bekanntmachungsanordnung

Es wird gemäß § 7 Abs. 6 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der zurzeit gültigen Fassung auf Folgendes hingewiesen:

Eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) beim Zustandekommen dieser Satzung kann 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) die Satzung ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekanntgemacht worden,
- c) der Bürgermeister hat den Ratsbeschluss vorher beanstandet oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Kreis- und Hochschulstadt Meschede vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.

Gemäß § 2 der Werbeanlagensatzung Freienohl sind die Karten mit den exakten Abgrenzungen der räumlichen Geltungsbereiche der Zonen I, II und II(z) Bestandteil dieser Satzung.
Aufgrund von § 2 Satz 2 Bekanntmachungsverordnung NRW wird darauf hingewiesen, dass die Karten beim Bürgermeister der Kreis- und Hochschulstadt Meschede, Fachbereich Planung und Bauordnung, Technisches Rathaus, Sophienweg 3, 59872 Meschede, in den Dienststunden

montags und dienstags von 8.00 Uhr bis 16.00 Uhr
donnerstags von 8.00 Uhr bis 17.00 Uhr und
mittwochs und freitags von 8.00 Uhr bis 12.00 Uhr

von jedermann eingesehen werden können.

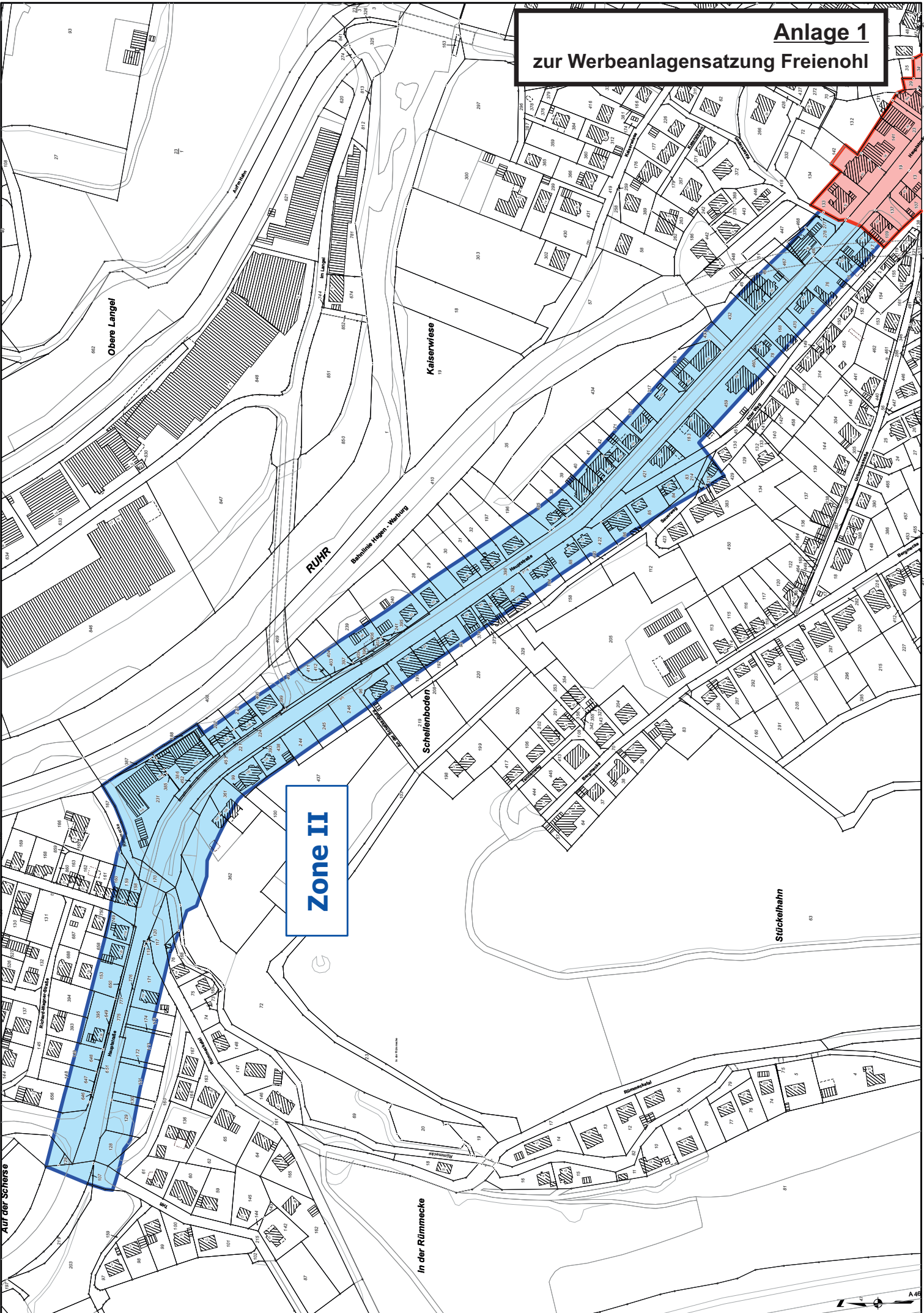
Vorstehendes wird hiermit öffentlich bekannt gemacht.

Meschede, den 08.12.2017

Kreis- und Hochschulstadt Meschede
Der Bürgermeister

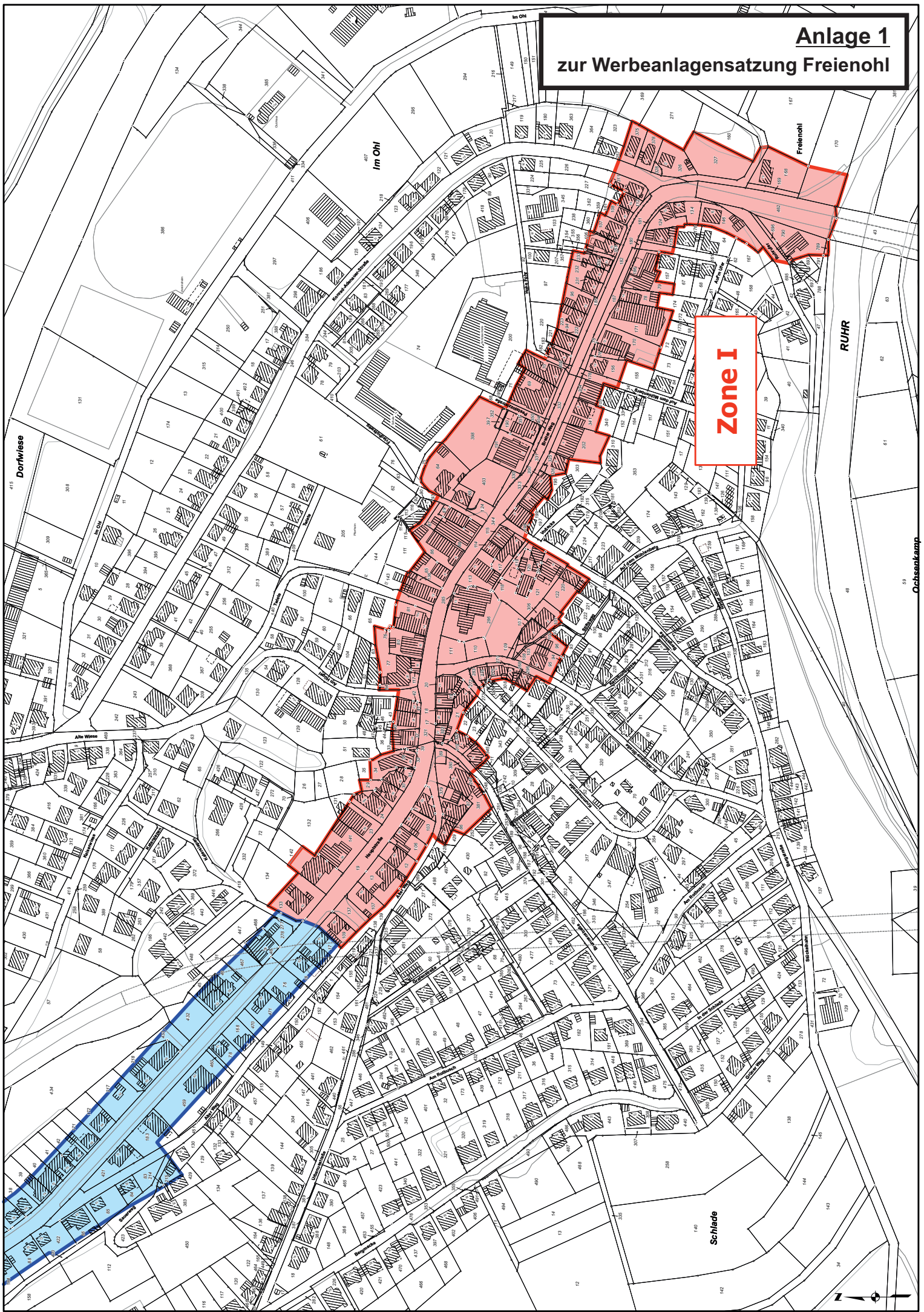
Christoph Weber

Anlage 1
zur Werbeanlagensatzung Freienohl

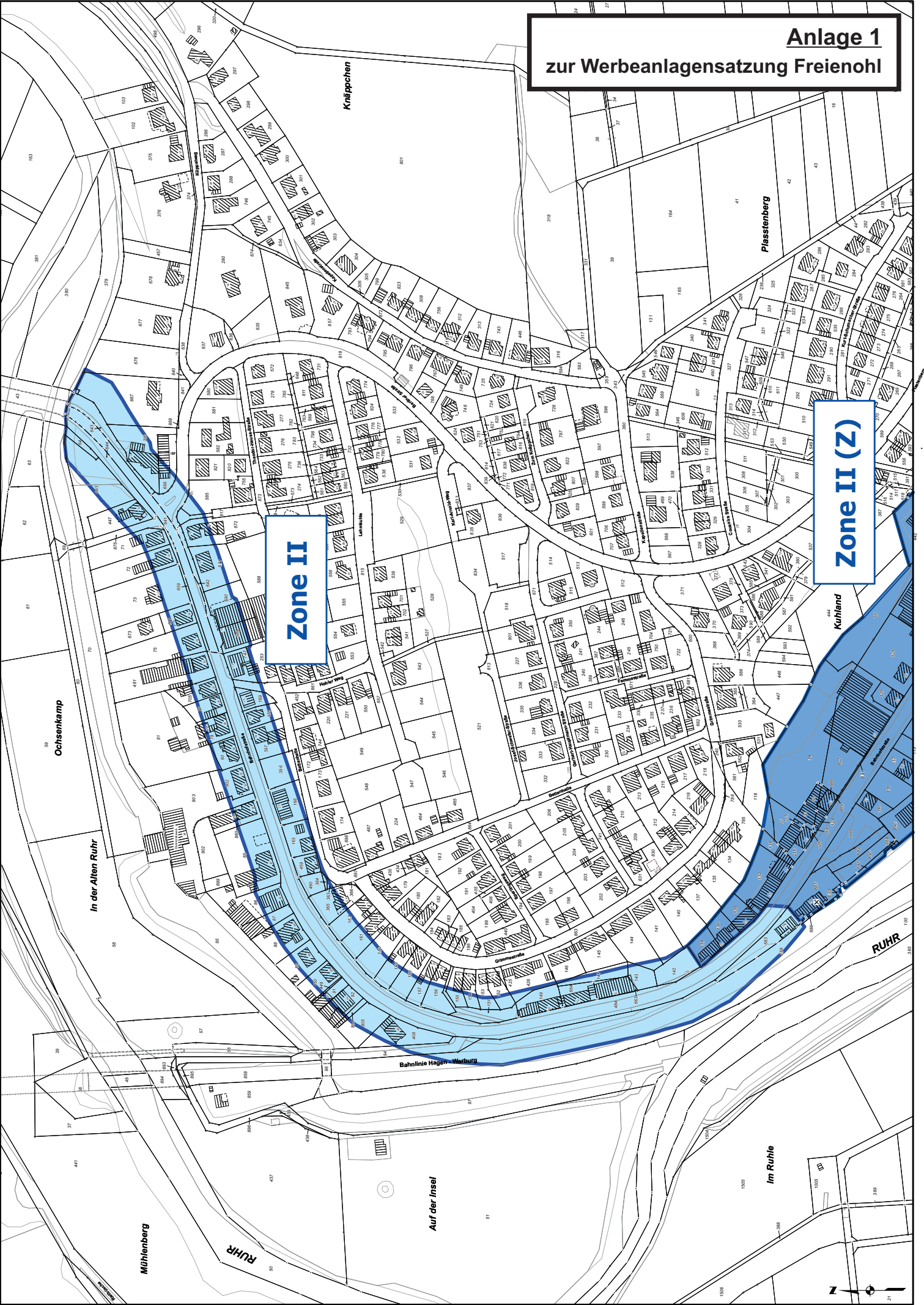


Zone II

Anlage 1
zur Werbeanlagensatzung Freienohl



Anlage 1
zur Werbeanlagensatzung Freienohl



Zone II

Zone II (Z)



Anlage 1
zur Werbeanlagensatzung Freienohl

Zone II (Z)

