Gestaltungssatzung

gemäß § 89 Absatz 1 Nummer 1 BauO NRW 2018

Werbeanlagensatzung Altstadt

September 2024

Illustrierte Begründung



Impressum

Stadt Bielefeld, Baumt
August-Bebel-Straße 92
33597 Bielefeld

Johannes Plein
Johanna Rose

Drees & Huesmann Stadtplaner PartGmbB
Vennhofalllee 97
33689 Bielefeld

Andreas Hollstein

Bielefeld, September 2024

Gestaltungssatzung

gemäß § 89 Absatz 1 Nummer 1 BauO NRW 2018

Werbeanlagensatzung Altstadt

Präambel

Die Bielefelder Altstadt weist einen erhaltenen historischen Stadtgrundriss innerhalb einer geschlossenen räumlichen Situation mit den ehemaligen Wallanlagen („Hufeisen“) auf. Gekennzeichnet durch das Nebeneinander von (historischen) Ensembles mit hoher Gestaltqualität, zeitgeschichtlichen Zeugnissen des Wiederaufbaus sowie der erhaltenen Kleinteiligkeit besitzt die Altstadt einen eigenen städtebaulichen Charakter und eine eigene Identität.

Mit der Satzung für Werbeanlagen sollen daher die Voraussetzungen für einen einheitlichen Steuerungsrahmen für den gesamten Altstadtbereich geschaffen und ein hoher Qualitätsanspruch der Gestaltung von Werbeanlagen in der Bielefelder Altstadt formuliert werden. Durch die Aufstellung entsprechender Regelungen i.S. zurückhaltender und gestalterisch integrierter Werbung soll der Wiedererkennungswert der Fassaden der Altstadt, insbesondere in der Fußgängerzone mit seinem eigenen Bielefelder Altstadtcharakter und die bestehende städtebauliche Qualität gesichert und gestärkt werden.

Die Satzung gliedert sich in den Satzungstext (mit dem räumlichen Geltungsbereich) und die nachfolgende illustrierte Fassung (mit der Begründung).

Inhaltsverzeichnis

		Seite
§ 1	Räumlicher Geltungsbereich	4
§ 2	Sachlicher Geltungsbereich	4
§ 3	Begriffe	5
§ 4 (1)	Unzulässigkeit von Werbeanlagen	6 - 9
§ 4 (2)	Zusätzlich geltende Regelungen für Werbeanlagen	9
§ 5	Abweichungen	10
§ 6	Ordnungswidrigkeiten	10
§ 7	Inkrafttreten	10
Anlage	Geltungsbereich	11



Impressum

Stadt Bielefeld, Baumt
August-Bebel-Straße 92
33597 Bielefeld

Johannes Plein
Johanna Rose

Drees & Huesmann Stadtplaner PartGmbB
Vennhofalllee 97
33689 Bielefeld

Andreas Hollstein

Bielefeld, September 2024

Die Satzung für Werbeanlagen soll die gesamte Bielefelder Altstadt umfassen.

Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst das Gebiet der Altstadt von Bielefeld innerhalb der Wallringstraßen, der Artur-Ladebeck-Straße im Westen, dem Oberntorwall im Westen und Norden, dem Jahnplatz im Nordosten, dem Niederwall im Osten und der Kreuzstraße im Süden und ist in Anlage 1 „Abgrenzungsplan“ zu dieser Satzung dargestellt. Der Abgrenzungsplan ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 1 (1)

Zur Steuerung der Zulässigkeit von Werbenanlagen werden zwei Zonen mit differenzierten Anforderungsprofilen gebildet: Zone 1 umfasst den gesamten Geltungsbereich bis auf die Zone 2, deren Raum vom Jahnplatz geprägt wird. In Zone 1 befindet sich eine besondere Dichte von Baudenkmälern und erhaltenswerten Gebäuden. Hier haben sich überwiegend Inhaber geführte Ladengeschäfte mit gehobenem Sortimenten und Marken gehalten, die der Altstadt ihren besonderen gehobenen Einkaufscharakter geben. Vor diesem Hintergrund werden für diesen Bereich strengere Anforderungen an Werbeanlagen als in Zone 2 gestellt. Dort ist eine eigene Regelung erforderlich, da für diesen zentralen „Platz“ ein großzügigerer Umgang mit Werbung – insbesondere Leuchtwerbung – erwünscht ist, so wie es in dem beschlossenen „Leuchtwerbekonzept für den Jahnplatz“ aus dem Jahr 1994 vorgesehen war.

Die Definition des sachlichen Geltungsbereichs dient der Rechtsklarheit mit dem eindeutig abgegrenzten Anwendungsumfang. Nicht geregelt werden durch diese Satzung sogenannte Sondernutzungen des öffentlichen Verkehrsraumes, einschließlich Werbeanlagen z.B. in Form von Aufstellern vor den Geschäften und Werbetafeln im Straßenraum.

Zonierung

Der Geltungsbereich gliedert sich in zwei Zonen. Zone 1 umfasst den gesamten Geltungsbereich, mit Ausnahme der Zone 2. Zone 2 umfasst die Grundstücke Oberntorwall 23a, 23c, 24 und 25, Jahnplatz 10, Niedernstraße 28, 39 und 41 sowie Niederwall 2 mit den jeweils den Straßen Oberntorwall, Jahnplatz, Niedernstraße und Niedernwall zugewandten Fassadenseiten entsprechend der Darstellung in Anlage 1 zu dieser Satzung.

§ 1 (2)

Sachlicher Geltungsbereich

(1) Die Satzung enthält gemäß § 89 Absatz 1 Nummer 1 BauO NRW 2018 örtliche Bauvorschriften über die äußere Gestaltung von Werbeanlagen.
(2) Die Satzung gilt unbeschadet der Bestimmungen der BauO NRW 2018 zur Genehmigungspflicht von Werbeanlagen.
(3) Die Belange des Denkmalschutzes bleiben von dieser Satzung unberührt.
(4) Rechtmäßig bestehende und genehmigte Werbeanlagen, die den Regelungen dieser Satzung widersprechen, genießen Bestandsschutz.
(5) Die Vorschriften dieser Satzung gelten nicht für Auslagen und Dekorationen in Fenstern und Schaukästen und Werbeanlagen, die vorübergehend für öffentliche Wahlen oder Abstimmungen und für Baustelleneinrichtungen angebracht oder aufgestellt werden.

§2

Geltungsbereich und Zonierung



Werbeanlagen

Werbeanlagen 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 Zettel- und Bogenanschläge oder für Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

§ 3 (1)

Flachwerbung

Flachwerbungen sind parallel zur Gebäudefassade angeordnete Werbeanlagen.

§ 3 (2)

Ausleger

Ausleger sind rechtwinklig zur Gebäudefassade angeordnete Werbeanlagen.

§ 3 (3)

Fremdwerbung

Fremdwerbung ist eine Werbung, die sich nicht an der Stätte der Leistung befindet. Markenartikelreklame, die im Verhältnis zur Werbung an der Stätte der Leistung (Eigenwerbung) nicht übermäßig groß ist (Ansichtsfläche der Markenartikelreklame < 50 v. H. der Ansichtsfläche der Eigenwerbung) und von der Betreiberin oder dem Betreiber der Stätte der Leistung selbst errichtet wurde, gilt nicht als Fremdwerbung im Sinne dieser Satzung.

§ 3 (4)

Ansichtsfläche

Die Ansichtsfläche von Werbeanlagen, die aus Einzelbuchstaben und/oder Firmenemblemen (Wortmarke, Bildmarke oder Wort-Bild-Marke) bestehen, wird nach der Fläche des die Werbung umschließenden waagerechten Rechtecks ermittelt.

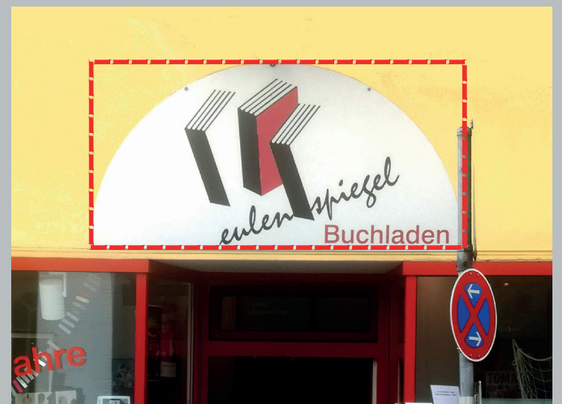
§ 3 (5)

Gestalterische Einheit

Als ungeteilte, eine gestalterische Einheit bildende Gebäudefassadenflächen gelten Fassadenbereiche, die in einer Ebene liegen, nicht von Fensterflächen unterbrochen sind und aus einem einheitlichen Oberflächenmaterial bestehen. Eine Gebäudeansicht kann aus mehreren Gebäudefassadenflächen bestehen.

§ 3 (5)

Beispiel Ermittlung der Ansichtsfläche
Zone 1, Hagenbruchstraße



Darstellung: Gestalterische Einheit
Zone 1, Goldstraße



(1) Unzulässig sind im Geltungsbereich dieser Satzung:

§ 4 (1)

Fremdwerbung mit einer Ansichtsfläche von mehr als 2,5 qm.

§ 4 (1) a

Durch die Satzung wird Fremdwerbung nicht grundsätzlich ausgeschlossen. Durch die Größenbeschränkung soll eine Störung des kleinteiligen Erscheinungsbildes der Altstadt vermieden werden.

Werbeanlagen mit einer Gesamthöhe der Ansichtsfläche von mehr als 0,55 m in Zone 1.

§ 4 (1) b

Werbeanlagen mit einer Gesamthöhe der Ansichtsfläche von mehr als 0,75 m in Zone 2.

§ 4 (1) c

Die maximale Größe der Schriftzüge und Symbole wird aufgrund der unterschiedlichen städtebaulichen Bedeutung der Bereiche diffenrenziert vorgegeben.

Werbeanlagen oberhalb der Trauflinie bzw. Attika von Gebäuden.

§ 4 (1) d

Werbeanlagen oberhalb der Brüstung des 1. Obergeschosses und oberhalb von 5,00 m, gemessen ab der nächstgelegenen Geländeoberfläche, sofern es sich bei den Werbeanlagen nicht um eine Fassadenbemalung oder einen Ausleger handelt, in Zone 1

§ 4 (1) e

Mit der Beschränkung der Anbringungshöhe soll entsprechend der jeweiligen Zone ein geordnetes städtebauliches Gestaltungsbild für alle vom Straßenraum aus wahrnehmbaren Außenwände eines Gebäudes gewährleistet werden. Werbeanlagen sollen immer unterhalb der Traufen und der Attiken angebracht werden.

Die Stadtsilhouette, besonders auch beim Blick auf die Wallbebauung oder von der Sparrenburg soll durch die Architekturelemente der Dachlandschaft gebildet werden. Als Trauflinie gilt dabei die Schnittkante zwischen den Außenflächen des Daches und der Gebäudeaußenwand. Bei Gebäuden mit flachgeneigten Dächern oder Flachdächern ist die oberste Dachebene maßgebend.

Werbeanlagen aus Transparenten, Planen, Textilien oder Netzen (dazu zählen nicht Markisen) oberhalb des 1. Obergeschosses.

§ 4 (1) f

Werbeanlagen, die die architektonische Gliederung (z. B. Stützen, Pfeiler, Dachrandabdeckungen etc.) eines Gebäudes überformen oder das baugestalterische Ordnungsprinzip der jeweiligen Fassade mit seinen Konstruktions- bzw. Symmetrieachsen durchbrechen.

§ 4 (1) g

Beispiel zulässige Flachwerbung
Zone 1, Obernstraße



Beispiel zulässiger Ausleger
Zone 1, Goldstraße



Alle Werbeanlagen sollen in ihrer Lage und Größe in einem gestalterischen Bezug zu den Fassaden- bzw. Öffnungsachsen stehen und müssen das Ordnungsprinzip der Fassadengliederung mit seinen Konstruktions- bzw. Symmetrieachsen aufnehmen. Damit soll eine Überformung bzw. Verdeckung der Fassaden vermieden und die architektonische Gestaltung der Fassade erhalten und betont werden.

Die Beleuchtung von Werbeanlagen mit auskragenden Strahlern.

§ 4 (1) h

Eine Beleuchtung von Werbeanlagen mit auskragenden Strahlern ist nicht erwünscht, weil dadurch eine Blendwirkung nicht ausgeschlossen werden kann und darüber hinaus beliebige Bereiche der Fassade mit angestrahlt werden. Damit soll eine willkürliche Betonung von Fassadenteilen außerhalb des Ordnungsprinzips vermieden werden. Die Strahler selbst mit ihrer auskragenden Konstruktion beeinträchtigen zusätzlich die Architektur der Fassade. Eine indirekte Beleuchtung kann mittels moderner LED-Technik zurückhaltend erfolgen.

Werbeanlagen mit wechselndem (flackernd) oder sich bewegendem Licht (Lichtlaufanlagen, senkrechte Kletterschriften, Blink-, Wechsel- und Reflexbeleuchtung).

§ 4 (1) i

Werbeanlagen in fluoreszierenden Farben oder Neonfarben.

§ 4 (1) j

Durch flackernde und blinkende Werbeanlagen kann es zu unerwünschten Belästigungen kommen. Dies gilt auch für Werbenanlagen in fluoreszierenden Farben oder Neonfarben. Diese Werbenanlagen erzielen mitunter eine relativ große Werbewirkung. Allerdings verliert sich dieser anfängliche Effekt bei mehrmaliger Betrachtung in der Regel nach kurzer Zeit und derart gestaltete Werebanlagen wirken schnell aufdringlich und abstoßend.

Werbung auf der Oberseite von Markisen und Vordächern.

§ 4 (1) k

Die Anbringung von Werbeanlagen an Markisen und Vordächern sollen auf deren Volants oder Stirnseiten beschränkt bleiben.
Um die Möglichkeit zu schaffen, an den Stirnseiten von Vordächern oder auf Volants von Markisen für die Geschäftsnutzung als Werbefläche nutzen zu können, werden hierfür Schriftzüge in der Form von unbeleuchteten Einzelbuchstaben und Firmen- und Markenzeichen (Logos) zugelassen.

zulässiges Beispiel
Werbeanlage in Einzelbuchstaben
Zone 1 - Obernstraße



zulässiges Beispiel
abgehängte Ausleger unterhalb eines Vordaches
Zone 2 - Niedernstraße Blickrichtung zum Jahnplatz



Ausleger an Gebäudefassaden in einem Abstand von mehr als 0,10 m zur Befestigungswand oder einer Anbringungshöhe von mehr als 7,50 m, gemessen ab der nächstgelegenen Geländeoberfläche, oder mit einer Ansichtshöhe von mehr als 0,50 m, einer Ansichtsbreite von mehr als 0,50 m oder einer Ansichtstiefe von mehr als 0,10 m in Zone 1.

§ 4 (1) l

Bei klassischen Auslegern handelt es sich um Werbeanlagen, die im rechten Winkel (senkrecht) zur Fassade angebracht sind. Die Anforderungen für Ausleger in der Zone 1 werden als ausreichend angesehen, um angemessen auf die Geschäftsnutzung aufmerksam machen zu können.

Ausleger an Gebäudefassaden in einem Abstand von mehr als 0,10 m zur Befestigungswand oder einer Anbringungshöhe von mehr als 10,50 m, gemessen ab der nächstgelegenen Geländeoberfläche, oder mit einer Ansichtshöhe von mehr als 2,00 m, einer Ansichtsbreite von mehr als 0,50 m oder einer Ansichtstiefe von mehr als 0,10 m in Zone 2.

§ 4 (1) m

Ausleger unter Arkaden, Kolonaden und Vordächern in einem Abstand von weniger als 0,15 m zur Gebäudefassade oder mit einer Ansichtshöhe von mehr als 0,40 m, einer Ansichtsbreite von mehr als 1,00 m oder einer Ansichtstiefe von mehr als 0,10 m.

§ 4 (1) n

Parallel zur Gebäudefassade angebrachte Werbeanlagen unter Arkaden, Kolonaden und Vordächern in einem Abstand von weniger als 0,10 m zur Gebäudefassade oder mit einer Ansichtshöhe von mehr als 0,40 m, einer Ansichtsbreite von mehr als 2,00 m oder einer Ansichtstiefe von mehr als 0,10 m.

§ 4 (1) o

Für den Bereich des Jahnplatzes, Zone 2, werden die Größenbeschränkungen und die maximale Anbringungshöhe für Werbeanlagen aus der Gestaltungssatzung für die Bahnhofstraße im Wesentlichen übernommen. Damit wird gewährleistet, dass Werbeanlagen am Jahnplatz eine einheitliche Gestaltung erfahren.

Im rechten Winkel (senkrecht) zur Fassade abgehängte Werbeanlagen unter Arkaden und Vordächern sollen einen Mindestabstand zur Vorderkante der Fassade oder des Vordaches einhalten, um die Gestaltung des Gebäudes nicht zu beeinträchtigen. Die entsprechenden Maße sind in den beiden Zonen differenziert festgesetzt.

Parallel zur Fassade abgehängte Werbeanlagen unter Arkaden und zurückspringenden Eingangsbereichen werden für beide Zonen einheitlich geregelt.

Schaufenster sollen in erster Linie der Waren- oder Leistungspräsentation dienen. Die Gestaltung von Schaufenstern soll einen ersten Eindruck für die angebotenen Waren oder Leistungen vermitteln und attraktiv und ansprechend gestaltet werden. Um einem Trading-Down-Effekt entgegenzuwirken soll eine vollständige oder teilweise Verklebung der Schaufenster (insbesondere zu Werbezwecken) untersagt werden. Ein abweisender Eindruck soll damit vermieden werden. Dies gilt analog auch für alle Fenster in den Obergeschossen.

Werbeanlagen als Fenster- oder Schaufensterbeklebungen und sonstige Fenster- oder Schaufensterbeklebungen (auch auf Blindverglasungen) mit einer Ansichtsfläche bzw. einem Beklebungsanteil von mehr als 25 v. H. der einzelnen Glasfläche.

§ 4 (1) p

Zusätzlich gelten für Werbeanlagen folgende Regelungen:

§ 4 (2)

Werbeanlagen an Gebäuden sind nur zulässig als Flachwerbung und als rechtwinklige Ausleger.

§ 4 (2) a

Je Nutzungseinheit ist nur eine Werbeanlage als Wortmarke, Bildmarke oder Wort-Bild-Marke und zusätzlich ein Ausleger auf der Gebäudefassade zum öffentlichen Raum zulässig. Liegt das Gebäude an einer Straßenecke, gilt diese Beschränkung für jede Gebäudefassadenseite.

§ 4 (2) b

Zur Vermeidung einer dominanten Wirkung von Werbeanlagen auf die Fassade eines Gebäudes wird die Begrenzung der Anzahl von Werbeanlagen vorgenommen.

Werbeanlagen, ausgenommen Ausleger, dürfen nur aus freigestellten oder dekupierten Einzelbuchstaben und/oder Firmenemblemen (Wortmarke, Bildmarke oder Wort-Bild-Marke) bestehen.

§ 4 (2) c

Die Summe aller Ansichtsflächen von Werbeanlagen (auch Wandbemalungen), die sich vor oder auf einer eine gestalterische Einheit bildenden Gebäudefassadenfläche befinden, darf nicht mehr als 30 v. H. der Ansichtsfläche dieser Gebäudefassadenfläche verdecken.

§ 4 (2) d

Der Abstand von Werbeanlagen zu der oberen und den seitlichen Begrenzungen einer Gebäudefassadenfläche muss mindestens 0,50 m betragen.

§ 4 (2) e

Hinweisschilder auf Gebäudefassaden, die auf Gewerbeeinheiten oder Dienstleister in den Obergeschossen eines Gebäudes hinweisen, sind im Bereich der Treppenhauseingangstür in Sichthöhe anzubringen und dürfen eine Breite von 0,50 m nicht überschreiten. Bei mehreren Nutzungen innerhalb eines Gebäudes sollen die Hinweise auf einem gemeinsamen Hinweisschild untergebracht werden.

§ 4 (2) f

Werbeanlagen an Baustelleneinrichtungen sind nur für die Dauer der jeweiligen Baumaßnahme, längstens jedoch für einen Zeitraum von bis zu zwei Jahren zulässig.

§ 4 (2) g

zulässiges Beispiel
für Schaufenster und Beschriftung
Rathausstraße - Zone 1



zulässiges Beispiel für Volants von Markisen
Einzelbuchstaben ohne Beleuchtung - Zone 1



zulässige Beispiele Werbeanlage auf Trägerplatten
mit Wirkung wie Einzelbuchstaben
Zone 1 - Ritterstraße und Obernstraße





zulässige Beispiele für Hinweisschilder
gewerblicher Nutzungen
in den Obergeschossen



§ 5 Abweichungen

Abweichungen von einzelnen Regelungen dieser Satzung können unter den Voraussetzungen des § 69 BauO NRW 2018 zugelassen werden.

§ 5

Mit diesem Paragraphen soll ermöglicht werden, unbeabsichtigte Härten oder bei nicht erkannten Einzelfallkonstellationen Abweichungen erteilen zu können. Die Voraussetzungen sind mit formlosen Antrag schriftlich zu begründen.

§ 6 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne des § 86 Absatz 1 Nummer 21 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen vom 21. Juli 2018 (GV. NRW. S. 421) in der jeweils geltenden Fassung handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage errichtet, die gegen die Bestimmungen des § 4 verstößt.

§ 6

Es soll der Verwaltung die Möglichkeit gegeben werden, Verstöße gegen die Einhaltung dieser Satzung angemessen zu ahnden.

§ 7 Inkrafttreten

Die Gestaltungssatzung tritt mit ihrer ortsüblichen öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

§ 7

Anlage - Geltungsbereich und Zonierung

