

SATZUNG
der Stadt Paderborn über besondere
Anforderungen an Werbeanlagen im Bereich Bahnhofstraße
- „Werbesatzung Bahnhofstraße“ –
vom 11.04.2012

(Neufassung)

Der Rat der Stadt Paderborn hat in seiner Sitzung am 22.03.2012 aufgrund des § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) und des § 86 Abs. 1 Nr. 1 der Bauordnung für das Land NRW (BauO NRW), jeweils in der zurzeit geltenden Fassung, folgende Satzung beschlossen:

Präambel / Gestaltungskonzept

Es ist das Ziel der Stadt Paderborn, die Bahnhofstraße zu einem ansprechenden Finanz-, Verwaltungs- und Dienstleistungsschwerpunkt mit weitestgehend einheitlichen baulichen Nutzungs- und Gestaltungsmerkmalen zu entwickeln.

Zu diesem Zweck wurde in den letzten Jahren bereits die Verkehrsfläche der Bahnhofstraße in einem ersten Teilabschnitt umfassend umgebaut und neu gestaltet. Der Bereich des Busbahnhofs wurde komplett erneuert und mit einer Überdachung versehen. Mit dem Umbau der Straße sowie der Neugestaltung des öffentlichen Raumes konnte bereits eine erhebliche Aufwertung des Erscheinungsbildes der Straße und eine deutliche Steigerung der Aufenthaltsqualität erreicht werden. Parallel zu den Maßnahmen im öffentlichen Raum siedelten sich neben den bereits vorhandenen Finanz- und Verwaltungsgebäuden unterschiedlichste private Dienstleister aus den Sparten Versicherungen und Krankenkassen sowie Rechtsanwaltskanzleien im Bereich der Bahnhofstraße an. Ein großes Gesundheitszentrum befindet sich derzeit im Bau.

Die Werbesatzung soll einen wichtigen Beitrag dazu leisten, dass sich die Bahnhofstraße weiterhin positiv zu einem Gebiet mit dem soeben aufgezeigten Gepräge entwickelt. Die einheitliche Gestaltung und Steuerung von Werbeanlagen ist insofern von erheblicher Bedeutung. Die nachfolgende Satzung soll über die reine Verunstaltungsabwehr hinaus eine positive gestalterische Pflege des Straßenbildes der Bahnhofstraße ermöglichen und der Tendenz zu immer größeren und bunteren Werbeanlagen Einhalt gebieten.

Mit der Werbesatzung wird ein einheitliches Gestaltungskonzept für Werbeanlagen umgesetzt. Auf Basis des Gestaltungskonzeptes soll verhindert werden, dass an Gebäuden wildwuchsartig Werbeanlagen in unterschiedlicher Größe, Form und Lage angebracht und willkürlich freistehende Großwerbeanlagen aufgestellt werden. Freistehende Großwerbetafeln und sonstige Werbeanlagen, die ungeordnet und wahllos auf unbebauten Grundstücken, an Giebelwänden und sonstigen baulichen Anlagen angebracht und angeordnet werden, stören und beeinträchtigen das angestrebte harmonische Gesamtbild der Bahnhofstraße.

Es besteht bei einer weiteren ungeregelten Zunahme von Werbeanlagen die Gefahr, dass das Erscheinungsbild der Bahnhofstraße (erneut) gemindert wird und trotz der bereits getätigten öffentlichen Investitionen (Straßenumbau, Neubau Busbahnhof etc.) wieder ein negativer Trading-Down-Effekt einsetzt, der das Erscheinungsbild sowie die städtebauliche Ordnung des Oberzentrums Paderborn als Bischofs- und Universitätsstadt dauerhaft schädigt und die eingeleitete positive Entwicklung gefährdet. Es besteht insbesondere die Gefahr, dass besonders schutzwürdige bauliche Anlagen (Kirche, Baudenkmale) und sensible öffentliche und private Nutzungen (z. B. Agentur für Arbeit, Finanzamt, Kreisverwaltung, Banken und Sparkasse, Versicherungen, Ärzte etc.), die in besonderer Weise auf ein abgestimmtes, einheitliches und wohlgestaltetes Umfeld angewiesen sind,

durch eine Überfrachtung mit Werbeanlagen empfindlich in ihrer Außendarstellung und öffentlichen Wahrnehmung gestört werden.

Mit dieser Werbesatzung soll ein harmonisches Gesamtbild in der Bahnhofstraße im Wesentlichen dadurch erreicht werden, dass horizontale Werbeanlagen nur im Bereich unterhalb der Öffnungen des 1. Obergeschosses angebracht werden und eine maximale Breite, Höhe und Tiefe nicht überschreiten dürfen, um die Gestaltung des Gebäudes nicht zu sehr zu beeinträchtigen. Vertikale Anlagen sind zulässig, müssen sich aber ebenfalls dem Gebäude unterordnen. Werbeanlagen als Standtransparente bzw. Pylone sind vor den Gebäuden sowohl als Sammelanlagen sowie als Einzelanlage zulässig. Auch sind Namens- und Firmenschilder am Gebäude erlaubt. Zulässig ist auch eine Großwerbeanlage, die insbesondere für Fremdwerbung genutzt werden kann, am Gebäude anzubringen. Aufgrund der unterschiedlichen Gebietscharakter (Misch-, Kern- und Gewerbegebiet) werden hierbei unterschiedliche Größen definiert.

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung erstreckt sich vom Westerntor bis zur Klöcknerstraße. Der eindeutige Geltungsbereich ergibt sich aus dem beigefügten Geltungsbereichsplan im Maßstab 1:1000, der Bestandteil dieser Satzung ist (Anlage 1). Ein unmaßstäblicher Übersichtsplan (Anlage 2) dient zur Orientierung.

(2) Der räumliche Geltungsbereich ist zudem in drei Teilbereiche, gem. beigefügten Plan (Anlage 3), unterteilt. Der Plan ist ebenfalls Bestandteil dieser Satzung.

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

Die Satzung ist anzuwenden:

1. bei allen Errichtungen, Aufstellungen, Anbringungen, Veränderungen und Ergänzungen von Werbeanlagen,
2. auf Warenautomaten, die nicht nur Waren anbieten, sondern zugleich durch Beschriftung, Bemalung oder Lichtwerbung der Ankündigung oder Anpreisung dienen.

§ 3 Begriff der Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen im Sinne des § 13 BauO NRW sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Berufe dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschlüge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

(2) Sofern die Hintergrundfläche von Werbeträgern und Einzelbuchstaben nicht der Architektur zuzurechnen ist, sondern vor allem dazu bestimmt ist, die Werbeanlage optisch hervorzuheben oder zu tragen, so darf diese Fläche die höchstzulässige Ansichtsfläche für eine Werbeanlage nicht überschreiten. Sie ist auf die zulässige Gesamtumrissfläche aller Werbeanlagen hinzuzurechnen.

(3) Als Schriftzüge gelten Flachtransparente mit Schrift- und/oder Zeichendarstellung, Einzelbuchstaben bzw. Neonschriften sowie deren Hintergrundflächen, sofern sie den Werbeanlagen hinzuzurechnen sind sowie Fassadenbeschriftungen bzw. -bemalungen.

(4) Flachtransparente sind aus Kunststoff bzw. Plexiglas 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 aufgebrauchten Schriftzeichen gleichzusetzen.

(5) Für sonstige großformatige Werbeflächen wie beispielsweise Spannplakate, Spannposter, Großplakate etc. aus Planen oder Stoff- oder Kunststoffbahnen gelten die gleichen Anforderungen nach dieser Satzung wie für Flachtransparente.

(6) Die Fläche von Einzelbuchstaben errechnet sich aus der Summe der die einzelnen Buchstaben umfahrenden Rechtecke.

(7) An sich nicht ortsfeste Objekte und Einrichtungen wie beispielsweise KFZ, Anhänger, 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.

(8) Großwerbetafeln im Sinne dieser Satzung sind Werbetafeln, die größer als 1 m² sind.

§ 4

Genehmigungsvorbehalt

(1) Nach Inkrafttreten dieser Satzung über Werbeanlagen ist eine Genehmigung durch die Bauaufsichtsbehörde erforderlich für das Errichten, Aufstellen, Anbringen, Verändern und Ergänzen von Werbeanlagen an Gebäuden sowie freistehenden Werbeanlagen.

(2) Die nach § 9 i. V. m. § 3 Abs. 1 Satz 2 DSchG erforderliche besondere Erlaubnis für Werbeanlagen, die an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern bzw. in deren engeren Umgebung angebracht werden, bleibt unberührt.

§ 5

Allgemeine Anforderungen

(1) Soweit Werbeanlagen den bauordnungsrechtlichen Vorschriften entsprechen, müssen sie darüber hinaus in Anzahl, Größe, Art und Form auf das Straßen- und Ortsbild Rücksicht nehmen sowie sich nach Umfang, Anordnung, Werkstoff, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk unterordnen, an dem sie stehen. Sie dürfen wesentliche Teile der Fassade nicht verdecken, überschneiden oder verunstalten.

(2) Grundsätzlich dürfen Werbeanlagen nicht die architektonische Gliederung baulicher Anlagen bzw. die einheitliche Gestaltung stören. Die architektonische Gliederung wird durch vertikale und horizontale Elemente (Fenster, Brüstungen, Pfeiler, Stützen, Giebeldreiecke, Traufen, obere Wandabschlüsse, Gebäudekanten, Lisenen, Portiken, Säulen) bestimmt und darf nicht verdeckt oder verzerrt werden.

(3) Der architektonische Gesamtzusammenhang der Fassade muss über alle Geschosse gewahrt bleiben.

(4) Die Werbeträger müssen flach oder im rechten Winkel an die Wandflächen des Gebäudes angebracht werden, eine schräge Anordnung von Werbeträgern ist unzulässig.

(5) Schaufenster, Fenster und Glastüren dürfen zu Werbezwecken weder abgeklebt noch angestrichen oder abgedeckt werden. Werbung, die flächig auf Schaufenster, Fenster und Glastüren aufgebracht wird, ist ausschließlich im Erdgeschoss und bis zu 20 % ihrer jeweiligen Glasfläche statthaft. Die Flächen von Plakatanschlügen, wie z.B. Hinweise auf Sonderangebote, sind auf diese Gesamtfläche mit anzurechnen. Schaufenster sind entsprechend auszugestalten und dürfen das Straßenbild oder den öffentlichen Verkehrsraum nicht durch grelles, bewegtes oder wechselndes Licht beeinträchtigen. Das Verteilen von Buchstaben sowie Symbolen eines Wortes oder Begriffes über mehrere Fenster ist in allen Geschossen unzulässig.

(6) Vorhandene Werbeanlagen, die nicht mehr dem Werbezweck entsprechen, z. B. bei Geschäftsaufgabe oder Geschäftswechsel, sind einschließlich ihrer Befestigungsteile zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

(7) Nicht zulässig sind Werbeanlagen an Balkonen, Erkern, Brüstungen und Geländern, an und auf Einfriedigungen, Stützmauern, Dächern, Schornsteinen und Türmen, an Toren, Fensterläden, Rollläden, Jalousien, Bäumen, Masten und oberhalb der Trauflinie bzw. der Attika.

§ 6 Größe und Ausladung

(1) Für die Größe und Ausladung von Werbeanlagen an Gebäuden gelten folgende Maßgaben:

1. Horizontale Werbeanlagen dürfen eine Tiefe von 0,25 m, eine maximale Breite von 2/3 der Gebäudewandfläche sowie eine Höhe von max. 0,60 m nicht überschreiten. Einzelanlagen dürfen hierbei eine Länge von max. 9,0 m nicht überschreiten. Sie sind nur unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses zulässig.
2. Bei Eckgebäuden hat die Aufstellung bzw. das Anbringen der Werbeanlagen größtmäßig im Verhältnis der Frontbreiten zu erfolgen. Von den Gebäudeecken bzw. von Vorsprüngen in der Fassade (Erker usw.) ist ein seitlicher Abstand von mindestens 0,50 m zu wahren. Auf die Gliederung der Fassade ist Rücksicht zu nehmen.
3. Vor- und Rücksprünge der Fassaden werden bei der Ermittlung der Gebäudewandfläche nicht berücksichtigt.

(2) Für vertikale Werbeanlagen an Gebäuden gelten folgende Maßgaben:

1. Vertikale Werbeanlagen sind zwischen der Unterkante der Öffnungen des 1. Obergeschosses und der Unterkante der Öffnung des 2. Obergeschosses zulässig. Sie dürfen eine Breite von 0,60 m und eine Tiefe von 0,25 m nicht überschreiten.
2. Als Kragtransparente, Kragschilder und Ausleger sind vertikale Werbeanlagen an Fassaden zulässig. Sie dürfen eine Ausladung von 0,80 m nicht überschreiten und müssen an befahrbaren Straßen mindestens 0,70 m vom Fahrbahnrand entfernt sein. Die vorgenannten Anlagen sind zwischen der Unterkante der Öffnungen des 1. Obergeschosses und der Unterkante der Öffnung des 2. Obergeschosses zulässig.

3. Die Unterkante der Ausleger muss mindestens 2,50 m über der öffentlichen Verkehrsfläche liegen.
4. Pro Gebäude und Grundstück sind jeweils nur max. zwei Ausleger zulässig, die aber über mehrere Werbeinhalte verfügen dürfen. Hierbei ist auf eine einheitliche optische Gestaltung, Aussehen und Ausformung zu achten.

§ 7

Fahnen, Standtransparente, Hinweistafeln oder Pylone

(1) Namens- und Firmenschilder als Standtransparente oder Pylone vor dem jeweiligen Gebäude sind als freistehende Sammelanlagen entweder als vertikale Elemente mit einer Höhe von bis zu 5 m und einer Breite von 2,0 m oder als horizontale Elemente mit einer Höhe von 1,5 m und einer Breite von 3,0 m auch zulässig. Pro Grundstück ist nur eine Anlage, bei Eckgrundstücken sind max. zwei Anlagen mit mehreren Schildern zulässig. Auf eine einheitliche Gestaltung ist zu achten. Einzelanlagen dürfen als vertikale Elemente die Höhe von 3,0 m und die Breite von 1,0 m sowie als horizontale Elemente die Höhe von 1,0 m und einer Breite von 2,0 m nicht überschreiten.

(2) Namens- und Firmenschilder an Gebäudewandflächen sind jeweils an den Eingängen bis zur Oberkante der Fenster des Erdgeschosses sowie einer Breite von max. 0,60 m zulässig. Hierbei darf eine maximale Höhe von 3,50 m aber nicht überschritten werden. Pro Gebäude sind max. zwei Anlagen aber mit mehreren Schildern zulässig. Auf eine einheitliche Gestaltung ist zu achten.

(3) Fahnen sind nur auf sowie vor öffentlichen Gebäuden, auf öffentlichen Grundstücken sowie auf Grundstücken und Gebäuden mit erheblicher öffentlicher Bedeutung (z. B. Bahnhof) zulässig. Ausnahmen gelten für kirchliche, kulturelle Anlässe.

§ 8

Beleuchtung

(1) Bewegliche (laufende) und solche Lichtwerbung, bei denen die Beleuchtung ganz oder teilweise im Wechsel an- und ausgeschaltet oder in ihrer Lichtintensität verändert wird sowie Leitlichtanlagen (Sky Beamer etc.) sind unzulässig.

(2) Werbeanlagen dürfen nur mit weißlichem oder gelblichem Licht angestrahlt werden.

§ 9

Unzulässige Werbeanlagen

Unzulässig sind im Geltungsbereich dieser Satzung:

1. Freistehende Großwerbetafeln und Werbefahrzeuge.
2. Werbeanlagen an Gebäudefassaden in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen Körpern.

§ 10 Besondere Regelungen

In den Bereichen Nr. 1 bis 3 sind die allgemeinen Festsetzungen der §§ 5 bis 9 dieser Satzung anzuwenden. Zudem gelten folgende besondere Anforderungen an Werbeanlagen:

1. Im Bereich 1 ist neben den in den §§ 6 und 7 genannten und erläuterten Werbeanlagen pro Gebäude eine Werbeanlage in einer maximalen Abmessung von bis zu 12 m² und bis zur Unterkante der Öffnung des 1. Obergeschosses am Gebäude zulässig.
2. In den Bereichen 2 und 3 ist neben den in den §§ 6 und 7 genannten und erläuterten Werbeanlagen pro Gebäude eine Werbeanlage in der maximalen Abmessung von bis zu 11 m² und bis zur Unterkante der Öffnung des 1. Obergeschosses am Gebäude zulässig. Ausnahmsweise sind im Bereich 3 Werbeanlagen in Form von Einzelbuchstaben auch bis zur Fensterbrüstung des 2. Obergeschosses zulässig.
3. Bei den Werbeanlagen in den Bereichen 1 bis 3 darf die maximale Größe aller Werbeanlagen an einer Gebäudewandfläche das Maß von 10 % nicht überschreiten. Bei Wänden ohne Öffnungen sind die Öffnungen des 1. Obergeschosses angrenzender Gebäudewandflächen maßgeblich. Ein Werbewechsel durch bewegliche Werbe- bzw. Wendeanlagen ist bei den vorgenannten Werbeanlagen nicht zulässig.

§ 11 Werbeanlagen im öffentlichen Straßenraum oder im öffentlichen Interesse

Die Vorschriften nach der Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Stadt Paderborn bleiben von dieser Satzung unberührt.

Im öffentlichen Straßenraum und im öffentlichen Interesse gelten zudem folgende Regelungen:

1. Freistehende Großwerbetafeln sind nur in den genau definierten Bereichen des Busbahnhofes zulässig (Anlage 4).
2. Anschlagsäulen (Litfaßsäulen) sind zulässig.
3. Vitrinen und Schaukästen für amtliche Mitteilungen, Fahrpläne der Bus- und Bahnlinien sowie zur Unterrichtung der Bevölkerung über kirchliche, kulturelle, sportliche o. ä. Veranstaltungen sind zulässig.
4. Werbeanlagen in direkter Verbindung mit Haltestellen des ÖPNV (Buswartehäuschen o. ä.) sind bis zu einer Größe von max. 2,5 m² zulässig.
5. An jeder 5. Straßenlaterne sind Werbeanlagen für kirchliche und kulturelle örtliche Veranstaltungen (Märkte, Ausstellungen, Schauspiele, Theater und musikalische Veranstaltungen und Vorstellungen etc.) bis zu einer Größe von max. 0,3 m² zulässig.
6. Zulässig ist das Aufstellen von Sammelhinweisschildern zum besseren Auffinden und Erreichen von Firmen und Unternehmen.

§ 12 Ausnahmen von Festsetzungen

(1) Soweit eine Höhenbeschränkung für Schriftzüge angegeben ist, kann eine Überschreitung ausnahmsweise für einen untergeordneten Teil der Werbeanlage, beispielsweise für einen Buchstaben oder ein Symbol, zugelassen werden.

(2) Wenn sichergestellt ist, dass die Stadtsilhouette der historischen Altstadt mit ihren Kirchtürmen nicht beeinträchtigt wird, kann für die Höhenfestsetzung vertikaler Werbeanlagen eine Ausnahme zugelassen werden.

(3) Ausnahmsweise können großformatige Werbeanlagen aus Planen, Folien, Stoffen (sog. Megaposter) als Verkleidung von Baugerüsten als zeitlich befristete Werbeanlagen, längstens jedoch für die Dauer der Bauzeit zugelassen werden.

(4) Im Bereich von Tankstellen können für Werbung an der Stätte der Leistung Ausnahmen von den Vorschriften dieser Satzung zugelassen werden.

(5) Das zeitlich befristete Aufstellen von Großwerbetafeln für örtliche und überörtliche Veranstaltungen, Feste und Aktionen (Libori, Schloßsommer, Schützenfest etc.) kann ausnahmsweise zugelassen werden.

(6) Abweichungen (§§ 86 Abs. 5 und 73 BauO NRW) von dieser Satzung sind schriftlich zu beantragen und zu begründen.

§ 13 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig im Sinne von § 84 BauO NRW handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen Bestimmungen dieser Satzung verstößt.

Die Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 84 Abs. 1 Ziff. 20 BauO NRW mit einer Geldbuße geahndet werden.

§ 14 Inkrafttreten

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

Mit Inkrafttreten dieser Satzung wird die „Werbesatzung Bahnhofstraße“ vom 25.05.2010 außer Kraft gesetzt.

In Kraft getreten am 21.04.2012