Übersicht

Hilden

Der Bürgermeister
Hilden, den 25.09.2024
AZ.: IV/61-Ba
Gestaltungssatzung 2

WP 20-25 SV 61/180

Beschlussvorlage

2. Nachtragssatzung zur "Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden"

Für eigene Aufzeichnungen: Abstimmungsergebnis			
	JA	NEIN	ENTH.
CDU			
SPD			
Grüne			
FDP			
AfD			
BA			
Allianz			
Die Linke			

öffentlich

Finanzielle Auswirkungen	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen
Organisatorische Auswirkungen	☐ ja	☒ nein	☐ noch nicht zu übersehen

Beratungsfolge:

Stadtentwicklungsausschuss	09.10.2024	Vorberatung
Rat der Stadt Hilden	17.12.2024	Entscheidung

Anlage 1: Werbeanlagensatzung II in der Fassung, die in 2020 in Kraft getreten ist

Beschlussvorschlag:

Der Rat der Stadt Hilden beschließt nach Vorberatung im Stadtentwicklungsausschuss

aufgrund der §§ 7 und 41 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW), in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV NRW S. 666/SGV NRW 2023), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13. April 2022 (GV NRW S. 490), in Verbindung mit § 89 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) vom 21.07.2018 (GV NRW S. 421) in der zur Zeit geltenden Fassung die 2. Nachtragssatzung zur Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden (Werbeanlagensatzung II):

§ 1

Die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden“ (Werbeanlagensatzung II) wird wie folgt ergänzt:

01. § 10 Ausführung der Werbeanlagen wird wie folgt ergänzt:
    Absatz 1, Satz 1:
    Es dürfen nur Einzelbuchstaben oder Schreibschriften verwendet werden*, die sich aus der Grundplatte deutlich wahrnehmbar erheben*.

02. § 10 Ausführung der Werbeanlagen wird wie folgt ergänzt:
    Absatz 1 neuer Satz 6:
    Die Buchstaben sowie die Grundplatte dürfen nicht spiegelnd ausgeführt sein.

03. Neu in die Satzung aufgenommen wird:
    § 10a Bildschirme und andere digitale Werbeanlagen
    (1) Bildschirme oder vergleichbare technische Anlagen mit Wirkung in den öffentlichen Raum sind unzulässig.
    Sie sind im Erdgeschoss in der Schaufensteranlage ausnahmsweise zulässig, wenn sie sich jeweils einzeln einem durch die Gliederungselemente der Fassade gebildeten Fassadenabschnitt, in dem sich das Schaufenster befindet, unterordnen, einen Mindestabstand von 10 cm zum seitlichen und oberen Innenrahmen der Fensterlaibung des Schaufensters besitzen und maximal das Format Din A0 einnehmen sowie keine Beklebung innen oder außen an dem Schaufenster angebracht ist.
    (2) Auf den Werbeanlagen dürfen keine bewegten Bilder, Filme, Cinemagramme (animierte Standbilder) und Laufschriften gezeigt werden.
    (3) Der Bildwechsel darf nur mittels einer weichen Überblendung der einzelnen Motive über die gesamte Bildfläche sowie ohne animierte Übergänge erfolgen.
    (4) Von den Werbeanlagen darf keine Blendwirkung ausgehen. Die Bildschirmhelligkeit hat sich an die Umgebungshelligkeit anzupassen.
    (5) Die Grenzwerte der „Hinweise zur Messung, Beurteilung und Minderung von Lichtimmissionen“ der Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft für Immissionsschutz (LAI) in der jeweils aktuellen Fassung hinsichtlich mittlerer Beleuchtungsstärke und Blendung am Einwirkungsort von schutzwürdigen Räumen sind einzuhalten. Dieses Regelwerk kann während der Geschäftszeiten im Offenlageraum des Planungs- und Vermessungsamtes der Stadt Hilden, Am Rathaus 1, 40724 Hilden eingesehen werden. Bei Bedarf ist die Einhaltung der Grenzwerte mittels eines Lichtimmissionsgutachtens nachzuweisen.

§ 2

Die Satzung tritt einen Tag nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Erläuterungen und Begründungen:

Die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden“ (kurz: Werbeanlagensatzung II) wurde im Jahr 2017 durch den Rat der Stadt Hilden beschlossen.

Nach den guten Erfahrungen mit der Werbeanlagensatzung I zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen, die seit dem Jahr 2003 gesammelt worden waren, wurde die Einführung einer Gestaltungssatzung auch für die Randgebiete der Hildener Innenstadt befürwortet. Im Jahr 2015 wurde daher das Aufstellungsverfahren für den Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden in die Wege geleitet. Wie schon die Werbeanlagensatzung I für die Mittelstraße und deren Seitenstraßen hat auch diese Satzung seit ihrem Inkrafttreten im Jahr 2017 einen spürbaren Beitrag zur guten Gestaltungsqualität im Bereich der Innenstadt Hilden geleistet.

Im Jahr 2020 wurde die erste Nachtragssatzung verabschiedet. In dieser Nachtragssatzung wurde der Geltungsbereich der Satzung präzisiert, außerdem wurden Verfahrensvorschriften und Rechtsgrundlagen aktualisiert.

Parallel zur Änderung der Werbeanlagensatzung II mit dieser Vorlage, wird auch die Werbeanlagensatzung I angepasst, hierfür gibt es eine separate Sitzungsvorlage (WP20-25 SV 61/173).

Inhalt der Nachtragssatzung:
Die in dieser Sitzungsvorlage vorgestellte zweite Nachtragssatzung (für den Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden) wird erforderlich, um die Satzungsinhalte an Entwicklungen im Bereich der Werbewirtschaft sowie an Erfahrungen aus dem Beratungsprozess Bauaufsicht-Bauherrschaften anzupassen, die sich im Laufe der vergangenen Jahre ergeben haben. Um dies zu erreichen, muss § 10 „Ausführung der Werbeanlagen“ geändert werden. Außerdem wird ein neuer § 10a ergänzt. Zunächst wird auf die erforderlichen Änderungen des § 10 eingegangen. Dieser Paragraph hat derzeit folgenden Wortlaut:

§ 10 Ausführung der Werbeanlagen
(1) Es dürfen nur Einzelbuchstaben oder Schreibschriften verwendet werden. Die Schrifttypen sind normal oder mager zu wählen. Embleme oder Logos sind jedoch erlaubt. Bei Buchstaben oder Schreibschriften aus transluzentem Material müssen die seitlichen Zargen geschlossen oder in einer anderen Farbe als der Spiegel gehalten sein. Ihre Farbe muss mit der Farbe des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein.
(2) Im Falle von parallel zur Fassade angebrachten Werbeanlagen, bei denen die Buchstaben auf oder zwischen Tafeln angebracht sind, müssen diese Tafeln transparent oder transluzent sein.
(3) Die Ausführung von Werbeanlagen in einzelnen, senkrecht untereinander oder nebeneinander gesetzten Lichtkästen (Kastentransparenten) ist unzulässig.
(4) Bewegliche Anlagen sowie Anlagen mit beweglichen Bildern, Motivwechsel oder Wechsellicht sind unzulässig.
(5) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein.

Es ist nicht erforderlich, den gesamten §10 zu ändern, vielmehr sind nur in zwei Themenbereichen Ergänzungen notwendig (a). Außerdem wird ein neuer § 10a zum Thema „Bildschirme und andere digitale Werbeanlagen“ ergänzt (b).

a) <u>Erhabene Einzelbuchstaben und Oberflächenbeschaffenheit der Werbeanlage</u>

Ein Kerninhalt der Satzung ist es, dass Werbeanlagen grundsätzlich nur in Form von „Einzelbuchstaben“ erstellt werden dürfen, die sich als Relief von der Grundplatte absetzen. Die Zweidimensionalität flächig bedruckter Schrifttafeln wird dem gestalterischen Anspruch im Geltungsbereich der Satzung nicht gerecht. Bei flächiger Darstellung kann eine der Dreidimensionalität vergleichbare Wirksamkeit der Werbeanlage nur durch solche Effekte erreicht werden, die mit dem ruhigen und unaufgeregten Charakter der Fußgängerzone nicht vereinbar sind. Flächig bedruckte Schrifttafeln

sind daher nicht erwünscht, weshalb sie durch die Satzung ausgeschlossen werden.
Vielmehr sollen die genannten Einzelbuchstaben „erhaben“ sein, also aus der planen Oberfläche reliefartig hervortreten. Dadurch erhalten die Einzelbuchstaben einen plastischen Charakter und werden besser erkennbar. Das wiederum korrespondiert mit der durch die Satzung gegebenen Größenbegrenzung für Werbeanlagen. Die Dreidimensionalität führt im Zusammenwirken mit den anderen gestalterischen Vorgaben, wie z.B. zur Oberflächenbeschaffenheit dazu, dass mit dezenten Mitteln eine Werbewirksamkeit erreicht werden kann, die der Aufenthaltsqualität und den vielfältigen Nutzungen für die Besucher u.a. in die Innenstadt kommen, Rechnung trägt.
Daher wird § 10 Absatz 1 der Satzung in Satz 1 wie folgt ergänzt:

„Es dürfen nur Einzelbuchstaben oder Schreibschriften verwendet werden, die sich aus der Grundplatte deutlich wahrnehmbar erheben.“

Wesentliches Ziel der Satzung ist aber auch, dass durch ihre Regelungen ein Überbietungswettbewerb vermieden wird, bei dem durch reflektierende, grelle oder spiegelnde Oberflächen eine Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Passanten erreicht werden soll.
Daher wird dem § 10 Absatz 1 der Satzung ein Satz 6 hinzugefügt:

„Die Buchstaben sowie die Grundplatte dürfen nicht spiegelnd ausgeführt sein.“

b) Bildschirme und andere digitale Werbeanlagen

Ein weiterer Kerninhalt der Satzung in Bezug auf die unmittelbare Gestaltung von Werbeanlagen ist einerseits die Begrenzung von Beklebungen der Fensteranlagen sowie der Ausschluss von beweglichen Anlagen sowie von Anlagen mit beweglichen Bildern, Motivwechseln oder mit Wechsellicht. Anlagen mit diesem Charakter widersprechen dem Ziel der Stadt Hilden, mit der Gestaltungssatzung der Innenstadt einen ruhigen, „aufgeräumten“ Charakter zu verschaffen, die Gebäudefassaden sichtbar werden zu lassen und so die Innenstadt als einen selbstbewussten Hintergrund für Bewohner und Kunden, Besucher und Beschäftigte, Eigentümer und Gewerbetreibende langfristig zu sichern.

Nun ist festzustellen, dass sich in den vergangenen Jahren eine neue Art von Werbeanlage entwickelt hat, die auch zunehmend in Hilden nachgefragt wird. Große digital gesteuerte Bildschirme werden innerhalb der Gebäude hinter den Schaufenstern platziert, um von dort aus ihre Werbebotschaften in den öffentlichen Raum zu transportieren. Auf diese Art wird der Ausschluss von Wechselwerbeanlagen unterlaufen. Da es sich beim Einsatz von digital gesteuerten Bildschirmen als Werbeanlage um eine neue Erscheinung handelt, ist eine Klarstellung und Ergänzung der Satzung erforderlich, die ihren Zielen Rechnung trägt.

Baut man in ein Fenster eine fest mit dem Gebäude verbundenen Bildschirm (oder vergleichbar) so ein, dass sie das Fenster ganz oder weitgehend einnimmt, dann müssen für diese Anlagen dieselben Grundsätze gelten wie für den Fall, dass eine entsprechende Anlage an der Fassade angebracht wird. Denn zwischen beiden ist kein sachlicher und sachgerechter Unterschied zu erkennen; Wirkung, Absicht und die Veränderung des äußeren Erscheinungsbildes des Gebäudes durch diese Anlagen sind gleich. Dass zwischen der Umwelt und der Anlage eine Fensterscheibe steht, ändert daran nichts und würde sonst nur zu einer Umgehungsmöglichkeit der Regelungen der Werbeanlagensatzung führen.

Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass bewegte Werbebilder grundsätzlich eine höhere Aufmerksamkeit bewirken, weil der Mensch auf Bewegung reagiert. Durch bewegte Bilder wird die Zielrichtung der Werbeanlagensatzung, allen Gewerbetreibenden die gleiche Aufmerksamkeitsspanne zu ermöglichen, unterlaufen und es wird wieder in den Wettbewerb des Lauter, Größer, Bunter eingestiegen. Werbeanlagen sollen aber auch den Raum lassen, den städtebaulichen Raum mit seinen Gebäuden wahrzunehmen. Da in der Größe beschränkte, bewegte Bilder innerhalb eines Gebäudes, die durch eine Fensterscheibe wirken, von ihrem Störgrad geringer einzustufen sind, als ent-

sprechende Werbeanlagen auf der Fassade, soll in der Satzung ermöglicht werden, ein Bildwechsel in einer als ruhig wahrgenommenen Frequenz als Werbe- und Informationsmedium zu nutzen.

Um hier einer nachteiligen Entwicklung entgegenwirken zu können, wird ein neuer § 10a „Bildschirme und andere digitale Werbeanlagen“ eingeführt, die zum größten Teil aus einer in der Stadt Regensburg am 30.07.2024 in Kraft getretenen Satzung übernommen wurde.

Bildschirme und andere digitale Werbeanlagen sollen ausnahmsweise im Erdgeschoss in der Schaufensteranlage zulässig sein, jedoch auch weiterhin nicht auf den Außenfassaden angebracht werden dürfen.
Damit sich die Werbeanlagen in einem Abstand von 2m deutlich von den Gliederungselementen der Fassade und der Innenleibung der Schaufenster absetzen, wird ein Mindestabstand von 10 cm festgesetzt. Dieser Mindestabstand zu den Gliederungselementen der Fassade findet sich auch an anderen Stellen in der Satzung wieder.

Vor diesem Hintergrund wird folgender neuer § 10a vorgeschlagen:

(1) Bildschirme oder vergleichbare technische Anlagen mit Wirkung in den öffentlichen Raum sind unzulässig.
Sie sind im Erdgeschoss in der Schaufensteranlage ausnahmsweise zulässig, wenn sie sich jeweils einzeln einem durch die Gliederungselemente der Fassade gebildeten Fassadenabschnitt, in dem sich das Schaufenster befindet, unterordnen, einen Mindestabstand von 10 cm zum seitlichen und oberen Innenrahmen der Fensterlaibung des Schaufensters besitzen und maximal das Format Din A0 einnehmen sowie keine Beklebung innen oder außen an dem Schaufenster angebracht ist.
(2) Auf den Werbeanlagen dürfen keine bewegten Bilder, Filme, Cinemagramme (animierte Standbilder) und Laufschriften gezeigt werden.
(3) Der Bildwechsel darf nur mittels einer weichen Überblendung der einzelnen Motive über die gesamte Bildfläche sowie ohne animierte Übergänge erfolgen.
(4) Von den Werbeanlagen darf keine Blendwirkung ausgehen. Die Bildschirmhelligkeit hat sich an die Umgebungshelligkeit anzupassen.
(5) Die Grenzwerte der „Hinweise zur Messung, Beurteilung und Minderung von Lichtimmissionen“ der Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft für Immissionsschutz (LAI) in der jeweils aktuellen Fassung hinsichtlich mittlerer Beleuchtungsstärke und Blendung am Einwirkungsort von schutzwürdigen Räumen sind einzuhalten.

Verfahren:
Da es sich bei den Inhalten der 2.Nachtragssatzung zur „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden“ (Werbeanlagensatzung II) nur um Klarstellungen bereits bestehender Regelungen handelt, sind weitere Beteiligungsformate nicht erforderlich. Denn andere Paragraphen und Inhalte der Satzung bleiben unberührt.

Die erläuterten Vorschläge sind in einen Entwurf einer 2.Nachtragssatzung eingearbeitet worden, die in ihrem vollen Wortlaut Teil des Beschlussvorschlages ist.

Nach Beschluss durch den Rat erfolgt die Bekanntmachung der 2.Nachtragssatzung im Amtsblatt der Stadt Hilden, wodurch die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden“ (Werbeanlagensatzung II) in ihrer neuen Form in Kraft tritt.

Gez.
Dr. Claus Pommer
Bürgermeister

Klimarelevanz:
Keine

Inklusionsrelevanz:
Die gestalterische Regulierung der Werbeanlagen kommt breiten Nutzergruppen zu Gute. Ziel ist es, die einseitige Inanspruchnahme des öffentlichen Raumes für private Interessen zu begrenzen. Alle Gewerbetreibenden sollen die gleiche Aufmerksamkeitsspanne der Innenstadtbesucher bekommen können.

Die Begrenzung von Reizen durch konkurrierende Werbeanlagen wirkt einer Reizüberflutung entgegen. Hierdurch kann im Idealfall für Menschen mit eingeschränkten Fähigkeiten eine verbesserte Orientierung erreicht werden. Insgesamt wird die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt für Menschen mit unterschiedlich ausgeprägten Fähigkeiten erhöht.

Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden

Satzung	Datum	Änderung	In Kraft getreten
Werbeanlagen etc. im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden	27.03.2017		30.03.2017
1. Nachtrag	25.06.2020		04.07.2020

Der Rat der Stadt Hilden hat in seiner Sitzung am 22.03.2017 nach Vorberatung im Stadtentwicklungsausschuss aufgrund der §§ 7 und 41 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV NRW S.270), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 19. Dezember 2013 (GV. NRW S.878), und in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) vom 01.März 2000 (GV.NRW S. 256), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 20. Mai 2014 (GV.NRW S. 294) die folgende Satzung beschlossen:

I. Allgemeines

§ 1 Präambel

(1) Ziel der Satzung ist die Steigerung der Attraktivität des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden (ohne den zentralen Straßenzug der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen) durch die Pflege und Aufwertung des Erscheinungsbildes. Dieses Erscheinungsbild ist geprägt durch das kleinmaßstäbliche Nebeneinander von Bauten aus allen Epochen.
Pflege und Aufwertung des Erscheinungsbildes sollen erreicht werden durch die Verhinderung von Verunstaltungen und Wildwuchs bei Werbeanlagen und Vordächern die Wiedersichtbarmachung der meist qualitätsvollen, zum Teil historischen Architektur der Bebauung und der Qualität der öffentlichen Straßenräume.

(2) Folgende Grundsätze liegen dieser Satzung zu Grunde:

1. Die Gründerzeit-Architektur soll den Maßstab setzen für die Regeln zur Gestaltung der Werbeanlagen und Vordächer.
2. Durch diese Regeln soll eine eigene spezifische Identität für das Stadtumbaugebiet Innenstadt Hilden (über den zentralen Straßenzug der Mittelstraße hinaus) gefördert werden.
3. Bei der Aufstellung der Regeln für die „erweiterte“ Innenstadt soll an die Regelungen für die Mittelstraße (Gestaltungssatzung Werbeanlagen Mittelstraße vom 28.10.2003) angeknüpft werden.

(3) Die Gestaltungsregeln dieser Satzung basieren auf folgenden Prinzipien:

1. Die Architektur der einzelnen Bautypen soll wieder sichtbar gemacht bzw. hervorgehoben werden. Daher müssen Werbeanlagen in ihren Dimensionen begrenzt werden.
   Anstelle kastenförmiger oder anderer voluminöser Vordächer sollen transparente Konstruktionen treten, die die Sicht auf die Fassade nicht versperren.
   Werbeanlagen und Vordächer sollen zudem auf die Fassadenstruktur Rücksicht nehmen und diese nicht überlagern oder überschneiden.
2. Die Werbeanlagen sollen durch Beschränkung auf Einzelbuchstaben oder Schreibschriften, den Verzicht auf Lichtkästen und durch ihre besondere Ausführung eine wertvollere Anmutung bekommen.
   Die Vordächer sollen leicht und filigran wirken.
3. Die Qualität der Architektur soll gesteigert werden. Das gilt sowohl für die wertvolleren feingegliederten Fassaden als auch für die strukturlosen oder neutralen Bauten.
4. Trotz der Vielfalt der Architektur soll durch die Beschränkung auf Vordächer gleichen Typs, gleicher Neigung und (je nach Bereich) gleicher Auskragung ein einheitliches und charakteristisches Erscheinungsbild erreicht werden.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Die Bestimmungen dieser Satzung gelten für das gesamte Stadtumbaugebiet Innenstadt Hilden.
Das Gebiet wird begrenzt

- im Norden durch die Benrather Straße einschließlich der Grundstücke Poststraße 2 bis Benrather Straße 24 sowie die nördliche Seite der Berliner Straße einschließlich der Grünfläche an der Hochdahler Straße, die Hochdahler Straße querend,
- im Osten durch die östliche Seite der Hochdahler Straße einschließlich der Haltestelle Gabelung sowie im weiteren Verlauf östlich der Kirchhofstraße einschließlich der Grundstücke Mittelstraße 1a, 1 und 3 sowie Kirchhofstraße 1 bis 23,
- im Süden südlich der Straße Am Kronengarten, die Heiligenstraße querend, südlich des Grundstückes Heiligenstraße 30/32, südlich des Warrington-Platzes einschließlich der Grundstücke Warrington-Platz 10, 12 und 14, weiter nach Süden verspringend, um das Grundstück Schulstraße 35 einzubeziehen, die Schulstraße querend, nach Norden verspringend, nördlich des Grundstückes Schulstraße 40 und Klotzstraße 41 die Klotzstraße
  querend, weiter entlang der südwestlichen Seite der Klotzstraße, der östlichen Seite der Hofstraße und durch die Südseite der Neustraße,
- im Westen durch die westliche Seite der Itter, durch die östliche Seite der Grundstücke Benrather 31/31a und hier die Benrather Straße querend.

  Auf den zur Orientierung veröffentlichten Kartenausschnitt wird hingewiesen.

(2) Ausgenommen von den Regelungen sind

1. der Geltungsbereich des Bebauungsplanes Nr. 73 A, 6.Änderung
2. der Geltungsbereich der „Gestaltungssatzung Werbeanlagen Mittelstraße“.

(3) Innerhalb des Stadtumbaugebietes sind die Gestaltungsregeln in zwei Teilen angelegt:

Der Teil 1 hat die Regeln zu Werbeanlagen, Vordächern und Sonnenschutzdächern in Straßenzügen/Ensembles zum Inhalt.

Der Geltungsbereich zu Teil 1 definiert sich wie folgt:

Hochdahler Straße 2-14; Mittelstraße 2-4 und 1a-3; Kirchhofstraße 1-19 und 2-10; Am Kronengarten 2; Heiligenstraße 13/15 und 24-32; Warrington-Platz 10, 12-28 und 1-27; Schulstraße 19-33 und 22-38; Klotzstraße 1-7 und 13-31; Benrather Straße 4-20; Fritz-Gressard-Platz 2-9; Berliner Straße 2/4

Der Teil 2 stellt die Regeln für die heterogene Bebauung und für Einzelbauten dar.

Der Geltungsbereich zu Teil 2 definiert sich wie folgt:

Benrather Straße 24-34 und 29; Berliner Straße 6-32; Schwanenstraße 25/27; Nové-Město-Platz 3a-3e und 1-15; Bismarckstraße 11-29 und 12-24; Kurt-Kappel-Straße 2-14; Am Rathaus 1-3 und 8-32; Mühlenstraße 1-23; Am Kronengarten 1-21 und 4-20; Kirchhofstraße 12/14; Robert-Gies-Straße 2-6 und 1-19; Hofstraße 1 u. 2; Schwanenplatz 2-14 und 7/9; Poststraße 2; Fritz-Gressard-Platz 1.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Vordächern und Sonnenschutzdächern nach Menge, Lage, Umfang und Ausführung.

(2) Unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzes, die Regelungen, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einer Erlaubnis bedürfen, sowie
Bestimmungen, die die Anbringung von Vordächern und Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln. Zu beachten sind die bereits existierenden Denkmalbereichssatzungen vom 03.09.1987 (Denkmalbereichssatzung Innenstadt) und vom 14.10.1987 (Denkmalbereichssatzung Benrather Straße; Denkmalbereichssatzung Walder Straße), vom Rat der Stadt Hilden

jeweils am 25.03.1987 beschlossen.

Zu beachten sind ebenfalls die rechtswirksamen Bebauungspläne der Stadt Hilden im Geltungsbereich dieser Satzung.

§ 4 Begriffe

(1) Nachfolgende Begriffe aus der Architektur werden im Rahmen dieser Satzung verwendet:

1. Gliederung: Unterteilung einer Fassadenfläche durch Gliederungselemente.
2. Gliederungselemente: Senkrechte, waagerechte oder bogenförmige vorspringende oder zurückspringende Bauteile wie Säulen, Lisenen, Pilaster, Sockel, Gesimse, Friese sowie Rahmen und Skelette.
3. Gliederungseinheiten: Abschnitte, in die die Fassade gegliedert ist.
4. Feld: Fassadenfläche zwischen den Gliederungselementen.
5. Gesims: Grundform der Gesimse sind vorspringende waagerechte Platten oder Stege mit rechtwinkeligem oder profiliertem Querschnitt.
6. Brüstung: Ein die Fassade gliederndes, waagerechtes Bauelement zwischen dem Fußboden eines Geschosses und den Fenstern.
7. Sonnenschutzdächer: Sonnenschutzdächer im Sinne dieser Satzung sind textile oder aus Kunststoff hergestellte Dächer über den Schaufenstern zum Schutz vor der Sonneneinstrahlung. Sie können beweglich zum Einrollen oder Einfahren sein (z.B. Markisen) oder unbeweglich sein.

(2) Nachfolgende Begriffe aus der Werbetechnik werden in dieser Satzung verwendet:

1. Ausleger: Senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen; heute meist in horizontaler Längsausdehnung. In historischer Form auch Schild oder Zeichen, das von einer verzierten Halterung getragen wird.
2. Werbefahnen/Spruchbänder: Textile oder aus Kunststoff hergestellte Träger einer Werbebotschaft. Werbefahnen verlaufen in der Regel lotrecht und können am oberen und unteren Rand befestigt sein oder nur am oberen Rand. Spruchbänder verlaufen in der Regel waagerecht.
3. Lichtkasten/Kastentransparent: Kubus, oft aus transluzentem Material. Träger einer Werbeaufschrift oder einzelner Buchstaben.
4. Emblem: Ein Emblem ist ein gegenständliches Sinnbild für einen bestimmten Beruf, ein Gewerbe oder eine Dienstleistung, für die Aufmerksamkeit geweckt werden soll. Als Werbesymbol wird aber auch das schriftliche Signet (Monogramm), das Zunft- oder Innungszeichen bis hin zum abstrahierenden Logo einer Firma begriffen.
5. Spiegel: Vorderseite einer Werbeanlage.
6. Zarge: Seitenteil bzw. Rahmen eines Reliefkörpers; in der Regel senkrecht zu Spiegel und Gebäudefassade verlaufend.

II. Bestimmungen für Werbeanlagen in Straßenzügen/Ensembles

(räumlicher Geltungsbereich Teil 1)

§ 5 Zulässige Zahl der Werbeanlagen

(1) An einer Fassade unter 20m Länge sind pro Gewerbebetrieb oder sonstiger Arbeitsstätte eine fassadenparallele Werbeanlage und ein Ausleger zulässig.
An einer Fassade ab 20m Länge und nur einem Gewerbebetrieb sind zwei fassadenparallele Werbeanlagen und zwei Ausleger zulässig.
Für Hersteller, die zur Charakterisierung des Sortimentes unerlässlich sind, darf zusätzlich einmal parallel zur Fassade geworben werden.

(2) Unmittelbar über dem Eingang kann zusätzlich je Gewerbebetrieb unterhalb des Vordaches einmal parallel zur Fassade geworben werden.
Anstelle einer Werbeanlage über dem Eingang kann eine Werbeanlage senkrecht zur Fassade unter dem Vordach abgehängt werden.

§ 6 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Bei der Anbringung von Werbeanlagen ist auf die Fassadengestaltung des Gebäudes und auf andere Werbeanlagen Rücksicht zu nehmen.

Allgemein gilt:

1. Werbeanlagen dürfen nicht auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen.
2. Gliederungselemente der Fassaden dürfen nicht verdeckt, überdeckt oder überschnitten werden.
3. Werbeanlagen dürfen sich gegenseitig nicht verdecken oder überschneiden.
4. Werbeanlagen müssen in Material, Form und Gestaltung aufeinander abgestimmt werden.
5. Eine Häufung von Werbeanlagen ist ausgeschlossen.

(2) Werbung an anderen Anbringungsorten als den nachfolgend als zulässig beschriebenen ist unzulässig (z.B. an Seiten- oder Brandwänden).

(3) Werbung als Aufschrift auf Sonnenschutzdächern ist zulässig.

§ 7 Fassadenparallele Werbeanlagen

(1) Fassadenparallele Werbeanlagen sind waagerecht anzubringen.

(2) Fassadenparallele Werbeanlagen, die sich auf die Nutzung des Erdgeschosses beziehen, sind am Gesims bzw. an der Brüstung so anzuordnen, dass Vordächer, deren Tragkonstruktionen
oder Sonnenschutzdächer unterhalb von ihnen Platz finden.
Sie sind in einem Mindestabstand von 0,10m von den Vordächern oder Gliederungselementen bzw. anderen Fassadenelementen anzubringen und mittig über der Schaufensteranlage des jeweiligen Geschäftes bzw. deren Einzelfenster anzuordnen.
Die Länge ist auf drei Viertel der jeweils zur Verfügung stehenden Länge zu begrenzen.
Wird im Erdgeschoss eine fassadenparallele Werbeanlage unmittelbar über dem Eingang angebracht, so ergibt sich die maximale Höhe der Werbeanlage aus dem Mindestabstand zu Gliederungs- und Fassadenelementen von 0,10m. Die maximale Breite der Werbeanlage ist auf die Eingangsbreite des Geschäftes begrenzt.

(3) In den Obergeschossen dürfen fassadenparallele Werbeanlagen nur an der Brüstung unterhalb der Fenster angebracht werden.
Die Länge der Werbeanlage im OG ist auf maximal drei -3- Feldlängen begrenzt.
Sollten aber vertikale Gliederungselemente fehlen, so ist die Länge auf maximal drei Viertel der dann zur Verfügung stehenden Länge zu beschränken.
Der Mindestabstand zu Gliederungselementen muss 0,10m betragen.

(4) Die Höhe der Werbeanlage darf maximal 0,60m betragen. Sie kann jedoch von den für die Schrift oder das Logo typischen Ober- und Unterlängen überschritten werden.

§ 8 Ausleger

(1) Ausleger dürfen am Gesims oder an der Brüstung (über den Schaufenstern) oder an den Obergeschossen angebracht werden.
Ausleger am Gesims bzw. an der Brüstung oder an den Obergeschossen müssen einen Mindestabstand von 0,10m und einen maximalen Abstand von 0,30m von der Fassade haben.
Die Ausladung bei zweigeschossigen Gebäuden darf einschließlich des Abstandes zum Gebäude höchstens 0,80m, bei drei- oder mehrgeschossigen Gebäuden höchstens 1,00m betragen.
Ausleger sind (in der Gebäudeansicht) mit Mindestabständen von 0,10m zu Gliederungselementen anzuordnen und dürfen vor allem Fassadenelemente wie Fenster und Öffnungen nicht ver-decken oder überschneiden.
An Eckgebäuden müssen Ausleger einen Mindestabstand von 1,0m von der Gebäudeecke haben.

(2) Wird ein Ausleger senkrecht zur Fassade unter den Vordach abgehängt, so ist er waagerecht anzubringen. Die lichte Höhe vom Gelände bis zur Unterkante des Auslegers muss mindestens 2,50m betragen. Der Abstand zum Vordach oder seiner Tragkonstruktion muss mindestens 0,20m betragen.
Werden Ausleger über dem Schaufenster am Gesims oder an der Brüstung angebracht, so ist die Höhe der Werbeanlage auf maximal 0,60m zu begrenzen.

(3) Ausleger im Obergeschoss müssen sich maßlich auf die vorhandenen Fassadengliederungen in den Obergeschossen beziehen.
Die Höhe der Werbeanlagen ist auf maximal zwei Fensterhöhen und durch deren Ober- bzw. Unterkante begrenzt.
Ausleger in den Obergeschossen sind mit einem Mindestabstand von 2,00m zu Fenstern im Obergeschoss anzubringen, sofern die Fläche dahinter als Wohnbereich genutzt wird.

(4) Werbefahnen sind wie Ausleger zu behandeln. Spruchbänder sind unzulässig. Von den Bestimmungen ausgenommen sind temporäre Werbemaßnahmen (Schlussverkauf o.ä.).

§ 9 Werbung an Schaufenstern und Vordächern

(1) Schaufenster, sonstige Fenster und Glastüren dürfen weder zugestrichen noch zugedeckt werden.
Werbeanlagen als Aufklebung (Folien) auf den Schaufensterflächen und Fensterflächen im Bereich der EGs und OGs sind nur dann zulässig, wenn im Bereich des Gesimses oder der Brüstungen keine Werbeanlagen möglich sind oder keine Gesimse oder Brüstungen vorhanden sind (etwa im Falle von Ganzglasfassaden).
Sie dürfen jedoch nur 10% der Schaufensterflächen betragen.

(2) Werbung als Aufklebung oder Druck auf der Oberfläche des Vordaches ist nur zulässig, wenn kein Gesims oder keine Brüstung vorhanden ist.
Sie darf jedoch nur 10% der Vordachfläche betragen.

(3) Bei Werbung auf Sonnenschutzdächern darf deren Fläche nur bis zu 10% verdeckt werden.

§ 10 Ausführung der Werbeanlagen

(1) Es dürfen nur Einzelbuchstaben oder Schreibschriften verwendet werden. Die Schrifttypen sind normal oder mager zu wählen. Embleme oder Logos sind jedoch erlaubt. Bei Buchstaben oder Schreibschriften aus transluzentem Material müssen die seitlichen Zargen geschlossen oder in einer anderen Farbe als der Spiegel gehalten sein. Ihre Farbe muss mit der Farbe des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein.

(2) Im Falle von parallel zur Fassade angebrachten Werbeanlagen, bei denen die Buchstaben auf oder zwischen Tafeln angebracht sind, müssen diese Tafeln transparent oder transluzent sein.

(3) Die Ausführung von Werbeanlagen in einzelnen senkrecht untereinander oder nebeneinander gesetzten Lichtkästen (Kastentransparenten) ist unzulässig.

(4) Bewegliche Anlagen sowie Anlagen mit beweglichen Bildern, Motivwechsel oder Wechsellicht sind unzulässig.

(5) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein.

III. Bestimmungen für Vordächer und Sonnenschutzdächer in Straßenzügen/Ensembles
(räumlicher Geltungsbereich Teil 1)

§ 11 Anbringungsort und Ausführung

(1) Vordächer sind im gesamten Geltungsbereich zulässig.
An vorkragenden Fassadenteilen wie Balkonen, Erkern oder auskragenden Schaufenstern im OG sind keine Vordächer oder Sonnenschutzdächer zulässig.

An oder unter hoch gelegenen brüstungsartigen Vordächern, die keinen ausreichenden Wetterschutz bilden, sind zusätzliche Vordächer zulässig.

(2) Vordächer sind unmittelbar über den Schaufensteranlagen anzubringen. Sie sind so anzuordnen, dass die fassadenparallelen Werbeanlagen des Erdgeschosses oberhalb von ihnen Platz finden. Die Länge der Vordächer ist auf die Fassadengliederung im EG bzw. auf die Schaufensteranlage oder deren Einzelfenster zu beziehen.
Vordächer bzw. deren Tragkonstruktionen dürfen keine Gliederungs- oder Fassadenelemente verdecken oder überschneiden.

(3) Vordächer müssen eine Neigung von 15° (von der Gebäudekante zur Straßenseite abfallend) aufweisen. Ihre Vorderkante muss parallel zur Fassade verlaufen. Die lichte Höhe der Vorder-kante muss mindestens 2,5m betragen.

(4) Vordächer müssen kragend konstruiert sein, dürfen jedoch eine Aufhängung besitzen. Sie müssen einschalig und transparent ausgeführt sein.
Sie dürfen nur aus folgenden Materialien bestehen:
- Die Dachflächen aus Glas oder Kunststoff (transparent oder sandgestrahlt)
- Die Tragkonstruktion aus Metall oder Kunststoff.

(5) Textile Bespannungen oder solche aus Folien sind nur bei Sonnenschutzdächern, jedoch im gesamten Geltungsbereich zulässig. Sie müssen eine Neigung von 15° haben. Die lichte Höhe der Vorderkante muss mindestens 2,5m betragen.
Für die Sonnenschutzdächer sind helle oder der Fassadenfarbe angepasste Farben zu wählen.
Sonnenschutzdächer dürfen keine Gliederungs- oder Fassadenelemente verdecken oder überschneiden.

IV. Besondere Bestimmungen für Werbeanlagen für den räumlichen Geltungsbereich Teil 2

§ 12 Bautyp Wohngebäude

(1) Gebäude dieser Kategorie besitzen keine Schaufenster und werden ausschließlich zum Wohnen oder zur Ausübung von freien Berufen oder wohnungskompatiblen Dienstleistungen benutzt.

(2) Fassadenparallele Werbeanlagen wie zum Beispiel Namensschilder mit Informationen über Sprechzeiten u.ä. dürfen an der Haustür und der Hauswand im Erdgeschoss platziert werden.
Andere Werbeanlagen sind unzulässig.

(3) Werbeanlagen in den Obergeschossen sind nicht zulässig. Dies schließt Aufklebungen und Drucke auf den Fenstern ein.

(4) Zulässige Werbeanlagen dürfen eine Größe von 30x45 cm je zu bewerbende Nutzungseinheit nicht überschreiten.

§ 13 Bautyp Parkhaus/Geschäftshaus (Einzelhandel)

(1) Werbeanlagen dürfen nur an den Giebelwänden angebracht werden.

(2) Werbeanlagen dürfen sich nicht gegenseitig verdecken oder überschneiden.

(3) Ausleger sind nicht zulässig.

(4) Werbeanlagen sind fassadenparallel und waagerecht anzubringen.

(5) An jeder Giebelwand dürfen Werbeanlagen beliebig vieler Betriebe und Marken angebracht werden.
Das Ensemble der Werbeanlagen soll ein rechteckiges Format haben, das einen Mindestabstand zu den Rändern der Giebelwand von 1,20m einhält.

(6) Bewegliche Anlagen sowie Anlagen mit beweglichen Bildern, Motivwechsel oder Wechsellicht sind unzulässig.

(7) Die Beleuchtung von Werbeanlagen muss blendfrei sein.

V. Verfahrensvorschriften

§ 14 Genehmigungspflicht

Gemäß § 64 (1) BauO NRW ist die Errichtung oder Änderung von Werbeanlagen baugenehmigungspflichtig und bei der Unteren Bauaufsichtsbehörde Hilden schriftlich mit den erforderlichen Unterlagen zu beantragen.
Werbeanlagen und Hinweiszeichen nach § 10 (1) Nr. 3 BauO NRW bis zu einer Größe von 1m² sind gemäß § 62 (1) Nr. 12a BauO NRW baugenehmigungsfrei. Sie müssen jedoch den Festsetzungen dieser Satzung entsprechen.
Die Untere Bauaufsichtsbehörde der Stadt Hilden hat dies zu prüfen.

§ 15 Abweichungen

Gemäß § 69 BauO NRW kann die Untere Bauaufsichtsbehörde der Stadt Hilden Abweichungen von den Anforderungen zulassen, wenn sie unter Berücksichtigung des Zweckes der jeweiligen Anforderung und unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind.
Abweichungen müssen bei der Unteren Bauaufsichtsbehörde der Stadt Hilden schriftlich beantragt und begründet werden.

§ 16 Ordnungswidrigkeiten und Bußgeld

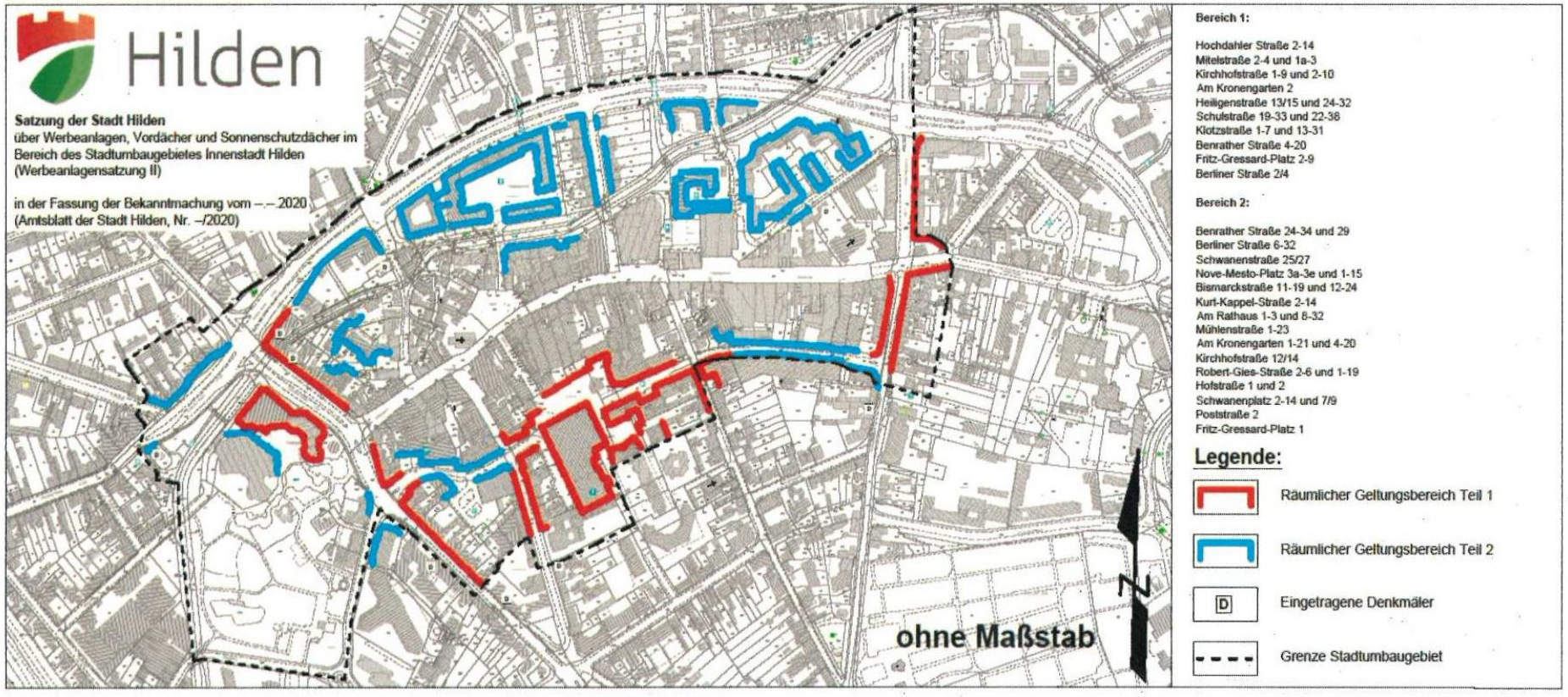
Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt gemäß § 86 Abs. 1 Ziffer 20 BauO NRW ordnungswidrig. Eine Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 86 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 € geahndet werden.

§ 17 Inkrafttreten

Die Satzung tritt einen Tag nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung in Kraft.

Hilden, den 27.03.2017
Die Bürgermeisterin
Birgit Alkenings

Weiterhin hat der Rat der Stadt Hilden in seiner Sitzung am 17.06.2020 den im folgenden dargestellten Lageplan zur 1. Nachtragssatzung Werbeanlagensatzung II vom 30.03.2017 beschlossen:



Ordnungsziffer VI-35