

Übersicht



Der Bürgermeister
Hilden, den 25.09.2024
AZ.: IV/61-Ba
Gestaltungssatzung 1

WP 20-25 SV 61/173

Beschlussvorlage

2. Nachtragssatzung zur Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen

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

öffentlich

Finanzielle Auswirkungen

Organisatorische Auswirkungen

☐ ja

☒ nein

☐ noch nicht zu übersehen

☐ ja

☒ nein

☐ noch nicht zu übersehen

Beratungsfolge:

Stadtentwicklungsausschuss

Rat der Stadt Hilden

09.10.2024

17.12.2024

Vorberatung

Entscheidung

Anlage 1: Werbeanlagensatzung I in der Fassung, die 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 zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen“:

§ 1

Die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen“ 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 zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraße“ (kurz: Gestaltungssatzung Werbeanlagen 1) wurde im Jahr 2003 durch den Rat der Stadt Hilden beschlossen.

Vorausgegangen war ein umfangreiches Aufstellungsverfahren mit einer ausführlichen städtebaulichen Bestandsaufnahme und einem mehrstufigen Beteiligungsverfahren. Der hohe Aufwand bei der Erstellung zahlte sich aus; die Satzung hat seitdem einen wichtigen und spürbaren Beitrag zur großen Gestaltungsqualität der (Fußgängerzone) Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen geleistet. Im Jahr 2020 wurde die erste Nachtragssatzung verabschiedet. In dieser Nachtragssatzung wurde der Geltungsbereich der Satzung präzisiert, außerdem wurden Verfahrensvorschriften und Rechtsgrundlagen aktualisiert.

Darüber hinaus gibt es für den Bereich des Stadtumbaugebietes Hilden (Randgebiete der Innenstadt) eine weitere Satzung, die sich mit der gleichen Thematik beschäftigt:

Die „Satzung der Stadt Hilden über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer im Bereich des Stadtumbaugebietes Innenstadt Hilden“. Diese Satzung wird ebenfalls angepasst, hierfür gibt es eine separate Sitzungsvorlage (WP 20-25 SV 61/180).

Inhalt der Nachtragssatzung:

Die in dieser Sitzungsvorlage vorgestellte zweite Nachtragssatzung (für den Bereich der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen) wird erforderlich, um die Satzungsinhalte an Entwicklungen im Bereich der Werbewirtschaft sowie an Erfahrungen aus dem Beratungsprozess des Bauverwaltungs- und Bauaufsichtsamtes mit 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 „Werbeanlagen mit Wechselwerbung“ ergänzt (b).

a) Erhabene Einzelbuchstaben und Oberflächenbeschaffenheit der Werbeanlage

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 Beklebung 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 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 entsprechende Werbeanlagen auf der Fassade, soll in der Satzung ermöglicht werden, ein Bildwech-

sel 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 Fensterleibung 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 zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen“ nur im 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 zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen“ 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 zum Schutz der Gestalt der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen

Satzung	Datum	Änderung	In Kraft getreten
Werbeanlagen	21.10.2003		28.10.2003
1. Nachtrag	25.06.2020	§ 2 Abs. 2, § 13, § 14, § 15	04.07.2020

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 Gesetz vom 30. April 2002 (GV NRW S.160), in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) vom 1. März 2000 (GV NRW S.256), zuletzt geändert durch Gesetz vom 9. Mai 2000 (GV NRW S. 439) hat der Rat der Stadt Hilden in seiner Sitzung am 8. Oktober 2003 folgende Satzung beschlossen:

I. Allgemeines

§ 1 Präambel

(1) Ziel der Satzung ist die Steigerung der Attraktivität der Innenstadt Hildens durch die Pflege des Erscheinungsbildes ihres zentralen Straßenzuges, der Mittelstraße einschließlich ihres historisch wichtigsten Platzes, des Marktes.

Dieses soll geschehen durch

- die Verhinderung von Verunstaltungen und wild ausuferndem Durcheinander bei den Vordächern und Werbeanlagen
- die Wiedersichtbarmachung der meist qualitätvollen, zum Teil historischen Architektur der Bebauung und der Qualität der öffentlichen Straßen- und Platzräume
- den abgestimmten Einsatz neuer Gestaltungselemente (Vordächer) an den Bauten.

(2) Folgende Grundsätze liegen dieser Satzung zu Grunde:

1. Die Mittelstraße soll eine eigene Identität bekommen, die auf ihrer eigenen Historie und den vorhandenen gestalterischen Potenzialen aufbaut. Nur auf diese Weise lässt sich für die Hildener Innenstadt ein Erscheinungsbild schaffen, das sich von dem anderer Städte abhebt.
2. Die Bebauung der Mittelstraße und ihrer Seitenstraßen umfasst alle Epochen der Stadtentwicklung von der Entstehung Hildens bis zur neuesten Zeit. Dies soll im Stadtbild erkennbar bleiben.

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

1. Die Architektur der einzelnen Bautypen soll wieder sichtbar gemacht bzw. hervorgehoben werden. Daher sollen Werbeanlagen in ihren Dimensionen begrenzt werden. Anstelle kastenförmiger oder anderer voluminöser Vordächer sollen transparente, einschalige Konstruktionen verwendet werden, die die Sicht auf die Fassade nicht versperren.

Werbeanlagen oder Vordächer sollen auf die vorhandenen Fassadenstrukturen Rücksicht nehmen und diese nicht überlagern oder überschneiden.

2. Die Qualität der Architektur soll gesteigert werden. Das gilt sowohl für die wertvollen, fein gegliederten Fassaden als auch für die strukturlosen oder neutralen Bauten. 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 filigran und leicht wirken.

3. Trotz der Vielfalt der Architektur soll durch die Beschränkung auf Vordächer gleichen Typs, gleicher Neigung und (je nach Bereich) charakteristischer Auskragung ein einheitliches und für Hilden spezifisches Erscheinungsbild erreicht werden.
Dadurch sollen sich auch die Aufenthaltsqualitäten in der Mittelstraße erhöhen.

Die unterschiedlichen Auskragungen der Vordächer sind den besonderen Merkmalen der öffentlichen Räume in den Bereichen 1 – 5 angepasst.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

- (1) Die Bestimmungen dieser Satzung gelten für den Straßenzug der Mittelstraße und der Seitenstraßen.

Die Bestimmungen für Werbeanlagen gelten für den gesamten Bereich.

Die gemeinsamen Bestimmungen für Vordächer gelten ebenfalls für den gesamten Bereich.

Die besonderen Bestimmungen für Vordächer gelten jeweils für die Bereiche 1, 2a, 2b, 3, 4 und 5.

- (2) Die Bereiche sind wie folgt umschrieben:

Bereich 1:

Nordseite: Mittelstraße 86 – 68
Schwanenstraße 1 – 23 und 2 – 22
Südseite: Mittelstraße 115 – 97

Bereich 2 a:

Nordseite: Bebauung Nordrand Markt 2 – 20
Mittelstraße 66
Eisengasse 1 – 7 und 2 – 4
Markstraße 2 – 8 und 3 – 11
Kurt Kappel-Straße 1 und 2a/2b

Bereich 2 b:

Südseite: Mittelstraße 93 – 77
Schulstraße 2 – 20 und 1 – 11
Axlerhof 2 – 12 und 1 – 13

Bereich 3:

Nordseite: Mittelstraße 64 – 50
Bismarckstraße 1 – 7
Südseite: Mittelstraße 75 – 59

Bereich 4:

Nordseite: Mittelstraße 44 – 36/38
Südseite: Mittelstraße 55 – 37/35
Bismarckpassage 1 u. 2
Heiligenstraße 6 – 16 und 5 – 9

Bereich 5:

Nordseite: Mittelstraße 34 – 8
Südseite: Mittelstraße 33 – 5

- (3) Der Geltungsbereich der Satzung sowie die Bereiche mit den besonderen Bestimmungen für die Vordächer ergeben sich aus dem dieser Satzung beigefügten Lageplan. Der Lageplan ist Bestandteil der Satzung.

§ 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 Denkmalschutzrechtes, 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 existierende Denkmalbereichssatzung vom 25. März 1987 und die beiden innerstädtischen Satzungen (BP 39 B) vom 29. Februar 1984 und (BP 73 A) vom 20. April 1983.

§ 4 Begriffe

- (1) Nachfolgende Begriffe aus der Architektur werden im Rahmen dieser Satzung verwandt:
 1. Gliederung: Unterteilung einer Fassadenfläche durch Gliederungselemente.
 2. Gliederungselemente: Senkrechte, waagerechte oder bogenförmige vorspringende oder zurückspringende Bauteile wie Säulen, Lisenen, Pilaster, Sockel, Gesimse, Frieze 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 rechtwinkligem 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 verwandt:
 1. Ausleger: Senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen; heute meist in vertikaler 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 waagrecht.
 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), 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

§ 5 Zulässige Zahl der Werbeanlagen

- (1) An einer Fassade unter 20 m Länge sind pro Gewerbebetrieb oder sonstiger Arbeitsstätte eine fassadenparallele Werbeanlage und ein Ausleger zulässig.

Für jeden Hersteller, dessen Nennung zur Charakterisierung des Sortimentes unerlässlich ist, darf zusätzlich einmal parallel zur Fassade geworben werden.

An einer Fassade ab 20 m Länge und nur einem Gewerbebetrieb sind zwei fassadenparallele Werbeanlagen und zwei Ausleger zulässig.

- (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 überschritten werden.
 3. Werbeanlagen dürfen sich gegenseitig nicht verdecken oder überschneiden. Dies gilt insbesondere für bereits existierende Werbeanlagen und solche, die gemäß der vorliegenden Satzung errichtet werden. Diese Werbeanlagen sind in einem Mindestabstand von 0,50 m zu bereits existierenden Werbeanlagen anzubringen. Die sonstigen Regeln dieser Satzung gelten entsprechend.
 4. Eine Häufung von Werbeanlagen ist ausgeschlossen.
- (2) Werbung an anderen Anbringungsorten als den nachfolgend als zulässig beschriebenen (z.B. an Seiten- oder Brandwänden) ist unzulässig.
- (3) Werbung als Aufschrift auf Sonnenschutzdächern ist zulässig.

§ 7 Fassadenparallele Werbeanlagen

- (1) Fassadenparallele Werbeanlagen sind waagrecht 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 gem. § 11 unterhalb von ihnen Platz finden.

Sie sind in einem Mindestabstand von 0,10 m 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 mindestens 0,10 m. Die maximale Breite der Werbeanlage ist auf die Eingangsbreite des Geschäftes begrenzt.

(3) Fassadenparallele Werbeanlagen, die sich auf die jeweilige Nutzung des Obergeschosses beziehen, dürfen nur an der Brüstung unterhalb der Fenster angebracht werden. Sie müssen sich maßlich auf die vorhandenen Fassadengliederungen des Gebäudes beziehen.

Die Länge der Werbeanlage ist auf maximal zwei Feldlängen begrenzt. Sollten vertikale Gliederungselemente fehlen, so ist die Länge auf maximal drei Viertel der zur Verfügung stehenden Länge zu beschränken.

Der Mindestabstand zu Gliederungselementen muss 0,10 m betragen.

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

§ 8 Ausleger

(1) Ausleger dürfen am Gesims oder an der Brüstung (über dem Schaufenster) oder an den Obergeschossen angebracht werden.

Ausleger am Gesims bzw. an der Brüstung oder an den Obergeschossen müssen einen Mindestabstand von 0,10 m und einen maximalen Abstand von 0,30 m von der Fassade haben. Die Ausladung bei zweigeschossigen Gebäuden einschließlich des Abstandes zum Gebäude darf höchstens 0,80 m, bei drei- oder mehrgeschossigen Gebäuden höchstens 1,00 m betragen.

Ausleger sind (in der Gebäudeansicht) mit Mindestabständen von 0,10 m zu Gliederungselementen anzuordnen und dürfen vor allem Fassadenelemente wie Fenster und Öffnungen nicht verdecken oder überschneiden.

An Eckgebäuden müssen Ausleger einen Mindestabstand von 1,0 m von der Gebäudeecke haben.

(2) Wird ein Ausleger senkrecht zur Fassade unter dem Vordach abgehängt, so ist er waagrecht anzubringen. Die lichte Höhe vom Gelände bis zur Unterkante des Auslegers muss mindestens 2,50 m betragen. Der Abstand zum Vordach oder seiner Tragkonstruktion muss mindestens 0,20 m betragen.

Werden Ausleger über dem Schaufenster am Gesims oder an der Brüstung angebracht, so ist die Höhe der Werbeanlage auf maximal 0,60 m 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 2,00 m zu Fenstern im Obergeschoss anzubringen, sofern die Fläche dahinter als Wohnbereich genutzt wird.

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

§ 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 Erd- und Obergeschosse 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 Ganzglasanlagen).

Sie dürfen jedoch nur 10 % der Schaufensterfläche betragen.

(2) Werbung als Aufklebung oder Druck auf der Oberfläche des Vordaches ist nur dann 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 nach den üblichen Definitionen der Typographie 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. Gemeinsame Bestimmungen für Vordächer und Sonnenschutzdächer

§ 11 Anbringungsort und Ausführung

(1) Vordächer sind im gesamten Geltungsbereich der Satzung zulässig, jedoch nicht im Bereich 2 a. Hier können lediglich Sonnenschutzdächer angebracht werden.

An vorkragenden Fassadenteilen wie Balkons, Erkern oder auskragenden Schaufenstern im Obergeschoss sind keine Vordächer oder Sonnenschutzdächer zulässig.

(2) Vordächer sind unmittelbar über den Schaufensterflächen anzubringen. Sie sind so anzuordnen, dass die fassadenparallelen Werbeanlagen des Erdgeschosses gemäß § 6 oberhalb von ihnen Platz finden.

Die Länge der Vordächer ist auf die Fassadengliederung im Erdgeschoss bzw. die Schaufensteranlage oder deren Einzelfenster zu beziehen.

(3) Sie müssen eine Neigung von 15 Grad (von der Gebäudekante zur Straßenseite abfallend) aufweisen.

Ihre Vorderkante muss parallel zur Fassade verlaufen. Die lichte Höhe der Vorderkante muss mindestens 2,50 m betragen.

(4) Vordächer müssen kragend konstruiert sein, dürfen jedoch eine Aufhängung besitzen.

Sie müssen transparent und einschalig 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 der Satzung zulässig.

Sie müssen eine Neigung von 15 Grad haben.

Für die Sonnenschutzdächer sind helle oder der Fassadenfarbe angepasste Farben zu wählen.

(6) Vordächer bzw. deren Tragkonstruktionen oder Sonnenschutzdächer dürfen keine Gliederungs- oder Fassadenelemente verdecken oder überschneiden.

IV. Besondere Bestimmungen für Vordächer und Sonnenschutzdächer in den Bereichen 1, 2 a, 2 b, 3, 4 und 5

§ 12 Auskragung

(1) Die maximalen Auskragungen der Vordächer und Sonnenschutzdächer betragen

- im Bereich 1: 1,5 m
- im Bereich 2 a: nur Sonnenschutzdächer erlaubt
- im Bereich 2 b: 1,5 m
- im Bereich 3: 1,0 m
- im Bereich 4: 1,5 m
- im Bereich 5: 2,0 m

(2) Einzelne Felder der Vordächer dürfen im Bereich der Straßenbeleuchtung zurückspringen. Der Mindestabstand zu Masten/ Straßenbeleuchtungen muss jedoch mindestens 0,30 m betragen.

Vordächer müssen einen Mindestabstand von 0,50 m zu Baumkronen oder Baumstämmen, je nach Anbringungshöhe der Vordächer einhalten.

V. Verfahrensvorschriften

§ 13 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.

§ 14 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 werden.

§ 15 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 § 84 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

§ 16 In-Kraft-Treten

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

Hilden, den 21. Oktober 2003

gez. Scheib
Bürgermeister

Weiterhin hat der Rat der Stadt Hilden in seiner Sitzung am 17.06.2020 den im folgenden dargestellten Lageplan zur 1. Nachtragssatzung Werbeanlagensatzung I vom 28.10.2003 beschlossen:

