

Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen in der Stadt Marl, Teilgebiet Stadtmitte / Creiler Platz vom 22.11.2021

Der Rat der Stadt Marl hat in seiner Sitzung am 28.10.2021 aufgrund § 7 Gemeindeordnung Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in Verbindung mit § 89 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 der Bauordnung Nordrhein-Westfalen 2018 (BauO NRW 2018) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. Juli 2018 folgende Satzung beschlossen:

Präambel

Marl ist eine „Kunststadt“, geplant am Reißbrett nach dem Leitbild der funktionalen Stadt aus den 1950er-Jahren. Dieser Umstand führte in den 1950er-Jahren zur Planung eines neuen Stadtzentrums im geografischen Mittelpunkt des Gemeindegebietes.

Nach dem damals vorherrschenden städtebaulichen Leitbild der Moderne kreierte der Architekt und Stadtplaner Günther Marschall einen Entwurf einer planvoll angelegten Stadtmitte, der eine konzentrierte Ansiedlung öffentlicher Einrichtungen, eines Geschäftszentrums sowie einer Wohnbebauung vorsah. Ziel war die Einbindung der städtischen Lebensbereiche Wohnen, Arbeiten, Handel, Freizeit, Bildung und Kultur in einer parkähnlichen, durchgrüneten Landschaft. Als Kristallisationspunkt des neuen Stadtzentrums sollte ein neues Rathaus dienen, das nach einem Wettbewerb mit internationaler Beteiligung Mitte der 1960er-Jahre nach dem Beitrag der Architekten Bakema und van den Broek realisiert wurde. Als weiteres zentrales Element des Stadtmitteprojektes wurde in den Jahren 1973-1975 unter der Bezeichnung „Marler Stern“ das Einkaufszentrum Marler Stern inkl. zweier Hochhausscheiben (Wohnen-Ost und Wohnen-West) und weiterer Bereiche errichtet. Zur weiteren Profilierung des neuen Zentrums erhielt die Stadtmitte in den 1990er- und 2000er-Jahren eine „Halbrundbebauung“ und eine „Planetensiedlung“ östlich des Bahnhofs, die für mehr Bewohner und mehr Leben sorgen sollten (Stadtkern-Ost).

Die Stadtmitte (inkl. dem näheren Umfeld) umfasst heute neben den Hochbauten zahlreiche, für die Stadtmitte Marls charakteristische Grün- und Freiflächen (Citysee, Friedenspark, Försterbusch) sowie das um- und innenliegende Straßennetz. Die Hervester-Straße im Süden sowie die Bergstraße im Osten fungieren als wichtige Zubringer zur Stadtmitte. Das innenliegende Straßennetz ist durch Sackgassen gekennzeichnet, die zumeist in Stellplatzanlagen oder Parkhäusern enden.

Das Einkaufszentrum Marler Stern weist zwei wichtige Funktionen auf: Bis auf einen separat stehenden Elektronikfachmarkt und Discounter sind alle Einzelhandelsangebote in der Stadtmitte Marl im Marler Stern angesiedelt. Andererseits fungiert die Ladenpassage als

zentrale, fußläufige Verbindung vom Forumsplatz / (Bus-) Bahnhof zum Creiler Platz, dem zentralen Stadtplatz in der künstlich geschaffenen Stadtmitte Marls.

Der unter Denkmalschutz stehende Rathauskomplex bildet gemeinsam mit dem gegenüberliegenden Marler Stern, den Wohnscheiben sowie dem Citysee den Rahmen des Creiler Platzes. Beide Objekte sind der Architektur der Nachkriegsmoderne zuzuordnen. Während das Rathaus als hochrangiges Denkmal unter Schutz steht, ist der Marler Stern nicht als Objekt in der Denkmalliste eingetragen. Dennoch ist er ebenfalls als baukulturelles Zeugnis seiner Zeit anzusehen und es gelten die Regelungen des Umgebungsschutzes nach Denkmalschutzgesetz. Im Gegensatz zu historisch gewachsenen Stadtplätzen, prägen großformatige Bauten mit viel Sichtbeton den Creiler Platz; kleinteilig geprägte Strukturen einer Altstadt sind in der Stadtmitte Marls nicht anzutreffen. Der Forumsplatz am anderen Ende des Marler Sterns gelegen (die ehemalige Busplatte) wird ebenfalls vom Marler Stern gefasst. Auch hier finden sich keine kleinteiligen Baustrukturen.

Die Erhaltung der künstlich geschaffenen Stadtmitte Marls samt der Bewahrung seiner Eigenart sowie die sorgfältige Weiterentwicklung des Zentrums sollen durch diese Satzung unterstützt werden.

Abschnitt 1: Allgemeine Grundsätze

§ 1 Ziel der Satzung

Ziel der Satzung ist die Erhaltung bzw. Wiederherstellung der Stadtbildqualität in der Stadtmitte Marls, welche durch architektonisch und baugeschichtlich herausragende Einzelbauwerke gekennzeichnet ist. Einen besonderen Schwerpunkt bildet dabei der Bereich des Creiler Platzes. Den unverwechselbaren und identitätsstiftenden Charakter der Stadtmitte Marls gilt es zu erhalten. Dies beinhaltet unter anderem, dass Werbeanlagen so zu gestalten sind, dass sie sich nach Größe, Proportion und Gliederung harmonisch in die Umgebung und das Stadtbild einfügen.

Dem berechtigten Interesse der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben, steht das Interesse der Allgemeinheit nach einem attraktiven und ästhetischen städtebaulichen Erscheinungsbild gegenüber. Mit der Definition gestalterischer Anforderungen an Werbeanlagen (Neuerrichtung und Veränderung) soll den Nutznießern dieser ermöglicht werden, Werbeanlagen zu errichten, die sich in das Stadtbild einfügen.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für einen Teilbereich der Stadtmitte Marls, der wie folgt begrenzt wird:

Im Norden bilden von Westen aus gesehen in Teilen der Eduard-Weitsch-Weg, die Adolf-Grimme-Straße und die Josefa-Lazuga-Straße die Begrenzung. Im Westen und Süd-Osten fungieren in Teilen die Herzlia-Allee sowie der Bahndamm als Begrenzung. Im Süd-Westen und Westen wird der Geltungsbereich der Satzung in Teilen durch die Hervester- und Sickingmühler-Straße begrenzt.

Der Geltungsbereich gliedert sich wiederum in vier Teilbereiche (Zonen 1, 2, 2a und 2b) die unter Abschnitt 2 näher beschrieben werden. Die beigelegte Karte (Anlage 1) stellt den Geltungsbereich der Satzung inkl. der Zonierung dar und ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung gilt für die Errichtung, Anbringung und Änderung von Werbeanlagen im Sinne des § 10 Abs. 1 der Landesbauordnung NRW (BauO NRW) sowie für nicht genehmigungsbedürftige und genehmigungsfreie Werbeanlagen gemäß § 62 BauO NRW.
- (2) Die Vorschriften dieser Satzung sind auch auf serienmäßig hergestellte Firmenwerbungen einschließlich registrierter Waren- und Firmenzeichen anzuwenden.
- (3) Instandhaltungen an Werbeanlagen, wie beispielsweise der Austausch defekter Teile, sind nicht genehmigungspflichtig. Bei sonstigen Arbeiten an Werbeanlagen, die zu einem veränderten Erscheinungsbild der Werbeanlagen führen, ist eine neue Genehmigung erforderlich.
- (4) Die Erlaubnis nach § 9 i. V. m. § 3 Abs. 1 Denkmalschutzgesetz Nordrhein-Westfalen (DSchG NRW) für Werbeanlagen, die an eingetragenen Denkmälern oder in deren engerer Umgebung angebracht werden, bleibt unberührt.

§ 4 Begriffe aus der Werbetechnik

- (1) Werbeanlagen
Werbeanlagen sind alle Anlagen im Sinne des § 10 BauO NRW.
- (2) Zeitlich befristete oder vorübergehende Werbeanlagen
Als zeitlich befristete oder vorübergehende Werbeanlagen gelten im Rahmen dieser Satzung solche Anlagen, die maximal 24 Werktage in Folge oder im Rahmen von Sonderveranstaltungen, insgesamt jedoch nicht länger als 90 Tage im Jahr, aufgestellt oder angehängt werden.
- (3) Flachwerbeanlagen
Unter Flachwerbeanlagen sind alle parallel zur Gebäudeseite angebrachten Werbeanlagen zu verstehen, die sowohl horizontal als auch vertikal ausgestaltet und angebracht werden können. Darunter fallen Einzelbuchstaben, Schriftzüge, Logos, Piktogramme, Signets und Kästen.
- (4) Ausleger
Unter Ausleger oder Ausstecker sind senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen zu verstehen.
- (5) Reliefkörper
Reliefkörper sind räumliche Werbeanlagen in Form einzelner Buchstaben, Logos, Worte, Lichtkästen bzw. Kastentransparenten sowie Neonröhrenschriftzüge.

- (6) Beklebung
Beklebung sind (auch nur teilweise) nicht transparente Gestaltungen von baulichen Fassadenöffnungen, insbesondere der Flächen von Schaufenstern und Eingängen, in Form von Klebefolien, Bemalungen, Plakaten, etc..
- (7) Lichtkasten / Kastentransparent
Hierzu zählen Kuben, oftmals aus transluzenten Materialien, die als Träger einer Werbeaufschrift bzw. einzelner Buchstaben und Zeichen dienen.

Abschnitt 2: Anforderungen an Werbeanlagen im Geltungsbereich der Satzung

§ 5 Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung und im engen räumlichen Zusammenhang mit dem Betrieb zulässig. Für Geschäfte, Dienstleistungsbetriebe und ähnliches, die sich im Bereich von Passagen befinden, kann eine Werbeanlage ausnahmsweise an einer zur öffentlichen Verkehrsfläche gelegenen Gebäudeseite zugelassen werden, sofern die sonstigen Bestimmungen dieser Satzung nicht entgegenstehen. Fremdwerbung ist nicht zulässig.
- (2) Werbeanlagen umfassen neben der Werbebotschaft auch den Rahmen bzw. die Tragschürze und Unterkonstruktion. Werbeanlagen müssen sich in das Stadtbild und das nähere Umfeld einfügen. In Umfang, Anordnung, Werkstoff, Farbe und Gestaltung müssen sie sich dem Bauwerk unterordnen und dürfen gestalterische Fassadenelemente wie Vordächer, Brüstung oder Fassadenöffnungen (Fenster- und Türöffnungen) weder verdecken noch in ihrer Wirkung beeinträchtigen. Die architektonisch-baukonstruktive Fassadengliederung, welche sich durch vertikale und horizontale Elemente definiert, darf durch Werbeanlagen nicht gestört werden.
- (3) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind, sofern sie gleichzeitig einsehbar sind, hinsichtlich Art, Größe, Gestaltung, Anbringung und Beleuchtung aufeinander abzustimmen.
- (4) Eine störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig. Soweit Werbeanlagen von verschiedenen Nutznießern in einem engen räumlichen Zusammenhang stehen, so sind diese aufeinander abzustimmen und nach Möglichkeit gebündelt zu installieren.
- (5) Zulässige Werbeanlagen sind Flachwerbeanlagen und Beklebung.
- (6) Unzulässige Anlagen sind Ausleger, Pylonen, Stelen sowie Reliefkörper.
- (7) Ausnahmsweise können Transparente, die Sonderveranstaltungen und Feste bewerben maximal sechsmal im Jahr für die Dauer von bis zu jeweils vier Wochen auf Fassadenflächen zugelassen werden.
- (8) Werbeanlagen, die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, sind innerhalb eines Zeitraums von drei Monaten einschließlich zugehöriger Befestigungsteile zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in ihren ursprünglichen Zustand zu versetzen.

- (9) Nutznießer einer genehmigten Werbeanlage sind nach der Errichtung dazu verpflichtet, diese einer Wartung zu unterziehen und eventuell anfallende Instandhaltungsarbeiten durchzuführen.
- (10) Das Anbringen von Werbung auf Schaltschränken im öffentlichen Raum ist unzulässig.
- (11) Werbeanlagen an Baudenkmalern bzw. in deren unmittelbarer Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Denkmalschutzgesetzes Nordrhein-Westfalen (DSchG NRW) und bedürfen einer Erlaubnis nach § 9 DSchG.

§ 6 Beleuchtung von Werbeanlagen und akustische Werbung

- (1) Im Geltungsbereich der vorliegenden Satzung sind ausschließlich hinterleuchtete Werbeanlagen zulässig. Die Beleuchtung ist blendfrei auszuführen. Es ist ausschließlich die Verwendung von warm-weißlichen und gelblichen Leuchtmittel gestattet.
- (2) Lauf-, Wechsel-, Blinklichtschaltungen und Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung sind unzulässig. Hierzu zählen insbesondere Gegenlicht-, Wende-, Leitlicht- und Digitalbildanlagen, Bild- und Filmprojektionen, angestrahlte Werbeanlagen, deren Lichtfarbe und –intensität wechselt sowie Werbeanlagen mit bewegtem Licht.
- (3) Mobile und ortsfeste technische Anlagen zur Tonwiedergabe sind außerhalb der Geschäftsräume unzulässig, soweit sie der akustischen Bespielung des öffentlichen Raumes dienen.

Zone 1

Zone 1 umfasst neben dem Creiler Platz den Rathauskomplex, die nördlichen Bereiche des Einkaufszentrums Marler Stern sowie der Wohnscheibe Wohnen-West und das Gebäude Adolf-Grimme-Straße 2-4.

Der Creiler Platz inkl. unmittelbaren Umfeld sowie die Zuwegung über die Josefa-Lazuga-Straße zählen in der Stadtmitte zu den städtebaulich sensiblen Bereichen.

§ 7 Bestimmungen für Werbeanlagen in Zone 1

- (1) Flachwerbeanlagen dürfen nur an Gebäudewänden im Erdgeschoss bis zur Brüstung des 1. Obergeschosses, unterhalb der Unterkante des Fenstergesimses bzw. der Fensterbank angebracht werden. Je Fassadenseite ist je Nutznießer eine Flachwerbeanlage zulässig.
- (2) Flachwerbeanlagen müssen zur seitlichen Fassadenkante einen Mindestabstand von 0,5 m einhalten.
- (3) Werbeanlagen dürfen die Gebäudeoberkante (z.B. First, Attika) nicht überschreiten.
- (4) Beklebungen sind auf der Glasscheibeninnenseite anzubringen und dienen primär als Gestaltungselement. Schriftzüge können ausnahmsweise gestattet werden, sofern diese zurückhaltend gestaltet sind.
- (5) Beklebungen dürfen maximal 40 % der zur Straßenfront hin ausgerichteten Glasflächen bedecken.

- (6) Beklebungen oberhalb des Erdgeschosses sind unzulässig.
- (7) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) sind unzulässig.
- (8) Pylonen, Stelen und Fahnen sind unzulässig.
- (9) Wechselwerbeanlagen und sonstige Anschlagflächen für Plakatwerbung sind unzulässig. Hiervon ausgenommen sind zeitlich befristete oder vorübergehende Plakate, Anschläge, etc., sofern die Regelungen aus § 4 Abs. 2 eingehalten werden.

Neben den in den §§ 5-7 aufgeführten Anforderungen und Bestimmungen, werden aufgrund der besonderen städtebaulich-funktionalen Relevanz des Marler Sterns für die zum Creiler Platz hin ausgerichteten Fassaden besondere Gestaltungsvorschriften formuliert.

Marler Stern, Gebäudeteil T1

§ 8 Anbringungsort

- (1) Werbeanlagen sind ausschließlich an straßen- und platzseitigen Fassaden in vordefinierten Bereichen (s. Abbildung 1), am Gebäudeteil T1 an der Nordwestfassade, zulässig. Das Anbringen von Werbeanlagen an Seiten- oder Brandwänden ist unzulässig. Ein Übergreifen auf andere Gebäude ist nicht zulässig.
- (2) Mehrere Flachwerbeanlagen an der Nordwest-Fassade des Marler Sterns, Gebäudeteil T1, sind in Form einer Gruppe (Sammelwerbeanlage) im Obergeschoss zusammenzufassen (s. Abbildung 1).

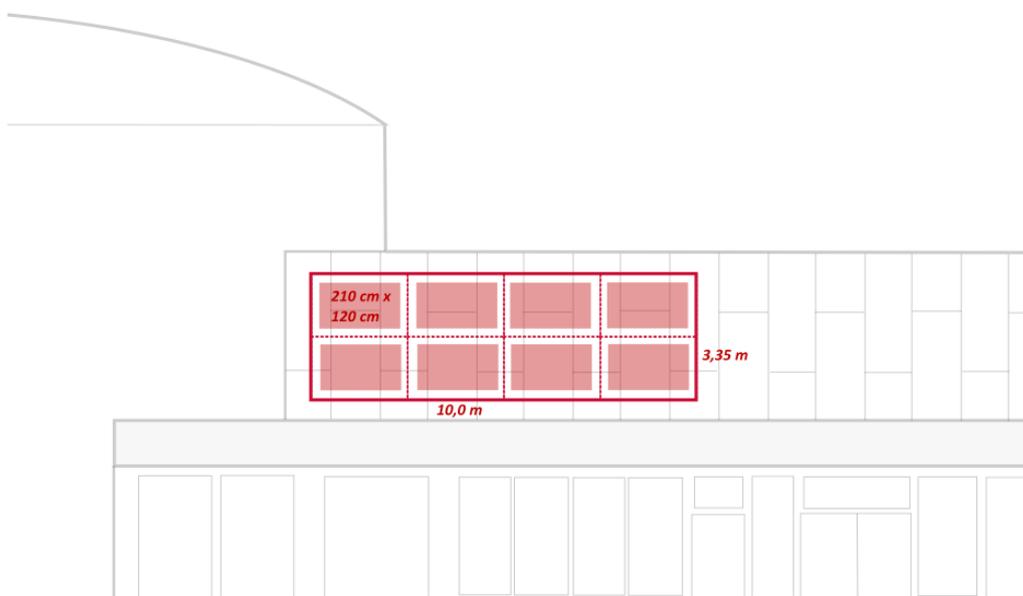


Abbildung 1: Sammelwerbeanlage Nordwest-Fassade, Gebäudeteil T1

- (3) Beklebungen sind nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen.
- (4) Ausleger, Reliefkörper und Schaukästen sind unzulässig. Das Anbringen von Werbeanlagen am Vordach, an Treppenaufgängen und an Rollstiegen ist unzulässig. Werbeanlagen oberhalb der Trauflinie sind unzulässig.

§ 9 Größe und Ausladung

- (1) Die einzelnen Flachwerbeanlagen sind in Material, Farbe und Größe einheitlich zu gestalten und aufeinander abgestimmt zu platzieren (sowohl horizontal als auch vertikal). Je Werbeanlage steht dem Nutznießer ein Feld in der Sammelwerbeanlage in den Abmessungen 210 cm x 120 cm zur Verfügung. Die zulässige Tiefe ist auf 25 cm begrenzt.
- (2) Flächig auf dem Schaufenster aufgebrachte Werbung (Beklebung) ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen und darf nicht angeleuchtet werden. Je Nutznießer darf die Beklebung maximal 25 % der zur Verfügung stehenden Schaufensterfläche betragen.
- (3) Hinweisschilder dürfen je Nutznießer eine Fläche von 0,3 m² nicht überschreiten. Mehrere Hinweisschilder eines Betriebs sind in einer Gruppe zusammenzufassen und in Material, Farbe und Gestaltung aufeinander abzustimmen.

Marler Stern, Gebäudeteil T32

§ 10 Anbringungsort

- (1) Werbeanlagen sind ausschließlich an straßen- und platzseitigen Fassaden in vordefinierten Bereichen (s. Abbildung 2), am Gebäudeteil T 32 an der Südwest-Fassade, zulässig. Das Anbringen von Werbeanlagen an Seiten- oder Brandwänden ist unzulässig. Ein Übergreifen auf andere Gebäude ist nicht zulässig.
- (2) Mehrere Flachwerbeanlagen an der Südwest-Fassade des Marler Sterns, Gebäudeteil T32, sind in Form einer Gruppe (Sammelwerbeanlage) im Obergeschoss zusammenzufassen (s. Abbildung 2).

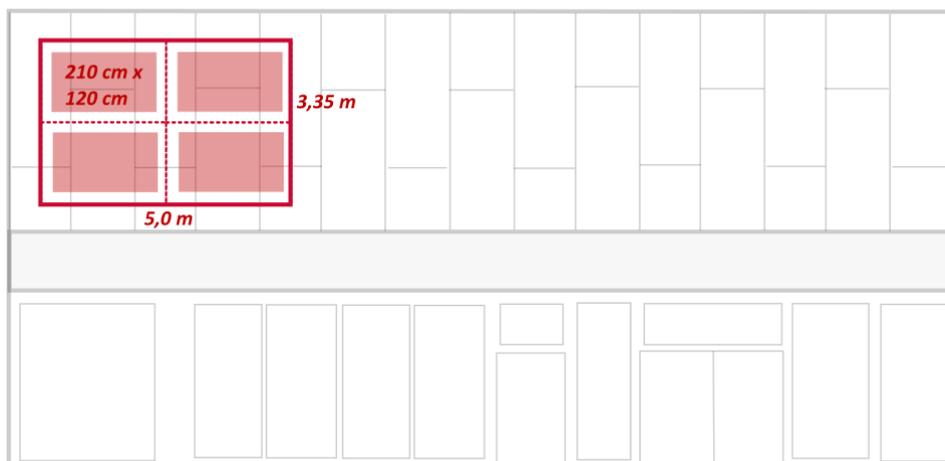


Abbildung 2: Sammelwerbeanlage Südwest-Fassade, Gebäudeteil T32

- (3) Beklebung ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen.
- (4) Ausleger, Reliefkörper und Schaukästen sind unzulässig. Das Anbringen von Werbeanlagen am Vordach, an Treppenaufgängen und an Rollstiegen ist unzulässig. Werbeanlagen oberhalb der Trauflinie sind unzulässig.

§ 11 Größe und Ausladung

- (1) Die einzelnen Flachwerbeanlagen sind in Material, Farbe und Größe einheitlich zu gestalten und aufeinander abgestimmt zu platzieren (sowohl horizontal als auch vertikal). Je Werbeanlage steht dem Nutznießer ein Feld in der Sammelwerbeanlage in den Abmessungen 210 cm x 120 cm zur Verfügung. Die zulässige Tiefe ist auf 25 cm begrenzt.
- (2) Flächig auf dem Schaufenster aufgebrauchte Werbung (Beklebung) ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen und darf nicht angeleuchtet werden. Je Nutznießer darf die Beklebung maximal 25 % der zur Verfügung stehenden Schaufensterfläche betragen.
- (3) Hinweisschilder dürfen je Nutznießer eine Fläche von 0,3 m² nicht überschreiten. Mehrere Hinweisschilder eines Betriebs sind in einer Gruppe zusammenzufassen und in Material, Farbe und Gestaltung aufeinander abzustimmen.

Wohnen-West, Hervester Straße 8, Nordost-Fassade

§ 12 Anbringungsort

- (1) Werbeanlagen sind ausschließlich an der Nordost-Fassade zulässig. Das Anbringen von Werbeanlagen an Seiten- oder Brandwänden ist unzulässig. Ein Übergreifen auf andere Gebäude ist nicht zulässig.
- (2) Flachwerbeanlagen sind nur im Erdgeschoss im obersten Viertel der Fensterflächen zulässig (Oberlichter) (s. **Abbildung 3**).

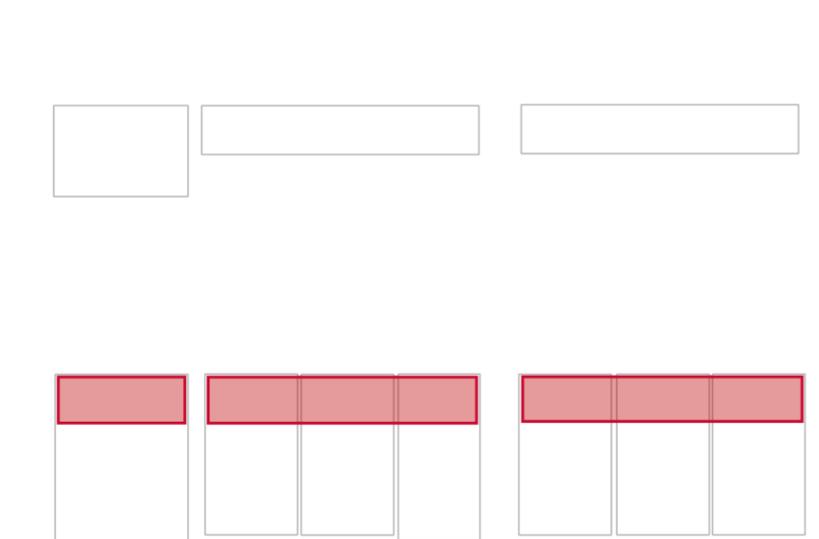


Abbildung 3: Werbeanlagen Wohnen-West, Nordost-Fassade

- (3) Beklebung ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen.
- (4) Ausleger, Reliefkörper und Schaukästen sind unzulässig.

§ 13 Größe und Ausladung

- (1) Flachwerbeanlagen dürfen nicht höher als 50 cm sein und eine Fläche von 3 m² nicht überschreiten. Die Tiefe der Werbeanlage darf 25 cm nicht überschreiten. Die Maße beziehen sich auf das die Werbung umschließende Rechteck.
- (2) Flächig auf dem Schaufenster aufgebrachte Werbung (Beklebung) ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen und darf nicht angeleuchtet werden. Je Nutznießer darf die Beklebung maximal 50 % der zur Verfügung stehenden Schaufensterfläche betragen.

Zone 2

Zone 2 deckt den südöstlichen Bereich des Geltungsbereichs der Werbesatzung ab und umfasst den Großteil des Marler Sterns inkl. Riegelhaus, die Wohnscheiben Wohnen-West und Wohnen-Ost, den östlichen Anbau vom Marler Stern inkl. Parkdeck, den Forumsplatz und den Busbahnhof.

§ 14 Bestimmungen für Werbeanlagen in Zone 2

- (1) Flachwerbeanlagen dürfen nur an Gebäudewänden im Obergeschoss angebracht werden. Je Fassadenseite ist je Nutznießer eine Flachwerbeanlage zulässig.
- (2) Horizontal angeordnete Flachwerbeanlagen dürfen eine Höhe von 1,2 m nicht überschreiten. Die Breite der Anlage darf maximal 2,1 m betragen.
- (3) Vertikal angeordnete Flachwerbeanlagen dürfen eine Breite von 1,2 m nicht überschreiten. Die Höhe der Anlage darf maximal 2,1 m betragen.
- (4) Logos, Piktogramme und Signets dürfen eine Größe von 4 m² nicht überschreiten.
- (5) Flachwerbeanlagen müssen zur seitlichen Fassadenkante einen Mindestabstand von 0,5 m einhalten.
- (6) Werbeanlagen dürfen die Gebäudeoberkante (z.B. First, Attika) nicht überschreiten.
- (7) Mehrere Flachwerbeanlagen auf einer Fassadenseite sind in einer Gruppe anzuordnen. Die Gruppe darf nicht mehr als 8 Einzelanlagen aufweisen.
- (8) Beklebung ist auf der Glasscheibeninnenseite anzubringen und dient primär als Gestaltungselement. Schriftzüge können ausnahmsweise gestattet werden, sofern diese zurückhaltend gestaltet sind.
- (9) Beklebung darf maximal 40 % der zur Straßenfront hin ausgerichteten Glasflächen bedecken.
- (10) Beklebung oberhalb des Erdgeschosses ist unzulässig.
- (11) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) sind unzulässig.
- (12) Pylonen, Stelen und Fahnen sind unzulässig.
- (13) Wechselwerbeanlagen und sonstige Anschlagflächen für Plakatwerbung sind unzulässig. Hiervon ausgenommen sind zeitlich befristete oder vorübergehende Plakate, Anschläge, etc., sofern die Regelungen aus § 4 Abs. 2 eingehalten werden.

überdachte Ladenzeile am Parkdeck, rückwärtiger Anlieferbereich / Laderampe

Für den rückwärtig gelegenen Bereich des Marler Sterns im Bereich des Parkdecks mit der im Erdgeschoss gelegenen, überdachten Ladenzeile und der zweigeschossigen Gebäudeseite mit Laderampe gelten über die oben aufgeführten Bestimmungen weitere Anforderungen an Werbeanlagen.

§ 15 Anbringungsort

- (1) Flachwerbeanlagen sind im Erdgeschoss und dort nur im Bereich zwischen Schaufenster bzw. Tür und Vordach zulässig.
- (2) Werbeanlagen an Balkonen, Brüstungen und Treppenaufgängen sind unzulässig.
- (3) Beklebungen sind im Bereich der Ladenzeile im Erdgeschoss generell zulässig. Für den Bereich der Laderampe sind Beklebungen im Erdgeschoss generell zulässig. Im Obergeschoss sind Beklebungen bis zu einer Höhe von 2,8 m, gemessen von der Oberkante Balkon, zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen.

§ 16 Größe und Ausladung

- (1) Flachwerbeanlagen dürfen nicht höher als 50 cm sein und eine Fläche von 3 m² nicht überschreiten. Die Tiefe der Werbeanlage darf 25 cm nicht überschreiten. Die Maße beziehen sich auf das die Werbung umschließende Rechteck.
- (2) Flächig auf dem Schaufenster aufgebrachte Werbung (Beklebung) ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen und darf nicht angeleuchtet werden. Je Nutznießer darf die Beklebung maximal 50 % der zur Verfügung stehenden Schaufensterfläche betragen.

Zone 2a

Zone 2a deckt den nordöstlichen Bereich des Geltungsbereichs der Werbesatzung ab und umfasst derzeit einen großflächigen Elektrofachmarkt, einen großflächigen Discounter, ein Fitnessstudio mit angegliedertem Gastronomiebetrieb sowie eine Tankstelle und eine KFZ-Werkstatt.

§ 17 Bestimmungen für Werbeanlagen in Zone 2a

- (1) Flachwerbeanlagen sind im 1. OG, maximal bis zur Oberkante, anzubringen. Zur seitlichen Fassadenkante ist ein Mindestabstand von 0,5 m einzuhalten.
- (2) Die Gebäudeoberkante (z.B. First, Attika) sowie die Traufkante darf durch Werbeanlagen nicht überschritten werden.
- (3) Das Anbringen von Werbeanlagen an Dachvorsprüngen und Kragplatten ist unzulässig.
- (4) Mehrere Flachwerbeanlagen auf einer Fassadenseite sind in einer Gruppe anzuordnen.
- (5) Je Fassadenseite ist je Nutznießer eine Flachwerbeanlage zulässig. Für großformatige Betriebsformen kann von der Regelung abgewichen werden, sofern sich die Werbeanlagen in das Straßen- und Platzbild einfügen.

- (6) Beklebungen sind auf der Glasscheibeninnenseite anzubringen und dienen primär als Gestaltungselement. Schriftzüge können ausnahmsweise gestattet werden, sofern diese zurückhaltend gestaltet sind.
- (7) Beklebungen dürfen maximal 60 % der zur Straßenfront hin ausgerichteten Glasflächen bedecken.
- (8) Je Nutznießer sind 3 Fahnen in engen räumlichen Zusammenhang mit der Stätte der Leistung zu Werbezwecken zulässig.
- (9) Beklebungen oberhalb des Erdgeschosses sind unzulässig.
- (10) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) sind unzulässig.
- (11) Spannplakate, Pylonen und Stelen sind unzulässig.
- (12) Wechselwerbeanlagen und sonstige Anschlagflächen für Plakatwerbung sind unzulässig. Hiervon ausgenommen sind zeitlich befristete oder vorübergehende Plakate, Anschläge, etc., sofern die Regelungen aus § 4 Abs. 2 eingehalten werden.

§ 18 Größe und Ausladung

- (1) Flachwerbeanlagen dürfen je Werbeanlage eine maximale Größe von 6 m² - bei großformatigen Betriebsformen 10 m² - nicht überschreiten. Die Tiefe der Werbeanlage darf 30 cm nicht überschreiten. Die Maße beziehen sich auf das die Werbung umschließende Rechteck.
- (2) Flachwerbeanlagen dürfen in der Summe nicht mehr als 15 % der jeweiligen maßgeblichen Fassadenfläche einnehmen, jedoch maximal 30 m². Großformatige Betriebsformen dürfen die Obergrenze von 30 m² überschreiten, sofern der Flächenanteil von 15 % eingehalten wird.
- (3) Flächig auf dem Schaufenster aufgebrachte Werbung (Beklebung) ist nur im Erdgeschoss zulässig. Die Beklebung ist innenliegend anzubringen und darf nicht angeleuchtet werden. Je Nutznießer darf die Beklebung maximal 60 % der zur Verfügung stehenden Schaufensterfläche betragen.

Zone 2b

Zone 2b umfasst einen Hotelbetrieb mit angegliedertem Gastronomiebetrieb sowie den Citysee und dessen umgebenden Freiflächen.

§ 19 Bestimmungen für Werbeanlagen in Zone 2b

- (1) Werbeanlagen in horizontaler Anordnung sind als nicht leuchtende oder hinterleuchtete Einzelbuchstaben zulässig. Die Gesamthöhe der Anlagen darf das Maß von 1,0 m nicht überschreiten.
- (2) Werbeanlagen in vertikaler Anordnung sind als nicht leuchtende oder hinterleuchtete Einzelbuchstaben zulässig. Die Gesamtbreite der Anlagen darf das Maß von 1,0 m nicht überschreiten.

- (3) Signets, Logos und Piktogramme sind zulässig, sofern die Größe der Anlage maximal 4 m² beträgt. Die Anlagen dürfen selbst nicht leuchten. Eine Hinterleuchtung der Anlagen ist zulässig.
- (4) Flachwerbeanlagen müssen zur seitlichen Fassadenkante einen Mindestabstand von 0,5 m einhalten.
- (5) Die Gebäudeoberkante (z.B. First, Attika) sowie die Traufkante darf durch Werbeanlagen nicht überschritten werden.
- (6) Das Anbringen von Werbeanlagen an Dachvorsprüngen und Kragplatten ist unzulässig.
- (7) Mehrere Flachwerbeanlagen auf einer Fassadenseite sind in einer Gruppe anzuordnen.
- (8) Je Fassadenseite ist je Nutznießer eine Flachwerbeanlage zulässig.
- (9) Beklebungen sind nur im Erdgeschoss zulässig und müssen auf der Glasscheibennenseite angebracht werden. Schriftzüge können ausnahmsweise gestattet werden, sofern diese zurückhaltend gestaltet sind.
- (10) Beklebungen dürfen maximal 25 % der zur Straßenfront hin ausgerichteten Glasflächen bedecken.
- (11) Je Nutznießer sind 3 Fahnen in engen räumlichen Zusammenhang mit der Stätte der Leistung zu Werbezwecken zulässig.
- (12) Beklebungen oberhalb des Erdgeschosses sind unzulässig.
- (13) Winklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen (Ausleger) sind unzulässig.
- (14) Spannplakate, Pylonen und Stelen sind unzulässig.
- (15) Wechselwerbeanlagen und sonstige Anschlagflächen für Plakatwerbung sind unzulässig. Hiervon ausgenommen sind zeitlich befristete oder vorübergehende Plakate, Anschläge, etc., sofern die Regelungen aus § 4 Abs. 2 eingehalten werden.

Abschnitt 3: Schlussvorschriften

§ 20 Umgang mit bestehenden Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen, die vor der Rechtswirksamkeit dieser Satzung materiell rechtmäßig entstanden sind, genießen Bestandsschutz, solange sie unverändert erhalten werden und die Genehmigungsvoraussetzungen fortbestehen. Sofern eine Werbeanlage geändert wird, ist diese den Regelungen dieser Satzungen anzupassen.
- (2) Nach Aufgabe der beworbenen Nutzung sind Werbeanlagen einschließlich der Unterkonstruktion und Befestigung zu entfernen.

§ 21 Abweichungen

- (1) Abweichungen von einzelnen Regelungen dieser Satzung können in begründeten Einzelfällen zugelassen werden, sofern Grundzüge und Zielsetzungen dieser Satzung nicht verletzt werden oder eine atypische Situation eine besondere Regelung erforderlich macht.

- (2) Weitergehende Abweichungen von den Vorschriften dieser Satzung können gemäß § 69 BauO NRW erteilt werden.

§ 22 Ordnungswidrigkeiten

- (1) Ordnungswidrig gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 20 BauO NRW handelt,
- a. wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die erforderliche Genehmigung verändert, errichtet oder anbringt,
 - b. wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage entgegen der genehmigten oder erlaubten und vorgelegten Bauvorlagen ausführt,
 - c. wer nach Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart die Werbeanlage nicht beseitigt.

Die Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 86 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 100.000 €, in den Fällen des § 86 Abs. 1 Nr. 13 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 500.000 € geahndet werden.

§ 23 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach der Bekanntmachung in Kraft.

Marl, _____

Michael Bach
Allgemeiner Vertreter des Bürgermeisters

Anlage 1
Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen in der Stadt Marl, Teilgebiet Satdtmitte
Übersicht zum räumlichen Geltungsbereich der Satzung

