

Begründung
zur
Gestaltungssatzung
für
Werbeanlagen
und
Gebäudefassaden

Stand : Juni 2013



GESTALTUNGSSATZUNG INNENSTADT RHEINE

BEGRÜNDUNG

Stand: Juni 2013

1. Sinn und Zweck

Im Stadtbild der Innenstadt ist auch heute noch überwiegend der historisch gewachsene kleinteilige Charakter erhalten geblieben. Trotz einiger Großbauten, welche die gewachsene Kleinteiligkeit deutlich sprengen, und anderer abweichender Gebäudestrukturen aus der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts ist auch heute noch der kleinstädtische Charakter deutlich und umfangreich im Stadtbild ablesbar. Nicht zuletzt trägt diese kleinstädtische Einkaufsatmosphäre, verbunden mit den zahlreichen inhabergeführten Geschäften, wesentlich zur Attraktivität als Einkaufsstadt bei. Die historisch gewachsenen Stadtstrukturen bilden die Bühne für ein lebendiges Stadtleben, das sowohl Freizeit und Erholung wie auch Arbeit und Wohnen beinhaltet.

In Abgrenzung zu »geschichtslosen« Stadtbildern im Umfeld und in Konkurrenz zu benachbarten historischen Innenstädten ist es für die Entwicklung der Innenstadt wichtig, die Qualitäten und unverwechselbare Eigenart des gewachsenen Stadtbildes zu stärken und damit den »Erlebnisraum / Einkaufsort Innenstadt« langfristig zu sichern. Demgegenüber gilt es, stadtbildüberlagernde und qualitätsmindernde Eingriffe in das Erscheinungsbild der Innenstadt zu reduzieren bzw. diesen entgegenzuwirken. Neben der Gestaltungswirkung der Gebäude und Gebäudefassaden besitzen die Geschäftspräsentationen und Werbeanlagen des örtlichen Einzelhandels einen wesentlichen Anteil bei der visuellen Wahrnehmung der Innenstadt.

Der örtliche Einzelhandel und das ansässige Dienstleistungsgewerbe sind ein bedeutsamer und wichtiger Bestandteil der städtischen Struktur. Ihre Werbeanlagen bzw. die diese Nutzungen widerspiegelnden Gebäudefassaden gehören zu den wesentlichen straßenbildprägenden Faktoren und können aus dem heutigen städtischen Wirtschaftsleben nicht mehr weggedacht werden. Die Werbung ist in unserer Wettbewerbsgesellschaft zur Erhaltung und Steigerung der individuellen wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit erforderlich und muss den Kunden auf den jeweiligen Betrieb bzw. das jeweilige Verkaufssegment aufmerksam machen können.

Vor dem Hintergrund des individuellen Geschäftsinteresses laufen Werbung und Fassadengestaltung aber unter Umständen auch Gefahr, übergeordnete Interessen der Allgemeinheit, wie den Schutz des Stadt- und Straßenbildes vor Verunstaltungen, nicht ausreichend zu berücksichtigen. Eine Lösung dieser Interessengegensätze kann dabei weder durch eine vollständige Beschränkung noch durch eine völlige Freizügigkeit der Außenwerbung gefunden

werden. Ziel ist ein verständnisvoller Ausgleich der unterschiedlichen Belange, der letztendlich im Interesse aller Beteiligten und Verantwortlichen zu einer weiteren Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als urban erlebbarer Raum und Einkaufsstandort führt.

2. Geltungsbereich

2.1. Räumlicher Geltungsbereich und dessen Zonierung

Abgrenzung des räumlichen Geltungsbereiches

Der räumliche Geltungsbereich wird im Wesentlichen definiert durch den Bereich mit innerstadttypischen Nutzungsarten und geschichtsträchtigen Baustrukturen innerhalb des mittelalterlichen Stadtgrundrisses und der gründerzeitlichen Stadterweiterung am östlichen Emsufer.

Maßgeblich sind in diesem Zusammenhang die straßenseitigen Funktionen mit dem Schwerpunkt Einzelhandel und Dienstleistungsnutzungen. Diese sind insbesondere entlang der historischen Wegebeziehungen mit den Straßenzügen Emsstraße, Klosterstraße, Herenschreiberstraße und Münsterstraße sowie im Bereich und Umfeld des Marktplatzes (Auf dem Thie, Markstraße) zu finden. In den angrenzenden Randlagen ist abschnittsweise Einzelhandel zu finden, der z.T. jedoch über eine hohe Besucherfrequenz verfügt (z.B. Ems-Forum, Ems-EKC), so dass diese Bereiche ebenfalls zum Geltungsbereich der Werbesatzung zu zählen sind. Entlang des Kardinal-Galen-Rings, der aufgrund seines breiten und weiträumigen Straßenprofils eine deutlich Zäsur zwischen Innenstadt und den angrenzenden Stadtquartieren darstellt, ist eine Vielzahl von gewerblichen Nutzungen entstanden, sodass auch dieser Bereich mit in den Geltungsbereich der Satzung aufgenommen wird. Somit umfasst der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung neben dem Bereich der historischen Innenstadt auch die daran anschließenden Innenstadtbereiche, deren Nutzungsstruktur für den Einkaufsstandort Innenstadt ebenfalls von besonderer Bedeutung sind.

Allerdings besteht ein deutlicher Unterschied zwischen den gewerblichen Nutzungen im Bereich der historischen Altstadt und den sich hieran anschließenden jüngeren Innenstadtbereichen. Dieser Unterschied wird vor allem hinsichtlich der unterschiedlichen Dimensionierung der Geschäftsgebäude, der Größe der Verkaufsflächen, der Art der gewerblichen Nutzung sowie der Gestaltqualität des öffentlichen Raumes deutlich. Um diese unterschiedlichen stadt- und nutzungsstrukturellen Situationen bei den Vorgaben dieser Satzung angemessen zu berücksichtigen, wird der räumliche Geltungsbereich in drei Zonen unterteilt, für die zum Teil voneinander abweichende Anforderungen gelten:

Zone A

Dieser Bereich umfasst die beiden »Keimzellen« der Stadt Rheine, den Falkenhof und den Marktplatz mit der Kirche des heiligen St. Dionysus. Zudem werden mit den Straßen Auf dem

Thie, der Klosterstraße, der Herrenschreiberstraße, der Münsterstraße sowie der Emsstraße auch die angrenzenden Bereiche und somit ein Großteil der mittelalterlichen Stadtstruktur in diese Zone aufgenommen. Eine kleinteilige Parzellenstruktur, mittelalterliche Platzsituationen, enge Straßenräume und Gebäude historischer Architekturepochen sind für das Stadtbild und die Qualität des öffentlichen Raumes in dieser Zone prägend.

Typisch für die Nutzungsstruktur sind hier Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschosszonen und Wohn- bzw. Dienstleistungsnutzungen in den zwei Oberschossen. Die Zone A bildet mit dem Kernbereich der Fußgängerzone den Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt.

Vor dem Hintergrund der besonderen historischen Architektur- und Stadtraumqualitäten sowie der hohen Besucherfrequenz ist die Zone A im besonderen Maße stadtbildprägend. Daher steht hier die Bewahrung der hohen stadtgestalterischen Qualitäten im Vordergrund, die im Einvernehmen steht mit den hier vorhandenen attraktiven gewerblichen und gastronomischen Nutzungen.

Zone B

Diese Zone umfasst, grob gesagt, den Bereich der Innenstadt, der von der Bebauung entlang des Kardinal-Galen-Ringes eingefasst ist und sich im Norden bis zum historischen Straßenzug Thiemauer, dem Einkaufscenter Ems-EKC mit vorgelagertem Humboldtplatz sowie dem innenstadtbegrenzenden Straßenzug Lingener Straße erstreckt. Darüber hinaus reicht die Zone B im Westen bis an den Bahnhof, da dieser Bereich mit Bahnhofsvorplatz und Bahnhofstraße insbesondere für die fußgängerorientierten Pendler- und Besucherverkehre eine wichtige Stadteingangsfunktion besitzt. Ausgenommen des historischen Kernbereiches und des Bereiches entlang des Kardinal-Galen-Ringes beinhaltet die Zone B somit flächenmäßig den deutlich überwiegenden Teil der Innenstadt.

Die Zone B ist geprägt von heterogenen Bebauungsstrukturen unterschiedlicher Bauepochen, Parzellenbreiten und Gebäudehöhen. Auch hier befinden sich die gewerblichen Nutzungen überwiegend nur in der Erdgeschosszone. Ausnahmen bilden großmaßstäbliche, meist rein gewerblich genutzte Gebäudekomplexe, in denen sich häufig mehrere kleine und mittlere Unternehmen befinden.

Maßgabe für die gestalterischen Regelungen in der Zone B ist die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen stadtgestalterischen Qualitäten bei gleichzeitig angemessener Berücksichtigung der Interessen der hier ansässigen Unternehmen.

Zone C

Der Bereich entlang des Kardinal-Galen-Ringes, mit Ausnahme des Bahnhofsbereiches und der Bahnhofstraße, bildet die Zone C. Der breite und weiträumige Straßenquerschnitt sowie die den Straßenraum säumende, durch großmaßstäbliche Solitäre geprägte Bebauung mit

ihren überwiegend gewerblichen Nutzungen unterscheiden sich deutlich von der städtebaulichen und nutzungstypologischen Struktur der übrigen Innenstadt.

Darüber hinaus ist dieser Bereich, der für die Erreichbarkeit und Erschließung der Innenstadt von besonderer Bedeutung ist, durch intensive Kfz-Verkehre geprägt. Hierdurch ergibt sich die Situation, dass der Zone C auch eine wichtige Bedeutung als Stadt-Entree für diejenigen zukommt, welche die Innenstadt mit dem Auto aufsuchen. Somit hat das Stadtbild entlang des Kardinal-Galen-Ringes einen besonderen Einfluss auf die Wahrnehmung und das Image der Stadt nicht nur für die Bürgerinnen und Bürger von Rheine sondern gleichfalls auch für Besucher und Touristen.

Aufgrund der eher großmaßstäblich solitären Bebauungsstrukturen, den primär gewerblichen Nutzungen und der hier vorherrschenden motorisierten Mobilität, werden in der Zone C die Satzungsvorgaben unter Wahrung einer adäquaten stadtgestalterischen Mindestqualität an die spezifische städtebauliche Situation in diesem Bereich angepasst.

Verhältnis zur örtlich bestehenden Rechtssituation

Von dieser Gestaltungssatzung werden zum Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens die Geltungsbereiche zweier Bebauungspläne berührt, welche stadtgestalterisch relevante Festsetzungen beinhalten, die nicht mit den Vorgaben dieser Satzung übereinstimmen. Damit die Bestimmungen dieser Gestaltungssatzung auch in diesen Bereichen umgesetzt werden können, treten die bisherigen Regelungen, soweit sie inhaltlich von dieser Satzung berührt werden, gegenüber den Bestimmungen dieser Gestaltungssatzung zurück.

Änderungen an Baudenkmalern bzw. in deren unmittelbarer Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Denkmalschutzgesetzes NRW und bedürfen einer zusätzlichen Erlaubnis (§ 9 Abs. 1 DSchG):

»Der Erlaubnis der Unteren Denkmalbehörde bedarf, wer

- a) Baudenkmalern ... beseitigen, verändern, an einen anderen Ort verbringen oder die bisherige Nutzung ändern will,
- b) in der engeren Umgebung von Baudenkmalern ... Anlagen errichten, verändern oder beseitigen will, wenn hierdurch das Erscheinungsbild des Denkmals beeinträchtigt wird.«

Den Bestimmungen und Anforderungen des Denkmalschutzgesetzes ist ungeachtet der Bestimmungen dieser Satzung zu folgen.

2.2. Sachlicher Geltungsbereich

Der sachliche Geltungsbereich definiert die Art der zu regelnden Anlagen. Dabei bestimmen drei Merkmale den Begriff der Außenwerbung nach § 13 Landesbauordnung (BauO NRW):

- Ortsgebundenheit: der Begriff der Werbeanlage ist auf ortsfeste Einrichtungen beschränkt. Er umfasst nicht fahrende oder fliegende Werbungen, beispielsweise an Bussen, Straßenbahnen oder Flugzeugen.
- Einsehbarkeit vom öffentlichen Raum: die Werbeanlage muss vom öffentlichen Raum einsehbar sein. Zum öffentlichen Raum zählen neben öffentlichen Straßen und Plätzen auch öffentliche Grünflächen, Wasserflächen, Bahnflächen und sonstige der Allgemeinheit dienenden Flächen. Auf eine öffentlich-rechtliche Widmung kommt es in diesem Zusammenhang nicht an.
- Zweckbestimmung: Werbeanlagen dienen als Mittel zur Ankündigung und Anpreisung von Gegenständen oder Veranstaltungen oder über die Ausübung bestimmter Gewerbe und Berufe. Es kann sich dabei um Ankündigungen aller Art von Veranstaltungen handeln, nicht nur um die Ankündigung von gewerblicher Tätigkeit.

Der sachliche Geltungsbereich umfasst insbesondere auch die serienmäßig hergestellte Werbung bzw. Produktwerbung, da sie im Regelfall dem individuellen Charakter des Stadtbildes der Innenstadt widersprechen. Grundsätzlich ist zwischen dem öffentlichen Interesse an stadtbildgerechten Werbeanlagen und dem privaten Interesse an der Beibehaltung von Zeichen, Symbolen und Farben, die für bestimmte Waren und Firmen typisch sind, abzuwägen. Die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes registrierter Firmen- und Warenzeichen bzw. von Produktwerbung sind entsprechend in dieser Satzung geregelt.

Diese Satzung gilt ebenfalls für jegliche Änderung von straßenseitigen Fassaden und Fassadenoberflächen. Die Nutzungen der Gebäude haben eine unmittelbare Auswirkung auf deren Fassadengestaltung. In der Innenstadt von Rheine ist festzustellen, dass insbesondere bei Gebäuden mit Geschäftsnutzungen die Gestaltung der Gebäudefassade verstärkt der Repräsentation und Selbstdarstellung der jeweiligen gewerblichen Nutzung dient und damit im erweiterten Sinne die Funktion einer Werbeanlage besitzt. Dies führt dazu, dass die Gestaltung von Fassaden oftmals einseitig den Interessen der Selbstdarstellung der gewerblichen Nutzungen folgt und infolgedessen öffentliche stadtgestalterische Belange in den Hintergrund gedrängt werden. Dies gilt insbesondere für die Geschossbereiche, in denen sich die gewerbliche Nutzung befindet, d.h. im Regelfall für die Erdgeschosszone. Um analog zu den Werbeanlagen die gestalterische Integration der straßenseitigen Gebäudefassaden in das Stadtbild zu gewährleisten, werden diese mit in den sachlichen Geltungsbereich dieser Satzung aufgenommen.

Kleinflächige Hinweisschilder und Schriftzüge, die im Wesentlichen Informationen beinhalten, die aufgrund ihrer Größe und Art nur von einem unmittelbar davorstehenden Betrachter auf-

genommen werden können und die somit nur eine deutlich untergeordnete Stellung im Stadtbild besitzen, gelten nicht als Werbeanlage dieser Satzung.

3. Genehmigungsvorbehalt

Der Genehmigungsvorbehalt dient dazu, dass alle Werbeanlagen, Warenautomaten und straßenseitige Fassaden, die für das Stadtbild von Relevanz sind, nach den Bestimmungen dieser Satzung im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens geprüft werden, um die Wirkungskraft der gestalterischen Rahmenvorgaben dieser Satzung zu gewährleisten.

Auch die nach § 65 Abs. 1 Nr. 33 bis 36 BauO NRW genehmigungsfreien Werbeanlagen und Warenautomaten müssen den Vorschriften dieser Satzung entsprechen. Für bestehende Werbeanlagen gilt grundsätzlich ein Bestandsschutz einschließlich der Möglichkeit zur Instandhaltung (beispielsweise Auffrischung der alten Beschriftung).

Schwierigkeiten bereitet häufig die Frage, wann eine Änderung oder Erneuerung bestehender Anlagen der Außenwerbung eine Genehmigungsbedürftigkeit auslöst. Wird beispielsweise ein Schriftzug einer Werbeanlage unter Beibehaltung der Trägerkonstruktion geändert, ist dies rechtlich als Änderung einer Werbeanlage zu betrachten. So ist eine Werbeanlage den Vorschriften der Satzung anzupassen, wenn

- ein bereits vorhandenes Schild geändert wird, um damit eine neue Werbung zu beabsichtigen,
- ein Geschäftsinhaber zwar den Firmennamen beibehält, aber den Gegenstand der Anpreisung auf der Werbeanlage ändert,
- dieselbe Ware angepriesen wird, sich jedoch der Firmenname auf der Werbeanlage ändert,
- eine bestehende Werbeanlage auf unbestimmte Zeit entfernt wurde und nach einiger Zeit wieder aufgestellt werden soll.

Mit der Einführung der Genehmigungspflicht für ansonsten baugenehmigungs- bzw. bauanzeigenfreie Werbeanlagen, Warenautomaten und Fassadenänderungen wird gewährleistet, dass die zuständige Aufsichtsbehörde ausreichend Kenntnis über Art und Umfang der beabsichtigten Gestaltung erhält und die Möglichkeit besitzt, bereits im Vorfeld beratend tätig zu werden und frühzeitig regulierend eingreifen zu können. Die Gefahr, dass dieser Satzung widersprechende Anlagen unbemerkt angebracht werden, wird mit der Genehmigungspflichtigkeit deutlich gemindert.

Ausgenommen von der Genehmigungspflicht sind Werbeanlagen für zeitlich eng begrenzte Sonderveranstaltungen und Festveranstaltungen (z.B. Straßenfeste, Quartiersfeste) um in diesen untergeordneten Einzelfällen einen unverhältnismäßigen Aufwand zu vermeiden, sowie Werbeanlagen, die im Vorfeld von Wahlen der politischen Darstellung der konkurrierenden Parteien dienen.

4. Begriffsbestimmungen

Die vorgenommenen Begriffsbestimmungen dienen der rechtlichen Bestimmtheit von Begriffen, die in der Satzung eine wichtige Rolle einnehmen und einen komplexen Sachverhalt darstellen, der nicht aus dem allgemeinen Sprachgebrauch in der geforderten Eindeutigkeit abgeleitet werden kann.

Mit der erweiterten Begriffsbestimmung der Werbeanlage wird Sorge getragen, dass auch das hiermit im Zusammenhang stehende technische und konstruktive Zubehör erfasst wird, da dieses häufig ebenfalls visuell in Erscheinung tritt und die stadtbildprägende Wirkung der Werbeanlage beeinflussen kann.

Die Definition von Großverkaufsstätten orientiert sich in Abgrenzung zum kleinteiligen (Wohn-) und Geschäftshaus an den in Rheine vorhandenen Kaufhäusern. Aufgrund der abweichenden Maßstäblichkeit und der besonderen Stellung dieses Gebäudetypus für das Stadtbild und den Einkaufsstandort Innenstadt, sind hier abweichende Gestaltungsanforderungen anzulegen.

Mit der Definition der Leuchtkästen und Leuchttransparente soll die begriffliche Bestimmtheit im Sinne dieser Satzung eindeutig geregelt werden, da es hierfür auf dem Markt sehr unterschiedliche Bezeichnungen gibt.

Vor dem Hintergrund, dass insbesondere Einzelbuchstaben, Schriftzüge und Logos häufig unregelmäßige Umrisslinien besitzen, wird definiert, in welcher Form die festgesetzten Abmessungen und Flächengrößen auf Werbeanlagen anzuwenden sind. Die Definition des die Werbeanlage umschließenden Rechteckes bedeutet z. B. für Längen- und Höhenmaße, dass in jedem Falle die äußeren Abmessungen einer Werbeanlage maßgeblich sind, d. h. bei Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben auch die Ober- und Unterlängen hinzuzurechnen wären.

5. Anforderungen an Werbeanlagen

5.1. Allgemeine Anforderungen

Grundsätzlich gilt, dass Werbeanlagen und ihre Gestaltung sich in das Stadtbild einzufügen und sich der Gebäude- und Fassadenstruktur anzupassen haben. Hieraus folgt, dass Werbeanlagen an Gebäuden insbesondere Rücksicht und Bezug zu nehmen haben auf

- die Größe, Breite und Proportion des Gebäudes (Maßstäblichkeit),
- die Fassadenelemente, welche die Gebäudekubatur gliedern, wie z. B. Erker, Balkone, Altane, Stützen, Fenster- und Türöffnungen,
- die stilbildende Fassadengliederung, wie z. B. Risalite, Gesimse, Stuck- und Schmuckdekor, Fachwerk, Pfeiler und Pfeilervorlagen.

Die durch die Gebäude- und Fassadenstruktur vorgegebene Gliederung und das Gebot, diese in ihrer Wirkung nicht zu beeinträchtigen, bilden somit die wesentlichen Rahmenvorgaben für Größe, Art und Anordnung der Werbeanlage.

Da der Störungsgrad von Werbeanlagen nicht ausschließlich durch die Werbebotschaft und die Oberfläche der Werbeanlage hervorgerufen wird, sondern unter Umständen auch durch das hierfür erforderliche technisch-konstruktive Zubehör, ist dieses im Sinne der Ziele der Satzung ebenfalls als Teil der Werbeanlage anzusehen.

Die im Vorausgegangenen aufgeführten Ziele dieser Satzung und die Berücksichtigung der in der Innenstadt von Rheine überwiegend vorhandenen, kleinteiligen und kleinmaßstäblichen Gebäudestruktur bilden die Grundlage der unter Ziffer II. der Gestaltungssatzung detailliert aufgeführten Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten.

Eingangs werden im allgemeinen Teil die grundsätzlichen Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten sowie ihr Einfügungsgebot geregelt. In diesem Zusammenhang wird die maximal zulässige Anzahl von Werbeanlagen an Gebäuden je nach Zone des Geltungsbereiches bestimmt und das gestalterische Abstimmungsgebot der Werbeanlagen untereinander verbindlich geregelt. Hiermit soll einem durch Werbeanlagen stark beeinträchtigten, »unruhigen« und disharmonischen Gesamteindruck der Innenstadt grundsätzlich entgegengewirkt werden.

Aufgrund der unterschiedlichen stadträumlichen und nutzungstypologischen Gegebenheiten des Geltungsbereiches lassen sich die Vorgaben für die Gestaltung von Werbeanlagen an Gebäuden nicht für alle Bereiche der Innenstadt gleichermaßen festlegen. Vertikale Werbeanlagen, also Werbeanlagen, die vertikal über mehrere Geschosse an der Fassade angebracht werden, beeinträchtigen die Wahrnehmung der stadtbildprägenden Fassadengestaltung in schmalen Straßen oder beengten Platzsituationen im besonderen Maße. Hingegen ist ihre Wirkung im Bereich von breiten Straßen und an weithin sichtbaren Gebäuden nicht

mehr so aufdringlich und störend. In der Zone C werden daher die vertikalen Werbeanlagen unter bestimmten Voraussetzungen zugelassen.

Bei ungenutzten Werbeanlagen handelt es sich nicht mehr um Anlagen im Sinne des § 13 BauO NRW. Aufgrund ihres Reliktcharakters wirken sie störend auf den Attraktivitätsanspruch des Stadtbildes. Durch das Gebot zur zeitnahen Entfernung soll die Störung des Stadtbildes minimiert und die Verantwortlichen zum ordnungsgemäßen Rückbau angehalten werden. Dies beinhaltet auch die Ausbesserung der durch die Anbringung der Werbeanlagen entstanden Schäden und Mängel an der Gebäudefassade. Im Zweifel ist der Gebäudeeigentümer für den Rückbau verantwortlich.

Weil es sich bei Festtagsdekorationen lediglich um zeitlich befristete Dekorationen/Werbeanlagen zu bestimmten Anlässen handelt, die im allgemeinen oder örtlichen Brauchtum verankert sind, können diese unter Berücksichtigung der Belange der Stadtbildpflege hingenommen werden.

5.2. Stätte der Leistung

Leistungsstätte ist hierbei der Ort (Grundstück oder Gebäude), an dem der beworbene Gegenstand hergestellt (Produktionsort), angeboten (Verkaufsstätte, Gastronomiebetrieb) oder gelagert bzw. verwaltet (Dienstleistung) wird. Werbeanlagen sind nur am Ort der Leistung zulässig, um eine gestalterisch ungewollte Häufung von Werbeanlagen zu vermeiden. Desgleichen ermöglicht diese Bestimmung dem Passanten eine gute Orientierung und Zuordnung zu den werbenden Geschäften und Dienstleistungsbetrieben. Schließlich wird durch das Verhindern von Werbeanlagen, die nicht am Ort der Leistung aufgestellt sind, und durch mögliche Abweichungen für Betriebe in Passagen für eine ausgewogene Chancengleichheit der Einzelhändler (Gewerbetreibenden) Sorge getragen.

Die Landesbauordnung trifft an der Stätte der Leistung keine Unterscheidung zwischen (erwünschter) Eigenwerbung und (unerwünschter) Produktwerbung (Fremdwerbung). Die Satzung lässt in einem begrenzten Umfang und Größe auch Produktwerbung zu (zum Beispiel als Informationswerbung durch den Verkäufer im Interesse des Herstellers). Nicht zulässig ist dagegen eine reine »Erinnerungswerbung« (Markenartikelwerbung), deren Größe in einem groben Missverhältnis zu derjenigen der Verkaufsstelle steht. Solche Werbung dient nicht dem individuellen Geschäftszweck und ist auch der Werbewirksamkeit abträglich. Festzustellen sind solche Markenwerbungen häufig z. B. an Trinkhallen/Kiosken und Gaststätten)

Den berechtigten Interessen der bauausführenden Firmen, der übrigen am Bau Beteiligten und ggf. der Mittelgeber (Fördermittel der öffentlichen Hand) an eine ausreichende Selbstdarstellung ist Rechnung zu tragen. Da es sich nur um zeitlich befristete Werbeanlagen handelt, kann dies unter Berücksichtigung der Belange der Stadtbildpflege hingenommen werden. Da in der jüngeren Vergangenheit viele Baufirmen Hinweisschilder in Form von Ausle-

gern benutzen, wird eine entsprechende Einschränkung in die Satzung aufgenommen. Auslegerschilder führen zu einer erheblichen visuellen Beeinträchtigung des Straßenbildes und drängen sich dem Betrachter in hier unangemessener Form in den Vordergrund. Die Wirkung anderer vorhandener Werbeanlagen wird damit erheblich beeinträchtigt.

5.3. Unzulässige Anbringungsorte für Werbeanlagen

Unter § 8 dieser Satzung werden unzulässige Anbringungsorte für Werbeanlagen aufgeführt. Mit der Befestigung der Werbeanlagen an den jeweiligen Gebäudefassaden werden diese in ihrer gestalterischen Wirkung verändert. Daher muss diese Form der Applikation im Einklang mit der Fassadengestaltung geschehen, sodass nicht nur die baustiltypischen Merkmale der Fassade erhalten sondern auch ein harmonisches Stadtbild im Zusammenhang mit Werbeanlagen anderer Betriebe bestehen bleibt.

Die gesonderte Auflistung unzulässiger Werbeanlagen soll dabei dem besonderen Verunstaltungscharakter und der aggressiven Dominanz bestimmter Arten von Werbeanlagen und deren Mangel an Integrationsfähigkeit in das Stadt- und Straßenbild bzw. in die jeweilige Gebäudefassade Rechnung tragen.

Die aufgeführten zu schützenden Bauteile, Gebäude- und Fassadenelemente sind für die jeweilige Gebäude- und Fassadengestaltung besonders prägnant, stilbildend und wichtig. Eine gestalterische Beeinträchtigung oder vollflächige Überdeckung dieser wichtigen Elemente ist unbedingt zu vermeiden. Im Umkehrschluss ist die Anbringung von Werbeanlagen auf üblichen und hierfür angemessenen Fassadenteilen möglich.

Werbeanlagen sollen nur zwischen Erdgeschoss und der Unterkante der höchstgelegenen Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses angeordnet werden, d. h. ausschließlich im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit der Geschäftszone im Erdgeschoss. Dies ist ebenfalls der Bereich, der von einer vor dem Geschäft stehenden Person aufgrund des Blickwinkels noch gut wahrgenommen wird.

Trotz weit verbreiteter Wohnnutzungen in den Obergeschossen finden sich im gesamten Bereich der Innenstadt und besonders in der Zone C auch gewerbliche Nutzungen in den Obergeschossen. Da diese meist keine Möglichkeit der Werbung und Außendarstellung in der Erdgeschosszone besitzen, können in diesem Fall Werbeanlagen auch in den gewerblich genutzten Obergeschossen abweichend zugelassen werden.

Freistehende ortsfeste Werbeanlagen, hier wären vor allem Werbepylone zu nennen, sind in der Regel auf Fernwirkung ausgerichtet und widersprechen damit häufig der kleinmaßstäblichen Gebäudestruktur, der Erlebbarkeit der verhältnismäßig schmalen Straßenräume sowie dem verlangsamten Verkehrsfluss (Fußgängerverkehr) in der Innenstadt. Darüber hinaus

bedingen insbesondere größere ortsfeste Werbeanlagen entsprechende Freiflächen, die bei überwiegender Blockrandbebauung im Kernbereich der Innenstadt kaum vorhanden sind.

Hinweisschilder u. ä. auf öffentlichen Verkehrsflächen beinhalten in der Regel Informationen für die Allgemeinheit und besitzen darüber hinaus im öffentlichen Straßenraum ausreichend Freiraum. Des Weiteren stehen Litfaßsäulen, Großwerbeflächen oder sonst genehmigte Informationseinrichtungen wie Hinweis- und Werbetafeln, Säulen und Vitrinen als gestalterisch angemessene und abgestimmte Werbeträger für Zettel- und Bogenanschläge sowie Werbebotschaften auf öffentlichen Flächen zur Verfügung. Sie sind daher von den Bestimmungen ausgenommen.

Mit der Beschränkung von Zettel- und Bogenanschlügen auf diese Werbeträger soll auch dem »wildem Plakatieren« entgegengewirkt werden.

Abdeckungen oder Teilabdeckungen von Fenstern, Eingangstüren und Toren durch Beklebung und Plakatierungen sind ein besonders preiswertes und schnelles Mittel der Werbung. Diese Art von Werbeanlagen sind besonders bei Imbissgaststätten, Kiosken, Reisebüros, Fahrschulen und Spielhallen anzutreffen. Durch eine übermäßige Verwendung kann jedoch leicht eine aufdringliche Wirkung erzeugt werden. Flächige Abklebungen von Glas- und Fensterflächen beeinträchtigen darüber hinaus die Wahrnehmung der Fassaden eines Gebäudes. Durch ungünstige Veränderung des Verhältnisses zwischen geschlossenen und offendurchsichtigen Fassadenflächen entstehen Bereiche, die von Passanten als »geschlossene« oder »tote« Wandflächen« wahrgenommen werden. Insgesamt wirken großflächige Abdeckungen von Fenstern, Eingangstüren und Toren abweisend und unattraktiv im Stadtbild. Diese negative Wirkung von Fensterwerbung kann zum Einen durch eine geringere Dimensionierung der Werbefläche, zum Anderen auch durch eine transparente Ausführung der Werbebotschaft aufgehoben werden. Daher ist Fensterwerbung im geringen Umfang und transparenter Form zulässig.

Aufgrund des historischen Gebäudebestandes und dem sich hieraus ergebenden qualitativ hochwertigen Stadtbild sind Beklebung von Fenster- und Glasflächen in der Zone A in einem geringeren Maß zulässig als im restlichen Innenstadtbereich. Grundsätzlich sollen durch die deutliche Beschränkung von Glasabklebungen die gestalterische Qualität der Fassaden sowie der Gesamteindruck und die Proportion von offenen und geschlossenen Flächen bewahrt bleiben.

Ausgenommen hiervon sind zeitlich eng befristete Sonderwerbungen, da hier lediglich auf eine kurzzeitige besondere Ausnahmesituation aufmerksam gemacht werden soll und das Gestaltungsmittel der Abklebung dem kurzfristigen provisorischen Charakter zugestanden werden kann. Bezüglich der Ausnahme bei Leerstand wird den berechtigten Sicherheitsinteressen der Eigentümer und dem Schutz vor Vandalismus Rechnung getragen.

Leerstehende Ladenzeilen oder Umbauten der gewerblich genutzten Erdgeschosszonen sind meist aufgrund der großen ungenutzten Schaufensterflächen für Passanten direkt wahrnehmbar. Insbesondere der Leerstand von ehemaligen Geschäften wirkt sich dabei negativ auf die Wahrnehmung des gesamten Umfeldes aus. Um diesem Effekt entgegen zu wirken, sind in diesen Fällen vollflächige Beklebungen der Schaufensterflächen zulässig. Es sollte jedoch darauf geachtet werden, dass die farbliche und graphische Gestaltung der Beklebung nicht aufdringlich wirkt sondern sich dezent in Fassadengestaltung einfügt.

Werbung an Giebelfassaden und Brandwänden stellt bisher die Ausnahme im Geltungsbe- reich dar. Aufgrund der weitestgehend dicht bebauten Blockrandstruktur in den Zonen A und B ergeben sich nur wenige Möglichkeiten und Flächen, um eine entsprechende auf Fernwir- kung ausgerichtete Werbeanlage in diesen Zonen zu platzieren. Vor diesem Hintergrund gelten die Ausführungen zu Werbeanlagen mit Fernwirkung in den vorangegangenen Absät- zen sinngemäß entsprechend. Werbung an Giebelfassaden und Brandwänden werden daher aufgrund ihrer unangemessenen Dominanz- und Fernwirkung in den Zonen A und B eben- falls ausgeschlossen. Ausgenommen hiervon sind Werbeanlagen an Gebäuden in der Zone C, die, wie bereits ausgeführt, über eine deutlich größere Fernwirkung verfügen.

5.4. Unzulässige Arten und Eigenschaften von Werbeanlagen

Größe und Arten von Werbeanlagen, die den Zielen dieser Satzung in besonderer Weise zuwider laufen, werden in der Werbesatzung unter § 9 als unzulässige Werbeanlagen ge- sondert und ausdrücklich aufgeführt – auch wenn sie ggf. sinngemäß oder indirekt bereits an anderer Stelle ausgeschlossen wurden.

Der festgelegte Ausschluss bestimmter Farben und Farbtöne dient der Abwehr greller, ver- unstaltend wirkender Farben. Die Nichtbeachtung dieser Vorschriften würde unweigerlich zu starken Beeinträchtigungen nicht nur des betroffenen Gebäudes, sondern ganzer Straßen- bzw. Platzbereiche führen und dabei die erwünschten, zurückhaltend gestalteten Werbean- lagen in den Hintergrund drängen. Hiervon ausgenommen ist die farbliche Gestaltung von Firmen- und Warenzeichen (Farben und Logos als eingetragene Warenzeichen), die im § 3 Abs. 4 dieser Satzung geregelt ist.

Im Vergleich zu oben beschriebener Farbgebung lösen grelle und intensive Beleuchtungen im Stadtraum noch weitergehende Beeinträchtigungen aus, sodass auch hier ordnende und nutzungsschützende Reglementierungen bzgl. der Lichtfarbe und der Anbringung der Licht- quellen erforderlich werden. Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht werden vom Betrachter als besonders aufdringlich empfunden und drängen zurückhaltend gestaltete Werbeanlagen sowie die Wahrnehmung der Gebäude in den Hintergrund. Zudem führt diese Werbetechnik zu einer Störung des Wohnens in der näheren Umgebung. Der Anteil der Wohnnutzung ist in der Innenstadt relativ hoch und soll gesichert bzw. erweitert werden.

Kastenförmige Werbeanlagen verdecken aufgrund ihrer Konstruktion und ihrer Bauweise mehr Fassadenfläche als beispielsweise getrennt angebrachte Einzelbuchstaben. Durch ihre Flächenhaftigkeit besteht die Gefahr, Fassadendetails zu überdecken und das Erscheinungsbild des Gebäudes negativ zu beeinflussen. In den letzten Jahren hat sich jedoch die Technik insbesondere in der LED-Technologie rasant weiterentwickelt. Somit können Leuchtkästen heutzutage in einer wesentlich geringeren Dimensionierung und in filigraner Ausführung hergestellt werden. Auch Werbeinhalte lassen sich direkt hierüber darstellen. Um somit den historischen Gebäudebestand in seiner architektonischen Gestaltung nicht allzu negativ zu beeinflussen und gleichzeitig keine ungewollte Härte für den gesamten Innenstadtbereich zu bewirken, ist die Unzulässigkeit von Leuchtkästen und Leuchttransparenten auf die Zonen A und B beschränkt. Aufgrund der bestehenden heterogenen Gebäudestruktur und der Randlage besteht für die Zone B eine Ausnahmeregelung.

Fahnen und Banner sind seit jeher ein Element zur Darstellung besonderer Ereignisse und sollen daher auch nur zu besonderen und begrenzten Veranstaltungen Verwendung finden. Gerade ihr durch den Wind stark bewegtes und wechselndes Erscheinungsbild führt zu einer starken visuellen Aufmerksamkeit und beeinträchtigt die Wirkung benachbarter Werbeanlagen erheblich. Für zeitlich begrenzte Sonderaktionen besteht jedoch für Großverkaufsstätten in den Zonen B und C eine Ausnahmeregelung. Die einheitliche architektonische Gestaltung von Großverkaufsstätten ermöglicht eine bessere Integration von Spannbändern in die Fassade als dies beispielsweise bei schmalen Fassadenflächen mit unterschiedlichen Gliederungselementen der Fall ist, wie sie überwiegend in der Zone A zu finden sind.

Die sichtbare Anordnung von technischem Zubehör erweckt oftmals einen unsachgemäßen und provisorischen Eindruck. Der gestalterische Wert einer Werbeanlage wird hierdurch deutlich reduziert. Die sichtbare Anordnung von technischem Zubehör wirkt somit ebenfalls störend in der Fassadengestaltung bzw. im Stadtbild.

5.5. Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)

Unter dem Begriff der horizontalen Werbung zusammengefasst sind alle parallel zur Fassadenseite angebrachten Anlagen der Außenwerbung. Horizontale Werbeanlagen können sein:

- aufgemalte, aufgesetzte und eingeschnittene Einzelbuchstaben und Werbezeichen,
- aufgesetzte Wörter und Schriftzüge (in Einzelbuchstaben oder Schreibschrift).

Horizontale Werbeanlagen sind auf die Gliederung von Fassaden (z. B. Wandöffnungen, Vorsprünge, Erker) auszurichten bzw. abzustimmen, insbesondere da sie, wie die Fassaden von Gebäuden, vor allem über die Frontalansicht wahrgenommen werden.

Horizontale Werbeanlagen können auch durch die Art der Anbringung auf Wandflächen stören. Zur Fassade geneigte oder gekippte Werbeanlagen sind ausgeschlossen, da diese Anlagen ein für Passanten unruhiges Straßenbild erzeugen.

Horizontale Werbeanlagen müssen zu den Gebäudeaußenkanten angemessene Abstände einhalten und dürfen nicht um die Gebäudekanten herumgeführt werden. Hintergrund hierbei ist, dass die Funktion senkrechter Gebäudekanten sowie die Tektonik von Gebäuden, insbesondere bei den häufig in der Innenstadt vorkommenden Massivbauten, gestalterisch sichtbar und ablesbar bleiben sollen. Die Regelung, dass Werbeanlagen einen bestimmten Abstand zu benachbarten Gebäuden einhalten müssen, soll verhindern, dass Werbeanlagen gebäudeübergreifend »durchlaufen«. In diesem Falle würden die Gebäude optisch zusammengezogen und die kleinmaßstäbliche Gliederung des Straßenraums gestört. Da sich auch mehrere Geschäfte in einem Gebäude befinden können, ist der Abstand von horizontalen Werbeanlagen untereinander regelungsbedürftig. Durch die Festsetzung wird die Wirksamkeit und Zuordnung der einzelnen Werbeanlage betont.

Horizontale Werbeanlagen können auch durch eine überdimensionierte Länge die Fassadengestaltung von Gebäuden bzw. das Straßenbild deutlich stören. Die Längenbeschränkung erfolgt daher proportional zur Fassadenbreite und nimmt in ihrer Maximalbeschränkung Bezug auf die überwiegend vorhandenen Breiten von Gebäuden und Fassadenabschnitten in der Innenstadt. Die prägende Kleinteiligkeit der Fassadenabwicklungen insbesondere in den Zonen A und B findet hierbei entsprechende Berücksichtigung. Aufgrund der veränderten großräumlichen Wirkung und der solitären Bauweise von Gebäuden in der Zone C und der damit verbundenen Fernwirkung der hier verwendeten Werbeanlagen können die Höchstmaße für horizontale Werbeanlagen in dieser Zone um 50 % überschritten werden.

Horizontale Werbeanlagen sollen sich aus kleineren und schlanken Elementen (Einzelbuchstaben, Schriftzüge und Werbelogos) zusammensetzen, um eine gestalterische Dominanz gegenüber den Gebäudefassaden zu vermeiden. Dies wäre bei großformatigen, flächigen und durchgängigen Werbekästen der Fall, insbesondere wenn sie be- oder hinterleuchtet werden. Da wegen der meist engen Straßenräume horizontale Werbeanlagen nur innerhalb einer begrenzten Reichweite wirken müssen, erfüllen die zulässigen Schriftgrößen den nötigen Werbezweck. Durch die Tiefenvorgabe für horizontale Werbeanlagen soll gewährleistet werden, dass einerseits Einzelbuchstaben nicht auf die Fassade aufgeklebt werden und andererseits wesentliche Teile der Fassaden in der Schrägansicht sichtbar bleiben. Überschreiten die Einzelbuchstaben oder Werbelogos die vorgegebene Tiefe, wirken sie klobig, erschweren die Lesbarkeit und treten ggf. in Sichtkonkurrenz zu Auslegern.

5.6. Ausleger

Bei Auslegern handelt es sich vor allem um Werbeanlagen in Form von Aushänge-, Nasen- und Steckschilder bzw. -kästen. Die Anordnung der Ausleger ist so zu wählen, dass auf die Gliederung der Fassade abgestimmt sind und gliedernde Fassadenelemente (Erker, Risalite, Balkone, Altane, etc.) nicht überdecken. Hierdurch ist gewährleistet, dass der Gesamteindruck der Fassade erhalten bleibt und Ausleger sich dezent in die Fassadengestaltung integrieren. Um darüber hinaus die architektonische Form und den konstruktiven Ausdruck der Gebäude zu schützen, sollten Ausleger jedoch nicht an vorkragenden Gebäudeteilen wie Erker, Gesimse usw. angebracht werden.

Die definierten Abmessungen beschränken Ausleger auf eine gestalterisch vertretbare maximale Ausladung, um die Erlebbarkeit der engen Straßenraumfolgen zu gewährleisten, Überschneidungen von Fassadenelementen aus dem Blickwinkel der Passanten zu minimieren und dabei noch eine ausreichende Lesbarkeit der Werbeanlage (in der Regel das Firmenlogo) aus der Ferne zu gewährleisten. Durch die Regelung der Größe soll die Maßstäblichkeit der Fassaden gewahrt bleiben und über die Beschränkung der Anbringungshöhe Nutzungen in den Obergeschossen geschützt werden (siehe auch o. a. Ausführungen zu den unzulässigen Anbringungsorten für Werbeanlagen).

Kubisch voluminöse, vielsichtige und bedeutungsgeladene Werbekörper können die Gestaltung der Gebäudefassaden und das Straßenbild erheblich beeinträchtigen. Daher sind Ausleger, die solche Gestaltungseigenschaften aufweisen, nur in kleinerer Dimensionierung zulässig, da sie hierdurch dezenter in Erscheinung treten.

5.7. Vertikale Werbeanlagen

Im Gegensatz zu horizontalen Werbeanlagen und Auslegern sind vertikale Werbeanlagen nur vereinzelt im Stadtbild anzufinden. Vertikale Werbeanlagen sind auf Fernwirkung ausgerichtet, die angesichts der überwiegend engen und abgewinkelten Straßenräume in der Innenstadt in den Zonen A und B meist kaum erreicht wird. Die Straßenräume in diesen Zonen sind im Wesentlichen durch langsamere Fußgängerverkehre geprägt. Vertikale Werbeanlagen hingegen sind aufgrund ihrer Fernwirkung vor allem auf geschwindigkeitsintensive motorisierte Verkehre ausgerichtet, die den Vorbeifahrenden ausreichend Zeit zur Betrachtung gibt. Auf Fernwirkung ausgerichtete Werbeanlagen sind somit aus funktionaler Sicht in der Zone C vertretbar, wohingegen sie in den Zonen A und B auf den fußläufigen Betrachter eher unangemessen dominant wirken.

Des Weiteren sind vertikale Werbeanlagen bei Großverkaufsstätten und Hotels bereits heute in der Innenstadt von Rheine üblich. Es handelt sich hierbei in der Regel um großvolumige, im Stadtbild exponierte Gebäudekörper, denen eine entsprechende Maßstäblichkeit, Größe

und (Fern-)Wirkung auch hinsichtlich der Werbeanlagen zugestanden werden kann. Aus diesen Gründen sind vertikale Werbeanlagen in der Zone C und ausschließlich bei Großverkaufsstätten und Hotels zulässig.

Da vertikale Werbeanlagen auf Fernwirkung ausgerichtet sind, ist ein höherer Anbringungsort im Vergleich zu horizontalen Werbeanlagen erforderlich. Bei den zulässigen Gebäude- und Nutzungstypen sind üblicherweise keine schutzbedürftigen dauerhaften Wohnnutzungen in den Obergeschossen zu erwarten. Vertikale Werbeanlagen dürfen daher bis zu einer Höhe von $\frac{2}{3}$ der Gesamtfassadenhöhe angebracht werden. Andernfalls würden sie die gestalterische Wirkung der Gebäudekubatur erheblich beeinträchtigen und würden sich nicht in das Fassadenbild integrieren.

Im Vergleich zu Auslegern überdecken vertikale Werbeanlagen Fassadenelemente und Gebäudefluchten deutlich stärker. Sie sind daher möglichst kleinteilig in Einzelbuchstaben bzw. Einzelkästen auszuführen, um den Blick auf die dahinter liegenden Fassaden so wenig wie möglich zu verstellen. Die zulässigen Abmessungen der Einzelelemente folgen dieser Zielsetzung. Darüber hinaus soll durch die Kleinteiligkeit und Größenbeschränkung die Maßstäblichkeit der Fassaden gewahrt bleiben.

Die erforderlichen Abstände sowie Art und Form der vertikalen Werbeanlage werden entsprechend den Bestimmungen für Ausleger geregelt, da sie im Wesentlichen vergleichbaren Anforderungen unterliegen.

6. Anforderungen an straßenseitige Gebäudefassaden

6.1. Übergeordnete stadtgestalterische Zielvorgaben

Vor dem Hintergrund des übergeordneten gestalterischen Entwicklungszieles, den historisch gewachsenen, kleinteiligen Charakter der Innenstadt von Rheine zu erhalten und zeitgemäß weiter zu entwickeln, werden in dieser Gestaltungssatzung entsprechende Anforderungen an straßenseitige Gebäudefassaden formuliert. Grundsätzlich ist es geboten, den spezifischen (historischen) Charakter der kleinteiligen Innenstadtbauung auch bei zukünftigen Umbauten oder Nutzungsänderungen zu beachten.

Dabei geht es weniger um eine museale Konservierung der Innenstadtbauung, vielmehr geben die vor Ort vielfach vorhandenen historischen Gebäudefassaden die gestalterische Referenz für eine zeitgemäße Interpretation vor. Bei zukünftigen Baumaßnahmen soll sich die Gestaltung der straßenseitigen Fassaden vor allem in das charakteristische, kleinteilige und in weiten Bereichen historische Stadtbild integrieren. Vor diesem Hintergrund besitzen Gestaltungsaspekte wie Maßstäblichkeit, Gliederung, Farbigkeit und Materialität von Gebäudefassaden eine besondere Bedeutung und stadtbildprägende Wirkung.

Die Fassaden der historischen Gebäude haben einen wesentlichen Anteil an der spezifischen städtischen Identität und veranschaulichen die Entwicklung der Stadt über die Jahrhunderte. Die historischen Gebäude bilden somit das baulich-visuelle Gedächtnis der Stadt Rheine. Die Erhaltung und Beachtung ihrer gestalterischen Eigenarten und Prinzipien ist von besonderem Interesse für die Allgemeinheit.

Neben den historischen Gebäuden wird das Stadtbild auch von einer Vielzahl von Gebäuden geprägt, die in der Nachkriegs- und Wiederaufbauzeit entstanden sind. Gliederung, Aufbau und Materialität der Fassaden dieser Gebäude gründen sich auf Gestaltungsprinzipien, die denen der historischen Gebäude ähnlich oder mit ihnen vergleichbar sind. Hieraus ergibt sich die Tatsache, dass der weitaus überwiegende Teil der Innenstadtfassaden von Rheine eine traditionelle, kleinteilig gegliederte Fassadenstruktur in Massivbauweise aufweist, die das Stadtbild von Rheine nachhaltig prägt.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Charakteristika der das Stadtbild prägenden Fassadengestaltungen, die es zu bewahren und weiter zu entwickeln gilt, werden in der Gestaltungssatzung die Vorschriften für die straßenseitigen Fassaden formuliert. Hierzu gehören einerseits grundsätzliche Vorgaben zum Umgang mit Oberflächenmaterialien und Farben von Fassaden, um beispielsweise den gesamtheitlichen gestalterischen Ausdruck einer Gebäudefassade zu schützen, oder zum Umgang mit gliedernden Fassadenelementen, die zu erhalten sind. Zum Anderen werden in der Gestaltungssatzung Vorgaben zu gebäude- und zugleich stadtbildprägenden Fassadenelementen getroffen, die der gestalterischen Integration der Fassaden in das historisch gewachsene Stadtbild dienen. Hierzu gehören Bestim-

mungen zu Fenster, Schaufenster und sonstigen Fassadenöffnungen sowie zu auch raumwirksamen Bauteilen wie Vordächer, Kragplatten und Markisen.

Im Zusammenhang mit gewerblichen Nutzungen im Erdgeschoss von Gebäuden, die in den Obergeschossen Wohn- oder Dienstleistungsnutzungen aufweisen, ist in der Innenstadt oftmals eine gewerbebezogene Umgestaltung der Erdgeschossfassade festzustellen, die in erster Linie der Selbstdarstellung der gewerblichen Nutzungen dient, ggf. auch Werbezwecke beinhaltet (z.B. Erweckung von Aufmerksamkeit, Suggestivwirkung). Dabei kann es vorkommen, dass die Veränderung der Erdgeschosszone gestalterisch vollständig losgelöst und ohne Bezug zur übrigen Fassadengestaltung des Gebäudes erfolgte. Vor dem Hintergrund eines historisch gewachsenen Stadtbildes wirkt diese gestalterische und gebäudestilüberformende »Loslösung« der Erdgeschosszone von der übrigen Fassadengestaltung besonders störend. Ähnliche gestalterische Probleme können bei der nachträglichen Anordnung von (großflächigen) Schaufenstern in einer ansonsten kleinteilig gegliederten Fassade entstehen. Neben unangemessenen Oberflächenmaterialien, Farbgebungen und Wandöffnungen können auch weit auskragende Bauteile wie Vordächer, Kragplatten und Markisen einen stadträumlich störende »Barriere« zwischen der Erdgeschosszone und den Obergeschossen eines Gebäudes herbeiführen. Bei den Vorschriften für straßenseitige Fassaden wird diesem Sachverhalt daher besondere Aufmerksamkeit gewidmet.

6.2. Anforderungen an Gebäudefassaden

Die Gliederung, Oberflächenbeschaffenheit, Farbigkeit und Materialität von Gebäudefassaden sowie die Verwendung von stiltypischen fassadengliedernden Schmuckelementen besitzen eine besondere stadtbildprägende Bedeutung.

Vor der Hintergrund der eingangs erläuterten grundsätzlichen stadtgestalterischen Zielvorgaben und der Tatsache, dass der weitaus überwiegende Teil der Innenstadtfassaden von Rheine eine traditionelle, kleinteilig gegliederte Fassadenstruktur aufweist, die das Stadtbild von Rheine nachhaltig prägt, gibt die Gestaltungssatzung vor, dass bei Umbauten, Erneuerungen und Instandsetzungen der ursprüngliche Gesamteindruck der Gebäudefassade einschließlich ihrer gliedernden Fassadenelemente zu erhalten ist.

Typisch für das traditionelle und historisch verbürgte Fassadenbild in der Innenstadt ist darüber hinaus das gestalterisch einheitliche, über alle Geschosse aufeinander abgestimmte Erscheinungsbild einer Gebäudefassade. Daraus folgt, dass die Oberflächenmaterialien und Farben der straßenseitigen Fassade über alle Geschosse eines Gebäudes gestalterisch harmonisch aufeinander abzustimmen sind. Dabei kann der Sockelbereich farblich leicht abgesetzt werden, was bei historischen Gebäuden oftmals als gestalterisches Stil- und Gliederungsmittel eingesetzt wurde und demnach in Rheine seine historisch verbürgte Berechtigung besitzt. Demgegenüber ist jedoch eine deutliche Abweichung der Fassadengestaltung in der Erdgeschosszone gegenüber dem Fassadenbild der Obergeschosse nicht zulässig,

um den gesamtheitlichen gestalterischen Ausdruck einer Gebäudefassade zu schützen und eine bauhistorisch bzw. gebäudetypologisch untypische »Loslösung« der Erdgeschosszone gegenüber der übrigen Fassade zu vermeiden. Diese » Loslösung« der Erdgeschosszone wirkt umso störender im Stadtbild, wenn die Gestaltung der Erdgeschossfassade von der dominanten Selbstdarstellung eines hier befindlichen Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebes geprägt wird, die den stadtgestalterischen Zusammenhang offensichtlich missachtet.

Der Ausschluss bestimmter Oberflächenmaterialien und Farben in der Satzung dient der Vermeidung einer Fassadengestaltung, die den übergeordneten stadtgestalterischen Zielvorgaben grob zuwider läuft und sich nicht in das historisch gewachsene Stadtbild integriert bzw. die nicht dem historisch verbürgten Erscheinungsbild der Gebäudefassade entspricht.

6.3. Anforderungen an Fenster, Schaufenster und sonstigen Fassadenöffnungen

Wandöffnungen bilden ein zentrales Gestaltungs- und Gliederungselement einer Fassade. Vor dem Hintergrund der übergeordneten stadtgestalterischen Zielvorgaben soll mit den Bestimmungen erreicht werden, dass sowohl Gliederung wie auch das Gesamtbild der Fassade den stiltypischen Gestaltungsprinzipien des Gebäudes folgt. In der Regel handelt es sich hierbei um das statisch-konstruktive System einer Lochfassade in Massivbauweise, für deren bauliche Konstruktion eine geschossübergreifend aufeinander abgestimmte Anordnung der Fenster sowie bestimmte Mindestabstände zwischen bzw. zu den Öffnungen typisch ist.

Bei historischen Lochfassaden sind vergleichsweise schlanke Fensteröffnungen mit stehenden Formaten die Regel. Moderne Schaufenster hingegen erhalten ihre besondere Schauwirkung durch großflächige Verglasungen, die einen Großteil der Fassadenfläche eines Geschosses einnehmen. Um eine gestalterische Mindestqualität hinsichtlich der Integration moderner Schaufenster in das historisch gewachsene Stadtbild zu gewährleisten, gibt die Satzung die gestalterische Bezugnahme auf die Fensteröffnungen bzw. Fassadengliederungen der darüber liegenden Geschosse vor. Mit der Beschränkung der Schaufenster auf die Erdgeschosszone wird einer stadtbildstörenden Anordnung in den Obergeschossen vorgebeugt, die auf hierfür untypische und stadtbildstörende Fernwirkung ausgerichtet wäre. Die Vorgabe gewährleistet andererseits ohne Einschränkung die übliche Funktion eines Schaufensters, nämlich die Präsentation von Waren u.ä. gegenüber potentiellen Kunden, die vor dem Schaufenster verweilen können.

Ähnlich wie bei den allgemeinen Bestimmungen zur Gestaltung der Fassaden, werden bei der Gestaltung der Fenster die Verwendung bestimmter Farben, Materialien und Applikationen ausgeschlossen, die den übergeordneten stadtgestalterischen Zielvorgaben grob zuwider laufen und sich nicht in das Stadtbild integrieren.

6.4. Zulässigkeit von Vordächern, Kragplatten und Markisen

Neben der Oberflächen- bzw. Fenstergestaltung besitzen auch gegenüber der Fassade vorstehende Überdachungen der Erdgeschosszone eine starke stadtbildprägende Wirkung. Für diese auskragenden Bauteile gilt gleichfalls, dass sie sich grundsätzlich in das Stadtbild wie auch in das stiltypische Gestaltungsbild der zugehörigen Gebäudefassade gestalterisch einfügen haben. Insbesondere ist die baulich-räumlichen Wirkung dieser Bauteile zu berücksichtigen, die auf ein untergeordnetes Maß zu beschränken ist, um eine baulich-räumliche Trennung zwischen Erdgeschosszone und Obergeschossen so weit wie möglich zu vermeiden und damit die stilistische Ganzheitlichkeit einer Fassadengestaltung zu bewahren.

Insgesamt ist bei den auskragenden raumwirksamen Bauteilen abzuwägen zwischen dem Störungsgrad für das Stadtbild und die Gebäudefassade einerseits sowie der angemessenen Erfüllung des Nutzungszweckes (Witterungs- und Sonnenschutz) andererseits. Aufgrund der unmittelbaren räumlichen Wirkung auf den Straßenraum ist hierbei noch der Aspekt der Verkehrssicherheit und der verkehrlichen Sichtverhältnisse zu beachten.

Vor dem Hintergrund der erläuterten gestalterischen Zielausrichtungen und unter Abwägung der funktionalen Erfordernisse dürfen Vordächer nur aus transparenten Materialien bestehen, es sei denn, es ist etwas anderes historisch verbürgt und somit Teil des Baustiles einer Fassade.

Um der gebotenen Transparenz und gestalterischen Zurückhaltung der Vor- und Kragdächer nicht zuwider zu laufen, sind hier kubisch und massiv wirkende Applikationen ausgeschlossen (z.B. »Apothekenwürfel«).

Aus vergleichbarem Grunde werden Korbmarkisen ausgeschlossen, die aufgrund ihrer geschlossenen Form ebenfalls dominant massiv im Gesamteindruck einer Fassade wirken. Da Markisen aufgrund ihrer primären Sonnenschutzfunktion in Rheine üblicherweise nur im Zusammenhang mit großflächigen Schaufenstern angeordnet werden, wird in der Gestaltungssatzung die Zulässigkeit von Markisen auf die Verbindung mit Schaufenstern begrenzt. Für alle anderen Fensterarten gibt es ausreichend andere, weniger dominant wirkende Sonnenschutzsysteme, die verwendet werden können.

Da Markisen anders als Vordächer und Kragplatten üblicherweise aus beweglichen Einzel-elementen bestehen, die auf die jeweiligen Fensterbreiten abgestimmt sind, und die fassadengliedernde Wirkung der Fenster möglichst nicht überformt werden soll, wird in der Satzung die Vorgabe gemacht, die Markisenbreite auf die Fensterbreite abzustimmen. Vor diesem Hintergrund werden darüber hinaus Markisen, die mehrere Fassadenöffnungen überspannen, ausgeschlossen.

Um zu vermeiden, dass Vordächer, Kragplatten und Markisen unangemessen dominant in den Straßenraum auskragen und eine baulich-räumliche »Abtrennung« der Erdgeschosszo-

ne bewirken, werden in der Gestaltungssatzung entsprechende Maximalabmessungen festgelegt, welche mit der Schutzfunktion dieser Bauteile grundsätzlich vereinbar sind.

Da es für die Gewährleistung des Witterungsschutzes ausreicht, entweder ein Vordach oder eine Markise anzuordnen, und eine Kombination beider Bauteile eine unangemessene visuelle Dominanz in der Fassadenansicht darstellt, wird diese Kombination hier ausgeschlossen.

Zur Oberkante von Verkehrsflächen haben die auskragenden Bauteile einen innenraumhohen Abstand einzuhalten, um die Belange der Verkehrssicherheit sowie eine bequeme Nutzbarkeit der Verkehrsflächen (ausreichende Kopfhöhe) zu gewährleisten.

Analog zu den Vorgaben zu den übrigen Fassadenelementen wird auch für die auskragenden Bauteile ein Ausschluss stadtbildstörender Oberflächen und Farben festgeschrieben. Die Verwendung transparenter oder halbtransparenter Glasflächen für den auskragenden Witterungsschutz ist ausdrücklich erwünscht, da sich diese Materialien durch Filigranität, Zurückhaltung und Integrationsfähigkeit in die Gestaltung von Fassaden auszeichnen.

7. Anforderungen an Hinweisschilder, Schaukästen und Warenautomaten

Hinweisschilder dienen dem Hinweis auf Gewerbetreibende oder Freiberufler (Büros, Praxen usw.). Sie enthalten meist den Namen, die Firmierung, die Art des Betriebes, den Hinweis auf den Tätigkeitsgegenstand sowie die Öffnungszeiten. Hinweisschilder mit einer Größe von 0,25 qm (z. B. ca. 40 x 60 cm) sind im Regelfall als hinreichende Größe für den Nutznießer zu betrachten. Ausnahmeregelungen stellen auf spezifische Einzelsituationen z. B. an Passagen, Bürogebäuden oder Ärztehäusern ab. Hinweisschilder auf öffentlichen Verkehrsflächen sollen ebenfalls im Sinne einer besseren Übersichtlichkeit, gestalterischen Ordnung und visuellen Orientierung räumlich möglichst zusammengefasst werden.

Hinweisschilder sollen möglichst einheitlich gestaltet und dimensioniert sein, um insbesondere im sensiblen Eingangsbereich eines Gebäudes einen ruhigen und geordneten Gestaltungscharakter zu erhalten und visuell nicht zu beeinträchtigen. Häufig befinden sich solche Hinweisschilder an Gebäuden ohne Schaufenster (reine Wohn- bzw. Bürogebäude). Die Gestaltung solcher Fassaden würde durch uneingeschränkte Werbeanlagen verhältnismäßig schnell dominiert, zumindest aber empfindlich beeinträchtigt werden. Einheitlich gestaltet und aufeinander abgestimmt sind Werbeanlagen, deren Teile nach der Art der Farben, der Form des Schrifttyps, der verwendeten Materialien, der Größe, der räumlichen Nähe usw. aufeinander bezogen sind. Empfohlen wird die Anwendung von Hinweisschildern mit erdfarbenen Tönen bzw. den Grundfarben weiß oder mattschwarz, ggf. auch abgestimmt auf die Gebäudefassade.

Schaukästen sind nur punktuell in der Innenstadt anzutreffen, in der Regel um Speise- und Getränkekarten von gastronomischen Betrieben vor der Witterung zu schützen. Vereinzelt gibt es auch Schaukästen, die Vereinsmitteilungen oder kommunalen bzw. kirchlichen Mitteilungen dienen. Bei den o. a. Nutzungsarten von Schaukästen steht in der Regel der Informationscharakter und weniger die Werbeaussage im Vordergrund. Somit ist hier die Einfügung in die Gebäudefassade und das Stadtbild besonders geboten. Freistehende oder an Einfriedungen angebrachte Schaukästen würden verstärkt und unangemessen Aufmerksamkeit auf sich ziehen und sind daher nicht zulässig. Vor dem Hintergrund der verpflichtenden Anbringung an der Gebäudefassade und der üblicherweise auf Blattgröße DIN-A-4 basierenden Aushänge werden die entsprechenden Maximalgrößen festgelegt (0,3 qm entspricht etwa fünf DIN-A-4-Blättern).

Die Bedeutung der Warenautomaten ist durch die Möglichkeiten des Einkaufs außerhalb der Ladenöffnungszeiten (beispielsweise in Tankstellen, Kioske) in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen. Sie stellen in der Innenstadt eine Ausnahme dar. Die Regelungen hinsichtlich der Anbringung von Warenautomaten sollen vermeiden, dass die häufig aufgrund ihrer serienmäßigen Ausführung und Dimensionierung nur schwer in das Fassadenbild zu integrierenden Warenautomaten das Straßenbild bzw. die Erdgeschosszone unangenehm beein-

trächtigen. Um ergänzend dem Versorgungsbedürfnis außerhalb der Ladenöffnungszeiten Rechnung zu tragen, sind Warenautomaten in engem Zusammenhang mit einem Verkaufs- oder Dienstleistungsbetrieb (z. B. Gaststätte) zulässig. Dies gilt jedoch nur innerhalb der Grundrissfläche, wie z. B. in zurückspringenden Eingängen, Hofeinfahrten/-eingängen, Passagen und damit nicht an straßenseitigen, gut einsehbaren Fassadenflächen.

8. Abweichungsmöglichkeiten

Diese Satzung sieht Abweichungsmöglichkeiten von den getroffenen Bestimmungen ausschließlich im begründeten Einzelfall vor. Wesentlich ist hierbei, dass die Abweichung den Zielen der Satzung folgt und keinesfalls gegen den Sinn dieser Satzung verstößt.

Als Begründung für Abweichungen im Einzelfall können im Wesentlichen nur stadtgestalterische und stadträumliche Aspekte, die Integrationsfähigkeit in die jeweilige Gebäudefassade oder der Nachweis historisch verbürgerter Gestaltungsformen und -arten herangezogen werden. Auch zum besseren Auffinden von öffentlichen bzw. öffentlich-rechtlichen Einrichtungen in der Innenstadt, die als öffentliche Institution für die Allgemeinheit von Interesse sind, können Abweichungen gestattet werden.

Unter anderem können auch die im Rahmen gestalterischer Qualifizierungsmaßnahmen (z.B. Architektur- und Gestaltungswettbewerbe) ausgesprochenen Empfehlungen oder das Votum des Gestaltungsbeirates als Begründung für eine Abweichung dienen.

Unabhängig davon können Abweichungen zugelassen werden, um eine offenbar unbeabsichtigte Härte zu vermeiden. Damit soll dem Gebot der Verhältnismäßigkeit Rechnung getragen werden.

Bestehende Werbeanlagen besitzen bis auf weiteres gesetzlichen Bestandsschutz. Da Werbeanlagen verhältnismäßig kurzen Lebenszyklen unterliegen, ist davon auszugehen, dass in der Innenstadt das allgemeine Gestaltungsniveau der Außenwerbung sich nach und nach entsprechend den Bestimmungen dieser Gestaltungssatzung verändern wird. Es kann daher weder ein Tatbestand unbeabsichtigter Härte sein, wenn relativierend auf die dominante Wirkung vorhandener, im Widerspruch zu dieser Satzung stehender Werbeanlagen verwiesen wird, noch können diese Altanlagen als Begründung für etwaige Abweichungen herangezogen werden.

Jegliche Abweichung von den Bestimmungen dieser Satzung ist erlaubnispflichtig.