

Satzung der Stadt Lünen über die äußere Gestaltung und die besonderen Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten im Stadtkern von Lünen – Werbesatzung Stadtkern Lünen – vom 17.12.2013

Inhaltsverzeichnis

§ 1	Sinn und Zweck	4
§ 2	Räumlicher Geltungsbereich	4
§ 3	Sachlicher Geltungsbereich	5
§ 4	Genehmigungsvorbehalt	5
§ 5	Begriffsbestimmungen	6
§ 6	Allgemeine Anforderungen	6
§ 7	Stätte der Leistung	7
§ 8	Unzulässige Werbeanlagen	7
§ 9	Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)	8
§ 10	Ausleger	9
§ 11	Vertikale Werbeanlagen	9
§ 12	Hinweisschilder (Namensschilder)	10
§ 13	Schaukästen	10
§ 14	Warenautomaten	10
§ 15	Abweichungsregelungen	10
§ 16	Ordnungswidrigkeiten	11
§ 17	Inkrafttreten	11

Inhaltsverzeichnis:

PRÄAMBEL

I. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

- § 1 Sinn und Zweck
- § 2 Räumlicher Geltungsbereich
- § 3 Sachlicher Geltungsbereich
- § 4 Genehmigungsvorbehalt
- § 5 Begriffsbestimmungen

II. WERBEANLAGEN

- § 6 Allgemeine Anforderungen
- § 7 Stätte der Leistung
- § 8 Unzulässige Werbeanlagen
- § 9 Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)
- § 10 Ausleger
- § 11 Vertikale Werbeanlagen
- § 12 Hinweisschilder (Namensschilder)
- § 13 Schaukästen
- § 14 Warenautomaten

III. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

- § 15 Abweichungsregelungen
- § 16 Ordnungswidrigkeiten
- § 17 Inkrafttreten

Auf Grundlage der §§ 7 und 41 Abs. 1 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV NRW S. 666), zuletzt geändert durch Gesetz vom 17. Dezember 2009 (GV. NRW. S. 950), in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 sowie Abs. 2 Nr. 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) – Landesbauordnung – in der Fassung der Bekanntmachung vom 1. März 2000 (GV NRW S. 256), zuletzt geändert am 28. Oktober 2008 (GV. NRW. S. 644) hat der Rat der Stadt Lünen in seiner Sitzung am 12.12.2013 die folgende Satzung beschlossen:

PRÄAMBEL

In dem Stadtkern von Lünen lässt sich, trotz zahlreicher Kriegszerstörungen und markanter Veränderungen in der Wiederaufbauzeit, insgesamt auch heute noch die gewachsene Parzellen- und Gebäudestruktur gut ablesen. Charakteristisch für das heutige Stadtbild ist eine über die Jahrhunderte gewachsene Baustruktur mit ihrer prägenden Kleinteiligkeit, die punktuell durch die Anordnung von städtebaulichen Großstrukturen aus den vergangenen 50 Jahren kontrastiert wird.

Durch zahlreiche Maßnahmen im Stadtumbaugebiet „Innenstadt Lünen 2012“ wurde die Attraktivität des öffentlichen Raumes in der Innenstadt derzeit deutlich erhöht. Nicht zuletzt tragen die Stadtumbaumaßnahmen dazu bei, die Innenstadt als attraktiven Einzelhandelsstandort zu stärken und Lünen als Einkaufsstadt weiter zu entwickeln.

Innenstädte sind traditionell zentrale Standorte des Handels und der Kommunikation. Der örtliche Einzelhandel und das ansässige Dienstleistungsgewerbe sind wichtige Pfeiler der städtischen Struktur und zeichnen sich durch ein vielfältiges Angebot an Geschäften mit einer breit gefächerten Sortimentspalette und zahlreichen ergänzenden Dienstleistungsbetrieben aus. Diese Angebotsvielfalt gilt es im Sinne einer lebendigen Innenstadt langfristig auch in seiner Hochwertigkeit zu erhalten.

Werbung, d. h. die Anpreisung von Waren und Dienstleistungen, ist dabei ein wichtiges und legitimes Kommunikationsmittel, um Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden zu erzielen und wichtige betriebliche Informationen zu transportieren. Neben der Gestaltqualität des öffentlichen Raumes und markanter, in der Regel historischer Bauten, prägen daher insbesondere die Geschäfts- und Dienstleistungsnutzungen mit ihrer Außendarstellung das Gesicht der Stadt. Stadtgestalt, Aufenthaltsqualität und Einkaufsflair sind in der Innenstadt somit untrennbar miteinander verbunden. Werbeanlagen und ihre Gestaltung übernehmen hierbei eine stadtbildprägende Schlüsselposition.

Dadurch ergibt sich ein sensibles Verhältnis zwischen öffentlicher, im Interesse der Allgemeinheit stehender Stadtbildpflege und dem berechtigtem individuellem Interesse der Gewerbetreibenden, für ihr Geschäft zu werben. An dieser Stelle werden Rahmenbedingungen erforderlich, um ein in den letzten Jahren entstandenes Ungleichgewicht zulasten des Stadtbildes zukünftig zu vermeiden und einen Ausgleich zwischen privaten und öffentlichen Interesse herbeizuführen. Die nachfolgende Satzung dient in diesem Sinne als wichtiger allgemeinverbindlicher Baustein.

Ergänzt und flankiert wird diese Satzung durch die Aufstellung von Gestaltungsleitlinien für den Stadtkern von Lünen, welche im Sinne der Stadtbildpflege neben den

Werbeanlagen auch die qualitätsvolle Gestaltung von Gebäuden, Nebenanlagen und Freiflächen zum Ziel haben. Hiervon berührt sind u. a. auch die geschäftlich genutzten öffentlichen und privaten Vorbereiche vor den Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben.

Werbesatzungen sind von ihrem Wesen her restriktiv, d. h. durch Ge- und Verbote sollen sie

einen Mindestschutz des Stadtbildes gewährleisten,

einen Mindeststandard an gestalterischer Qualität bei den öffentlichkeitswirksamen Werbeanlagen sichern sowie

vor offensichtlicher »Verunstaltung« schützen.

Die innerhalb dieser Werbesatzung getroffenen Regelungen definieren hierbei einen konkreten Handlungsspielraum und sind als eine allgemeinverbindliche Grundlage anzusehen. Hierauf aufbauend können und sollen sich im Einklang mit der Schutzbedürftigkeit des Stadtbildes gute und kreative gestalterische Ideen sowie kooperative Dialoge entwickeln. Gleichzeitig dienen die Regelungen für die Gewerbetreibenden der allgemeinen Rechtsicherheit, der Gleichbehandlung untereinander und dem Schutz vor geschäftsstörenden Beeinträchtigungen im jeweiligen Umfeld.

In der Summe liegt es daher sowohl im Interesse der Allgemeinheit wie auch im Interesse des örtlichen Einzelhandels, dass mittels hochwertiger und einfühlsamer Gestaltung der Werbeanlagen das Stadtbild und die Aufenthaltsqualität verbessert – und im Ergebnis hierdurch der Stadtkern als attraktiver Einkaufsstandort mit Flair und gutem Image langfristig gesichert wird.

I. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

§ 1 Sinn und Zweck

Werbeanlagen, Warenautomaten, Schaukästen u. ä. sollen den übergeordneten Stadtbildgegebenheiten folgen, sich in Anzahl, Art, Größe, Erscheinungsform sowie hinsichtlich ihres Anbringungsortes in das Stadtbild einfügen. Dabei haben sie sich den jeweiligen Gebäudefassaden und gliedernden Architekturelementen im baugestalterischen Erscheinungsbild einzufügen. Die Satzung regelt die Zulässigkeit solcher Anlagen.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Die Satzung gilt für den in der beigefügten Karte (Anlage 1) dargestellten Bereich. Die Karte ist Bestandteil der Satzung.

(2) Mit den Bestimmungen dieser Satzung werden auch die Geltungsbereiche rechtsverbindlicher Gestaltungsatzungen und Bebauungspläne berührt. Hierzu gehören:

- Satzung über besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung baulicher Anlagen im Bereich der »Innenstadt-Südwest«,

-
- Bebauungsplan Nr. 31 »Innenstadt Marktplatz«, einschließl. 1. - 5. Änderung,
 - Bebauungsplan Nr. 33 »Innenstadt-Südost«, einschließl. 1. - 6. Änderung,
 - Bebauungsplan Nr. 45 »Engelstraße«,
 - Bebauungsplan Nr. 77 »Am Tobiaspark«, einschließl. Änderung,
 - Bebauungsplan Nr. 85 »Innenstadt-Südwest«, einschließl. Änderungen,
 - Bebauungsplan Nr. 86 »Stadtring Westtangente«, einschließl. Änderungen,
 - Bebauungsplan Nr. 87 »Gartenstraße«,
 - Bebauungsplan Nr. 124 »Schifffahrtsweide«,
 - Bebauungsplan Nr. 139 »Engelswiese«,
 - Bebauungsplan Nr. 184 »Mersch«.

Soweit in den genannten Satzungen, Bebauungsplänen oder örtlichen Bauvorschriften zu diesen Bebauungsplänen inhaltlich berührte bauordnungsrechtliche Festsetzungen getroffen wurden, treten diese gegen die Bestimmungen in dieser Satzung zurück.

- (3) Werbeanlagen an Baudenkmalern bzw. in deren unmittelbaren Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande Nordrhein-Westfalen (Denkmalschutzgesetz – DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 Abs. 1a bzw. 1b DSchG in der jeweils geltenden Fassung.

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung gilt für die Errichtung und Änderung von Werbeanlagen und Warenautomaten gemäß § 13 BauO NRW: Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Fotoplakate, Lichtwerbungen, Fahnen, Banner, Transparente, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.
- (2) Die Vorschriften dieser Satzung gelten explizit auch für serienmäßig hergestellte Firmenwerbungen einschließlich registrierter Waren- und Firmenzeichen.
- (3) Die Vorschriften dieser Satzung gelten auch für baugenehmigungs- und bauanzeigefreie Werbeanlagen und Warenautomaten.

§ 4 Genehmigungsvorbehalt

- (1) Alle Werbeanlagen und Warenautomaten im Geltungsbereich dieser Satzung mit Ausnahme der in Absatz 2 genannten Werbeanlagen sind gemäß § 63 Abs. 1 BauO NRW genehmigungspflichtig.
- (2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für:
- Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Veranstaltungen, insbesondere für Ausverkäufe und andere Sonderverkäufe an der Stätte der Leistung, jedoch nur bis zum Ende der Veranstaltung.
 - Werbeanlagen, die an der Stätte der Leistung zeitlich begrenzt angebracht oder aufgestellt sind (insgesamt maximal 4 Wochen pro Kalenderjahr), soweit

sie nicht fest mit dem Boden oder einer anderen baulichen Anlage verbunden sind, und nicht über die Vorderkante der Fassade hinausragen.

- Werbeanlagen zu öffentlichen Wahlen und Abstimmungen für die Dauer des Wahlkampfes.

- (3) Die für Werbeanlagen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Satz 2 Denkmalschutzgesetz NRW bleibt unberührt.
- (4) Die Erlaubnis von Sondernutzungen wird nach Maßgabe dieser Satzung erteilt.

§ 5 Begriffsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen umfassen neben Elementen mit der Werbebotschaft auch den Rahmen, die Unter- bzw. Tragkonstruktion sowie die erforderlichen Leitungszuführungen u.ä.
- (2) Als Großverkaufsstätten im Sinne dieser Satzung gelten Verkaufsstätten mit mindestens 2 oberirdischen Verkaufsgeschossen (Kaufhäuser) oder Verkaufsstätten mit einer Straßenfrontbreite von mehr als 30,0 m an einer Fassadenseite. In entsprechend benannten Fällen gelten für Großverkaufsstätten abweichende Bestimmungen.
- (3) Als gliedernde Fassadenelemente gelten Erker, Risalite, Balkone, Altane, Pfeiler und Pfeilervorlagen, Stützen, Gesimse, Stuck- und Schmuckdekor, Fachwerk, Geländer, Fenster- und Türöffnungen.
- (4) Die in dieser Satzung festgelegten maximal zulässigen Flächengrößen und Abmessungen für Werbeanlagen beziehen sich auf das die Werbeanlagen umschließende Rechteck.

II. WERBEANLAGEN UND WARENAUTOMATEN

§ 6 Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen müssen sich in das Stadtbild und die nähere Umgebung einfügen. Sie müssen sich nach Umfang, Anordnung, Werkstoff, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk anpassen und dürfen gliedernde Fassadenelemente in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigen. Eine sich durch Fensterachsen oder die Fachwerkstruktur ergebende baukonstruktive Fassadengliederung darf dabei nicht gestört werden.

Um diese Vorgaben zu erreichen, können Abweichungen von denen im Abs. 2 - 5 festgesetzten Maßen zugelassen werden.

- (2) Für jeden Betrieb sind maximal 2 Werbeanlagen, davon höchstens 1 vertikale Werbeanlage oder Ausleger pro Gebäudeseite zulässig.
- (3) Werbeanlagen, die aufgrund nicht mehr genutzter Betriebsräume funktionslos geworden sind, und Warenautomaten, die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile und sichtbarer Kabelzuführungen innerhalb eines Zeitraums von 4 Wochen nach Aufgabe des Betriebes bzw. der Nutzung zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.

§ 7 Stätte der Leistung

- (1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig. Für Geschäfte, Dienstleistungsbetriebe usw., die sich im Bereich von Passagen befinden, ist ausnahmsweise im Erdgeschoss des Eingangsbereiches der Passage je Nutznießer ein Hinweisschild zulässig.
- (2) Mit der Werbeanlage darf hauptsächlich nur auf den Namen und die Art des Betriebes (Eigenwerbung) hingewiesen werden. Produktwerbungen (Fremdwerbung) sind nur in deutlich untergeordneter Form zulässig.
- (3) Weihnachtsdekorationen und ähnliche Festtagsdekorationen sind von den Vorschriften dieser Satzung ausgenommen.

§ 8 Unzulässige Werbeanlagen

- (1) Unzulässig ist die Verwendung von grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- und Signalfarben außer bei denen im § 9 Abs. 5, 1. Halbsatz, genannten Einzelbuchstaben. Hierzu zählen die in der Anlage 2 aufgeführten sowie die hiermit in ihrer Wirkung vergleichbaren Farben und Farbtöne der RAL-Karte. Abweichungen hiervon können gestattet werden, wenn dies mit den öffentlichen Belangen, insbesondere stadtgestalterische und städtebauliche Belange, vereinbar ist und wenn es sich um deutlich untergeordnete Teile der Werbeanlage oder um registrierte Firmen- bzw. Markenzeichen handelt.
- (2) Unzulässig sind Werbeanlagen
 - an Erkern, Balkonen, Loggien, Gesimsen und anderen gegliederten Fassadenflächen,
 - an Türen und Toren, sofern der Absatz 4 nichts anderes bestimmt, sowie an Fensterläden, Rollläden und Jalousien,
 - an Markisen (mit Ausnahme eines Firmenlogos je Markise),
 - auf, an oder in Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie bzw. oberhalb des Attikaabschlusses,
 - an Einfriedungen (mit Ausnahme von Hinweisschildern unter Beachtung von § 12),
 - in Vorgärten und Vorhöfen,
 - an Masten, Pfeiler, Säulen, Arkadenstützen, Lampen u. ä.,
 - an Bäumen.
- (3) Unzulässig sind freistehende ortsfeste Werbeanlagen, Werbepylone u. ä. Hinweisschilder und sonstige zugelassene Werbeträger im Sinne von Absatz 5 auf öffentlichen Verkehrsflächen sind hiervon ausgenommen.
- (4) Unzulässig sind Werbeabdeckungen von Fenstern, Eingangstüren und Toren durch Beklebungen und Plakatierungen, die > 20% der jeweiligen Flächen betragen. Ausgenommen hiervon sind kurzfristige Sonderwerbungen, die einen Zeitraum von bis zu 2 Wochen umfassen, sowie Beklebungen bei Leerstand.
- (5) Unzulässig sind Zettel- und Bogenanschläge außerhalb der hierfür zugelassenen Werbeträger (kein »wildes Plakatieren«). Als zugelassener Werbeträger gelten Litfaßsäulen oder sonst genehmigte Informationseinrichtungen wie Schaukästen, Hinweis- und Werbetafeln, Säulen und Vitrinen.

-
- (6) Unzulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht und Werbeanlagen mit ähnlicher Bauart oder Wirkung (hierzu zählen Gegenlichtanlagen, Wechsellichtanlagen, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlagen, Bild- und Filmprojektionen, Wechselbildanlagen, angestrahlte Werbeanlagen, deren Lichtfarbe oder Lichtintensität wechselt usw.).
 - (7) Unzulässig sind angestrahlte Werbeanlagen mit Ausnahme von weißlichem oder gelblichem Licht.
 - (8) Unzulässig sind Spannbänder und Werbeplanen sowie senkrecht / schräg zur Fassade ausgestellte Werbefahnen mit Ausnahme von zeitlich begrenzten Sonderverkaufsveranstaltungen (höchstens 2 Veranstaltungen pro Jahr für jeweils maximal 6 Wochen). Abweichungen für feststehende/ -hängende Werbefahnen können unter Bezugnahme auf § 11 Absatz 2 letzter Satz dieser Satzung gestattet werden.
 - (9) Unzulässig ist die sichtbare Anordnung von technischem Zubehör der Werbeanlage wie Kabelführungen, Montageleisten usw.

§ 9 Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)

- (1) Horizontale Werbeanlagen sind parallel zur Fassade anzubringen. Die vertikale oder schräge Anordnung von Werbeanlagen bzw. Schriftzügen ist nicht zulässig.
- (2) Horizontale Werbeanlagen sind nur an straßenseitigen Fassaden und nur unterhalb der Fensterunterkante des 1. Obergeschosses (Brüstungslinie) zulässig. Ist eine Kragplatte vorhanden, ist die Werbeanlage oberhalb dieser Kragplatte bis zur Fensterunterkante des 1. Obergeschosses zulässig.
- (3) Horizontale Werbeanlagen müssen mindestens einen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußenecken, Grundstücksgrenzen (bei aneinander gebauten Gebäuden) und benachbarten Werbeanlagen einhalten. Eine über mehrere Gebäude übergreifende Werbung ist unzulässig. Bei Eckgebäuden kann die Werbung um die Ecke geführt werden, wenn die Gesamtlänge nach Abs. 4 nicht überschritten wird.
- (4) Die Gesamtlänge der horizontalen Werbeanlage darf 70 % der jeweiligen Fassadenbreite nicht überschreiten. Dabei ist die höchstzulässige Länge der horizontalen Werbeanlage auf maximal 8,0 m begrenzt. Als Länge gilt hierbei der Abstand zwischen den beiden am weitesten entfernt liegenden Außenkanten der Elemente, die zu einer horizontalen Werbeanlage gehören.
- (5) Zulässig sind nur baukörperlich getrennte Einzelbuchstaben, zusammenhängende Schriftzügen in Schreifschrift sowie Firmen- und Werbelogos. Die Größe der Einzelbuchstaben, Schriftzüge und Logos darf eine Höhe von 0,60 m nicht überschreiten. Für die Tiefe ist ein Maß von mindestens 0,05 m bis maximal 0,10 m zulässig (Abstand zwischen der Gebäudekante und der Vorderkante Buchstaben).
Die Buchstaben sind einzeln oder alternativ mit einer an die Fassadenfarbe angepassten Befestigungsschiene an der Fassade anzubringen. Die maximale Profildbreite beträgt 0,05 m.
- (6) Bei Gebäuden mit Großverkaufsstätten und Hotels kann abweichend die Höhe der horizontalen Werbeanlage bis zu 0,8 m betragen. Die in Absatz 4 aufgeführte Längenbegrenzung auf maximal 8,0 m ist nicht anzuwenden.

(mit einer maximalen Schrifthöhe und -breite von 0,50 m bei Kästen mit Einzelbuchstaben).

§ 12 Hinweisschilder (Namensschilder)

- (1) Hinweisschilder dürfen je Nutznießer eine Größe von 0,25 qm und je Gebäude insgesamt 1,00 qm nicht überschreiten. Abweichungen können gestattet werden bei Bezug auf bestehende Fassadengliederungen, bei einer besonders großen Anzahl von Schildern (beispielsweise an Passageneingängen) oder bei Hinweisschildern auf öffentlichen Verkehrsflächen.
- (2) Mehrere Hinweisschilder an einem Gebäude sind in Gruppen zusammenzufassen und in Material, Farbe und Größe einheitlich zu gestalten. § 8 Absatz 1 dieser Satzung gilt sinngemäß.

§ 13 Schaukästen

- (1) Schaukästen sind nur für kommunale und kirchliche Mitteilungen, Vereinsmitteilungen sowie Mitteilungen für gastronomische Betriebe (nur Speise- und Getränkekarten) zulässig. Schaukästen sind nur an Gebäuden zulässig und dürfen nicht auf gliedernden Fassadenelementen angebracht werden sondern nur an Wänden. Bei Fachwerkfassaden ist ihre Anbringung nur innerhalb der Grenzen einzelner Gefache zulässig.
- (2) Schaukästen dürfen nicht größer als 0,30 qm sein und gegenüber der Fassade lediglich bis maximal 0,15 m vorstehen.

§ 14 Warenautomaten

- (1) Warenautomaten sind nur zulässig, wenn sie in einer engen räumlichen und sachlichen Beziehung zu einem Verkaufs- oder Dienstleistungsbetrieb stehen. Dabei ist je Betrieb nur ein Warenautomat zulässig.
- (2) Warenautomaten sind nur innerhalb der Grundrissfläche von Gebäuden zulässig (Hauseingänge, Hofeinfahrten, Passagen u. ä.). An straßenseitigen Fassaden sind Warenautomaten unzulässig.

III. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§ 15 Abweichungsregelungen

Abweichungen von den Bestimmungen dieser Satzung können in Einzelfällen, sofern diese nicht gegen den Sinn der Satzung verstoßen, nämlich

- deutliche Dominanz der Architekturelemente vor der Werbung,
- Integration und Abstimmung der Werbeanlagen auf die Fassadengliederung,
- klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufs und des Stadtraumes,
- unbeeinträchtigte Blickbeziehungen auf städtebaulich markante Bauwerke sowie auf Plätze und Parkflächen,

oder sofern die Durchführung der Bestimmungen im Einzelfall zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führt, in Übereinstimmung mit den zuständigen Dienststellen zugelassen werden.

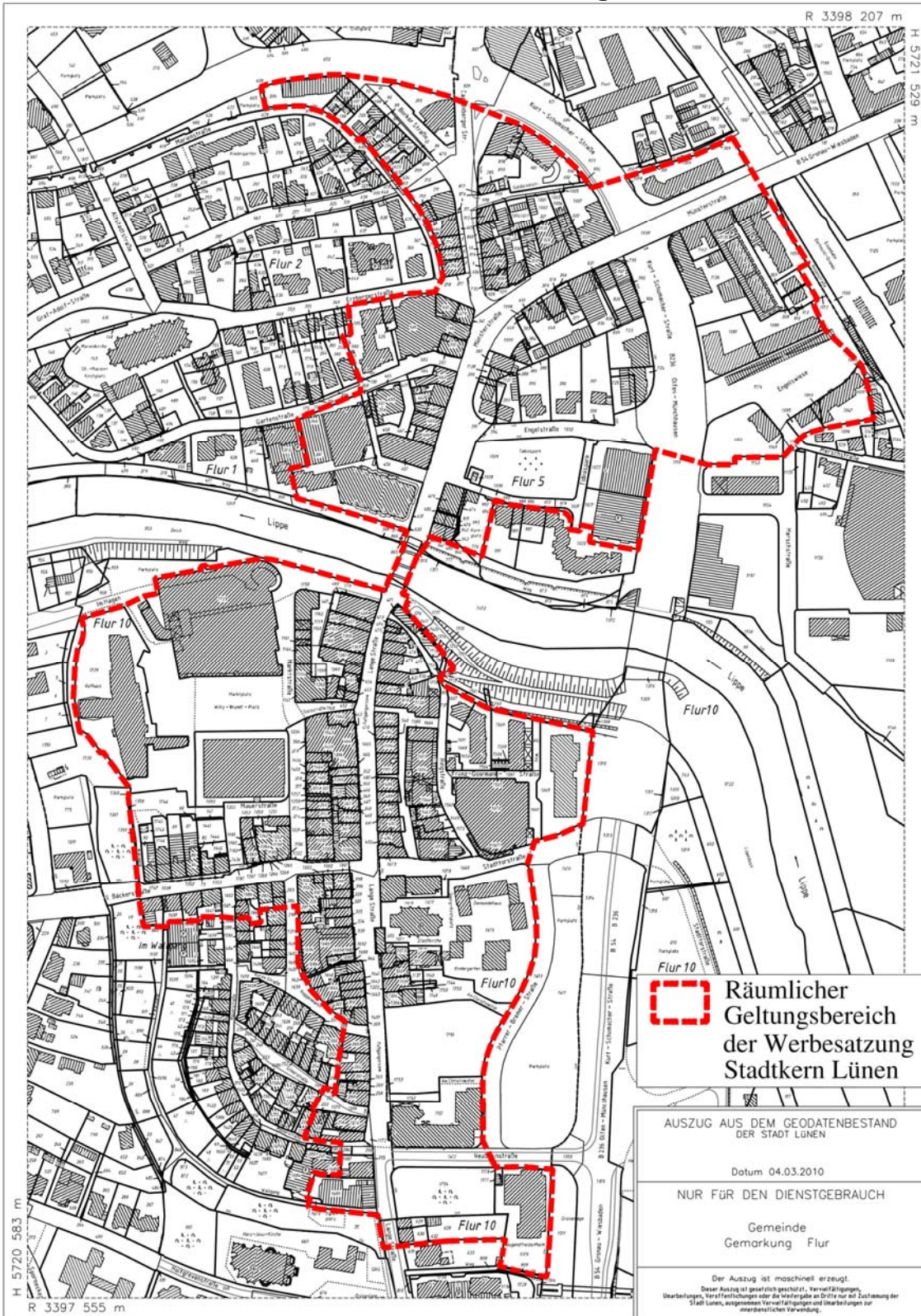
§ 16 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig im Sinne des § 84 Absatz 1 Nr. 13 oder Nr. 20 Landesbauordnung (BauO NRW). Gemäß § 84 Absatz 3 BauO NRW können Ordnungswidrigkeiten mit einer Geldbuße bis zu 250.000 EUR geahndet werden.

§ 17 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft (siehe Amtsblatt Nr.43/2013 vom 17.12.2013). Gleichzeitig tritt die Satzung vom 06. Mai 2010 außer Kraft.

Karte des räumlichen Geltungsbereichs



(Kartenverkleinerung ohne Maßstab)

Geltungsbereich ist identisch mit beschlossenen Abgrenzung des Stadtumbaugebietes