

**Werbesatzung  
der Stadt Lüdenscheid über örtliche Bauvorschriften  
für den Sternplatz und Rathausplatz  
sowie deren umliegende innerstädtische Bereiche  
vom 10.01.2013**

Gemäß § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW), § 86 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der zur Zeit geltenden Fassung hat der Rat der Stadt Lüdenscheid in seiner Sitzung am 10.12.2012 die folgende Satzung beschlossen.

§ 1

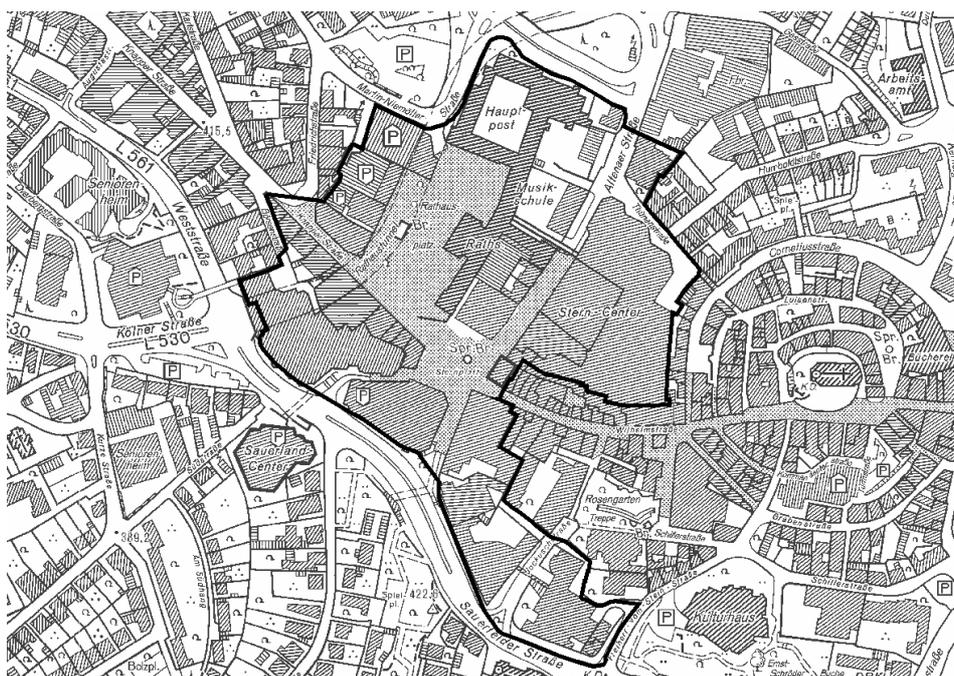
**Sinn und Zweck der Satzung**

Diese Satzung regelt gem. § 86 Absatz (Abs.) 1 Nummer (Nr.) 1 und Nummer (Nr.) 2 der BauO NRW die äußere Gestalt von Werbeanlagen sowie die Zulässigkeit von Werbeanlagen an baulichen Anlagen hinsichtlich baugestalterischer Ziele im Geltungsbereich dieser Satzung. Die Werbeanlagen sollen sich in ihrer Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbwahl und Proportion in das Stadtbild einfügen. Dabei sollen Werbeanlagen, die das Stadtbild stören, ausgeschlossen werden. Zulässige Werbeanlagen sollen auf Teile baulicher Anlagen beschränkt werden. Es gelten daher gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 2 der BauO NRW besondere Anforderungen an bauliche Anlagen und Werbeanlagen zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze von städtebaulicher Bedeutung und zum Schutz von Denkmälern.

§ 2

**Geltungsbereich und Bestandteile der Satzung**

- (1) Diese Satzung gilt für den im folgenden Plan gekennzeichneten Geltungsbereich.



*Abbildung ohne Maßstab*

- (2) Die Gestaltungsfibel als Begründung (Anlage 1) und die Bestandsaufnahme (Anlage 2) sind Bestandteil dieser Satzung.
- (3) Diese Satzung gilt für die Errichtung, Änderung und Beseitigung von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich gemäß § 2 Abs. 1 dieser Satzung.

## **Allgemeine Bestimmungen**

### § 3

#### **Umfang des Genehmigungsvorbehaltes und das Verhältnis zu anderen öffentlich-rechtlichen Regelungen**

- (1) Die Satzung gilt für alle Anlagen der Außenwerbung im Sinne des § 13 BauO NRW im Geltungsbereich dieser Satzung. Als Werbeanlagen gelten alle ortsfesten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.
- (2) Im Geltungsbereich dieser Satzung ist nach § 86 BauO NRW Abs. 2 Nr. 1 die Anbringung auch solcher Werbeanlagen genehmigungspflichtig, die nach § 65 Abs. 1 Nr. 33 und 33b BauO NRW genehmigungsfrei wären.
- (3) Werbeanlagen an Baudenkmalern beziehungsweise in deren unmittelbaren Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande NRW (Denkmalschutzgesetz DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 Abs. 1a beziehungsweise Abs. 1b DSchG in der jeweils geltenden Fassung.
- (4) Regelungen aufgrund bestehender städtebaulicher und anderer Verträge bleiben unberührt.
- (5) Die Regelungen der Sondernutzungssatzung bleiben von dieser Satzung unberührt.

### § 4

#### **Begriffsbestimmungen**

- (1) Werbeanlagen umfassen neben den Elementen der Werbebotschaft auch die Unter- und Tragkonstruktionen.
- (2) Zur Flächenermittlung einer Werbung aus Einzelbuchstaben wird eine entsprechende rechteckige Form um die Werbeanlage gelegt, um dessen Gesamtfläche zu ermitteln. Ober- und Unterlängen können bei der Berechnung unberücksichtigt bleiben.
- (3) Die Leuchtdichte ( $\text{cd/m}^2$ ) kennzeichnet das von einer leuchtenden oder beleuchteten Fläche in eine Richtung abgestrahlte Licht. Sie ist ein Maß für den Helligkeitseindruck, den das Auge von der Fläche hat. Sie ist definiert als das Verhältnis der Lichtstärke zur Größe der Fläche. Die Leuchtdichte stellt die maßgebliche Beurteilungsgröße für die Beurteilung der Blendung dar.

## § 5

### Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen müssen sich in Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbgebung und Proportion der Gebäudearchitektur unterordnen. Dabei dürfen wesentliche architektonische Gliederungselemente wie Brüstungsbänder, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Lisenen und Stuckarbeiten nicht überdeckt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden. Werbeanlagen müssen sich in Materialwahl, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk anpassen.
- (2) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind in Ausbildung, Lage, Beleuchtung, Farbe und Materialwahl aufeinander abzustimmen.
- (3) Für jede Gewerbeeinheit sind maximal eine, bei Eckgebäuden zwei Werbeanlagen in Einzelbuchstaben und ein Werbeausleger zulässig. Ausnahmen können aufgrund einer besonderen räumlichen Größe, Ausbildung und Lage eines Betriebes gestattet werden.
- (4) Werbeanlagen dürfen nur im Erdgeschossbereich, bezogen auf das jeweilige Niveau der öffentlichen Verkehrsfläche, einschließlich der Brüstung des 1. Obergeschosses (OG), höchstens jedoch 1,00 m über Oberkante Fußboden des 1. OG, angebracht werden.
- (5) Ausnahmsweise kann eine Werbeanlage (z.B. als Gebäudebezeichnung) mit einer maximalen Höhe von 1,00 m gestattet werden, wenn gestalterische Gründe oder eine entsprechende Größendimension des Gebäudes dies rechtfertigen. Diese darf auch oberhalb der Brüstung des 1. OG angebracht werden.
- (6) Mit Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart ist die Werbeanlage zu beseitigen.
- (7) Neben den Werbeanlagen ist nur eine untergeordnete Produktwerbung (Fremdwerbung) zulässig, die sich hinsichtlich der Größe der Eigenwerbung deutlich den Hauptwerbeanlagen unterordnet.
- (8) Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft vollständig beklebt, zugehangen oder zugestrichen werden.
- (9) Durch beleuchtete Werbeanlagen dürfen keine störenden Wirkungen auf lichtgestalterische Maßnahmen in der Umgebung oder öffentliche Bereiche ausgehen.
- (10) Bei beleuchteten Werbeanlagen ist eine unmittelbare Sicht auf das Leuchtmittel beziehungsweise die Lichtquelle auszuschließen. Unzulässig ist die sichtbare Führung von Kabeln und technischem Zubehör.
- (11) Ausnahmsweise gilt für Geschäftsgebäude mit mehreren Nutzern, bei denen sich die Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte zusätzlich in einer Werbeanlage zusammengefasst darstellt:
  - Die Größe, die Ausbildung und der Anbringungsort des Werbefeldes ist abhängig von der Dimension des Gesamtbaukörpers und kann abweichend der § 5 Abs. 3 und 4 dieser Satzung ausgeführt werden.
  - Auf den Gebäudeseiten zu den öffentlichen Plätzen und Straßen ist je Gebäude nur ein Werbefeld zulässig.

- Zusätzlich sind einzelne Werbeanlagen über den Eingangsbereichen der Ladenlokale gemäß den Bestimmungen dieser Satzung zulässig.

## **Werbeanlagen**

### § 6

#### **Nicht genehmigungsfähige Werbeanlagen**

- (1) Unzulässig sind Werbeanlagen an:
  - a. Erkern, Balkonen, Loggien, Kanzeln und anderen gliedernden Fassadenelementen,
  - b. Einfriedungen und Toren,
  - c. Fensterläden und Rolläden,
  - d. Markisenoberseiten,
  - e. Dächern und Dachteilen oberhalb der Trauflinie beziehungsweise des Attikaabschlusses,
  - f. Giebelflächen oberhalb der Trauflinie.
- (2) Nicht zulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht wie Laufschriften, periodische Wechselwerbung sowie Skybeamer und Anlagen mit ähnlicher Wirkung.

### § 7

#### **Horizontale Werbeanlagen**

- (1) Zulässig sind horizontale Werbeanlagen, die in Einzelbuchstaben ausgeführt werden, bis zu einer Höhe von 0,6 m, einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe und einer Gesamtgröße je Anlage von maximal 3 m<sup>2</sup>.
- (2) Die Einzelbuchstaben können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Einzelbuchstaben soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten.
- (3) In Ergänzung zu beziehungsweise anstelle von Einzelbuchstaben ist ausnahmsweise auch ein Firmen-Logo, bei Eckgebäuden ausnahmsweise auch zwei Logos, bis zu einer Höhe von 0,6 m und einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe zulässig.
- (4) Horizontale Werbeanlagen müssen mindestens einen seitlichen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußenecken haben.
- (5) Die Einzelbuchstaben sind entweder direkt auf die Fassade aufzubringen oder auf einer dezenten und filigranen Unterkonstruktion.
- (6) Das Aufbringen von Einzelbuchstaben auf einer andersfarbigen Fassadenfläche, die sich von der Gesamtarchitektur absetzt, oder auf einer Blende, ist nicht zulässig.

## § 8

### Werbeausleger

- (1) Zulässig sind Werbeausleger bis zu einer maximalen Fläche von 0,8 m x 0,8 m, einer Auskragung von 0,95 m und einer Tiefe von 0,25 m. Diese können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Einzelbuchstaben soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten und keine störende Wirkung auf lichtgestalterische Maßnahmen haben.
- (2) Werbeausleger dürfen nur auf den konstruktiv tragenden Bauteilen einer Fassade (Stützen, Pfeiler, Mauervorlagen) und nicht in einer Fensterachse angeordnet werden.
- (3) Werbeausleger müssen mindestens einen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußen-ecken haben.

## § 9

### Fensterfolierungen

- (1) Als Alternative für eine horizontale Werbeanlage oder einen Werbeausleger ist eine Fensterfolierung zu Werbezwecken zulässig, die farblich und gestalterisch zurückhaltend ist und aus Einzelbuchstaben beziehungsweise einem Firmenlogo besteht.
- (2) Die Fensterfolierung darf nicht mehr als 25% der Glasfläche verdecken.

## § 10

### Hinweisschilder und Schaukästen

- (1) Hinweisschilder für freie Berufe dürfen je Nutzer eine Größe von 0,25 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Mehrere Hinweisschilder an einem Gebäude sind in Gruppen zusammenzufassen. Sie sind in Material, Farbe, Ausbildung und Format einheitlich zu gestalten.
- (2) Schaukästen an Gebäuden sind nur für kommunale-, kirchliche- und Vereinsmitteilungen sowie gastronomische Mitteilungen (Speise- und Getränkekarten) zulässig. Sie dürfen in der Größe nur maximal 0,25 m<sup>2</sup> betragen und gegenüber der Fassade maximal 0,15 m vorstehen.

## Verfahrensregelungen

### § 11

#### Bauantrag

Für alle Werbeanlagen ist ein Bauantrag gemäß § 63 und § 69 BauO NRW erforderlich. Dieser ist schriftlich mit allen für seine Bearbeitung sowie für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen und Bauvorlagen in ausreichender Anzahl bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauaufsichtsbehörde), einzureichen.

## § 12

### **Abweichungen**

Abweichungen können nach § 73 und § 86 Abs. 5 BauO NRW im Einzelfall hinsichtlich der Art des Anbringungsortes und der Dimensionierung bei größeren Grundstücken, Gebäuden und Fassadenflächen oder aus baugestalterischen Gründen zugelassen werden, wenn eine abweichende Gestaltung die Ziele dieser Satzung besser verwirklicht, die Einhaltung der Vorschriften mit besonderen Schwierigkeiten verbunden ist oder mit den Zielen dieser Satzung besser in Einklang zu bringen ist. Dabei dürfen nicht mehr als drei Werbeanlagen je Gewerbeeinheit von Straßen, Wegen und Plätzen vom jeweiligen Betrachter gleichzeitig wahrgenommen werden.

Anträge für Abweichungen und Ausnahmen von dieser Satzung sind schriftlich an die Stadt Lüdenscheid zu richten und zu begründen, sofern sie nicht in einem Bauantragsverfahren abgehandelt werden. Dem Antrag sind alle für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen beizufügen.

## § 13

### **Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig gem. § 84 Abs. 1 Nr. 20 Bau O NRW handelt,
- wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die erforderliche Genehmigung errichtet oder ändert.
  - wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage entgegen der genehmigten oder erlaubten und vorgelegten Bauvorlagen ausführt.
  - wer nach Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart die Werbeanlage nicht beseitigt.

Die Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 84 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

- (2) Für Maßnahmen, die nicht der Satzung entsprechen und für die keine Abweichung zugelassen wurde, kann der Rückbau angeordnet werden.

## § 14

### **Inkrafttreten**

- (1) Diese Satzung tritt mit dem Tage nach Ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt die Satzung der Stadt Lüdenscheid über örtliche Bauvorschriften im Bereich Sternplatz vom 19.12.1997 außer Kraft.

Gemäß § 7 Abs. 6 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen kann eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung beim Zustandekommen dieser Satzung nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden, es sei denn,

- a) eine vorgeschriebene Genehmigung fehlt oder ein vorgeschriebenes Anzeigeverfahren wurde nicht durchgeführt,
- b) diese Satzung ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekannt gemacht worden,
- c) die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister hat den Ratsbeschluss vorher beanstandet oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Gemeinde vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.

Lüdenscheid, 10.01.2013

Der Bürgermeister

Dieter Dzewas

# Anlage 1: Gestaltungsfibel und Begründung zur Werbesatzung

für den Sternplatz und Rathausplatz sowie deren umliegende innerstädtische Bereiche



Stadt Lüdenscheid



Fachdienst Stadtplanung und Verkehr

# Einleitung

## Anlass und Leitziele

### Zielkonzept Innenstadt

Das im Jahr 2000 entwickelte **Zielkonzept** für die Innenstadt Lüdenscheids beinhaltet die Umgestaltung des zentralen Rathausplatzes sowie des Sternplatzes in moderne und repräsentative Stadtplätze mit hohen Aufenthaltsqualitäten. Das Rathausumfeld mit seinen zentralen Plätzen und den sich angliedernden Handels- und Dienstleistungsstrukturen stellt das Zentrum des städtischen Lebens in Lüdenscheid dar. Die in den letzten Jahren erfolgte Umgestaltung des Rathauses und des Rathausumfeldes war eine wichtige Investition zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als urbanes Zentrum.

Stadtqualität wird immer durch das Zusammenwirken von öffentlichen und privaten Bereichen bestimmt. Prägend für die Innenstadt und deren Stadtbild sind die ebenerdigen Nutzungen mit ihren privaten baulichen Anlagen wie Werbeträgern, Straßenmöblierungen und Warenauslagen als erstem Blickfang. Daher soll deren Erscheinungsbild in einer Satzung für Werbeanlagen und im weiteren in einer Richtlinie für Straßenmöblierungen geregelt werden.

### Stadtgestalt heute

Neben der Sanierung des Rathauses und des Rathausumfeldes wurde das Stern-Center modernisiert und um die Flächen des ehemaligen Kaufhofes erweitert. Außerdem entstand ein neues Büro- und Geschäftshaus neben dem Rathaus. Das Gebäude der ehemaligen Kaufhalle wurde ersetzt durch ein modernes Geschäfts- und Gesundheitszentrum. Für das Gebäude südöstlich des Sternplatzes gibt es Planungen für eine attraktive Neugestaltung. Die großmaßstäbliche Gebäudestruktur bildet im Sinne dieser Plätze einen gelungenen Kontrast zu der kleinteiligen Bebauung in der Altstadt, Oberstadt und Wilhelmstraße.

Neben dieser großmaßstäblichen Architektur bedürfen die wenigen historischen, zum Teil unter Denkmalschutz stehenden Gebäude, wie z.B. die Musikschule in der Altenaer Straße, das Gebäude „Hulda“ am Sternplatz und das ehemalige Gewerkschaftshaus am Rathausplatz, einer besonderen Beachtung und Wertschätzung.

### Beleuchtungsmaßnahmen in der Stadt des Lichtes

Seit mehr als 10 Jahren investieren die Stadt und ihre Bürger in ihr Image als **Stadt des Lichtes**. So wurden und werden auch im Geltungsbereich der Satzung öffentliche und private Lichtgestaltungen umgesetzt. Hierzu gehören z.B. Beleuchtungen an der Brücke zwischen dem Rathausplatz und dem Stern-Center, Beleuchtungen am Rathausplatz sowie am Sternplatz. All diese Bemühungen geben der Stadt nach und nach eine eigene Lichtidentität und stärken das Markenzeichen Lüdenscheids. Die Satzung soll diese Investitionen schützen, als Qualitätssicherung dienen und eine Hilfestellung sein, so dass eine Abstimmung der Maßnahmen frühzeitig untereinander erfolgen kann.

Um dem geschlossenen Erscheinungsbild gerecht zu werden und einen harmonischen visuellen Eindruck der abendlichen und nächtlichen Innenstadt zu erhalten, erhält die Satzung Aussagen zur Beleuchtung der Werbeanlagen.

## Werbemaßnahmen

Die Regelungen dieser Satzung sollen dazu beitragen, dass sich die Werbeanlagen der zum großen Teil modernen Gebäudearchitektur anpassen. Die Stadt Lüdenscheid hat in den letzten Jahren bei der Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes ganz bewusst besonderen Wert auf eine klare und zurückhaltende Platzgestaltung gelegt. Dies wird auch durch den Verzicht der üblichen Mastleuchten und eine reduzierte öffentliche Außenmöblierung deutlich. Entsprechend wird die Anzahl der Werbeanlagen beschränkt. In der Satzung sind die Größenverhältnisse und die Ausbildungen der Werbeanlagen geregelt, um diese, abgestimmt auf die Gebäudearchitektur, in das Gesamtbild der Umgebung einzufügen. Die zurückhaltende Platz- und Gebäudearchitektur soll mit den reduzierten Werbeanlagen, in Einzelbuchstaben ausgeführt, ein stimmiges Gesamtbild ergeben. Die durch Größenbeschränkung einzelner Werbeanlagen ausgeschlossene Dominanz soll auch durch farbliche Zurückhaltung unterstützt werden.

Die angegebenen Größenangaben und Formbeschränkungen haben sich in der Praxis bereits bei Realisierungen im Bereich des Sternplatzes bewährt. So sind die Werbeanlagen, die aufgrund der reduzierten Größenangaben bereits hier realisiert wurden, für den Betrachter leserlich und ihre Wirkung unterstützt ein stimmiges Gesamtbild.

Die den Rathaus- und Sternplatz umgebenden Gebäude demonstrieren eine architektonische Gradlinigkeit, welche besonders im zeitgemäß umgesetzten Rathausumbau zur Geltung kommt. Die ruhige Ausstrahlung des Stern- und Rathausplatzes soll auch mittels zurückhaltender Werbeanlagen unterstrichen werden und nicht durch große, grelle und blinkende Reklame gestört werden.

Da die getroffenen Regelungen für alle Eigentümer im Geltungsbereich gleichermaßen gelten, können alle Werbeanlagen auf ein städtebaulich verträgliches Maß reduziert werden, in welchem niemand negativ auffällt und aus dem „Rahmen“ fällt. Der Wettkampf um Aufmerksamkeit wird reduziert, womit zukünftig für alle Werbenden die gleichen Möglichkeiten bestehen. Insbesondere die Festsetzung zur Ausbildung der Werbeanlagen in Einzelbuchstaben, die sich bei den Neubauten am Sternplatz bereits positiv bewährt hat, ist eine wichtige Regelung der Werbesatzung. Solche erhöhten Ansprüche an Gestaltung und Ausführung müssen gestellt werden, denn die Attraktivität eines Stadtzentrums wird nicht allein durch die im Zentrum angebotenen Nutzungen, sondern ebenso maßgeblich geprägt durch die Aufenthaltsqualität der öffentlichen Räume und die Wirkung der umgebenden Gebäude.

## Umsetzung der Festsetzungen

### Allgemeine Erläuterungen

Die Gestaltungsfibel und Begründung kann als Anwendungshilfe zur Werbesatzung verstanden werden. Während in der Satzung die präzisen und verbindlichen Festsetzungen formuliert sind, werden in der Gestaltungsfibel Hinweise zur Ausbildung der Werbeanlagen gegeben. Die Gestaltungsfibel enthält beispielhafte Zeichnungen und Abbildungen von Werbeanlagen. Die in der Satzung gestellten Anforderungen werden so verständlicher.

Die Werbesatzung mit der beiliegenden Gestaltungsfibel soll allen Planungsbeteiligten als Leitfaden für die Entwicklung der Werbeanlagen dienen. Die betroffenen Immobilienbesitzer, Eigentümer und Mieter werden so bei der Umsetzung der Werbesatzung unterstützt. Neben den Festsetzungen und Empfehlungen für Werbemaßnahmen kann auch eine Unterstützung in Form einer Beratung bei den Gestaltungsfragen hilfreich sein, um die Stadt in gemeinsamer Verantwortung zu gestalten. In einem ausdrücklich gewünschten intensiven Dialog will die Stadt Lüdenscheid Hilfestellung leisten. So steht die Stadt Lüdenscheid für Fragen und Auskünfte beratend zur Verfügung. Auf der Grundlage der Werbesatzung können gemeinsam Lösungen für spezielle Probleme und Anforderungen entwickelt werden. Die im Anhang aufgeführten **Ansprechpartner/innen** und Mitarbeiter/innen der Stadtverwaltung stehen Ihnen für eine Beratung gerne zur Verfügung.

Die Seiten der Gestaltungsfibel sind in drei Spalten aufgeteilt. Unter der Überschrift „Satzungstext“ sind die Festsetzungen in der rechten Spalte schwarz umrandet. Die linke Spalte enthält Erläuterungen zu den Festsetzungen und die mittlere Spalte Beispiele und Abbildungen.

### Wann ist die Satzung zu benutzen?

Ein Antrag wird immer erforderlich, wenn eine Werbeanlage im Sinne der Satzung angebracht, aufgestellt oder geändert werden soll.

Als genehmigungspflichtige Werbeanlagen gelten alle Anlagen der Außenwerbung im Sinne des § 13 Bau O NRW im Geltungsbereich dieser Satzung. Dies sind alle ortsfesten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung von Waren oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Als solche gelten insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, sowie für Zettel- und Bogenanschlüsse oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

Im Geltungsbereich dieser Satzung ist die Anbringung auch solcher Werbeanlagen genehmigungspflichtig, die nach § 65 Absatz 1 Bau O NRW baurechtlich genehmigungsfrei sind.

### Erforderliche Unterlagen für das Baugenehmigungsverfahren

Zum Antrag erforderlich sind folgende Unterlagen:

- Bauantragsformular für Werbeanlagen  
(steht zum download bereit unter [www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr\\_anliegen/formulare](http://www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr_anliegen/formulare) Formular: Bauantrag/ Antrag auf Vorbescheid, Werbeanlagen)
- Beglaubigter Auszug aus dem Liegenschaftskataster, Katasterplan vom Märkischen Kreis
- Farbiges Lichtbild oder farbige Lichtmontage mit Darstellung der geplanten Werbeanlage in Verbindung mit dem Gebäude, mit Erläuterungen bezüglich der Größe und der Ausbildung der Werbeanlage

Die Bauanträge sind in dreifacher Anzahl bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauordnungsamt) einzureichen.

Zuvor erfolgte Absprachen mit den auf der folgenden Seite genannten Berater/innen und Ansprechpartner/innen erleichtern und beschleunigen das Verfahren.

## **Ansprechpartner**

### **Werbeanlagen**

Auskünfte und Beratungen zur Satzung und Gestaltung erteilt:

Dagmar Däumer  
Stadt Lüdenscheid  
Fachbereich Planen und Bauen  
Fachdienst Stadtplanung und Verkehr  
Rathausplatz 2  
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/172385  
Fax: 02351/171721

Raum 505 (5. Obergeschoss)

**dagmar.daeumer@luedenscheid.de**

Bauanträge zu Werbeanlagen im Satzungsgebiet sind einzureichen bei:

Horst Bartsch  
Stadt Lüdenscheid  
Fachbereich Planen und Bauen  
Fachdienst Bauordnung  
Rathausplatz 2  
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/172601  
Fax: 02351/171733

Raum 602 (6. Obergeschoss)

**bauaufsichtsamt@luedenscheid.de**

### **Nutzung des öffentlichen Straßenraumes**

Auskünfte zur Sondernutzungssatzung erteilt:

Dieter Rotter  
Stadt Lüdenscheid  
Fachbereich Planen und Bauen  
Fachdienst Bauservice  
Rathausplatz 2  
D-58507 Lüdenscheid

Tel: 02351/171339  
Fax: 02351/171754

Raum 527 (5. Obergeschoss)

**bauservice@luedenscheid.de**

## Satzungstext

### Sinn und Zweck der Satzung - Allgemeine Grundsätze

Werbeanlagen sind ein unverzichtbarer Bestandteil für das Anbieten und Verkaufen von Waren und Dienstleistungen. Sie sollen jedoch mit Rücksicht auf das Stadtbild so angeordnet werden, dass die gestalterischen Qualitäten einer Fassade oder eines baulichen Ensembles nicht verloren gehen. Dabei ist es notwendig, dass sich Ausbildung, Anzahl, Lage und Proportion einer Werbeanlage der Fassadenstruktur anpasst und sich in Farbe, Werkstoff und Gestaltung harmonisch einfügt.

Jeder Einzelhändler möchte sich möglichst deutlich nach Außen darstellen. Dies geschieht am häufigsten durch eine in Größe und Ausbildung dominante Form der Außenwerbung. Wenn punktuell eine zu aufdringliche Werbeanlage erscheint, ist die Angst der umgebenden Gewerbetreibenden hoch, nicht mehr wahrgenommen zu werden. Es entsteht ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden. Die Folge sind immer größer werdende Werbeanlagen, die schließlich das Stadtbild in den Einkaufsbereichen dominieren. Durch eine solche Entwicklung können ganze Straßenzüge gestalterisch entwertet werden. In der Folge sinkt die Qualität eines Geschäftsbereichs.

Folglich bedarf es Regelungen, nach denen die Abmessungen, der Anbringungsort, die Anzahl und die Ausbildung von Werbung, im Verhältnis zum Baustil der Gebäude im Geltungsbereich, zu gestalten sind. Die Werbeanlagen sind dann gelungen, wenn sie einerseits gut lesbar sind und sich andererseits der Gesamtwirkung der Gebäude unterordnen.

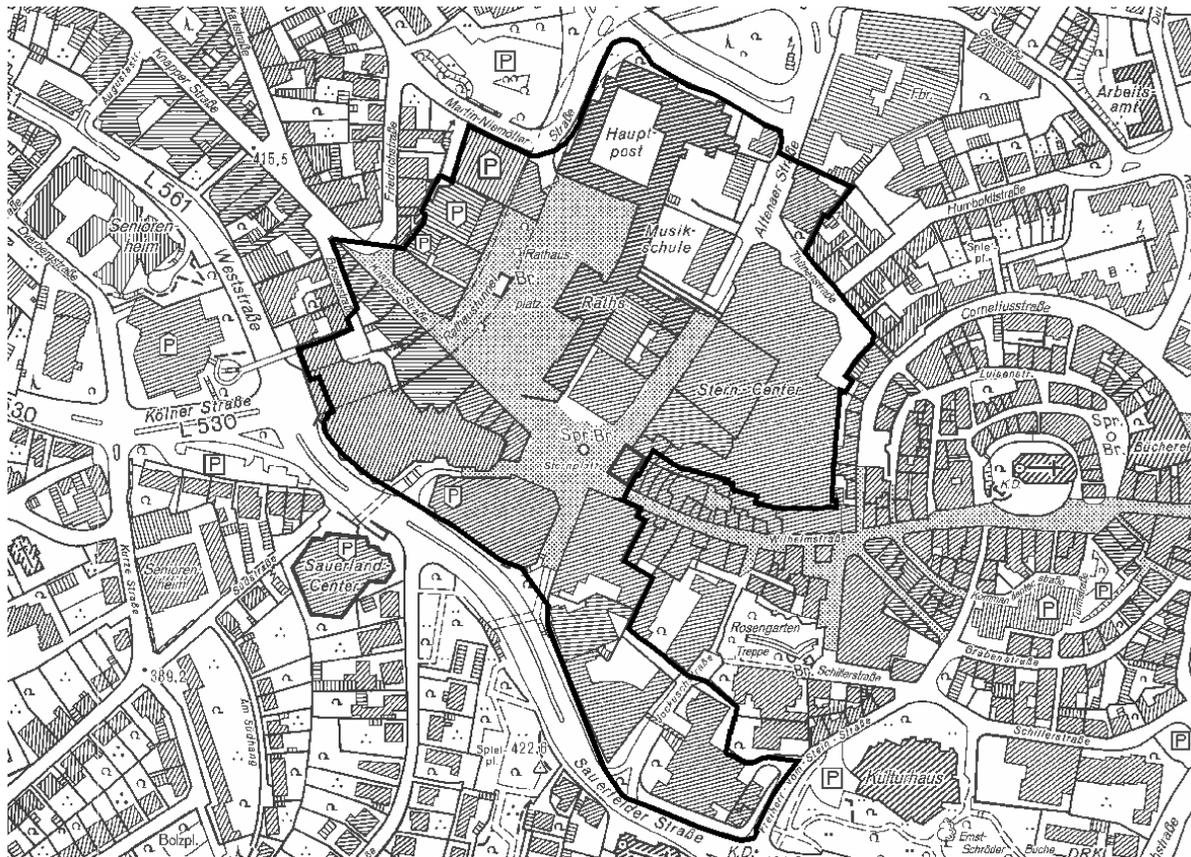


### § 1 Sinn und Zweck der Satzung

Diese Satzung regelt gem. § 86 Absatz (Abs.) 1 Nummer (Nr.) 1 und Nummer (Nr.) 2 der BauO NRW die äußere Gestalt von Werbeanlagen sowie die Zulässigkeit von Werbeanlagen an baulichen Anlagen hinsichtlich baugestalterischer Ziele im Geltungsbereich dieser Satzung. Die Werbeanlagen sollen sich in ihrer Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbwahl und Proportion in das Stadtbild einfügen. Dabei sollen Werbeanlagen, die das Stadtbild stören, ausgeschlossen werden. Zulässige Werbeanlagen sollen auf Teile baulicher Anlagen beschränkt werden. Es gelten daher gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 2 der BauO NRW besondere Anforderungen an bauliche Anlagen und Werbeanlagen zum Schutz bestimmter Bauten, Straßen, Plätze von städtebaulicher Bedeutung und zum Schutz von Denkmälern.

## Räumlicher Geltungsbereich

Der Satzungsbereich schließt direkt an das Satzungsgebiet der „**Satzung über die Gestaltung baulicher Anlagen, Werbeanlagen und die Gestaltung von Freiräumen für die Bereiche nördliche und südliche Altstadt sowie den Bereich der Wilhelmstraße vom 09.09.2010**“ an und erfasst alle groß dimensionierten, innerstädtischen Gebäude des Stadtkerns am Rathausplatz, am Sternplatz und deren umliegende innerstädtische Bereiche. Die westliche Grenze des Geltungsbereiches umfasst die Bebauung am Rathausplatz, die zusammen mit dem Postgebäude das städtebauliche Umfeld zum Rathauseingang bildet. Im Süden bildet die Sauerfelder Straße die Grenze, im Norden die Bahnhofs- bzw. Thünenstraße. In diesem Bereich soll zukünftig ein klares Erscheinungsbild der städtischen Plätze im Zusammenspiel mit den Werbeanlagen und den Nutzungselementen des öffentlichen Raumes dazu beitragen, dass dem Einwohner und dem Besucher ein in sich stimmiges Stadtbild mit hoher Aufenthaltsqualität geboten wird. Eine als Anlage 2 bezeichnete Bestandsaufnahme erfasst den Gebäudebestand mit den Werbeanlagen zum heutigen Stand und deren Wirkung auf das jeweilige Umfeld.



## Satzungstext

### § 2 Geltungsbereich und Bestandteile der Satzung

- (1) Diese Satzung gilt für den im folgenden Plan gekennzeichneten Geltungsbereich.
- (2) Die Gestaltungsfibel als Begründung (Anlage 1) und die Bestandsaufnahme (Anlage 2) sind Bestandteil dieser Satzung.
- (3) Diese Satzung gilt für die Errichtung, Änderung und Beseitigung von Werbeanlagen im räumlichen Geltungsbereich gemäß § 2 Abs. 1 dieser Satzung.

## Sachlicher Geltungsbereich

Die Satzung gilt für alle Werbeanlagen, die neu installiert, geändert oder beseitigt werden. In diesen Fällen regelt die Stadt Lüdenscheid mittels dieser Satzung die baugestalterische Wirkung von Werbeanlagen, um die von privaten Investoren und der öffentlichen Hand erfolgten Maßnahmen rund um die Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes zu fördern, indem die Festsetzungen für Werbeanlagen umgesetzt werden.

Als Anlagen der Außenwerbung gelten alle ortsfesten und nicht mobilen Anlagen, die zu Werbezwecken genutzt werden und in den öffentlichen Raum hineinwirken. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.

Laut Bauordnung des Landes Nordrhein-Westfalen sind nach § 65 Abs.1 Nr. 33 Werbeanlagen und Hinweiszeichen ab 1,00 m<sup>2</sup> genehmigungspflichtig. Da es sich hier aber um ein besonders schutzwürdiges Gebiet mit einer Mischung aus moderner Architektur und historischer Bausubstanz handelt, wie in der Bestandsanalyse herausgearbeitet wurde, wird nach § 86 Abs. 2 Nr. 1 BauO NRW in der Satzung bestimmt, dass auch für Werbeanlagen unter 1,00 m<sup>2</sup> eine Genehmigungspflicht für Werbeanlagen gilt.

Um dem geschlossenen Erscheinungsbild auch in den dunkleren Jahreszeiten gerecht zu werden und einen harmonischen visuellen Eindruck der abendlichen und nächtlichen Innenstadt zu erhalten, enthält die Satzung auch Aussagen zur Beleuchtung der Werbeanlagen.



Rathausumfeld –  
Architektur mit reduzierter Formensprache



erhaltenswerte Bausubstanz



Baudenkmal Musikschule

## Satzungstext

### Allgemeine Bestimmungen

#### § 3 Umfang des Genehmigungsvorbehaltes und das Verhältnis zu anderen öffentlich-rechtlichen Regelungen

- (1) Die Satzung gilt für alle Anlagen der Außenwerbung im Sinne des § 13 BauO NRW im Geltungsbereich dieser Satzung. Als Werbeanlagen gelten alle ortsfesten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen und Schaukästen.
- (2) Im Geltungsbereich dieser Satzung ist nach § 86 BauO NRW Abs. 2 Nr. 1 die Anbringung auch solcher Werbeanlagen genehmigungspflichtig, die nach § 65 Abs.1 BauO NRW genehmigungsfrei wären.
- (3) Werbeanlagen an Baudenkmalern beziehungsweise in deren unmittelbaren Umgebung unterliegen den speziellen Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmäler im Lande NRW (Denkmalschutzgesetz DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 Abs. 1a beziehungsweise Abs. 1b DSchG in der jeweils geltenden Fassung.

## Bestehende städtebauliche Verträge im Geltungsbereich

Im Geltungsbereich des Plangebietes sind mehrere städtebauliche Verträge rechtskräftig. Deren Regelungen zu Werbeanlagen werden nicht durch diese Gestaltungssatzung außer Kraft gesetzt, sondern ergänzt.

Es bestehen städtebauliche Verträge zum

- Büro- und Geschäftshaus, Rathausplatz 2
- Geschäftsgebäude, Sternplatz 1
- Stern-Center
- Erweiterung Stern-Center

In diesen Verträgen sind genaue Standorte für die Werbeanlagen definiert. Weiterhin werden Regelungen zur Ausbildung und Größe der Werbeanlagen festgelegt. Die Werbeanlagen sind in Form von Einzelbuchstaben mit einer max. Höhe von 0,6 m auszuführen. In Ergänzung zu bzw. anstelle von Einzelbuchstaben sind ausnahmsweise auch feststehende Firmen-Logos zulässig. So ist in den Schaufenstern nur eine untergeordnete Produkt- oder Eigenwerbung zulässig. Durchlaufende Schriftbänder und Leuchtreklame sowie das Bekleben von Schaufensterflächen sind in allen Verträgen unzulässig.

Da mit diesen grundlegenden Festlegungen „positive Vorläufer“ geschaffen worden sind, werden die Festsetzungen auf den gesamten Geltungsbereich der Satzung übertragen. Somit kann zukünftig ein werbetechnisch einheitliches Stadtbild erreicht werden.



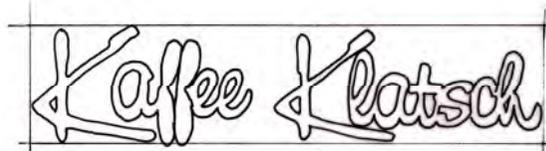
## Satzungstext

- (4) Regelungen aufgrund bestehender städtebaulicher und anderer Verträge bleiben unberührt.
- (5) Die Regelungen der Sondernutzungssatzung bleiben von dieser Satzung unberührt.

## Begriffsbestimmungen

Bei Werbeanlagen, die in Einzelbuchstaben ausgeführt werden, ist auch die Konstruktion der Befestigung, die Unterkonstruktion und bei beleuchteten Elementen auch die Kabelführung von besonderer Bedeutung. Die Kabelführung und das technische Zubehör sind so auszubilden und anzuordnen, dass sie möglichst nicht sichtbar sind. Die Unterkonstruktion ist möglichst filigran auszubilden. Die Verwendung von metallischen Konstruktionen hat sich mittlerweile bewährt. In Einzelfällen kann als Untergrund auch ein transparentes Trägermaterial in Form einer Glas- oder Plexiglasscheibe verwendet werden. Unterkonstruktionen dieser Art lassen die Fassade durchscheinen und bilden keine optische Trennung zwischen Erd- und Obergeschoss, da sie eher dezent wirken.

Die Gesamtgrößen für horizontale Werbeanlagen sind in  $m^2$  angegeben. Um die Flächen von Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben zu ermitteln, wird ein Rechteck um die Werbeanlage gelegt. Als Ober- und Unterlängen bezeichnet man aus den Schriftzügen herausragende Buchstabenfragmente.



Skizze zur Ermittlung einer Gesamtfläche: Rechteck um Gesamtwerbeanlage aus Einzelbuchstaben



Skizze Unterlänge

## Satzungstext

### § 4 Begriffsbestimmungen

- (1) Werbeanlagen umfassen neben den Elementen der Werbebotschaft auch die Unter- und Tragkonstruktionen.
- (2) Zur Flächenermittlung einer Werbung aus Einzelbuchstaben wird eine entsprechende rechteckige Form um die Werbeanlage gelegt, um dessen Gesamtfläche zu ermitteln. Ober- und Unterlängen können bei der Berechnung unberücksichtigt bleiben.
- (3) Die Leuchtdichte ( $cd/m^2$ ) kennzeichnet das von einer leuchtenden oder beleuchteten Fläche in eine Richtung abgestrahlte Licht. Sie ist ein Maß für den Helligkeitseindruck, den das Auge von der Fläche hat. Sie ist definiert als das Verhältnis der Lichtstärke zur Größe der Fläche. Die Leuchtdichte stellt die maßgebliche Beurteilungsgröße für die Beurteilung der Blendung dar.

## Allgemeine Anforderungen

Es gelten folgende allgemeine Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen:

- Die Werbung soll Rücksicht auf die charakteristischen Eigenarten des Orts- und Straßenbildes, insbesondere auf Architektur und Baustil der Gebäude nehmen.
- Die wesentlichen (prägenden, gliedernden und/oder belebenden) Fassadenteile oder sonstigen dekorativen Bauglieder dürfen durch Werbung nicht in störender Weise überdeckt oder durchschnitten werden.
- Die Farbe der Werbeanlage soll sich der Gesamtwirkung des Gebäudes unterordnen, ein möglicher Kontrast soll angemessen ausfallen.
- Mehrere Werbeanlagen sind aufeinander abzustimmen.

Jeder Gewerbetreibender möchte sich möglichst deutlich nach Außen darstellen. Dies geschieht am häufigsten durch eine in Größe und Ausbildung dominante Form der Außenwerbung. Wenn punktuell eine zu aufdringliche Werbeanlage erscheint, ist die Angst der umgebenden Gewerbetreibenden hoch, nicht mehr wahr genommen zu werden. Es entsteht ein Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Kunden. Die Folge sind immer größer werdende Werbeanlagen, die schließlich das Stadtbild in den Einkaufsbereichen dominieren. Durch eine solche Entwicklung können ganze Straßenzüge gestalterisch entwertet werden. In der Folge sinkt die Qualität eines Geschäftsbezirks.



## Satzungstext

### § 5 Allgemeine Anforderungen

- (1) Werbeanlagen müssen sich in Ausbildung, Anzahl, Lage, Farbgebung und Proportion der Gebäudearchitektur unterordnen. Dabei dürfen wesentliche architektonische Gliederungselemente wie Brüstungsbänder, Pfeiler, Stützen, Gesimsbänder, Lisenen und Stuckarbeiten nicht überdeckt oder in ihrer Wirkung beeinträchtigt werden. Werbeanlagen müssen sich in Materialwahl, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk anpassen.
- (2) Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind in Ausbildung, Lage, Beleuchtung, Farbe und Materialwahl aufeinander abzustimmen.

## Anlage 1: Gestaltungsfibel und Begründung zur „Werbesatzung Sternplatz, Rathausplatz und deren umliegende innerstädtische Bereiche“

Gebäude, die als Eckgebäude konzipiert sind, wirken in mehrere Straßenzüge hinein. Daher sind deren Werbeanlagen auch auf diese Situation auszurichten. Aus einem bestimmten Blickwinkel des öffentlichen Raumes sind daher beide Werbeanlagen sichtbar, aus anderen Blickwinkeln jeweils nur eine Anlage. Kombiniert werden können diese Anlagen noch mit einem Werbeausleger.

Die Werbeanlagen sind auf die Nahwirkung ausgelegt und richten sich an die Passanten. Zur besseren Lesbarkeit der Werbeanlagen ist deren Anbringungsort auf die Fläche der Erdgeschosszone bis einschließlich der Brüstung des 1. Obergeschosses beschränkt. Diese Befestigungshöhe und die Höhen der Werbeanlagen sind auf den ortsnahen Fußgänger ausgerichtet.

Großmaßstäbliche Straßenräume können andere Dimensionen von Werbeanlagen erforderlich machen, da die Sichtbarkeit und Lesbarkeit der Werbung aus dem weit gefassten Straßenraum möglich sein muss. Ausnahmen zu den Größenspezifikationen dieser Satzung können daher gestattet werden, wenn entsprechende Größendimensionen der Gebäudeteile oder auch bestimmte Blickbeziehungen aus dem Straßenraum dieses rechtfertigen. So können einzelne Logos oder auch Gebäudebezeichnungen auch oberhalb der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses angebracht werden. Damit eine Lesbarkeit in diesen Fällen gewährleistet ist, können dann Werbeanlagen bis zu 1,00 m Höhe gestattet werden.



Werbeanlagen an Eckgebäude am Sternplatz



Gebäudebezeichnung/Logo am oberen Gebäudeabschluss

### Satzungstext

- (3) Für jede Gewerbeeinheit sind maximal eine, bei Eckgebäuden zwei Werbeanlagen in Einzelbuchstaben und ein Werbeausleger zulässig. Ausnahmen können aufgrund einer besonderen räumlichen Größe, Ausbildung und Lage eines Betriebes gestattet werden.
- (4) Werbeanlagen dürfen nur im Erdgeschossbereich, bezogen auf das jeweilige Niveau der öffentlichen Verkehrsfläche, einschließlich der Brüstung des 1. Obergeschosses (OG), höchstens jedoch 1,00 m über Oberkante Fußboden des 1. OG, angebracht werden.
- (5) Ausnahmsweise kann eine Werbeanlage (z.B. als Gebäudebezeichnung) mit einer maximalen Höhe von 1,00 m gestattet werden, wenn gestalterische Gründe oder eine entsprechende Größendimension des Gebäudes dies rechtfertigen. Diese darf auch oberhalb der Brüstung des 1. OG angebracht werden.
- (6) Mit Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart ist die Werbeanlage zu beseitigen.

## Schaufenstergestaltung

Neben den allgemein möglichen Werbeanlagen kann ergänzend nur eine untergeordnete Produktwerbung (Fremdwerbung) gestattet werden, welche sich der Eigenwerbung des Betriebes deutlich unterordnet. Bei der inneren Schaufenstergestaltung und -dekoration ist ebenfalls Zurückhaltung geboten. Auch innerhalb des Gebäudes aufgehängte Plakate oder Großdrucke auf Stoff, Pappe o. ä. gelten als Werbeanlagen, wenn sie in den Straßenraum hineinwirken.

Schaufenster dürfen dauerhaft weder zugeklebt, noch gestrichen oder verdeckt sein, um den Blickkontakt zwischen Ladeninnenraum, Schaufensterauslage und dem Außenraum zu gewährleisten und die Auflage im Straßenraum nicht zu unterbrechen. Möglich sind Abdeckungen der Schaufensterflächen für eine kurzfristige Zeit, z.B. im Rahmen einer Geschäftseröffnung.

## Beleuchtung der Werbeanlagen

Die Kabelführung und das technische Zubehör beleuchteter Werbeanlagen sind so auszubilden, dass sie nicht sichtbar sind. Eine Möglichkeit ist die Verlegung der Kabel innerhalb der Rohre einer metallischen Unterkonstruktion. Denkbar ist auch die Verlegung der Kabelführung unter Putz.



zurückhaltende Schaufenstergestaltung



selbstleuchtende Werbeanlage



hinterleuchtete Werbeanlage

## Satzungstext

- (7) Neben den Werbeanlagen ist nur eine untergeordnete Produktwerbung (Fremdwerbung) zulässig, die sich hinsichtlich der Größe der Eigenwerbung deutlich den Hauptwerbeanlagen unterordnet.
- (8) Schaufensterflächen dürfen nicht dauerhaft vollständig beklebt, zugehangen oder zugestrichen werden.
- (9) Durch beleuchtete Werbeanlagen dürfen keine störenden Wirkungen auf lichtgestalterische Maßnahmen in der Umgebung oder öffentliche Bereiche ausgehen.
- (10) Bei beleuchteten Werbeanlagen ist eine unmittelbare Sicht auf das Leuchtmittel beziehungsweise die Lichtquelle auszuschließen. Unzulässig ist die sichtbare Führung von Kabeln und technischem Zubehör.

### Werbeanlagen an Geschäftsgebäuden mit mehreren Nutzern

Werbeanlagen an Geschäftsgebäuden, in denen intern erschlossen mehrere Nutzungseinheiten ansässig sind, sollen sich nach außen in einer Werbeanlage zusammengefasst darstellen. Diese ausnahmsweise zulässige Gesamtanlage ist möglich, da die einzelnen Nutzer oftmals nicht die Möglichkeit haben, nach Außen zu werben, weil sie keinen direkten Zugang zum öffentlichen Raum haben. Weiterhin ermöglicht die zumeist größere Dimensionierung vorgenannter Gebäude auch eine größere Werbefläche, indem man das Größenverhältnis der Gebäude prozentual auf die Werbung überträgt. Oftmals verfügen Geschäftsgebäude, die mehrere Gewerbeeinheiten beinhalten, auch über eine Gebäudebezeichnung, die eine übergeordnete Funktion erfüllt.

Über den einzelnen Ladeneingängen sind zusätzlich zu einer zusammenfassenden Werbeanlage auch einzelne Werbeanlagen über den Eingangsbereichen der Ladenlokale zulässig.

Dabei sind alle Bauvorschriften für Werbeanlagen nach § 7 dieser Satzung zu beachten. Die Festsetzung nach § 7 Abs.1 gilt sinngemäß jeweils für die einzelne Werbeanlage des Werbefeldes und für die zusätzlichen Werbeanlagen über den Eingängen der Ladenlokale.



Forum in Richtung Sternplatz



Gesundheitszentrum am Sternplatz

### Satzungstext

(11) Ausnahmsweise gilt für Geschäftsgebäude mit mehreren Nutzern, bei denen sich die Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte zusätzlich in einer Werbeanlage zusammengefasst darstellt:

- Die Größe, die Ausbildung und der Anbringungsort des Werbefeldes ist abhängig von der Dimension des Gesamtbaukörpers und kann abweichend der § 5 Abs. 3 und Abs. 4 dieser Satzung ausgeführt werden.
- Auf den Gebäudeseiten zu den öffentlichen Plätzen und Straßen ist je Gebäude nur ein Werbefeld zulässig.
- Zusätzlich sind einzelne Werbeanlagen über den Eingangsbereichen der Ladenlokale gemäß den Bestimmungen dieser Satzung zulässig.

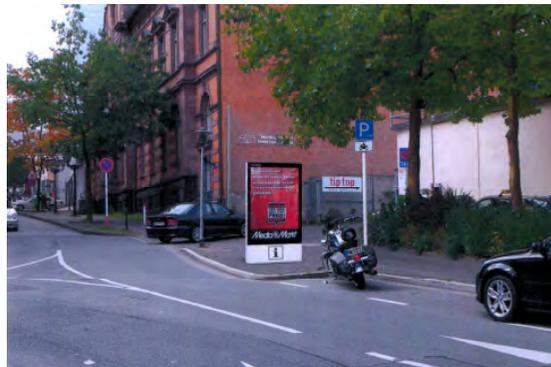
## Unzulässige Werbeanlagen

Um den allgemeinen stadtgestalterischen Zielen und Anforderungen dieser Satzung gerecht zu werden, sind Werbeanlagen an bestimmten Gebäudeelementen, Einfriedungen und Toren nicht zulässig. Die Werbung soll Rücksicht auf die charakteristischen Eigenarten des Orts- und Straßenbildes, insbesondere auf Architektur und Baustil der Gebäude nehmen. Die wesentlichen (prägenden, gliedernden und/oder belebenden) Fassadenteile oder sonstigen dekorativen Bauglieder dürfen durch Werbung nicht in störender Weise überdeckt oder durchschnitten werden.

Neben der klassischen Geschäftswerbung gibt es weitere Werbeanlagen, die sich störend auf das Gesamterscheinungsbild der Innenstadt und auf die vorhandene Wohnnutzung auswirken können. Hierzu zählen vor allen Dingen großflächige Werbeelemente wie Tafeln, Poster, Spannbänder, Transparente, Werbefahnen, Werbebanner und Werbepylone. Die Stadt Lüdenscheid hat bei der Gestaltung des Rathaus- und Sternplatzes ganz bewusst besonderen Wert auf eine klare und zurückhaltende Platzgestaltung gelegt. Hierzu trägt eine dezente Lichtplanung ohne die üblichen Mastleuchten und eine reduzierte öffentliche Außenmöblierung bei. Unterstützend hierzu soll großflächige Werbung ausgeschlossen werden. Hierzu gehören auch Dauerinstallationen aus zusammengebundenen Luftballonen, die in ihrer Gesamtwirkung auch großflächig wirken.

Unzulässig sind auch aufdringliche, blinkende oder grelle Lichtwerbungen, die in Lüdenscheid als Stadt des Lichtes die Lichtinstallationen überstrahlen und somit zunichte machen würden.

Ausnahmsweise können an einzelnen, mittels eines Vertrages geregelten Standorten freistehende, hochwertige und beleuchtbare CLP-Werbevitruinen mit einer Plakatgröße von max. 2,00 m<sup>2</sup> zugelassen werden, welche einseitig als Werbeträger dienen. Die andere Seite der zweiseitigen Werbeträger ist für städtische oder kulturelle Information freizuhalten. Diese ausnahmsweise zulässigen Werbeträger sind nur an Standorten zulässig, die das Stadtbild nicht beeinträchtigen und sicherstellen, dass die städtischen Informationen an dieser Stelle der allgemeinen Bevölkerung dienlich sind.



CLP-Vitrine an der Altenaer Straße (Visualisierung)

## Satzungstext

### Werbeanlagen

#### § 6 Nicht genehmigungsfähige Werbeanlagen

- (1) Unzulässig sind Werbeanlagen an:
  - a. Erkern, Balkonen, Loggien, Kanzeln und anderen gliedernden Fassadenelementen,
  - b. Einfriedungen und Toren,
  - c. Fensterläden und Rolläden,
  - d. Markisenoberseiten,
  - e. Dächern und Dachteilen oberhalb der Trauflinie beziehungsweise des Attikaabschlusses,
  - f. Giebelflächen oberhalb der Trauflinie.
- (2) Nicht zulässig sind Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht wie Laufschriften, periodische Wechselwerbung sowie Skybeamer und Anlagen mit ähnlicher Wirkung.

## Werbung in Form von Einzelbuchstaben

Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben reduzieren die Werbung auf das notwendige Maß und gelten als zeitgemäße, hochwertige Gestaltung der Werbeanlage. Neben aufgemalten und in den Putz eingelassenen Werbeschriften sind auf die Fassade gesetzte Einzelbuchstaben oder zusammenhängende Schriftzüge in Schreifschrift besonders angenehm, da die Fassade zwischen den einzelnen Buchstaben sichtbar ist und somit trotz Werbung als eine weitgehend ungestörte architektonische Einheit erhalten bleibt. Demgegenüber führen Flachtransparente als beleuchtete Werbekästen zu einem Zerschneiden der Fassadenfläche, da die eigentliche Fassade hinter dem Flachtransparent verschwindet. Ein weiterer Nachteil ist, dass der Betrachter stets von unten oder seitlich gegen die Kastenseiten blickt und die Fassaden in den oberen Geschossen nicht mehr wahr genommen werden. Der Blick bleibt an der Werbeanlage „hängen“ und schweift nicht mehr an der Fassade entlang. Um ein positives Stadtbild zu fördern, wird in der Werbesatzung eine Werbung in Form von Flachtransparenten ausgeschlossen. Die Höhe der Werbeanlagen ist abgestimmt auf die Lesbarkeit aus dem öffentlichen Raum. Die heutige Technik benötigt für die Beleuchtung einer Werbeanlage max. 15 cm Tiefe. Ein Abstand zur nachbarlichen Gewerbeeinheit muss mittels eines Abstandes der Werbeanlage zum Gebäudeabschluss eingehalten werden. Um einen ausgewogenen Eindruck auch bei Dunkelheit beizubehalten, ist die Leuchtdichte der Einzelbuchstaben auf die Fassadenhelligkeit abzustimmen. So ist ein Verhältnis von 2:1 vorgegeben. Dies bedeutet, dass bei einer Leuchtdichte der Fassade von 0,5 cd/m<sup>2</sup> die Einzelbuchstaben einen Wert von max. 1 cd/m<sup>2</sup> haben können. Die Leuchtdichte ist unter § 4 (3) dieser Satzung definiert.



Beispiele von Werbeanlagen in Einzelbuchstaben

## Satzungstext

### § 7 Horizontale Werbeanlagen

- (1) Zulässig sind horizontale Werbeanlagen, die in Einzelbuchstaben ausgeführt werden, bis zu einer Höhe von 0,6 m, einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe und einer Gesamtgröße je Anlage von maximal 3 m<sup>2</sup>.
- (2) Die Einzelbuchstaben können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Einzelbuchstaben soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten.
- (3) In Ergänzung zu beziehungsweise anstelle von Einzelbuchstaben ist ausnahmsweise auch ein Firmen-Logo, bei Eckgebäuden ausnahmsweise auch zwei Logos, bis zu einer Höhe von 0,6 m und einer Tiefe von 0,15 m (ohne Unterkonstruktion) bzw. 0,30 m Gesamttiefe zulässig.
- (4) Horizontale Werbeanlagen müssen mindestens einen seitlichen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußenecken haben.

## Ausführung und Befestigung der Einzelbuchstaben

Um die Gebäudearchitektur in den Vordergrund zu setzen, sind die Werbeanlagen so zu gestalten, dass die Einzelbuchstaben entweder direkt auf die Fassade zu montieren sind oder auf einer zurückhaltenden Unterkonstruktion. Werbeanlagen sollen als eine Einheit mit dem Gebäude verstanden werden, daher ist das Aufbringen von Einzelbuchstaben auf einer bestehenden Blende oder auf einer andersfarbigen Fassadenfläche, welche zu einem Zerschneiden der Fassadenfläche führen würde, nicht zulässig. Bewährt haben sich filigrane, metallische Unterkonstruktionen. In Einzelfällen kann als Untergrund auch ein transparentes Trägermaterial in Form einer Glas- oder Plexiglasscheibe verwendet werden. Unterkonstruktionen dieser Art lassen die Fassade durchscheinen und bilden keine optische Trennung zwischen Erd- und Obergeschoss.

## Werbeausleger

Unter dem Begriff der Werbeausleger sind alle winkelig zur Fassade angebrachten Formen der Außenwerbung zusammengefasst. Ausleger ragen in den Straßenraum hinein, werden dadurch weithin sichtbar und können aus diesem Grund kleiner dimensioniert werden. Die Maße der Werbeanlagen sind abgestimmt auf die Lesbarkeit aus dem öffentlichen Raum. Die heutige Technik benötigt für die Beleuchtung max. 25 cm Tiefe. Werbeausleger sollen an den tragenden Bauteilen einer Fassade, wie z.B. Stützen, Pfeiler angebracht werden. Die Anordnung über oder unter Fensteröffnungen, d.h. in einer Fensterachse ist nicht zulässig. Ein Abstand zur nachbarlichen Gewerbeeinheit muss mittels eines Abstandes der Werbeanlage zum Gebäudeabschluss eingehalten werden.



Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade gebracht



Einzelbuchstaben auf metallischer Unterkonstruktion



Einzelbuchstaben auf transparentem Material



Beispiele von Auslegerwerbung

## Satzungstext

- (5) Die Einzelbuchstaben sind entweder direkt auf die Fassade aufzubringen oder auf einer dezenten und filigranen Unterkonstruktion.
- (6) Das Aufbringen von Einzelbuchstaben auf einer andersfarbigen Fassadenfläche, die sich von der Gesamtarchitektur absetzt, oder auf einer Blende, ist nicht zulässig.

## § 8 Werbeausleger

- (1) Zulässig sind Werbeausleger bis zu einer maximalen Fläche von 0,8 m x 0,8 m, einer Auskrantung von 0,95 m und einer Tiefe von 0,25 m. Diese können selbstleuchtend ausgeführt werden. Die maximale Leuchtdichte der selbstleuchtenden Werbeausleger soll das Verhältnis 2:1 zur Hintergrundbeleuchtung nicht überschreiten und keine störende Wirkung auf lichtgestalterische Maßnahmen haben.
- (2) Werbeausleger dürfen nur auf den konstruktiv tragenden Bauteilen einer Fassade (Stützen, Pfeiler, Mauervorlagen) und nicht in einer Fensterachse angeordnet werden.
- (3) Werbeausleger müssen mindestens einen Abstand von 0,5 m zu Gebäudeaußen-ecken haben.

## Fensterfolierung

Fensterfolierungen sind ebenfalls eine Form der Werbung. Um eine störende Häufung der Werbeanlagen zu verhindern, sind nur zwei Werbeanlagen je Gewerbeeinheit zulässig. Bei Anbringung einer Fensterfolierung muss auf eine Werbeanlage verzichtet werden. Bei der Fensterfolierung sind filigrane Schriftzüge, zurückhaltende Farbgestaltung und einzeln angeordnete Werbezeichen zu verwenden. Bei der Flächenermittlung einer Fensterfolierung aus Einzelbuchstaben wird analog zu den zuvor erläuterten Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben gemäß § 4 Abs. 2 dieser Satzung eine rechteckige geometrische Form um die Werbeanlage gelegt, um dessen Gesamtfläche zu ermitteln. Die zulässigen 25% an Fensterfolie lassen einen Blickkontakt zwischen Ladeninnenraum und dem Außenraum zu und vermeiden ein Unterbrechen der Lauflage im Straßenraum.

## Hinweisschilder für freie Berufe und Schaukästen

Hinweisschilder für freie Berufe sind bis zu einer Größe von 0,25 m<sup>2</sup> zulässig. Diese gelten nicht als Werbeanlagen, sondern sollen nur einen Hinweis über die im Gebäude befindlichen Nutzungen geben. Eine zurückhaltende Gestaltung ist anzuraten (z. B. transparente Glasschilder etc.). Mehrere Hinweisschilder sind möglichst zusammenhängend am Gebäude zu positionieren und einheitlich zu gestalten.

Schaukästen dienen der Außendarstellung verschiedener Arten von Mitteilungen. Sie sollen in Augenhöhe errichtet werden, ihre Dimension ist beschränkt und ihre Lage auf die Fassadenstruktur abzustimmen.



Beispiel einer Fensterfolierung



Beispiele von Hinweisschildern für freie Berufe in zusammenhängender Form und Schaukästen

## § 9 Fensterfolierungen

- (1) Als Alternative für eine horizontale Werbeanlage oder einen Werbeausleger ist eine Fensterfolierung zu Werbezwecken zulässig, die farblich und gestalterisch zurückhaltend ist und aus Einzelbuchstaben beziehungsweise einem Firmenlogo besteht.
- (2) Die Fensterfolierung darf nicht mehr als 25% der Glasfläche verdecken.

## § 10 Hinweisschilder und Schaukästen

- (1) Hinweisschilder für freie Berufe dürfen je Nutzer eine Größe von 0,25 m<sup>2</sup> nicht überschreiten. Mehrere Hinweisschilder an einem Gebäude sind in Gruppen zusammenzufassen. Sie sind in Material, Farbe, Ausbildung und Format einheitlich zu gestalten.
- (2) Schaukästen an Gebäuden sind nur für kommunale-, kirchliche- und Vereinsmitteilungen sowie gastronomische Mitteilungen (Speise- und Getränkekarten) zulässig. Sie dürfen in der Größe nur maximal 0,25 m<sup>2</sup> betragen und gegenüber der Fassade maximal 0,15 m vorstehen.

### Erforderliche Unterlagen für das Baugenehmigungsverfahren

Zum Bauantrag von Werbeanlagen sind folgende Unterlagen erforderlich:

- Bauantragsformular für Werbeanlagen  
(steht zum download bereit unter [www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr\\_anliegen/formulare](http://www.luedenscheid.de/buerger/rathaus/ihr_anliegen/formulare) Formular: Bauantrag/ Antrag auf Vorbescheid, Werbeanlagen)
- Beglaubigter Auszug aus dem Liegenschaftskataster, Katasterplan des Märkischen Kreises
- Farbiges Lichtbild oder farbige Lichtmontage mit Darstellung der geplanten Werbeanlage in Verbindung mit dem Gebäude, mit Erläuterungen bezüglich der Größe und der Ausbildung der Werbeanlage

Die Bauanträge sind in dreifacher Anzahl einzureichen bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauordnungsamt).

### Verfahrensregelungen

#### § 11 Bauantrag

Für alle Werbeanlagen ist ein Bauantrag gemäß § 63 und § 69 BauO NRW erforderlich. Dieser ist schriftlich mit allen für seine Bearbeitung sowie für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen und Bauvorlagen in ausreichender Anzahl bei der Stadt Lüdenscheid, Fachdienst Bauordnung (Bauaufsichtsbehörde), einzureichen.

## Ausnahmen, Abweichungen und Ordnungswidrigkeiten

### Zulässigkeit von Ausnahmen und Abweichungen

Mögliche Abweichungen hinsichtlich der Art des Anbringungsortes und der Dimensionierung der Werbeanlagen sind in Einzelfällen möglich. Dies kann in Betracht kommen, wenn die Dimensionierung des Gebäudes, des Grundstücks dieses zulässt oder sogar erfordert. In Einzelfällen können auch baugestalterische Gründe für eine Abweichung sprechen. Die Ziele der Satzung sollen mit der abweichenden Lösung besser verwirklicht werden. So kann z. B. von vorgenannten Anforderungen abgewichen werden, wenn dem Vorhaben eine architektonisch harmonische Gesamtkonzeption zugrunde liegt.

Mögliche Ausnahmen sind in den einzelnen Paragraphen definiert. So ist es im Einzelfall möglich, auf die verschiedenen Belange der Eigentümer und Nutzer einzugehen.

Die Werbeanlagen sollen jedoch mit Rücksicht auf das Gesamtbild der Fassade so angeordnet werden, dass die gestalterischen Qualitäten einer Fassade oder eines baulichen Ensembles nicht verloren gehen. Die Lage und Proportion einer Werbeanlage muss sich der Fassadenstruktur anpassen und sich harmonisch einfügen.



Werbeanlagen, der Architektur untergeordnet

### § 12 Abweichungen

Abweichungen können nach § 73 und § 86 Abs. 5 BauO NRW im Einzelfall hinsichtlich der Art des Anbringungsortes und der Dimensionierung bei größeren Grundstücken, Gebäuden und Fassadenflächen oder aus baugestalterischen Gründen zugelassen werden, wenn eine abweichende Gestaltung die Ziele dieser Satzung besser verwirklicht, die Einhaltung der Vorschriften mit besonderen Schwierigkeiten verbunden ist oder mit den Zielen dieser Satzung besser in Einklang zu bringen ist. Dabei dürfen nicht mehr als drei Werbeanlagen je Gewerbeeinheit von Straßen, Wegen und Plätzen vom jeweiligen Betrachter gleichzeitig wahrgenommen werden.

Anträge für Abweichungen und Ausnahmen von dieser Satzung sind schriftlich an die Stadt Lüdenscheid zu richten und zu begründen, sofern sie nicht in einem Bauantragsverfahren abgehandelt werden. Dem Antrag sind alle für die Beurteilung erforderlichen Unterlagen beizufügen.

## Ordnungswidrigkeiten

In § 14 dieser Satzung werden die Tatbestände aufgeführt, die eine Ordnungswidrigkeit darstellen. In § 84 Abs. 1 Nr. 20 Bau O NRW wird das vorsätzliche oder fahrlässige Zuwiderhandeln gegen Satzungen nach § 86 „Örtliche Bauvorschriften“ Bau O NRW angeführt.

Nach § 84 Abs. 3 wird das Bußgeld genannt, welches im Falle des Verübens einer Ordnungswidrigkeit zu entrichten ist. Das Bußgeld legalisiert nicht das ordnungswidrige Verfahren, sondern unabhängig davon besteht die Forderung, den satzungsgemäßen Zustand herzustellen.

### § 13 Ordnungswidrigkeiten

(1) Ordnungswidrig gem. § 84 Abs. 1 Nr. 20 Bau O NRW handelt,

- wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage ohne die erforderliche Genehmigung errichtet oder ändert.
- wer vorsätzlich oder fahrlässig eine Werbeanlage entgegen der genehmigten oder erlaubten und vorgelegten Bauvorlagen ausführt.
- wer nach Aufgabe der auf die Werbeanlage bezogenen Nutzungsart die Werbeanlage nicht beseitigt.

Die Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 84 Abs. 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.

(2) Für Maßnahmen, die nicht der Satzung entsprechen und für die keine Abweichung zugelassen wurde, kann der Rückbau angeordnet werden.

## Inkrafttreten

Die vorliegende Werbesatzung des Stadt Lüdenscheid ersetzt die bisher geltende Satzung über die „Örtlichen Bauvorschriften im Bereich des Sternplatzes vom 19.12.1997“.

### § 14 Inkrafttreten

- (1) Diese Satzung tritt mit dem Tage nach Ihrer Bekanntmachung in Kraft.
- (2) Gleichzeitig tritt die Satzung der Stadt Lüdenscheid über örtliche Bauvorschriften im Bereich Sternplatz vom 19.12.1997 außer Kraft.

Gemäß § 7 Abs. 6 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen kann eine Verletzung von Verfahrens- oder Formvorschriften der Gemeindeordnung beim Zustandekommen dieser Satzung nach Ablauf eines Jahres seit dieser Bekanntmachung nicht mehr geltend gemacht werden, es sei denn,

- a) eine vorgeschriebene Genehmigung fehlt oder ein vorgeschriebenes Anzeigeverfahren wurde nicht durchgeführt,
- b) diese Satzung ist nicht ordnungsgemäß öffentlich bekannt gemacht worden,
- c) die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister hat den Ratsbeschluss vorher beanstandet oder
- d) der Form- oder Verfahrensmangel ist gegenüber der Gemeinde vorher gerügt und dabei die verletzte Rechtsvorschrift und die Tatsache bezeichnet worden, die den Mangel ergibt.



# Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen

im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche



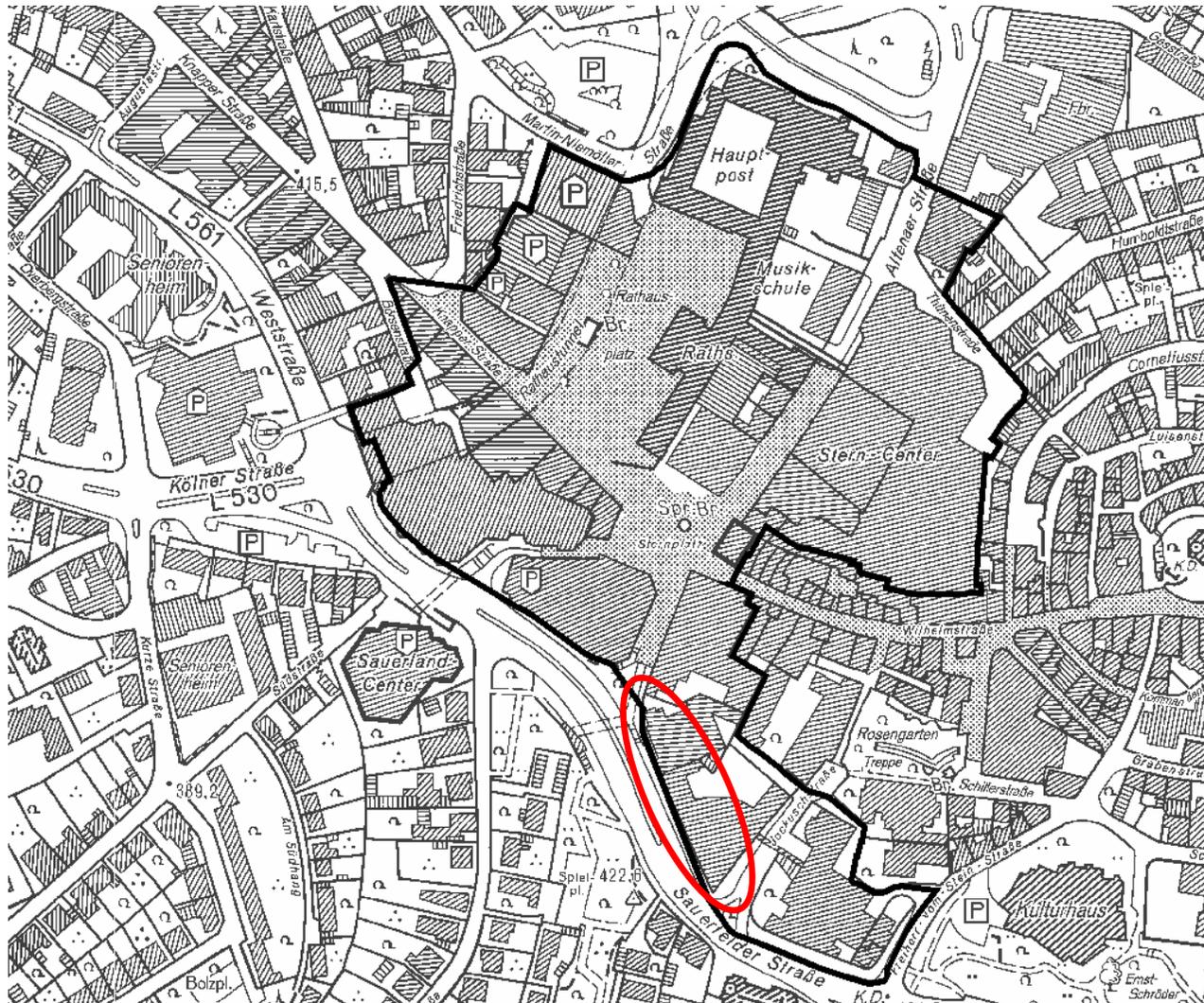
Stadt Lüdenscheid



Fachdienst Stadtplanung und Verkehr

Stand: 31.10.2012

### Straßenzug Teilbereich Sauerfelder Straße



**Lage:** Sauerfelder Straße 5 - 9

einseitiger Straßenzug gegenüber dem Brighthouse Park an der verkehrlich stark frequentierten Sauerfelder Straße

**Nutzung:**

Unternehmen Volksbank und Sparkasse

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Sauerfelder Straße 5



Sauerfelder Straße 5 - 7



Sauerfelder Straße 9



Sauerfelder Straße 9



**Gebäudebestand:**

Sauerfelder Straße 5 (Volksbank): Flachdachgebäude, viergeschossig, aus dem Jahr 1977, Sanierung der Volksbankfassade von 2005 bis 2009 mittels blauglänzender Fassadenplatten und dominantem Vordach

Sauerfelder Straße 7 (Sparkasse): historische Bausubstanz aus dem Jahr 1891, Anbau 1914/15, zweidreigeschossig, ein für das wilhelminische Kaiserreich charakteristischer Reichsbankbau, präsentiert sich in Formen des Palastbaus der italienischen Renaissance, steht unter Denkmalschutz

Sauerfelder Straße 9 (Sparkasse): Sparkassengebäude aus dem Jahr 1998, viergeschossig, Gebäude mit Flachdach, strukturierter Fassade und großflächigem Glasanteil, Sichtmauerwerk

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade aufgebracht

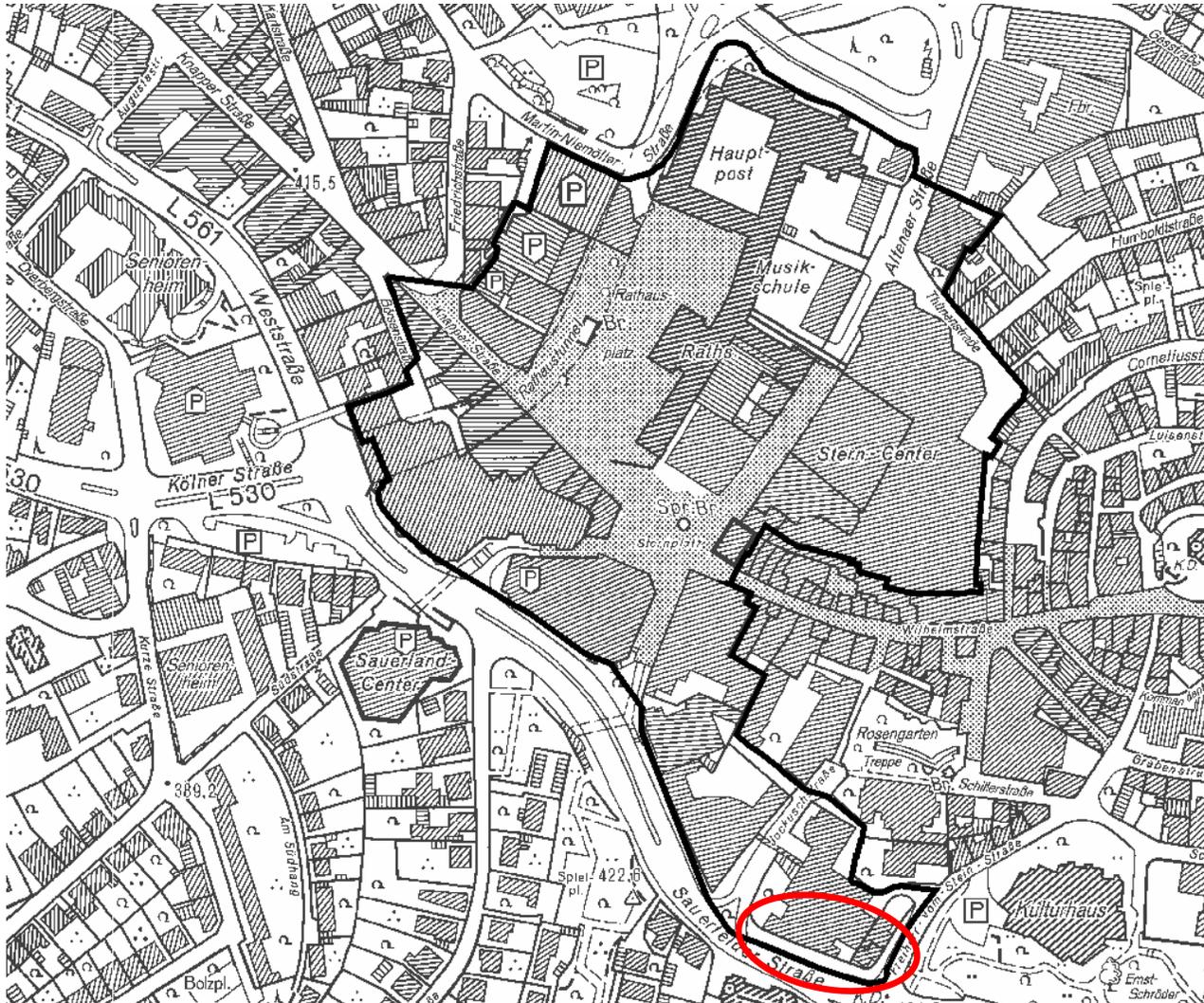
**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

zusätzliche Logos am oberen Gebäudeabschluss

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen wirken ihrem Sinn entsprechend informativ und sind in genügendem Maße auffallend. Die Größen und Anbringungsorte der Anlagen sind abgestimmt auf Gebäudedimension und Gebäudearchitektur.

## Straßenzug Teilbereich Sauerfelder Straße 2



**Lage:** Sauerfelder Straße 9 - 11, Freiherr-vom-Stein-Straße 22 - 24

einseitiger Straßenzug im Einfahrbereich zur Freiherr-vom-Stein-Straße, an der verkehrlich stark frequentierten Sauerfelder Straße, gegenüberliegend befindet sich die katholische neugotische Saalkirche St. Joseph und Medardus (errichtet 1885, steht unter Denkmalschutz)

**Nutzung:**

Erdgeschoss: Sparkasse an der Sauerfelder Straße, Schaumraum „Hörgeräteakustik Nockemann“

Obergeschosse: Gebäudekomplex an Ecke Sauerfelder Straße/Freiherr-vom-Stein-Straße, „Apotheke am Kulturhaus“ und Versandunternehmen „Mail Boxes“ im Erdgeschoss, Wohnungen, Büros und Praxen

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Sauerfelder Straße 9 -11



Sauerfelder Straße 11



**Gebäudebestand:**

Sauerfelder Straße 11 (Sparkasse): modernes, gradliniges Flachdachgebäude aus Ende der 90er Jahre, viergeschossig, Natursteinfassade mit großflächigem Glasflächenanteil, 4-geschossig

Freiherr-vom-Stein-Straße 22 - 24: drei- bis viergeschossiger Gebäudekomplex aus dem Jahr 1983, konventionelle Bauart mit Lochfassade und Krüppelwalm - Mansarddach

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unterkonstruktion, dezente Fensterfolierungen in Einzelbuchstaben

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

satinierte Fensterfolierung mit ausgestanzter Schrift in Negativform, bestehender Schriftzug „Apotheke am Kulturhaus“ in Form eines Flachtransparentes, zusätzliche Logos am oberen Gebäudeabschluss des Sparkassengebäudes

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen sind informativ. Die Anlagen fügen sich harmonisch in das Gesamtbild ein, da deren Größen und Anbringungsorte auf die Gebäudedimension und Gebäudearchitektur abgestimmt sind. Das Flachtransparent der Apotheke wirkt dagegen eher etwas überdimensioniert.

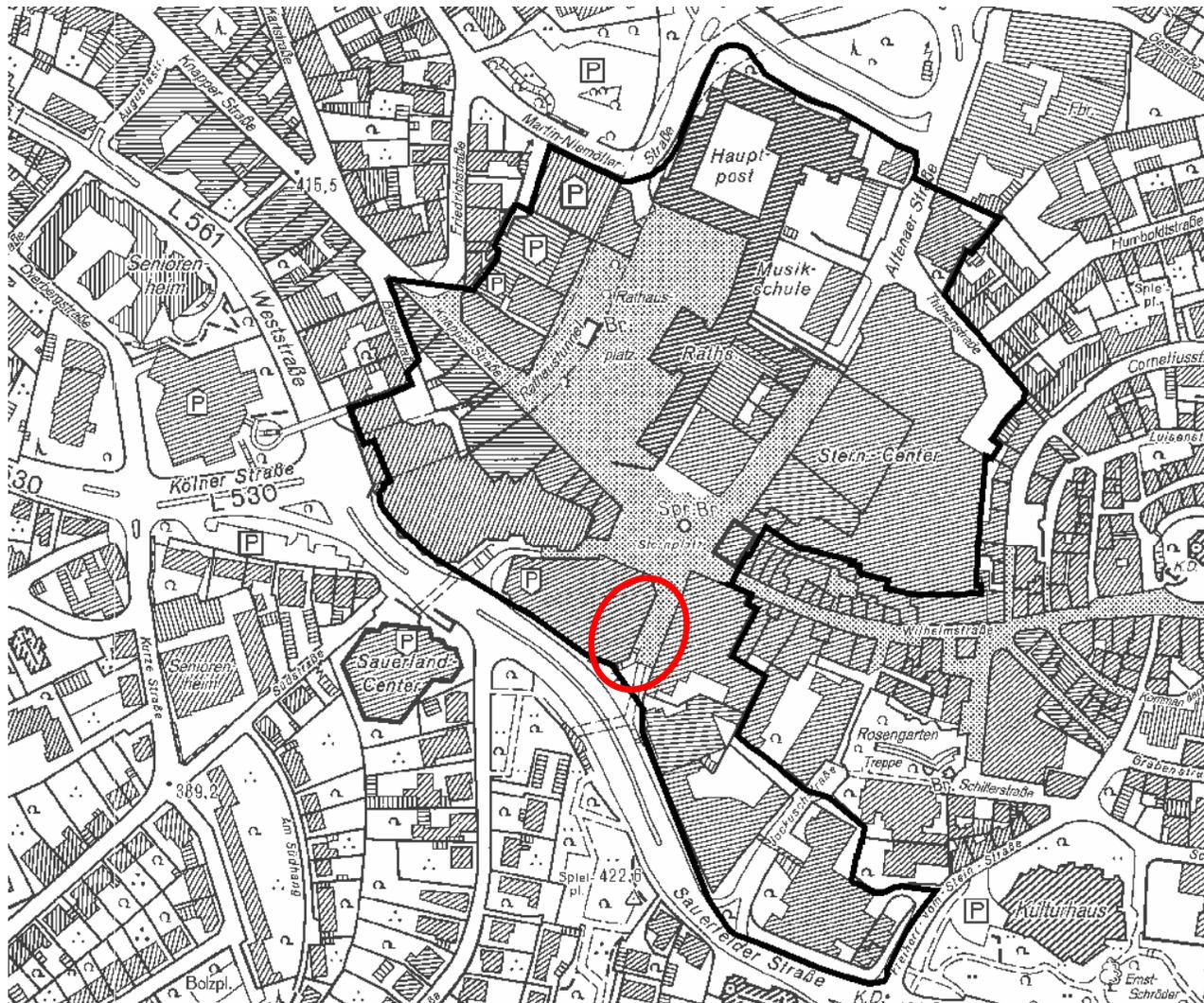
Freiherr-vom-Stein-Straße 22 – 24



Freiherr-vom-Stein-Straße 22 -24



### Straßenzug Teilbereich Sternplatz 1, Altenaer Straße



**Lage:** Sternplatz 1, Wilhelmstraße 2 - 8

Fußgängerzone zwischen dem Sternplatz und der Sauerfelder Straße

**Nutzung:**

Gebäudekomplex am Sternplatz 1 mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen im Erd- und Obergeschoss:

Erdgeschoss: „SinnLeffers“, „myToys“, „Lünsche Apotheke“ und das Sanitätshaus Emmerich

Oberschosse: „SinnLeffers“, „Cafe Zuccaba“, Praxen und Wohnungen

Gebäudekomplex gegenüber: Leerstand (ehemaliges Geschäftsgebäude „SinnLeffers“)

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Sternplatz 1



Unterführung Sauerfeld



Sternplatz 1



**Gebäudebestand:**

Sternplatz 1: ehemalige Kaufhalle erbaut 1977, Abriss 2009, Neubau und Umgestaltung zum Gesundheitszentrum im Jahr 2010 mit Natursteinfassade und großflächigem Glasanteil

Wilhelmstraße 2 - 8: Gebäude an Straßenecke Wilhelmstraße/Sauerfelder Straße, viergeschossiger Gebäudekomplex an der Altenaer Straße, im Jahr 1900 erbaut, Sanierung und Erweiterung 1950, Gebäude mit Flachdach, Lochfassade strukturiert, Eckgebäude 1975 zum SinnLeffers Kaufhaus umgebaut, strukturierte Fassade mit geringem Glasflächenanteil

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben über den Ladeneingängen mit filigraner Unterkonstruktion, dezente Fensterfolierungen in Einzelbuchstaben

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Wiederholung der einzelnen Werbeanlagen und Logos am Gebäude Sternplatz 1 in Form einer zusammenhängenden Anlage mittels Unterkonstruktion auf der Fassade befestigt, Werbeanlage der Volksbank mit Datum und Temperaturanzeige neben dem Aufzug zur Unterführung Sauerfeld

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen sind gut lesbar, informativ und in genügendem Maße auffallend. Die Werbeanlagen sind bezüglich deren Anbringungsorte und Größen aufeinander abgestimmt, harmonisieren mit der Gebäudearchitektur und werten somit den Straßenzug auf.

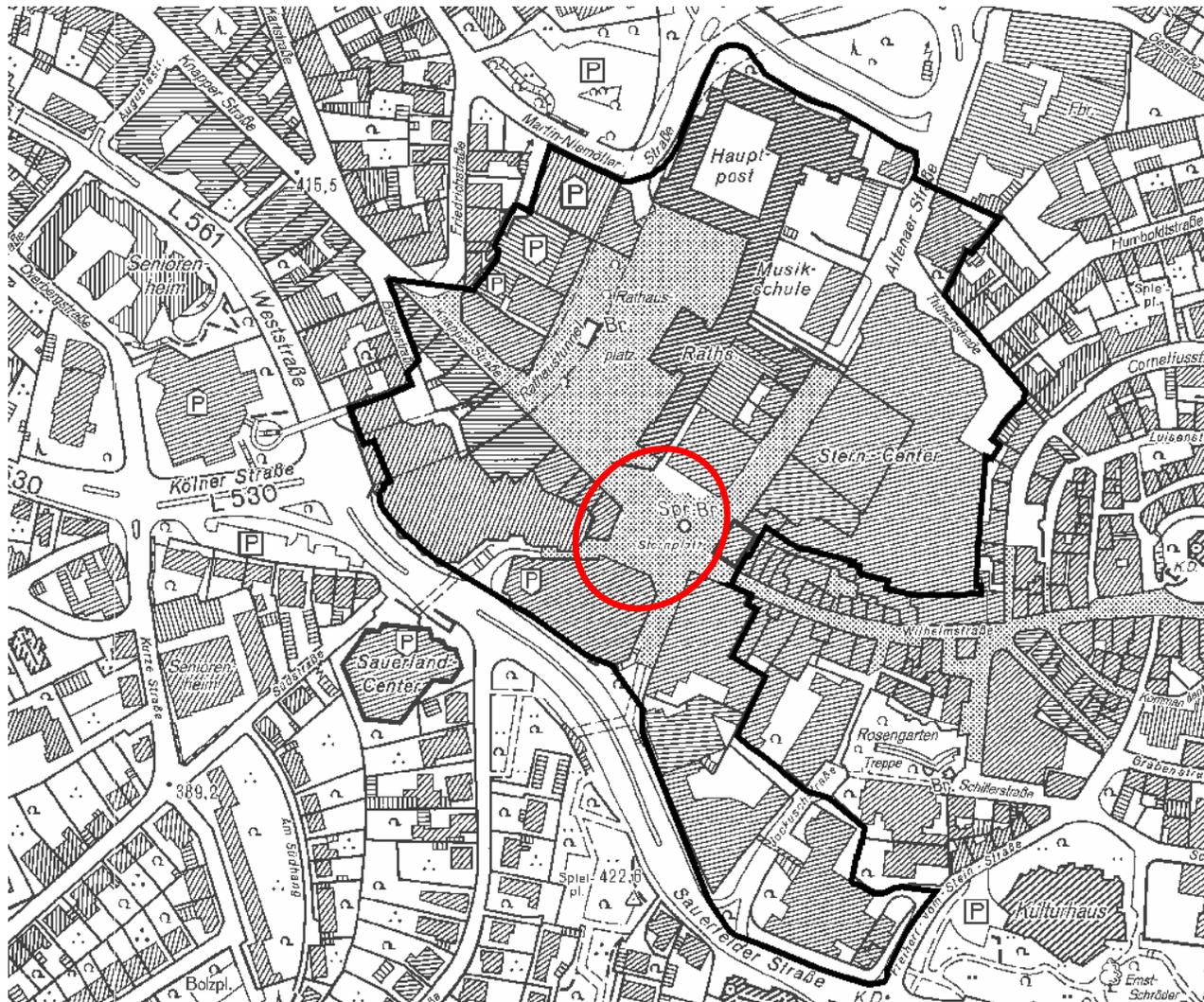
Sternplatz 1



Wilhelmstraße 2 - 8



### Straßenzug Teilbereich Sternplatz, Rathausplatz 1



**Lage:** Sternplatz, Rathausplatz 1 - 2, Sternplatz 1 - 2

Sternplatz mit Brunnen und Rathaustreppe an einer stark frequentierten Fußgängerzone, Verlängerung der Achse der Wilhelmstraße

**Nutzung:**

Gebäudekomplex am Sternplatz 1:  
Erdgeschoss und 1. Obergeschoss: „Volksbank“, „Cafe Zuccaba“, „SinnLeffers“  
weitere Obergeschosse: „MediVital Center“, Praxen und Wohnungen

Gebäude am Sternplatz 2: „Forum am Sternplatz“

Gebäude am Rathausplatz 1:  
Erdgeschoss: Gastronomie „Hulda am Markt“ und „Atlasreisen Reisebüro“  
Obergeschosse: Büros und Immobilienmakler

Gebäude am Rathausplatz 2:  
Erdgeschoss: „Eisdiele Smeraldo“, „Copy Service Center / Papershop“, „Lotto Nitsch“ und „Gold Galerie“

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

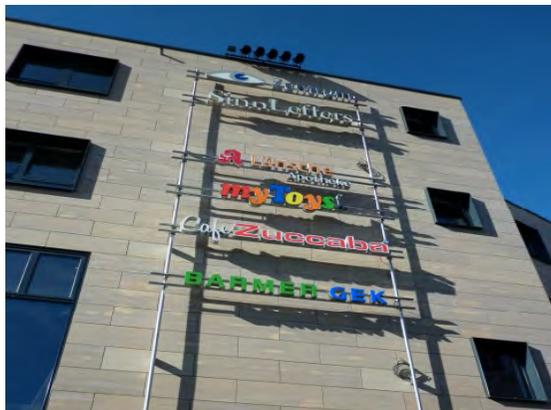
Sternplatz 1



Sternplatz 1



Sternplatz 1



Sternplatz 1



Sternplatz 1



Sternplatz 2



**Gebäudebestand:**

Sternplatz 1: ehemalige Kaufhalle erbaut 1977, Abriss 2009, Neubau und Umgestaltung zum Gesundheitszentrum im Jahr 2010 mit Natursteinfassade und großflächigem Glasanteil

Sternplatz 2: Errichtung des Forums im Jahr 1977, danach folgten diverse innere Umbauten, Stahlglas-konstruktion, großflächiger Glasanteil an der Seite zum Sternplatz

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unter-konstruktion

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Widerholung der einzelnen Werbeanlagen und Logos am Gebäude Sternplatz 1 in Form einer zusammenhängenden Anlage mittels Unterkonstruktion auf der Fassade befestigt

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen sind gut lesbar, informativ und in genügendem Maße auffallend. Die Anlagen sind bezüglich des Anbringungsorte und der Größen der Anlagen aufeinander abgestimmt und harmonieren mit der Gebäudearchitektur. Die zusätzliche zusammenfassende Werbeanlage an der Fassade des Gebäudes Sternplatz 1 ist informativ, das Werbefeld der Größe des Gebäudes angemessen.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz 1



Rathausplatz 1



Rathausplatz 1



Wilhelmstraße 2 – 8



Rathausplatz 1



Rathausplatz 2



Rathausplatz 2



**Gebäudebestand:**

Rathausplatz 1: dreigeschossiges Satteldachtraufenhäus mit korinthischem Mittelportal und flachgiebelig verdachten Fenstern, Bausubstanz aus dem Jahr 1881/82, unter Denkmalschutz

Wilhelmstraße 2 - 8: Gebäude an Straßenecke Wilhelmstraße/Sauerfelder Straße, Eckgebäude 1975 zum SinnLeffers Kaufhaus umgebaut, strukturierte Fassade mit geringem Glasflächenanteil, viergeschossiger Gebäudekomplex an der Altenaer Straße, im Jahr 1900 erbaut, Sanierung / Erweiterung 1950, Gebäude mit Flachdach, Lochfassade strukturiert

Rathausplatz 2 (Rathaus): modernes, gradliniges, sechsgeschossiges Flachdachgebäude aus den 60er Jahren, Sanierung des Rathauses zwischen 2003-2005, Fassade mit weißen Glaslamellen

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unterkonstruktion oder auf der Glasblende des Rathausgebäudes angebracht, Fensterfolierungen in Einzelbuchstaben

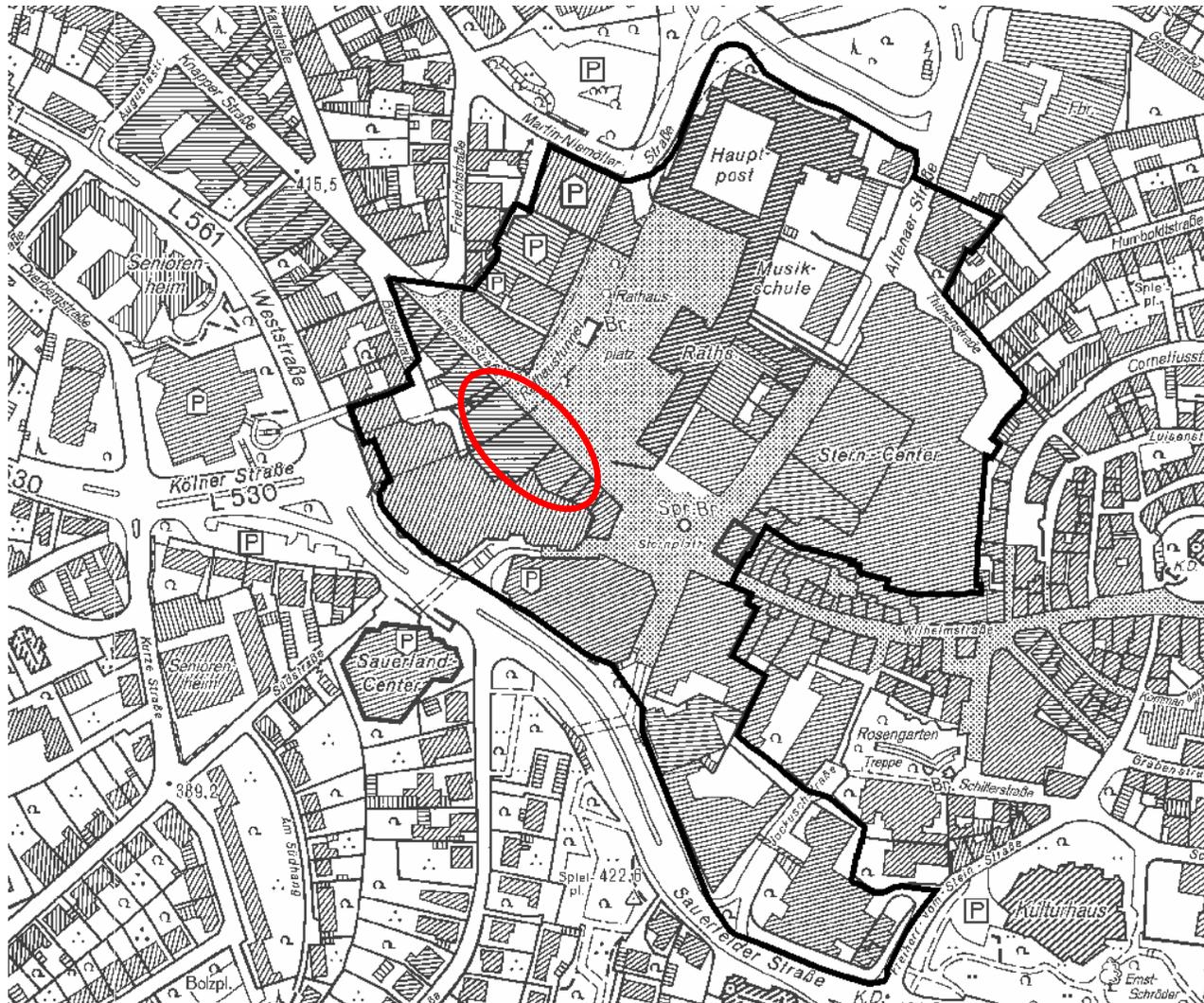
**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Erhaltenswertes historisches Werbeschild am Gebäude Rathausplatz 1 „Hulda am Markt“

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Größe, der Anbringungsort und die Anzahl der Werbeanlagen passen sich der Gebäudearchitektur an und fügen sich auch in Farbe und Gestaltung in das Stadtbild ein. Die filigrane Unterkonstruktion sorgt für eine unauffallende Befestigung der Anlagen.

## Straßenzug Teilbereich Rathausplatz



**Lage:** Rathausplatz 3 - 9, 15, Knapper Straße 17

stark frequentierte Fußgängerzone am Rathausplatz, Übergang zur Knapper Straße und Sternplatz

### **Nutzung:**

Rathausplatz 3 - 7:  
Erdgeschoss: „Optik Lüttringhaus“, „Bäcker Börse“ und „Commerzbank“  
Obergeschosse: Büros und Praxen

Rathausplatz 9:  
Erdgeschoss und Obergeschosse „T.K.maxx“

Rathausplatz 15:  
Erdgeschoss: „Zeeman“ und „Cafe Kersting“  
Obergeschoss: „Cafe Kersting“

Knapper Straße 17:  
„Reisebüro Kattwinkel“

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz 3 - 7



Rathausplatz 9



Rathausplatz 3 – 7



Knapper Straße 17



Rathausplatz 15



**Gebäudebestand:**

Rathausplatz 3 - 7 (Commerzbank): Neubau aus dem Jahr 1998, drei Läden im Erdgeschoss, farbige vorgehängte Glasfassade, teilweise Natursteinfassade, Tonnen- und Flachdach mit Titanzinkeindeckung

Rathausplatz 9: Gebäude zusammen mit dem Forum 1977 errichtet, Sanierung der Fassade und Umnutzung zur Geschäftsnutzung „TK maxx“ im Jahr 2008 mit großflächigem Glasanteil und dezentem Glasvordach, Mansarddach mit Metalleindeckung

Rathausplatz 15: Gebäude wurde im Jahr 1974 auf den vorhandenen Rathaustunnel gebaut, zweigeschossig mit Flachdach, früher Durchgang zur Börsestraße

Knapperstraße 17: errichtet 1924 als Lageranbau und Wohnraum

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben direkt oder mit einer Blende auf die Fassade aufgebracht, z. T. auch in dekupierter (durchgesteckter) Form, Flachtransparente

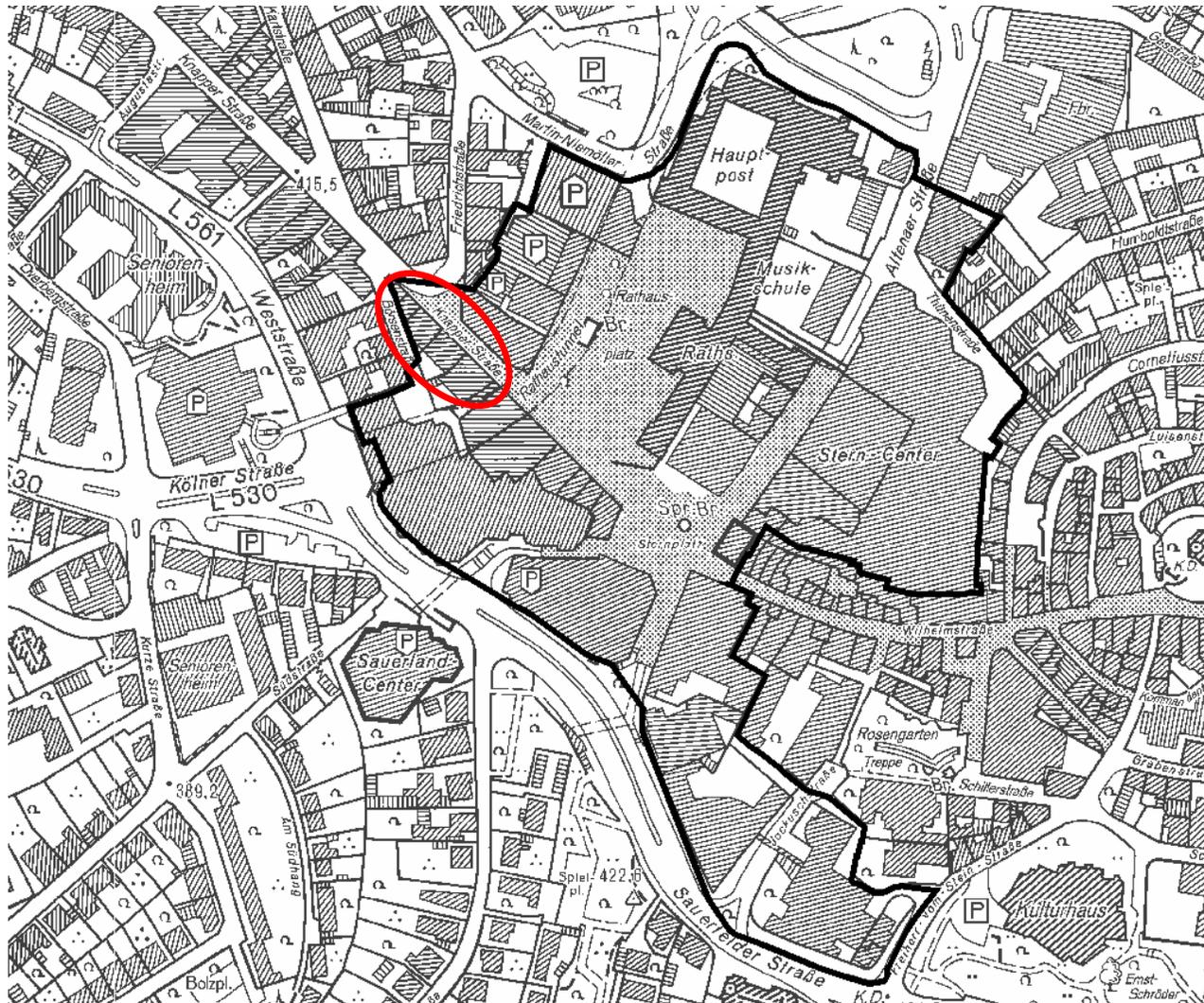
**Besonderheiten der Werbeanlagen:**

Logo „Cafe Kersting“ über Dachattika angebracht, Werbeausleger „TK maxx“ in vertikaler Form

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen**

Im ersten Teil des Rathausplatzes (3 - 9) wirken die Werbeanlagen ihrem Sinn entsprechend informativ und sind auf das Gebäude abgestimmt. Die weiteren Werbeanlagen an den Gebäuden der Knapper Straße passen sich der Gebäudestruktur nicht an, sie sind zu auffallend und überdimensioniert gegenüber dem kleinteiligen Gebäudebestand. Es entsteht ein unruhiges und unharmonisches Bild ohne städtebauliche Wertigkeit.

## Straßenzug Teilbereich Knapper Straße



**Lage:** Knapper Straße 19 - 29, 2, 2a

stark frequentierte Fußgängerzone am Beginn der Knapper Straße, Bereich zwischen Rathausplatz und Friedrichstraße

**Nutzung:**

Knapper Straße 19:  
Service-Center „MVG“, und „Fashion Look“

Knapper Straße 21 - 29:  
Erdgeschoss: „StadtBäcker“, „Jünger“, „Hirsch Apotheke“, „Fleischerei Ernst Geier“, „Tabak Börse“, Restaurants „Bei Ola“ und „Samtkragen“  
Obergeschosse: Wohnungen, Büros, Praxen, z. T. Leerstand

Knapper Straße 2, 2a:  
Erdgeschoss: Gastronomie „Casa del Caffè“,  
Obergeschosse: Büros, Praxen und Rechts- und Fachanwaltskanzlei

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Knapper Straße 19



Knapper Straße 19



Knapper Straße 21 – 23



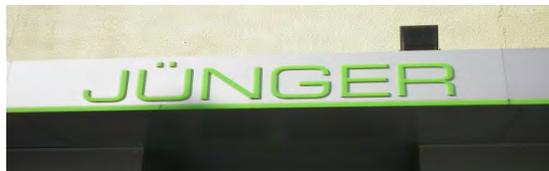
Knapper Straße 25



Knapper Straße 27



Knapper Straße 23



Knapper Straße 27



**Gebäudebestand:**

Knapper Straße 19: Errichtung des Gebäudes 1870; Anbau zur Knapperstraße 1911, Anbau zur linken Seite (heute MVG) im Jahr 1924, weiterer Anbau Richtung Börsenstraße im Jahr 1961

Knapper Straße 21 - 23: Im Jahr 1914 im Jugendstil errichtetes Wohn- und Geschäftshaus, Umbau mit Dachterrasse Mitte der 80er Jahre

Knapper Straße 25: 1898 Neubau einer Apotheke im Stil des Neobarocks, dreigeschossig, Umbau der Hirsch-Apotheke 1952

Knapper Straße 27: Gebäudesanierung im Jahr 1984, Umbau zu Wohnen und Praxen

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben in dekupierter (durchgesteckter) Form, Werbeanlagen in Form von Flachtransparenten und Werbeauslegern, Fensterfolierungen

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Werbeausleger z. T. über der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses angebracht

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen ergeben in der Gesamterscheinung im Straßenbild ein diffuses Bild. Sowohl bezüglich der Farbgestaltung, der Ausbildung der Werbeanlagen und deren Befestigungen ist kein einheitliches Schema zu erkennen, obwohl die im Wesentlichen zusammenhängende Entstehungszeit und Charakteristik der Gebäude einen Zusammenhang in der Ausgestaltung der Werbeanlagen erfordert.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Knapper Straße 29



Anfang Knapper Straße



Knapper Straße 2a



Knapper Straße 2a



Knapper Straße 2



**Gebäudebestand:**

Knapperstraße 29: dreigeschossiges Gebäude aus dem Jahr 1891, Fassadenerneuerung im Jahr 1999 mit dem Gebäudebestand der Knapper Straße 27

Knapper Straße 2: hellgetönter Putzbau, gehört zum ehemaligen „Hotel zur Post“, erbaut im Jahr 1934

Knapper Straße 2a: Abriss von Garagen für Wohn- und Geschäftshaus im Jahr 1957, viergeschossig, Flachdach

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben, tlw. auf einer Blende angebracht, Schriftzug in Form von Flachtransparenten und Werbeschildern, Fensterfolierungen

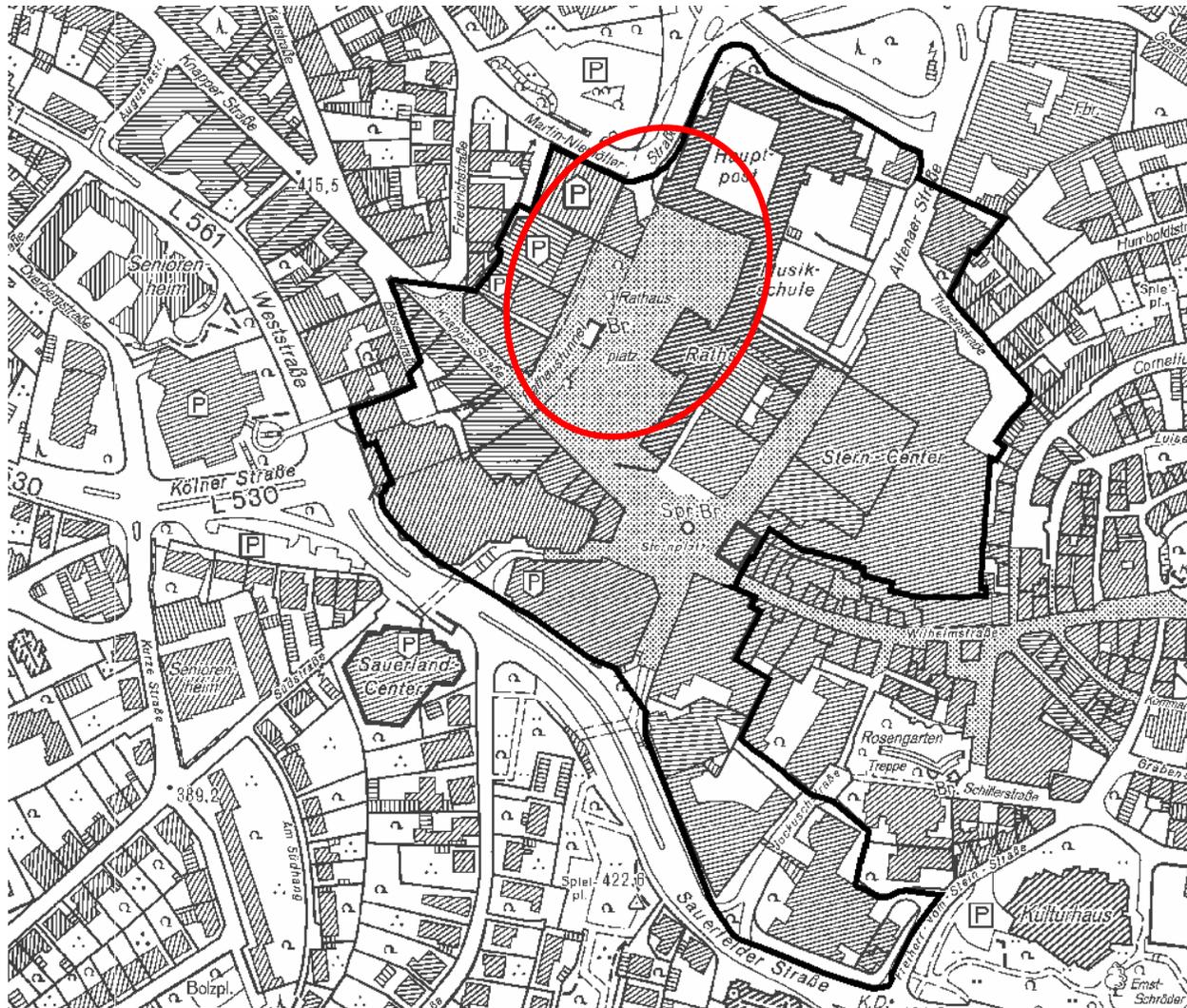
**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Werbeausleger z. T. über der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses angebracht, zusätzliche beleuchtete Werbestreifen neben dem Werbe-Flachtransparent

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Ausbildung, Anzahl, Lage und Proportion der Werbeanlagen entsprechen im Wesentlichen den Gebäudedimensionen und der Gebäudearchitektur. Eine Einheitlichkeit bezüglich der Farbigkeit und der Ausbildung der Werbeanlagen untereinander ist allerdings nicht erkennbar. Das Gesamtbild des einheitlich gestalteten platzartigen Stadtraumes spiegelt sich daher nicht wieder in dem Gesamterscheinungsbild der Werbeanlagen.

## Straßenzug Teilbereich Rathausplatz



### Lage: Rathausplatz

Rathausplatz mit Wasserbecken, Platanenhain, Spiel- und Sitzgelegenheiten, stark frequentierter Fußgängerbereich, Übergang zum Sternplatz, der Knapper Straße und der Martin-Niemöller-Straße

### Nutzung:

#### Rathausplatz 21:

Erdgeschoss: Bankunternehmen Sparkasse und Stadtwerke Lüdenscheid  
Obergeschoss: Dienstleistungen

#### Rathausplatz 19 / Knapper Straße 2:

Leerstand und Praxen

#### Rathausplatz 23:

Erdgeschoss: Bankunternehmen „Santander“ und Diskothek „Saitensprung“  
Obergeschoss: Büros und Praxen

#### Rathausplatz 25:

Erdgeschoss: Diskothek „Ballermann“, „Blitz Reinigung“, „Post-Apotheke“, „Pizzeria Mama“, „Casino“ und Friseur „Schilling“  
Obergeschoss: Praxen, Büros und Wohnungen

#### Rathausplatz 4:

Gebäude des Finanzcenters der Postbank

#### Rathausplatz 2 (Rathaus):

Erdgeschoss: „Cafe Extrablatt“ und „Smeraldo Gelateria“

#### Rathausplatz 2a, 2b:

Erdgeschoss: „Kaffee-Klatsch“  
Obergeschosse: städtische Einrichtungen

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz



Spielgeräte Rathausplatz



**Exkurs: Rathausplatz**

**Wettbewerbsverfahren und Umsetzung in die Praxis**

Die Umgestaltung der Rathauses und des Rathausumfeldes war eine der wichtigsten Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt der letzten Jahre. Sie erfolgte im Rahmen eines Realisierungswettbewerbes. Das Wettbewerbsverfahren wurde mit einer 5-tägigen Entwurfswerkstatt vor Ort konzipiert. Das ermöglichte den Bürgern und Bürgerinnen eine direkte Anteilnahme an den Entwurfsdiskussionen. In der Dokumentation des Wettbewerbes heißt es:

*„Der Gewinnerentwurf zeigt einen offenen Platz vor dem Rathaus mit Charme und Geborgenheit unter dem Hain aus Platanen. Das Rathaus bleibt in seiner Grundstruktur im Wesentlichen erhalten und entsprechend den neuen Anforderungen sinnvoll neu strukturiert. Der Städtebau und die Architektur der 50er und 60er Jahre bleibt anhand des sensibel umgestalteten Rathauses in der Stadtgeschichte ablesbar. Die Identität des Ortes wird aufbauend auf dem Vorhandenen umformuliert und entscheidend gestärkt.“*

Im Jahr 2001 wurden die Gewinner des Wettbewerbes „WES + Partner“ beauftragt, das Rathaus, den Rathausplatz und dessen Umfeld neu- bzw. umzugestalten. Ziel der Umgestaltung war es, den Rathausplatz zum Mittelpunkt des Innenstadtgeschehens zu machen. Unter den Platanen entstanden Sitzelemente, Wasserbecken und Spielbereiche, die die Bürger heute zum Entspannen und Verweilen einladen. Nach der Umgestaltung funktioniert der Rathausplatz als ein stark frequentierter Fußgängerbereich mit Übergang zur Knapper Straße und zum Sternplatz. Der Sternplatz wiederum stellt sternförmig die Verbindungen zur Wilhelmstraße und zur Altenaer Straße und im weiteren zur Sauerfelder Straße her. Der Zusammenhang der zentralen innerstädtischen Bereiche wird durch einen einheitlichen Bodenbelag unterstrichen. Es entsteht eine strukturiert gestaltete Platzfolge mit Vorbildcharakter für die angrenzende private Bebauung.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz 4



Rathausplatz 4



Rathausplatz 2a



Rathausplatz 2



**Gebäudebestand:**

Rathaus am Rathausplatz 2: modernes, gradliniges, sechsgeschossiges Flachdachgebäude aus den 60er Jahren, Sanierung des Rathauses zwischen 2003-2005, Fassade mit weißen Glaslamellen

Rathausplatz 2a, 2b: ehem. Fernmeldeamt, Umbau 1956 zum Gebäude mit städtischen Einrichtungen

Rathausplatz 4 (Postbankgebäude): modernes, gradliniges Flachdachgebäude, errichtet 1964, viergeschossig, strukturierte Fassade, Flachdach, Umnutzung zum Postgebäude 1999

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

dezente Schriftzüge in Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade aufgebracht oder auf einer Unterkonstruktion, Fensterfolierungen, Flachtransparente und Werbeschilder

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

bandförmige Fensterfolierung am Rathausplatz 4

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen sind der puristischen und klaren Platzgestaltung angepasst und wirken zurückhaltend, aber dennoch informativ. Die Werbeanlagen am Rathausplatz 4 sind informativ und auffallend farbig. Diese Farbigkeit begründet sich allerdings aufgrund der im Gebäude befindlichen Nutzung als Postbank.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz 19



Rathausplatz 21 und 23



Rathausplatz 21



Rathausplatz 21



Rathausplatz 23



Rathausplatz 23



**Gebäudebestand:**

Rathausplatz 19: ehemaliges „Hotel zur Post“, erbaut im Jahr 1934

Rathausplatz 21: (ehemaliges Gewerkschaftshaus): dreigeschossiges Gebäude aus dem Jahr 1914 mit ausgebautem Walmdach, das zu fünf Dreifachachsen gegliedert ist, wobei diese Achsen in den Obergeschossen als segmentbogige Erker gestaltet sind, unter Denkmalschutz

Rathausplatz 23: siebengeschossiger Gebäudekomplex aus dem Jahr 1968, Stahlbetonrahmenbauweise mit Massiv - Ausfachung und Flachdach

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

dezente Schriftzüge in Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade aufgebracht oder auf einer Unterkonstruktion, Fensterfolierungen, Flachtransparente und Werbeschilder

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

bandförmige Fensterfolierung am Rathausplatz 21

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen im südlichen Teil des Rathausplatzes sind bezüglich der Größe, Farbe und Anbringungsorte auf die Gebäudearchitektur abgestimmt und fügen sich harmonisch in das Stadtbild ein. Im nördlichen Patzbereich nimmt die Dominanz der Werbeanlagen zu.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Rathausplatz 25



Zufahrt über Martin-Niemöller-Straße



**Gebäudebestand:**

Rathausplatz 25: achtgeschossiges Wohn- und Geschäftshaus aus dem Jahr 1972, mit einem fünfgeschossigem Parkhaus, Stahlbetonskelettbau, vorgehängte Fassade aus Werkstein und Alu, Flachdach, Parkhauszufahrt über Martin-Niemöller-Straße

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Werbeanlagen in Form von Flachtransparenten, Werbeauslegern, Fensterfolierungen, am Parkhaus zusätzliche Werbe- und Informationsschilder

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

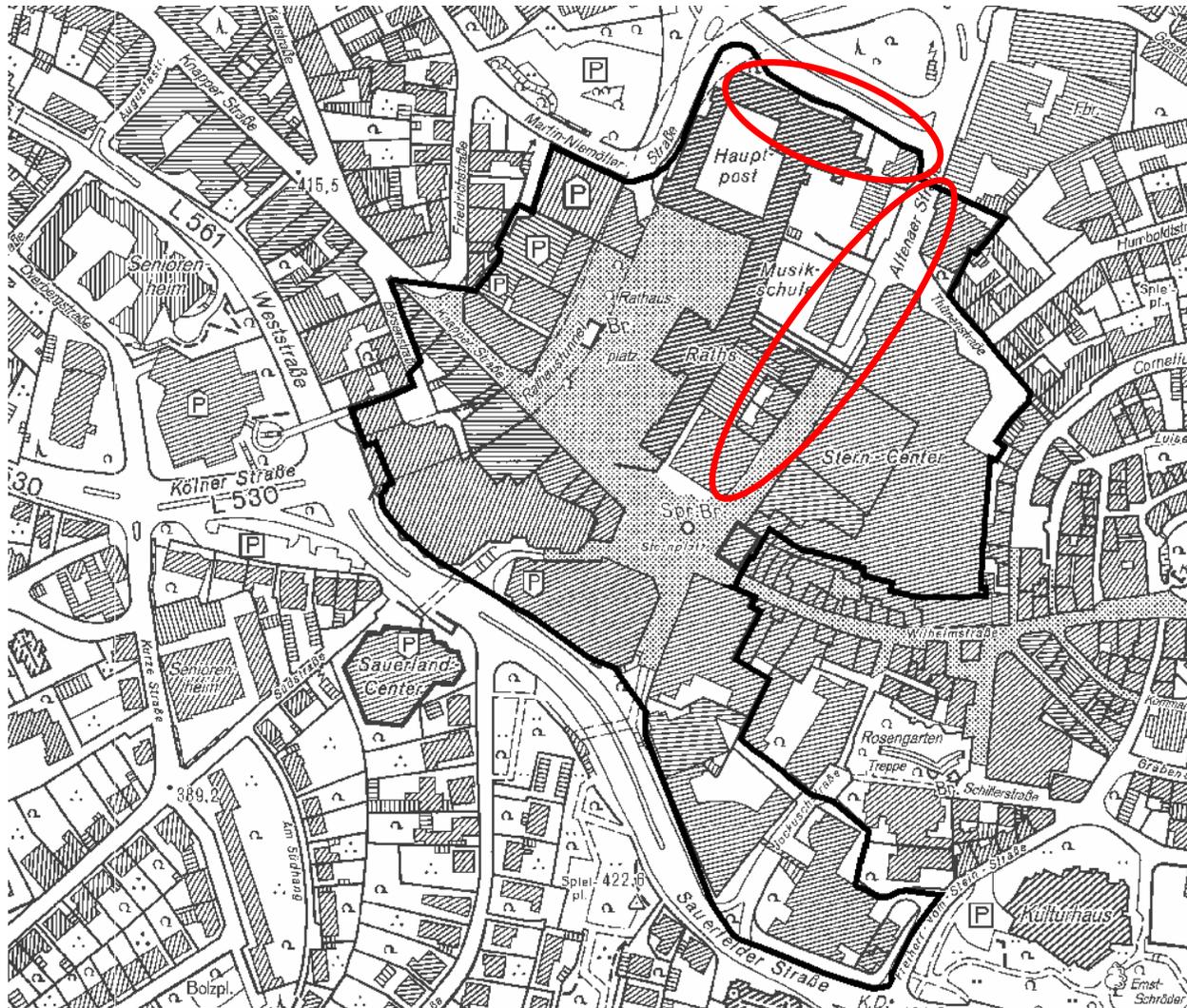
Richtungszeiger zum Parkhaus und zur Apotheke, zusätzliche Werbeanlagen an der Seite zur Martin-Niemöller-Straße, zusätzliches Logo am oberen Gebäudeabschluss des Postbankgebäudes, Bezeichnung am oberen Gebäudeabschluss des Parkhauses

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Im nördlichen Patzbereich dominieren die Werbeanlagen das Gesamtbild, sie sind bezüglich ihrer Größe und Farbe nicht ausreichend auf die Gebäude abgestimmt, eine Ausnahme bildet nur die Werbeanlage der Apotheke. Am Rathausplatz 25 ist die Farbigkeit der Werbeanlagen weniger begründbar und daher zu kräftig. Die Ausbildung der Anlagen ist in der Gesamtwirkung zu dominant, deren Anbringungsorte wirken willkürlich. Obwohl die Gebäudedimensionen eine größere Maßstäblichkeit der Werbeanlagen fordern könnte, ordnen diese sich der Gesamtwirkung des Gebäudes nicht unter.



## Straßenzug Teilbereich Altenaer Straße, Stern-Center



### **Lage:** Altenaer Straße 1 - 15

einseitiger Straßenzug im Einfahrbereich zur Altenaer Straße an verkehrlich stark frequentierter Bahnhofsstraße und einem Teil der Altenaer Straße, Übergang zur Fußgängerzone im Bereich südlich der Musikschule und Übergang zum Sternplatz

### **Nutzung**

Parkhaus und Büros an der Kreuzung Martin-Niemöller-Straße und Bahnhofsstraße, Anfahrt über Martin-Niemöller-Straße

Altenaer Straße 13 - 15:  
„LVM Versicherungen Strohmann“, Kfz-Sachverständiger Bernd Rathmann Havariekommissariat

Altenaer Straße 14:  
„Deutsche Bank“

Altenaer Straße 5 - 11:  
Musikschule der Stadt Lüdenscheid, Beratungsstelle der Verbraucherzentrale, Jugendkulturbüro Lüdenscheid, und Fahrzeugeinrichtung „tiptop“

Altenaer Straße 3 und 3a:  
Erdgeschoss: Restaurant und Eiscafé „Capello d’Oro“, Lederwaren „Lingenberg“  
Obergeschosse: Wohnungen, Praxen und Büros

Altenaer Straße 1:  
Erdgeschoss und 1. Obergeschosse: Buchladen „Mayersche“  
weitere Obergeschosse: Servicezentrum „DAK“, „persona service“, „Gersdorfer Baumanagement“ und Wohnungen

Stern-Center-Eingang an der Altenaer Straße mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Post Parkhaus



Altenaer Straße 15



Altenaer Straße 11



Altenaer Straße 14



Blick von der Thünenstraße auf das Stern-Center



Blick von der Altenaer Straße auf das Stern-Center



**Gebäudebestand:**

Altenaer Straße 11: Gebäude errichtet 1950  
 Altenaer Straße 14: erbaut im Jahr 1907  
 Post-Parkhaus: erbaut in den 80er Jahren  
 Altenaer Straße 13/15: erbaut im Jahr 1899, Sanierung des Gebäudebestandes im Jahr 1988, unter Denkmalschutz

Stern-Center: Natursteinfassade mit großflächigem verspiegeltem Glasanteil, erbaut um 1977, Sanierungen, Umbauten und Erweiterungen bis 2010

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unterkonstruktion oder direkt auf die Fassade gebracht, Werbeschild

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Logos vom Sterncenter zusätzlich am Gebäudekomplex zusammengefasst (Seite Thünenstraße), Werbeanlagen Sterncenter befestigt auf dreiteiligem parallelem Rohrgestänge, Gebäudebezeichnungen, Werbeanlagen z. T. oberhalb der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen sind angemessen informativ, wie z.B. die zusammenfassende Darstellung der Logos an der Fassade zur Thünenstraße. Die Werbeanlagen sind auf die Gebäudedimensionen und -strukturen abgestimmt und fügen sich in das Stadtbild ein. Die Werbeanlagen oberhalb der Brüstungshöhe des 1. Obergeschosses sind beim Gebäude des Sterncenters aufgrund der Gebäudedimensionen begründbar, beim kleinteiligen und historischen Gebäude der Deutschen Bank wirken sie eher unangepasst, stören u .U. Nutzungen im Obergeschoß.

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Altenaer Straße 9



Altenaer Straße 9



**Gebäudebestand:**

Altenaer Straße 9: (städt. Musikschule): zwei- bis dreigeschossig, erbaut 1891-1993, ehem. Postamt, 1985 Sanierung der Fassade anhand ursprünglicher Bauplanungen, Nutzung als städtische Musikschule, unter Denkmalschutz

Altenaer Straße 1: Neubau eines Wohn- und Geschäftshauses im Jahr 2008

Altenaer Straße 3, 3a: Errichtung des Gebäudebestands im Jahr 1904

Altenaer Straße 5: Sanierung des Rathauses zwischen 2003-2005, Fassade mit weißen Glaslamellen

Altenaer Straße 5



Altenaer Straße 5



Altenaer Straße 3



**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unterkonstruktion, tlw. auf Hintergrundblende, Werbeschilder, Fensterfolierungen

Altenaer Straße 3a



Rathausplatz 2



Rathausplatz 2



Rathausplatz 2



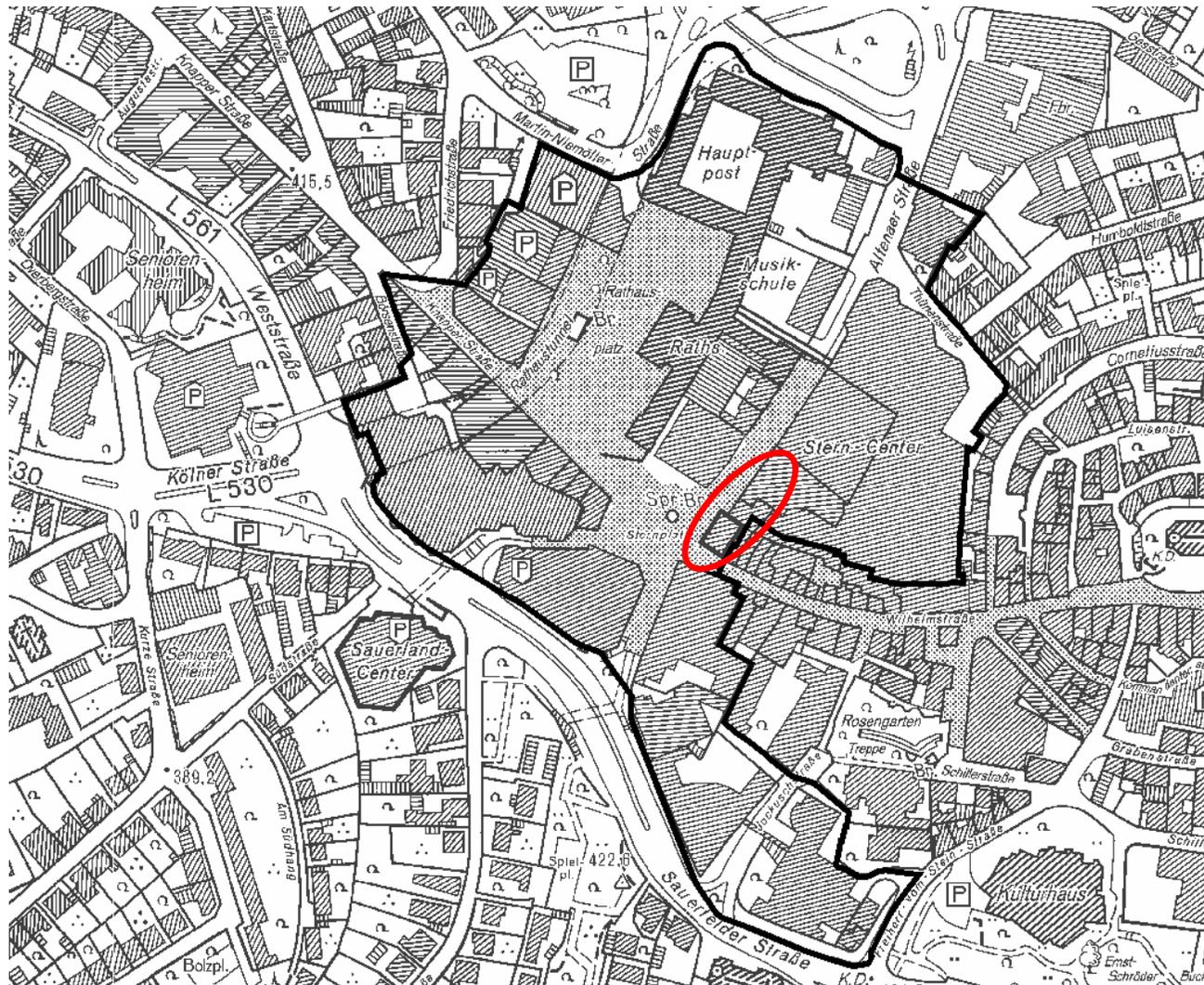
**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Schriftzug der städtischen Musikschule auf transparenter Hintergrundblende; vertikaler Werbeausleger an Altenaer Straße 3a

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen fügen sich bezüglich ihrer Größe, Lage, Ausbildung und Anzahl im Wesentlichen harmonisch in das Gesamtbild ein. Bei den Werbeanlagen der Gebäude an der Altenaer Straße 3 und 3 a ist auffallend, dass durch die horizontalen Werbeschilder und der hinter den Einzelbuchstaben liegenden Blende das Gebäude nicht als ungestörte architektonische Einheit erhalten bleibt, die Fassade wird regelrecht zerschnitten in einen unteren und einen oberen Teil.

### Straßenzug Teilbereich Wilhelmstraße / Stern-Center



**Lage:** Ecke Einmündung zur Wilhelmstraße und westlicher Eingang zum Stern-Center an der stark frequentierten Fußgängerzone

**Nutzung:**

Stern-Center mit Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen, Erdgeschoss: „Targo Bank“

Wilhelmstraße 1: „Gesundheitszentrum am Sternplatz“

Erdgeschoss: „Rats Apotheke“, „Hoberg's“, „Niedergäss“ und „Tea One“

Obergeschosse: Praxen, Büros und Wohnungen

Anlage 2: Bestandsaufnahme der Gebäude und Werbeanlagen im Bereich Sternplatz und Rathausplatz sowie der umliegenden innerstädtischen Bereiche

Wilhelmstraße 1



Stern-Center



Altenaer Straße 4



**Gebäudebestand:**

Wilhelmstraße 1: „Gesundheitszentrum am Sternplatz“, erbaut im Jahr 1971, zehngeschossig mit Flachdach, Stahlbetonrippenbau, Fassadensanierung der unteren drei Geschosse im Jahr 2010 mittels schwarzer Glasplatten und orange-brauner Platten im Bereich der Fensterzonen, Erneuerung der Hauptwerbeanlage des Gebäudes und zum Teil der Werbeanlagen der im Erdgeschoss ansässigen Läden

Stern-Center: Natursteinfassade mit großflächigem verspiegeltem Glasanteil, erbaut um 1977, Sanierungen, Umbauten und Erweiterungen bis 2010

**Ausbildung der Werbeanlagen:**

Schriftzüge in Einzelbuchstaben mit filigraner Unterkonstruktion, dezente Fensterfolierungen in Einzelbuchstaben, Schriftzüge in Einzelbuchstaben direkt auf die Fassade aufgebracht

**Besonderheiten in Bezug auf die Werbeanlagen:**

Gesamte Logos zusätzlich an der Seite vom Stern-Center befestigt, zusätzlicher Schriftzug vom Stern-Center am oberen Gebäudeabschluss

**Gesamtwirkung der Werbeanlagen:**

Die Werbeanlagen fügen sich harmonisch in das Stadtbild ein, da die Größen und Anbringungsorte auf den Gebäudebestand abgestimmt sind. Im Zusammenhang der Fassadensanierung an der Wilhelmstraße 1 blieb die Werbeanlage an der Ecke des Gebäudes bestehen. Mit dem weißen Hintergrund fällt diese Anlage aus dem Rahmen und fügt sich nicht in das Gesamtbild des Gebäudes ein.

