Satzung der Stadt Dortmund über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt des Westenhellweges / Ostenhellweges

Kurzfassung des Gestaltungshandbuches

Stadt Dortmund
Stadtplanungsamt

Satzung der Stadt Dortmund über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt des Westenhellweges / Ostenhellweges

Kurzfassung des Gestaltungshandbuches

Mai 2005

Herausgegeben vom
Stadtplanungamt der Stadt Dortmund

Ansprechpartner beim Bauordnungsamt:

Horst Benthaus
Axel Wundenberg

Projektbearbeiter:

Kerstin Hagius
Ulf Hamann
Volker Tackenberg

Kurzfassung:

Ulf Hamann

Hamann | Stadtplaner + Architekten
Bayenthalgürtel 16 - 20, 50968 Köln
Tel. (0221) 98 54 64 0, Fax 98 54 64 1

Inhalt

Vorwort 4

1. Einleitung 5

Zur Gestalt der Innenstadt zwischen Architektur und Werbung: Wozu braucht der Hellweg eine Gestaltungssatzung?

Die Problematik der Dortmunder Innenstadt

Ziele und Leitgedanken der Gestaltungssatzung

2. Bestand 6

Die städtebaulichen Merkmale des Hellweges

Die Architektur

Gemeinsame Merkmale der Architektur

3. Ziele und Konzepte 9

Funktion und Bedeutung des Straßenzuges in der Geschichte und heute

Ziele

Vorgaben für die Gestaltungsregeln

Bereichskonzepte

4. Gestaltungsregeln 12

Anhang 21

Satzungstext / Geltungsbereich

Vorwort

Am 2.Juli 2004 trat die „Satzung der Stadt Dortmund über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt des Westenhellweges / Ostenhellweges“ in Kraft. Rechtliche Basis ist § 86 Abs.1, Nr.1 und 2 der Landesbauordnung für Nordrhein-Westfalen.

Diese Gestaltungssatzung umfasst die Änderung und Anbringung aller Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer am Westenhellweg / Ostenhellweg. Sie regelt deren Zulässigkeit nach Anzahl, Lage, Größe und Ausführung.

Auch wenn sie mittel- und langfristig sehr positive Effekte für den „Standort“ Innenstadt haben wird, werden ihre Bestimmungen von vielen Einzelhändlern zunächst als Restriktionen empfunden werden.

Der Sinn dieser **Kurzfassung** des Gestaltungshandbuches ist es daher, die Notwendigkeit, die Ziele und das zugrunde liegende Konzept der Satzung für die „Betroffenen“ und die „interessierte Öffentlichkeit“ nachvollziehbar zu machen und ihre Gestaltungsregeln in einer verständlichen Sprache zu erklären. Der Text der Gestaltungssatzung befindet sich im Anhang.

Die **Langfassung** des Handbuches soll den zuständigen Mitarbeitern der Stadtverwaltung als Grundlage für ihre tägliche Genehmigungs- und Beratungspraxis mit der Gestaltungssatzung dienen.

1. Einleitung

Zur Gestalt der Innenstadt zwischen Architektur und Werbung: Warum braucht der Hellweg eine Gestaltungssatzung?

Das Erscheinungsbild der modernen Innenstadt befindet sich in einem ständigen Wandel. Aber es sind nicht primär die Gebäude, die sich wegen der hohen Baukosten nicht bei jedem Mieterwechsel umbauen lassen, sondern es ist die 2. und 3. Schicht ihrer Außenhülle:

- die Ladenfassaden, die an der Vorderseite des Gebäudes angebracht werden und eher dem corporate design des Unternehmens folgen als auf die Architektur der Bauten Rücksicht zu nehmen;
- die Werbeanlagen, die, losgelöst von der Architektur der Gebäude, vor allem dem Zweck dienen, Aufmerksamkeit für den Einzelhandelsbetrieb, seine Leistungen und Waren zu erregen.

Während alteingesessene Einzelhändler die äußere Gestaltung ihrer Geschäfte häufig an die Architektur anpassen oder sogar mit ihr werben, ist das Problem bei den Filialbetrieben mit vorgegebenen Fassadenelementen, Vordächern, Schriften oder Logos schwerer lösbar.

Die ausschließlich auf den eigenen Betrieb bezogenen gestalterischen Entscheidungen kann man jedoch nicht ungesteuert lassen. Dies würde zu Wildwuchs führen, den besonderen Charakter einer Straße und das Erscheinungsbild der gesamten Innenstadt beschädigen und damit letzten Endes wieder dem einzelnen Betrieb schaden.

Die Problematik der Dortmunder Innenstadt

Dortmund ist eines der vier Oberzentren in Nordrhein-Westfalen. Es hat Bedeutung für das östliche Ruhrgebiet und große Teile Ostwestfalens.

Heutige Großstädte existieren in Konkurrenz zueinander. Das gilt vor allem für den dichten Ballungsraum des Ruhrgebietes, wie es beispielsweise Ruhrgebietsstädte mit ihren neu gebauten oder geplanten *shopping-malls* wie Oberhausen mit seinem Centro und Duisburg mit dem Multi Casa oder auch kleinere Städte mit ihren Freizeitzentren demonstrieren.

Dortmund muss in diesem Wettbewerb seine Funktion als Oberzentrum behaupten und ausbauen. Zugleich gibt es in Dortmund Pläne zum Umbau des Hauptbahnhofes zu einem *Multi-Themen-Center (MTC)*. Dies wird eine Erweiterung und Verlagerung des Einzelhandelsangebotes zur Folge haben.

Mit dem *City-Konzept 2000* beschloss die Stadt Dortmund ein Rahmenkonzept für die Innenstadt, einen Katalog von Zielen sowie Strukturkonzepte und Maßnahmen. Es wurden weitere *Aufbauende Einzelkonzepte* vorgeschlagen, von denen eines die „stadtbildgerechte Einfügung von Werbung und Firmenreklamen, einschließlich notwendiger Einschränkungen" ist.

Möglich ist dies mit dem Instrument der Gestaltungssatzung nach § 86 Abs.1 Nr.1 und 2 der Landesbauordnung für Nordrhein-Westfalen. Die Satzung für den Ostenhellweg / Westenhellweg ist seit Juli 2004 gültig.

Ziele und Leitgedanken der Gestaltungssatzung

Der Westenhellweg / Ostenhellweg verfügt als öffentlicher Raum und mit seiner Bebauung über großes gestalterisches Potenzial. Darauf kann man aufbauen.

Dies soll durch Maßnahmen erreicht werden, die besonders auf den Charakter der vorhandenen Architektur abgestimmt sind:

- Die stadtbildprägenden und oftmals historischen Bauten sollen wieder zur Geltung kommen. Dieses ist nur möglich, indem ihre Fassadengliederung wieder sichtbar gemacht und hervorgehoben wird.
  Das heißt: die Werbeanlagen und Vordächer sollen sich der Struktur der Fassade anpassen.

- Andere meist wiederaufgebaute Häuser, Nachkriegsbauten oder neuere Gebäude (bis auf die ganz neuen!) haben keinen ausgeprägten Charakter oder sind eher einfach gestaltet.
  Bei ihnen sollen besonders gestaltete Vordächer als neue und gemeinsame identitätsbildende Gestaltungselemente dienen. Die Werbung soll dazu die harmonische Ergänzung sein.

Der Westenhellweg / Ostenhellweg soll insgesamt wegen seiner Geschichte, seiner zentralen Lage und seines charakteristischen Erscheinungsbildes

- aus den übrigen innerstädtischen Straßen in Dortmund und
- der gestalterischen Beliebigkeit der Einkaufsstraßen in anderen Städten herausragen.

Eine besondere Funktion hat dabei der mittlere Abschnitt zwischen den Kirchen: er ist das Herz der Stadt! Er ist über die meisten kurzen Wege mit der Kernstadt, dem Markt, dem Bahnhof etc. verbunden und hat die schönsten Plätze.

Die im mittleren Abschnitt vorhandene qualitätvolle und historische Architektur soll durch die besondere Art von Vordächern und Werbeanlagen nicht mehr gestört, sondern „veredelt" werden. Diese Architektur soll in Zukunft das Straßenbild mit ihren Qualitäten dominieren.

Die Randbereiche des Westen- und Ostenhellweges, deren Erscheinungsbild durch einfachere, meist neuere Bauten geprägt ist, sollen durch einheitliche, verbindende Gestaltungselemente (Vordächer) eine neue, dortmund-typische Erscheinung bekommen.

Bei allen Gebäuden des Westen- und Ostenhellweges soll die Werbung an die Fassadengliederung angepasst sein und mit den Vordächern eine harmonische Verbindung eingehen.

2. Bestand

Die städtebaulichen Merkmale des Hellweges

Der Westen- und Ostenhellweg hat bei einer Länge von knapp 1.200 Metern eine fast einheitliche Breite von 11 bis 13 Metern. Er stellt sich dem Betrachter aber nicht als räumliches Kontinuum dar. Die Kirchhöfe und -plätze, z.B. der Petrikirchhof und der Raum zwischen Reinoldi- und Marienkirche, unterteilen ihn in drei Abschnitte.

Der mittlere Abschnitt zwischen den Kirchen, der ohnehin durch seine homogenere Bebauung den Eindruck einer räumlichen Einheit vermittelt, hat die meisten historischen und die einprägsamsten Gebäude („Merkzeichen"). Hier gibt es auch die interessantesten Blicke (Mönchenwordt mit Brunnen im Vordergrund und Propstei-Kirche im Hintergrund, Durchblicke zum Markt usw.).

Auch der östliche Abschnitt des Straßenzuges mit einer Bebauung annähernd gleichartigen Maßstabes und mit nur wenigen Baulücken vermittelt den Eindruck der räumlichen Einheit. Dieser Abschnitt wird durch eine hohe Dichte von Geschäften, zwei Warenhäuser, aber nur wenige Bauten geprägt, die eine Funktion als Merkzeichen in der Stadt haben.

Der westliche Abschnitt hat einen ganz anderen Charakter: Bauten völlig unterschiedlichen Maßstabes, zahlreiche Lücken sowie einfachere Gebäude, die dem Betrachter kaum im Gedächtnis bleiben.

Die Architektur

Die Architektur der Bauten am Hellweg spiegelt für jeden erkennbar die einzelnen Etappen seiner Entwicklung wider:

Von der Gründerzeit bis zum Beginn des 1. Weltkrieges:

Die älteste noch bestehende Geschäftsbebauung des Westen- und Ostenhellweges hat als gemeinsames Kennzeichen die für diese Zeit typische, kleinteilige Gliederung der Fassaden: vertikale Betonung der Fensterachsen durch Lisenen, Bögen oder Erker; horizontale Fassadenaufteilung durch Sockel, Gesimse über dem Erdgeschoss oder Obergeschoss.

Daneben sind die Fassaden meist durch plastischen Schmuck, Ornamente oder Riffelung von Flächen oder Säulen hervorgehoben. Sie prägen das Stadtbild positiv.

Ein Sonderfall sind die im Krieg teilzerstörten Gebäude, die mit veränderten Fassaden oder Dächern wiederaufgebaut wurden und bei denen die Fassaden „geglättet" und von ihrem Schmuck befreit wurden.

Die 20er und 30er Jahre:

Die Gebäude aus dieser Epoche, die noch gut erhaltene Fassaden haben, sind auch als stadtbildprägend zu bezeichnen.

Die Nachkriegszeit und die 50er / 60er Jahre:

Die Architektur der Nachkriegszeit wird am Hellweg durch vielerlei Gebäudetypen repräsentiert:

- durch die bereits erwähnten 2-3- geschossigen, unvollständig wieder errichteten „Restbauten";
- die Bauten der Vorkriegszeit, die unter Verlust der ursprünglichen Gestalt aufgebaut wurden;
- die Architektur der 50er Jahre mit ihrer typischen Kleinteiligkeit, den fein ausgebildeten Details, der fensterweisen vertikalen Gliederung durch Lisenen oder der horizontalen Gliederung durch Brüstungen;
- Sonderbauten im besten Stil dieser Zeit wie das „Film-Casino";
- einfache verputzte, oft strukturlose Bauten mit „Lochfassaden".

Die neueren Bauten:

Die neueren Bauten haben oftmals keinen deutlichen eigenen Charakter; sie sind in ihrer Wirkung auf das Stadtbild meist neutral. Erst in den letzten 5 bis 10 Jahren hat eine Entwicklung zu technisch und gestalterisch anspruchsvoller Architektur eingesetzt.

Gemeinsame Merkmale der Architektur

Das auffälligste gemeinsame Merkmal, das bei den Bauten der verschiedensten Epochen am Hellweg vorkommt, sind die zweigeschossigen Schaufensteranlagen:

- Die einfachste Variante sind die zusätzlichen Schaufenster im Obergeschoss. Die schönsten Beispiele stammen aus der Gründerzeit. Bei ihnen gibt es vom Erdgeschoss bis zum 1. Obergeschoss durchlaufende Säulen oder Bögen.
- Die wirklichen 2- Geschoss-hohen Schaufenster, die es schon bei einigen Gründerzeitbauten gab, haben bei den allerneuesten Gebäuden am Hellweg eine „Renaissance" erfahren.
- Ein Schaufenstertypus ist auf dem Hellweg wahrscheinlich häufiger als in den Zentren der meisten anderen Großstädte anzutreffen: es ist das aus der Fassade hervortretende, senkrecht oder schräg ausgestellte, meist geschosshohe Schaufenster im 1. Obergeschoss.

Die besten Beispiele hierfür stammen aus den 50er Jahren. Sie sind eine Besonderheit der Dortmunder Innenstadt.



Ausschnitt mittlerer Abschnitt



östlicher Abschnitt



westlicher Abschnitt

3. Ziele und Konzepte

In der Bestandsaufnahme des Hellweges wurde eines deutlich: die hochwertigsten städtebaulichen Räume und die das Stadtbild prägenden Bauten sind die historischen.

Daraus ergibt sich für die Erhaltung und Gestaltung des Hellweges:

- die historische Bausubstanz und die historischen Spuren machen seine Einzigartigkeit aus;
- der größte gestalterische Schatz des Hellweges liegt in seiner Geschichte.

Welche Funktion und Bedeutung hatte der Hellweg also in der Geschichte Dortmunds? Welche hat er heute? Wie kann man seine Einzigartigkeit wieder zur Geltung kommen lassen?

Funktion und Bedeutung des Straßenzuges in der Geschichte und heute

Der Hellweg als Impulsgeber für die Stadtgründung

Der heutige Westen-/ Ostenhellweg war zur Zeit seiner Entstehung Teil einer Ost - West - Fernstraße, des Hellweges.

Als Militärstraße für die Eroberungskriege gegen die Sachsen ist sie um 800 n. Chr. angelegt worden und führte vom heutigen Duisburg bis Magdeburg. Im Abstand von Tagesmärschen entstanden Etappen-Stationen, die sogenannten „Königs-Höfe". Diese wurden im 9. / 10. Jahrhundert zu Festungen ausgebaut, die sich im Laufe der Zeit zu mittelalterlichen Städten entwickelten. So entstanden z.B. Duisburg, Essen, Bochum, Dortmund und Unna.

Der Hellweg als Garant für die Bedeutung Dortmunds

Der Hellweg war auch der wichtigste Ost - West - Handelsweg. Innerhalb der Mauern Dortmunds siedelten sich am Hellweg im Mittelalter Kaufleute und Handwerker an. Dortmund war damals eine wohlhabende Reichs- und Hanse-Stadt mit 7000 Einwohnern. Nach dem 30jährigen Krieg (1618 - 1648) sank Dortmund zur Ackerbürgerstadt herab und war noch 1815 mit 4300 Einwohnern erheblich kleiner als zur Zeit seiner Blüte. Erst mit der Industrialisierung brach eine neue Zeit des Aufschwungs und des Wachstums für Dortmund an. Der wirtschaftliche Aufstieg führte zu einem Zuzug von Arbeitskräften. Die Einwohnerzahl wuchs in nur 100 Jahren bis 1915 auf 220.000, die Fläche von 80 auf 2700 Hektar.

Die innerstädtische Funktion als Geschäftsstraße

Mit der anwachsenden Bevölkerung nahm nicht nur die Zahl der Geschäfte, sondern auch deren Größe zu. Um 1900 entstanden die ersten Kaufhäuser (z.B. Althoff, heute Karstadt) am Hellweg.

Der Verlust der verkehrlichen Bedeutung

Noch bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts verbanden die Kutschen der „Postlinie" Dortmund mit seiner Umgebung. Auch innerhalb der Stadt war der Hellweg die Haupt - Ost - West - Verbindung. Die Planungen nach dem II. Weltkrieg änderten die Funktion des Hellweges: die Kampstraße und der Brüderweg wurden verbreitert und fungierten nun als neue Ost - West - Achse. Auch die Straßenbahntrasse wurde vom Hellweg hierher verlegt. Der Hellweg verlor dadurch endgültig seine verkehrliche Bedeutung; seine Funktion als Einkaufsstraße wurde allerdings gestärkt.

Fazit

Der Hellweg sollte seiner historischen Bedeutung auch bei seinem Erscheinungsbild gerecht werden. Er sollte im Stadtbild Dortmunds entsprechend aufgewertet werden. Dies heißt: Rücksichtnahme auf die Architektur der historischen Bauten und Verbesserung der Gestalt der jüngeren.

Ziele

Die Ziele zur Aufwertung des Westenhellweges / Ostenhellweges lauten daher:

1. Sichtbarmachung und Pflege der Architektur der Geschäftsbauten der Gründerzeit der 20er Jahre, der 50er Jahre und der qualitätvollen neueren Bauten. Schutz vor Verunstaltung und Verfälschung durch Vordächer und Werbeanlagen, vor allem im mittleren Abschnitt.
2. Schutz der wichtigen Elemente des Stadtbildes (der Kirchen, der Platzräume, der stadtbildprägenden Bauten) durch Verhinderung störender Werbeanlagen oder Vordächer in ihrem Umfeld.
3. Einführung neuer verbindender Gestaltungselemente (einheitlich geneigter Vordächer) zur Aufwertung gesichtsloser Bauten bzw. Straßenabschnitte (in den Randbereichen Ost und West).

Vorgaben für die Gestaltungsregeln

Daraus ergeben sich konkrete Vorgaben für die Gestaltungsregeln:

- Vordächer und Werbeanlagen dürfen die Fassaden der Gebäude nicht beeinträchtigen und deren baulichen Charakter nicht stören.
- Sie dürfen die wichtigen Strukturen der Architektur, die Gliederungselemente der Fassaden nicht überdecken oder überschneiden, und sie müssen Abstand von den wichtigen Fassadenelementen haben.
- Es muß eine Beschränkung auf transparente und einschalige Vordächer geben. Kastenförmige Vordächer darf es am Hellweg nicht mehr geben. Die Vordächer müssen flach geneigt sein und funktionalen Anforderungen an den Wetterschutz genügen.
- Werbeanlagen müssen in der Größe und der Zahl begrenzt werden.
- Wo der Charakter der Architektur in den Vordergrund treten soll, muss die Werbung in der Helligkeit, der Form, der Schrift und anderen Merkmalen zurücktreten.

Bereichskonzepte

Für die drei Abschnitte des Westen- und Ostenhellweges werden unterschiedliche Konzepte vorgeschlagen:

Bereich Mitte:

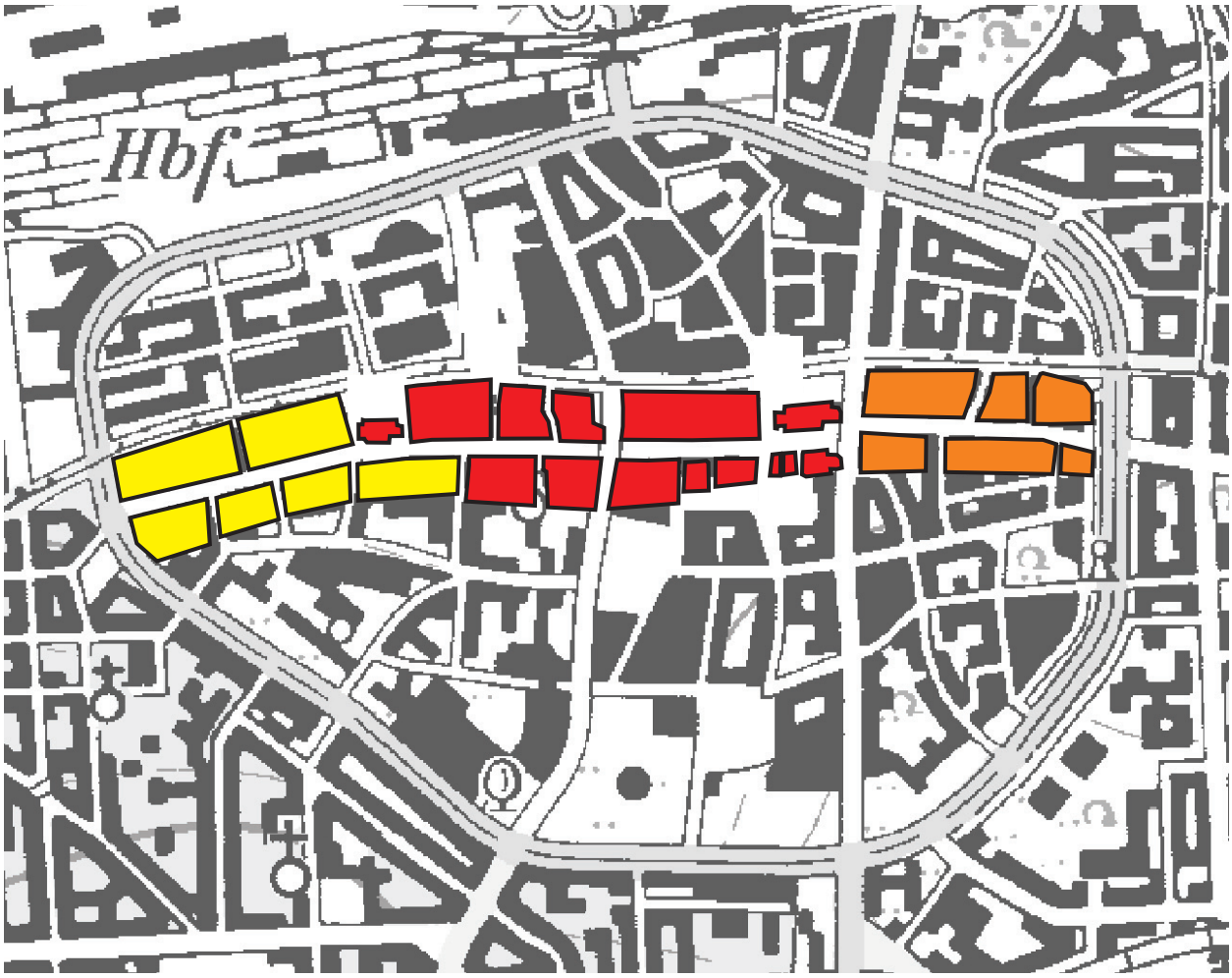
Die Vordächer ordnen sich der Gliederung und der Detailgestaltung der Gebäude unter. Die Vordächer werden unmittelbar über den Schaufenstern angebracht. Die Werbeanlagen befinden sich über den Vordächern, passen sich aber der Gliederung der Fassaden an.

Bereich Ost:

Gut gestaltete Vordächer sollten verbindende Elemente der verschiedenen Gebäudetypen sein. Die Werbung befindet sich unter den Vordächern. Allerdings gibt es in diesem Bereich eine größere Zahl von auskragenden Schaufenstern in den ersten Obergeschossen. Daher muss bei der Anbringung der Vordächer mehr Spielraum bestehen.

Bereich West:

Hier gilt das gleiche Konzept: Vordach über Erdgeschosswerbung. Die Absicht dieser Regelung ist, dass gut gestaltete Vordächer, die zudem über die ganze Hausbreite laufen, die Architektur aufwerten und die verschiedenen Fassadentypen miteinander verbinden.



Bereich West Bereich Mitte Bereich Ost

4. Gestaltungs-regeln

Die Gestaltungsregeln der Satzung sind hier in einer leichter verständlichen Sprache beschrieben als die juristisch gefärbte Ausdrucksweise der Satzung selber. Die folgenden Abschnitte sind jedoch in der selben Reihenfolge gegliedert wie die Satzung. Die Paragraphen der Satzung sind im Titel der Absätze genannt. Dies soll das Arbeiten mit der Satzung erleichtern. (Natürlich zählt im Zweifelsfall nur der Text der Satzung, die sich im Anhang befindet.)

Die Satzung hat den folgenden Aufbau:

- Präambel und allgemeine Paragraphen (werden hier nicht noch einmal erläutert).
- *Allgemeine Regeln für Werbeanlagen*, die als „gemeinsame Vorschriften" für den ganzen Hellweg gelten.
- *Besondere Regeln für Werbeanlagen* und ihre Position im Verhältnis zur Gesamtfassade und zu den Vordächern jeweils für die Bereiche Mitte und Ost bzw. West.
- Bei den *allgemeinen Regeln* bzw. *"gemeinsamen Vorschriften" für Vordächer* wird deren Anbringung, Größe und Ausführung erläutert.
- Es folgen die besonderen *Regeln für die Vordächer in den Bereichen Mitte und Ost / West.*

§§ 5 - 8 : Werbeanlagen: allgemeine Regeln für den ganzen Hellweg

Welche und wieviel Werbung ?

Für jeden Einzelhandels- oder anderen Betrieb darf es nur eine Werbeanlage parallel zur Fassade (sogenannte Flachwerbung) und eine weitere als Ausleger geben. Aber es kann darüber hinaus (je einmal) Werbung für jeden Hersteller oder Zulieferer gemacht werden, die sich aber auf das Sortiment beziehen muss.

Anbringung von Werbeanlagen

Hier geht es um das Verhältnis der Werbeanlagen zur Gliederung der Fassaden. Die Werbeanlagen dürfen nicht auf andere Gebäude übergreifen. Sie dürfen auch wichtige Fassadenelemente nicht verdecken oder überschneiden. Auch andere Werbeanlagen dürfen sie weder verdecken noch überschneiden. Vorhandene und neue Werbeanlagen müssen aufeinander abgestimmt werden. Diese Regelung soll u.a. die Häufung von Werbeanlagen vermeiden.

Werbung darf nicht direkt auf, an oder unter dem Vordach angebracht werden. Auch als Aufschrift auf Vordächern oder Sonnenschutzdächern (z.B. Markisen) ist Werbung unzulässig.

An den Seiten- oder Brandwänden des Gebäudes darf keine Werbung angebracht werden. Werbeanlagen in Form von untereinander oder nebeneinander gesetzten Lichtkästen sind generell nicht erlaubt. Werbeanlagen dürfen ferner durch ihr Licht nicht blenden.

Flachwerbung und ihre Anbringungsorte

Flachwerbung (d.h. Werbeanlagen, die waagerecht und parallel zur Fassade verlaufen) darf im Erdgeschoss grundsätzlich nur über den Schaufenstern und in den Obergeschossen nur an der Brüstung unterhalb der Fenster angebracht werden.

Unter den zahlreichen schräg oder vertikal ausgestellten Schaufenstern, die eine der baulichen Besonderheiten des Hellweges sind, darf die Werbung parallel zur Fassade abgehängt werden. Die Durchgangshöhe von mindestens 2,50 m ist allerdings einzuhalten.

Spezialfall: Folien auf den Schaufenstern

An einigen Gebäuden sind Schaufenster in den Erd- oder Obergeschossen flächig mit Folien beklebt oder sogar zugestrichen. Dies soll in Zukunft unterbleiben und ist daher nicht mehr zulässig.

Es ist (als Ausnahme) aber dann möglich, wenn im Bereich der Gesimse keine Werbeanlagen möglich sind oder wenn überhaupt keine Gesimse oder Brüstungen existieren (etwa bei Ganzglasfassaden). Aber auch dann darf die Schaufensterfläche nur bis zu 10 % verdeckt werden. Um den flächigen Eindruck zu vermeiden, dürfen nur Einzelbuchstaben verwendet werden.

Ausleger und ihre Anbringungsorte

Senkrechte Ausleger (d.h. senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen) darf es natürlich nur in den Obergeschossen geben. Für die Wahl der Gebäudeseite, an denen die senkrechten Ausleger angebracht werden, sind über die ganze Länge des Westenhellweges / Ostenhellweges Regeln aufgestellt worden, die das Erscheinungsbild harmonisieren sollen:

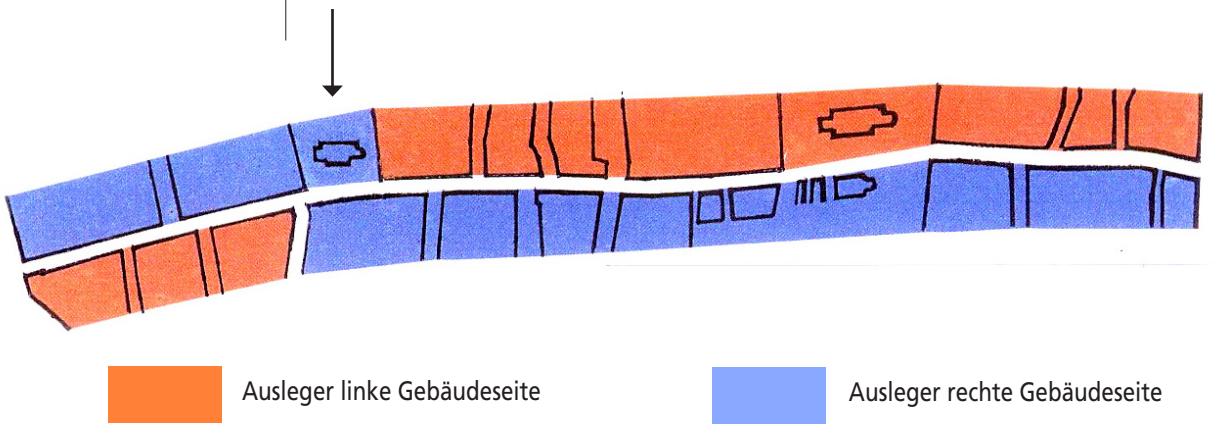
Von einem theoretischen, allerdings häufig frequentierten Eingang in den Hellweg von Norden über den Petrikirchhof

- nach rechts (Westen) gehend sind die Ausleger auf der nördlichen Straßenfront auf der rechten Gebäudeseite, auf der südlichen Straßenfront dagegen auf der linken Gebäudeseite anzubringen;
- nach links (Osten) gehend sind sie auf der Nordseite links anzubringen, auf der Südseite dagegen rechts. (In der Satzung sind die Hausnummern angegeben.)

Dies führt dazu, dass die Ausleger auf beiden Seiten je nach Gehrichtung immer an den Fassadenanfängen oder -enden hängen. Dies gilt natürlich nur für den jeweils ersten Ausleger; die anderen folgen dann nach und nach über die Länge der Fassade und an den dafür vorgesehenen Orten.

An den schräg oder vertikal ausgestellten Schaufenstern im 1. Obergeschoss sind Ausleger deplaziert und daher nicht zulässig. An Eckgebäuden müssen dabei die Ausleger mindestens 1 m von der Gebäudeecke entfernt sein.

Die relativ selten vorkommenden Werbefahnen unterliegen den selben Regeln wie senkrechte Ausleger. Davon ausgenommen sind temporäre Werbemaßnahmen, z.B. für Schlussverkäufe oder an Baugerüsten.



Ausleger linke Gebäudeseite

Ausleger rechte Gebäudeseite

Begriffe aus der Architektur

1. **Gliederung:** Unterteilung einer Fassadenfläche durch Gliederungselemente.

2. **Gliederungselemente:** Senkrechte, waagerechte oder bogenförmige vorspringende oder zurückspringende Bauteile wie Säulen, Lisenen, Pilaster, Sockel, Gesimse, Friese, Fensterlaibungen sowie Rahmen oder Skelette.

3. **Gliederungseinheiten:** Abschnitte, in die die Fassade gegliedert ist.

4. **Feld:** Durch Gliederungselemente eingefasste Fassadenfläche.

5. **Gesims:** Grundform der Gesimse sind vorspringende waagerechte Platten oder Stege mit rechtwinkligem oder profiliertem Querschnitt.

6. **Brüstung:** Waagerechtes Bauelement zwischen dem Fußboden eines Geschosses und den Fenstern.

Begriffe aus der Werbetechnik

1. **Flachwerbung:** Alle parallel zur Gebäudeseite angebrachten Anlagen der Außenwerbung.

2. **Ausleger:** Senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen. Heute meist in vertikaler Längenausdehnung. In historischer Form auch Schild oder Zeichen, das von einer oft verzierten Halterung getragen wird.

3. **Reliefkörper:** Räumliche Werbeanlage in Form einzelner Buchstaben, Logos, Worte, Lichtkästen / Kastentransparente.

4. **Lichtkasten / Kastentransparent:** Kubus, oft aus transluzentem Material. Träger einer Werbeaufschrift oder einzelner Buchstaben.

5. **Spiegel:** Vorderseite einer Werbeanlage.

6. **Zarge:** Seitenteil bzw. Rahmen eines Reliefkörpers; in der Regel senkrecht zu Spiegel und Gebäudefassade verlaufend.

7. **Blendfrei:** Helligkeit eines Objektes, bei der das Umfeld einer Werbeanlage (z.B. die Fassade) noch gut wahrnehmbar ist (im Extremfall kann die Blendung durch eine Werbeanlage belästigend wirken).

8. **Logo / Emblem:** Ein Emblem ist ein gegenständliches Sinnbild für einen bestimmten Beruf, ein Gewerbe oder eine Dienstleistung, für die Aufmerksamkeit geweckt werden soll. Als Werbesymbol wird aber auch das schriftliche Signet (Monogramm), Zunft- oder Innungszeichen bis hin zu einem abstrahierenden Logo einer Firma begriffen.

Zu den Begriffen, die in diesen Regeln und der Satzung verwandt werden

§§ 9 - 14: Werbeanlagen in den Bereichen Mitte und Ost / West

Hier geht es um die besonderen Bestimmungen für Werbeanlagen in den einzelnen Bereichen des Hellweges.

§§ 9 - 11: Bereich Mitte

Flachwerbung

Im Bereich Mitte gelten wegen seiner Bebauung andere Regeln als in den beiden anderen Bereichen; das beginnt mit der Position der Werbeanlagen zu den Vordächern und setzt sich in einer stärkeren Einbindung in die vorhandene Gliederung der Architektur fort.

Die fassadenparallelen Werbeanlagen im Erdgeschoss müssen *oberhalb der Vordächer* im Bereich der Gesimse angebracht sein. Sie müssen (in der Höhe) einen Mindestabstand von 20 cm zu den Vordächern und wichtigen Gliederungselementen haben. Die Werbeanlagen, ob im Erdgeschoss oder im Obergeschoss, müssen sich dabei mit ihren Abmessungen auf die vorhandene kleinteilige Fassadengliederung beziehen. Sie dürfen jedoch in ihrer Gesamtlänge nicht über 2 Feldlängen hinausgehen. Falls aber keine entsprechenden Gliederungselemente vorhanden sind, beträgt die maximale Länge 12 Meter. Der Mindestabstand zu den wichtigen Gliederungselementen muss, zu deren besserer Ablesbarkeit, mindestend 10 cm betragen.

Die Werbeanlage darf nicht höher als 60 cm sein. Davon ausgenommen sind die bei Schriften oder Logos typischen Unter- oder Oberlängen.

Ausleger

Senkrechte Ausleger (die ja nur in den Obergeschossen angebracht werden dürfen) müssen mindestens 20 cm und höchstens 40 cm Abstand von der Fassade haben. Sie dürfen, einschließlich des Abstandes von der Fassade, eine Ausladung von höchstens 1 m haben.

Der Mindestabstand zu den wichtigen Fassadenelementen muss 10 cm betragen. Fassadenelemente wie Fenster und Öffnungen dürfen nicht verdeckt oder überschnitten werden. Nur wenn sonst keine andere Art der Anbringung besteht, darf dieses Maß unterschritten werden.

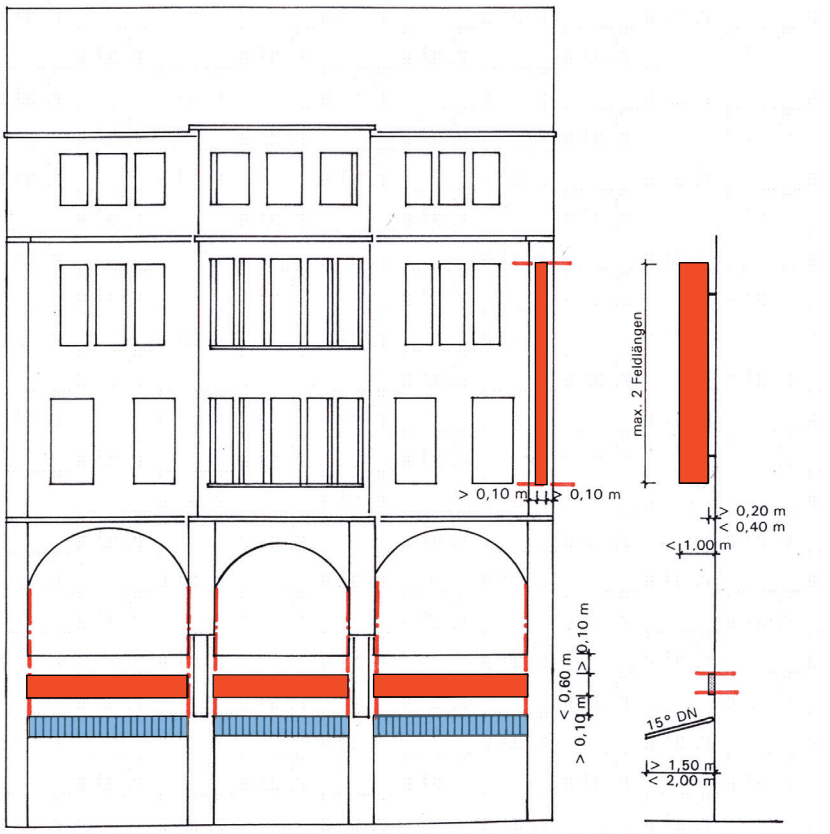
Auch senkrechte Ausleger müssen sich auf die Fassadengliederung beziehen. Sie dürfen maximal die Ausdehnung (hier: die Höhe) zweier Felder einschließlich der dazwischen liegenden Brüstung haben. Die maximale Ausdehnung reicht von der Oberkante des Gesimses des 1. Obergeschosses bis zur Unterkante der Brüstung des letzten Vollgeschosses. Beim Fehlen von horizontalen Gliederungselementen beträgt die maximale Länge wieder 12 m.

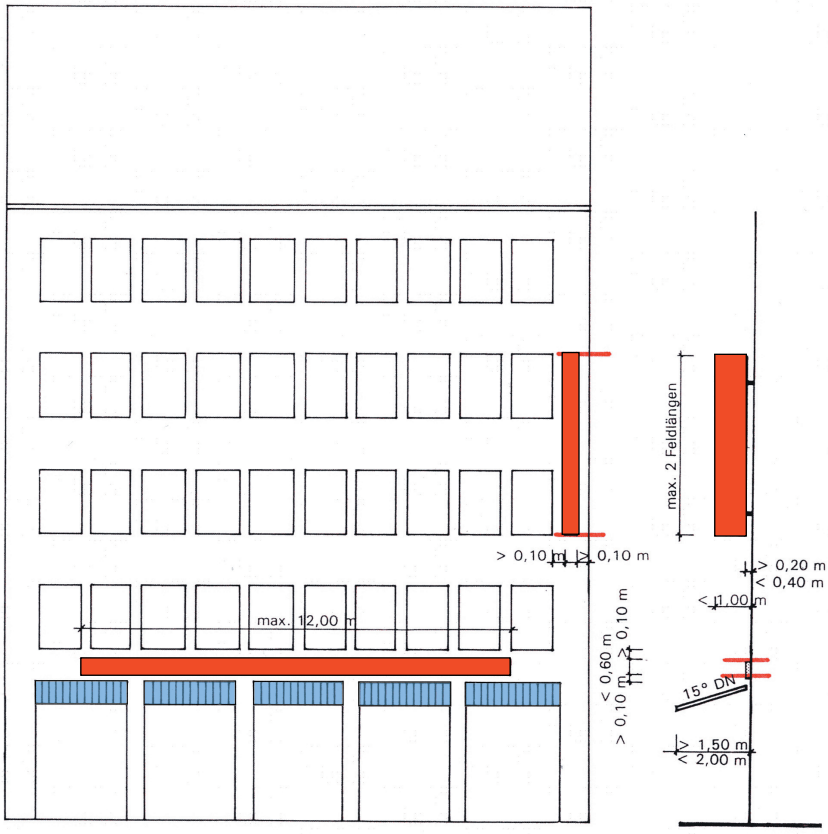
Zur Ausführung der Werbeanlagen im Bereich Mitte

Auch bei der Form der Werbeanlagen gelten im Bereich Mitte strengere Regeln: Die Reliefkörper (siehe Erläuterung oben) dürfen nur als Einzelbuchstaben oder in Schreibschriften ausgebildet werden. Die Schrifttypen sind normal oder mager zu wählen. Handelt es sich um Lichtwerbeanlagen, also um transluzentes Material, müssen die seitlichen Zargen geschlossen oder in einer anderen Farbe als der Spiegel gehalten sein. Ihre Farbe muss mit der Farbe des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein. Diese Regelung erhöht die Lesbarkeit der Schrift, vermeidet seitliche Abstrahlung und fügt sich besser in den Kontext des Gebäudes ein.

Bei Werbeanlagen (und damit auch bei Auslegern), bei denen die Buchstaben auf oder zwischen Tafeln angebracht sind, müssen die Tafeln entweder transparent oder transluzent sein.

Beispielhafte Anbringung von Werbeanlagen und Vordächern im Bereich Mitte





§§ 12 -14: Bereiche Ost und West

Bei den Regeln für die Bereiche Ost und West muss die Werbung weniger stark hinter die Architektur zurücktreten.

Trotzdem spielt der jeweilige Fassadentyp eine große Rolle: Gliederungselemente müssen, wenn sie vorhanden sind, beachtet werden. Bei neutralen oder strukturlosen Fassaden wirken Vordächer (und gut gestaltete Werbeanlagen) als zusätzliche Gestaltungselemente. Insgesamt werden die nach den Gestaltungsregeln ausgeführten Vordächer für die beiden Bereiche trotz der unterschiedlichen Bebauung ein verbindendes Element sein.

Flachwerbung

Die waagerecht und parallel zur Fassade angebrachten Werbeanlagen müssen *unterhalb des Vordaches* im Bereich des Gesimses angebracht werden. Die Abstände zum Vordach, zu wichtigen Gliederungselementen und zum Schaufenster müssen mindestens 10 cm betragen. Die Höhe der Werbeanlage darf 80 cm nicht überschreiten. Davon ausgenommen sind die für Schriften und Logos typischen Unter- und Oberlängen.

In den Erdgeschossen sind die Breiten der Schaufensterflächen der jeweiligen Betriebe maßgebend für die maximale Länge der Werbeanlagen. Die Werbeanlagen *in den Obergeschossen* müssen an den Brüstungen und mit Mindestabständen von 10 cm zu den wichtigsten Gliederungselementen angebracht werden. Ihre Höhe darf 80 cm nicht überschreiten. Sie müssen in dem Fassadenbereich, in dem sich der Betrieb befindet, mittig angeordnet werden. Sie dürfen aber höchstens die Hälfte der zur Verfügung stehenden Länge bedecken.

Ausleger

Die maximale Länge reicht (wie im Bereich Mitte) von der Oberkante des Gesimses des 1. Obergeschosses bis zur Unterkante der Brüstung des letzten Vollgeschosses.

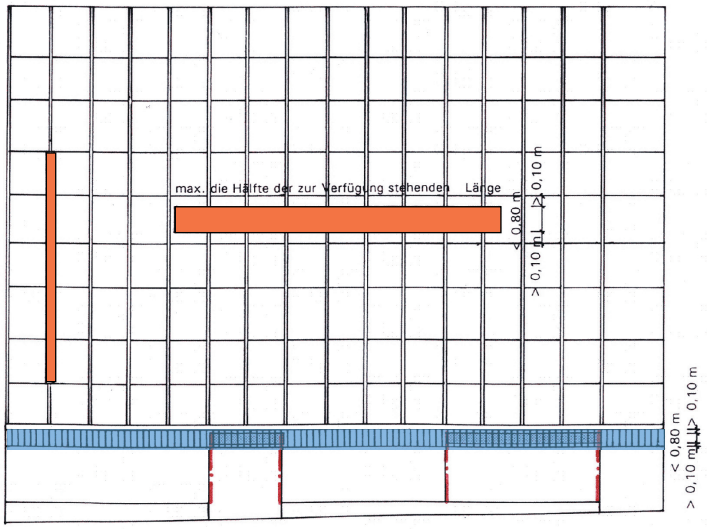
Wenn kein Gesims am 1. Obergeschoss vorhanden ist, beginnt der Ausleger auf der Linie der Unterkante der Fenster des 2. Obergeschosses. Die Höhe des Auslegers ist auf jeden Fall auf maximal 12,0 m begrenzt (z.B. wenn die Unterkante der Brüstung des letzten Vollgeschosses höher liegt).

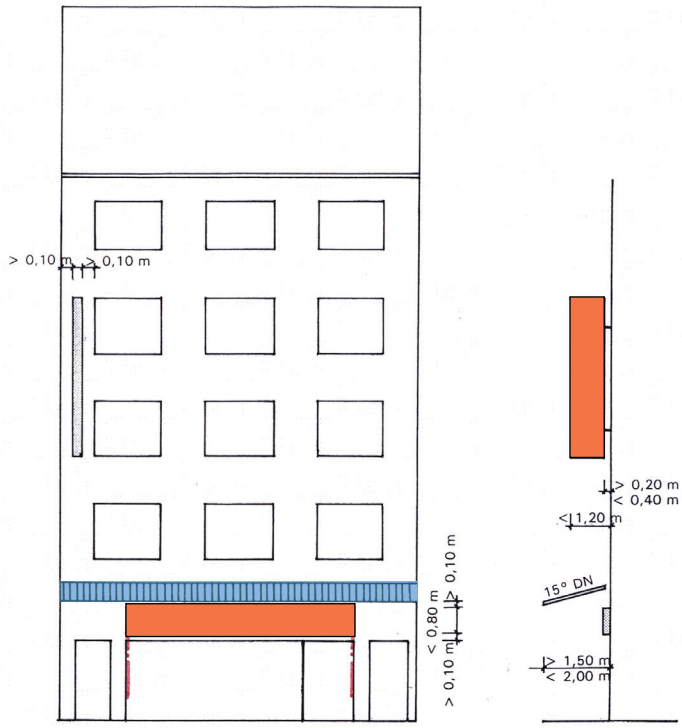
Die maximale Ausladung von der Gebäudewand bis zur Außenkante der Werbeanlage beträgt 1,20 m, wobei die Werbeanlage selbst höchstens 1 m breit und der Abstand von der Fassade mindestens 20 cm und höchstens 40 cm betragen darf. In der Frontalansicht muss der Abstand zu den wichtigen Fassadenelementen mindestens 10 cm betragen. Fassadenelemente, wie Fenster und Öffnungen, dürfen nicht verdeckt oder überschnitten werden. Nur wenn sonst keine andere Art der Anbringung besteht, darf das o.g. Maß unterschritten werden.

Zur Form der Werbeanlagen

Bei Lichtkästen (Kastentransparenten) müssen die Zargen geschlossen sein oder eine andere Farbe haben als der Spiegel. Die Farbe muss mit der des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein.

Beispielhafte Anbringung von Werbeanlagen und Vordächern in den Bereichen Ost und West





§ 15: Vordächer: allgemeine Regeln für den ganzen Hellweg

Vordächer sind am gesamten Ostenhellweg / Westenhellweg zulässig und erwünscht. Lediglich an vorkragenden Konstruktionen (z.B. Balkons, schräg oder vertikal ausgestellten Schaufenstern und Erkern) können keine festen Vordächer angebracht werden.

Auskragung und Neigung

Ihre Auskragung muß mindestens 1,50 m und höchstens 2,00 m betragen. Dabei gilt folgende Einschränkung: sie darf höchstens bis zu einem Abstand von 75 cm (in senkrechter Projektion) bis zum Außenrand der Entwässerungsrinnen im Straßenbelag reichen.

Vordächer dürfen eine Neigung von höchstens 15 Grad (von der Gebäudekante zur Straßenseite abfallend) haben. Ihre Vorderkanten müssen parallel zur Fassade verlaufen; sie müssen an der Vorderkante eine lichte Höhe von mindestens 2,50 m (über Oberkante Straßenniveau) haben. Wenn die lichte Höhe der Vorderkante 4,50 m oder mehr beträgt, darf der oben genannte Abstand zur Entwässerungsrinne unterschritten werden.

Ausführung

Sie müssen transparent und einschalig ausgeführt sein und sie dürfen nur aus folgenden Materialien bestehen:

- Glas oder Kunststoff (z.B. Acrylglas / „Plexiglas“) in den Ausführungen transparent oder sandgestrahlt;
- Metall als Konstruktionsmaterial.

Trotz dieser Beschränkung auf wenige Materialien und die gleichen Neigungen und Dimensionen gibt es eine große Anzahl verschiedener Formen und Ausführungen. So wird bei aller Einheitlichkeit, die dem Ostenhellweg / Westenhellweg ein neues Erscheinungsbild verleiht, genügend Vielfalt für die Selbstdarstellung der Betriebe bleiben.

Textile Bespannungen oder solche aus Folien sind lediglich bei *Sonnenschutzdächern* (Markisen) erlaubt. Sie müssen eine Auskragung von mindestens 1 m und höchstens 2 m haben und dürfen eine Neigung von 15 Grad nicht überschreiten. Auch hier gilt an der untersten Kante eine lichte Höhe von 2,50 m.

Mehrere Vordächer oder Sonnenschutzdächer an einer Fassade müssen in Material, Neigung, Ausladung und lichter Höhe gleichartig ausgeführt werden. Damit stellen sie zwischen den einzelnen Geschäften und Gebäuden ein verbindendes Gestaltungselement dar.

§§ 16 - 17: Vordächer in den Bereichen Mitte und Ost / West

§ 16: Bereich Mitte

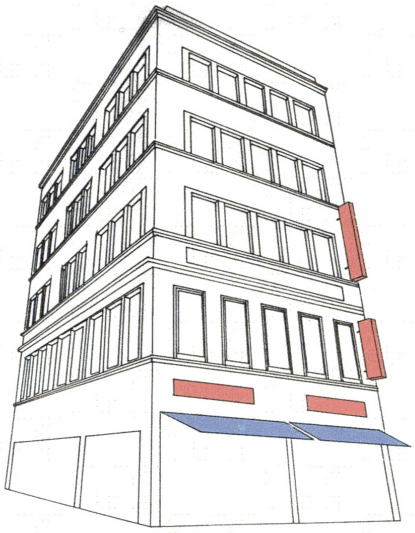
Hier müssen die *Vordächer unmittelbar über den Schaufenstern* angebracht werden. Die *Flachwerbung des Erdgeschosses muß oberhalb von ihnen* Platz finden. Dabei ist ihre Länge auf die kleinste Gliederungseinheit beschränkt (z.B. ein Schaufenster). Pro Gliederungseinheit ist ein Vordach zulässig.

§ 17: Bereiche Ost und West

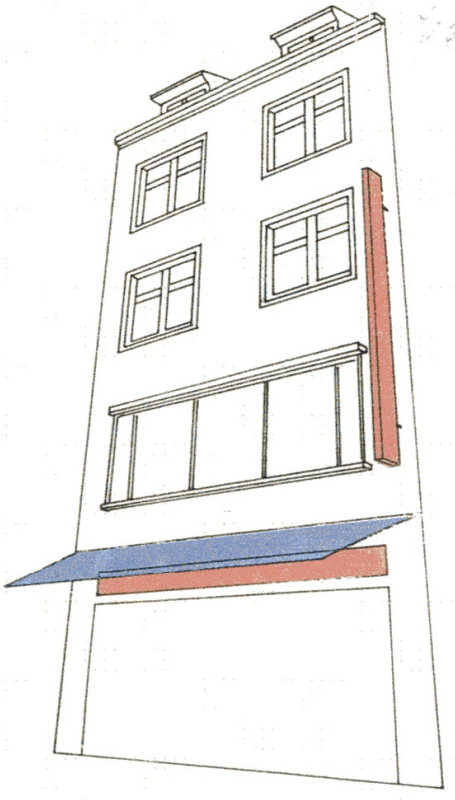
In diesen Bereichen müssen die *Vordächer im Gesimsbereich oberhalb der Schaufenster über die gesamte Länge der Fassade* (d.h. von Gebäudekante zu Gebäudekante) oder des Betriebes angeordnet werden. Die *Werbeanlagen liegen darunter.* Von der Vordachkonstruktion zu wichtigen Gliederungselementen muss ein Abstand von 10 cm eingehalten werden.

Bereich Mitte





Bereiche Ost und West





Anhang:

Satzung der Stadt Dortmund

über Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer zum Schutz der Gestalt des Westenhellweges / Ostenhellweges

Aufgrund der §§ 7 und 41 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV NRW S.666 / SGV NRW 2023), zuletzt geändert durch Gesetz vom 30. April 2002 (GV NRW S.160), in Verbindung mit § 86 Abs.1 Nr.1 und Nr. 2 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) vom 1. März 2000 (GV NRW S.256), zuletzt geändert durch Gesetz vom 9. Mai 2000 (GV NRW S.439) hat der Rat der Stadt Dortmund in seiner Sitzung am 01.April 2004 folgende Satzung beschlossen:

Präambel

Der Straßenzug Westen- und Ostenhellweg ist für Dortmund historisch und städtebaulich sowohl als beherrschende Orientierungsachse der City als auch als älteste Straße der Stadt überhaupt von herausragender Bedeutung.

Über Jahrhunderte markieren die drei Pfarrkirchen St. Petri, St. Reinoldi und St. Marien den Verlauf der alten Handelsstraße. Etwa seit dem frühen Mittelalter wurden die Häuser in einer einheitlichen Bauflucht am Straßenrand errichtet, von dem die Kirchen deutlich abgerückt sind. Dieses lineare Ensemble aus Straßenkorridor, Plätzen und Kirchen ist in Dortmund so ausgeprägt wie in keiner anderen Stadt am Hellweg.

Allerdings ist die Wahrnehmung des Straßenraumes durch massive Vordächer (häufig als Werbeträger genutzt) und maßstabssprengende Ausleger- und Flachwerbung inzwischen erheblich beeinträchtigt. Diese Entwicklung ist mit den übergeordneten Interessen der Allgemeinheit, zu denen der Schutz des Orts- und Straßenbildes vor Verunstaltungen zählt, nicht mehr vereinbar. Aber auch die Werbung als Mittlerin zwischen Angebot und Nachfrage ist von allgemeinem Interesse.

Um eine einseitige, wie die angesprochene Entwicklung einzudämmen, ist daher eine maßvolle, auf Interessenausgleich zielende Reaktion angemessen. Dieses ist Leitgedanke der Satzung.

I. Allgemeines

§ 1 Ziel

(1) Ziel der Satzung ist es, dieses Erscheinungsbild und die Eigenart des Westen- und Ostenhellweges als hochbedeutende Geschäftsstraße und als historisch und strukturell wichtigsten Straßenzug der Stadt Dortmund zu wahren und durch geeignete Maßnahmen einer positive Gestaltung von Werbeanlagen, Vordächern und Sonnenschutzdächern weiterzuentwickeln.

Dieses soll geschehen durch

- den Schutz vor Verunstaltungen bei den Vordächern und Werbeanlagen;
- die Wiedersichtbarmachung der Architektur der historischen Geschäftsbauten und der Qualitäten des öffentlichen Straßenraumes;
- den abgestimmten Einsatz neuer Gestaltungselemente (Vordächer) an den jüngeren Gebäuden.

§ 2 Räumlicher Geltungsbereich

(1) Die Bestimmungen dieser Satzung gelten für den Straßenzug Westenhellweg / Ostenhellweg. Der Geltungsbereich umfasst auch dessen freiliegende Brandwände.

(2) Wegen der unterschiedlichen Strukturmerkmale der Bebauung in den verschiedenen Abschnitten des Westenhellweges / Ostenhellweges ist der räumliche Geltungsbereich der Satzung in drei Bereiche aufgeteilt.

Die gemeinsamen Bestimmungen gelten für den gesamten Verlauf des Straßenzuges. Die besonderen Bestimmungen gelten jeweils für die Bereiche Mitte, Ost und West.

(3) Die Bereiche sind wie folgt umschrieben:

Bereich Mitte:

Nordseite: Zwischen Petrikirchhof (Westenhellweg 67) und Reinoldikirche (Ostenhellweg 4)

Südseite: Zwischen Kolpingstraße (Westenhellweg 66) und Marienkirche (Ostenhellweg 5)

Bereich Ost:

Nordseite: Zwischen Willy-Brandt-Platz (Ostenhellweg 18-24) und Ende Ostenhellweg (Nr.62)

Südseite: Zwischen Kleppingstraße (Ostenhellweg 19) und Ende Ostenhellweg (Nr.61)

Bereich West:

Nordseite: Zwischen Anfang Westenhellweg (Nr.127) und Petrikirche (Westenhellweg 75)

Südseite: Zwischen Anfang Westenhellweg (Hoher Wall 25) und Kolpingstraße (Westenhellweg 70-84)

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

§ 3 Sachlicher Geltungsbereich

(1) Der sachliche Geltungsbereich der Satzung umfasst die Änderungen und Anbringung aller Werbeanlagen, Vordächer und Sonnenschutzdächer.

(2) Diese Satzung regelt die Zulässigkeit von Werbeanlagen, Vordächern und Sonnenschutzdächern nach Anzahl, Lage, Größe und Ausführung.

(3) Unberührt bleiben die Vorschriften des Denkmalschutzrechtes, die Regelungen, nach denen Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen einer Erlaubnis bedürfen, sowie Bestimmungen, die die Anbringung von Vordächern und Werbeanlagen aus Gründen der Verkehrssicherheit auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen regeln.

§ 4 Begriffe

(1) Nachfolgende Begriffe aus der *Architektur* werden im Rahmen dieser Satzung verwandt:

1. *Gliederung*: Unterteilung einer Fassadenfläche durch Gliederungselemente.

2. *Gliederungselemente*: Senkrechte, waagerechte oder bogenförmige vorspringende oder zurückspringende Bauteile wie Säulen, Lisenen, Pilaster, Sockel, Gesimse, Friese, Fensterlaibungen sowie Rahmen oder Skelette.

3. *Gliederungseinheiten*: Abschnitte, in die die Fassade gegliedert ist.

4. *Feld:* Durch Gliederungselemente eingefasste Fassadenfläche.

5. *Gesims:* Grundform der Gesimse sind vorspringende waagerechte Platten oder Stege mit rechtwinkligem oder profiliertem Querschnitt.

6. *Brüstung:* Waagerechtes Bauelement zwischen dem Fußboden eines Geschosses und den Fenstern.

(2) Nachfolgende Begriffe aus der *Werbetechnik* werden in dieser Satzung verwandt:

1. *Reliefkörper:* Räumliche Werbeanlage in Form einzelner Buchstaben, Logos, Worte, Lichtkästen / Kastentransparente o.ä.

2. *Ausleger:* Senkrecht von der Fassade abstehende Werbeanlagen. Heute meist in vertikaler Längenausdehnung. In historischer Form auch Schild oder Zeichen, das von einer oft verzierten Halterung getragen wird.

3. *Lichtkasten / Kastentransparent:* Kubus, oft aus transluzentem Material. Träger einer Werbeaufschrift oder einzelner Buchstaben.

4. *Spiegel:* Vorderseite einer Werbeanlage.

5. *Zarge:* Seitenteil bzw. Rahmen eines Reliefkörpers; in der Regel senkrecht zu Spiegel und Gebäudefassade verlaufend.

6. *Blendfrei:* Helligkeit eines Objektes, bei der das Umfeld einer Werbeanlage (z.B. die Fassade) noch gut wahrnehmbar ist (im Extremfall kann die Blendung durch eine Werbeanlage belästigend wirken).

7. *Flachwerbung:* Alle parallel zur Gebäudeseite angebrachten Anlagen der Außenwerbung.

8. *Logo / Emblem:* Ein Emblem ist ein gegenständliches Sinnbild für einen bestimmten Beruf, ein Gewerbe oder eine Dienstleistung, für die Aufmerksamkeit geweckt werden soll. Als Werbesymbol wird aber auch das schriftliche Signet (Monogramm), Zunft- oder Innungszeichen bis hin zu einem abstrahierenden Logo einer Firma begriffen.

II. Gemeinsame Bestimmungen für Werbeanlagen

§ 5 Art und Zahl der Werbeanlagen

(1) An einer Gebäudefassade ist je Gewerbebetrieb oder sonstiger Arbeitsstätte eine Flachwerbung und eine Auslegerwerbung zulässig. Für jeden Hersteller, dessen Nennung zur Charakterisierung des Sortimentes unerlässlich ist, darf zusätzlich einmal parallel zur Fassade (Flachwerbung) geworben werden, soweit andere Vorschriften dieser Satzung dem nicht entgegenstehen.

§ 6 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Bei der Anbringung von Werbeanlagen ist auf die Fassadengestaltung des Gebäudes und andere Werbeanlagen Rücksicht zu nehmen.

Allgemein gilt:

1. Werbeanlagen dürfen nicht auf Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen.
2. Gliederungselemente der Fassaden dürfen nicht verdeckt, überdeckt oder überschnitten werden.
3. Werbeanlagen dürfen sich gegenseitig nicht verdecken oder überschneiden.
4. Werbeanlagen müssen aufeinander abgestimmt werden. Dies gilt insbesondere für bereits existierende Werbeanlagen und solche, die gemäß der vorliegenden Satzung errichtet werden.
5. Eine Häufung von Werbeanlagen ist ausgeschlossen.
6. Werbeanlagen dürfen nicht direkt auf, an oder unter dem Vordach angebracht werden oder mit ihm verbunden sein.

(2) Werbung an Seiten- und Brandwänden ist unzulässig.

(3) Werbung als Aufschrift auf Sonnenschutzdächern und Vordächern ist unzulässig.

(4) Werbeanlagen mit einzelnen senkrecht untereinander oder nebeneinander gesetzten Lichtkästen (Kastentransparente) sind unzulässig.

(5) Eine von Werbung ausgehende Blendung von Anwohnern und Passanten ist unzulässig.

§ 7 Flachwerbung

(1) *Flachwerbeanlagen* dürfen im Erdgeschoss nur über dem Schaufenster, in den Obergeschossen nur unterhalb der Fenster an der Brüstung angebracht werden.

(2) Unter auskragenden, vertikal oder schräg ausgestellten Schaufenstern im Obergeschoss, die über keine Brüstung oder kein Gesims verfügen, darf die Flachwerbung abgehängt werden; die lichte Durchgangshöhe muss gemessen von der Oberkante Strassenniveau mindestens 2,50 m betragen.

(3) *Werbeanlagen als Aufklebung (Folien)* auf den Schaufensterflächen im Bereich der Erdgeschosse sind nur zulässig, wenn im Bereich des Gesimses keine Flachwerbeanlagen möglich oder keine Gesimse oder Brüstungen vorhanden sind (etwa im Falle von Ganzglasfassaden). Die Schaufensterfläche darf nur bis zu 10 % verdeckt werden. Die Werbeschrift darf nur aus Einzelbuchstaben bestehen.

§ 8 Ausleger

(1) *Ausleger* dürfen nur in den Obergeschossen angebracht werden. Ausleger sind im Erdgeschoss unzulässig. Für die Wahl des Anbringungsortes von Auslegern gilt folgende Regel:

Nordseite des Westenhellweges / Ostenhellweges:

- Westenhellweg 127 bis Westenhellweg 75 / Petrikirchhof: *rechte Seite der Frontalansicht des Betriebes.*
- Westenhellweg 67 / Petrikirchhof bis Ostenhellweg 62: *linke Seite der Frontalansicht des Betriebes.*

Südseite des Westenhellweges / Ostenhellweges:

- Hoher Wall 25 bis Westenhellweg 94 / Potgasse: *linke Seite der Frontalansicht des Betriebes.*
- Potgasse / Westenhellweg 88/86 bis Ostenhellweg 61: *rechte Seite der Frontalansicht des Betriebes.*

(2) An auskragenden, vertikal oder schräg ausgestellten Schaufenstern im Obergeschoss sind Ausleger unzulässig.

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

(4) *Werbefahnen* sind wie Ausleger zu behandeln. Ausgenommen sind temporäre Werbemaßnahmen (Schlussverkauf o.ä.).

III. Besondere Bestimmungen für Werbeanlagen im Bereich Mitte

§ 9 Flachwerbung

(1) *Flachwerbeanlagen* an den Erdgeschossen sind *oberhalb* der Vordächer mit Mindestabstand von 0,20 m von den Vordächern oder Gliederungselementen anzubringen.

(2) Im Erdgeschoss und den Obergeschossen müssen sich *Flachwerbeanlagen* maßlich auf die vorhandenen kleinteiligen Fassadengliederungen des jeweiligen Gebäudes beziehen. Die Länge der Werbeanlage ist auf maximal 2 Feldlängen, höchstens jedoch 12 Meter begrenzt. Der Mindestabstand zu Gliederungselementen muss mindestens 10 cm betragen. Die Höhe der Werbeanlage darf maximal 60 cm betragen. Sie kann jedoch von den für die Schrift oder das Logo charakteristischen Unter- oder Oberlängen überschritten werden.

§ 10 Ausleger

(1) *Ausleger* an den Obergeschossen müssen einen Mindestabstand von 20 cm und einen maximalen Abstand von 40 cm von der Fassade haben. Die Ausladung, einschließlich des Abstandes zur Fassade darf höchstens 1 m betragen.

(2) *Ausleger* sind (in der Frontalansicht) mit Mindestabständen von 10 cm zu wichtigen Fassadenelementen anzuordnen und dürfen vor allem Fassadenelemente wie Fenster und Öffnungen nicht verdecken oder überschneiden. Die Unterschreitung dieses Maßes ist nur dann möglich, wenn sonst keine andere Art der Anbringung besteht.

(3) *Ausleger* müssen sich maßlich auf die vorhandenen Fassadengliederungen beziehen. Die Höhe der Werbeanlage ist auf die Höhe von zwei Feldern und einer dazwischen liegenden Brüstung begrenzt. Die maximale Höhe reicht von der Oberkante des Gesimses des 1. Obergeschosses bis zur Unterkante der Brüstung des letzten Vollgeschosses. Bei fehlenden Gliederungselementen ist die Höhe auf maximal 12 m begrenzt.

§ 11 Ausführung der Werbeanlagen

(1) Es dürfen nur Einzelbuchstaben oder Schreibschriften verwendet werden. Die Schrifttypen sind normal oder mager zu wählen. Bei Buchstaben oder Schreibschriften aus transluzentem Material müssen die seitlichen Zargen geschlossen oder in einer anderen Farbe als der Spiegel gehalten sein. Ihre Farbe muss mit der Farbe des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein.

(2) Im Falle von Auslegern oder Flachwerbeanlagen, bei denen die Buchstaben auf oder zwischen Tafeln angebracht sind, müssen diese Tafeln transparent oder transluzent sein.

IV. Besondere Bestimmungen für Werbeanlagen in den Bereichen Ost und West

§ 12 Flachwerbung

(1) *Flachwerbeanlagen* an den Erdgeschossen sind *unterhalb* des Vordaches mit einem Mindestabstand von 10 cm zur Unterkonstruktion anzubringen. Der Mindestabstand zu Gliederungselementen oder zum Schaufenster muss mindestens 10 cm betragen. Die Höhe der Werbeanlage darf jedoch 80 cm nicht überschreiten. Sie kann jedoch von den für die Schrift oder das Logo charakteristischen Unter- oder Oberlängen überschritten werden.

(2) Im Erdgeschoss sind die Breiten der Schaufensterflächen der jeweiligen Betriebe für die maximale Länge der *Flachwerbeanlagen* maßgebend.

(3) Flachwerbung an den Obergeschossen sind jeweils an den Brüstungen mit Mindestabständen von 10 cm zu Gliederungselementen anzubringen. Die Höhe der Werbeanlage darf 80 cm nicht überschreiten. Sie sind mittig in Bezug zum jeweiligen Fassadenbereich, in dem sich die Stätte der Leistung befindet, anzuordnen und dürfen höchstens die Hälfte der zur Verfügung stehenden Länge bedecken.

§ 13 Ausleger

(1) *Ausleger* dürfen eine maximale Höhe von der Oberkante des Gesimses des 1. Obergeschosses bis zur Unterkante der Brüstung des letzten Vollgeschosses haben. Ist kein Gesims vorhanden, dann ist die Höhenangabe auf die Unterkante der Fenster des 2. Obergeschosses zu beziehen. Bei fehlenden horizontalen Gliederungselementen ist die Höhe auf maximal 12 m begrenzt.

(2) Die maximale Ausladung von *Auslegern* (zwischen Fassadenfläche und Außenkante Werbeanlage) beträgt 1,20 m, wobei die Breite der Werbeanlage höchstens 1 m betragen und der Abstand von der Fassade mindestens 20 cm und höchstens 40 cm betragen darf.

(3) *Ausleger* sind (in der Frontalansicht) mit Mindestabständen von 10 cm zu Gliederungselementen anzuordnen und dürfen vor allem Fassadenbestandteile wie Fenster und Öffnungen nicht verdecken oder überschneiden. Die Unterschreitung dieses Maßes ist nur dann möglich, wenn sonst keine andere Art der Anbringung besteht.

§ 14 Ausführung der Werbeanlagen

(1) Bei Lichtkästen (Kastentransparente) müssen die seitlichen Zargen geschlossen oder in einer anderen Farbe als der Spiegel gehalten sein; ihre Farbe muss mit der des Gebäudes harmonieren oder mit ihr identisch sein.

V. Gemeinsame Bestimmungen für Vordächer und Sonnenschutzdächer

§ 15 Anbringungsort, Größe und Ausführung

(1) Vordächer sind im gesamten Geltungsbereich der Satzung zulässig, jedoch nicht an vorkragenden Fassadenteilen, wie Balkons, Erkern oder auskragenden Schaufenstern im Obergeschoss.

(2) Vordächer müssen mindestens 1,50 m und höchstens 2 m auskragen, jedoch höchstens bis zu einem Abstand von 75 cm bis zum Außenrand der Entwässerungsrinne im Straßenbelag. Sie dürfen eine Neigung von 15 Grad (von der Gebäudekante zur Entwässerungsrinne abfallend) nicht überschreiten. Ihre Vorderkante muss parallel zur Fassade verlaufen. Die lichte Höhe der Vorderkante, gemessen über Oberkante Straßenniveau, muss mindestens 2,50 m betragen. Der horizontale Abstand zur Entwässerungsrinne kann unterschritten werden, wenn die lichte Höhe der Vorderkante 4,50 m oder mehr beträgt.

(3) Sie müssen transparent und einschalig ausgeführt sein. Sie dürfen nur aus folgenden Materialien bestehen:

- die Dachflächen aus Glas oder Kunststoff (transparent oder sandgestrahlt)
- die Tragkonstruktion aus Metall.

(4) Textile Bespannungen oder solche aus Folien sind nur bei Sonnenschutzdächern, jedoch im gesamten Geltungsbereich der Satzung zulässig. Sie müssen einer Auskragung von mindestens 1,0 m und höchstens 2,0 m und dürfen eine Neigung von 15 Grad nicht überschreiten. Die lichte Höhe der untersten Kante beträgt gemessen von der Oberkante Straßenniveau mindestens 2,50 m.

(5) Sind für eine Fassade mehrere Vordächer oder Sonnenschutzdächer vorgesehen, so sind sie in Material, Neigung, Ausladung und lichter Höhe gleichartig auszuführen.

VI. Besondere Bestimmungen für Vordächer im Bereich Mitte

§ 16 Anbringungsort und Größe

(1) Im Bereich Mitte sind die Vordächer *unmittelbar über den Schaufensterflächen* anzubringen. Sie sind so anzuordnen, dass die Flachwerbung des Erdgeschosses gem. § 9 *oberhalb* von ihnen Platz findet.

(2) Die Länge ist auf die kleinste Gliederungseinheit beschränkt. Innerhalb einer Gliederungseinheit ist ein nur Vordach zulässig.

VII. Besondere Bestimmungen für Vordächer in den Bereichen Ost und West

§ 17 Anbringungsort und Größe

(1) In den Bereichen Ost und West sind die Vordächer *im Gesimsbereich / Brüstungsbereich oberhalb* der Schaufenster anzubringen. Sie sind so anzuordnen, dass die Flachwerbeanlagen des Erdgeschosses gem. § 12 *unterhalb* von ihnen Platz finden.

(2) Sie müssen sich über die gesamte Breite der Fassade (d.h. von Gebäudekante zu Gebäudekante) bzw. eines Betriebes erstrecken.

(3) Von der Vordachkonstruktion zu Gliederungelementen ist ein Mindestabstand von 10 cm einzuhalten.

VIII. Verfahrensvorschriften

§ 18 Genehmigungspflicht

Die Errichtung und die Änderung von Vordächern und Werbeanlagen bedürfen einer Baugenehmigung. Über die Allgemeinen Anforderungen an die Bauausführung für Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) gem. § 13 (1), (2) und (3) 1 BauO NRW hinaus gelten die Anforderungen, die in der Satzung enthalten sind.

§ 19 Abweichungen

Gemäß § 73 BauO NW kann das Bauordnungsamt der Stadt Dortmund Abweichungen von den Anforderungen zulassen, wenn sie unter Berücksichtigung des Zweckes der jeweiligen Anforderung und unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind.

§ 20 Ordnungswidrigkeiten und Bußgeld

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt gemäß § 84 (1) 20 BauO NW ordnungswidrig. Eine Ordnungswidrigkeit kann gemäß § 84 (3) BauO NW mit einer Geldbuße bis zu 50.000,- EURO geahndet werden.

§ 21 Inkrafttreten

Die Satzung tritt nach ihrer Bekanntmachung in den „Dortmunder Bekanntmachungen", Amtsblatt der Stadt Dortmund in Kraft. Gleichzeitig tritt die „Satzung der Stadt Dortmund über besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung baulicher Anlagen und Werbeanlagen auf dem Westenhellweg und Ostenhellweg" vom 8. September 1967 außer Kraft.

Dortmund, den 19.05.04

Dr. Langemeyer
Oberbürgermeister

Räumlicher Geltungsbereich der Satzung, unterteilt in 3 Bereiche

