



Gestaltungssatzung Innenstadt Haan

in der Fassung vom 28.09.2017



Teil B: Werbeanlagen sowie ergänzende Auflagen im Rahmen der Sondernutzungserlaubnis

Aufgrund des § 88 Absatz 1 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. Dezember 2016 (GV. NRW. Nr. 45 S. 1161 ff), in Verbindung mit § 7 Absatz 1 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV. NRW Seite 666), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 15. November 2016 (GV. NRW. S. 966), hat der Rat der Stadt Haan in seiner Sitzung am _____. diese Satzung beschlossen.

Haan, den _____._____

Dr. Bettina Warnecke
Bürgermeisterin

Präambel

Der besondere Charakter der Haaner Innenstadt zeichnet sich u. a. durch gestalterisch zusammenhängende Gebäudeensembles aus, die ganze Straßenabschnitte prägen. Ortsbild bestimmend ist hierbei vor allem die kleinteilige Gliederung von Gebäuden und Fassaden, was insbesondere auf die schmalen Parzellenbreiten und die hier zu findenden historischen Baustile (bergischer Schieferstil, Historismus, Heimat-/Jugendstil) zurückzuführen ist.

Der Verlust der gestalterischen Ordnung würde damit zwangsläufig zur Beliebigkeit und letztendlich zum Verlust der Identität der Haaner Innenstadt führen. Um dies zu vermeiden, wird die nachfolgende Gestaltungssatzung erlassen.

Als Orientierung für die Gestaltung von Werbeanlagen und die Gestaltung von Nutzungen des öffentlichen Raumes gelten insbesondere die noch bestehenden historischen Gebäude aus der Zeit vor dem zweiten Weltkrieg. Die großmaßstäbliche Bebauung des Neuen Marktes besitzt demgegenüber im Stadtbild eine Sonderstellung: Sie ist als Zeitzeugnis der Nachkriegszeit zu werten und ansonsten für die kleinstädtisch gewachsene Struktur der Innenstadt untypisch. Sie kann daher nicht als stadtgestalterischer Bezugspunkt für die übrige Innenstadt herangezogen werden.

Allgemeines

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der Geltungsbereich umfasst die folgenden Straßenzüge bzw. Straßenabschnitte:

Alsenstraße (Nr. 1 und 2), Alter Kirchplatz, Alte Ley (nur Nr. 2 und 4), Am Ideck (nur Nr. 30), Am Küppershäuschen (nur Nr. 22 und 26), Bahnhofstraße (Nr. 16-88 und 17-87), Bismarckstraße (Nr. 1-9 und 10-16), Bleichstraße, Breidenhofer Straße (Nr. 1-9 und 4-18), Dieker Straße (Nr. 17 und 19, Nr. 57-105 und Nr. 60-106), Diekerhofstraße (Nr. 1-11 und 2-12), Düppelstraße (Nr. 1a-15 und 2-10), Ellscheider Straße (Nr. 1-31 und 8-30), Friedhofstraße (nur Nr. 4), Friedrichstraße (Nr. 1-73 und 2-54), Goethestraße (Nr. 1, 3, 9, 11), Grünstraße, Horst, Horststraße, Jägerstraße (Nr. 1-17 und 2-18), Jahnstraße, Kaiserstraße, Karlstraße (nur Nr. 37), Kölner Straße (Nr. 1-29 und 6-48), Kirchstraße, Königstraße (Nr. 2-16 und 19-23), Königgrätzer Straße (Nr. 2-12), Luisenstraße, Martin-Luther-Straße (Nr. 2-26 und 7-25), Mittelstraße, Moltkestraße (Nr. 1-15 und 2-16), Neuer Markt, Robert-Stolz-Weg (Nr. 3-9a und 6), Schillerstraße, Stöcken (Nr. 1-7, 9, 12, 19-21), Talstraße (Nr. 26-50 und 33-47), Thienhausener Straße (Nr. 2-10), Turnstraße (Nr. 2-22 und 3-21), Walder Straße (Nr. 1-9 und 2-16), Wilhelmstraße (Nr. 1-29, 4-10 und 18-30), Windhövel, Zeppelinstraße (Nr. 1-25a und 2-24).

Die Umgrenzung des räumlichen Geltungsbereichs ist als rote Umrandung in dem als **Anlage 1** beiliegenden Plan dargestellt. Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für Werbeanlagen, die nach der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen in der jeweils gültigen Fassung genehmigungspflichtig sind und für privatgewerbliche Nutzungen des öffentlichen Raums im Rahmen von Sondernutzungserlaubnissen.

(2) Innerhalb des Denkmalbereichs II „Stadtmitte Haan“ gilt zusätzlich die Satzung für den Denkmalbereich II vom 18.11.1985.

Demnach bedarf im Denkmalbereich II, unabhängig von baurechtlichen Genehmigungen, der Erlaubnis der Unteren Denkmalbehörde entsprechend § 9 DSchG NW, wer

- a) bauliche Anlagen, auch wenn sie keine Denkmäler sind, beseitigen, verändern, an einen anderen Ort verbringen oder die bisherige Nutzung ändern will,

- b) bauliche Anlagen errichten will, wenn hierdurch das Erscheinungsbild des Denkmalsbereiches beeinträchtigt wird.

Die Erlaubnispflicht nach dieser Satzung gilt auch dann, wenn die baulichen Maßnahmen nach der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen vom 1. März 2000 (GV. NRW. S. 256), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 20. Mai 2014 (GV. NRW. S. 294) bauaufsichtlich genehmigungsfrei sind. Die Erlaubnis kann mit Auflagen und Bedingungen erteilt werden, wenn diese zur Wahrung der denkmalpflegerischen Eigenart erforderlich sind.

(3) Der § 6 Abs. 4 und die §§ 9 bis 11 gelten in Verbindung

- mit der Sondernutzungssatzung der Stadt Haan vom 20.05.1988 und
- mit der Plakatierungssatzung der Stadt Haan vom 04.05.2010.

(4) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden, wenn in Bebauungsplänen innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches abweichende Festsetzungen über die Gestaltung von Werbeanlagen getroffen sind.

(5) Für legal bestehende Werbeanlagen, die vor Inkrafttreten dieser Satzung an Gebäuden genehmigt wurden, gelten die Vorschriften dieser Satzung erst bei Änderung oder Erneuerung der Anlagen.

(6) Unberührt bleiben die Regelungen, welche die Anbringung von Werbeanlagen auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen aus Gründen der Verkehrssicherheit regeln.

(7) Abweichende Anforderungen aufgrund der Bestimmungen des Denkmalschutzgesetzes Nordrhein-Westfalen (DSchG NRW) bleiben durch diese Gestaltungssatzung unberührt. Insbesondere wird die denkmalschutzrechtliche Genehmigung für Maßnahmen, welche die Tatbestandsmerkmale des § 9 DSchG NRW erfüllen, durch diese Satzung nicht ersetzt.

- Werbeanlagen -

§ 3 Grundsätze der Gestaltung

(1) Werbeanlagen aller Art, die auf den öffentlichen Raum wirken, sind in ihrer Gesamtheit so auszuführen, dass das Straßenbild nicht beeinträchtigt wird und ein gestalterischer Bezug zum Erscheinungsbild der Innenstadt erhalten bleibt beziehungsweise wieder entsteht.

(2) Werbeanlagen (inkl. Unterkonstruktion) müssen sich in das Bild der Innenstadt und die nähere Umgebung einfügen. Sie haben sich nach Umfang, Anordnung, Werkstoff, Farbe und Gestaltung dem Bauwerk anzupassen und dürfen gliedernde bzw. stilbildende Fassadenelemente in ihrer Wirkung nicht beeinträchtigen. Eine durch Fensterachsen, Gesimse oder Fachwerkstruktur geprägte Fassadengliederung darf nicht überformt werden.

(3) Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an dem Gebäude zulässig, in dem sich der Betrieb befindet (Stätte der Leistung). Eine Ausnahme bilden Betriebsstandorte in einer Passage bzw. in einem Hinterhof. Hier können Werbeanlagen auch außerhalb des eigentlichen Betriebsgebäudes im Eingangsbereich der Passage bzw. am Vorderhaus in gestalterischer Abstimmung mit den Werbeanlagen anderer Betriebe angeordnet werden.

(4) Je Betrieb dürfen maximal zwei mit dem Gebäude baulich verbundene Werbeanlagen, davon höchstens eine vertikale Werbeanlage oder Ausleger, angeordnet werden.

(5) Mehrere Werbeanlagen eines Betriebes an einem Gebäude sind hinsichtlich Art, Größe, Gestaltung (Material- und Farbwahl), Anbringung und Beleuchtung aufeinander abzustimmen. Werbeanlagen verschiedener Betriebe in einem Gebäude sind ebenfalls hinsichtlich Art und Größe einander anzupassen.

(6) Mit der Werbeanlage darf hauptsächlich nur auf den Namen und die Art des Betriebes (Eigenwerbung) hingewiesen werden. Produktwerbungen sind nur in deutlich untergeordneter Größe und Art zulässig.

(7) Nach Geschäftsaufgabe sind alle Werbeanlagen einschließlich der Unterkonstruktion vom Betriebsinhaber/Eigentümer zurückzubauen und der Ursprungszustand der Fassade ist wiederherzustellen.

§ 4 Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)

(1) Art und Ort der Anbringung an der Gebäudefassade

Horizontale Werbeanlagen sind parallel zur straßenseitigen Gebäudefassade und unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses anzuordnen. Bei Fassaden mit Vordächern bzw. Kragplatten ist die Werbeanlage oberhalb des Vordaches bzw. der Kragplatte anzuordnen.

Die schräge Anordnung von Werbeanlagen bzw. Schriftzügen ist nicht zulässig. Die Anordnung der horizontalen Werbeanlage muss auf die Gliederung der Fassade abgestimmt sein und darf die gliedernden und stilbildenden Fassadenelemente (z. B. Gesimse, Pilaster, Lisenen, Erker) nicht überdecken bzw. in ihrer Wirkung beeinträchtigen.

(2) Art und Größe der horizontalen Werbeanlage

Zulässig sind nur baukörperlich getrennte Einzelbuchstaben oder zusammenhängende Schriftzüge in Schreibschrift sowie Firmenlogos (keine Flach- oder Leuchtkästen mit Schriftzug o. ä. als Werbeuntergrund). Die Größe der Einzelbuchstaben, Schriftzüge und Logos darf eine Höhe von 75 cm und eine Tiefe von 15 cm nicht überschreiten.

(3) Länge der horizontalen Werbeanlage

Die Gesamtlänge von horizontalen Werbeanlagen darf zwei Drittel der jeweiligen Fassaden (-abschnitts-) breite, maximal jedoch 6,0 m nicht überschreiten. Als Länge gilt der Abstand zwischen den beiden am weitesten von einander entfernt liegenden Außenkanten der Werbeanlagen.

(4) Abstände der horizontalen Werbeanlage

Horizontale Werbeanlagen müssen einen Abstand von mindestens 50 cm zu Gebäudeaußenkanten (bzw. bei aneinander gebauten Gebäuden zu seitlichen Grundstücksgrenzen) und benachbarten Werbeanlagen einhalten. Über die Gebäudeaußenkanten hinausgreifende oder über mehrere Gebäudefassaden verlaufende Werbeanlagen sind unzulässig.

§ 5 Ausleger und vertikale Werbeanlagen

(1) Anordnung an der Gebäudefassade

Ausleger und vertikale Werbeanlagen sind senkrecht zur straßenseitigen Gebäudefassade anzubringen. Die schräge Anordnung von Werbeanlagen bzw. Schriftzügen ist nicht zulässig. Je Betrieb kann entweder ein Ausleger oder eine vertikale Werbeanlage an einem Gebäude angeordnet werden.

(2) Abstimmung auf die Fassadengliederung

Die Anordnung der Werbeanlage muss auf die Gliederung der Fassade abgestimmt sein und darf die gliedernden und stilbildenden Fassadenelemente (z. B. Gesimse, Stützen, Pfeiler, Pilaster, Lisenen, Erker) nicht überdecken bzw. in ihrer Wirkung beeinträchtigen. Bei Fassaden mit Vordächern bzw. Kragplatten ist die Werbeanlage oberhalb des Vordaches bzw. der Kragplatte anzuordnen. Ausleger sind dabei unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses anzuordnen. Vertikale Werbeanlagen dürfen die Trauflinie des Gebäudes nicht überschreiten.

(3) Anordnung von vertikalen Werbeanlagen

Vertikale Werbeanlagen sind aufgrund ihrer starken Fernwirkung ausschließlich an Gebäudefassaden entlang des Hauptstraßenzuges (Kaiserstraße/Bahnhofstraße) sowie an Gebäuden mit mehrgeschossiger, gewerblicher Hauptnutzung (z. B. Kaufhaus, Hotel) zulässig. Hierbei kann je Gebäude maximal eine vertikale Werbeanlage angeordnet werden,

diese kann jedoch aus mehreren, hinsichtlich der Werbebotschaft zusammenhängenden Bauteilen bestehen.

(4) Art und Größe eines Auslegers

Die Größe des Auslegers (ohne Unterkonstruktion) darf folgende Maße nicht überschreiten:

- Höhe: 100 cm;
- Breite: 80 cm;
- Stärke: 15 cm.

(5) Abstände von Auslegern bzw. vertikalen Werbeanlagen

Bei der Anordnung eines Auslegers bzw. einer vertikalen Werbeanlage ist darauf zu achten, dass für die anderen Nutzungen in den Obergeschossen keine Sichtbeeinträchtigung oder Störungen durch direktes Licht entstehen. Es gelten folgende Abstände von Auslegern bzw. vertikalen Werbeanlagen:

- zu benachbarten Werbeanlagen: min. 300 cm;
- zur Gebäudefassade: min. 10 cm, max. 40 cm;
- zu Gebäudeecken und Grundstücksgrenzen: min. 50 cm;
- zu Kragplatten, Vordächern, horizontalen Werbeanlagen: min. 50 cm.

§ 6 Besonders stadtbildstörende Arten und Anordnungen von Werbeanlagen

(1) Arten von Werbeanlagen

Im Sinne der Stadtbildpflege und der harmonischen Integration in das Stadtbild sind unzulässig:

- Werbeanlagen in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen und ähnlichen geometrischen oder figürlichen Körpern (wie z. B. einer überdimensionierten Brille für ein Optikergeschäft);
- grelle Farbtöne, Leucht-, Reflex- und Signalfarben; hierzu zählen die in der Anlage 2 aufgeführten sowie die hiermit in ihrer Wirkung vergleichbaren Farben und Farbtöne (Ausnahme: registrierte Firmen- bzw. Markenzeichen);
- leuchtintensive Anstrahlung oder Beleuchtung der Werbeanlagen bzw. der Schaufenster;
- Verwendung von »kaltem« Licht (Farbtemperatur nicht mehr als 3.000 Kelvin);
- Werbeanlagen mit wechselndem oder bewegtem Licht (z. B. Gegen-, Wechsellicht-, Leitlichtanlagen, Laufbänder, Bild- und Filmprojektionen);
- deutlich sichtbare Anordnung von technischem Zubehör der Werbeanlage wie Kabelführungen, Montageleisten usw.;
- bewegliche, großformatige Werbeanlagen, wie z. B. Fahnen, Spannbänder, Transparente sowie
- Wechselwerbeanlagen.

(2) Anordnung von Werbeanlagen

Im Sinne der Stadtbildpflege und der harmonischen Integration in das Stadtbild unzulässig ist die Anordnung von Werbeanlagen an:

- gebäudegliedernden, stilbildenden Architektur- und Fassadenelementen (z. B. Gesimse, Stützen, Pfeiler, Pilaster, Lisenen, Erker, Balkone, Loggien);
- Türen und Toren, Fensterläden, Rollläden und Jalousien;
- Markisen (mit Ausnahme eines Firmenlogos je Markise);
- Dach- und Giebelflächen oberhalb der Trauflinie bzw. oberhalb des Attikaabschlusses;
- Einfriedungen, in Vorgärten und Vorhöfen;
- Masten, Pfeiler, Säulen, Arkadenstützen, Lampen u. ä.;

- Bäumen und Sträuchern.

(3) Freistehende, ortsfeste Werbeanlagen auf privaten Grundstücksflächen

Freistehende, ortsfeste Werbeanlagen (z. B. Werbepylone) auf privaten Grundstücksflächen sind nicht zulässig.

(4) »wildes Plakatieren«

Zettel- und Bogenanschlüge außerhalb der hierfür zugelassenen Werbeträger sind unzulässig. Als zugelassener Werbeträger gelten Litfaßsäulen oder sonst genehmigte Informationseinrichtungen wie Schaukästen, Hinweis- und Werbetafeln, Säulen und Vitrinen.

(5) Werbung an Giebelfassaden und Brandwänden

Werbung an Giebelfassaden und Brandwänden in Form von Bemalungen, Großwerbetafeln, Großwerbepostern u. ä. sind nicht zulässig (Ausnahme: historisch überlieferte Werbung an Brandwänden).

§ 7 Sonstige Werbeanlagen, Hinweisschilder, Schaukästen und Abweichungsgestattungen

(1) Fensterwerbung

Fensterwerbung in Form von Abdeckungen, Beklebungen oder Plakatierungen ist auf maximal 10 % der Glasfläche zulässig (Ausnahme: auf 4 Wochen pro Jahr beschränkte Sonderwerbungen wie z. B. Rabattaktionen). Fensterwerbung oberhalb des Erdgeschosses ist grundsätzlich unzulässig.

(2) Anordnung und Gestaltung von Hinweisschildern und Schaukästen

Hinweisschilder (wie z. B. Firmenschilder) und Schaukästen (wie z. B. Speisekarten) sind wie folgt anzuordnen bzw. zu gestalten:

- Anordnung am Betriebsstandort (Stätte der Leistung), für Betriebsstandorte in Passagen oder im Hinterhof gilt § 3 Absatz 3 dieser Satzung;
- Integration in und Abstimmung auf die Fassadengliederung (nur auf geschlossenen Fassadenbereichen, keine Überformung gliedernder Fassadenelemente);
- ein Hinweisschild je Betrieb mit einer Größe von maximal 0,3 qm;
- bis zu zwei Schaukästen je Betrieb mit einer Größe von je maximal 0,3 qm;
- gestalterische Zusammenfassung in Gruppen bei mehreren Betrieben je Gebäude / bei Passagen;
- nur Eigenwerbung, keine Produktwerbung (Ausnahme: Getränkewerbung bei Gastronomiebetrieben, dann aber deutlich untergeordnet).

(3) Anlassbedingte, zeitlich begrenzte Ausnahmen

- Das befristete, flächige Anbringen von Bauschildern und Hinweisen auf ausführende Baufirmen an Bauzäunen und Baugerüsten sowie das Anbringen von Werbeanlagen anlässlich zeitlich begrenzter Veranstaltungen an der Stätte der Leistung ist ausnahmsweise zulässig. Dies gilt ebenso für zeitlich begrenzte kirchliche, kulturelle, politische, sportliche u. ä. Veranstaltungen.
- Vorübergehend angebrachte Feiertags- bzw. Festtagsdekorationen (z. B. Weihnachts-/ Osterzeit, Kirmes, Haaner Sommer) sind von dieser Satzung ausgenommen.

(4) Keine Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind:

- Plaketten oder ähnliche, kleinformatige Hinweise auf Eigentümer, Stifter oder Künstler an Bänken, Brunnen, Plastiken oder dergleichen,
- Hinweisschilder von maximal 0,25 qm auf Name, Beruf, Öffnungs- und Sprechzeiten an Einfriedungen und Hauswänden.

§ 8 Warenautomaten

Warenautomaten sind nicht zulässig.

- ergänzende Auflagen im Rahmen von Sondernutzungserlaubnissen -

§ 9 Warenauslagen

(1) Anordnung der Warenauslagen

Warenauslagen dürfen nur einreihig unmittelbar vor der Gebäudefassade des zugehörigen Geschäftes (Stätte der Leistung) angeordnet werden.

(2) Breite und Tiefe der Warenauslagen

Warenauslagen sollen in Summe die Hälfte der Gesamt-Schaufensterbreite des Geschäftes nicht überschreiten. Sie dürfen bis zu einem Viertel der Gehwegbreite, maximal aber 1 m in den öffentlichen Raum ragen.

(3) Zeitliche Beschränkung

Warenauslagen dürfen nur temporär und nicht dauerhaft im öffentlichen Raum angeordnet werden (nur während der Geschäftszeiten).

(4) Verzicht auf Produktwerbung und grelle Signalfarben

Bei den Tischen und Ständern der Warenauslagen ist auf Produktwerbung und grelle Signalfarben zu verzichten.

(5) Gestaltungsempfehlung

Empfohlen wird die Verwendung von hochwertigen oder kreativ gestalteten Präsentationstischen (z. B. aus Holz).

§ 10 Mobile Werbeträger

(1) Anordnung

Je Betrieb ist maximal ein Klappständer (»Kundenstopper«) im Vorbereich des Betriebes zulässig.

(2) Zeitliche Beschränkung

Mobile Werbeträger dürfen nur temporär und nicht dauerhaft im öffentlichen Raum angeordnet werden (nur während der Geschäftszeiten).

(3) Mobile Werbefahnen oder vergrößerte Produktimitate

Mobile Werbefahnen oder vergrößerte Produktimitate (wie z. B. überdimensionierte Eishörnchen, Handys), die vergleichsweise dominant im Straßenraum wirken, sind unzulässig.

(4) Farbgebung von mobilen Werbeträgern

Grelle, signalhafte Farben, die vergleichsweise dominant bzw. ablenkend im Straßenraum wirken, sind zu vermeiden.

(5) Gestaltungsempfehlung

Empfohlen wird die gestalterische Bezugnahme der mobilen Werbeträger auf die Werbeanlagen des Erdgeschosses.

§ 11 Flächen der Außengastronomie

(1) Abtrennungen

Raumwirksame oder massive Abtrennungen vom öffentlichen Raum, die dem öffentlich-kommunikativen Charakter entgegenstehen (»private Inseln« durch Sichtschutzwände, Zäune o. ä.) sind unzulässig. Für eine »gefühlte« Raumbegrenzung sind z. B.

Sonnenschirme, bei Bedarf ergänzt durch wenige Pflanzkübel o. ä. (z. B. Terrakotta-Pflanzkübel) ausreichend.

(2) Ausführung der Möblierung

Bei der Möblierung sind Materialien, die visuell hochwertig wirken (z. B. Holz, Metall, hochwertiger Kunststoff) zu verwenden. »Massiv wirkende« Möblierungen (z. B. Sofalandschaften) sind unzulässig.

(3) Farbgebung der Möblierung

Die Möblierung ist in einer zurückhaltenden Farbgebung (in Natur- und Pastellfarben) vorzunehmen. »Grelle«, ablenkende, Aufmerksamkeit auf sich ziehende Farben oder stark reflektierende Oberflächen sind unzulässig.

(4) Gestaltung der Möblierung

Möblierung und Sonnenschirme sind aufeinander abgestimmt und dezent zu gestalten. Die Aufmerksamkeit der Kunden soll durch die Qualität, nicht durch visuelle Aufdringlichkeit erreicht werden.

(5) Produktwerbung

Fernwirksame und dominante Produktwerbung (z. B. an Raumteilern oder Möblierung) ist unzulässig. Produktwerbung darf nur deutlich untergeordnet und zurückhaltend in Erscheinung treten.

(6) Befestigung der Möblierung

Fest montierte Möblierung bzw. Sonnenschirme sind unzulässig. Der temporäre Charakter der Außengastronomie ist zu beachten.

Schlussvorschriften

§ 12 Abweichungen – Ausnahmegenehmigungen

Von den Vorschriften dieser Satzung kann in begründeten Fällen gemäß § 86 Absatz 5 BauO NRW in Verbindung mit § 73 BauO NRW eine Abweichung erteilt werden.

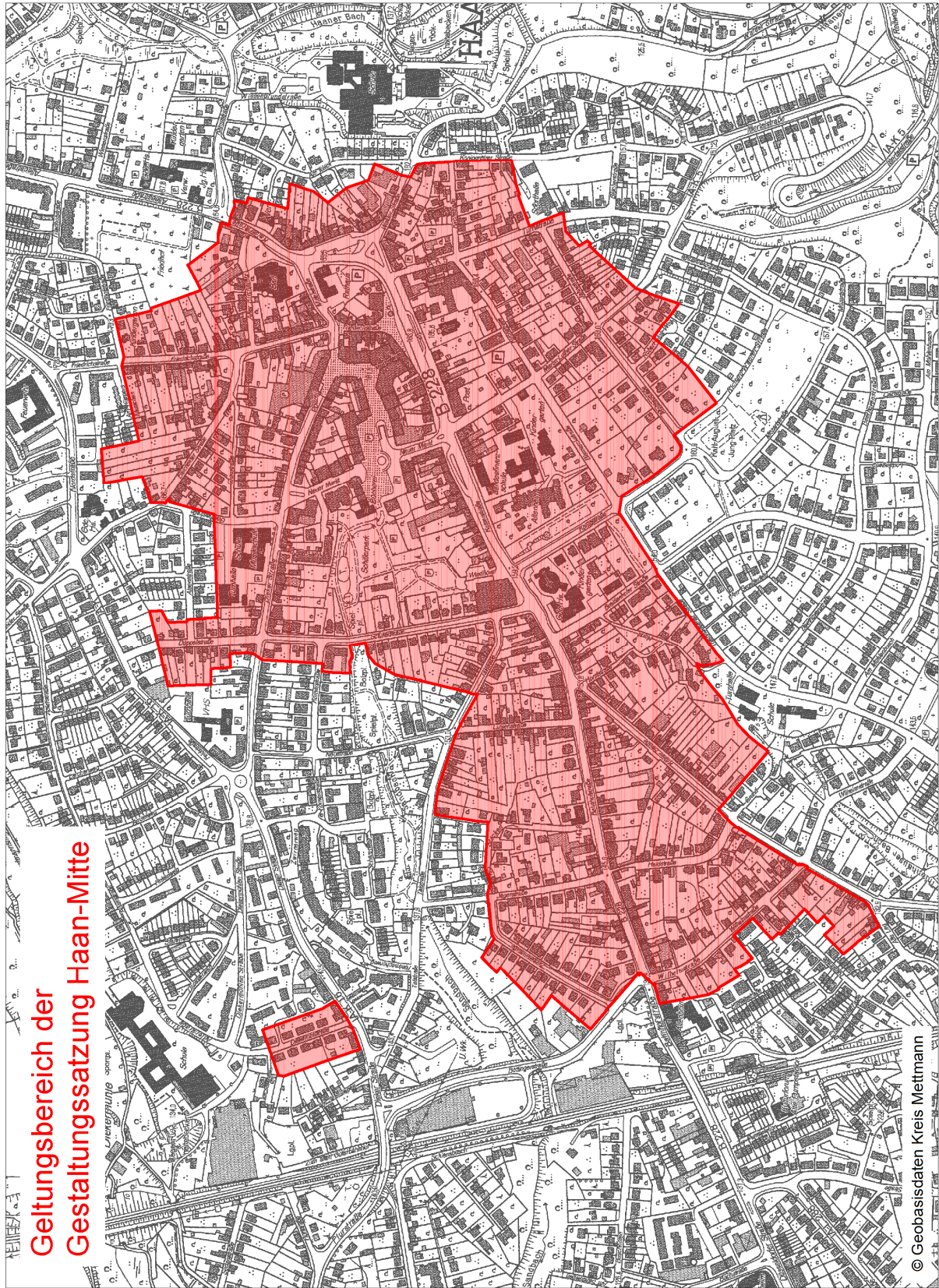
§ 13 Ordnungswidrigkeiten

(1) Ordnungswidrig im Sinne des § 84 Absatz 1 Nummer 20 BauO NRW handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen der Festsetzungen der §§ 2 bis 10 dieser Satzung Maßnahmen durchführt beziehungsweise unterlässt.

(2) Diese Ordnungswidrigkeiten können gemäß § 84 Absatz 3 BauO NRW mit einer Geldbuße bis zu 50.000,- Euro geahndet werden.

§ 14 Inkrafttreten

Die Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.



Unzulässige Farben gemäß § 6 Absatz 1

Hierzu zählen folgende Farben und Farbtöne:

RAL 1003, signalgelb
RAL 1016, schwefelgelb
RAL 1021, cadmiumgelb
RAL 1026, leuchtgelb
RAL 1028, melonengelb
RAL 2002, blutorange
RAL 2003, pastellorange
RAL 2005, leuchtorange
RAL 2007, leuchthellorange
RAL 2008, hellrotorange
RAL 2010, signalorange
RAL 3001, signalrot
RAL 3015, hellrosa
RAL 3018, erdbeerrot
RAL 3024, leuchtrot
RAL 3026, leuchthellrot
RAL 4003, erikaviolett
RAL 4005, blaulila
RAL 4008, signalviolett
RAL 5005, signalblau
RAL 6018, gelbgrün
RAL 6032, signalgrün

sowie

Farben der Sonderfarbenreihe RAL F 7 (Reflexfarben):

RAL 2006, RAL 3019, RAL 3030, RAL 5016, RAL 6030,
RAL 8026, RAL 9014, RAL 9019

und

Farben der Sonderfarbenreihe RAL F 81 (Farben im Straßenverkehr):

RAL 1023, RAL 2009, RAL 3020, RAL 4006, RAL 5017, RAL 6024, RAL 7042,
RAL 7043, RAL 9016, RAL 9017.