Witten
Universitätsstadt an der Ruhr
Planungsamt

GESTALTUNGSHANDBUCH
INNENSTADT WITTEN

Empfehlungen für die Gestaltung von Fassaden, Werbeanlagen und Außengastronomie

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

Stadt Witten - Universitätsstadt an der Ruhr
Der Bürgermeister
Planungsamt
Annenstraße 113
58453 Witten

REDAKTION / INHALT / LAYOUT:

post welters + partner mbB
Architekten & Stadtplaner BDA/SRL
Arndtstraße 37
44135 Dortmund

BILDNACHWEIS:

Luftbild S. 4/historische Karten S. 11: Regionalverband Ruhr
4 Zentrale Empfehlungen für PV-Anlagen: S. 30: Jörg Fruck
Exkurs neue Impulse des Wiesenviertels S. 58 und S. 70-71: Dana Schmidt

alle übrigen Fotos, Karten und Skizzen:
post welters + partner mbB

Dortmund, Juli 2023

Vorwort 5

EINFÜHRUNG

Innenstadt als Einkaufs-, Erlebnis- und Versorgungszentrum 7
Stadthistorie, Baudenkmäler und bauliches Erbe 9
Baukultur der 1950er/60er Jahre - Ein schlummerndes Potenzial 11
Gestaltungshandbuch/Gestaltungssatzung 13

TEIL 1 – GEBÄUDEGESTALTUNG

Gebäudefassade 17
Erdgeschosszone 23
Dächer und Dachaufbauten 27
4 zentrale Empfehlungen für Photovoltaik-Anlagen 31

TEIL 2 – WERBEANLAGEN

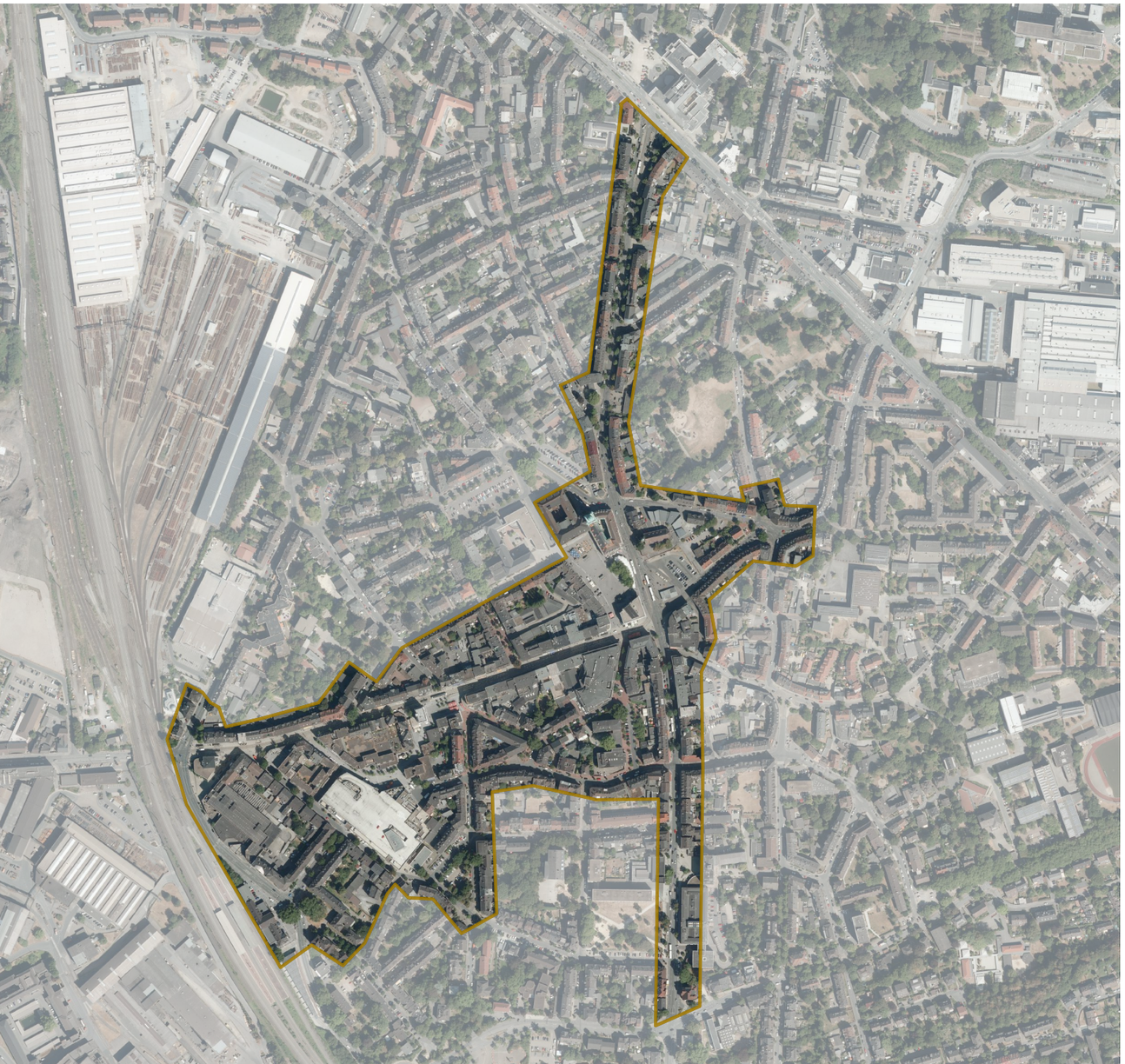
Werbeanlagen in der Innenstadt 35
Horizontale Werbeanlagen 39
Ausleger und vertikale Werbeanlagen 43
Fensterwerbung 47
Hinweisschilder und Schaukästen 51

TEIL 3 – NUTZUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMES

Erscheinungsbild des öffentlichen Raumes 57
Außengastronomie 59
Mobile Werbeträger 63
Warenpräsentationen 67
Exkurs: Neue Impulse des Wiesenviertels 71

ANHANG

Gestaltungssatzung 73
Anlage 1: Räumlicher Geltungsbereich 100
Anlage 2: Eingetragene Baudenkmäler 102
Anlage 3: Unzulässige Farben 104
Anlage 4: Beispielhaft zulässige Farben 105



VORWORT

Die Innenstadt besitzt aufgrund der zentralen Funktionen und Einrichtungen, die sich hier über einen langen Zeitraum entwickelt haben, eine besondere Bedeutung für die gesamte Stadt. Sie leistet als kulturelles und wirtschaftliches Zentrum einen wichtigen Beitrag für die Identität und das Image von Witten.

Das Stadtbild im Zentrum ist geprägt von der tatkräftigen Wiederaufbauphase der 1950er und 1960er Jahre. Auch wenn sich die Gebäudefassaden im Detail unterscheiden, wirkt hierdurch das Erscheinungsbild der Innenstadt harmonisch aus einem Guss. Zusammen mit den erhaltenden Vorkriegsgebäuden gilt es, dieses für Witten typische Erscheinungsbild zu bewahren und nachhaltig weiter zu entwickeln.

Eine Aufwertung der Innenstadt wird jedoch nur gelingen, wenn nicht nur die öffentliche Hand sondern auch private Akteure, wie z. B. Gebäudeeigentümerinnen und Gebäudeeigentümer, Gewerbetreibende, Investoren und Architekten, an einem Strang ziehen und ihren aktiven Beitrag zu einer ansprechenden und zukunftsorientierten Stadtgestaltung leisten.

Die vorliegende Broschüre soll dabei als Leitfaden für die Gestaltung der für das Stadtbild relevanten Gebäudefassaden und Werbeanlagen dienen. Darüber hinaus bildet das Handbuch auch eine maßgebliche Bewertungsgrundlage für die finanzielle Unterstützung privater Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen im Rahmen öffentlicher Förderprogramme.

Letzten Endes liegt es im Interesse aller Wittener Bürgerinnen und Bürger, dass mit hochwertigen und einfühlsamen Gestaltungsmaßnahmen das Erscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität im Zentrum verbessert wird. Denn wir alle brauchen eine Innenstadt, die auch in Zukunft als attraktiver Arbeits-, Einkaufs- und Wohnort funktioniert und gegenüber der Konkurrenz Bestand hat. Jetzt liegt es an Ihnen, die im Handbuch dargestellten Anregungen aufzugreifen und kreativ in die Tat umzusetzen.

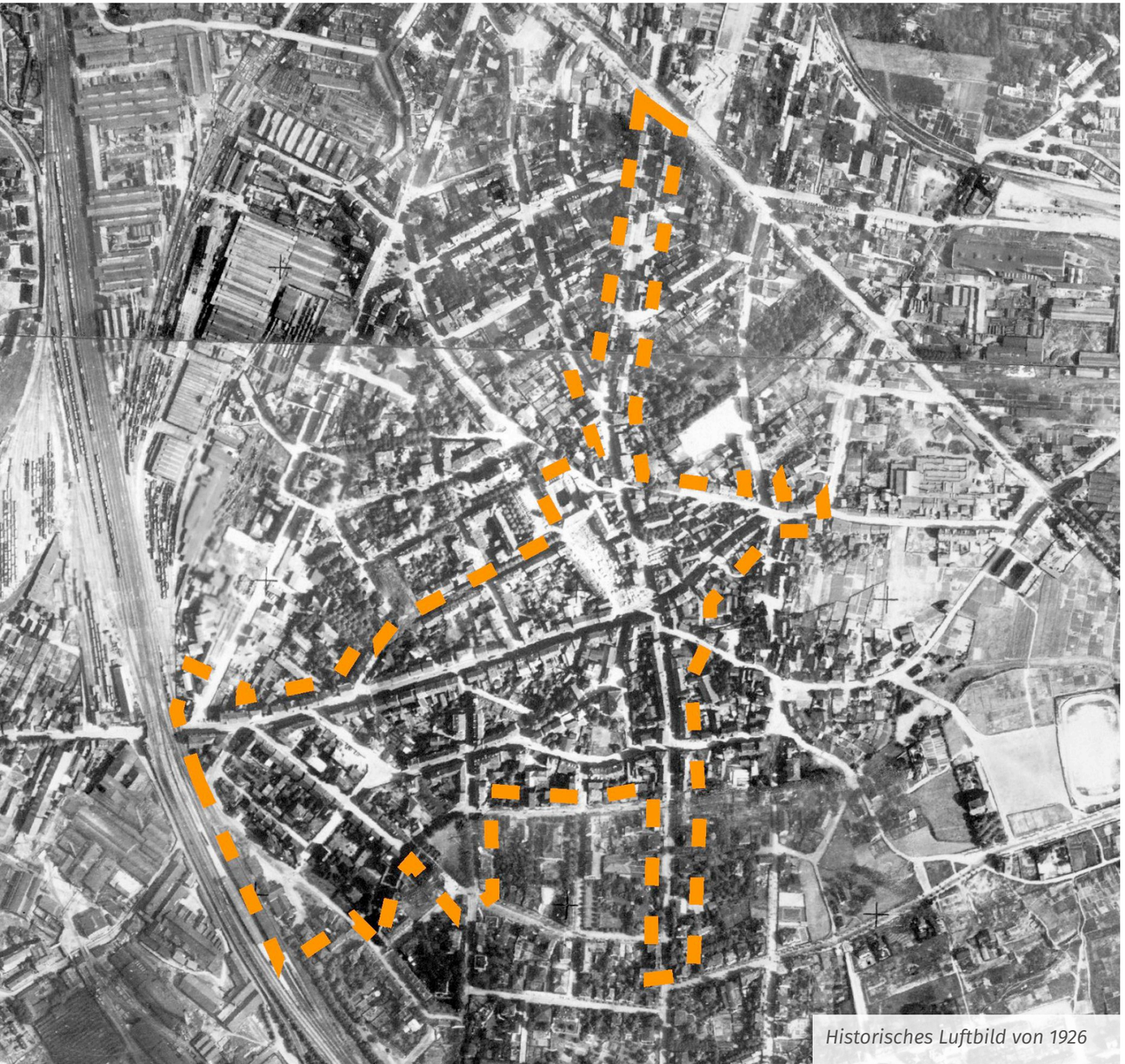
Lars König, Bürgermeister

INNENSTADT ALS EINKAUFS-, ERLEBNIS- UND VERSORGUNGSZENTRUM

Ein attraktives Stadtbild wird in Zeiten des boomenden Online-Handels immer mehr zu einem wichtigen Standortfaktor für Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie in der Innenstadt. Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, wird es erforderlich, auch in das Stadtbild zu investieren. Dabei gilt es, neben den zahlreichen öffentlichen Maßnahmen der letzten Jahre, auch auf privater Seite das Erscheinungsbild der Gebäude und Betriebe durch aktive Beteiligung und gezielte Maßnahmen aufzuwerten.

Die Wittener Innenstadt weist heute erhebliche qualitative Unterschiede auf: sowohl was das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot betrifft, als auch wie die Gebäudefassaden und Werbeanlagen gestaltet sind. Zudem sind nicht nur in den Randlagen immer mehr Leerstände und ein liebloses Erscheinungsbild der Gebäude und Geschäfte festzustellen, die einen »Trading-down«-Effekt nach sich ziehen können. Neben dem Verlust von stationären Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten wird auch ein ungepflegter Zustand der Fassaden und Erdgeschosszonen abschreckend auf Kundinnen und Kunden mit Qualitätsbewusstsein wirken und zu einer weiteren Abwanderung der Kaufkraft führen.

Im Sinne einer positiven Entwicklung für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist es wichtig, diesem Trend entgegenzuwirken. Für eine Innenstadt mit mehr Aufenthaltsqualität und Wohlfühlcharakter spielt auch die gestalterische Qualität der Gebäude, der Geschäfte und des öffentlichen Raumes eine wichtige Rolle. Offenkundige Verunstaltungen des Stadtbildes, oftmals begründet in Gleichgültigkeit oder unangemessenen Dominanzwillen, sind unbedingt zu vermeiden. Jeder Gewerbetreibende und jede Hauseigentümerin und jeder Hauseigentümer trägt hierbei ein Stück Verantwortung. Denn grundsätzlich gilt, dass jede Änderung an der äußeren Gestaltung eines Gebäudes oder Geschäftes auch Auswirkungen auf das unmittelbare bauliche Umfeld und den umgebenden Stadtraum hat – und damit auch auf die Standortqualität Innenstadt, die alle betrifft.



Historisches Luftbild von 1926

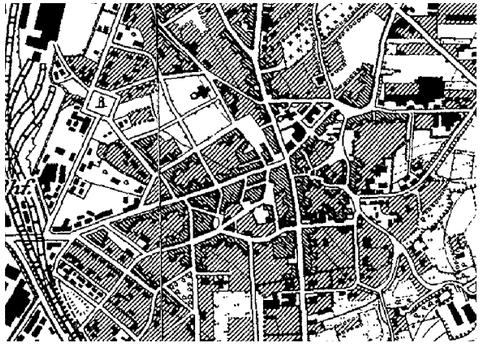
STADTHISTORIE, BAUDENKMÄLER UND BAULICHES ERBE

Der gewachsene historische Stadtgrundriss ist trotz umfangreicher Zerstörungen im Zweiten Weltkrieg auch heute noch weitgehend erhalten bzw. erkennbar. Entlang der heutigen Ruhrstraße/Hauptstraße verlief vor der Industrialisierung eine zentrale Straßen- und Siedlungsachse durch den Ort. Im Zuge des sprunghaften Wachstums in der Frühphase der Industrialisierung dehnte sich Witten vor allem in Richtung Westen bis zur neu angelegten Bahnlinie aus. Ein Großteil der heutigen Grundstücksparzellierung in der Innenstadt stammt aus dieser Zeit. Zwischen dem Bahnhof (der heutige Bahnhof liegt weiter südlich) und dem alten Marktplatz (heute Rathausplatz) entstand mit der Bahnhofstraße die zweite zentrale Straßenachse im Ortszentrum. Beide Straßenachsen bilden heute den T-förmigen zentralen Innenstadt- und Hauptgeschäftsbereich.

Nach den Zerstörungen des Zweiten Weltkrieges prägen heute Gebäude der Nachkriegszeit das Bild der Wittener Innenstadt. Darüber hinaus haben sich auch im zentralen Innenstadtbereich noch einige Gebäude aus der Gründerzeit/Jahrhundertwende und der Zwischenkriegszeit erhalten. Die verbliebenen historischen Gebäude bilden heute als baukulturelles Erbe einen wichtigen Bestandteil des Stadtbildes in der Innenstadt.

Baudenkmäler finden sich insbesondere in den Randbereichen der Innenstadt. Im Denkmalschutzgesetz NRW (DschG) werden besondere Anforderungen an eine bauliche Veränderung von Baudenkmälern gestellt. Hier sind neben den Empfehlungen des vorliegenden Gestaltungshandbuches auch die bindenden Vorgaben des Denkmalschutzes zu beachten.

Kartografische Uraufnahme zwischen 1836-1850



Kartografische Neuaufnahme zwischen 1891-1912

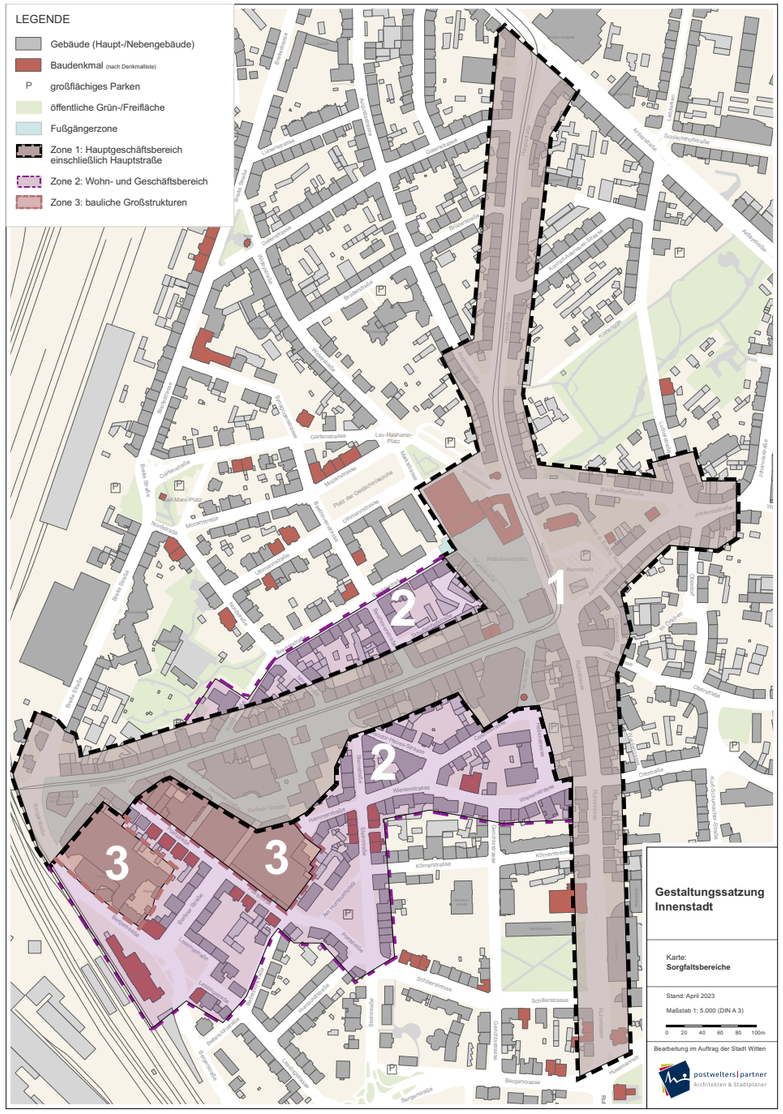
BAUKULTUR DER 1950/60ER JAHRE – EIN SCHLUMMERNDES POTENZIAL

Das Stadtbild von Witten ist insbesondere im zentralen Innenstadtbereich geprägt durch Gebäude aus der Wiederaufbauzeit nach dem Zweiten Weltkrieg. Aufgrund der starken Bautätigkeit in dieser relativ kurzen Zeitspanne von rund 20-25 Jahren ist hier ein vergleichsweise homogenes Stadtbild entstanden, das durch die Baukultur der 1950er und 1960er Jahre geprägt ist und weite Teile der Innenstadt umfasst.

Zahlreiche Nachkriegsgebäude wirken heute aufgrund mangelhafter Unterhaltung und Pflege auf den ersten Blick minderwertig und in die Jahre gekommen, was ihrer gestalterischen und architektonischen Qualität jedoch nicht gerecht wird. Auch bauliche Veränderungen und Überformungen – insbesondere im Bereich der Erdgeschosszone – stehen oftmals im Widerspruch mit dem ursprünglichen stiltypischen Erscheinungsbild. Die Architektur der 1950er und 1960er Jahre besticht durch eine strenge, auf das Wesentliche reduzierte Fassadengestaltung in Verbindung mit filigranen und dekorativen Details (z. B. Keramikplatten und -mosaiken, dünne Kragplatten, filigrane Stabgeländer, schmale Traufkanten und »Flugdächer«). Dies gibt der sachgerecht restaurierten Architektur der Nachkriegszeit auch heute noch ein elegantes und unverwechselbares Aussehen mit hohem Wiedererkennungswert. Dieses »schlummernde« Potenzial neu zu entdecken und angemessen sichtbar zu machen, darin liegt eine besondere Chance für die zukünftige Aufwertung der Innenstadt. Vorbildliche Beispiele, wie diese Gebäude sachgerecht saniert werden können, lassen sich in zahlreichen Großstädten, wie z. B. Dortmund, Essen oder Kassel finden.

Typische Fassadengestaltung mit Mosaiken

Typische Fassadengestaltung mit blauen Keramikplatten



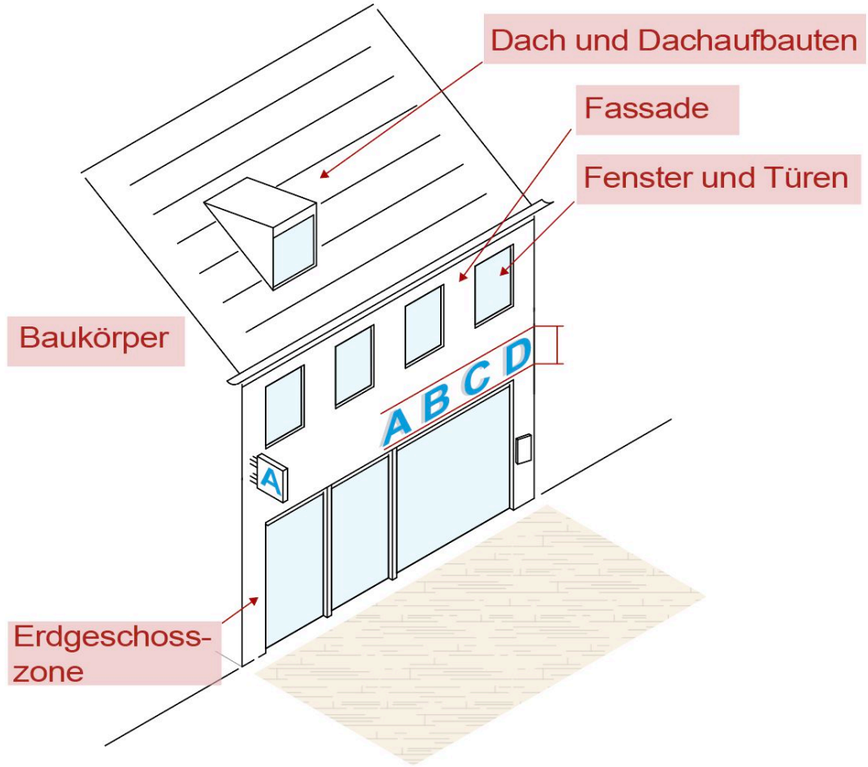
GESTALTUNGSHANDBUCH / GESTALTUNGSSATZUNG

Das Gestaltungshandbuch erläutert anhand von Bildbeispielen die wichtigsten gestalterischen Eigenarten der Innenstadt und spricht Empfehlungen zum Umgang mit der für die Stadt charakteristischen Bausubstanz aus. Dabei stehen der Schutz der erhaltenswerten Nachkriegsarchitektur und die Aufwertung des Einzelhandelsstandortes im besonderen Fokus. Das Gestaltungshandbuch behandelt einzelne stadtgestalterisch wirksame Aspekte, die im Zusammenhang mit Baumaßnahmen an Gebäuden, Änderungen der Werbeanlagen und der gewerblichen Nutzung des öffentlichen Raumes zu beachten sind, um das Stadtbild nicht negativ zu beeinträchtigen. Dies umfasst die vom öffentlichen Raum aus sichtbaren Gebäudefassaden und die Außendarstellung von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungsunternehmen (z. B. Werbeanlagen, Schaufenster, Außenauslagen, Außengastronomie).

Die Empfehlungen dieses Handbuches fußen auf den verbindlichen Vorgaben der Gestaltungssatzung. Das Handbuch soll dabei einen ersten Überblick über die Themen und die Zielvorstellungen der Gestaltungssatzung geben. Mit Hilfe von Fotos und Zeichnungen werden die wichtigsten Inhalte der Gestaltungssatzung beispielhaft und anschaulich dargestellt. Innerhalb der einzelnen Kapitel dieses Handbuches erfolgen Verweise auf die entsprechenden Stellen der Gestaltungssatzung. Die verbindliche Gestaltungssatzung ist in ihrem ausführlichen Wortlaut als Anhang diesem Handbuch beigefügt. Die Empfehlungen und Beispiele in diesem Handbuch sollen darüber hinaus auch als erste Anregung dienen, um die Vorgaben der Gestaltungssatzung mit weiteren kreativen Ideen zu füllen.

In der Innenstadt gibt es Bereiche, die für die Art und Weise, wie das Stadtbild wahrgenommen wird, besonders wichtig sind. Hierzu gehören insbesondere der Hauptgeschäftsbereich mit der Bahnhofstraße/Fußgängerzone und der Ruhrstraße. Demgegenüber gibt es Bereiche, die eine geringere Frequenz an Laufkundschaft aufweisen und die stärker durch Dienstleistung, Büros/Verwaltung und Wohnen geprägt sind. Auch im Erscheinungsbild der Gebäude sind zwischen diesen zwei Bereichen der Innenstadt Unterschiede auszumachen.

Der Geltungsbereich der Gestaltungssatzung wird daher in drei Zonen mit unterschiedlichen gestalterischen Anforderungen gegliedert. Hierbei umfasst die Zone 1 den Hauptgeschäftsbereich mit dem Schwerpunkt Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung. Bei der Zone 2 handelt es sich um die Randbereiche der Innenstadt, wo das Wohnen eine größere Rolle spielt bzw. die durch Wohnnutzungen geprägt sind. Die Zone 3 umfasst die baulichen Großstrukturen (z.B StadtGalerie).



TEIL 1
GEBÄUDEGESTALTUNG

GEBÄUDEFASSADE

Die gestalterische Wirkung eines Gebäudes wie auch der Gesamteindruck eines Straßenbildes werden wesentlich von den Gebäudefassaden bestimmt. Die straßenseitigen Fassaden bilden die Schauseite eines Gebäudes. Straßenfassaden weisen daher in der Regel detailreiche, für den jeweiligen Baustil charakteristische Gestaltungselemente auf. Diese können die Fassade kleinmaßstäblich und repräsentativ gliedern. Während im Kernbereich der Innenstadt Gebäude aus der Zeit nach 1945 das Straßenbild prägen, sind in den Randbereichen vereinzelt auch repräsentative Fassaden aus der Gründerzeit zu finden.

Die Gestaltungsempfehlungen umfassen Aspekte, die in besonderer Weise den Gestaltungseindruck einer Fassade prägen. Hierzu gehören vor allem die Oberflächenmaterialien und -farben, aber auch baustiltypische Details. Bei Sanierungs- oder Umbaumaßnahmen, die die Fassaden betreffen, gilt grundsätzlich, dass auf die Verwendung von baustil- und ortstypischen Materialien zu achten ist. Sinngemäß gilt dies auch für Neubauten, die sich gestalterisch in das Gesamtbild eines Straßenzuges einzufügen haben. Die Empfehlungen beziehen sich ausdrücklich nur auf die Fassadenbereiche, die vom öffentlichen Straßenraum aus wahrgenommen werden können.

Viele Fassaden wurden in der Innenstadt über die Jahre mehr oder weniger stark verändert. Zum Teil fallen Gebäude mit nachträglich angebrachten Fassadenelementen und -farben unangenehm auf, die im Stadtbild deplaziert und aufdringlich wirken. Ziel ist es daher, zukünftig wieder ein homogeneres, identitätsstiftendes Erscheinungsbild mit Blick auf die für die Innenstadt typische Nachkriegsarchitektur zu erreichen.

GESTALTUNGSREGELN FÜR DIE GEBÄUDEFASSADE

- **Materialien und Farben:** Verwendung ortstypischer Materialien, d.h in der Regel
  - Helle Putzfassaden (weiß, grau, gelb, beige, rot, blau und grün; siehe Anlage 4)
  - Ziegelfassaden (rot bis rot-brau, gelb, weiß und anthrazit; keine Violett und Blautönung)

  (Einsatz anderer Materialien nur in Kombination und deutlich untergeordnet. Beschränkung auf wenige unterschiedliche Materialien).

- **Oberflächenbeschaffenheit**: keine Oberflächen, die im Stadtbild störend oder ablenkend wirken, wie z. B. reflektierende Oberflächen bzw. grelle, intensive oder aufdringliche Farben/Signalfarben (siehe Anlage 3).

- **Fenster- und Türen:** Anordnung und Gliederung der Fenster sowie der Öffnungsanteil der Fassade hat sich an den statisch-baukonstruktiven Gegebenheiten der straßenseitigen Außenwand zu orientieren; Fenster- und Türöffnungen der einzelnen Geschosse sind übereinander entlang einer senkrechten Linie anzuordnen.

- **Technische Anlagen**: Anordnung von Rundfunkempfangsanlagen und deren Verkabelung an einer von der Straße aus nicht sichtbaren Stelle. Keine Satellitenschüsseln, Klima- oder Abluftanlagen an der Straßenfassade.

Verwendung heller Putzfassaden

Stehende rechteckige Fensterformate

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Gebäudefassaden sind in der Gestaltungssatzung unter § 6 Absatz 1-8 aufgeführt.

Exkurs

Auch kreative Gestaltungsmöglichkeiten z.B. mittels Graffiti sind denkbar.

Innerhalb des Geltungsbereiches sind bereits einige kreative sowie ansprechend gestaltete Fassaden vorzufinden. Die Wandgemälde sind beispielsweise am »Humboldtplatz«, am »Kornmarkt«, am Restaurant »Athen« an der Casinostraße sowie entlang der Wiesenstraße am »Lokal« anzutreffen.

Grundsätzlich gilt, dass eine künstlerische Gestaltung (Graffiti und Streetart) ausnahmsweise zulässig ist.

Fassadengestaltung an straßenseitig sichtbaren Fassaden, Wiesenviertel Witten

Fassadengestaltung an Brandwand, Unionviertel Dortmund

ERDGESCHOSSZONE/SCHAUFENSTER

Die weitaus überwiegende Zahl der Gebäude in der Innenstadt weisen im Erdgeschoss Einzelhandel, Dienstleistung oder Gastronomie auf. In den zentralen Lagen des Hauptgeschäftsbereiches befinden sich in den Obergeschossen vorwiegend Büro- und Dienstleistungsnutzungen, während in den Randlagen der Innenstadt Wohnungen in den Obergeschossen üblich sind. Typisch für die Wittener Innenstadt sind demnach Gebäude, in denen auf den unterschiedlichen Ebenen unterschiedliche Nutzungen untergebracht sind.

Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen in Erdgeschosslagen, die auf eine hohe Kundenfrequenz zielen, neigen zu einer extrovertierten Außendarstellung. Die Folge hiervon ist oftmals eine erhebliche gestalterische Überformung der Erdgeschosszone, welche die ursprüngliche Gebäudegestalt auf der Fußgängerebene nicht mehr erkennen lässt. Je stärker die Abweichung gegenüber der ursprünglichen Gestaltung des Gebäudes, desto mehr wird die Gesamtarchitektur des Hauses gestört, indem es zu einer visuellen »Abtrennung« der Erdgeschosszone vom übrigen Gebäude kommt. Für eine qualitätsbewusste architektonisch hochwertige Stadtgestaltung ist es jedoch wichtig, dass die Gestaltung der Erdgeschosszone in die Architektur des Gebäudes integriert ist und diese nicht konterkariert.

Erdgeschossfassaden, die von der übrigen (ursprünglichen) Gebäudegestaltung deutlich abweichen und damit sowohl die Qualität der Gebäudearchitektur als auch die des Stadtbildes stören, sind zukünftig zu vermeiden bzw. wenn möglich auf ein verträgliches und angemessenes Maß zurückzubauen.

GESTALTUNGSREGELN FÜR DIE ERDGESCHOSSZONE/SCHAUFENSTER

- **Integration in die Gesamtfassade**: Einfügung der (gewerblich genutzten) Erdgeschosszone in das Gesamterscheinungsbild der Gebäudefassade und Abstimmung auf die Gestaltung der Obergeschosse hinsichtlich der
  - Anordnung der Fassadenöffnungen/Fensterachsen,
  - Fassadenmaterialien,
  - Fassadenfarben (Gebäudesockel ggf. dunkler).

- **Schaufenster**: Anordnung nur im Erdgeschoss und in Abstimmung auf die Fassadengliederung bzw. auf die Fenster(-achsen) der Obergeschosse (Ausnahme Zone 3: bauliche Großstrukturen)

- **Auskragende Bauteile**: Verzicht auf Vordächer und Auskragungen mit erheblich trennender Wirkung zwischen Erd- und Obergeschossen, wie z.B. voluminöse Kragkästen/blechverkleidete Kragkonstruktionen (Ausnahme: baustiltypische Gebäude z.B aus 1950/60er).

- **Vordächer und Markisen:** Anordnung nur in Verbindung mit Schaufenstern, integriert in die Fassadengestaltung:
  - Vordächer möglichst dünn/filigran oder transparent aus Glas (z.B. Milchglas o.ä.),
  - Breite der Markisen abgestimmt auf die Fenster,
  - keine feststehende Korbmarkisen.

- **Bestandsgebäude aus der Zeit bis 1960er Jahre**: Beachtung und Bewahrung baustiltypischer und konstruktiver Fassadenelemente (z. B. Gesimse und Lisenen, Fugenbild, Erker, Fensterraster, Kragdächer).

Farblich herabgesetzter Gebäudesockel

Schaufenster in Abstimmung auf die Fassadengliederung

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Erdgeschosszone ist unter § 7 Absatz 1-7 sowie zu den auskragenden Bauteilen unter § 8 Absatz 1-7 in der Gestaltungssatzung aufgeführt .

DÄCHER UND DACHAUFBAUTEN

Auch wenn sie vom Straßenraum aus nicht immer komplett sichtbar sind, bildet die von Einzeldächern gebildete Dachlandschaft ein weiteres wichtiges Gestaltungselement im Stadtraum. Die überwiegend dunkelgraue wie auch vereinzelt rote Dachlandschaft von Witten ist insbesondere durch Sattel- und Flachdächer charakterisiert. Die Satteldächern sind sowohl durch »ruhige« Dachflächen mit wenigen kleinen Dachaufbauten sowie Dachflächen mit Dachaufbauten gekennzeichnet. Charakteristisch für die Innenstadt sind Flachdach-, Giebel- und Schleppgauben sowie vereinzelt auch breit gelagerte Dachgauben oder Gaubenbänder.

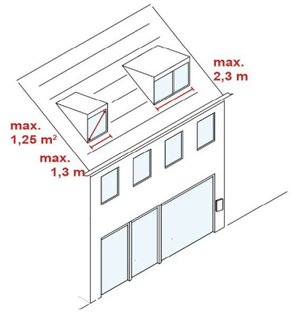
Bei baulichen Änderungen an bestehenden Gebäuden sowie Garagen sind Dachform und Dachneigung an dem historisch verbürgten Erscheinungsbild zu orientieren. Neubauten haben sich in das durch die Nachbarbebauung geprägte Erscheinungsbild einzufügen. Auch die stimmige Gestaltung von Farben und Materialien der Dacheindeckung sowie der zurückhaltende, auf das Notwendigste beschränkte Umgang mit Dachgauben ist bei Um- bzw. Neubaumaßnahmen zu bedenken.

Um den kleinteiligen Gestaltungscharakter der Dachlandschaft zu erhalten, werden detaillierte Regelungen zu Art, Größe und Anordnung von Dachaufbauten und Dachflächenfenster erforderlich. Ziel ist hierbei die Weiterführung der kleinteiligen Gliederung auch bei neuen Dachaufbauten, um diese gut in die Dachlandschaft zu integrieren. Eine visuelle Dominanz der Dachaufbauten gegenüber dem Gebäudedach ist unbedingt zu vermeiden. Um die Integration sowie ein geordnetes Erscheinungsbild zu gewährleisten, sieht die Gestaltungssatzung straßenseitig Regelungen zur maximal zulässigen Breite und Größe von Dachgauben, zur Gesamtbreite aller Dachaufbauten sowie zu Mindestabständen untereinander und zu den Außenkanten des Daches vor.

GESTALTUNGSREGELN FÜR DACHAUFBAUTEN

- **Dachformen:** ortstypisch sind Flachdächer oder geneigte Dächer mit der Traufe zur Straße (i.d.R. Satteldächer).
- **Dacheindeckung:** Verwendung ortstypischer Farben (dunkelgraue oder rötliche- bzw. rotbraune Farbtöne), kein changieren der Farbtöne, gilt auch für künstlerisch gestaltete Dachflächen in Form von Zeichnungen, Piktogrammen o.ä.
- **Dachaufbauten:** Dachaufbauten mit angemessenem Abstand zueinander (min. 1,5 m) und mit Bezug zu den Fensterachsen; Abstand zum Ortgang min. 1,5 m; Breite der Aufbauten in der Summe deutlich geringer als Gesamtbreite des Daches (max. 60 % der Dachlänge pro Gebäudeeinheit)
- **Dachgauben:** Flachdach-, Giebel-, Schlepp-, Dreiecks- oder Walmgauben; Anpassung an die Dach- und/oder Fassadengestaltung, kleinteilige Gliederung (kein durchlaufendes Gaubenband), keine Dachgauben zweireihig übereinander; straßenseitig nur in Form von: 1. Einfenstrigen Gaube mit einer Breite von max. 1,30 m oder 2. Zweifenstrige Gaube mit einer Breite von max. 2,30, Dachflächenfenster max. Größe von 1,25 m².
- **Technische Anlagen** (bspw. Aufzugsanlagen, Kühlgeräte, Fensterkuppeln), die das Dach überragen sind so anzuordnen, dass sie vom öffentlichen Straßenraum nicht sichtbar sind.
- **Dachbegrünung:** Flachdächer mit einer Neigung von bis zu 15 Grad sind zu begrünen. Alternativ sind Anlagen zur Erzeugung von erneuerbaren Energien/Wärmepumpen anzubringen. Kombinierte Lösungen sind zulässig.
- **Photovoltaik-bzw. Solarthermieanlagen:** Aufgeständerte Anlagen sind ab einer Neigung von 10 Grad in 2,0 m Abstand von der jeweiligen Dachkante des Gebäudes zurückzusetzen.

Begrüntes Vordach



Skizze zur Dimensionierung der Dachgauben

Hinweis:

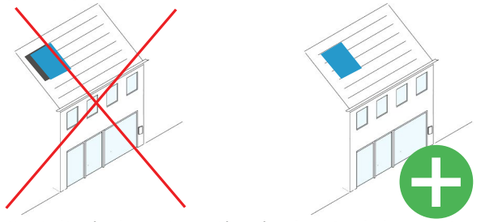
Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Dächer und Dachaufbauten sind in der Gestaltungssatzung unter § 9 Absatz 1-12 aufgeführt.

© Jörg Fruck, Stadt Witten

4 ZENTRALE EMPFEHLUNGEN FÜR PHOTOVOLTAIK-ANLAGEN

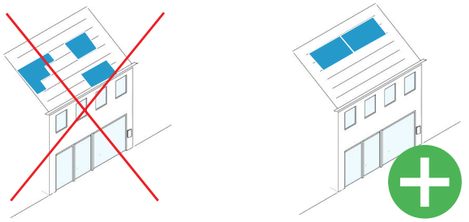
Im Zusammenhang mit dem zunehmenden Klimawandel und der angestrebten Energiewende bzw. Aspekten des Klimaschutzes ist die flächendeckende Etablierung von Anlagen zur Erzeugung regenerativer Energien ein wichtiger Bestandteil einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Um die Verträglichkeit mit den Belangen der Stadtgestaltung und eines qualitätsvollen Stadtbildes zu gewährleisten, sollen die folgenden zentralen Empfehlungen zur Anordnung und Gestaltung von Photovoltaik-Anlagen bzw. Solarthermie-Anlagen Hauseigentümerinnen und Hauseigentümern als Hilfestellung dienen. Einzelne Regelungen sind verbindlich in die Satzung aufgenommen worden.

1. Kollektoren bündig einbauen und Auswahl an Farbtönen



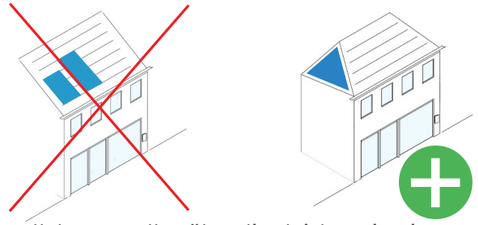
Gestalterische Integration in das Dach bzw. Integration in Dachziegel; aufgesetzte Anlagen sind zu vermeiden; falls kein dachbündiger Einbau möglich ist, soll auf eine möglichst geringe Aufbauhöhe geachtet werden; Straßenseitige Anlagen nach Möglichkeit in dunkelgrau zu errichten.

2. Kollektorfelder zusammenfassen



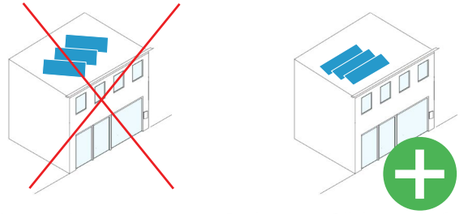
Solarkollektoren und Photovoltaik-Module sind als zusammenhängende, rechteckige Fläche in die Dachfläche bzw. Fassade zu integrieren; eine Aufteilung auf mehrere Teile sowie die Mischung von verschiedenen Systemen auf einer Fläche soll vermieden werden.

3. Parallele Anordnung



Kollektoren sollen über die gleiche Orientierung sowie Neigung verfügen (wie Dachkanten, Dachflächen, Hauskanten und Fassaden); bei Integration von Solaranlagen auf Balkongeländern: parallele Installation zur senkrechten Brüstungshöhe.

4. Keine Ausdrehungen Richtung Süden



Keine Ausdrehungen Richtung Süden; Aufständerungen grundsätzlich möglich, bei über 10 Grad sind Kollektoren in 2,0 Meter Abstand von der jeweiligen Dachkante zurückzusetzen.

TEIL 2
GESTALTUNG DER WERBEANLAGEN

WERBEANLAGEN IN DER INNENSTADT

Innenstädte sind traditionell zentrale Orte des Handels, des Austausches und der Kommunikation. Werbeanlagen bilden dabei einen wichtigen Bestandteil in der Kommunikation des lokalen Einzelhandels, Gastronomie- und Dienstleistungsgewerbes mit ihren Kundinnen und Kunden. Aufgrund ihres Zweckes, Aufmerksamkeit zu erzielen, wirkt sich die Gestaltung der Werbeanlagen deutlich auf das Stadtbild aus und beeinflusst sowohl die Einkaufsatmosphäre als auch die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt.

Vor diesem Hintergrund gilt, dass sich die Gestaltung der Werbeanlagen zusammen mit der geschäftlichen Erdgeschosszone sowohl in das Straßen- und Stadtbild als auch in die Fassadengestaltung des Gebäudes einzufügen hat. Das gilt umso mehr in den nicht zentralen Bereichen der Innenstadt, die einen höheren Anteil an Wohnungen aufweisen.

Seit einigen Jahren häufen sich in der Wittener Innenstadt dominante und Aufmerksamkeit erzwingende Gestaltungsformen bei den Werbeanlagen. Dieses »Wettrüsten« ist auf lange Sicht sowohl für den Einzelhandel als auch für ein attraktives Stadtbild kontraproduktiv und beeinträchtigt letztlich eine entspannte Einkaufs- und Aufenthaltsatmosphäre. Dominante und überbordende Werbeanlagen entsprechen nicht dem Anspruch an eine qualitätsorientierte Innenstadt und sollen nach und nach durch besser zu den Gebäuden und in das Stadtbild passende Anlagen ersetzt werden.

Werbeanlagen haben sich daher zukünftig grundsätzlich nach Anzahl, Art, Größe, Farbe und Erscheinungsform sowie hinsichtlich ihrer Anordnung der jeweiligen baustiltypischen Gebäudegestaltung anzupassen bzw. unterzuordnen.

ALLGEMEINE GESTALTUNGSREGELN FÜR WERBEANLAGEN

- **Stätte der Leistung**: Anordnung der Werbeanlagen nur direkt am Betriebsgebäude (Ausnahme: nicht einsehbare Standorte wie z.B. Passage, Hinterhof), verbunden mit einer einheitlichen Gestaltung je Betrieb.
- **Integration in das Straßen- und Stadtbild**: Vermeidung einer störenden Häufung oder Sichtbehinderung im Straßenverlauf. Maximal 2 Werbeanlagen je Betrieb, davon max. 1 Ausleger (Ausnahme Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich max. 1 Werbeanlage; Ausnahme Großbetriebe ab 800 m² Verkaufsfläche/Nutzfläche/Gewerbefläche)
  Keine frei stehende großformatige Werbeanlagen/Werbetafeln auf öffentlichen oder privaten Flächen.
- **Anordnung und Integration in die Gebäude- und Fassadengestaltung:** parallele Anordnung zur Fassade; Anordnung zwischen (Schau-)Fenster im Erdgeschoss und Fensterunterkante im 1. Obergeschoss; Vermeidung einer flächigen Überdeckung der baustilprägenden Konstruktions- und Schmuckelemente bzw. der Fassadengliederung.
- **Eigenschaften der Werbeanlagen:** Beschränkung auf Eigenwerbung (keine Marken- oder Produktwerbung mit Ausnahme der Gastronomie) und Verzicht auf ein dominantes Erscheinungsbild:
  - Verzicht auf grelle Farbtöne, insbesondere Leucht-, Reflex- und Signalfarben (siehe Anlage 3),
  - Verzicht auf intensive und farbliche Beleuchtung sowie auf ablenkende Wechsellichtanlagen.
- **Beleuchtung der Werbeanlagen**: selbstleuchtend oder hinterleuchtet (nicht angestrahlt) mit warmweißen Licht. Lichtintensität orientiert am Umgebungslicht.
- **Lebensdauer**: Rückbau der Werbeanlagen nach Geschäftsaufgabe durch den Geschäftsinhaber ansonsten durch Gebäudeeigentümer (innerhalb von 6 Monaten)

Werbeanlage in Einzelbuchstaben auf Holz

Werbeanlage in Einzelbuchstaben auf dunklem Holz

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur allgemeinen Gestaltung und Standorte der Werbeanlagen sind in der Gestaltungssatzung unter § 10 Absatz 1-8 sowie § 11 Absatz 1-4 aufgeführt.

HORIZONTALE WERBEANLAGEN

Die horizontale Werbeanlage ist die am häufigsten an Gebäuden vorkommende Form der Werbeanlagen. Unter dem Begriff der horizontalen Werbeanlage zusammengefasst werden alle horizontal und parallel zur Fassade angebrachten Anlagen der Außenwerbung. Hierzu zählen insbesondere Flachwerbeanlagen und Werbeschriften, die flächig auf der Fassade und in der Regel über dem Schaufenster angeordnet sind.

Horizontale Werbeanlagen können aus aufgemalten, aufgesetzten oder eingeschnittenen Einzelbuchstaben, Wörtern und Schriftzügen (Einzelbuchstaben oder Schreibschrift) bestehen und Werbezeichen beinhalten. In der Wittener Innenstadt kommt eine Vielzahl unterschiedlicher Erscheinungsformen dieser Werbeanlagen vor. Oftmals handelt es sich um voluminöse kastenförmige Anlagen, die aufgrund ihrer Größe und flächigen Farbigkeit dominant in den Gebäudefassaden als auch im Stadtraum wirken.

Zukünftig sollen horizontale Werbeanlagen die Fassaden nicht mehr flächig überdecken, sondern aus Einzelteilen bzw. Einzelbuchstaben zusammengesetzt sein. Bei Werbeanlagen, die aus (Leucht)kästen oder (flächigen) Metallschilden bestehen, ist eine Integration in die Fassadengestaltung problematisch. Darüber hinaus wirken Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben hochwertiger und entsprechen dem Ziel, die Innenstadt insgesamt aufzuwerten.

Die baustiltypische Gliederung der Fassade und des Gebäudes, die in ihrer Wirkung möglichst nicht beeinträchtigt werden soll, gibt im Wesentlichen den Rahmen für die Größe, Art und Anordnung der horizontalen Werbeanlage vor.

GESTALTUNGSREGELN FÜR HORIZONTALE WERBEANLAGEN

- **Größe der Werbeanlage**: Abstimmung auf die Fassadengliederung und die Wahrnehmbarkeit im öffentlichen Stadtraum:

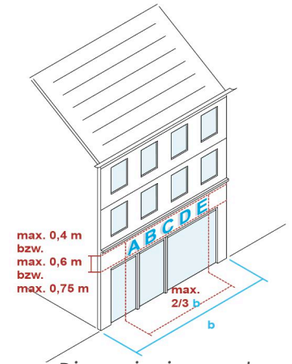
  Zone 1: Hauptgeschäftsbereich
  - Länge: max. 2/3 der Fassadenbreite, höchstens jedoch 6,0 m;
  - Höhe: max. 0,6 m,
  - Tiefe: max. 0,2 m

  Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich
  - Länge: max. 2/3 der Fassadenbreite, höchstens jedoch 4,0 m;
  - Höhe: max. 0,4 m,
  - Tiefe: max. 0,2 m

  Zone 3: bauliche Großstrukturen
  - Höhe: max. 0,75 m,
  - Tiefe: max. 0,2 m

- **Abstände der Werbeanlage**:
  - zu Vordächern min. 0,2 m,
  - zu Gebäudeaußenecken min. 0,5 m,
  - zu anderen Werbeanlagen min. 1,0 m.
- **Gliederung der Werbeanlage**: Ausführung in Form von Einzelbuchstaben (oder nach Buchstaben getrennten Einzelkästen), zusammenhängenden Schriftzügen und Firmenlogos. Verzicht auf großflächige, ungegliederte und voluminöse Werbeanlagen und Leuchtkästen.
- **Abweichungsmöglichkeit**: bei Betriebslagen, die sich nur im Obergeschoss befinden, oder bei Großbetrieben.

Anordnung an Stätte der Leistung



Skizze zur Dimensionierung der Werbeanlagen

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der horizontalen Werbeanlagen sind in der Gestaltungssatzung unter § 12 Absatz 1-4 aufgeführt.

AUSLEGER UND VERTIKALE WERBEANLAGEN

Bei Auslegern und vertikalen Werbeanlagen handelt es sich um senkrecht zur Fassade angebrachte und damit in den öffentlichen Raum hineinragende Werbeanlagen. Ausleger gibt es in Form von Aushänge-, Nasen- und Steckschilder bzw. -kästen. Vertikale Werbeanlagen verlaufen senkrecht in die Höhe und ihre Werbebotschaft ist über die Vertikale zu lesen. Sie können aus Einzelbuchstaben, Einzelkästen oder aus einem einzigen Schild/Kastenbestehen. Die Länge bzw. Höhe der vertikalen Werbeanlagen umfasst in der Regel mehrere Geschosse eines Gebäudes.

Ausleger und vertikale Werbeanlagen sind auf Fernwirkung ausgelegt und besitzen damit eine vergleichsweise hohe Wirkung auf das Straßen- und Stadtbild. Dies gilt insbesondere für vertikale Werbeanlagen, die aufgrund ihrer Großmaßstäblichkeit Gebäudefassaden und Straßenräume visuell dominieren und Nutzungen in den Obergeschossen erheblich beeinträchtigen können. Daher sollen vertikale Werbeanlagen zukünftig nicht mehr zulässig sein. Aber auch Ausleger sollten aufgrund ihrer Wirkung eher zurückhaltend eingesetzt werden.

Für Ausleger geben sowohl die baustiltypische Gliederung der Fassade als auch die Sichteinschränkungen auf die Fassaden im Straßenverlauf den Rahmen für deren Größe und Ausladung vor. Der Schutz der Nutzungen im Obergeschoss und eine ausreichende Höhe über Gehwegniveau sind ebenfalls zu berücksichtigen.

Voluminöse und farbintensive Werbekörper können die Gestaltung der Gebäudefassaden und das Straßenbild erheblich stören und sind daher grundsätzlich zu vermeiden.

GESTALTUNGSREGELN FÜR AUSLEGER

- **Anordnung der Ausleger** an der Fassade:
  - rechtwinklig zur Fassade (nicht schräg),
  - zwischen (Schau-)Fenster im Erdgeschoss und Fensterunterkante im 1. Obergeschoss bzw. Gurtgesims,
    - bei Vordächern und Markisen oberhalb des auskragenden Bauteils

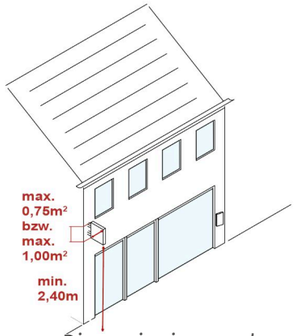
- **Größe der Ausleger**: Abstimmung auf die Fassadengliederung und die Wahrnehmbarkeit im öffentlichen Stadtraum:
  - Ansichtsfläche: max. 1,00 m² (Zone 1 und 3);
    max. 0,75 m² (Zone 2)
  - Tiefe: max. 15 cm.

- **Abstände des Auslegers**:
  - zur Gebäudeaußenwand zwischen 0,1 m und 0,3 m,
  - zu Vordächern min. 0,2 m,
  - zu Gebäudeaußenecken min. 0,5 m,
  - zu anderen Werbeanlagen min. 1,0 m.
  - zum Boden min. 2,4 m
  - Zur Fahrbahn min. 1,0 m

- **Anzahl der Werbeanlagen**:
  - max. 1 Ausleger je Betrieb und Straßenfassade (Zone 1 und 2)

- **Abweichungsmöglichkeit**: bei künstlerischer oder kunsthandwerklicher Gestaltung des Ausleger oder bei Großbetrieben.

Ausleger mit kunsthandwerklicher Gestaltung



Skizze zur Dimensionierung der Ausleger

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Ausleger sind in der Gestaltungssatzung unter § 13 Absatz 1-6 aufgeführt.

FENSTERWERBUNG

Unter sonstige Werbeanlagen sind alle Werbeanlagen zusammengefasst, die nicht an der Außenwand eines Gebäudes im Bereich oberhalb der (Schau-)Fenster angeordnet sind, sondern bestimmte Bauteile einer Fassade als Traggrund nutzen. Am häufigsten verbreitet ist hierbei die Fensterwerbung.

Fensterwerbung umfasst die Bedeckung (Beklebung) der Glasflächen von Fenstern, Schaufenstern und Türen mit Wörtern und bildhaften Zeichen zu Werbezwecken. Fensterwerbung ist eine kostengünstige und unmittelbare Form der Werbung, da sie keine zusätzliche Unterkonstruktion benötigt und nahe der Augenhöhe des Betrachters angeordnet werden kann. Übermäßige Fensterwerbung schränkt jedoch die eigentliche Funktion eines Fensters, nämlich in das Innere des Gebäudes schauen zu können, erheblich ein und vermittelt dem Passanten einen abweisenden, ggf. auch aufdringlichen Eindruck. Umfang und Qualität der Fensterwerbung wirken sich somit direkt auf die Aufenthalts- und Gestaltungsqualität des umgebenen Stadtraumes aus.

Werbung an Markisen, Vordächern oder Kragplatten wirkt aufdringlich, da die Werbebotschaft durch die ausladenden Bauteile weiter in den Stadtraum hineingetragen wird. Dabei handelt es sich auch überwiegend um filigrane Bauteile, die durch Werbung leicht visuell dominiert werden. Werbung an Giebel- bzw. Hausabschlusswänden hat aufgrund der Anordnungshöhe und Größe eine besonders starke Fernwirkung in den Stadtraum und wirkt entsprechend aufdringlich und störend im Stadtbild. Die aufgeführten Arten der Werbung sollen daher zukünftig nicht mehr zulässig sein.

GESTALTUNGSREGELN FÜR FENSTERWERBUNG

- **Anordnung der Fensterwerbung**: Fensterwerbung (Beklebungen) nur auf den Fenstern des Erdgeschosses (außer bei Nutzungen, die sich ausschließlich im Obergeschoss befinden).

- **Art und Größe der Fensterwerbung**: Überdeckung von max. 25% der jeweiligen Fensterfläche (Durch- und Einblicke haben Priorität):
  - Verwendung von Einzelbuchstaben, Schriftzügen oder Firmenlogos,
  - Verzicht auf grelle oder intensive (Signal-)Farben (siehe Anlage 3),
  - Verzicht auf groß- oder vollflächige Fensterbeklebungen. Bei sensiblen Nutzungen (Ärzte, Banken etc.) ist die Verwendung von Milchglas o.ä. möglich,
  - Ausnahmen bei zeitlich befristeten Aktionen möglich (3 Monate).

- **Werbung auf Markisen**: Dezente und deutlich untergeordnete Anordnung von Firmen- und Produktlogos möglich.

- **Keine Anordnung** von Werbeanlagen, Werbeschriften oder Logos an:
  - Vordächern, Kragplatten oder Balkonen,
  - Gebäudeabschlusswänden und im Giebeldreieck,
  - auf oder an Dachflächen, Schornsteinen oder sonstigen Dachaufbauten,
  - an zwei Gebäuden durchgehend über die Gebäudetrennfuge hinweg.

Fensterwerbung in Einzelbuchstaben; Einblick ins Innere möglich

Dezente Gestaltung der Fensterwerbung

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Fensterwerbung sind in der Gestaltungssatzung unter § 14 Absatz 1-3 aufgeführt.

HINWEISSCHILDER UND SCHAUKÄSTEN

Hinweisschilder weisen in der Regel auf vor Ort tätige Dienstleister, Unternehmen oder Freiberufler hin (z.B. Praxen, Büros). Sie enthalten üblicherweise den Namen, die Firmierung, die Art des Betriebes, den Hinweis auf den Tätigkeitsgegenstand sowie die Öffnungszeiten.

Die meisten Schaukästen sind im Zusammenhang mit Gastronomiebetrieben anzutreffen, die hier ihr gastronomisches Angebot präsentieren. Darüber hinaus sind in der Innenstadt Schaukästen für Vereine, politische Parteien und Religionsgemeinschaften zu finden.

Anders als Werbeanlagen liegt der Schwerpunkt bei Hinweisschildern und Schaukästen auf der Kommunikation und der Vermittlung von Informationen. Ein visuell aufdringliches Erscheinungsbild ist hierbei eher selten anzutreffen. Gestalterisch entscheidender ist vielmehr die Größe und Anzahl sowie die Art und Weise der Anordnung auf der Gebäudefassade. Um negative Auswirkungen auf das Erscheinungsbild des Gebäudes (hier vor allem auf den Eingangsbereich) zu vermeiden, sollten sich Hinweisschilder und Schaukästen in die Fassadengestaltung und -gliederung integrieren und die baustiltypischen Fassadenelemente nicht überdecken.

Frei stehende Hinweisschilder und Schaukästen sind zu vermeiden, da sie eher »verloren« im Stadtbild wirken und damit im Stadtraum unnötig stören.

GESTALTUNGSREGELN FÜR HINWEISSCHILDER UND SCHAUKÄSTEN

- **Anordnung**: Hinweisschilder und Schaukästen für gewerbliche Nutzungen nur an der Stätte der Leistung (Ausnahme: nicht einsehbare Standorte wie z.B. Passage, Hinterhof)

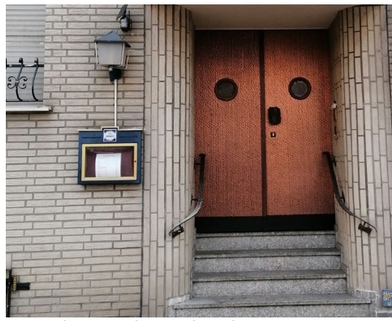
- **Abstimmung auf die Fassade**: Abstimmung auf bzw. Einfügen in die Fassadengliederung, d.h. keine Überdeckung oder Störung der baustiltypischen Fassadenelemente bzw. Fassadengestaltung

- **Art der Werbung**: nur Eigenwerbung, keine Produktwerbung (Ausnahme: Getränkewerbung bei Gastronomiebetrieben, dann jedoch in Größe und Wirkung deutlich untergeordnet)

- **Hinweisschilder:**
  - max. 1 Hinweisschild je Betrieb
  - max. 0,30 m² Ansichtsfläche je Schaukasten
  - Je Gebäude: räumliche und gestalterische Zusammenfassung in Gruppen

- **Schaukästen:**
  - max. 2 Schaukästen je Betrieb (z.B. Gastronomiebetrieb), Institution, Partei oder Verein,
  - max. 0,50 m² Ansichtsfläche je Schaukasten

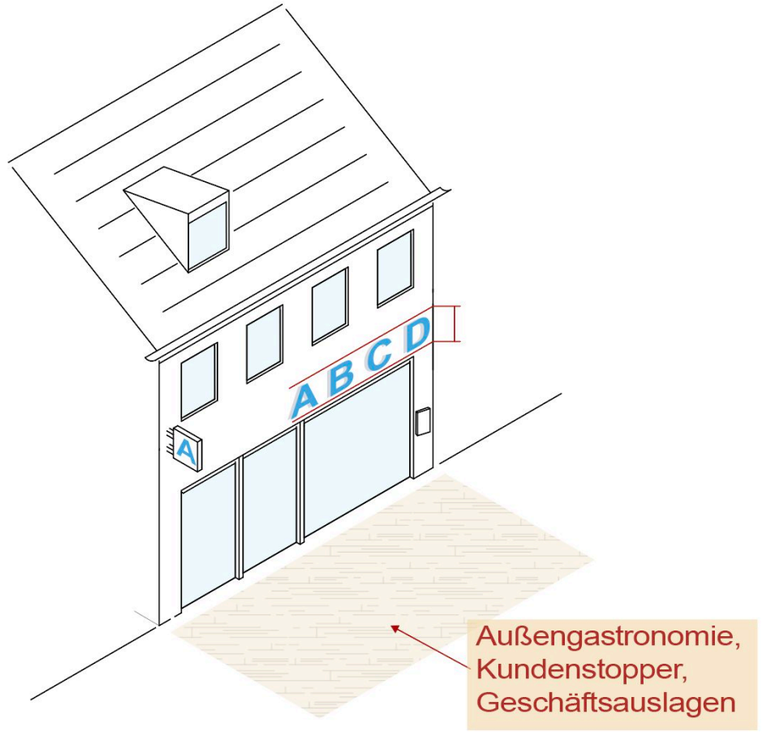
Gestalterisch aufeinander abgestimmte Hinweisschilder



Anordnung des Schaukastens an der Stätte der Leistung

Hinweis:

Die verbindlichen Vorgaben zur Gestaltung der Hinweisschilder und Schaukästen sind in der Gestaltungssatzung unter § 17 Absatz 1-4 sowie § 18 Absatz 1-3 aufgeführt.



TEIL 3
NUTZUNG ÖFFENTLICHER RAUM

ERSCHEINUNGSBILD DES ÖFFENTLICHEN RAUMS

Das Stadtbild wird nicht nur durch Gebäude und das Angebot von Einzelhandel, Dienstleister und Gastronomie geprägt. Entscheidend ist auch, welchen Eindruck der öffentliche Raum hinterläßt und die Art und Weise, wie der öffentliche Raum genutzt wird bzw. genutzt werden kann. Dabei muss der öffentliche Raum den vielfältigen Anforderungen seiner Nutzerinnen und Nutzer genügen und unterschiedliche, ggf. auch gegensätzliche Interessen angemessen berücksichtigen.

Ein übersichtlich geordneter und gepflegter Stadtraum sorgt sowohl bei Einheimischen wie auch bei Gästen für ein besseres Sicherheits-, Orientierungs- und Wohlfühlempfinden. Ist der Gesamteindruck des öffentlichen Raumes hochwertig und ungestört positiv, stärkt dies das Image der Stadt als entspannter Einkaufs-, Erlebnis- und Erholungsort und erhöht infolgedessen die Verweildauer in der Innenstadt.

Der öffentliche Raum in der Innenstadt dient zunächst einmal den unterschiedlichen Mobilitätsformen sowie dem Aufenthalt und der Kommunikation. Gewerbliche Nutzungen öffentlicher Flächen, wie z. B. durch mobile Werbung, Außenauslagen oder Außengastronomie, haben sich den funktionalen und gestalterischen Ansprüchen des öffentlichen Raumes anzupassen bzw. unterzuordnen und dürfen diese nicht wesentlich stören. Vielmehr liegt es im Interesse der Gewerbetreibenden, ein hochwertiges und ungestörtes Stadtbild zu unterstützen, um die Verweildauer ihrer potenziellen Kundinnen und Kunden in der Innenstadt zu erhöhen.

© Dana Schmidt

AUSSENGASTRONOMIE

Für die Attraktivität der Innenstadt leistet die Außengastronomie einen wichtigen Beitrag. Sie gehört zu den Faktoren, die eine beliebte und gut frequentierte Innenstadt ausmachen. Außengastronomie an zentralen Orten der Innenstadt belebt das Stadtbild und erhöht die Verweildauer der Einzelhandelskundinnen und Einzelhandelskunden vor Ort. Die innerstädtische Außengastronomie hat somit eine wichtige Funktion für die Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Stadt. Gleichzeitig wirkt sich die Gestaltung der Außengastronomie unmittelbar auf den Stadtraum aus.

Um dem Qualitätsanspruch an das Stadtbild gerecht zu werden, ist eine hochwertige und aufeinander abgestimmte Gestaltung des Mobiliars erforderlich. Neben der Bestuhlung und den Tischen besitzen Sonnenschirme eine Fernwirkung im Stadtraum und sind daher gestalterisch mit besonderer Sensibilität zu behandeln.

Wichtig ist, dass sich die Außengastronomie, die Teil des öffentlichen Raumes ist, nicht von diesem Raum absondert. Auch die Möglichkeit des Sehens und Gesehenwerdens ist dabei ein wesentlicher Aspekt. Eine Außengastronomie mit einem introvertierten privaten Charakter, die sich z. B. durch Trennwände vom öffentlichen Raum abwendet, wirkt abweisend auf Außenstehende und Passanten. Sie kann je nach Lage sogar als Hindernis wahrgenommen werden, das den Stadtraum unübersichtlich macht. Eine introvertierte Außengastronomie ist daher störend für das Stadtbild und die Attraktivität des öffentlichen Raumes.

Ziel sollte daher sein, im öffentlichen Raum eine Außengastronomie mit einem offenen, einladenden und hochwertigen Charakter zu etablieren.

GESTALTUNGSREGELN FÜR DIE AUSSENGASTRONOMIE

- **Gestaltungsgrundsatz**: einheitliches und aufeinander abgestimmtes Erscheinungsbild des Mobiliars (Tische, Stühle, Sonnenschirme etc.) bei einem Gastronomiebetrieb (z.B. alle Teile aus der Produktlinie eines Herstellers).
- **Werbung**: Verzicht auf Produkt- oder Fremdwerbung an Möblierung oder Windschutz. An Sonnenschirmen darf Produkt- oder Fremdwerbung nur dezent und deutlich untergeordnet in Erscheinung treten.
- **Möblierung** aus hochwertigen Materialien (z. B. Holz, Metall, hochwertiger Kunststoff):
  - Verzicht auf minderwertige (Plastik-) Möbel,
  - filigranes Erscheinungsbild (z.B. keine dunklen, »schwer« wirkenden Polyrattan-Sessel)
  - farbreiche Außenbestuhlung möglich
- **Sonnenschirme**:
  - gestalterisch abgestimmt auf die Möblierung,
  - einheitliche Farbgebung (nicht changierend),
  - keine festmontierten oder dauerhaft geöffneten Sonnenschirme.
- **Einhegung** der Außengastronomiefläche:
  - Verzicht auf eine flächige oder massive Einhegung,
  - nur in Form von Topfpflanzen mit einer Höhe von max. 1,2 m und einem Abstand von min. 1,5 m untereinander.
- **Windschutz**: Anordnung nur im Ausnahmefall an nachweislich windexponierten Orten zum Schutz der Gäste:
  - mobile Ausführung für den schnellen Auf-/Abbau im Bedarfsfalle (keine dauerhafte Montage),
  - möglichst transparente und ohne raumtrennende Wirkung (z. B. keine blickdicht geschlossenen Trennwände).

Farbreiche Außenmöblierung aus hochwertigen Materialien

Außenmöblierung mit filigranem Erscheinungsbild

Hinweis:

Außengastronomie gehört zu den erlaubnisbedürftigen Sondernutzungen. Diese sind in der Sondernutzungssatzung unter § 5 aufgeführt

MOBILE WERBETRÄGER

Neben der Anordnung von Werbeanlagen an den Gebäuden gehört es heute zur Praxis des Einzelhandels, auch durch Aufstellung mobiler Werbeträger in der Vorzone des Geschäftes auf sich aufmerksam zu machen. Aufgrund der Anordnung außerhalb des Ladenlokals im öffentlichen Raum, der in der Regel aufmerksamkeitsorientierten Gestaltung und des häufigen und wiederholten Auftretens besitzen mobile Werbeträger einen erheblich Einfluss auf das Erscheinungsbild der Innenstadt.

Kunden-/Werbestopper und Beachflags bzw. Werbefahnen lenken die Aufmerksamkeit der Passanten auf die angebotenen Waren und Dienstleistungen. Da hier eine angemessene Verhältnismäßigkeit gegenüber anderen Nutzungen (z.B. Fußgängerinnen und Fußgänger-, Rad- und Kfz-Verkehre) und dem Gestaltungsanspruch des öffentlichen Raumes gewährleistet werden soll, sind Beachflags bzw. Werbefahnen nicht zulässig.

Die Attraktivität des Stadtbildes und die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum darf durch mobile Werbeträger nicht negativ beeinträchtigt werden. Eine Häufung mobiler Werbeanlagen kann leicht einen aufdringlich-dominanten Eindruck erwecken und die Nutzung des öffentlichen Raumes für die Allgemeinheit beeinträchtigen. Engstellen auf den Gehwegen und erzwungenes »Slalomlaufen« von Passanten sind bei der Anordnung mobiler Werbeanlagen unbedingt zu vermeiden.

GESTALTUNGSREGELN FÜR MOBILE WERBETRÄGER

MOBILE WERBETRÄGER: Hierzu zählen Klappständer, Kunden-/Werbestopper oder sonstige mobilen Elemente, die auf einen Betrieb aufmerksam machen. Beachflags bzw. Werbefahnen und überdimensionale Produktimitate sind nicht erlaubnisfähig.

- **Direkte Anordnung** zur Stätte der Leistung
- **Ausreichend Platz** für Fußgängerinnen und Fußgänger auf Gehwegen (Restbreite von 2,0 m)
- **Max. 1** mobiler Werbeträger
- **Verzicht** auf **intensive (Signal-)Farben** und Produktwerbung (siehe Anlage 3).

Anordnung des Kunden-/ Werbestoppers in direkter Nähe

Hinweis:

Mobile Werbeträger gehören zu den erlaubnisbedürftigen Sondernutzungen. Diese sind in der Sondernutzungssatzung unter § 5 aufgeführt

WARENPRÄSENTATIONEN

Neben der Anordnung von Werbeanlagen an den Gebäuden gehört es heute zur Praxis des Einzelhandels, auch durch die Präsentation ausgewählter Waren in der Vorzone des Geschäftes auf sich aufmerksam zu machen. Aufgrund der Anordnung außerhalb des Ladenlokals im öffentlichen Raum, der in der Regel aufmerksamkeitsorientierten Gestaltung und des häufigen und wiederholten Auftretens besitzen Warenpräsentationen einen erheblich Einfluss auf das Erscheinungsbild der Innenstadt.

Warenpräsentationen lenken die Aufmerksamkeit der Passanten auf die angebotenen Waren und Dienstleistungen. Da sie hierbei den öffentlichen Raum nutzen, ist eine angemessene Verhältnismäßigkeit gegenüber anderen Nutzungen (z.B. Fußgängerinnen und Fußgänger-, Rad- und Kfz-Verkehre) und dem Gestaltungsanspruch des öffentlichen Raumes zu gewährleisten. Warenpräsentationen können durch hochwertige oder handwerklich-kreative Präsentationsformen bei Warentischen, -ständern oder -displays punkten.

Die Attraktivität des Stadtbildes und die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum darf durch Warenpräsentationen nicht negativ beeinträchtigt werden. Ausufernde Warenpräsenttationen können leicht einen aufdringlich-dominanten Eindruck erwecken und die Nutzung des öffentlichen Raumes für die Allgemeinheit beeinträchtigen. Engstellen auf den Gehwegen und erzwungenes »Slalomlaufen« von Passanten sind bei der Anordnung von Warenpräsentationen unbedingt zu vermeiden.

GESTALTUNGSREGELN FÜR WARENPRÄSENTATIONEN

WARENPRÄSENTATIONEN sind Warenauslagen und andere Auslagen eines Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebes, die auf das jeweilige Angebot aufmerksam machen.

- **Direkte Anordnung** zur Stätte der Leistung
- **Ausreichend Platz** für Fußgängerinnen und Fußgänger auf Gehwegen (Restbreite von 2,0 m)
- **Max. eine Zeile/Reihe** direkt an der Außenwand des Betriebes
- Reihe mit Warenpräsentationen nicht breiter als die zum Betrieb gehörende Fassade
- **Hochwertige** oder **handwerklich-kreative Präsentationsformen** bei Warentischen, -ständer oder -displays erwünscht (Holz, Metall und qualitätsvoller Kunststoff – keine billiges Plastikmobiliar)
- Vermeidung einer übermäßigen und ungeordnet wirkenden Warenpräsentation (kein »Ramsch«-Eindruck im öffentlichen Raum, kein Palettenverkauf)

Anordnung der Warenpräsentation in direkter Nähe

Hinweis:

Warenpräsentationen gehören zu den erlaubnisbedürftigen Sondernutzungen. Diese sind in der Sondernutzungssatzung unter § 5 aufgeführt

© Dana Schmidt

EXKURS: NEUE IMPULSE DES WIESENVIERTELS

Neben eher konservativen Gestaltungselementen- und regularien soll mithilfe der Gestaltungssatzung bzw. dem Gestaltungshandbuch auch das Potenzial zur kreativen Nutzung des öffentlichen Raumes eröffnet werden. Erste kreative Lösungsansätze zeigen sich dabei insbesondere im Wiesenviertel. Die dortigen individuell gestalteten Sitzmöglichkeiten transformieren den Straßenraum als Verweilort und fügen sich dabei in die bestehende Gestaltung des Bürgersteigs ein. Insbesondere in Kombination mit dem vorhandenen gastronomischen Angebot können sich kreative multifunktional nutzbare Gestaltungselemente positiv für Anwohnerinnen und Anwohner sowie Besucherinnen und Besucher auswirken und zur attraktiven Belebung des öffentlichen Raumes beitragen.

© Dana Schmidt

© Dana Schmidt

© Dana Schmidt

ANHANG
GESTALTUNGSSATZUNG

Auf Grundlage der §§ 7 und 41 Absatz 1 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.07.1994 (GV. NRW. S. 666), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13.04.2022 (GV. NRW. S. 490), in Verbindung mit § 89 Absatz 1 Nr. 1 und 5 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) – Landesbauordnung – in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.07.2018 (GV. NRW. S. 421), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 14.09.2021 (GV. NRW. S. 1109), hat der Rat der Stadt Witten in seiner Sitzung am die folgenden örtlichen Bauvorschriften über die besonderen Anforderungen an die äußere Gestaltung baulicher Anlagen sowie von Werbeanlagen zur Erhaltung und Gestaltung des Ortsbildes der Innenstadt von Witten als Satzung beschlossen.

PRÄAMBEL

Die Innenstadt von Witten weist ein vielseitiges und in Teilen gestalterisch hochwertiges Stadtbild auf. Dieses Stadtbild gilt es in seiner Charakteristik zu bewahren, zu pflegen und zukunftsorientiert weiterzuentwickeln, indem sowohl der ortsbildprägende Bestand, als auch Kreativität und Innovation in dessen Umgang gestärkt und andererseits stadtbildschädigende Entwicklungen vermieden werden.

Der ursprüngliche Stadtgrundriss der Innenstadt von Witten ist trotz umfangreicher Zerstörungen im 2. Weltkrieg auch heute noch weitgehend erhalten bzw. erkennbar. Entlang der heutigen Ruhrstraße/Hauptstraße verlief vor der Industrialisierung eine zentrale Straßen- und Siedlungsachse durch den Ort. Im Zuge des sprunghaften Wachstums in der Frühphase der Industrialisierung dehnte sich Witten vor allem in Richtung Westen bis zur neu angelegten Bahnlinie aus. Ein Großteil der heutigen Grundstücksparzellierung in der Innenstadt stammt aus dieser Zeit. Zwischen dem Bahnhof (der heutige Bahnhof liegt weiter südlich) und dem alten Marktplatz (heute südlicher Rathausplatz) entstand mit der Bahnhofstraße die zweite zentrale Straßenachse im Ortszentrum. Beide Straßenachsen bilden heute den T-förmigen zentralen Innenstadt- und Hauptgeschäftsbereich. Auch aktuelle Entwicklungen sind im Erscheinungsbild der Innenstadt erkennbar: so werden z.B. die Universität und ihre Studierenden zunehmend sichtbarer, der inhabergeführte Einzelhandel wie auch Kaufhäuser verschwinden, die kulturelle Vielfalt nimmt zu. Auch sind neben einer Verlegung des Alltagslebens in den öffentlichen Raum und der damit verbundenen zunehmenden Bedeutung der Außengastronomie auch die Verkehrswende in Witten spürbar.

Der Gesamteindruck eines Straßenbildes wird darüber hinaus wesentlich von den Baukörpern und deren Fassaden bestimmt. Nach den Zerstörungen des 2. Weltkrieges prägen heute Gebäude der Nachkriegszeit das Bild der Wittener Innenstadt. Darüber hinaus haben sich auch im zentralen Innenstadtbereich noch einige Gebäude aus der Gründerzeit/Jahrhundertwende und der Zwischenkriegszeit erhalten. Die verbliebenen historischen Gebäude bilden heute als baukulturelles Erbe einen wichtigen Bestandteil des Stadtbildes in der Innenstadt. Viele Fassaden in der Wittener Innenstadt unterlagen über die Jahre hinweg mehr oder minder starken Veränderungen. Zum Teil fallen Gebäude mit nachträglich angebrachten Fassadenelementen und -farben unangenehm auf, die im Stadtbild deplaziert und aufdringlich wirken. Aus diesem Grund werden Regelungen zu Fassadenelementen innerhalb dieser Satzung getroffen, welche in besonderer Weise den Eindruck einer Fassade prägen. Hierzu gehören vor allem die Oberflächenmaterialien und -farben sowie baustiltypische Details. Bei Erneuerungsmaßnahmen, welche die Fassaden betreffen, ist auf die Verwendung von baustil- und ortstypischen Materialien zu achten. Insbesondere Neubauten haben sich gestalterisch in das Gesamtbild eines Straßenzuges einzufügen. Ziel der Gestaltungssatzung soll es sein, zukünftig wieder ein homogeneres, identitätsstiftendes Erscheinungsbild mit Blick auf die für die Innenstadt typische Nachkriegsarchitektur zu erreichen.

Ein weiteres wichtiges Gestaltungselement im Stadtraum bildet die von Einzeldächern gebildete Dachlandschaft. Aus diesem Grund werden Regelungen zu Art, Größe und Anordnung von Dachaufbauten und Dachflächenfenster erforderlich, um eine Weiterführung der kleinteiligen Gliederung auch bei neuen Dachaufbauten zu ermöglichen und eine Integration in die Dachlandschaft zu erreichen. Es gilt eine visuelle Dominanz von Dachaufbauten gegenüber dem Gebäudedach zu vermeiden. Um eine Integration sowie ein geordnetes Erscheinungsbild zu gewährleisten, sieht die Gestaltungssatzung straßenseitig Regelungen zur maximal zulässigen Breite und Größe von Dachgauben, zur Gesamtbreite aller Dachaufbauten sowie zu Mindestabständen untereinander und zu den Außenkanten des Daches vor.

Innenstädte sind seit jeher zentrale Standorte des Handels und der Kommunikation. Der örtliche Einzelhandel und das hier ansässige Dienstleistungsgewerbe sind wichtige Grundpfeiler des städtischen Lebens und zeichnen sich durch ein vielfältiges Angebot an Geschäften, einer breit gefächerten Sortimentspalette und zahlreichen handwerklich arbeitenden Dienstleistungsbetrieben aus. Diese Angebotsvielfalt und -qualität gilt es im

Sinne einer lebendigen und lebenswerten Innenstadt zu stärken und langfristig zu erhalten.

Werbung, das heißt die Anpreisung von Waren und Dienstleistungen, dient als ein wichtiges und legitimes Kommunikationsmittel, um Aufmerksamkeit bei Kundinnen und Kunden zu erzielen und betriebliche Informationen zu vermitteln. Werbeanlagen und ihre Gestaltung übernehmen dabei eine stadtbildprägende Schlüsselposition. Neben der Gestaltungsqualität der Gebäude und der durch sie gebildeten öffentlichen Räume prägen die Geschäfts- und Dienstleistungsnutzungen mit ihrer Außendarstellung das Bild der Innenstadt. Stadtbild, Aufenthaltsqualität und Einkaufserlebnis sind in der Innenstadt untrennbar miteinander verbunden. Für eine qualitätsbewusste hochwertige Stadtgestaltung ist es daher wichtig, dass die Gestaltung des Erdgeschosses die ursprüngliche Gebäudestilistik angemessen beachtet und nicht konterkariert. Auch weil die Ebene des Erdgeschosses die unmittelbarste Verbindung zwischen einem Gebäude und einer im öffentlichen Raum befindlichen Person darstellt, ist die (Stadt)gestalterische Qualität hier von besonderer Bedeutung. Erdgeschossfassaden, die von der übrigen (ursprünglichen) Gebäudegestaltung deutlich abweichen und damit sowohl die Qualität der Gebäudearchitektur als auch die des Stadtbildes stören, sind zukünftig zu vermeiden.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich ein sensibles Verhältnis zwischen der im Interesse der Allgemeinheit stehenden hochwertigen Gebäude- und Stadtgestaltung, der Stadtbildpflege und dem berechtigten individuellen Interesse, für ein Geschäft oder Betrieb zu werben. Der zunehmende Konkurrenzdruck und die umfangreiche Verfügbarkeit aufmerksamkeitserzwingender und ablenkender Werbeanlagen haben in den vergangenen Jahren Umfang und Intensität gewerblicher Werbung im Stadtbild deutlich erhöht. Heute ist daher ein Ungleichgewicht, teilweise auch eine Störung zulasten des gewachsenen Stadtbildes festzustellen. Ein attraktives Stadtbild wird auch in Zeiten des boomenden Online-Handels immer mehr zu einem wichtigen Standortfaktor für Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie in der Innenstadt. Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben, wird es erforderlich, auch in das Stadtbild zu investieren. Aus diesem Grunde werden neue Regeln erforderlich, um das entstandene Ungleichgewicht Schritt für Schritt im Rahmen anstehender Sanierungs- und Instandsetzungsmaßnahmen oder Geschäftswechsel wieder zu korrigieren und zukünftig zu vermeiden. Die Gestaltungssatzung Innenstadt bildet die allgemeinverbindliche Rechtsgrundlage, mit der eine angemessene Balance zwischen privatem und öffentlichem Interesse erreicht werden soll.

Eine Gestaltungssatzung ist von ihrem Wesen her restriktiv. Das bedeutet, mit Hilfe der hier formulierten Ge- und Verbote soll sie

- einen Mindestschutz des Straßen- und Stadtbildes gewährleisten,
- einen qualitativen gestalterischen Mindeststandard für das Erscheinungsbild von Gebäuden und Werbeanlagen sichern und
- vor offensichtlicher Verunstaltung im Sinne des § 10 Absatz 2 BauO NRW schützen.

Die Regelungen dieser Gestaltungssatzung definieren hierfür einen konkreten Rahmen und bilden die allgemeinverbindliche Grundlage für die Stadtbildpflege. Darauf aufbauend können und sollen sich qualitätvolle gestalterische Ideen entwickeln, die im Einklang mit der Schutzbedürftigkeit der Gebäude und des Stadtbildes stehen. Gleichzeitig bieten die Vorgaben der Gestaltungssatzung den Gebäudeeigentümern, den Gewerbetreibenden und den hier Wohnenden ausreichend Rechtssicherheit und Verlässlichkeit bei zukünftigen baulichen Maßnahmen, gewährleisten die Gleichbehandlung untereinander und dienen nicht zuletzt auch dem Schutz vor unangemessenen Beeinträchtigungen aus dem nachbarlichen Umfeld.

Um anschaulich die Ziele dieser Gestaltungssatzung zu vermitteln und dabei als Anregung für eigene Ideen zu dienen, erscheint parallel zu dieser Satzung ein bebildertes Gestaltungshandbuch. Hier werden verschiedene Beispiele für gelungene Sanierungen, Um- und Neubaumaßnahmen aufgeführt, die dem gestalterischen Qualitätsanspruch einer Innenstadt gerecht werden. Aber auch weitere wichtige straßen- und stadtbildprägende Faktoren wie z. B. die Außendarstellung des Einzelhandels, die Integrationsmöglichkeiten von Werbeanlagen und das Erscheinungsbild der Außengastronomie werden anhand von Bildbeispielen im Gestaltungsleitfaden anschaulich erläutert.

Im Jahr 2012 wurde bereits ein Gestaltungshandbuch im Rahmen des Projekts „Witten zeigt Gesicht“ erstellt. Ziel der darin enthaltenen Leitlinien und Empfehlungen ist eine stadtbildverträgliche und qualitativ hochwertige Gestaltung der Fassaden und Werbeanlagen in der Innenstadt. Die Gestaltungssatzung soll aufbauend auf dem Gestaltungshandbuch

erarbeitet werden, um den Empfehlungen aus dem Handbuch eine rechtsverbindliche Grundlage zu geben. Mittels dieser örtlichen Bauvorschrift soll für zukünftige Entwicklungen ein Mindestmaß an städtebaulicher Qualität zur Gestaltung des städtischen Raumes festgesetzt werden. Regelungsinhalt der Satzung sollen vor allem die Fassadengestaltung und die Werbeanlagen sein. Die Außengastronomie inkl. Warenpräsentation werden im Rahmen der Sondernutzungssatzung geregelt.

Letztendlich liegt es sowohl im Interesse der Allgemeinheit als auch im Interesse derer, die Nutznießer des städtischen Lebens sind, dass durch ein hochwertiges und harmonisches Stadtbild die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt langfristig erhalten und nachhaltig gefördert wird. Vor dem Hintergrund der immer stärker werdenden Konkurrenz der Innenstädte untereinander, insbesondere aber auch im Wettbewerb gegenüber digitalen Vertriebsformen, ist es elementar wichtig, die eigenen Standortqualitäten zu erkennen, zu stärken und auszubauen. Ein attraktives Straßen- und Stadtbild leistet einen wesentlichen Beitrag für die langfristige Sicherung der Innenstadt als Einkaufs-, Dienstleistungs-, Erlebnis- und Wohnstandort.

ABSCHNITT I
ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

§ 1 Sinn und Zweck

Die Gestaltung der auf das Straßen- und Stadtbild einwirkenden baulichen Anlagen soll dem Erscheinungsbild der Innenstadt folgen und sich nach Art, Größe, Umfang und Erscheinungsform in das bestehende Straßen- und Stadtbild einfügen. Dabei haben Veränderungen an der Außenhülle bestehender Gebäude die Wesensmerkmale des äußeren Erscheinungsbildes der Gebäudefassaden und -dächer sowie deren prägende Architektur- und Baustilelemente zu beachten. Auf Grundlage dieses Leitbildes regelt die vorliegende Satzung die zulässige und unzulässige straßenseitige Gestaltung der Gebäudefassaden, soweit an ihnen Veränderungen vorgenommen oder sie neu errichtet werden.

Wegen des gestalterischen Kontextes wird ebenfalls die zulässige und unzulässige Anbringung und Gestaltung von Werbeanlagen geregelt.

§ 2 Geltungsbereich

(1) Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die in der beigefügten Karte (Anlage 1) dargestellten drei Zonen mit unterschiedlich hohen gestalterischen Qualitätsanforderungen

Zone 1: Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße

Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich

Zone 3: bauliche Großstrukturen

Die Karte ist Bestandteil der Satzung.

(2) Diese Satzung gilt für die Errichtung und Änderung von

1. Gebäuden gemäß § 2 Absatz 2 BauO NRW sowie
2. Werbeanlagen gemäß § 10 BauO NRW.

(3) Die Vorschriften gelten für alle Bauteile und Oberflächen dieser Anlagen innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches, soweit sie vom öffentlichen Straßenraum eingesehen werden können.

(4) Soweit von dieser Gestaltungssatzung örtliche Bauvorschriften innerhalb rechtskräftiger Bebauungspläne oder anderer Satzungen berührt werden, treten diese gegenüber den Bestimmungen dieser Gestaltungssatzung zurück. Festsetzungen von Bebauungsplänen, die über die Mindestanforderungen dieser Satzung hinausgehen, bleiben unberührt.

(5) Die Vorschriften dieser Satzung sind nicht anzuwenden auf

1. Werbemittel an Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufsstellen,
2. Auslagen und Dekorationen in Fenstern und Schaukästen,

3. Wahlwerbung für die Dauer eines Wahlkampfs sowie

4. Werbung und Dekorationen für örtliche und überörtliche Fest-, Feier-, Aktions- und Gedenktage (u.a. Weihnachten, Ostern).

§ 3 Genehmigungspflicht

(1) Genehmigungspflichtig im Sinne von § 60 Absatz 1 BauO NRW ist die Errichtung, Änderung und Nutzungsänderung von Gebäuden und Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung, soweit sie vom öffentlichen Straßenraum eingesehen werden können.

(2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es nicht für

1. Werbeanlagen für zeitlich begrenzte Aktionen und Veranstaltungen an der Stätte der Leistung, insbesondere für Ausverkäufe, Rabattaktionen und andere Sonder verkäufe (Sonderaktionswerbung), jedoch nur bis zum Ende der Veranstaltung und maximal viermal im Jahr für einen Zeitraum von jeweils bis zu vier Wochen; die Werbeanlagen sind bis spätestens am dritten Tag nach Ende der Aktion bzw. Veranstaltung zu entfernen;

2. Anschläge und Lichtwerbung an dafür genehmigten Säulen, Tafeln und Flächen.

(3) Veränderungen an Baudenkmalen (siehe Anlage 2) bzw. in deren engeren Umgebung unterliegen den entsprechenden Vorschriften des Gesetzes zum Schutz und zur Pflege der Denkmale im Lande Nordrhein-Westfalen (Denkmalschutzgesetz – DSchG) und bedürfen zusätzlich einer Erlaubnis gemäß § 9 DSchG. Die Vorgaben des Denkmalschutzgesetzes bleiben von den Bestimmungen dieser Satzung unberührt.

§ 4 Begriffsbestimmungen

(1) Straßenseitig im Sinne dieser Satzung bezeichnet die Seite einer baulichen Anlage, die an den öffentlichen Straßenraum grenzt oder in der Weise dorthin orientiert ist.

(2) Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung umfassen alle Anlagen der Außenwerbung gem. § 10 Absatz 1 BauO NRW. Hierzu gehören alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe und Beruf dienen und vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Fotoplakate, Lichtwerbungen, Fahnen, Banner, Transparente, Schaukästen sowie für Zettel- und Bogenanschläge oder Lichtwerbung bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen. Darüber hinaus umfassen Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung die für die Errichtung und Betrieb dieser Anlagen erforderlichen technischen und konstruktiven Bauteile (u. a. die Unter- bzw. Tragkonstruktion und die Leitungszuführung). Zur Unter- bzw. Tragkonstruktion gehören auch flächig auf der Fassade angebrachte Bauprodukte, auf denen die Werbung befestigt wird.

(3) Großflächige Verkaufsstätten im Sinne dieser Satzung sind Verkaufsstätten mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche, die mindestens zwei oberirdische Verkaufsgeschosse oder eine straßenseitige Fassadenlänge von mindestens 25,0 m aufweisen. In entsprechend benannten Fällen gelten für Gebäude mit großflächigen Verkaufsstätten abweichende Bestimmungen.

(4) Gliedernde Fassadenelemente im Sinne dieser Satzung sind Erker, Risalite, Balkone, Altane, Säulen, Stützen, Pfeiler und Pfeilervorlagen, Pilaster, Lisenen (Mauerblenden), Gesimse, Stuck- und Schmuckdekor, Fachwerk, Fenster- und Türöffnungen.

(5) Eine Erdgeschosszone im Sinne dieser Satzung bezeichnet den Teil der Gebäudefassade, welcher von der angrenzenden Erdoberfläche bis zur verlängerten Linie der untersten Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses reicht (Brüstungslinie des 1. Obergeschosses).

ABSCHNITT II
ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE

§ 5 Allgemeine Anforderungen an Gebäude

(1) Die Gebäude im Geltungsbereich dieser Satzung werden in folgende Kategorien eingeordnet:

1. Gebäudekategorie mit dem Prädikat »Baudenkmale« (Gebäude gemäß der Liste in Anlage 2);

2. Gebäudekategorie »vor 1950er Jahre«
3. Gebäudekategorie der »1950/60er Jahre «
4. Gebäudekategorie »1970/80er Jahre «
5. Gebäudekategorie »Neubau ab 1990er Jahre« (Gebäude, die neu errichtet oder in wesentlichen Teilen umgebaut werden).

(2) Zentrales Gestaltungsziel für die Baudenkmale ist die Erhaltung, Instandsetzung, Wiederherstellung und Sichtbarmachung der ursprünglichen Eigenart und Stilcharakteristik der straßenseitigen Fassade sowie des Daches.

(3) Beim Umbau von Gebäuden gilt, dass ihr äußeres Erscheinungsbild auf Gestaltungsmerkmale der sich im stadträumlichen Umfeld befindlichen Baudenkmale Bezug zu nehmen hat. Neubauten haben sich hinsichtlich der Höhenentwicklung am Vorgängerbau zu orientieren, sofern dies nicht wesentlich von der direkten Nachbarbebauung abweicht.

(4) An der straßenseitigen äußeren Erscheinung der Gebäude dürfen bauliche oder andere gestalterisch wirksame Veränderungen nur unter Wahrung der baustiltypischen Eigenart der jeweiligen Gebäudekategorie und des besonderen Gestaltungseindrucks, den sie bei dem Betrachter hervorrufen, vorgenommen werden. Zu den baustiltypischen Eigenarten, die zu erhalten sind, zählen insbesondere

1. die Fassadengestaltung und -gliederung,
2. die baustilbildenden Formen der Wandöffnungen,
3. die Dachform, Dachgestaltung und Dachaufbauten sowie
4. die Oberflächenmaterialien von Fassaden und Dächern.

(5) Bestehende Veränderungen oder Überformungen des historisch verbürgten äußeren Erscheinungsbildes eines Baudenkmales, die den Vorschriften dieser Satzung widersprechen, sind im Zuge genehmigungspflichtiger Baumaßnahmen in angemessenem Umfang zurückzubauen, soweit der bauliche und wirtschaftliche Mehraufwand vertretbar und zumutbar ist und zu keiner unangemessenen Härte führt. Zu den Rückführungs- und Aufwertungsmaßnahmen gehören insbesondere

1. der Rückbau baustiluntypischer Überformungen, beispielsweise aufgrund Überdeckung oder Verkleidung einer ursprünglichen Fassade,
2. der Rückbau baustiluntypischer Veränderungen der Fassadenöffnungen,
3. die baustilgerechte Sanierung bzw. Instandsetzung historischer Fassaden inkl. eines entsprechenden Farbanstriches,
4. Rückbau und Neugliederung überdimensionierter baustiluntypischer Dachaufbauten.

(6) Neubauten sind im äußeren Erscheinungsbild, das heißt in Materialität, Form, Maßstab und Verhältnis der Baumassen zueinander so zu gestalten, dass sie sich in die Eigenart der näheren Umgebung, des Straßen- und Stadtbildes sowie der ortstypischen Parzellenstruktur einfügen und den Vorschriften dieser Satzung entsprechen.

§ 6 Fassaden

(1) Straßenseitige Fassaden sind nur mit folgenden Oberflächenmaterialien und -farben zulässig:

1. Putz (helle Farbtöne, vgl. Absatz 3),
2. Ziegel-/Klinker (Farbspektrum ziegelrot bis rotbraun, gelb, anthrazit und weiß, keine Violett-und Blautönung)

(2) Putzflächen straßenseitiger Fassaden sind nur als Glattputz oder als Spritz- oder Kratzputz mit einer gleichmäßigen und geringen Strukturierung und einer maximalen Körnung von 3 mm zulässig. Strukturputze sowie die Mischung verschiedener Putzarten sind unzulässig.

(3) Für die Oberflächen von Putzfassaden sind nur helle und abgetönte Varianten der Farben weiß, grau, gelb, beige, rot, blau und grün zu verwenden (siehe Anlage 4). Unzulässig sind Volltonfarben und reines Weiß. Fassadengliederungen, Putzfaschen an Fenster- und Türöffnungen, plastisch hervortretende Gliederungselemente sowie Sockelflächen können in dunklerer oder hellerer Tönung der Fassadenfarbe ausgeführt werden.

(4) Die Oberflächenmaterialien und -farben der straßenseitigen Fassade in der Erdgeschosszone sind auf die entsprechenden Materialien und Farben der darüber liegenden Geschosse

abzustimmen. Dies gilt insbesondere für Erdgeschosszonen mit gewerblichen Nutzungen. Dabei kann die Sockelzone des Erdgeschosses farblich in geringfügig dunklerer Tönung abgesetzt werden. Die Begrünung der Fassaden mit geeigneten Kletterpflanzen ist zulässig.

(5) Gebäudeabschlusswände, die vom öffentlichen Straßenraum im Sinne von § 4 Absatz 1 eingesehen werden können, sind hinsichtlich ihrer Oberflächengestaltung (Farbe und/oder Baustoff) an der straßenseitigen Fassaden- oder Dachgestaltung des Gebäudes zu orientieren. Fassadenbegrünung mit geeigneten Kletterpflanzen sowie Anlagen zur Erzeugung von erneuerbaren Energien sind zulässig. Die künstlerische Gestaltung (z.B. Graffiti und Streetart) von Gebäuden ist ausnahmsweise zulässig.

(6) Unzulässig sind für straßenseitige Fassaden folgende Oberflächenmaterialien und -farben, es sei denn, sie sind baustiltypisch für ein bestehendes Gebäude (z. B. Gebäude aus den 1950er/60er Jahren):

1. Anstriche mit grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben (hierzu zählen die in der Anlage 3 aufgeführten Farben der RAL-Karte sowie hiermit in ihrer visuellen Wirkung vergleichbare Farben);
2. reflektierende oder spiegelnde Fassadenoberflächen,
3. Fassadenverkleidungen aus Waschbeton, Fliesen bzw. Keramik und Metall.

Abweichend kann für untergeordnete Bauteile oder Gebäudeabschnitte zur gestalterischen Gliederung die Verwendung der Materialien Holz, Sichtbeton und Glas zugelassen werden.

(7) Photovoltaik- bzw. Solarthermieanlagen an straßenseitigen Fassaden/Balkonen sind ausschließlich parallel zur Fassade bzw. zur Brüstungshöhe des Balkons zulässig.

(8) Unzulässig ist die sichtbare Anordnung von Zuleitungen (Kabel), Be- und Entlüftungsanlagen, Klimaanlagen oder anderen gebäudetechnischen Anlagen auf oder vor der straßenseitigen Fassade. Lüftungsaustritte dürfen nicht im Erdgeschoss angeordnet werden.

§ 7 Fenster und Türen

(1) Die Anordnung und Gliederung der Fenster sowie der Öffnungsanteil der Fassade hat sich an den statisch-baukonstruktiven Gegebenheiten der straßenseitigen Außenwand zu orientieren. Hierbei gilt für einen Massivbau mit Lochfassade, dass Fenster- und Töffnungen der einzelnen Geschosse übereinander entlang einer senkrechten Linie anzuordnen sind.

(2) Schaufenster sind nur im Erdgeschoss zulässig und haben sich in das Gesamtbild der Gebäudefassade zu integrieren. Sie müssen in der Senkrechten Bezug nehmen zu Fensteröffnungen bzw. zur Fassadengliederung in den darüber liegenden Geschossen (z. B. geschossübergreifende Linie der Fensterachsen oder Fensteraußenkanten).

Abweichend hiervon sind Schaufenster bei großflächigen Verkaufsstätten im Sinne von § 4 Absatz 3 sowie innerhalb der Zone 3: bauliche Großstrukturen, im Obergeschoss zulässig.

(3) Das Verhältnis von Wandöffnungen (die Summe der Ansichtsflächen aller Wandöffnungen der straßenseitigen Außenwand) zu geschlossenen Wandflächen darf je Geschoss maximal 40 % (maximale Öffnungsfläche) zu 60 % (Mindest-Wandfläche) betragen. Ausgenommen hiervon sind gewerblich genutzte Erdgeschosszonen mit Schaufenstern, wo der Öffnungsanteil bis zu 75 % betragen darf. Vollständig geschlossene Fassaden sind in der straßenseitigen Erdgeschosszone unzulässig.

(4) Fenster- und Türöffnungen müssen folgende Mindestabstände einhalten:

1. untereinander und zu anderen Wandöffnungen einen Abstand von mindestens 25 cm,
2. zu Gebäudeaußenecken und Grundstücksgrenzen (bei aneinander gebauten Gebäuden) einen Abstand von mindestens 50 cm.

(5) Beim Austausch von Fenstern und Türen ist die baustilbildende Form der Wandöffnungen zu berücksichtigen (z. B. Ausführung als Stich-/Rundbogenfenster).

(6) Bei Fensteröffnungen oberhalb des Erdgeschosses mit einer lichten Breite von mehr als 1,50 m sind zwingend mehrflügelige Fenster einzubauen. Abweichungen sind zulässig, sofern die Fensteröffnungen als zweiten Rettungsweg gemäß § 33 Absatz 2 Satz 2 BauO NRW i.V.m. § 37 Absatz 5 BauO NRW dienen.

(7) Unzulässig ist

1. der Einbau von Glasbausteinen,
2. die Verwendung von gewölbten oder farblich getönten Fensterscheiben, Buntglas, Butzenscheiben oder Spiegelglas, es sei denn, sie sind baustiltypisch für ein bestehendes Gebäude (z. B. Gebäude aus den 1950er/60er Jahren).
3. die Verwendung von strukturierten oder undurchsichtigen Verglasungen (Sanitärräume ausgenommen) (vgl. § 14 Absatz 4),
4. die Verwendung von grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben im Sinne von § 6 Absatz 6 Nr. 1 für die Rahmenbauteile oder die Laibungen,
5. der Einbau von Be- und Entlüftungsanlagen in Fenster der Erdgeschosszone,
6. die (nachträgliche) Anordnung von straßenseitig sichtbaren Rollladenkästen in oder über Fenster- oder Türöffnungen

§ 8 Vordächer, Kragplatten und Markisen

(1) Gebäudeeingangsüberdachungen und Vordächer im Bereich gewerblich genutzter Erdgeschosszonen (z. B. Schaufensterüberdachungen) sind mit durchsichtigen, teildurchsichtigen (z. B. bedrucktes Glas) oder transluzenten Materialien (z. B. Milchglas) auszuführen. Unzulässig sind massive Vordächer sowie Vordächer mit voluminösen Blech- oder Kunststoffverkleidungen, es sei denn, sie sind baustiltypisch für ein bestehendes Gebäude (z. B. Gebäude aus den 1950er/60er Jahren).

(2) Die Breite der Gebäudeeingangsüberdachungen darf die lichte Breite der Wandöffnung beidseitig um jeweils maximal 50 cm überschreiten.

(3) Markisen und andere gegenüber der Gebäudeaußenwand vorstehende oder ausstellbare Sonnenschutzanlagen sind nur in Verbindung mit Schaufenstern zulässig. Sie sind mittig über den Schaufenstern anzuordnen. Für die Sonnenschutzanlagen sind nur abgetönte Varianten der Farben weiß, grau, gelb, beige, rot, blau und grün zu verwenden. Unzulässig ist die Verwendung von Volltonfarben oder grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben im Sinne von § 6 Absatz 6 Nr. 1.

(4) Gebäudeeingangsüberdachungen, Vordächer und Markisen sind unterhalb des untersten ggf. vorhandenen Gurtgesimses anzuordnen. Gebäudeeingangsüberdachungen und Vordächer dürfen maximal 1,50 m, Markisen maximal 3,0 m gegenüber der Fassade vorstehen bzw. ausladen. Vordächer und Markisen sind nicht gleichzeitig an einer Fassade zulässig.

(5) Unter auskragenden Überdachungen bzw. ausladenden Sonnenschutzanlagen ist im Bereich von Gehwegen oder Fußgängerzonen eine lichte Durchgangshöhe von 2,40 m frei zu halten.

(6) Vordächer, Markisen, Sonnen- und Witterungsschutzanlagen sowie sonstige demontierbare Überdachungen (hierzu zählen insbesondere auch als Vordach dienende Tragwerkskonstruktionen mit Blech- oder Kunststoffverkleidungen), die nicht mehr ihrer Zweckbestimmung dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile innerhalb eines Zeitraums von drei Monaten vom Gebäudeeigentümer zu entfernen. Die hierdurch sichtbar werdenden Fassadenbereiche sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen oder der umgebenden Fassade anzugleichen.

(7) Unzulässig an straßenseitigen Fassaden ist die Anordnung von

1. Kragplatten (gegenüber der Fassade hervortretende Flachdachkonstruktionen), es sei denn, sie sind baustiltypisch für ein bestehendes Gebäude (z. B. Gebäude aus den 1950er/60er Jahren);
2. fest stehenden textilen Sonnenschutzanlagen oder Markisen mit geschlossenen Seiten (Korbmarkisen);
3. massiv wirkenden und über ein Großteil der Fassadenbreite laufenden Vordächern;
4. Bauteilen oder Anlagen, die grelle Farbtöne, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben im Sinne von § 6 Absatz 6 Nr. 1 aufweisen.

§ 9 Dächer und Dachaufbauten

(1) Dachform und Dachneigung haben sich bei Änderungen an bestehenden Gebäuden an dem historisch verbürgten Erscheinungsbild zu orientieren und bei der Neuerrichtung von Gebäuden in das durch die Nachbarbebauung vorgeprägte Erscheinungsbild einzufügen.

Abweichungen hiervon können bei Eckgebäuden (Gebäude, die durch mindestens zwei aufeinander treffende öffentliche Verkehrsflächen begrenzt sind) zugelassen werden.

(2) Dachflächen sind hinsichtlich Material, Form und Farbe einheitlich einzudecken und dürfen farblich nicht changieren. Dies gilt auch für künstlerisch gestaltete Dachflächen (Zeichnungen, Piktogrammen o. Ä). Dachflächen mit einer Neigung von unter 15 Grad sind zu begrünen. Alternativ sind Anlagen zur Erzeugung von erneuerbaren Energien/Wärmepumpen anzubringen. Kombinierte Lösungen (Begrünung/Anlagen zur Erzeugung erneuerbarer Energien) sind zulässig. Aufgeständerte Photovoltaik- bzw. Solarthermieanlage sind ab einer Neigung von 10 Grad in 2,0 Meter Abstand von der jeweiligen Dachkante des Gebäudes zurückzusetzen. Dachflächen mit einer Neigung von mehr als 15 Grad sind mit Dachziegeln oder Betondachsteinen im Farbspektrum ziegelrot bis rotbraun oder altschwarz bis anthrazitgrau einzudecken. Die farblichen Vorgaben für Dachflächen gelten nicht für Photovoltaik bzw. Solarthermieanlagen.

(3) Dachgauben sind straßenseitig nur in Form von Flachdach-, Giebel-, Schlepp-, Dreiecks- oder Walmgauben zulässig. Die Außenhaut der Gauben ist der Dach- und/oder der Fassadengestaltung anzupassen. Bei altschwarzen bis anthrazitgrauen Gebäudedächern ist zudem auch die Verwendung von mattem Zinkblech für die Außenhaut der Gauben zulässig.

(4) Dachgauben sind straßenseitig nur in Form einer

1. einfenstrigen Gaube mit einer Breite von maximal 1,30 m oder
2. zweifenstrigen Gaube mit einer Breite von maximal 2,30 m

auszuführen. Dachflächenfenster dürfen straßenseitig jeweils eine Größe von 1,25 m² nicht überschreiten.

(5) Die Breite von straßenseitig nebeneinander angeordneten Zwerchgiebeln, Dachgauben und Dachflächenfenstern darf in Summe 60 % der Gesamtbreite des Gebäudedaches nicht überschreiten. Die Anordnung von Dachaufbauten übereinander in mehreren Reihen ist unzulässig.

(6) Straßenseitig angeordnete Zwerchgiebel, Dachgauben und Dachflächenfenster müssen mindestens 1,5 m. Abstand untereinander sowie zu den Außenseiten der Giebel- bzw. Brandwände einhalten. Gegenüber der straßenseitig aufgehenden Außenwand sind Gauben um mindestens 50 cm zurückzusetzen. Der senkrecht gemessene Abstand zwischen dem höchstgelegenen Punkt der Gaube und dem First des Gebäudedaches muss mindestens 50 cm betragen.

(7) Die Anordnung der Dachgauben und Dachflächenfenster muss auf die Anordnung der Fensteröffnungen in der Gebäudefassade Bezug nehmen (z. B. achsial oder mittig versetzt zu den Fensteröffnungen), soweit dies unter Anwendung der Absätze 5 bis 6 möglich ist.

(8) Dacheinschnitte für Balkone, Loggien oder Terrassen sind straßenseitig nicht zulässig.

(9) Abweichungen von den Bestimmungen der Absätze 2 bis 8 können zugelassen werden, wenn die Dachflächen bzw. die Dachaufbauten von öffentlichen Verkehrsflächen aufgrund ihrer Höhenlage in Verbindung mit einer geringen Straßenbreite nicht eingesehen werden können.

(10) Die Anordnung von Sende- oder Empfangsanlagen für Funk- oder Satellitenübertragung ist an der straßenseitigen Gebäudeaußenhülle (Fassade, Dach) unzulässig.

(11) Die vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbare Anordnung technischen Anlagen, die das Dach überragen (bspw. Aufzugsanlagen, Kühlgeräte, Fensterkuppeln) sind unzulässig.

(12) Unzulässig für straßenseitige Dachflächen ist

1. die Anordnung von breiten Dachgauben mit mehr als zwei Fenstern,
2. die Errichtung unterschiedlicher Gaubenarten auf einem Dach,
3. die Anordnung von Dachaufbauten in der zweiten Reihe,
4. die Verwendung von ortsuntypischen Farben (z. B. blaue Dachsteine) oder grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben im Sinne von § 6 Absatz 6 Nr. 1.

ABSCHNITT III
WERBEANLAGEN

§ 10 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen sind so zu gestalten, dass sie sich in das Straßen- und Stadtbild sowie in die Eigenart der näheren Umgebung einfügen und im Einklang mit den Gebäudefassaden stehen. Sie dürfen weder bauliche Anlagen noch das Straßen- und Stadtbild verunstalten oder die Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs gefährden. Eine Verunstaltung liegt auch vor, wenn durch Werbeanlagen der Ausblick auf städtebaulich oder stadtgeschichtlich bedeutsame Orte und Bauwerke verdeckt oder die einheitliche Gestaltung und die architektonische Gliederung von baulichen Anlagen gestört wird. Die störende Häufung von Werbeanlagen ist unzulässig.

(2) Werbeanlagen müssen sich nach Größe, Anordnung, Werkstoff und Farbgebung der baulichen Anlage, an der sie angebracht werden, anpassen und dürfen weder die baustiltypische Gestaltung noch die architektonische Gliederung der Fassaden stören. Gliedernde Fassadenelemente im Sinne von § 4 Absatz 4 dürfen weder überdeckt noch in ihrer Wirkung wesentlich beeinträchtigt werden.

(3) Pro Betrieb und straßenseitiger Gebäudefassade sind zulässig

1. Zone 1 (Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße; siehe Anlage 1): maximal zwei Werbeanlagen;

2. Zone 2 (Wohn- und Geschäftsbereich; siehe Anlage 1): maximal eine Werbeanlage

3. Zone 3 (bauliche Großstrukturen, siehe Anlage 1): maximal zwei Werbeanlagen

Abweichend kann bei großflächigen Verkaufsstätten im Sinne von § 4 Absatz 3 die zulässige Anzahl der Werbeanlagen auf Teilabschnitte der straßenseitigen Verkaufsstättenfassade bezogen werden, wobei die Teilabschnitte eine Länge von jeweils 12,0 m und mehr aufweisen müssen.

(4) Werbeanlagen dürfen nur Firmennamen, Firmenlogo sowie Art und Bezeichnung des Betriebes beinhalten (Eigenwerbung). Marken- und Produktwerbung (Fremdwerbung) sind nicht zulässig. Ausgenommen hiervon sind lediglich gastronomische Betriebe, Versicherungen und Unternehmen im Franchise-System, wenn die Fremdwerbung im unmittelbaren Zusammenhang mit der Eigenwerbung steht und dieser in Größe und Wirkung deutlich untergeordnet ist (Fläche maximal 25 % der Eigenwerbung).

(5) Mehrere Werbeanlagen eines Betriebes an einem Gebäude sind einheitlich zu gestalten. Werbeanlagen unterschiedlicher Betriebe an einem Gebäude sind jeweils hinsichtlich Form, Größe, äußerem Werkstoff, Anbringungsort/-höhe und Beleuchtungsart aufeinander abzustimmen.

(6) Die Beleuchtung der Werbeanlagen darf nur in selbstleuchtender oder hinterleuchteter Form erfolgen. Die Lichtstärke darf die des Umgebungslichts (öffentliche Beleuchtung) nicht übersteigen. Eine unangemessene Störung benachbarter Wohnnutzungen (Wohnungsfenster) ist auszuschließen. Angestrahlte Werbeanlagen sind nicht zulässig.

(7) Werbeanlagen, die aufgrund der Aufgabe des zugehörigen Betriebes nicht mehr ihrer ursprünglichen Zweckbestimmung dienen, sind einschließlich aller Befestigungsteile und sichtbarer Kabelzuführungen innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten nach Aufgabe des Betriebes bzw. der Nutzung zurückzubauen bzw. zu entfernen. Die sie tragenden Gebäude- und Fassadenteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen oder der umgebenden Fassade anzugleichen. Verantwortlich hierfür ist der Inhaber bzw. die Geschäftsführung des Betriebes, sowie ansonsten der Gebäudeeigentümer. Die Auswahl des Pflichtigen erfolgt nach allgemeinen Ermessensgrundsätzen im Bescheid.

(8) Widerrechtlich an Fassaden, Fenstern oder Türen angebrachte Abdeckungen, Beklebungen oder Plakatierungen sind spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Aufforderung durch den Eigentümer der baulichen Anlage zu entfernen.

§ 11 Standorte für Werbeanlagen

(1) Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.

(2) Für gewerbliche Nutzungen, die nur über eine Passage oder einen Hofzugang vom öffent-

lichen Straßenraum zugänglich sind, ist abweichend zu Absatz 1 eine Werbeanlage je Betrieb in den Eingangsbereichen der Passage bzw. des Hofes zulässig. Werbeanlagen unterschiedlicher Betriebe sind dabei hinsichtlich Form, Größe, äußerem Werkstoff, Anbringungsort/-höhe und Beleuchtungsart aufeinander abzustimmen und in Gruppen zusammengefasst anzuordnen.

(3) Hinweisschilder, -tafeln und -planen an vorübergehend aufgestellten Bauzäunen und Baugerüsten, die über die am Bau Beteiligten informieren bzw. auf diese hinweisen, sind von den Vorschriften des Absatzes 1 ausgenommen, wenn sie flächig angebracht und windfest mit der Trägerkonstruktion verbunden werden.

(4) Frei stehende Werbeanlagen, hierzu zählen sowohl ortsfeste als auch nicht ortsfeste Werbeanlagen, sind nicht zulässig – ausgenommen entsprechend hierfür genehmigte Werbeträger im Sinne von § 3 Absatz 2 Nr. 2 sowie Klappständer. Das Verbot gilt insbesondere für frei stehende Werbepylone, Masten mit Beachflags bzw. Werbefahnen sowie für abgestellte Fahrzeuge oder Anhänger, an denen Werbeträger befestigt sind. Klappständer (»Kunden-/Werbestopper«) werden als Werbeträger im öffentlichen Raum im Rahmen der Sondernutzungssatzung geregelt.

§ 12 Horizontale Werbeanlagen (Flachwerbeanlagen und Werbeschriften)

(1) Horizontale Werbeanlagen sind parallel zur Fassade anzubringen. 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 Fassadenelemente (§ 4 Absatz 4) nicht überdecken oder in ihrer gestalterischen Wirkung stören. Um diese übergeordneten Vorgaben zu erreichen, können Abweichungen von den Regelungen der Absätze 2 und 4 zugelassen werden.

(2) Horizontale Werbeanlagen sind nur an straßenseitigen Fassaden oberhalb der Fenster bzw. Schaufenster des Erdgeschosses und unterhalb der Fensterunterkante (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses zulässig. Ist hier ein Vordach, eine Markise oder eine Kragplatte vorhanden, ist die Werbeanlage oberhalb des auskragenden Bauteils und unterhalb der Fensterunterkante (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses anzuordnen. Weist die Fassade ein Gurtgesims auf, ist die Werbeanlage unterhalb des Gesimses anzuordnen. Abweichungen hiervon können bei gewerblichen Nutzungen, die sich nicht im Erdgeschoss befinden, oder bei großflächigen Verkaufsstätten (§ 4 Absatz 3) gestattet werden.

(3) Horizontale Werbeanlagen sind nur in Form von getrennten Einzelbuchstaben, nach Buchstaben getrennten Einzelkästen, zusammenhängenden Schriftzügen (Schreibschrift) und einzelnen Firmenlogos zulässig. Die horizontalen Werbeanlagen dürfen folgende Höchstmaße nicht überschreiten:

1. Höhe: max. 0,60 m (Zone 1: Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße); max. 0,40 m (Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich); max. 0,75 m (Zone 3: bauliche Großstrukturen)
2. Länge: max. 2/3 der Fassadenbreite, höchstens jedoch 6,00 m (Zone 1: Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße); 4,00 m (Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich)
3. Tiefe: max. 0,2 m

Maßgeblich ist jeweils der Abstand zwischen den beiden am weitesten entfernt liegenden Außenkanten, die zu einer Werbeanlage gehören.

(4) Horizontale Werbeanlagen haben, unberührt der Bestimmungen in Absatz 3, folgende Mindestabstände einzuhalten:

1. zu Gebäudeaußenecken und angrenzenden Gebäuden: min. 0,50 m;
2. zwischen Werbeanlagen unterschiedlicher Betriebe: min. 1,00 m;
3. zu Vordächern und Kragplatten: min. 0,20 m.

§ 13 Ausleger

(1) Innerhalb der Zone 1 (Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße; siehe Anlage 1) und Zone 2 (Wohn- und Geschäftsbereich; siehe Anlage 1) sind pro Betrieb und straßenseitiger Gebäudefassade maximal ein Ausleger zulässig.

(2) Ausleger sind rechtwinklig zur Fassade anzubringen. Die schräge Anordnung oder die Anordnung an einer Gebäudeecke sind nicht zulässig. Die Anordnung muss auf die Gliederung

der Fassade abgestimmt sein und darf die gliedernden Fassadenelemente (§ 4 Absatz 4) nicht überdecken oder in ihrer gestalterischen Wirkung stören. Um diese übergeordneten Vorgaben zu erreichen, können Abweichungen von den Vorgaben in den Absätzen 3 und 5 zugelassen werden.

(3) Ausleger sind nur an straßenseitigen Fassaden oberhalb der Fenster bzw. Schaufenster des Erdgeschosses und unterhalb der Fensterunterkante (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses zulässig. Ist hier ein Vordach, eine Markise oder eine Kragplatte vorhanden, ist die Werbeanlage oberhalb des auskragenden Bauteils und unterhalb der Fensterunterkante (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses anzuordnen.

(4) Die Größe des Auslegers (ohne Wandhalterung) darf folgende Höchstmaße nicht überschreiten:

1. Ansichtsfläche: max. 1,00 m² (Zone 1: Hauptgeschäftsbereich einschließlich Hauptstraße); (Zone 3: bauliche Großstrukturen)

   max. 0,75 m² (Zone 2: Wohn- und Geschäftsbereich);
2. Tiefe: max. 0,15 m.

(5) Ausleger müssen folgende Abstände einhalten:

1. zur Gebäudefassade: min. 0,10 m und max. 0,30 m;
2. zu Gebäudeaußenecken und angrenzenden Gebäuden: min. 0,50 m;
3. zu Vordächern und Kragplatten: min. 0,20 m;
4. zu anderen Auslegern: min. 1,00 m;
5. zum Boden (lichter Durchgang): min. 2,40 m;
6. zur Fahrbahn (horizontal gemessener Abstand): min. 1,00 m.

(6) Abweichungen können im begründeten Einzelfall für kunsthandwerklich oder künstlerisch gestaltete Ausleger sowie für großflächige Verkaufsstätten (§ 4 Absatz 3) gestattet werden.

§ 14 Fensterwerbung (Beklebungen)

(1) Fensterwerbung im Sinne dieser Satzung ist die Bedeckung (Beklebung) der Glasflächen von Fenstern, Schaufenstern und Türen mit Wörtern und bildhaften Zeichen zu Werbezwecken.

(2) Fensterwerbung ist nur im Erdgeschoss von Gebäuden zulässig. Ausnahmsweise kann Fensterwerbung auch in einem Obergeschoss zugelassen werden, wenn es sich um die Fenster einer gewerblichen Nutzung handelt, die nicht im Erdgeschoss des Gebäudes ansässig ist.

(3) Fensterwerbung ist nur in Form von getrennten Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen (Schreibschrift) und einzelnen Firmenlogos zulässig. Die Fläche der Fensterwerbung darf je Glasfläche 25 % der Glasfläche nicht überschreiten. Maßgeblich für die Ermittlung des bedeckten Glasanteiles ist das die Werbeschrift bzw. Firmenlogo umschreibende Rechteck.

§ 15 Unzulässige Anbringungsorte für Werbeanlagen

(1) Unzulässig ist die Anordnung von Werbeanlagen oberhalb der Erdgeschosszone. Die Regelungen in § 12 Absatz 2 Satz 4 sowie in § 14 Absatz 2 Satz 2 (Abweichungen bei gewerblichen Nutzungen, die sich nicht im Erdgeschoss befinden) bleiben hiervon unberührt.

(2) Unzulässig sind Zettel- und Bogenanschläge außerhalb der entsprechend hierfür genehmigten Werbeträger im Sinne von § 3 Absatz 2 Nr. 2 (»wildes Plakatieren«). Als genehmigte Werbeträger gelten Litfaßsäulen, Werbetafeln, Vitrinen und vergleichbare Anlagen, deren Aufstellung und Betrieb auf öffentlichen Flächen seitens der Stadt Witten genehmigt wurde.

(3) Unzulässig ist die Anordnung von Werbeanlagen insbesondere

1. an stilbildenden und gliedernden Fassadenelementen im Sinne von § 4 Absatz 4;
2. an gegenüber der Fassade ausladenden Bauteilen wie Markisen, Kragplatten, Vordächern, oder Balkonen;
3. unterhalb einer lichten Durchgangshöhe von 2,40 m (gilt insbesondere für Ausleger);

4. auf oder an Dachflächen, Schornsteinen oder sonstigen Dachaufbauten oberhalb der Trauflinie bzw. oberhalb des Attikaabschlusses;
5. an Gebäudeabschlusswänden und im Giebeldreieck;
6. durchgehend an zwei nebeneinander stehenden unterschiedlichen Gebäudefassaden, insbesondere unter Missachtung von Gebäudetrennfugen und Traufgassen;
7. in Vorgärten und Vorhöfen sowie an Stützmauern, Einfriedungen und Toren – die Ausnahmebestimmung in § 17 Absatz 4 bleibt hiervon unberührt;
8. an frei stehenden Masten und Pfeilern;
9. in Grünanlagen sowie an Bäumen und Sträuchern.

§ 16 Unzulässige Arten und Eigenschaften von Werbeanlagen

(1) Unzulässig sind vertikal verlaufende Werbeanlagen, insbesondere senkrechte Fahnen und Kletterschriften.

(2) Unzulässig sind Leuchtkästen, Leuchttransparente oder sonstige kastenförmige, selbstleuchtende Anlagen (hierzu zählen nicht selbstleuchtende Einzelbuchstaben), die mittels eines integrierten Leuchtsystems von innen heraus Licht ausstrahlen.

(3) Unzulässig sind Werbeschriften auf Markisen. Firmen- und Produktlogos sind in dezenter und deutlich untergeordneter Anordnung zulässig.

(4) Unzulässig sind Ausleger in Form von Würfeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen voluminösen Körpern, figürlichen Formen sowie in Form überdimensionaler Produktimitate (z. B. Handy, Brille, Schlüssel).

(5) Unzulässig sind Spannbänder und Planen mit Werbeaufdruck, ausgenommen

1. an vorübergehend aufgestellten Bauzäunen und Baugerüsten während der Bauzeit, sofern es sich um Hinweise und Informationen zu den am Bau beteiligten Firmen handelt;
2. an großflächigen Verkaufsstätten im Sinne von § 4 Absatz 3, wenn es sich um zeitlich begrenzte Sonderaktionswerbung handelt (maximal viermal im Jahr für einen Zeitraum von jeweils bis zu vier Wochen).
3. an Anlagen für kulturelle Zwecke

(6) Unzulässig sind Werbeanlagen mit grellen Farbtönen, Leucht-, Reflex- oder Signalfarben. Hierzu zählen die in der Anlage 3 aufgeführten Farben der RAL-Karte sowie hiermit in ihrer visuellen Wirkung vergleichbaren Farben.

(7) Unzulässig sind Werbeanlagen als Lichtprojektionen, mit wechselndem oder bewegtem Licht bzw. Werbeanlagen mit ähnlicher Bauart oder Wirkung (hierzu zählen insbesondere Gegenlichtanlagen, Lauf-, Wechsel- oder Blinklichtanlagen (LED)-Laufbänder, Leitlichtanlagen, Digitalbildanlagen, Bild- und Filmprojektionen, Wechselbildanlagen). Ausgenommen sind Fernseher, sofern diese der Informationsvermittlung dienen.

(8) Unzulässig ist die vollflächige oder überwiegende Abdeckung oder Beklebung von Glasflächen straßenseitiger Fenster oder Türen außerhalb von zeitlich befristeten Umbaumaßnahmen.

(9) Unzulässig ist die störende Anordnung von technischem Zubehör der (Licht-)Werbeanlage wie beispielsweise offene Kabelführungen oder gestalterisch nicht in die Fassade integrierte Montageleisten.

ABSCHNITT IV
HINWEISSCHILDER UND SCHAUKÄSTEN

§ 17 Hinweisschilder (Namens- und Firmenschilder)

(1) Schilder, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe bzw. Freiberufler kennzeichnen (Hinweisschilder), sind nur an Gebäuden der Stätte der Leistung zulässig. Dabei ist je Betrieb bzw. Freiberufler maximal ein Hinweisschild zulässig. Marken- oder Produktwerbung (Fremdwerbung) ist nicht zulässig.

(2) Hinweisschilder dürfen eine Ansichtsfläche von 0,30 m² nicht überschreiten. § 16 Absätze 6 bis 8 gelten sinngemäß. Abweichungen können gestattet werden, um eine verbesserte Integration in die Fassadengliederungen zu erreichen oder bei Inhalten, die von allgemeinem öffentlichem Interesse sind.

(3) Mehrere Hinweisschilder sind in Gruppen zusammengefasst anzuordnen und hinsichtlich Material, Farbe und Größe aufeinander abzustimmen.

(4) Hinweisschilder können abweichend zu Absatz 1 Satz 1 auch unabhängig von dem zugehörigen Gebäude frei stehend auf dem Grundstück oder an der straßenseitigen Grundstückseinfriedung angeordnet werden, wenn das zugehörige Gebäude mehr als 3,00 m von der öffentlichen Verkehrsfläche zurückgesetzt ist.

§ 18 Schaukästen

(1) Schaukästen sind nur für kommunale und kirchliche Mitteilungen, Vereinsmitteilungen, Mitteilungen politischer Parteien, Informationen zu Veranstaltungen und Vorführungen sowie für Mitteilungen gastronomischer Betriebe (Aushang Speise- und Getränkekarten) zulässig.

(2) Schaukästen sind nur an Gebäuden der Stätte der Leistung sowie an Gebäuden zulässig, zu denen es einen sachlich-inhaltlichen Bezug gibt. Dabei sind je Nutznießer maximal zwei Schaukästen zulässig. Schaukästen dürfen

1. gegenüber der Fassade bis maximal 0,15 m vorstehen,
2. eine Ansichtsfläche von je 0,50 m² nicht überschreiten und
3. keine gliedernden Fassadenelemente im Sinne von § 4 Absatz 4 stören oder überdecken.

(3) Marken- oder Produktwerbung (Fremdwerbung) ist in und an Schaukästen nicht zulässig. Ausgenommen hiervon sind lediglich gastronomische Betriebe, wenn die Fremdwerbung in Größe und Wirkung deutlich untergeordnet in Erscheinung tritt (Fläche maximal 5 % der Ansichtsfläche eines Schaukastens).

ABSCHNITT V
SCHLUSSBESTIMMUNGEN

§ 19 Generalklausel

Von den Bestimmungen dieser Satzung können in Abstimmung mit der Stadtverwaltung, insbesondere der Unteren Denkmalbehörde, im Einzelfall Abweichungen gemäß § 69 BauO NRW zugelassen werden, sofern

1. die Abweichungen nicht gegen den in § 1 aufgeführten Sinn und Zweck der Satzung verstoßen oder
2. die Durchführung der Bestimmungen im Einzelfall zu einer offensichtlich nicht beabsichtigten Härte führen würde

Abweichungen von den Vorschriften dieser Satzung sind schriftlich bei der Stadt Witten zu beantragen. Der Antrag ist zu begründen.

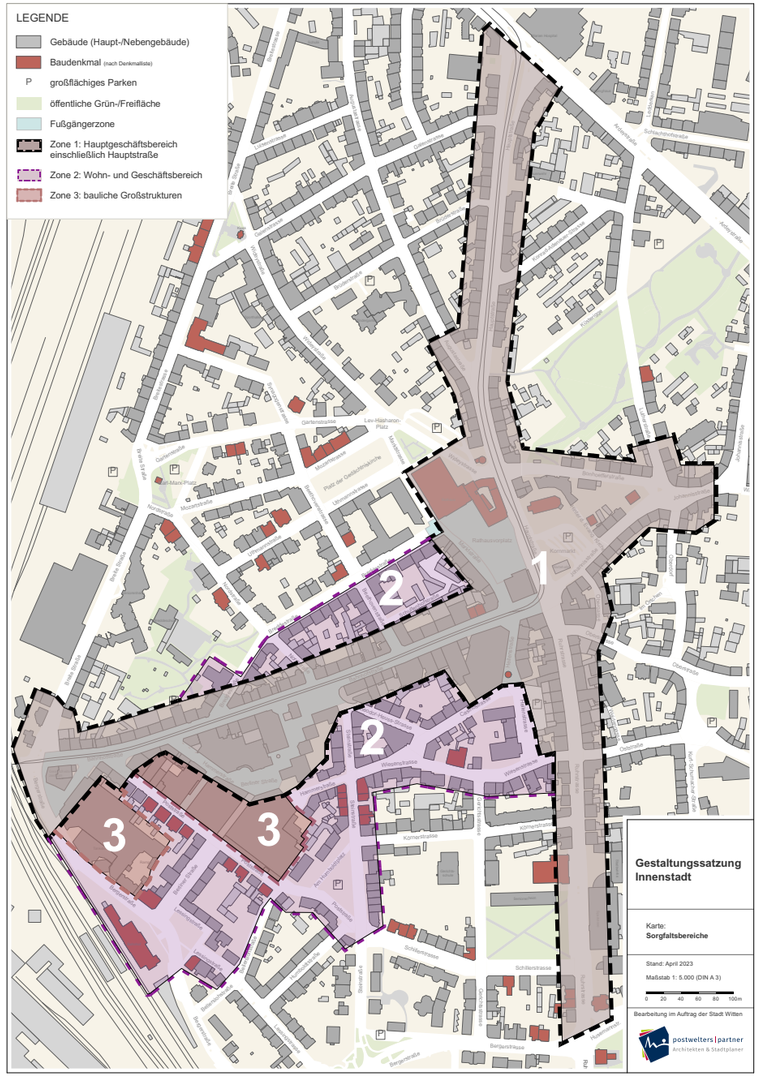
§ 20 Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen die Bestimmungen dieser Satzung verstößt, handelt ordnungswidrig im Sinne des § 86 Absatz 1 Nr. 20 oder 21 BauO NRW. Gemäß § 86 Absatz 3 BauO NRW können Ordnungswidrigkeiten unbeschadet der Verpflichtung zur Korrektur mit einer Geldbuße bis zu 500.000 EUR geahndet werden.

§ 21 Inkrafttreten

Diese Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH - ANLAGE 1



LISTE DER EINGETRAGENEN BAUDENKMÄLER - ANLAGE 2

Lfd. Nr.	Adresse / Lage	Haus-Nr.	Bezeichnung / Beschreibung	Tag der Eintragung
252	Bahnhofstraße	10	Wohn-/Geschäftshaus, 1954	24.06.2004
253	Bahnhofstraße	12	Wohn-/Geschäftshaus, 1954	24.06.2004
115	Bergerstraße	35	Hauptbahnhof, 1899/1901	27.08.1986
55	Breddestraße	36	Hotel, Neu-Renaissance, 1895	13.09.1984
201	Hauptstraße	4 a	Evangelische Johanniskirche; Saalbau mit Westturm, 1752	24.05.1989
256	Hauptstraße	19	Verkaufspavillon, ca. 1958	14.09.2006
248	Heilenstraße		Sackträger (Brunnenskulptur), 1912	22.09.2003
234	Hinter der ev. Kirche		Fachwerkhaus, um 1840	23.08.1999
116	Johannisstraße	17	Fachwerkhaus, frühes 19. Jhd.	03.09.1986
278	Lessingstraße	4	Wohn- und Gasthaus; später Historismus, 1905	21.03.2016
90	Marktstraße	16	Rathaus, 1922/26 (Neoklassizismus) und 1950/51	04.09.1985
47	Poststraße	10	Wohnhaus; historische Stuckfassade, um 1865	13.09.1984
48	Poststraße	12	Wohnhaus, spätklassizistische Werksteinfassade, um 1865	03.09.1984
49	Poststraße	14	Wohnhaus; spätklassizistische Putzfassade, um 1865	13.09.1984
50	Poststraße	16	Bruchsteinhaus; spätklassizistische Fassade, um 1865	03.09.1984
51	Poststraße	22	Wohnhaus; Spätklassizismus, um 1865	13.09.1984
52	Poststraße	24	Bruchsteinhaus; spätklassizistische Fassade, um 1865	03.09.1984
80	Poststraße	28	Bruchsteinhaus; spätklassizistische Fassade, um 1865	03.05.1985
239	Ruhrstraße	48	Stadtbücherei, ehem. Sparkasse, ca. 1910	23.08.1999
145	Ruhrstraße	60	Wohnhaus; Historismus, frühes 20. Jhd.	06.03.1987
146	Ruhrstraße	62	Wohnhaus; Historismus, frühes 20. Jhd.	06.03.1987
33	Ruhrstraße	69	Villa Berger (heute Heimatmuseum), frühes 19. Jhd.	03.09.1984
20	Steinstraße	11	Wohn-/Geschäftshaus; dreigeschossig, Historismus, 1890	17.08.1984
21	Steinstraße	12 / 14	Wohn-/Geschäftshaus; Spätklassizismus, 1872	17.08.1984
22	Steinstraße	13	Wohn-/Geschäftshaus; dreigeschossig, Historismus, 1894	17.08.1984
168	Steinstraße	15	Wohn-/Geschäftshaus; Historismus, reiche Ornamentik, 1891	29.06.1988
23	Steinstraße	16	Wohn-/Geschäftshaus; Spätklassizismus, 1872	17.08.1984
165	Steinstraße	17	Wohn-/Geschäftshaus; Historismus, 1890	28.06.1988
24	Steinstraße	18	Wohn-/Geschäftshaus; Spätklassizismus, um 1872	17.08.1984
160	Wiesenstraße	14	Ehem. Getreide- und Futtermittelfabrik, Jugendstil, um 1908	10.02.1988

LISTE UNERWÜNSCHTER FARBEN/SIGNALFARBEN - ANLAGE 3 (AUSWAHL)

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

LISTE BEISPIELHAFT ZULÄSSIGER FARBEN - ANLAGE 4 (AUSWAHL)

RAL 1002, sandgelb	
RAL 1013, perlweiß	
RAL 1014, elfenbein	
RAL 3012, beigerot	
RAL 5014, taubenblau	
RAL 6019, weißgrün	
RAL 6021, blassgrün	
RAL 7032, kieselgrau	
RAL 7035, lichtgrau	
RAL 9001, cremeweiß	
RAL 9010, reinweiß	

Die Farbfelder können drucktechnischen Veränderungen unterliegen.

Weitere Informationen zu den RAL-Farben sind unter https://www.ral-farben.de/alle-ral-farben verfügbar.