18

05.07.2002

60	Nachfolge des Ortsvorstehers der Ortschaft Unna-Mühlhausen	159
61	Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna vom 01.07.2002	159
62	Widmung von Verkehrsflächen „Stichstraße Robert-Koch-Weg“, Straße „Am Steinknapp“, „Feuerdornweg“ sowie „Teilstück Uelzener Hellweg“	171
63	Vorhabenbezogenes Bebauungsplanverfahren Unna-Uelzen Nr. 1 „Vogelpark Uelzen“: Bürgerbeteiligung in Form einer Bürgerversammlung	175

60 **B E K A N N T M A C H U N G**

Nachfolge des Ortsvorstehers der Ortschaft Unna-Mühlhausen

Herr Olaf Lauschner legte mit Ablauf des 05. Juni 2002 sein Mandat als Ortsvorsteher der Ortschaft Unna-Mühlhausen nieder.

Der Rat der Stadt Unna wählte in seiner Sitzung am 27. Juni 2002 für die Dauer der verbleibenden Wahlzeit Herrn Heinrich Wisselmann, Borgmühl 42, 59425 Unna, zum neuen Ortsvorsteher der Ortschaft Unna-Mühlhausen

Unna, den 17. Juni 2002

gez. Weidner
Wahlleiter

ABl. StUN 18-60/05. Juli 2002

61 **B E K A N N T M A C H U N G**

Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna vom 01.07.2002

Aufgrund der §§ 7 und 41 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (GO NRW) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Juli 1994 (GV NRW S. 666 / SGV NRW 2023) zuletzt geändert durch das Gesetz vom 28.03.2000 (GV NRW S. 245) in Verbindung mit § 86 Abs. 1 Nr. 1 und 2 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) in der Fassung vom 01.03.2000 (GVBl. NRW, Nr. 18, S. 256) hat der Rat der Stadt Unna in seiner Sitzung am 27.06.2002 folgende Satzung beschlossen.

Präambel

(1) Das Erscheinungsbild der historischen Altstadt Unna wird geprägt durch eine Vielzahl an Baudenkmälern und erhaltenswerten Bauten in durch Fachwerk bestimmten Traditionsinseln sowie durch Massivbauten mit Stilmerkmalen der zwischen 1895 - 1905 errichteten Bauten des Späthistorismus und durch eine vom historischen Parzellenmuster her geprägte kleinteilige Maßstäblichkeit der Bebauung mit Stilmerkmalen des schlichten Traditionalismus bis in die Wiederaufbauphase nach 1945. Schützenswert sind weiter auch der Rathausplatz und der Bereich um die Lindenbrauerei. Die Umgebung der Lindenbrauerei ist Bestandteil der Unnaer Industriegeschichte und zukünftiges kulturelles Zentrum, der Rathausplatz ist neben dem Marktplatz der bedeutendste Platz hinsichtlich seiner öffentlichen Funktion u. a. mit Rathaus und Katharinenkirche. Diese beiden markanten öffentlichen Bereiche bilden einen räumlichen Zusammenhang, indem sie die wichtigen Eingangsbereiche zum historischen Stadtkern darstellen.

Zum historischen Erscheinungsbild gehört ferner die Orts- und Straßensilhouette mit ihren raumerschließenden Sichtbeziehungen.

(2) Ziel dieser Satzung ist es, die historische Eigenart des Orts- und Straßenbildes sowie die Qualitäten des Rathausplatzes und des Bereiches der Lindenbrauerei zu wahren und durch geeignete Maßnahmen einer positiven Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten weiterzuentwickeln. Hierbei erfordert die besondere stadtbauhistorische Lage und der Bestand an erhaltenswerter Bausubstanz und Baudenkmälern und der öffentlichen Plätze bzw. Bereiche eine besonders zurückhaltende Gestaltung von Werbeanlagen. Die getroffenen Regelungen sollen dazu beitragen, dass Veränderungen oder Eingriffe vermieden werden, die das charakteristische Orts- und Straßenbild beeinträchtigen würden.

(3) Die Stadtverwaltung ist gehalten, das Ziel der Satzung vorrangig durch sachgerechte Beratung und nur äußerstenfalls durch Anwendung der einzelnen Satzungsbestimmungen sicherzustellen. Im Hinblick auf die Genehmigungsfreiheit satzungskonformer Werbeanlagen (§ 65 Abs.1 Nr. 33 b BauO NRW) wird dringend empfohlen, eine Beratung durch die Stadt Unna in Anspruch zu nehmen.

§ 1
Örtlicher Geltungsbereich

(1) Diese Satzung gilt für den Bereich der historischen Altstadt Unna untergliedert in die

a) Zone A, in der das Prinzip des Verbotes von Werbeanlagen mit Erlaubnisvorbehalt gilt, mit den Straßenzügen Burgstraße 4-30, 5-31; Eulenstraße 4; Gerhart-Hauptmann-Straße 29; Gesellschaftsstraße 5-17, 6-14; Grabengasse 1-57, 8-20; Güldener Trog 2-6, 1-5; Gürtelstraße 1-29, 2-6, 18-26; Josef-Ströthoff-Straße 5; Katharinenplatz 3-9; Kirchplatz 1-9, 2-8; Kirchstraße 2-6; Kleine Burgstraße 2, 1-9; Kletterpoth 2-6; Klosterstraße 15-87, 14-62; Klosterwall 2-28, 1-29; Krummfuß 2-16, 1-11; Lüningstraße 2, 1-3; Nicolaistraße 1-3, 2-4; Rahlenbeckstraße 1-13, 2-10; Südwall 5-11; Ulrichswall 2-4, 3-5; Wallgasse 1; Wasserstraße 20.

b) Zone B, in der das Prinzip der Erlaubnis von Werbeanlagen mit Verbotsvorbehalt gilt, mit den Straßenzügen Bahnhofstraße 2-68, 3-47; Flügelstraße 8, 1-15; Gerhart-Hauptmann-Straße 2-30, 3-27; Gesellschaftsstraße 2-4; Hertinger Straße 2-32, 3-37; Katharinenplatz 1; Kleine Burgstraße 4; Kletterpoth 5-15; Klosterstraße 3-9; 2-4; Massener Straße 1-35, 2-40; Morgenstraße 1-15, 2-16; Niesenstraße 5-11, 2; Nordring 48-50, 43; Rahlenbeckstraße 12; Rathausplatz 1-23, 42-44; Rembrandtstraße 2; Schäferstraße 1-45, 2-52; Schmale Straße 1; Schulstraße 1-29, 4-14; Wasserstraße 3-15, 2-14; Westring 1-3.

c) Zone C (Markt), in der das Prinzip der Erlaubnis von Werbeanlagen mit Verbotsvorbehalt gilt, mit den Gebäuden Bahnhofstraße 1; Markt 1-17, 2-16; Wasserstraße 1.

(2) Der räumliche Geltungsbereich der Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna, mit der Abgrenzung der Zonen A, B und der Zone C (Markt), ist in einem Lageplan im Maßstab 1:1000 dargestellt. Dieser Lageplan ist Bestandteil der Satzung.

§ 2
Sachlicher Geltungsbereich

(1) Der sachliche Geltungsbereich der Satzung gilt für alle in § 4 näher bezeichneten Werbeanlagen sowie Warenautomaten. Die Regelungen gelten für die Änderungen und die Anbringung von Werbeanlagen und Warenautomaten, wenn diese geeignet sind, das schutzwürdige Erscheinungsbild oder den kulturhistorischen oder besonderen städtebaulichen Aussagewert im näher bezeichneten Bereich und Einzelobjekte sowie die beabsichtigte Gestaltung der historischen Altstadt zu beeinträchtigen. Eine Beeinträchtigung liegt vor, wenn die in der Satzung konkretisierten Anforderungen nicht erfüllt sind.

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

§ 3
Begriff der Werbeanlage

(1) Als Anlagen der Außenwerbung (Werbeanlagen) gelten alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und die vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen sowie werbeunterstützende Blenden, Schaukästen und für Zettel- oder Bogenanschläge bestimmte Säulen, Tafeln oder Flächen.

(2) Die Begriffsbestimmung der Arten von Werbeanlagen ist in der Anlage 2 enthalten. Anlage 2 ist Bestandteil der Satzung.

§ 4
Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

(1) Anlagen der Außenwerbung sollen Rücksicht auf die charakteristischen Eigenarten des Orts- und Straßenbildes, insbesondere auf die Substanz und den Baustil baulicher Anlagen und ihrer Teile nehmen. Das bedeutet:

a) die Verkleidung von Gebäudeteilen mit Materialien, die der Substanz und dem Stil der Gebäude widersprechen, ist zu unterlassen;

b) die prägenden, gliedernden und / oder belebenden Fassadenteile oder sonstige dekorative Bauglieder dürfen durch Werbeanlagen nicht verdeckt oder überschnitten werden;

c) die Werbung ist werkgerecht auszubilden. Werbeanlagen sollen von kunsthandwerklicher Gestalt sein, soweit die Substanz oder der Stil des Gebäudes es erfordert;

d) die Form und die Farbe der Werbeanlage soll sich der Gesamtwirkung des Gebäudes unterordnen, der Kontrast soll angemessen ausfallen;

e) ungenutzte und verrottete Werbeanlagen sind zu entfernen.

(2) Nachteilige Einwirkungen auf Gebäude und ihre Nachbargebäude von baugeschichtlicher und sonst erhaltenswerter Eigenart sind unzulässig. Eine nachteilige Einwirkung liegt insbesondere vor bei Werbeanlagen:

a) bei störender Häufung;

b) bei regelloser Anbringung.

(3) Je Gewerbebetrieb sind an jeder Gebäudefront zulässig:

- Werbeschriften oder Flachwerbeanlagen
- ein Ausleger
- Werbung an Schaufenstern.

§ 5

Werbung an der Stätte der Leistung

Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig auf der den Geschäftsstraßen zugewandten Seite und auf Grundstücksflächen nur, wenn die Stätte der Leistung nicht weiter als 10 m von öffentlichen Verkehrsräumen entfernt ist und zu diesen offenliegt. Abweichungen können gestattet werden, wenn erhebliche öffentliche Interessen für befristete Veranstaltungen (Wahlwerbung, Schlussverkäufe u. a.) vorliegen und an vorübergehend aufgestellten Bauzäunen.

§ 6

Unzulässige Standorte von Werbeanlagen

Unzulässig sind Werbeanlagen:

a) an und auf öffentlichen Grünflächen, an Bäumen und innerhalb von Baumgruppen;

b) an durch Erker, Balkonen, Brüstungen, Loggien, Gesimsen u. a. gegliederten Fassadenflächen;

c) an Türen und Toren sowie Fensterläden;

d) an Brandgiebeln;

e) auf, an oder in Dachflächen;

f) an Einfriedungen und in Vorgärten sowie an Bäumen;

g) an Leitungsmasten und in der Nähe von Verkehrszeichen;

h) an Wertstoffcontainern und sonstigen Abfallbehältern.

§ 7

Unzulässige Arten von Werbeanlagen

(1) Als Werbeanlagen sind ausgeschlossen:

a) Werbeanlagen mit wechselndem und bewegtem Licht sowie Bildprojektionen;

b) Werbefahnen und Spruchbänder, soweit sie nicht für besonders genehmigte Veranstaltungen, Schluss- und Ausverkäufe für den Zeitraum ihrer Veranstaltung (gem. § 65 Abs. 1 Nr. 34 BauO NRW) genehmigungsfrei sind;

c) großflächig wirkende Werbeeinrichtungen über 4 m^2 (Großflächenwerbung);

d) Spannbänder (Gerüstplanen);

e) Zettel- und Bogenanschläge außerhalb der hierfür zugelassenen Werbeträger. Als zugelassener Werbeträger gelten Litfaßsäulen oder sonst genehmigte Informationseinrichtungen wie Schaukästen, Säulen (auch beweglich) und Vitrinen.

(2) Je Gewerbebetrieb ist mehr als eine Fremdwerbung ausgeschlossen.

§ 8
Zulässige Arten von Werbeanlagen:

(1) Folgende Arten von Werbeanlagen sind zulässig:

Baudenkmäler	Zone A	Zone B	Zone C (Markt)
§ 10 Werbeschriften	**§ 10** Werbeschriften	**§ 10** Werbeschriften	**§ 10** Werbeschriften
	§ 11 (1) a Werbeschilder	**§ 11** (1) a Werbeschilder	
		§ 11 (1) b Flachtransparente	
§ 12 (2) Metallene Ausleger	**§ 12** (1) a Auslegerschilder	**§ 12** (1) a Auslegerschilder	**§ 12** (1) a Auslegerschilder
		§ 12 (1) b Auslegertransparent	
§ 13 Werbung an Schaufenstern	**§ 13** Werbung an Schaufenstern	**§ 13** Werbung an Schaufenstern	**§ 13** Werbung an Schaufenstern
	§ 14 Werbung an Vordächern	**§ 14** Werbung an Vordächern	**§ 14** Werbung an Vordächern
	§ 16 Warenautomaten	**§ 16** Warenautomaten	

(2) Die entsprechenden Zonen und Begriffsdefinitionen sind den Anlagen 1 und 2 zu entnehmen.

§ 9
Werbeschriften

(1) Werbeschriften sind als waagerechte Schriftzüge in Form von einzelnen Buchstaben, Schriftzügen und Firmenemblemen ohne hinterlegte großflächige Platte im gesamten Geltungsbereich zulässig.

(2) Die Höhe der Buchstaben / des Schriftzuges darf 0,40 m nicht überschreiten. Für Firmenembleme und Schriftzüge mit individueller Prägung (erhöhten Einzelbuchstaben) kann ausnahmsweise eine Überschreitung von 0,10 m Höhe zugelassen werden.

(3) Die Gesamtumrissfläche der Werbeanlage darf je Ladeneinheit bis zu einer zugehörigen Fassadenlänge von 6,00 m nicht mehr als 1,25 m² betragen; für jeden weiteren Meter der zum Gewerbebetrieb gehörenden Fassadenlänge vergrößert sich die zulässige Gesamtumrissfläche der Werbeanlage um 0,10 m².

(4) Werbeschriften dürfen die Unterkante der Fenster (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses nicht überschreiten.

§ 10
Flachwerbeanlagen

(1) Flachwerbeanlagen werden unterschieden in:

a) Werbeschilder, die aus einer Trägerfläche mit aufgebrachtem Schriftzug, Zeichen oder Emblemen bestehen und von außen durch Anstrahlung beleuchtet werden können.

b) Flachtransparente sind alle aus Metall oder Kunststoff hergestellten Leuchtkästen, bei denen die Schrift, Zeichen oder Embleme auf einer transparenten Fläche aufgebracht sind, die von dahinter befindlichen Lichtquellen ausgeleuchtet wird.

(2) Flachwerbeanlagen sind ganzflächig parallel zur Fassade anzubringen und dürfen die Unterkante der Fenster (Brüstungslinie) des 1. Obergeschosses nicht überschreiten.

(3) Flachwerbeanlagen müssen:

a) von den prägenden Vorsprüngen in der Fassade (Erker) einen seitlichen Abstand von mindestens 0,20 m wahren;

b) von den Gebäudeecken mindestens einen Abstand von 0,75 m einhalten;

c) von den Geschossgesimsen und Lisenen einen Abstand von mindestens 0,10 m - jeweils in der Fassade gemessen - einhalten.

(4) Die Höhe des Trägers darf 0,50 m nicht überschreiten.

(5) § 10 (2) und (3) gelten entsprechend, werbeunterstützende Blenden sind auf die Flächengröße anzurechnen.

§ 11
Ausleger

(1) Ausleger werden unterschieden in:

a) Auslegerschilder sind senkrecht zur Fassade angebrachte Werbeschilder im Sinne des § 11 (1) a.

b) Auslegertransparente sind senkrecht zur Fassade angebrachte Transparente im Sinne des § 11 (1) b.

(2) An Baudenkmälern sind Auslegerschilder nur in Form von metallenen Auslegern in stilgerechter handwerklicher Ausführung zulässig.

(3) Winklig zur Gebäudefront angebrachte Ausleger dürfen die Brüstungslinie der Fenster des 1. Obergeschosses nicht überschreiten und sind mindestens 2,75 m über Straßenniveau anzubringen.

(4) Ihre Ausladung darf höchstens 1,00 m und die Größe der Schild- bzw. Transparentfläche darf höchstens 1,00 m² bei einer Konstruktionsbautiefe von höchstens 0,25 m betragen; § 10 (2) gilt entsprechend.

(5) Ausleger sind rechtwinklig zur Gebäudefront anzubringen. Sie sind in Form von Würfeln, Kugeln, Pyramiden, Prismen oder ähnlichen voluminösen Körpern nicht gestattet.

(6) Kletterschriften sind zulässig, Drehschriften und Flatterschriften nicht.

§ 12
Werbung an Schaufenstern

Schaufenster und sonstige Fenster in den Obergeschossen dürfen weder großflächig zugeklebt, noch zugestrichen oder zugedeckt werden. Eine Großflächigkeit liegt dann vor, wenn mehr als ¼ der Glasfläche verdeckt ist. Das gilt nicht für kurzfristige Sonderveranstaltungen bis zu einer Dauer von 3 Wochen.

§ 13
Werbung an Vordächern

(1) Werbung an Vordächern ist nur vor der Blende (Stirnseite) zulässig.
Buchstaben und Firmenembleme dürfen eine Konstruktionsbautiefe von 0,10 m nicht überschreiten, § 10 gilt entsprechend.

(2) Unterhalb von Kragplatten und Glasdächern sind Werbeanlagen in Form von Hängetransparenten, Hängeschildern oder sonstigen Werbezeichen nach § 11 und § 12 zulässig. Sie müssen eine Mindestdurchgangshöhe von 2,75 m über Straßenniveau und einen Abstand von mindestens 0,20 m zur Vorderkante der Kragenplatte bzw. des Glasdaches einhalten.

§ 14
Beleuchtung und Farbe von Werbeanlagen

(1) Schriften als Wandmalerei und auf Tafeln aufgemalte Schriften, Zeichen und Symbole dürfen nur mit Punktleuchten angeleuchtet werden. Eine Blendung von Anwohnern und Passanten ist unzulässig.

(2) Bei Flach- und Auslegertransparenten dürfen nur die Schrift, Zeichen und Symbole, nicht aber der Schriftgrund und die Seiten (Zargen) der Anlage, beleuchtet werden.

(3) Bei hinterleuchteten Schriften, Zeichen und Symbolen sowie Punktbeleuchtung darf nur eine gedämpft-weiße Beleuchtung verwendet werden.

(4) An Fachwerkbauten dürfen unverdeckte Lichtquellen nicht verwendet werden.

(5) Grelle Farbkombinationen und fluoreszierende (stark lichtreflektierende) Werbung sind unzulässig.

(6) Technische Hilfsmittel für Lichtwerbung (z. B. Kabelzuführungen) müssen unsichtbar verlegt werden.

§ 15
Warenautomaten

(1) Warenautomaten, die vom öffentlichen Verkehrsraum her sichtbar sind, sind in Zone A und B, nicht aber an Baudenkmälern zulässig. Sie dürfen an Gebäuden unter 9,0 m Frontbreite nur einzeln, bei größeren Frontbreiten auch in aufeinander abgestimmten Gruppen an den Wänden im Erdgeschoss angebracht werden, wenn sie in einer engen

räumlichen und sachlichen Beziehung zu einem Verkaufs- und Dienstleistungsbetrieb stehen.

(2) Warenautomaten dürfen nur angebracht werden, wenn die statische Funktion von Mauern optisch klar erkennbar bleibt. Sie sollen so tief in die Fassade eingelassen werden, dass sie mit der Gebäudefront bündig abschließen. Ist das aus konstruktiven Gründen nicht möglich, dürfen Warenautomaten ausnahmsweise bis zu 0,25 m ausladen.

(3) An Eckgebäuden muss ein Abstand von mindestens 1,0 m von der Ecke freigehalten werden.

§ 16

Abweichungen

Von den Vorschriften dieser Satzung kann die Bauaufsichtsbehörde im Einvernehmen mit der Stadt Unna Abweichungen zulassen, wenn die in § 5 formulierten allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten erfüllt bleiben.

§ 17

Ordnungswidrigkeiten

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen §§ 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15 oder 16 der vorliegenden Gestaltungssatzung verstößt, handelt ordnungswidrig i. S. d. § 84 Abs. 1 Nr. 20 der BauO NRW in der jeweils geltenden Fassung.

Die Erarbeitung dieser Werbeleitsatzung erfolgte auf der Grundlage des Satzungsentwurfes des Büros Prof. Dr.-Ing. Krause & Partner in Dortmund, erstellt im Januar 1999.

Bekanntmachungsanordnung

Die Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna wird hiermit ortsüblich bekanntgemacht.

Es wird darauf hingewiesen, dass gem. § 7 Abs. 6 der GO NRW in der derzeit gültigen Fassung Verletzungen von Verfahrens- und Formvorschriften der GO NRW beim Zustandekommen dieser Satzung nach Ablauf eines Jahres seit der Verkündung nicht mehr geltend gemacht werden können, es sei denn,

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

Die Satzung - inkl. sämtlicher Anlagen - liegt beim Bereich Planung der Stadt Unna, Rathausplatz 1 (Rathaus, 3. Obergeschoss, Aufgang B, Ostflügel, Zimmer 307), während der Dienststunden

montags bis donnerstags von 08.00 Uhr bis 16.00 Uhr

und

freitags von 08.00 Uhr bis 12.30 Uhr

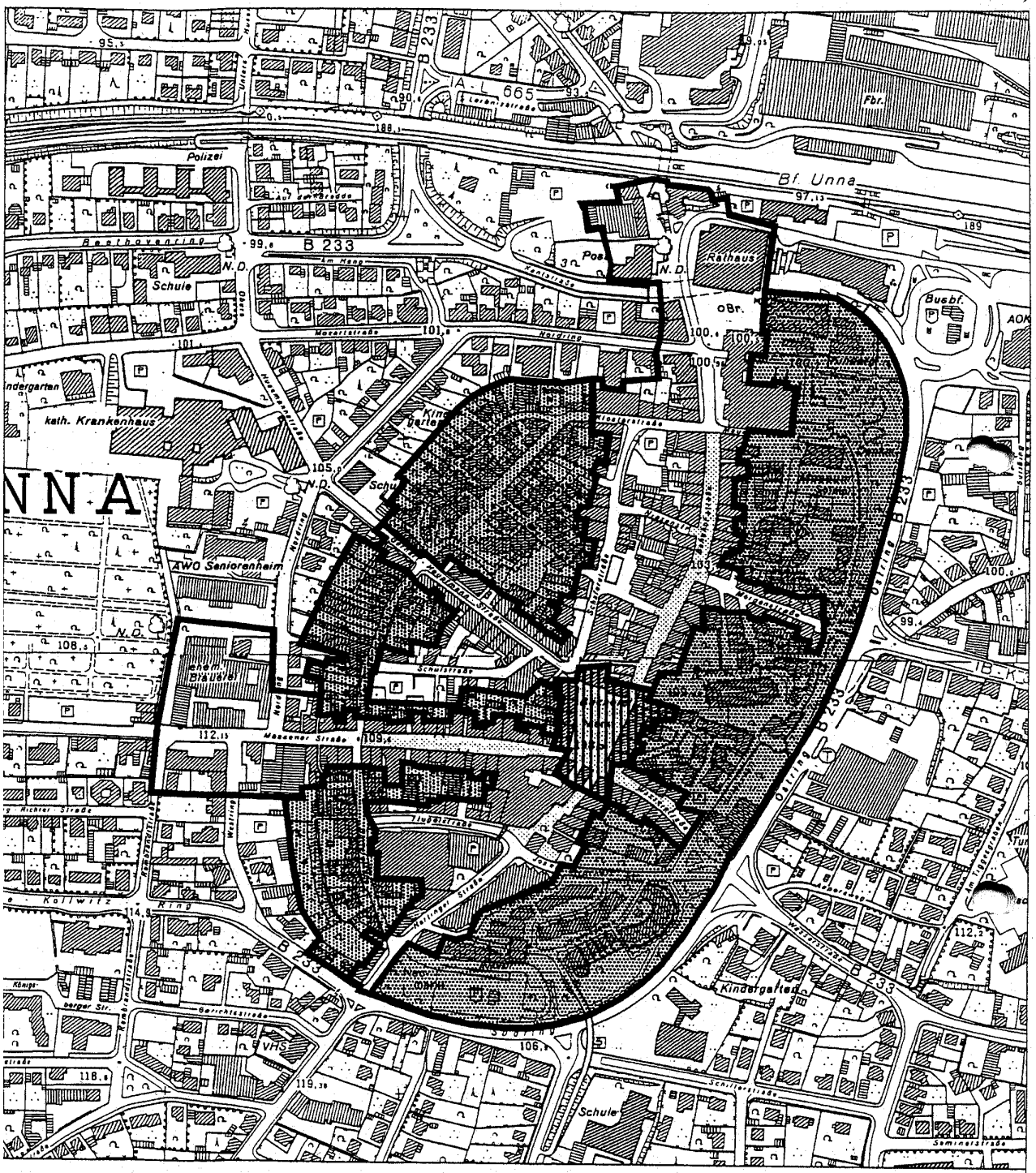
zu jedermanns Einsichtnahme öffentlich aus.

Unna, 01. Juli 2002

gez. Weidner
Bürgermeister

ABl. StUN 18-61/05. Juli 2002

Anlage 1 **Seite 8**



Anlage 2 zu der Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna

Arten von Anlagen der Außenwerbung

Werbeschriften werden in Einzelbuchstaben oder als zusammenhängender Schriftzug - in horizontaler oder vertikaler Schriftlinie - ausgebildet, unterschieden nach der Art ihrer Herstellung

- **aufgemalte Schriften**
- **plastisch ein oder ausgearbeitete Schriften** (nur auf Putzgrund)
- **aufgesetzte Schriften**
- **eingeschnittene Schriften**

Vertikal- oder Kletterschriften sind an Fahnentransparenten angebrachte Einzelbuchstaben, die aufrechtstehend in einer Vertikalachse angeordnet sind.

Drehschriften sind Buchstabenfolgen oder Schriftzüge, bei denen zwar die Grundlinie der Schrift vertikal, die Achsen der Buchstaben jedoch horizontal verlaufen.

Flatterschriften sind Vertikal- oder Kletterschriften, bei denen die Einzelbuchstaben nicht auf einer Vertikalachse angeordnet sind.

Flachwerbeanlagen sind parallel zur Fassade angebrachte flächige Werbeanlagen. Sie sind zu unterscheiden nach:

a) **Werbeschilder,** bestehend aus einer Trägerfläche mit aufgebrachtem Schriftzug, Zeichen oder Emblem und können unbeleuchtet sein oder angestrahlt werden.

Hängeschilder sind unterhalb von Kragplatten angebrachte Werbeschilder.

b) **Flachtransparente** sind alle aus Metall oder Kunststoff hergestellte Leuchtkästen, bei denen die Schrift, Zeichen oder Embleme auf einer transparenten Fläche aufgebracht sind und die von dahinter befindlichen Lichtquellen ausgeleuchtet werden (Leuchtkästen).

Hängetransparente sind unterhalb von Kragplatten, Kragkästen, Glasdächern oder sonstigen Vordachkonstruktionen angebrachten, abgehängte Transparente.

Ausleger sind alle winklig bzw. senkrecht zur Fassade angebrachten in den Luftraum der Straße ragenden Anlagen der Außenwerbung. Es sind zu unterscheiden*:*

a) **Auslegerschilder** sind senkrecht zur Fassade angebrachte Werbeschilder.

b) **Auslegertransparente** sind winklig bzw. senkrecht zur Fassade angebrachte, in den Luftraum der Straße ragende Transparente, die sich vom Flachtransparent durch die zweiseitige Lesbarkeit unterscheiden.

c) **Metallausleger** bestehen aus einem Träger des Aushängeschildes (= Wandarm), aus einem Arm (ein senkrecht zur Wand stehender Eisenträger) und einer Strebe, an dem das Schild angehängt ist.

Anlage 2 zu der Satzung über Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten in der historischen Altstadt Unna

Würfel-, kugel- oder prismatische Werbekörper erlauben eine zwei- oder dreiseitige Werbebotschaft in gleichartiger Form und Ausdehnung. Außer den prismatischen Werbeflächen, sind insbesondere Würfelförmige Werbekästen üblich, die eine körperbetonte Werbewirkung entwickeln können.

Unter dem Begriff **Werbebotschaft** versteht man den textlichen und bildlichen Inhalt einer Werbeanlage.

Emblem ist ein gegenständliches Sinnbild für einen bestimmten Beruf, ein Gewerbe oder eine Dienstleistung, für die eine (erinnernde) Aufmerksamkeitszuwendung geweckt werden soll. Als Werbesymbol wird aber auch das schriftliche Signet (Monogramm), Zunft- oder Innungszeichen, ein Wappen bis hin zum abstrahierenden „Logo“ einer Firma begriffen.

Werbetafeln sind Anlagen zur Dauer- oder Wechselwerbung (Plakatanschlagtafel), die entweder an Gebäuden oder sonstigen baulichen Anlagen angebracht oder freistehend, d. h. als selbstständige bauliche Anlage auftreten.

Werbefahnen und Spruchbänder sind textile oder aus Kunststoff hergestellte, vom Wind bewegte Träger einer Werbebotschaft.

Spannbänder (Gerüstplanen) sind festmontierte (meist an Baugerüsten angebrachte) textile oder aus Kunststoff hergestellte Träger einer Werbebotschaft.

Zettel und Bogenanschläge sind Außenanschläge aus Papier (Plakate) oder anderen Stoffen, die geeignet sind, an Säulen und Tafeln angeschlagen zu werden. Bogen bezeichnet das Format (Bogentag = 594 x 841 mm).

Hinweis auf Beruf und Gewerbe gehören zu den Werbeanlagen mit ausschließlich hinweisendem (nicht belehrendem) Charakter. Sie dürfen neben den Beschriftungen höchstens nur noch Firmensymbole aufweisen.

Fremdwerbung bezeichnet – im Unterschied zur Eigenwerbung (mit Hinweisfunktion) – den Hersteller bzw. die Marke einer in Geschäftslokal angebotenen Ware.

Reflektierende Werbeanlagen sind Schriften, Zeichen oder Symbole, die auf einer meist ebenen Fläche entweder aufgemalt oder als plastische Buchstaben angeordnet sind und die von im Abstand davor angebrachten Lichtquellen (Punktstrahler oder Soffittenlampe) beleuchtet werden.

Warenautomaten sind Träger von Werbebotschaften, die zugleich auch dem Verkauf von Waren dienen; sie gelten deshalb gewerberechtlich als Verkaufsstelle.

Schaukasten oder **Vitrine** ist ein mit Glas abgeschlossener kastenartiger Behälter, der Schaustellungs-, Werbe- oder Informationszwecken dient.

62 **B E K A N N T M A C H U N G**

Widmung der Verkehrsflächen „Stichstraße Robert-Koch-Weg“, Straße „Am Steinknapp“, „Feuerdornweg“ sowie „Teilstück Uelzener Hellweg“ in Unna

Der Rat der Stadt Unna hat am 27.06.2002 beschlossen:

> Die im Stadtgebiet Unna gelegenen Straßen „Stichstraße Robert-Koch-Weg“, „Am Steinknapp“, „Feuerdornweg“ sowie „Teilstück Uelzener Hellweg““ werden für die in den beigefügten Lageplänen dargestellten Bereiche gemäß § 6 Abs. 1 Straßen- und Wegegesetz des Landes Nordrhein-Westfalen (StrWG NW) vom 28.11.1961 (GV NW S.305) in der Fassung vom 23.09.1995 (GV NW S. 1028, ber. 1996, S. 81, 141, 216, 355) dem öffentlichen Verkehr gewidmet und erhalten die Eigenschaft von Gemeindestraßen, bei denen die Belange der Erschließung der anliegenden Grundstücke überwiegen (§ 3 Abs. 4 Nr. 2 StrWG NW). Der Gemeingebrauch gilt uneingeschränkt.

Anlage: 3 Lagepläne

Die Widmung wird zum 01.09.2002 wirksam.

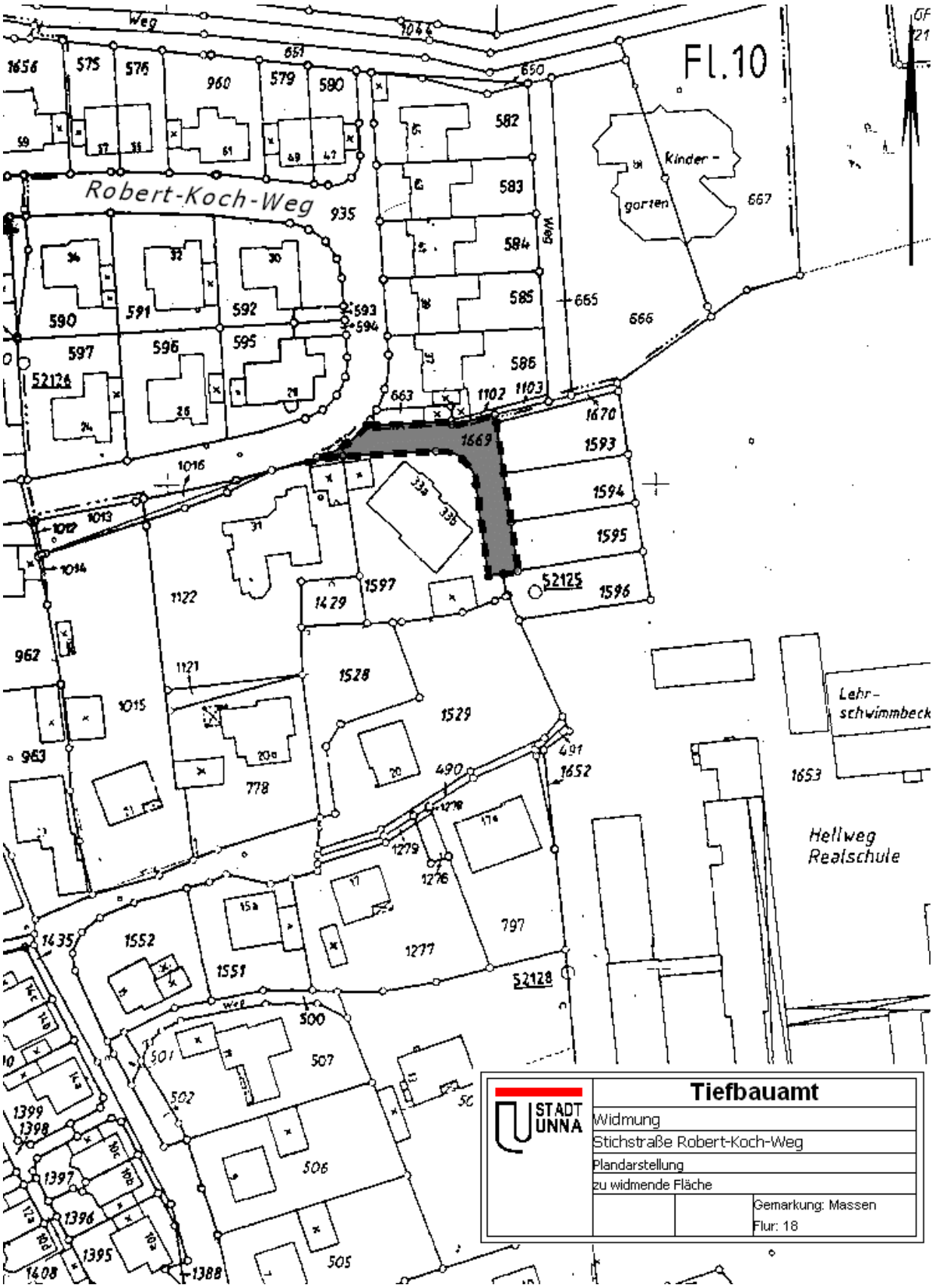
Rechtsbehelfsbelehrung:
Gegen diese Widmungsverfügung kann innerhalb eines Monats nach öffentlicher Bekanntmachung Widerspruch erhoben werden.
Der Widerspruch ist schriftlich oder zur Niederschrift beim Bürgermeister der Stadt Unna, Bereich 6-66 Verkehr, Rathausplatz 1, 59423 Unna, einzulegen.
Falls die Frist durch das Verschulden einer/eines Bevollmächtigten versäumt werden sollte, so würde deren/dessen Verschulden der/dem Widerspruchsführer/in zugerechnet werden.

Unna, 01. Juli 2002

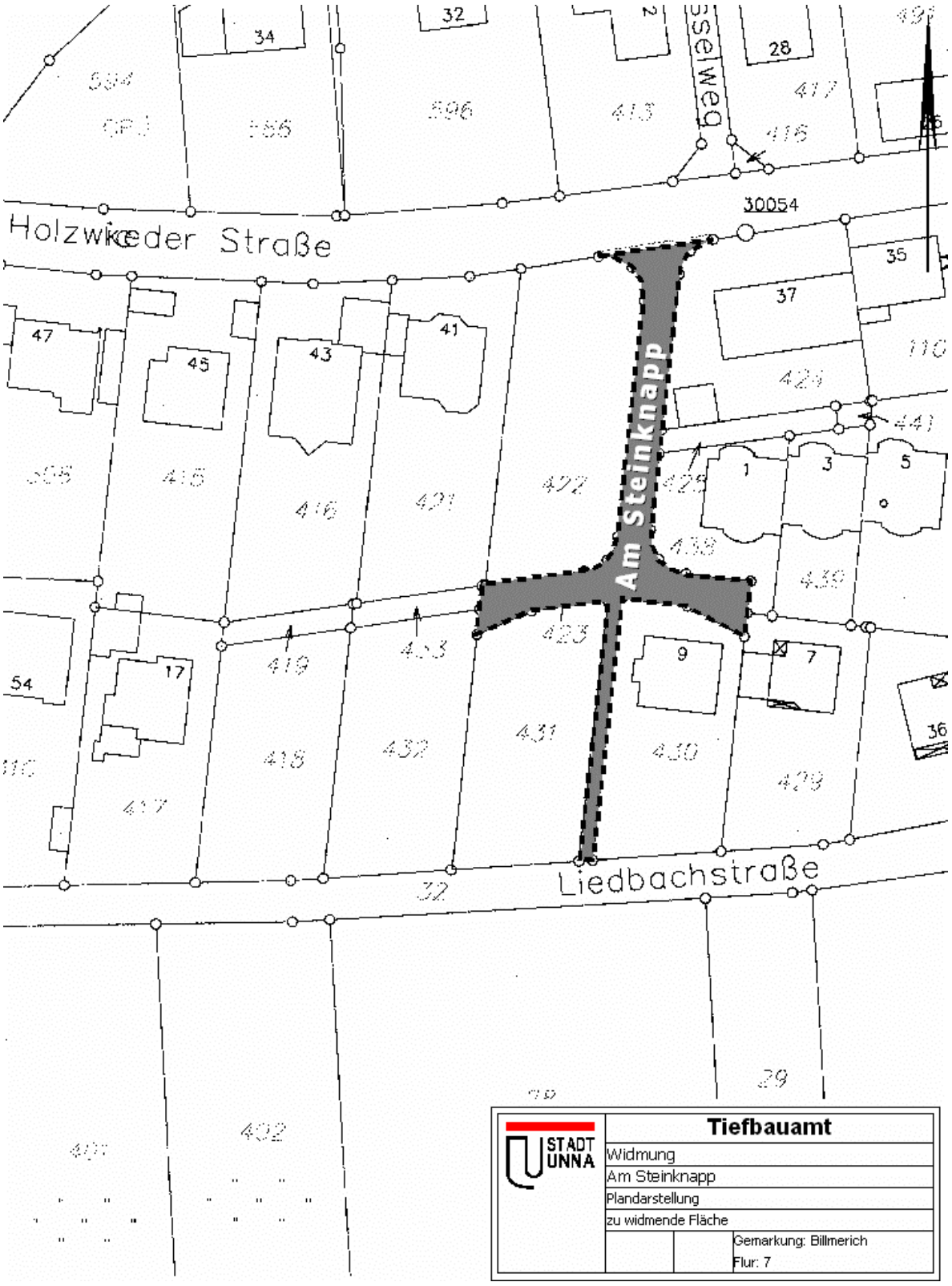
STADT UNNA
Der Bürgermeister
als Straßenbaubehörde

gez. Volker W. Weidner

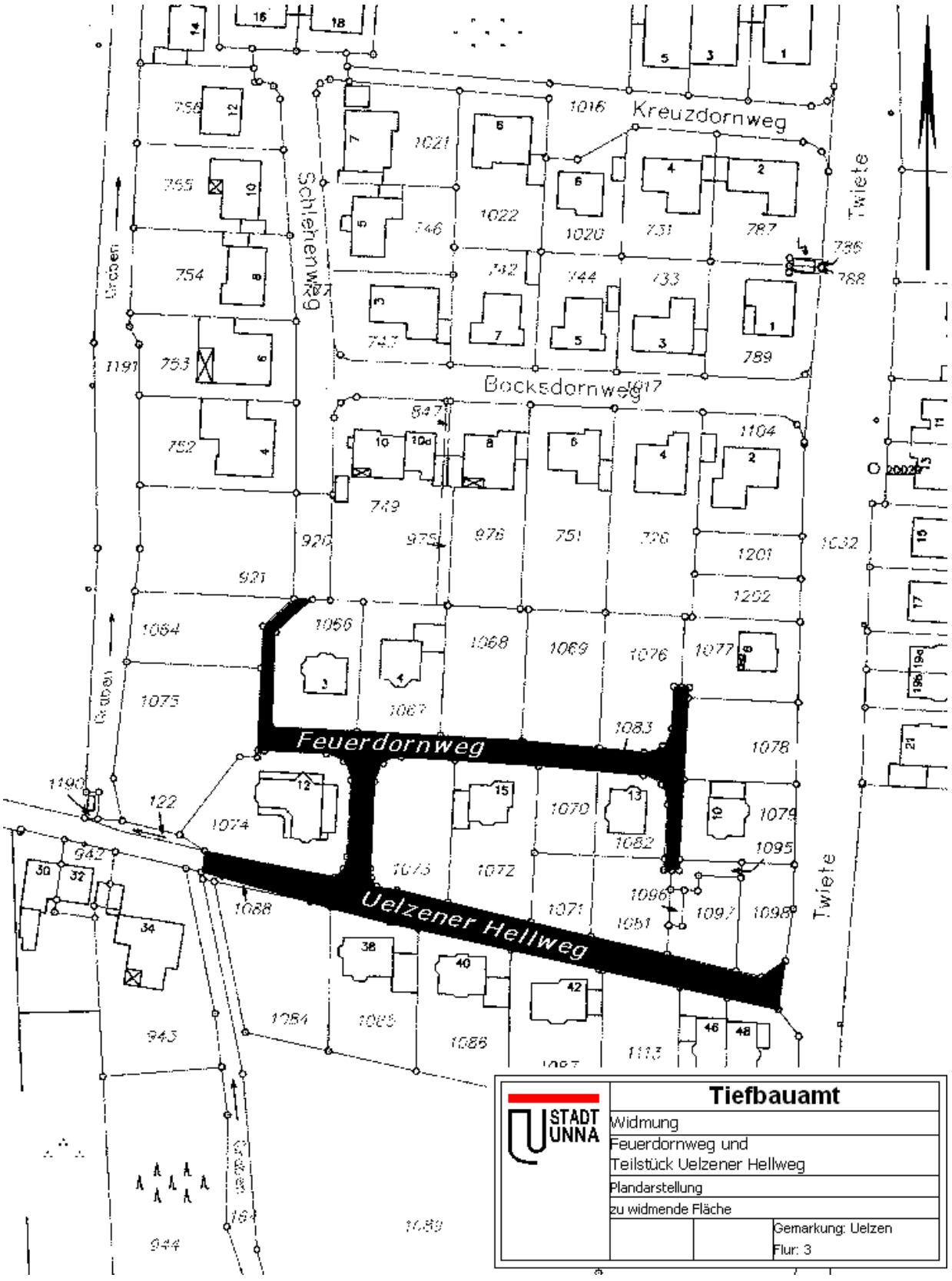
ABl. StUN 18-62/05. Juli 2002



Anlage zum ABl. StUN 18-62/05. Juli 2002



Anlage zum ABl. StUN 18-62/05. Juli 2002



Anlage zum ABl. StUN 18-62/05. Juli 2002

63 **B E K A N N T M A C H U N G**

Vorhabenbezogenes Bebauungsplanverfahren Unna-Uelzen Nr. 1 „Vogelpark Uelzen“: Bürgerbeteiligung in Form einer Bürgerversammlung

Der Ausschuss für Stadtentwicklung der Stadt Unna hat in seiner Sitzung am 24.04.2002 beschlossen, vor Einleitung des vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahrens im Vorfeld eine Klärung der nachbarschaftlichen und öffentlichen Interessen in Form einer Vorstellung des Projektes und der Diskussion im Rahmen einer Bürgerversammlung herbeizuführen.

Der räumliche Geltungsbereich des geplanten vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Unna-Uelzen Nr. 1 „Vogelpark Uelzen“ umfasst das westlich der Straße „Zum Osterfeld“, gegenüber der Tennisanlage, nördlich der Bebauung Dreishofstraße 74 - 86 (nur gerade Hausnummern) und Zum Osterfeld 26 gelegene Flurstück 584, Flur 2, Gemarkung Uelzen (s. auch Übersichtsplan).

Die Bürgerversammlung zu o. g. vorhabenbezogenen Bebauungsplanverfahren findet am Mittwoch, 17.07.2002, ab 19.00 Uhr im Phillipp-Nicolai-Haus, Zum Osterfeld 5, 59425 Unna, statt.

Alle interessierten Bürgerinnen und Bürger sind eingeladen sich zu informieren und zu äußern.

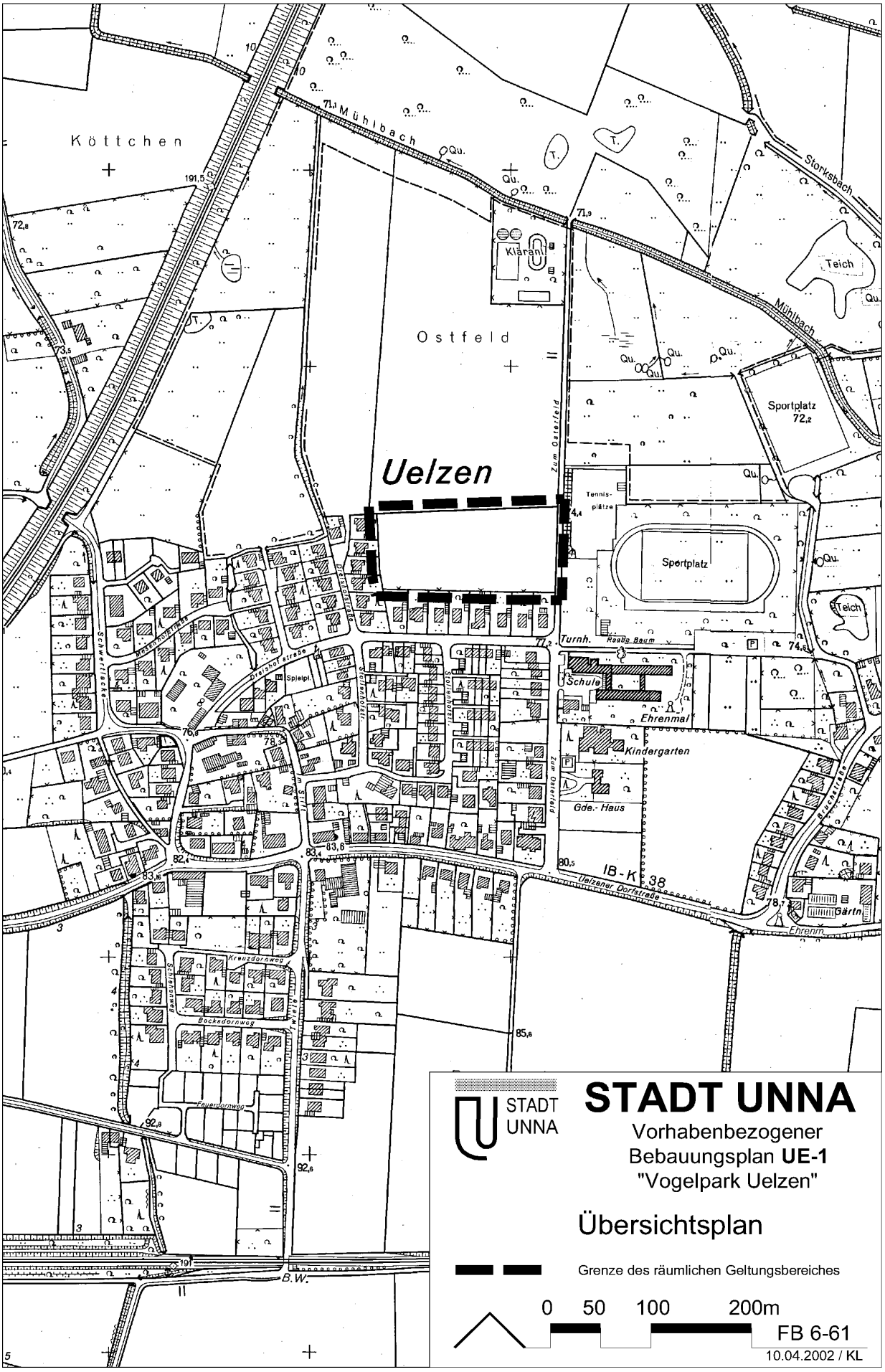
Die Planungen werden in Form eines Vortrages vorgestellt und anschließend in einer Diskussion mit den Bürgerinnen und Bürgern erörtert.

Leiter der Veranstaltung ist Herr Ortsvorsteher Heinrich Wisselmann.

Unna, 04. Juli 2002

gez. Weidner
Bürgermeister

ABl. StUN 18-63/05. Juli 2002



Anlage zum ABl. StUN 18-63/05. Juli 2002