

## 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 17.10.2002**

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 26.09.2002 folgende Satzung beschlossen.

#### **Präambel**

- (1) Das Erscheinungsbild der historischen Altstadt Unna wird geprägt durch eine Vielzahl an Baudenkmalern 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 Baudenkmalern 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; Lüningsstraße 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 § 3 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 überschritten 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 offen liegt. 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 Fasadeflächen;
- 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<sup>2</sup> (Großflächenwerbung);
  - d) Spannbänder (Gerüstplanen);
  - e) Zettel- und Bogenanschlüge 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:

<b>Baudenkmäler</b>	<b>Zone A</b>	<b>Zone B</b>	<b>Zone C (Markt)</b>
<b>§ 9</b> Werbeschriften	<b>§ 9</b> Werbeschriften	<b>§ 9</b> Werbeschriften	<b>§ 9</b> Werbeschriften
	<b>§ 10 (1) a</b> Werbeschilder	<b>§ 10 (1) a</b> Werbeschilder	
		<b>§ 10 (1) b</b> Flachtransparente	
<b>§ 11 (2)</b> Metallene Ausleger	<b>§ 11 (1) a</b> Auslegerschilder	<b>§ 11 (1) a</b> Auslegerschilder	<b>§ 11 (1) a</b> Auslegerschilder
		<b>§ 11 (1) b</b> Auslegertransparent	

<b>Baudenkmäler</b>	<b>Zone A</b>	<b>Zone B</b>	<b>Zone C (Markt)</b>
<b>§ 12</b> Werbung an Schaufenstern	<b>§ 12</b> Werbung an Schaufenstern	<b>§ 12</b> Werbung an Schaufenstern	<b>§ 12</b> Werbung an Schaufenstern
	<b>§ 13</b> Werbung an Vordächern	<b>§ 13</b> Werbung an Vordächern	<b>§ 13</b> Werbung an Vordächern
	<b>§ 15</b> Warenautomaten	<b>§ 15</b> 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 Firmenemblemern ohne hinterlegte großflächige Platte im gesamten Geltungsbereich zulässig.
- (2) Die Höhe der Buchstaben / des Schriftzuges darf 0,40 m nicht überschreiten. Für Firmenemblemern 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 m<sup>2</sup> betragen; für jeden weiteren Meter der zum Gewerbebetrieb gehörenden Fassadenlänge vergrößert sich die zulässige Gesamtumrissfläche der Werbeanlage um 0,10 m<sup>2</sup>.
- (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 Emblemern 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 Emblemern 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) § 9 (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 § 10 (1) a.
  - b) Auslegertransparente sind senkrecht zur Fassade angebrachte Transparente im Sinne des § 10 (1) b.
- (2) An Baudenkmalern 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 m<sup>2</sup> bei einer Konstruktionsbautiefe von höchstens 0,25 m betragen, § 9 (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  $\frac{1}{4}$  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, § 9 gilt entsprechend.

- (2) Unterhalb von Kragplatten und Glasdächern sind Werbeanlagen in Form von Hängetransparenten, Hängeschildern oder sonstigen Werbezeichen nach § 10 und § 11 zulässig. Sie müssen eine Mindestdurchgangshöhe von 2,75 m über Straßenniveau und einen Abstand von mindestens 0,20 m zur Vorderkante der Kragplatte 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 Baudenkmalern 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 § 4 formulierten allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen und Warenautomaten erfüllt bleiben.

## § 17

### **Ordnungswidrigkeiten**

Wer vorsätzlich oder fahrlässig gegen §§ 4 bis 15 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**

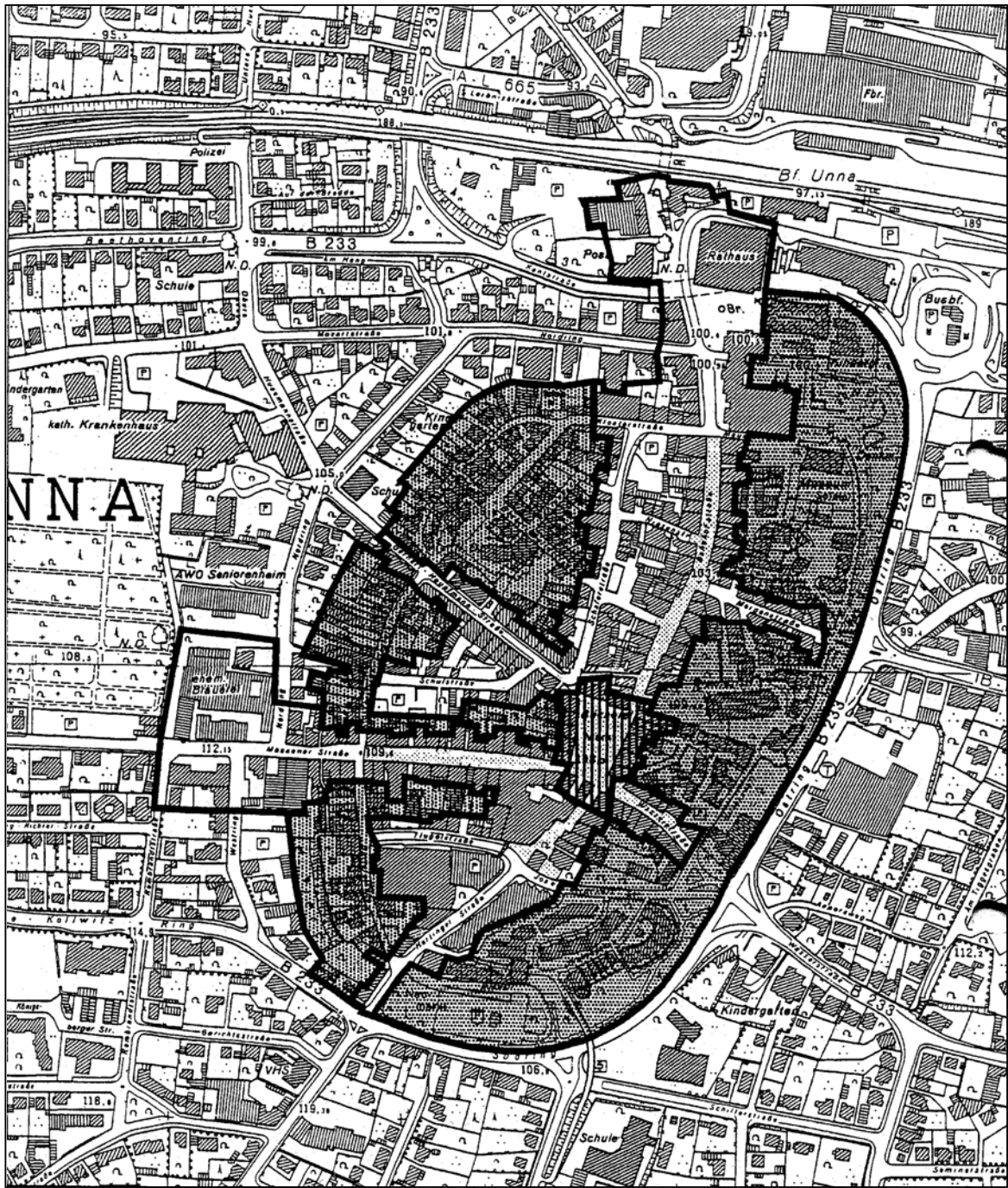
zu jedermanns Einsichtnahme öffentlich aus.




Unna, 17. Oktober 2002  
In Vertretung

gez. Kolter  
Erster Beigeordneter

ABl. StUN 28-86/18. Oktober 2002





-  Zone A
-  Zone B
-  Zone C (Markt)

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

## **Arten von Anlagen der Außenwerbung**

**Werbefchriften** 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**
- **ingeschnittene 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) **Werbefchilder**, bestehend aus einer Trägerfläche mit aufgebrachtem Schriftzug, Zeichen oder Emblem und können unbeleuchtet sein oder angestrahlt werden.

**Hängeschilder** sind unterhalb von Kragplatten angebrachte Werbefchilder.

- 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 Werbefchilder.
- 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 beherrschendem) 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.