

Satzung
über Anbringungsort, Abmessungen und Ausgestaltung von Werbeanlagen,
über die äußere Gestaltung baulicher Anlagen und über Antennenanlagen für
einen Teil der Ortslage in Köln-Altstadt/Nord bezüglich der Hohe Straße, der
Schildergasse, des Wallrafplatzes und der Gürzenichstraße und deren
Seitenstraßen
(Arbeitstitel: Gestaltungssatzung Hohe Straße / Schildergasse)
vom 13. Januar 2006

Der Rat der Stadt Köln hat in seiner Sitzung am 15.12.2005 aufgrund des § 86 Abs. 1 Nr.1 und 2 und Abs. 2 Nr.1 in Verbindung mit § 84 Abs. 1 Nr. 20 und Abs. 3, § 65 Abs. 1 Nr.33, 34 und 35 der Bauordnung für das Land NW (BauO NW) vom 01.06. 2000 (GV NW S.622 / SGV NW 232) – in Verbindung mit § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein- Westfalen (GO NW) vom 14.07. 1994 (GV NW 666 / SGV NW 2023) – in der bei Erlass dieser Satzung geltenden Fassung – diese Satzung beschlossen:

Präambel

Das Satzungsgebiet liegt im Bereich des römischen Stadtgebiets Kölns, das auch im Mittelalter zum dicht bebauten zentralen Bereich gehörte.

Die Hohe Straße war im römischen Köln als cardo maximus eine wichtige hochwasserfreie Hauptstraße neben dem decumanus maximus, von der ein Teilstück in der Schildergasse fortlebt. Aus verschiedenen historischen Plänen und Karten (z. B. Mercatorplan von 1570, Thiriart-Plan von 1815) ist ersichtlich, dass die Hohe Straße auch in den folgenden Jahrhunderten immer eine wichtige Nord-Süd-Verbindung innerhalb der Stadt darstellte. Aus verschiedenen historischen Plänen und Karten (z.B. Mercatorplan von 1570, Thiriart- Plan von 1815) ist ersichtlich, dass die Hohe Straße auch in den folgenden Jahrhunderten immer eine wichtige Nord-Süd- Verbindung innerhalb der Stadt darstellte. In der Mitte des 19. Jahrhunderts setzte in der Hohen Straße mit der Eröffnung des Centralbahnhofs nördlich des Doms ein Wandel der Funktionen ein. In der bis dahin auf schmalen Parzellen mit zwei bis dreieinhalbgeschossigen Wohnhäusern bebauten Hohen Straße entstanden damals Ladenlokale, Restaurants, Konzert- und „Belustigungslokale“ in geringfügig höheren Neubauten, deren Obergeschosse zunächst weiterhin Wohnetagen enthielten. Lediglich die schon 1846 geplante und 1861 bis 63 gebaute Königin-Augusta-Passage war ein erster Ansatz zu einer großräumigen Geschäftsentwicklung, die dann erst um 1900 durch Großbauten am Anfang der Hohen Straße (Stollwerckhaus) und nahe der Schildergasse (Passage des Kaufhauses Leonard Tietz) fortgesetzt wurde. Auch nach den Zerstörungen des Zweiten Weltkrieges blieb ein Großteil der schmalen Parzellen in der Hohen Straße erhalten. Nur in Ausnahmefällen entstanden beim Wiederaufbau durch Zusammenlegung von Parzellen einzelne Großbauten, die sich in der Gebäudehöhe der umgebenden Bebauung anpaßten (ehemalige Gebäude von Woolworth und Kaufhalle u.a.). Die Fassaden an der Hohe Straße insgesamt, soweit diese überhaupt erhalten waren, sind größtenteils hinter späterer „zeitgemäßer“ Verkleidung

verschwunden. Seit 1967 wurde die schmale und bis zur Schildergasse fast geradlinig verlaufende Hohe Straße zur Fußgängerstraße erklärt.

Der Wallrafplatz, die Hinführung zur heutigen Hohen Straße, bestand im Mittelalter nicht. Hier stand die 1363 errichtete Domprobstei, in der seit der Franzosenzeit der Sammler Wallraf mit seinen umfangreichen Sammlungen wohnte. Als nach seinem Tod 1824 das heruntergekommene Gebäude geräumt und 1830 abgebrochen worden war, veranlasste der Bauinspektor Biercher wegen des großartigen Blicks von hier auf die Domtürme, anstelle des geplanten Neubaus einen freien Platz zu belassen. Dieser Blick auf den Dom ist geblieben, auch wenn die den Wallrafplatz umgebende Bebauung in der Folgezeit höher wurde. Seinen Auftakt zur Hohen Straße erhielt der Wallrafplatz vor allem durch den Bau des o. g. Stollwerckgebäudes. An derselben Platzwandseite jenseits der Hohen Straße nahe der Straße An der Rechtsschule erinnert das 1915 erbaute Sandsteingebäude in Fenstergliederung und Giebelgestaltung als einziges an frühere Bebauung, an seinen Vorgängerbau von 1615. Mit der Errichtung des Funkhauses 1950-1953 nach dem Entwurf von P.F. Schneider erhielt der Wallrafplatz eine ruhige einheitliche Westfront.

Anders vollzog sich die Entwicklung der Schildergasse. Sie war im Mittelalter die Straße der Wappen- und Schildermaler, die hier seit 1452 ihr Gaffelhaus hatten. Seit 1494 war in der Schildergasse auch das sehr bedeutende Zunfthaus der Brauer. Zudem lagen an dieser Straße drei Klöster (Antoniter, Kreuzbrüder und Klarissen), womit nach deren Auflösung größere Parzellen vorhanden waren. Schon 1847 hatte die Firma Stollwerck das deutsche Kaffeehaus mit einem Theater für 1500 Personen in dieser Straße erstellt. Die Bühne von Millowitsch befand sich in den 20er Jahren in der Schildergasse. Die eigentliche Wende zur heutigen Geschäftsstraße setzte erst ab 1902 ein, als mit deren östlichen Verlängerung, der Gürzenichstraße, eine Verkehrsachse zum Rhein hingeschaffen wurde. Schon 1870 bestanden erste Überlegungen eines Durchbruchs innerhalb der dichten Bebauung zwischen Schildergasse und der damaligen Schiffsbrücke. Die konkrete Planung begann aber erst 1902/03 und zog sich bis 1909. Das sogenannte Sandviertel wurde abgebrochen und schon 1914 zum Zeitpunkt, als die feste Brücken zwischen Deutz und der Kölner Altstadt noch gebaut wurde, war der Ausbau der Straße abgeschlossen. Die Bauten der Gürzenichstraße bestimmten die weitere Entwicklung der Schildergasse. Der Gürzenich erhielt 1912 einen Vorplatz und bildete so einen „pittoresken“ Beginn der nach ihm benannten Straße. Die Neubauten passten sich in ihrer Materialwahl dem Gürzenich an. Schräg gegenüber entstand 1911-13 nach einem Entwurf von F. Bolte das Stadthaus mit Geschäften im Erdgeschoss. Eine leichte Krümmung nahm der monumental ausgebildeten Vorderfront die Starrheit. Dieser Knick in der Straßenflucht rührt vom hier ausgeführten Motiv der gekrümmten Straßenführung, einem um die Jahrhundertwende aufkommenden städtebaulichen Ziel, das sich von der mittelalterlichen Stadtbaukunst herleitet und in einer neuen Fluchtlinienplanung für die gesamte Schildergasse festgelegt wurde. Die in der Folgezeit durch Neubebauung entstandene leicht geschwungene Häuserwand prägt bis heute die Schildergasse. Im Anschluss an das Stadthaus wurde zwischen 1911 und 1913 das Kaufhaus Michel zwischen Sandkaul und Hohe Straße erstellt. Den folgenden wesentlich größeren Gebäudekomplex bildete das 1912-14 errichtete Kaufhaus Tietz, der heutige Kaufhof, dessen neoklassizistische monumentale Fassade W. Kreis entwarf. Abgebrochen wurde dafür der oben genannte Passagenbau im Jugendstil. Gegenüber auf einem neuen annähernd dreieckigen Inselgrundstück schuf wiederum der Architekt Kreis das ebenfalls monumentale sandsteinverkleidete

Geschäfts- und Bürohaus Palatium, das spätere Textilhaus Hansen. Der Architekt C. Moritz schuf im östlichen anschließenden Baublock (dem ehemaligen Kaufhaus Michel gegenüber) das Kaffeehaus Germania. Dieser repräsentative Stadtumbau der Anlage der Gürzenichstraße, die nahtlos in die Schildergasse übergeht, zeichnete sich durch seine sandstein- oder tuffsteinverkleideten Geschäftspaläste aus, die einheitliche Dachlösungen und Gesimslinien in aufeinander abgestimmter Höhe besaßen.

Kurz zuvor waren noch an der Schildergasse Großbauten mit Jugendstilfassaden errichtet worden, so beiderseits des Perlengäßchens. Hinter dem heutigen hell verkleideten Bau östlich des Perlengäßchens verbirgt sich die 1908 von C. Moritz entworfene breit gelagerte Kaufhausfront Hettlage mit zwei Schaufenstergeschossen. Das an der Schildergasse schmale Nachbarhaus mit der Längsfront am Perlengäßchen gibt noch einen Eindruck von einer solchen Geschäftshausarchitektur. Ein weiterer Jugendstilbau, der Antoniterhof, mit seiner breiten Front 1904/5 von Perthel errichtet, stand am Standort des heutigen Textilkaufhauses Wehmeyer. Bestimmend für die Schildergasse wurden jedoch seit dem Ausbau der Gürzenichstraße bis zum heutigen Tag die Werksteinfassaden, die auch der aus dem 14. Jahrhundert stammenden Antoniterkirche im mittleren Abschnitt entsprachen und am Neumarkt mit dem Eckhaus des ehemaligen Seidenhaus Schmitz des Architekten H. Pflaume von 1914/15 bis zum heutigen Tage einen typischen Vertreter mit den Schaufensterfronten im Erdgeschoss und erstem Obergeschoss haben. Bis um die Mitte des 20. Jahrhunderts wahrte man den Werksteincharakter, so beim Bau des ehemaligen C&A. In der Nachkriegszeit setzte sich ein vermehrter Einsatz von Glas durch, zunächst nur in den tiefen Schaufensterfronten (Schildergasse 77-78) und schließlich auch in der gesamten Fassadenbekleidung. Seit 1948 entlastete die Cäcilienstraße mit der Augustiner- bzw. die Pipinstraße die Schildergasse als Hauptverkehrsstraße zwischen Neumarkt und Deutzer Brücke, sodass die Schildergasse sich vollends zur reinen Geschäftsstraße entwickeln konnte.

Im Geltungsbereich der Satzung hat sich – wie oben dargestellt – im weitgehend aus der Antike und dem Mittelalter übernommenen bzw. noch erhaltenen Stadtgrundriss, im Ansatz bereits seit Mitte des 19ten Jahrhunderts, das Hauptgeschäftszentrum der Kölner City entwickelt. Zahlreiche schmale Parzellen und durch die Zusammenlegung von Parzellen entstandene Großbauten mit ihren vielfältigen Fassaden vermitteln noch heute deutlich die Entwicklung der im Satzungsgebiet ausgewiesenen Straßenzüge und Plätze.

Die Baugestalterische Absicht dieser Satzung ist wegen ihrer geschichtlichen und damit verbundenen stadtgestalterischen Bedeutung einerseits, die Erhaltung des Straßen- und Platzbildes dieses Gebietes, das bisher durch Werbung übermäßig beeinträchtigt ist, und andererseits die äußere Gestaltung baulicher Anlagen positiv zu beeinflussen. Es gibt seit 1981 für dieses Gebiet bereits eine Baugestaltungssatzung, die für Werbeanlagen an privaten Gebäuden und im öffentlichen Straßenraum und für die Baugestaltung Regelungen vorgibt. Um diese Regelungen den aktuellen Anforderungen anzupassen soll eine neue Satzung erlassen werden, die sowohl die Vorschriften für Werbeanlagen als auch zur äußeren Gestaltung baulicher Anlagen beinhaltet.

Die stadtgestalterische Absicht dieser Satzung ist es außerdem, wegen ihrer bau- und stadtgeschichtlichen Bedeutung dieses schützenswerten Gebietes, das bisher

durch Antennenanlagen nicht beeinträchtigt ist, die zukünftige Entwicklung positiv zu beeinflussen. Oftmals werden diese Antennenanlagen errichtet, ohne die nachteiligen Auswirkungen auf das Stadtbild und wichtige Blickbeziehungen ausreichend zu berücksichtigen. Die gestalterischen Anforderungen hinsichtlich der Antennenanlagen sollen daher in die Satzung aufgenommen werden.

Um das oben geschilderte unverwechselbare Ortsbild des Satzungsgebietes auch zukünftig zu erhalten, sollen an Mobilfunkanlagen, die auf den Gebäuden im Geltungsbereich dieser Satzung angebracht werden sollen, besondere Anforderungen gestellt werden. Das bedeutet, dass die Errichtung von Anlagen auf Gebäuden mit vorhandenen Sattel-, Walm- und Giebeldächern grundsätzlich ausgeschlossen werden soll, um eine Beeinträchtigung bzw. Verunstaltung dieser Gebäude durch falsch platzierte Anlagen zu verhindern.

Auf im Satzungsgebiet vorhandenen Gebäuden mit Flachdach, im wesentlichen Neubauten aus den 60er und 70er Jahren, sollen die Mobilfunkanlagen so angebracht werden, dass sie in Abmessung, Ausgestaltung und Anbringungsort das Erscheinungsbild im Kontext mit der übrigen Dachlandschaft nicht beeinträchtigen.

Damit das Erscheinungsbild der Straßenzüge und Platzräume auch zukünftig erhalten bleibt, sollen für Werbeanlagen, die an den Gebäuden im Geltungsbereich dieser Satzung angebracht werden sollen, besondere Anforderungen gestellt werden. Das bedeutet, dass die Werbung in Abmessung, Ausgestaltung und Anbringungsort auf die besondere Situation am Gebäude und auch im Straßenraum Rücksicht nehmen muss, so dass eine Beeinträchtigung bzw. Verunstaltung der Straßen und Plätze und ihrer Gebäude durch zu große, zu schrille oder falsch platzierte Werbeanlagen sowie eine zu große Häufung dieser Anlagen verhindert wird.

Daher wurde bei der Abwägung der öffentlichen und privaten Belange dem öffentlichen Interesse an der Schutzwürdigkeit dieses Gebietes vor den uneingeschränkten Interesse der Geschäftswelt und der Werbewirtschaft der Vorrang eingeräumt. Die Geschäftsleute profitieren ihrerseits von der Attraktivität der Geschäftsstraßen, so dass ihnen gewisse Einschränkungen bei den Werbeanlagen zugemutet werden können. Den Belangen der Werbewirtschaft wird dadurch Rechnung getragen, dass bestimmte Werbeanlagen nur in dafür ausgewiesenen Bereichen im öffentlichen Straßenland, die sowohl den stadtgestalterischen als auch den wirtschaftlichen Gesichtspunkten genügen, zulässig sind. Eine zu große Häufung dieser Werbeanlagen ist damit ausgeschlossen.

Gebäudefassaden sind durch Architekturelemente, wie Wandflächen, Stützen, Erker, Balkone, vor allem aber durch Türen, Fenster und Brüstungen, stark gegliedert. Für den Passanten sind diese Elemente -vor allem die letztgenannten- unverzichtbarer Bestandteil zur Orientierung in der Gebauten Umwelt. Durch sie nimmt er den Maßstab des Gebäudes, die Geschosshöhe und bis zu einem gewissen Grade auch die Funktion und den Inhalt der Gebäude wahr. Dieses gilt auch für ungegliederte und scheinbar leere Fassadenteile, die im Zusammenhang mit der Gesamtfassade einen wesentlichen Teil der architektonischen Aussage des Gebäudes ausmachen. Deshalb sollen Werbeanlagen an Gebäudefassaden nur eine Dimension und Ausgestaltung haben, die die Dominanz dieser Architekturelemente nicht beeinträchtigt und sich Neubauten und baugestalterisch wirksame Änderungen

baulicher Anlagen in den Charakter der Umgebung und die für sie geltenden baugestalterischen Absichten einfügen.

Aus Gründen der Erkennbarkeit der o.g. Maßstäblichkeit der Gebäude, vor allem der Ablesbarkeit von Geschosshöhen und Fenstergrößen, wird eine Einzelreklamefläche an Gebäuden von maximal 1,00 m² als vertretbar angesehen. Generell sollen die Werbeanlagen erst in einer Höhe ab 3.50 m über Straßenniveau zulässig sein und eine Ausladung von 1,50 m nicht überschreiten, um nicht zu weit in den öffentlichen Straßenraum hineinzureichen.

Die Vorschriften dieser Satzung gelten für Werbeanlagen an Gebäuden und für Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland. Für beide Fälle werden maximale Formate der Werbeanlagen vorgegeben.

§ 1 Geltungsbereich

Die Vorschriften dieser Satzung gelten für das Errichten, Aufstellen, Anbringen und Ändern von Werbeanlagen, für die äußere Gestaltung baulicher Anlagen und für Antennenanlagen im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung. Der räumliche Geltungsbereich umfasst das im beiliegenden Plan – Anlage (Plan 1 und Plan 2) – umrandete Gebiet. Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

§ 2 Umfang des Genehmigungsvorbehalts für Werbeanlagen

- (1) Alle Werbeanlagen im Geltungsbereich dieser Satzung mit Ausnahme der in Absatz 2 genannten Werbeanlagen sind genehmigungspflichtig.
- (2) Einer Genehmigung aufgrund dieser Satzung bedarf es für Werbeanlagen bis zu einer Größe von 1,00 m² nicht, wenn von diesen alle Kriterien des § 3 berücksichtigt werden.
- (3) Die für Werbeanlagen an eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderlichen besonderen Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 Satz 2. Denkmalschutzgesetz NW bleibt unberührt.

§ 3 Genehmigungsvoraussetzungen für Werbeanlagen an Gebäuden

- (1) Zulässig sind Werbeanlagen, wenn sie alle nachfolgenden Vorschriften einhalten:
 1. Werbeanlagen sind an Gebäuden nur an folgenden Fassadenbereichen zulässig:

1.1 ab einer Höhe von 3,50 m über Straßenniveau. (unterhalb der Werbeanlage ist dem zufolge eine Durchgangs-/Durchfahrtshöhe von 3,50 m freizuhalten; hier gilt § 3 Abs. 1 Nr. 3.10)

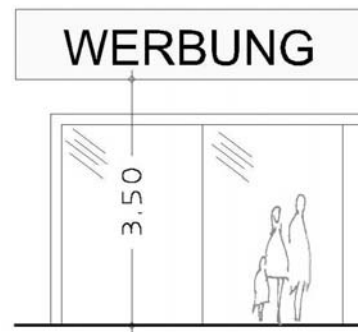


Abb. zu §3(1) Nr. 1.1

1.2 unterhalb des Dachgesims oder der Attika der Hauptfassade. (die Anbringung von Werbeanlagen ist im Bereich eines zurückgestaffelten Obergeschosses; eines Staffelgeschosses und auf den Dächern somit unzulässig)

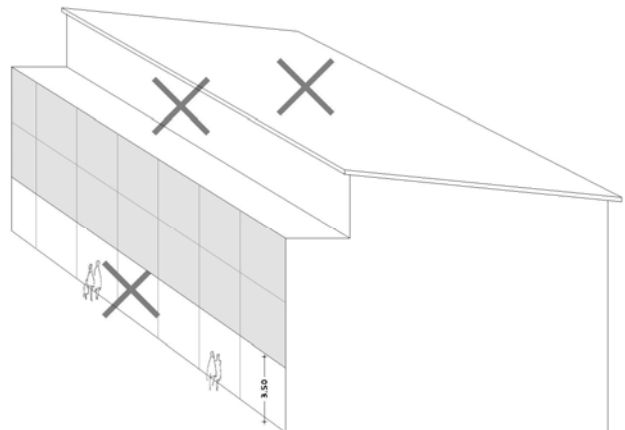


Abb. zu §3(1) Nr. 1.2

2. Werbeanlagen dürfen folgende maximalen Größen nicht überschreiten:

2.1 Die Einzelbuchstaben von Werbeschriften dürfen maximal 1 m breit und maximal 1,50 m hoch sein.

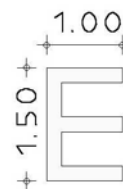


Abb. zu §3(1) Nr. 2.1

2.2 Höhe oder Breite einer flächigen Werbeanlage müssen das Höchstmaß 1,50 m einhalten.



Abb. zu §3(1) Nr. 2.2

3. Für die Werbeanlagen auf den Fassaden gelten folgende Regelungen:

3.1 Die Fassadenfläche oberhalb von 3,50 m über Straßenniveau und unterhalb des Dachgesims oder der Attika der Hauptfassade (siehe Absatz 1) darf durch Werbeanlagen maximal zu 25 % verdeckt werden. Hierbei werden auch senkrecht zur Fassade angebrachte Werbeanlagen mitberücksichtigt. Bei Eckgebäuden wird jede Fassadenseite für sich bewertet.

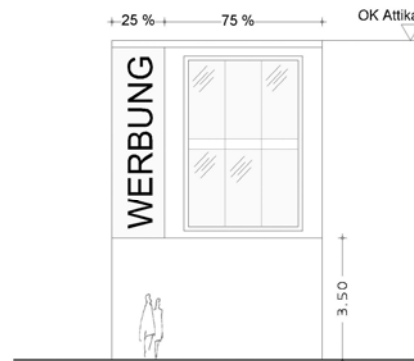


Abb. zu §3(1) Nr. 3.1

3.2 Senkrecht zur Fassade stehende Werbeflächen sind mit beiden Seiten in dieser Berechnung zu berücksichtigen.

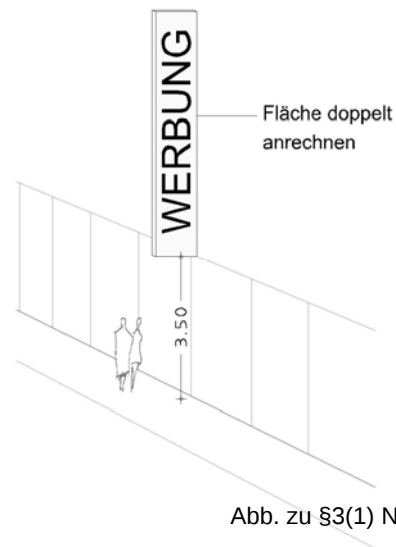


Abb. zu §3(1) Nr. 3.2

3.3 Bei Schriftzügen aus Einzelbuchstaben ist die Fläche zwischen den Buchstaben bei der Flächenberechnung anzurechnen.



Abb. zu §3(1) Nr. 3.3

3.4 Zwischen den senkrecht auf der Fassade angeordneten Werbeanlagen muss ein Mindestabstand von 3 m eingehalten werden; der Abstand zwischen waagrecht angeordneten Werbeanlagen muss mindestens 2 m betragen.

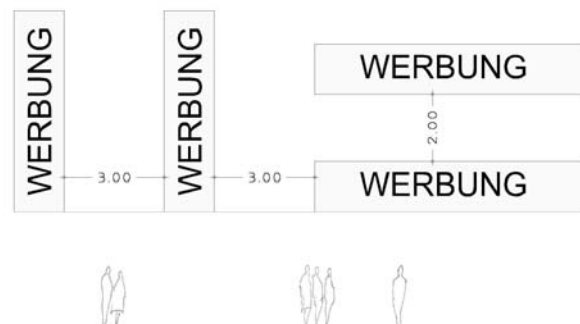
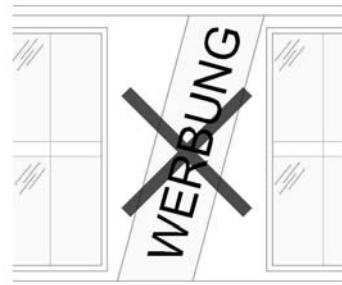
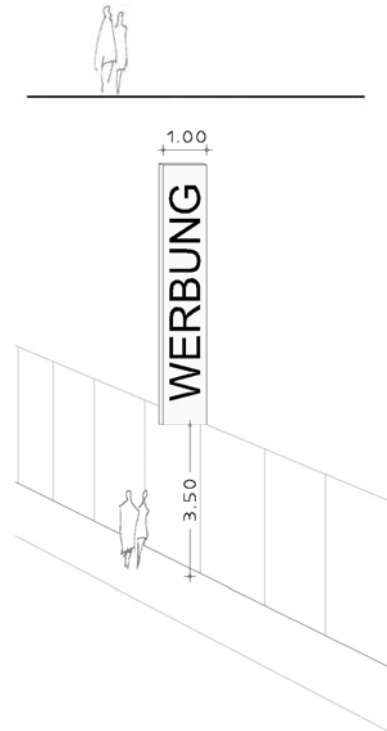


Abb. zu §3(1) Nr. 3.4

3.5 Die flächig auf der Fassade befestigte Werbeanlagen dürfen nur in senkrecht oder waagrecht angeordneter Form auf der Fassade angebracht werden. Eine schräg oder diagonal verlaufende Anbringung ist unzulässig.



3.6 Senkrecht zur Fassade angebrachte, auskragende Werbeanlagen dürfen (inklusive Befestigungsstruktur) maximal 1,00 m vor die Bauflucht auskragen und in den öffentlichen Straßenraum hineinragen.



3.7 Flächig auf der Fassade angebrachte Werbeanlagen dürfen maximal 0,25 m vor die Bauflucht auskragen und in den Straßenraum hineinragen.

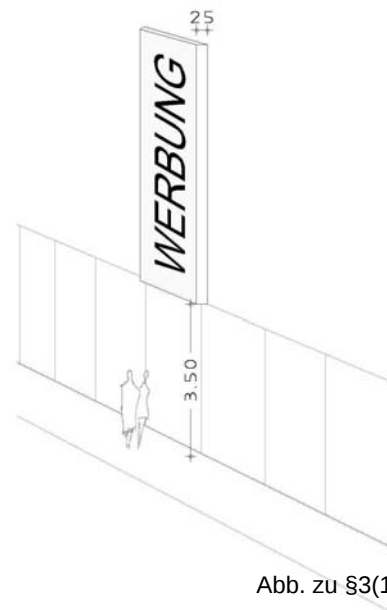


Abb. zu §3(1) Nr. 3.7

3.8 Die Montage von Werbeanlagen vor Fensterflächen ist unzulässig.



Abb. zu §3(1) Nr. 3.8

3.9 Werbeanlagen unterhalb der Höhe von 3,50 m über Straßenniveau können gestattet werden, wenn sie oberhalb der Eingänge oder Schaufensterflächen angebracht werden und aus Einzelbuchstaben bestehen, die direkt auf der Fassade angebracht und nicht auskragen.

3.10 Das Bekleben der Schaufensterflächen mit Folien o. Ä. ist zulässig, wenn die beklebte Fläche nicht höher oder breiter als 0,20 m ist und nicht mehr als 5 % der Schaufensterfläche einnimmt.

(2) Grundsätzlich unzulässig sind

1. Werbeanlagen mit wechselnden oder beweglichen Sichtflächen oder eine entsprechende bewegliche Leuchtschrift (einschließlich Lichtprojektion),
2. akustische oder akustisch unterstützte Werbeanlagen,
3. das Bekleben der Schaufensterfläche mit Folien o. Ä.,
4. die Anbringung von Tuchtransparenten oder vergleichbaren Werbeanlagen auf der Fassade und über Freiflächen zwischen den Gebäuden.
5. Großflächige Werbetransparente, sog. Megaposter, - auch wenn sie nur zeitlich befristet angebracht werden – als Staubschutzplane an Gerüsten oder vor der Fassade.

§ 4

Werbeanlagen im öffentlichen Straßenland

Werbeanlagen wie Litfaßsäulen, Werbevitrinen, Werbeanlagen an Fahrradständern und Uhrenkandelaber werden nur an den in der Anlage gekennzeichneten Standorten genehmigt. Sie sind nur genehmigungsfähig, wenn sie folgenden Rahmenbedingungen entsprechen.

1. Litfaßsäulen
nicht höher als 6,00 m, Durchmesser kleiner als 2,80 m

2. Werbevittrinen
hinterleuchtete, doppelseitige Stadtinformationsanlage mit einer Webefläche von nicht mehr als 1,85 m x 1,30 m
3. Werbeanlagen an Fahrradständern
Webeflächen nicht höher als 0,40 m und nicht breiter als 1,60 m
4. Uhrenkandelaber
nicht höher als 5,50 m

§ 5 Antennenanlagen

- (1) Bei der Einrichtung von Antennenanlagen auf Dachflächen und an Außenwänden von Gebäuden im Geltungsbereich dieser Satzung sind folgende Voraussetzungen zu beachten:
 1. Mobilfunkanlagen müssen so angeordnet werden, dass sie die Dachlandschaft im Satzungsgebiet und das Erscheinungsbild des Altstadtpanoramas vom öffentlichen Straßenland gesehen nicht störend beeinträchtigen.
 2. Parabolanlagen mit Reflektorschale dürfen nur bis zu 60 cm im Durchmesser nicht sichtbar vom öffentlichen Straßenland installiert werden.
 3. Antennenanlagen für Rundfunk- und Fernsehempfang dürfen nur bis zu einer maximalen Höhe von 3,00 m installiert werden, wenn sie - vom öffentlichen Straßenland aus gesehen - nicht sichtbar sind.
 4. Sämtliche Antennenanlagen müssen wenigstens so weit von der Fassadenkante zurücktreten wie sie hoch sind.
 5. Antennenanlagen auf Sattel-, Walm- oder Giebeldächer sind unzulässig.
- (2) Die für Antennenanlagen an und auf eingetragenen oder vorläufig geschützten Denkmälern erforderliche besondere Erlaubnis gemäß § 9 in Verbindung mit § 3 Abs. 1 S. 2 Denkmalschutzgesetz bleibt unberührt.

§ 6 Ausnahmen

Ausnahmen von der o.g. Festsetzungen können in Einzelfällen, sofern diese nicht gegen den Sinn der Satzung verstoßen nämlich deutliche Dominanz der Architekturelemente vor der Werbung oder anderen baulichen Anlagen, klare Ablesbarkeit des Straßenverlaufes und unbeeinträchtigte Blickbeziehungen auf besondere Bauwerke und Plätze, in Übereinstimmung mit den zuständigen Dienststellen getroffen werden.

§ 7

Ordnungswidrigkeit

Wer vorsätzlich oder fahrlässig eine nach dieser Satzung genehmigungspflichtige Werbeanlage oder Antennenanlage ohne Genehmigung errichtet, aufstellt oder anbringt, begeht eine Ordnungswidrigkeit im Sinne des § 84 Abs. 1 Nr. 21 und Abs. 3 BauO NW, die mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden kann.

§ 8

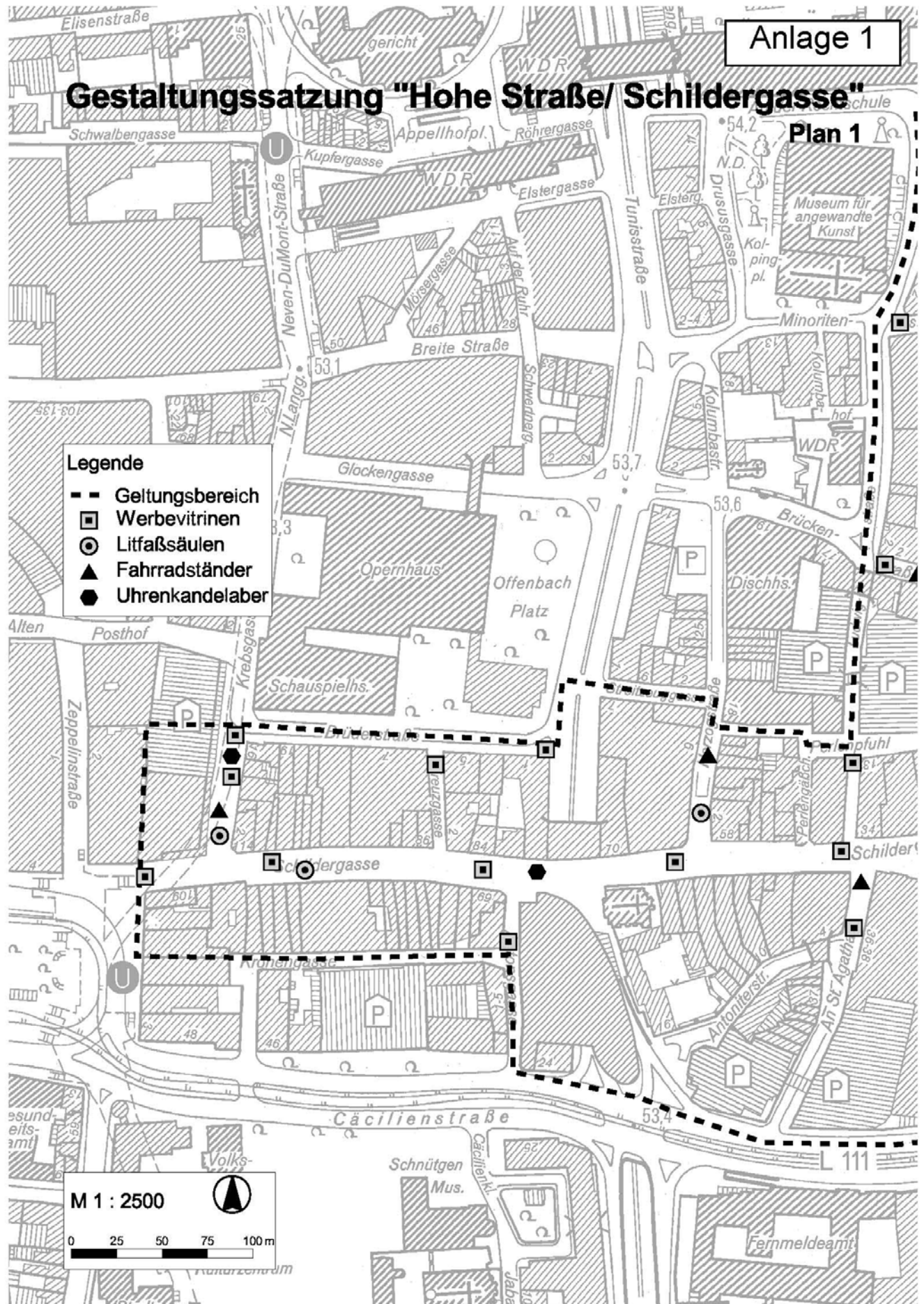
In-Kraft-Treten

Diese Satzung tritt mit dem Tag nach der Bekanntmachung in Kraft.

§ 9

Aufhebung der Gestaltungssatzung aus dem Jahre 1981

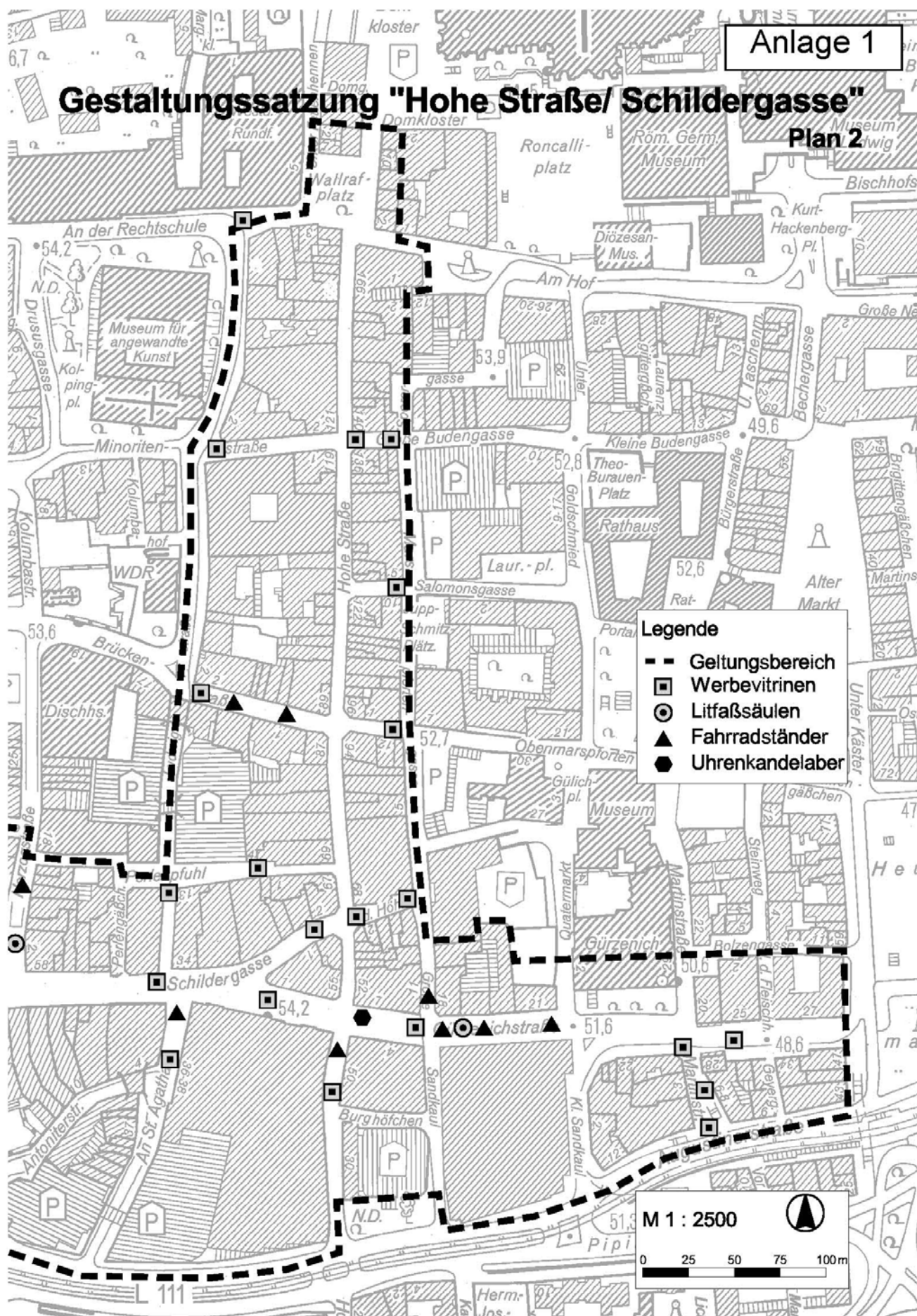
Die Gestaltungssatzung, die der Rat in seiner Sitzung am 17. 01. 1980 beschlossen hat und die im Amtsblatt der Stadt Köln am 09. 02. 1981 (12. Jahrgang, Nr. 6, G 2663 B) bekannt gemacht wurde, wird mit Inkrafttreten der neuen Satzung aufgehoben.



Anlage 1

Gestaltungssatzung "Hohe Straße/ Schildergasse"

Plan 2





Vorstehende Satzung wird hiermit öffentlich bekanntgemacht.

(Hinweis auf § 7 GO NW nicht ins Kölner Stadtrecht übernommen.)

Köln, den 13.01.2006
Der Oberbürgermeister
gez. Schramma

- ABI StK 2006, S. 51 -