

Nr. 5

Nr. 5



## Ihre Ansprechpartner



Stadt Visselhövede  
Bau- und Umweltamt  
Gaswerkstraße 8  
27374 Visselhövede

Herr Gerd Köhnken  
Tel.: 04262 | 301-332  
Fax: 04262 | 301-338  
E-Mail: [stadt.koehnken@visselhoevede.de](mailto:stadt.koehnken@visselhoevede.de)



BauBeCon Sanierungsträger GmbH  
– als Sanierungstreuhänder der  
Stadt Visselhövede –  
Anne-Conway-Straße 1  
28359 Bremen

Frau Cornelia Henkner  
Tel.: 0421 | 32901-45  
Fax: 0421 | 32901-22  
E-Mail: [CHenkner@baubecon.de](mailto:CHenkner@baubecon.de)

Sprechstunde im Sanierungsbüro  
Große Straße 6  
Visselhövede  
Donnerstags von 14.00 – 17.00 Uhr  
oder nach telefonischer Vereinbarung  
Tel.: 04262 | 9567-18  
Fax: 04262 | 9567-45

## Impressum

Herausgeber: Stadt Visselhövede

Werbeanlagenfibel:  
Anke Deeken | Klaus von Ohlen GbR  
(früher Architektengruppe Lepère & Partner GbR)  
Osterdeich 131  
28205 Bremen

Stand: Juli 2006

Diese Broschüre wurde aus  
Städtebauförderungsmitteln finanziert.

B  
ü  
r  
g  
e  
r  
i  
n  
f  
o  
r  
m  
a  
t  
i  
o  
n

B  
ü  
r  
g  
e  
r  
i  
n  
f  
o  
r  
m  
a  
t  
i  
o  
n



# S t a d t V i s s e l h ö v e d e



## Werbeanlagenfibel

für das Sanierungsgebiet Visselhövede-Stadtkern

# Die Werbeanlagenfibel

Nach der Durchführung der vorbereitenden Untersuchungen ist in der Stadt Visselhövede der Bereich der Innenstadt als Sanierungsgebiet förmlich festgelegt worden.

Die Innenstadt neu zu ordnen (d.h. Grundstücke zu gliedern und Ordnungsmaßnahmen im Hauptgeschäftsbereich vorzunehmen) sowie das Erscheinungsbild des öffentlichen Raumes attraktiver zu gestalten sind neben der Sanierung und Modernisierung privater Wohn- und Geschäftsgebäude die zentralen Aufgaben der für die Stadtsanierung Verantwortlichen.

Bei privaten Gebäuden wird höchstes Augenmerk darauf gelegt, dass die Sanierungen im Einklang mit der Struktur und der Historie der Stadt Visselhövede erfolgen, so dass ein einheitliches und harmonisches Erscheinungsbild geschaffen wird. Ganz wesentlich ist, dass das Stadtbild nicht stark beeinträchtigt wird und der

ursprüngliche Charakter bewahrt bleibt beziehungsweise wiederhergestellt wird.

Innerhalb des Sanierungsgebietes ist die Zulässigkeit von Baumaßnahmen allgemein unter anderem auch durch das besondere Städtebaurecht geregelt. Neben einer bauordnungsrechtlichen Genehmigung ist auch die Einhaltung der besonderen Sanierungszielsetzungen nachzuweisen. In diesem Zusammenhang kann die Werbeanlagenfibel als Beurteilungsgrundlage eine wichtige Rolle einnehmen.

Die vorliegende Werbeanlagenfibel kann und soll bei der Fassadensanierung und dem Neubau von Gebäuden als Richtlinie und Hilfestellung dienen. Sie ist mit dem von der Stadt Visselhövede eingesetzten Arbeitskreis, mit der Verwaltung sowie mit den politischen Gremien abgestimmt worden.



## Räumlicher Geltungsbereich

Diese Werbeanlagenfibel ist aufgrund der besonderen Anforderungen an Art, Größe, Gestaltung, Farbe und Aufstellungs- bzw. Anbringungsort von Werbeanlagen (sowie deren Ausschluss) für den Geltungsbereich des Sanierungsgebietes der Stadt Visselhövede entwickelt worden.

Die Aussagen und Empfehlungen dieser Werbeanlagenfibel sind für alle öffentlich einsehbaren Bereiche des jeweiligen Grundstücks bzw. Gebäudes entwickelt worden.

## Sachlicher Geltungsbereich

Werbeanlagen sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen.

Zu Werbeanlagen zählen beispielsweise:

- Schilder
- Beschriftungen
- Bemalungen,
- Lichtwerbeanlagen
- Schaukästen
- Markisen oder
- Sonnenschutzeinrichtungen sowie
- für Plakatanschläge oder für Lichtwerbung bestimmte Säulen, Aufsteller, Tafeln und Flächen.

Weiterhin werden Empfehlungen für die Aufstellung bzw. Anbringung von Warenautomaten vorgetragen.

## Allgemeine Anforderungen

Wir empfehlen, Werbeanlagen, Automaten, Vordächer und Sonnenschutzdächer so anzuordnen, zu errichten, anzubringen, zu unterhalten oder zu gestalten, dass sie hinsichtlich

- Form
- Maßstab
- Werkstoff
- Farbe und
- Gliederung

dem Erscheinungsbild der baulichen Anlage, mit denen sie verbunden oder von denen sie umgeben sind, entsprechen, sich harmonisch in das Straßenbild einfügen und gleichermaßen den geschichtlich gewachsenen und städtebaulichen Charakter unterstreichen.

KARTE:  
Grenze des  
Sanierungsgebietes





## Aussagen und Empfehlungen für Werbeanlagen

### 1. Ort der Werbeanlagen

Werbeanlagen prägen Waren an und machen auf besondere Leistungen aufmerksam. Unkontrolliert angebrachte Werbeanlagen stören ein harmonisches Stadtbild. Daher empfiehlt sich die Errichtung bzw. Anbringung von Werbeanlagen direkt am Geschäftsgebäude, der Stätte der Leistung. Werbeanlagen sollen nicht angebracht werden:

- an Brandmauern
- an Hausgiebeln
- auf Dächern
- an Einfriedungen aller Art
- an Bäumen
- an Straßenlaternen
- an Schornsteinen
- an Antennenmasten
- an Trafostationen und
- in privaten Vorgärten.

### 2. Anzahl der Werbeanlagen

Idealerweise wird an einer Gebäudefassade je Gewerbebetrieb oder sonstiger Arbeitsstätte nur eine Werbeanlage angebracht; Werbeanlagen an bzw. in Schaufenstern sind ausgenommen.

Die Werbeanlage kann aus mehreren Teilen bestehen, wenn sie insgesamt einheitlich gestaltet ist. Hiermit soll das komplette Verdecken oder Zerschneiden einer Fassade durch unterschiedliche Werbeträger vermieden werden. Wir empfehlen, die Werbeanlage direkt auf das Kerngeschäft zu konzentrieren.

### 3. Gliederung der Werbeanlagen

Den besten Platz, um Werbeanlagen anzubringen, bietet das Erdgeschoss. Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen sind in der Stadt Visselhövede in der Regel auf die Erdgeschosse der jeweiligen Gebäude beschränkt. Zur Einhaltung einer harmonischen Fassade – die sich

immer aus der Gesamtheit des Gebäudes entwickelt – empfiehlt es sich, dass sich Werbeanlagen nur auf die Abschnitte einer Fassade beziehen, in der die Leistungen auch angeboten werden. Ausnahmen von dieser Empfehlung sind denkbar bei den Gebäuden, in denen die entsprechende Nutzung in den oberen Geschossen angeboten wird.

### 4. Art und Anbringung von Werbeanlagen

Werbeanlagen sind so anzubringen bzw. aufzustellen, dass sie sich auf ein Gebäude beschränken. Ein interessantes Stadtbild entsteht gerade durch die Reihung von attraktiven Gebäuden. Das Ziel hierbei ist, dass jedes Gebäude in Visselhövede als individuelles Objekt wahrgenommen wird.

Wir empfehlen, Schaufenster und sonstige Fenster sowie Glastüren stets mindestens zu 2/3 der Schaufensterfläche frei einsehbar zu halten. Hiervon ausgenommen sind

Sonderveranstaltungen (Schlussverkauf o. ä.). Das Erscheinungsbild von Gebäuden wird manchmal durch vollflächiges Bekleben oder Bemalen der Schaufenster verzerrt, so dass es optisch leider eine Entwertung erfährt.

Bei der Beleuchtung von Werbeanlagen ist es wichtig, dass diese blendfrei sind. Lauf-, Wechsel- und Blinklichtschaltungen wirken eher irritierend und störend. Eine Ausnahme bildet die Leuchtdekoration in der Vorweihnachtszeit. Aber auch in dieser Zeit sollten sich die Lauf-, Wechsel- und Blinklichtschaltungen auf die Schaufenster beziehen.

Dezente und zurückhaltende Beleuchtungen der Gebäude bzw. der Schaufenster ermöglichen ein ansprechendes und harmonisches Erscheinungsbild.



#### NEGATIV

Zahllose unterschiedliche Werbeanlagen – die Fassade wirkt wie ein Flickenteppich



#### POSITIV

Die Werbeanlagen nehmen Bezug auf die Gebäude bzw. die Fassaden. Die Häuser und ihre Fassaden stehen im Vordergrund.



#### NEGATIV

Die Werbeanlage nimmt keine Rücksicht auf einzelne Fassadenabschnitte. Im Erdgeschoss sind einzelne Gebäude nicht mehr erkennbar.



#### POSITIV

Die Werbeanlagen nehmen Bezug auf die Fassade; die Größe der Werbung ist auf die Schaufenster und Fassade abgestimmt.

## 5. Beschriftungen, Zeichen, Symbole

Beschriftungen, Zeichen und Symbole sollen in der Länge höchstens drei Viertel der Gebäudefassade bzw. des Fassadenabschnittes einnehmen. Die Schriftgröße sollte ebenfalls auf die Fassade Bezug nehmen. Empfehlenswert sind Schriftzüge mit einer 40cm nicht übersteigenden Höhe.

Beschriftungen auf Sonnenschutzdächern sollten nur vorgenommen werden, wenn sie in Längsrichtung angebracht werden und eine Schriftgröße von 20 cm nicht überschreiten.

Auch bei Beschriftungen, Zeichen und Symbolen gilt die Regel: Die Fassade steht im Vordergrund, und die Werbeanlage passt sich ihr entsprechend an beziehungsweise fügt sich harmonisch in sie ein.



### NEGATIV

Der Ausleger dominiert das Gebäude.

## 6. Ausleger, Schaukästen und Anschlagtafeln, Automaten

Ausleger sollten nicht weiter als 1 m ausladen und keine größere Fläche als 1 qm aufweisen. Als Ganzes sollte sich der Ausleger der Fassade unterordnen. Schaukästen und Anschlagtafeln sollten ausschließlich an einer Gebäudewand angebracht werden und maximal 60 x 40 cm groß sein. Die Anbringung von Automaten empfiehlt sich an Gebäudewänden, an Haus- und Ladeneingängen bzw. Hofeinfahrten oder Passagen. Von freistehenden Automaten wird abgeraten.

Durch überdimensionierte Ausleger könnte das Erscheinungsbild eines ganzen Straßenzuges beeinträchtigt werden; um dies zu vermeiden, ist ein behutsamer und bescheidener Umgang mit Auslegern, Schautafeln oder Automaten wichtig, um den ungestörten Blick auf die Gesamtfassade zu behalten.



### POSITIV

Hier stimmt das Verhältnis der Ausleger zum Gebäude

## 7. Vordächer, Sonnendächer und Markisen

Diese sollten höchstens eine Auskragung bis zu 80 cm haben. Die Vordächer sollen sich auf die vorhandene Fassadengliederung beziehen. So ist die Breite und die Lage der Fenster und Türen zu berücksichtigen. Durchgehende Vordächer über die gesamte Gebäudelänge sollten nicht eingebaut werden. Vordächer sollten möglichst transparent, also aus Glas, sein.

Sonnenschutzdächer, die am Gebäude befestigt werden, sollten als bewegliche Sonnenschutzdächer angebracht werden. Für andere Arten von Sonnendächern gelten die Empfehlungen zu den Vordächern. Hier sind natürlich auch nichttransparente Dächer möglich.

Bewegliche Sonnenschutzdächer dürfen bis zu 1,40 m auskragen. Nach Länge und Form müssen sie der Gliederung des

Gebäudes, insbesondere des Erdgeschosses angepasst sein.

Nachträglich angebrachte Vordächer, Sonnendächer oder Markisen können eine Fassade geradezu verunstalten. Natürlich müssen bestimmte Schaufenster durch Markisen vor zu viel Sonneneinstrahlung geschützt werden. Genauso bieten sie auch bei Niederschlägen entsprechenden Schutz und garantieren darüber hinaus ein längeres Verweilen der Passanten. Dennoch gelten auch bei der Montage von Vor- und Sonnendächern sowie Markisen die gleichen Regeln wie bei der Anbringung von Werbeanlagen. Alle Bauteile harmonisch zusammensetzen und miteinander wirken zu lassen, und das einzelne Bauteil der Gesamtfassade unterzuordnen, sollte oberstes Gebot sein. Und die im Volksmund oftmals zitierte „Weniger ist oft mehr“ Empfehlung findet auch in diesem Fall ihre Gültigkeit.



### NEGATIV

Die Markise ist nicht mit der Fassade abgestimmt. Farben, Maße und Beschriftungen stören das Erscheinungsbild des Gebäudes nachhaltig.



### POSITIV

Die Markisen sind in Breite und Auskragung auf die Fassade und die Schaufenster abgestimmt.