

Werbeträger 15: Video-Board

Beschreibung

Freistehend oder an einer Fassade hängendes Video-Board mit wechselnden Bildern, Filmen usw.. Kombination von Werbeinhalten und anderen Informationen (Nachrichten, kulturelle Informationen) ist möglich. Im Dunkeln teilweise hohe Leuchtkraft.

Bisher nur in Einzelfällen an Fassaden angebracht oder als „Medienfassaden“ (O₂-Arena). Bisher nur in Einzelfällen als großformatige LED-Werbeflächen (Gasometer Schöneberg). Die Standorte liegen an belebten Straßen und Plätzen, auch im Kreuzungsbereich und/oder an Standorten mit großer Fernwirkung. Häufiger als kleiner formatiger „Infoscreen“ auf U-Bahnsteigen (nicht Gegenstand dieses Konzeptes). Im Zuge der technischen Entwicklung werden Video-Boards und digitale Werbeträger in größeren Formaten in den nächsten Jahren deutlich zunehmen.

Formate und Standorttypen

Standortabhängige Formate.

Dauerhafter Werbeträger mit Filmen, bewegten Bildern, Standorte auf öffentlichem Straßenland und privaten Grundstücken.

Vorteile / Chancen

Kombination mit Nachrichten, Informationen oder als Ort von „public viewing“ möglich. Für Werbetreibende interessant aufgrund der Auffälligkeit durch Größe, bewegte Bilder und Leuchtkraft sowie der hohen Flexibilität.

Nachteile / Risiken

Aufgrund der bewegten Bilder und vor allem der hohen Leuchtkraft im Dunkeln und teilweise der Größe erhebliche Ablenkung vom Verkehr und Unruhe im Stadtraum. In Abhängigkeit von der Leuchtkraft und Sichtachsen negative Wirkungen teilweise auch in größerer Entfernung.

Weitere Hinweise

In fast allen Raumtypen stadtbildunverträglich.

Im Zuge der technischen Entwicklung ist davon auszugehen, dass Video-Boards, Projektionen, LED-Werbeflächen zukünftig aus Sicht der Werbewirtschaft deutlich erhöht werden sollen. Zur Zeit ist eine Steuerung bei diesen Werbeträgern aufgrund der bisher geringen Standortzahlen noch möglich; entsprechende Regelungen und Vereinbarungen sollten jedoch in nächster Zeit getroffen werden.



© profilo Bremen



© profilo Bremen



© profilo Bremen

Im Zuge der technischen Entwicklung ein Werbeträger „mit Zukunft“, doch führen Größe, Bewegung und teilweise erhebliche Leuchtkraft bei Video-Boards zu der Einstufung, dass sie in fast allen Raumtypen stadtbildunverträglich sind.

Joachimsthaler Straße, Charlottenburg

Mühlenstraße, Friedrichshain

Warschauer Straße, Friedrichshain

Beurteilung der Stadtbildverträglichkeit

■ Stadtbildverträglich

Video-Boards sind in keinem Raum-/Gebäudetyp ohne Weiteres stadtbildverträglich.

Stadtbildverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen: –

■ Bedingt stadtbildverträglich

- Standortangemessene Größe des Werbeträgers – in jedem Fall max. 10 m².
- Aufgrund der Ablenkung durch Bewegung, Leuchtkraft und teilweise Größe nicht an Knotenpunkten und Hauptverkehrsstraßen.
- Keine Dominanz des Video-Boards über die Eigenwerbung der Geschäfte in Einkaufsstraßen.
- Die Leuchtkraft muss in der Lichtintensität auf die Nutzungen der Umgebung abgestimmt sein. Sie darf nicht in Konkurrenz treten zur Straßenbeleuchtung oder zu Objektanstrahlungen.

Bedingt stadtbildverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen:
Einkaufsstraße

■ Stadtbildunverträglich, weil

- die Kombination von Bewegung, Leuchtkraft und Größe in nahezu jedem Raum-/Gebäudetyp die Eigenart des Gebietes und das Stadtbild dominieren und beeinträchtigen würde,
- die Ablenkung vom Verkehrsgeschehen durch Bewegung und Leuchtkraft zur Beeinträchtigung der Verkehrssicherheit führen kann.

Stadtbildunverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen:
Alle untersuchten Raum-/Gebäudetypen bis auf Einkaufsstraßen (s. o.)

Kriterien, wie die Auswirkungen vorhandener Video-Boards auf das Stadtbild und die Ablenkung vom Verkehrsgeschehen verringert werden können:

- Die Leuchtkraft muss in der Lichtintensität auf die Nutzungen der Umgebung abgestimmt sein. Sie darf nicht in Konkurrenz treten zur Straßenbeleuchtung oder zu Objektanstrahlungen. Abschaltung in den Kern-Nachtstunden (spätestens ab 24:00 Uhr MEZ).

Ist eine Werbeanlage nach gesetzlichen Regelungen (u. a. Denkmalschutzrecht, Planungsrecht, Straßenrecht) im konkreten Einzelfall nicht genehmigungsfähig, geht dies den Aussagen des Werbekonzeptes zur Stadtbildverträglichkeit vor.

Video-Board	
1	Kirche
2	Stadtbildprägendes Gebäude
3	Kultureinrichtung
4	Hochhaus
5	Bahnhof besonderer Stadtbildprägung
6	Brücke besonderer Stadtbildprägung
7	Hauptstraße
8	Bahntrasse als Hochbahn
9	Boulevard
10	Einkaufsstraße
11	Straße am/im Grünraum
12	Quartiersplatz
13	Verkehrsplatz
14	Schmuckplatz
15	Stadtplatz
16	Dorf
17	Historischer Siedlungskern
18	UNESCO-Welterbestätte
19	Mauergedenken, Mauerverlauf
20	Sichtachse

Einstufung der Stadtbildverträglichkeit in den Raum-/Gebäudetypen: vgl. Karte 31