

## Werbeträger 7: Fassadenwerbung

### Beschreibung

Werbung direkt an den Fassaden: Als Einzelbuchstaben, Schilder (parallel zur Fassade oder quer dazu) oder Spannbanner.

Insgesamt viele verschiedene Formen. Häufig an Büro- und Geschäftshäusern, oft als Eigenwerbung. Insbesondere in Einkaufsstraßen teilweise zahlreiche verschiedene Fassadenwerbung an einem Gebäude.

Nur selten großflächig an der Fassade (an fensterfreien Fassadenteilen oder Brücken). Bei über 50 m<sup>2</sup> Größe gelten die Beschreibungen für Riesenposter an oder außerhalb von Baugerüsten.

### Formate und Standorttypen

Unterschiedliche Formate, in Abhängigkeit von Standort und Werbeträger.

Dauerhafter Werbeträger mit i. d. R. gleichbleibenden Motiven (Ausnahme: Spannbanner), an Gebäudefassaden i. d. R. auf privaten Grundstücken.

### Vorteile / Chancen

Beansprucht keine Fläche im öffentlichen Raum.

Als Eigenwerbung im Erdgeschossbereich und direkt oberhalb positiv, wenn ortsbezogene Informationen vermittelt werden.

### Nachteile / Risiken

Insbesondere bei Hochhäusern kann wegen der großen Fernwirkung das Stadtbild beeinträchtigt werden. Bei großflächiger Werbung kann es bei gleichzeitiger Nutzung dahinter liegender Räume ggf. Beeinträchtigungen der Nutzung geben (durch größere Dunkelheit in den Räumen am Tag und Beleuchtung der Werbefläche abends und/oder nachts).

### Weitere Hinweise

Aufgrund der Fernwirkung keine großformatigen Flächen an den Fassaden von Hochhäusern.

Differenzierte Gestaltungsvorgaben in Bereichen mit viel Werbung an der Stätte der Leistung (Einkaufsstraßen), um eine gewisse Einheitlichkeit des Erscheinungsbildes der Straßen zu ermöglichen und Quantitäten eindämmen zu können.

Die Eignung des Werbeträgers hängt in hohem Maße von der jeweiligen Gestaltung ab – daher wird er in den meisten Raumtypen als „bedingt stadtbildverträglich“ eingestuft.



© profico Bremen



© profico Bremen



© profico Bremen

Links oben ein Beispiel für eine gelungene Gestaltung, deutlich und auffällig, aber zum Gebäude passend und nicht beliebig. Alexanderplatz, Mitte

Links unten ein Beispiel für eine eher wahllose Nutzung der gesamten Fassade für verschiedene Werbung. Europacenter, Charlottenburg

Rechts ein Beispiel für ein nur teilweise konsequentes Konzept für Fassadenwerbung an einem Gebäude. Wilmsdorfer Straße, Charlottenburg

## Beurteilung der Stadtbildverträglichkeit

### ■ Stadtbildverträglich

Da die Stadtbildverträglichkeit von Fassadenwerbung sehr stark von der konkreten Ausgestaltung (Einzelbuchstaben, Logos oder Schilder (flächig), parallel oder senkrecht zur Fassade u. a. m.) abhängt, ist Fassadenwerbung in keinem Raum-/Gebäudetyp ohne Weiteres stadtbildverträglich (s. u.).

Stadtbildverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen: -

### ■ Bedingt stadtbildverträglich

- Berücksichtigung der architektonischen Gestaltung und Fassadengliederung bei der Gestaltung der Werbeträger; prägende und/oder gliedernde Fassadenteile dürfen nicht durch Werbung überdeckt werden.
- Wenn Fassadenwerbung, dann keine Dachwerbung am selben Gebäude.
- Keine Werbeflächen vor Fenstern von genutzten Räumen.
- Kein Verstellen von Sichtbeziehungen und Sichtachsen, d. h. in Sichtachsen besonders zurückhaltende Gestaltung der Fassadenwerbung und i. d. R. keine Fassadenwerbung senkrecht zur Fassade.
- Keine Überladung einer Gebäudefassade mit verschiedenen Fassadenwerbungen.
- Sofern mehrere Fassadenwerbungen an einem Gebäude angebracht werden sollen, müssen diese nicht nur auf das Gebäude abgestimmt werden, sondern es muss ein Konzept zur Werbung an diesem Gebäude vorgelegt werden, zu dem die beantragte Fassadenwerbung passt.
- Berücksichtigung besonderer stadtgeschichtlicher Bedeutung eines Raum-/Gebäudetyps bei Dimensionierung und farblicher Gestaltung der Fassadenwerbung.
- In sensiblen Raum-/Gebäudetypen nur als Werbung an der Stätte der Leistung (vgl. Karte 2), gleiches gilt bei Kultureinrichtungen.

Bedingt stadtbildverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen:

Kultureinrichtung, Hochhaus, Bahnhof bes. Stadtbildprägung, Hauptstraße, Boulevard, Einkaufsstraße, Straße am/im Grünraum, Quartiersplatz, Verkehrsplatz, Schmuckplatz, Stadtplatz, Dorf, historischer Siedlungskern, Sichtachse, Bahntrasse als Hochbahn

### ■ Stadtbildunverträglich, weil

- aufgrund der hohen Schutzwürdigkeit (gestalterische Qualität, Denkmalschutz, Funktionen und Bedeutung im Netz öffentlicher Räume) die Räume weitgehend von Werbung freigehalten werden sollen (Kirche, Brücke bes. Stadtbildprägung, UNESCO-Welterbestätte, Mauergedenken/-verlauf),
- die besondere Bedeutung für das Stadtbild durch Fassadenwerbung beeinträchtigt werden würde (stadtbildprägendes Gebäude, Brücke bes. Stadtbildprägung).

Stadtbildunverträglich in folgenden Raum-/Gebäudetypen:

Kirche, stadtbildprägendes Gebäude, Brücke bes. Stadtbildprägung, UNESCO-Welterbestätte, Mauergedenken/-verlauf

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.

**Einstufung der Stadtbildverträglichkeit in den Raum-/Gebäudetypen: keine Kartendarstellung, da in den meisten Raumtypen „bedingt stadtbildverträglich“**

Fassadenwerbung	
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