

GESTALTUNGSLEITLINIEN

WERBEANLAGEN AN GEBÄUDEN



Hier geht es um Gestaltungsleitlinien zu Werbeanlagen an Gebäuden, d.h. :

- vertikale bzw. horizontale Werbeanlagen an der Fassade
- Fensterwerbung
- Hinweisschilder und Schaukästen

Weitere Gestaltungsleitlinien finden Sie in Teil 1 zu **Gebäudegestaltung** und in Teil 3 zur **Nutzung des öffentlichen Raumes durch Private**.



1. Anordnung nur unmittelbar an der **Stätte der Leistung**
2. **Integration** in das **Straßen- und Stadtbild**; keine störende Häufung oder Sichtbehinderung
3. **Integration** in die **Gebäude- und Fassadengestaltung**
4. **max. 2 Werbeanlagen** je Betrieb, davon max. 1 Ausleger (Ausnahme großflächige Betriebe) d.h. großflächige Betriebe bzw. Betriebe mit langen Fassaden
5. Beschränkung auf **Eigenwerbung**; keine **Marken- oder Produktwerbung** (Ausnahme Gastronomiebetriebe)
6. **einheitliche Gestaltung** je Betrieb
7. **Beleuchtung**:
 - selbstleuchtend oder hinterleuchtet (nicht angestrahlt)
 - warmweißes Licht; Lichtintensität gemäß Umgebungslicht
 - keine Störung benachbarter Wohnnutzungen
8. **Rückbau** bei Geschäftsaufgabe (Inhaber/Gebäudeeigentümer)



1. Abstimmung auf/Integration in die Fassadengliederung
2. keine Überdeckung oder Störung der baustiltypischen Fassadenelemente bzw. Fassadengestaltung
3. Anordnung:
 - parallel zur Fassade (nicht schräg)
 - zwischen (Schau)Fenster Erdgeschoss und Fensterunterkante im 1. Obergeschoss bzw. Gurtgesims
4. Größe und Gestaltungsart:
 - nur in Form von **Einzelbuchstaben, Schriftzügen** und **Firmenlogos** (keine Flachkästen oder Platten als Träger)
 - **Größe** abgestimmt auf die **Eigenart des Gebäudes** und die **Wahrnehmbarkeit** im öffentlichen Stadtraum (Fußgänger, Autofahrer, Breite des Straßenraumes)
 - räumliche Differenzierung beachten
5. **Abweichungen** bei Betrieben im Obergeschoss oder bei großflächigen Nutzungen



1. Abstimmung auf/Integration in die Fassadengliederung
2. keine Überdeckung oder Störung der baustiltypischen Fassadenelemente bzw. Fassadengestaltung
3. max. 1 Ausleger je Betrieb/straßenseitige Fassade
4. Anordnung (analog zur horizontalen Werbeanlage):
 - rechtwinklig zur Fassade (nicht schräg)
 - zwischen (Schau)Fenster Erdgeschoss und Fensterunterkante im 1. Obergeschoss bzw. Gurtgesims
5. Größe abgestimmt auf die
 - Fassadengliederung (kleinteilig oder großmaßstäblich)
 - Wahrnehmbarkeit im öffentlichen Stadtraum (Fußgänger oder Autofahrer)
6. Abweichungen bei großflächigen Nutzungen





1. Fensterwerbung (Beklebung) nur auf den **Fenstern des Erdgeschosses** (auf max. 20% der Schaufensterfläche)
(Abweichung bei Nutzungen, die sich nur im Obergeschoss befinden)
2. **Größe und Gestaltungsart:**
 - in Form von **Einzelbuchstaben, Schriftzügen und Firmenlogos**
 - **Größe:** gegenüber der Fensterfläche deutlich untergeordnet (Durch- und Einblicke haben Priorität)
3. Verzicht auf **übermäßige** oder **vollflächige** Fensterbeklebung (Ausnahme: als Sichtschutz bei sensiblen Nutzungen z.B. Arztpraxen)
4. dauerhaft »blickdichte« Schaufenster bei **Leerstand** vermeiden (stattdessen z. B. Schaufensterpräsentation eines benachbarten Geschäfts)
5. Verzicht auf **grelle** oder **intensive (Signal-)Farben**



1. Abstimmung auf/Integration in die Fassadengliederung
2. keine Überdeckung oder Störung der **baustiltypischen Fassadenelemente** bzw. Fassadengestaltung
3. max. **1 Hinweisschild** je Nutznießer in angemessener Größe
4. Anordnung an der **Stätte der Leistung**
(Ausnahme: Betriebsstandort in Passagen oder im Hinterhof)
5. je Gebäude: räumliche und gestalterische **Zusammenfassung in Gruppen**
6. max. **2 Schaukästen** je Nutznießer in maßvoller Größe
7. nur **Eigenwerbung, keine Produktwerbung**
(Ausnahme: Gastronomie, dann aber deutlich untergeordnet)
8. Verzicht auf **frei stehende** Hinweisschilder und Schaukästen
(außer bei Betrieben, deren Gebäude nicht an den öffentlichen Raum grenzen)

