

„Historisches Wallerfangen“



Werbeanlagen- und Warenau- tomatenkonzept / -satzung

23.08.2022



DUTT & KIST GmbH
Landschaftsarchitekten · Stadtplaner

Werbeanlagen und Warenautomaten “Historisches Wallerfangen“

Im Auftrag:



Gemeinde Wallerfangen
Fabrikplatz 1
66798 Wallerfangen

Gefördert durch:



Vorworte

**Geltungsbereich Werbeanlagen-
und Warenautomatensatzung**
Warum eine Satzung?

6-7
8

1	Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung Allgemein & Kernbereich	10-11
1.1	Leuchtreklame	12-15
1.2	Beschilderungen	16-19
1.3	Schaufensterbeschriftung	20-23
1.4	Werbepanner	24-26
1.5	Plakatwände	27
1.6	Aufgemalte Logos	28-30
1.7	Aufsteller	31-32
1.8	Fahnen	33-35
1.9	Fremdwerbung	36-37
1.10	Digitale Werbetafeln	38
1.11	Warenautomaten	39-40
2	Impressum	41

Vorwort



Für unsere Gemeinde ist das Ortsbild bedeutsam für die „lokale und regionale Identität“.

Mit dem Titel „Historisches Wallerfangen“ wurde der Wallerfanger Ortskern als Gesamtmaßnahme in die Städtebauförderung aufgenommen und ein Sanierungsgebiet im vereinfachten Verfahren ausgewiesen. In diesem Zusammenhang wurde bereits ein Gestaltungsleitfaden erstellt, welcher Hinweise zur Gestaltung von Grundstücks- und Gebäudebestandteilen gibt, um eine zusätzliche Aufwertung unserer Ortsmitte zu erreichen und damit die Identität unseres Ortskernes zu bewahren.

Wesentlich für das städtebauliche Erscheinungsbild sind darüber hinaus aber auch Werbeanlagen und Warenautomaten. Diese dienen dazu, auf ein Gewerbe, einen Beruf oder eine Leistung hinzuweisen. Beides prägt das Erscheinungsbild des Ortskernes, soll dieses jedoch nicht überfrachten oder verunstalten.

In unserem Ortskern ist bereits zu beobachten, dass vereinzelt unschön gestaltete Werbeanlagen und Warenautomaten das historische Ortsbild beeinträchtigen. Dem entgegenzuwirken und unseren Ortskern als Aushängeschild zu erhalten, ist ein wichtiges Anliegen der Gemeinde Wallerfangen.

Bislang verfügt die Gemeinde über kein Konzept, das die Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten regelt. Die Landesbauordnung enthält zwar Mindestregelungen zum Schutz gegen „Verunstaltungen“. Da dies jedoch nicht ausreicht und weiterhin Regelungsbedarf besteht, ist die Aufstellung eines Werbeanlagen- und Warenautomatenkonzepts und schließlich einer Satzung erforderlich. Das Konzept stellt dabei die konzeptionelle Grundlage dar und dient als Begründung der Satzung

Bei dem Werbeanlagen- und Warenautomatenkonzept geht es dabei nicht um die Verhinderung von Werbung, sondern vielmehr um deren Gestaltung. Gerade dem „Wo“ und „Wie“ der Präsentation kommt eine große Bedeutung zu. Auf die Art und Anzahl der Werbeanlagen, den An-

Vorwort

bringungsort und ihre Gestaltung kann dabei Einfluss genommen werden.

Unser Ziel ist es, ein Gleichgewicht zwischen der Forderung nach Werbeflächen und den Ansprüchen der Ortsgestaltung und der Ortsbildpflege zu erreichen.

Für unser historisches Wallerfangen.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'H' followed by 't.w.' and a period.

Bürgermeister Horst Trenz

Vorwort



Im Jahr 2020 hat die Gemeinde Wallerfangen das Gestaltungshandbuch „Historisches Wallerfangen“ herausgegeben. Mit dem Gestaltungshandbuch erhalten Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde Wallerfangen unverbindliche Hinweise und Hilfestellung zur Wahrung und Weiterentwicklung ihrer privaten Bausubstanz mit dem Ziel, das identitätsstiftende Flair des historischen Ortskerns zu schützen, zu stärken und in die Zukunft weiter auszubauen. Das Gestaltungshandbuch befasst sich mit der eigentlichen Gebäudesubstanz wie Dachformen, Fassaden, Türen, Fenstern etc.. Somit leistet es einen wichtigen Beitrag zur Ortsbildpflege und zur Baukultur in der Region und es findet Beachtung und Lob auch über die Gemeindegrenzen hinweg.

Im Gestaltungshandbuch sind Werbeanlagen, die ja nicht zur originären Bausubstanz gehören, nicht angesprochen. Werbeanlagen das sind Leuchtreklamen, Schilder, Banner, Fahnen, Folierungen an Schaufenstern und Ladentüren, die primär die Funktion haben, Kunden, Gäste, Patienten oder Mandanten anzusprechen und über den im Anwesen ansässige Gewerbebetrieb, die Gaststätte, das Ladenlokal, die Praxis etc. zu informieren. Darüber hinaus können sie die Funktion des Werbens einnehmen und potentielle Kunden, Gäste und Verbraucher marktschreierisch oder durch dezentes Auftreten auf Produkte und Dienstleistungen hinweisen. Dabei ist es dem Wettbewerb geschuldet und liegt scheinbar in der Natur der Sache, dass Werbung versucht, Aufmerksamkeit zu erzeugen und gegenüber der Konkurrenz oder aus der räumlichen Umgebung besonders herauszustechen. Diese Konkurrenz führt meist dazu, dass Werbemittel die Tendenz haben, immer lauter, größer, bunter in den öffentlichen Raum zu strahlen. Auffällig ist dabei, dass mitunter Läden und Gaststätten mit einem anerkannt hochwertigen

gen Angebot eher leise, zurückhaltend, wohl gestaltet und nicht markt-schreierisch auftreten und dabei erfolgreicher für sich werben als jene, die glauben, mit Masse und schrillen Farben punkten zu können. Im schlechtesten Fall ziehen sich Werbeanlagen wie eine zweite Haut über das Gesicht einer Fassade und überblenden die originäre Bausubstanz. Die meist kleinteiligen Fassadengliederungen der Gebäude im historischen Ortskern von Wallerfangen vertragen überbordende Werbeanlagen nicht. Was in Großstädten anregend und belebend wirken kann, bedeutet für kleinere Ortschaften, so auch für Wallerfangen, den Verlust an Identität, die Zerstörung einer über Jahrhunderte gewachsenen Baukultur.

Um überbordende Werbung einzudämmen, um notwendige Werbeanlagen in angemessene und wohlgestaltete Bahnen zu lenken, unterwirft sich die Gemeinde Wallerfangen einer Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung, die im historischen Ortskern Wallerfangens verbindlichen Charakter hat, die immer dann Anwendung findet, wenn neue Werbeanlagen angebracht oder wenn bestehende Werbeanlagen verändert werden sollen.

Mögen sich die Inhaber bestehender Ladengeschäfte und Betriebe daran orientieren und sich ggfs. vorausseilend in den vorgegebenen Gestaltungskanon für Werbeanlagen einfügen!

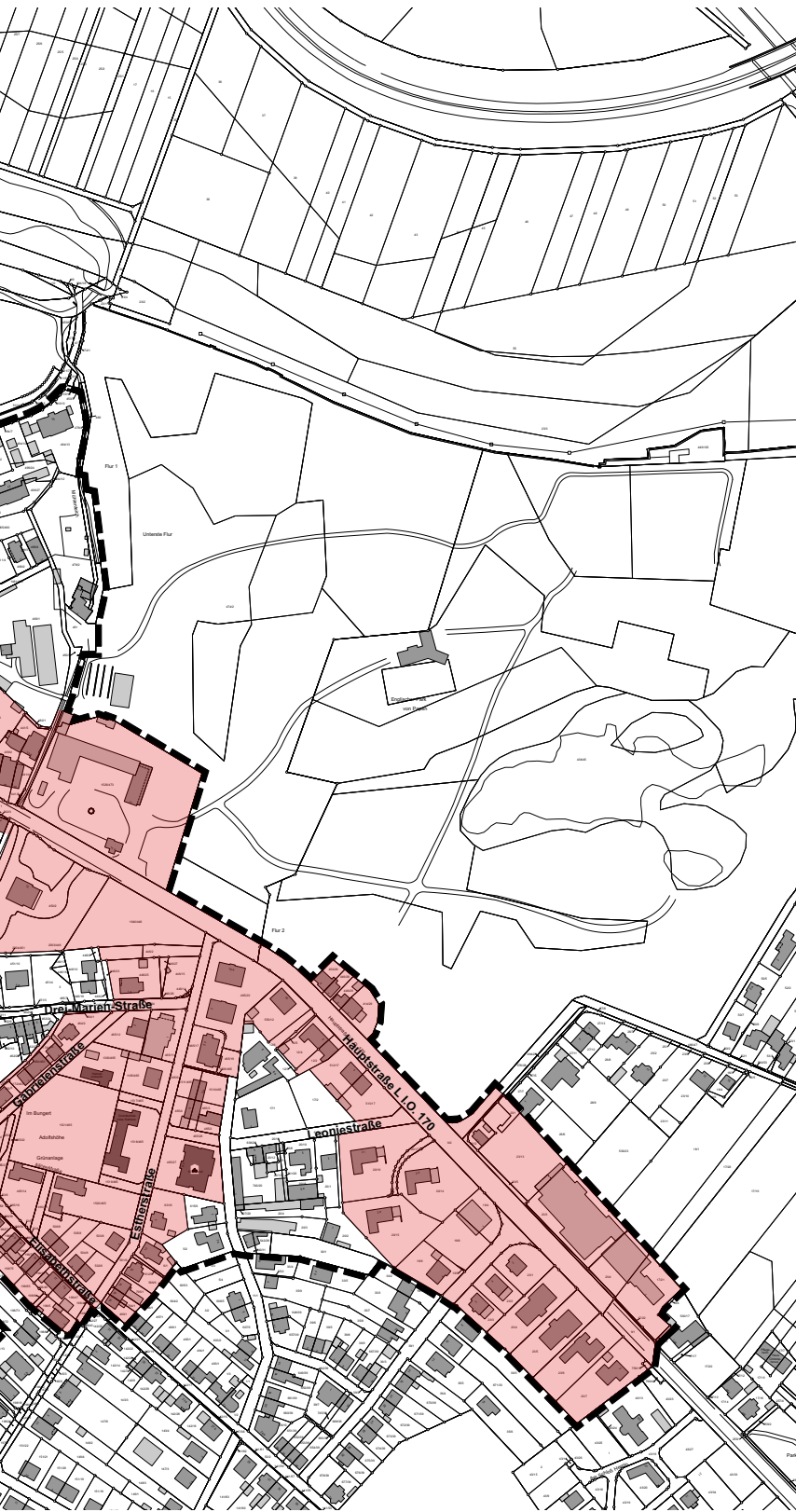


Hanno Dutt / HDK Dutt & Kist GmbH

GELTUNGSBEREICH WERBEANLAGEN-



UND WARENAUTOMATENSATZUNG



Quelle: LVGL Saarland;
Bearbeitung: Kernplan

Historischer Ortskern

—
Kerngebiet

WARUM EINE WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG?

Die LBO enthält zwar Mindestregelungen. Diese Regelungen reichen aber im Wallerfanger Ortskern nicht aus, weshalb eine Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung erlassen werden soll.

Gem. § 85 LBO (Landesbauordnung Saarland) können Gemeinden durch Satzung „örtliche Bauvorschriften erlassen über

(1) besondere Anforderungen an die äußere Gestaltung (...) von Werbeanlagen und Warenautomaten zur Erhaltung und Gestaltung von Ortsbildern; dabei können sich die Vorschriften auch auf deren Art, Größe und Anbringungsort erstrecken,

(2) das Verbot von Werbeanlagen und Warenautomaten aus ortsgestalterischen Gründen“.

Werbeanlagen- und Warenautomatensatzungen sind ein rechtsverbindliches „Instrument“ zur Bewahrung des charakteristischen Ortsbildes des Ortskerns vor Verunstaltungen durch Werbeanlagen und Warenautomaten. Basis bildet das Werbeanlagen- und Warenautomatenkonzept, das die besonderen städtebaulichen Gestaltungsanforderungen im Zusammenspiel mit den örtlichen Gegebenheiten aufzeigt.

Bei der Werbeanlagensatzung geht es also nicht um die Verhinderung von Werbung, sondern um deren aktive Gestaltung!



**WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG
GEMEINDE WALLERFANGEN**



WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG ALLGEMEIN UND KERNBEREICH

Historischer Ortskern und Kerngebiet

Die Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung der Gemeinde Wallerfangen differenziert in einen Allgemeinen- und einen Kernbereich (siehe Karte Geltungsbereich). Der allgemeine Bereich ist deckungsgleich mit dem Flächenumgriff des ISEK-Fördergebietes. Die Allgemeine Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung gilt für den gesamten historischen Ortskern von Wallerfangen. Für das Kerngebiet gelten darüber hinaus zusätzliche einschränkende Regelungen, um in diesem Bereich, der allgemein als die ortsbildprägende „Visitenkarte“ für Wallerfangen angesehen wird, vor marktschreierischen und überbordenden Werbeanlagen zu schützen. Hier gibt es gegenüber dem allgemeinen Bereich eine Häufung besonders wichtiger historischer Gebäude. Es liegt im allgemeinen Interesse, den historischen Ortskern und insbesondere das Kerngebiet mit der Hauptstraße einschließlich Einmündungsbereich Sonnenstraße (Zillkens Eck), dem Einmündungsbereich Saarstraße, Einmündungsbereich verlängerte Hospitalstraße ab Kreisel Richtung Edeka-Markt, Einmündungsbereich Schlachthausweg, dem Fabrikplatz einschließlich Umfeld Altes Magazin sowie der Adolphshöhe mit Umfeld im Sinne der Denkmalpflege und den allgemeinen Regeln des guten Gestaltens nach Maßgabe von städtebaulichen und architektonischen Kriterien weiterzuentwickeln und in seiner historischen Substanz zu schützen.

Warum wird unterschieden in Allgemeinen Bereich und Kernbereich?

Die Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung gilt für die in der Karte dargestellten gesamte Teilfläche der Gemeinde Wallerfangen. Das ist der allgemeine Geltungsbereich. Darin enthalten ist, quasi als Schnittmenge, der sogenannte Kernbereich, für den weiterreichende Vorschriften gelten. Der Kernbereich beinhaltet eine deutliche Häufung von historischen Gebäuden und ortsbildprägenden Ensembles gegenüber dem weiteren allgemeinen Bereich. Die Gebäude und Ensembles im Kernbereich stellen das Alleinstellungsmerkmal von Wallerfangen dar, während die Straßenzüge im allgemeinen Bereich zwar einer regelnden Satzung bedürfen, nicht aber als einzigartige Merkmale des historischen Wallerfangens einzuordnen sind.

Im Kernbereich sollen die Gebäude und Straßenräume durch die Stellung der Gebäude zueinander, ihre Kubaturen, Dachformen und originäre Fassadengliederung das als schützenswert erkannte historische Ortsbild von Wallerfangen widerspiegeln. Überbordende Werbeanlagen würden gerade im Kernbereich die Sicht auf das vorbeschriebene Bild verunklaren. Eine dahingehende Tendenz ist bereits deutlich feststellbar. Warenautomaten, insbesondere solche, die Schrankgröße erreichen und somit als eigenständige Bauteile den Straßenraum verstellen bzw. die Sicht auf die originäre Bausubstanz verunklaren, gewinnen gerade in kleineren Gemeinden an Bedeutung, weshalb auch hier eine regelnde Vorschrift in die Satzung aufgenommen ist.

Sofern im Geltungsbereich der Satzung rechtskräftige Bebauungspläne für Teilflächen bestehen, so gehen die Festsetzungen des jeweiligen Bebauungsplans denen der hier vorliegenden Satzung im Rang vor.“

Häufung von Werbeanlagen

Es ist festzustellen, dass an einzelnen Gebäuden mehrere verschiedene Werbeanlagen auf einen einzelnen, im Gebäude ansässigen Gewerbebetrieb / Dienstleister hinweisen. Oft ist der Informationsgehalt der Werbeanlagen redundant, d.h. die Informationen wiederholen sich. Dadurch ergibt sich im Straßenzug in der Summe eine Überfrachtung von Werbeanlagen, die negativ auf die raumbildende Wirkung von Gebäuden und ihre Fassaden wirken. Deshalb wird die Anzahl der Werbemittel pro Gewerbebetrieb / Dienstleister und Gebäude beschränkt auf eine Häufung von bis zu 3 verschiedenen Werbeanlagen im Allgemeinen Geltungsbereich und maximal 2 Werbeanlagen im Kernbereich. Für die Gestaltung der einzelnen Werbeanlagen gelten die folgenden Regelungen dieser Satzung.

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG LEUCHTREKLAME

ANALYSE

Kleinere und mittelständige Unternehmen prägen das Ortsbild der Gemeinde Wallerfangen. Um im eng bebauten Ortskern als Gewerbe/Dienstleister auf sich aufmerksam zu machen, greifen einige Unternehmen auf übergroße Leuchtkästen zurück. Diese Leuchtkästen bestehen in der Regel aus einem Metallrahmen in Kombination mit Kunststoff- und Acrylglasplatten. In der Gemeinde Wallerfangen sind diese klassischen Leuchtkästen stark vertreten. Klassische Leuchtkästen wurden vor allem in den 70er bis 90er Jahren verbaut. Ihr Design und der technische Zustand sind nicht mehr zeitgemäß. Die noch verbauten Neonröhren zur Beleuchtung sind nicht nur sehr stromintensiv, sondern haben auch eine begrenzte Lebensdauer. Oftmals ist die Leuchtreklame übergroß und schlecht positioniert. Statt auf großformatige Leuchtkästen sollte in Zukunft auf beleuchtete Einzelbuchstaben gesetzt werden. Diese sind entweder direkt oder indirekt beleuchtet und mit moderner LED-Technik ausgestattet. Optisch vermitteln sie ein stilvolles und wertiges Design. Einzelbuchstaben fügen sich harmonischer in das optische Gesamtbild ein und drängen sich nicht marktschreierisch in den Vordergrund. Trotzdem sind sie werbewirksam und ziehen durch das klare Licht der LED's die Blicke auf sich.

GESTALTUNGSBEISPIELE



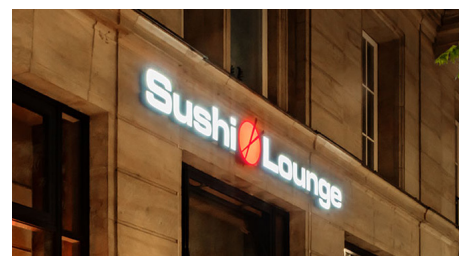
Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

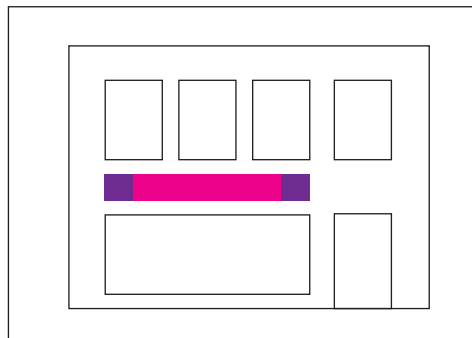
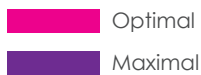
BEGRÜNDUNG

Leuchtkästen sind in der Regel bandartig-flächige Elemente, die einen nicht unerheblichen Teil der Fassade einnehmen. Insbesondere bei Dämmerung und Dunkelheit überblendet das weiße oder farbige Licht die eigentliche Fassade, die nur in seltenen Fällen eine eigene Ausleuchtung erfährt. Somit tritt die Gestaltung der Fassade hinter die Wirkung des Leuchtkastens zurück. Dies hat für den Kernbereich nochmals mehr Bedeutung, weil sich hier bedingt durch die Häufung von Ladengeschäften, aber auch von historischen Gebäuden die Negativwirkung umso deutlicher zeigt.

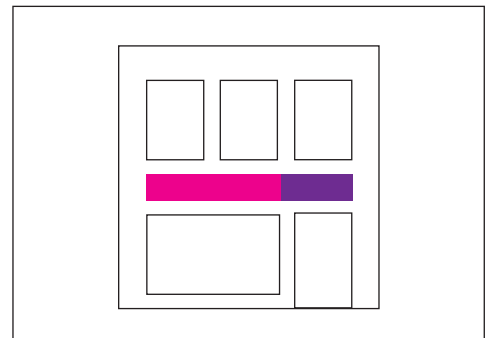
weitere Begründung:

- Einzelbuchstaben werten den öffentlichen Raum als auch die Außenwirkung des Gewerbes optisch auf
- Einzelbuchstaben sind bei Schäden oder technischen Defekten einfacher und kostensparender auszutauschen, denn es muss immer nur der jeweilige Buchstabe ersetzt/repariert werden
- Neueste LED Technik reduziert die Stromkosten
- Leuchtkästen sind nicht verboten, jedoch sind sie nur zulässig unter Einhaltung nachstehender Maßvorgaben

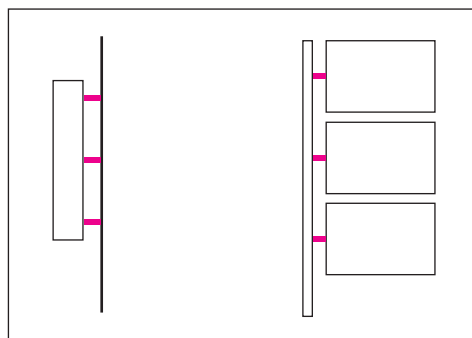
SKIZZEN



Integration in Fassadengliederung

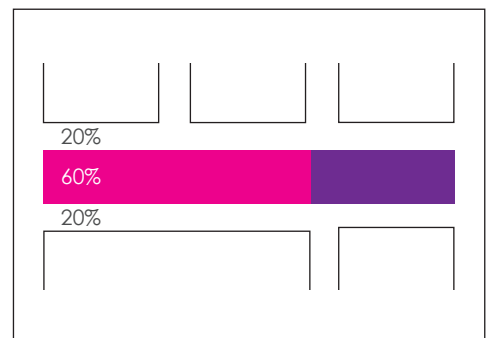


Maximalmal 75% der Gebäudebreite



Abstandshalter
5-10 cm zum Gebäude

Abstandshalter
5-10 cm zum Mast



Skizze

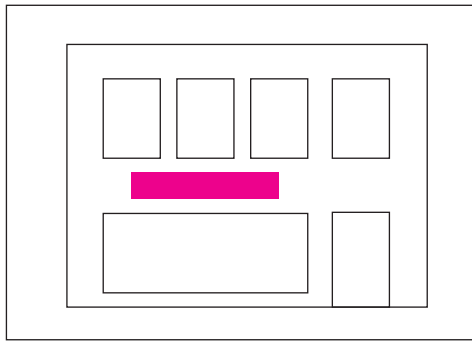
SATZUNG

- Länge $\leq 75\%$ der Gebäudebreite
- Leuchtkästen dürfen nur bis zum 1. OG angebracht werden
- Leuchtkästen dürfen lediglich eine Tiefe von 10 cm aufweisen
- Einzelbuchstaben mit Abstandhalterungen oder auf Schienensystem
- LED-Leuchtmittel / kein Neonleuchtmittel
- Die LED-Beleuchtung darf nur Weißlicht enthalten; keine Farben
- Einzelbuchstaben mit ca. 5-10cm Abstand zur Wand
- Abstand zu Fenstern, Türen und sonstigen festeingebauten Bestandteilen der Fassade wie Lisenen, Gesimse etc. einhalten; gemäß oben stehender Skizze
- Muss proportional und mittig in die Fassadengliederung integriert werden
- Bei mehreren Leuchtwerbemitteln, die einseitig an einem Pfosten montiert werden, müssen Format, Material und Montagerichtung identisch sein; deutliche Abstände zwischen den einzelnen Werbeelementen müssen gewährleistet sein

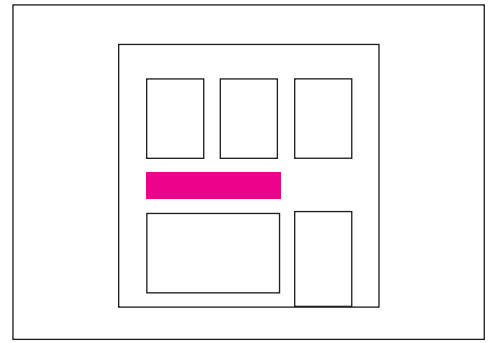
KERNBEREICH

- Länge $\leq 60\%$ der Gebäudebreite
- Leuchtkästen dürfen nur bis zum 1. OG angebracht werden
- Leuchtkästen dürfen lediglich eine Tiefe von 10 cm aufweisen
- Einzelbuchstaben mit Abstandhalterungen oder auf Schienensystem
- LED-Leuchtmittel / kein Neonleuchtmittel
- Die LED-Beleuchtung darf nur Weißlicht enthalten; keine Farben
- Einzelbuchstaben mit ca. 5-10cm Abstand zur Wand
- Abstand zu Fenstern, Türen und sonstigen festeingebauten Bestandteilen der Fassade wie Lisenen, Gesimse etc. einhalten; gemäß oben stehender Skizze
- Muss proportional und mittig in die Fassadengliederung integriert werden
- Bei mehreren Leuchtwerbemitteln, die einseitig an einem Pfosten montiert werden, müssen Format, Material und Montagerichtung identisch sein; deutliche Abstände zwischen den einzelnen Werbeelementen müssen gewährleistet sein; gemäß unten stehender Skizze

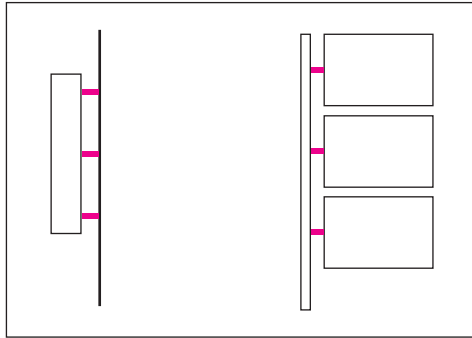
SKIZZEN



Integration in Fassadengliederung

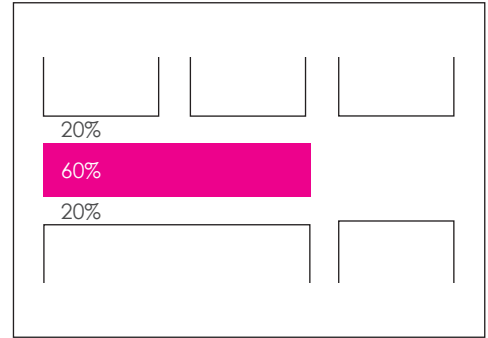


Maximalmal 75% der Gebäudebreite



Abstandshalter
5-10 cm zum Gebäude

Abstandshalter
5-10 cm zum Mast



Skizze

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG BESCHILDERUNG

ANALYSE

Ein wichtiger Informations- bzw. Werbeträger sind Beschilderungen. Sie dienen oft als optischer Aufmacher an Eingangsbereichen und machen Kunden/Patienten auf das Gewerbe oder die Praxis aufmerksam. Optik und Material sind dabei fast keine Grenzen gesetzt, was von den Gewerbebetrieben auch rege genutzt wird. Arztpraxen, Anwaltskanzleien und Architekturbüros halten sich meist wohlthuend zurück, was aus dem jeweiligen berufsständischen Unternehmenscodex resultiert, der zu auffällige Werbeanlagen verbietet. Die Beschilderungen im Ortskern sind nicht nur optisch vielfältig, sondern unterscheiden sich auch stark in Material, Form und Positionierung. Ein einheitliches Gestaltungskonzept ist dringend notwendig um dem bereits bestehenden Schilderwald entgegen zu wirken. Beschilderungen können einen optischen Mehrwert bieten, wenn diese sich einer vornehmen Zurückhaltung unterwerfen, anstatt marktschreierisch in den Vordergrund zu treten.

GESTALTUNGSBEISPIELE



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

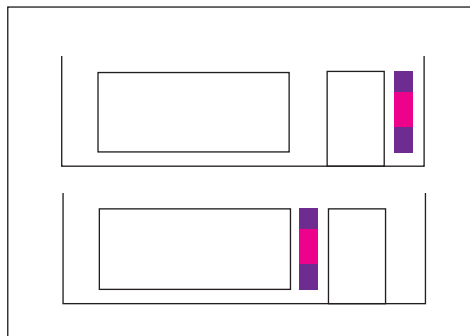
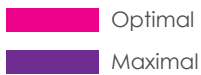
BEGRÜNDUNG

Schilder treten in Konkurrenz zu den klassischen Fassadenelementen, die insbesondere bei historischen Fassaden einer für den jeweiligen Baustil typischen Maßordnung unterliegen. Je größer Beschilderungen sind, um so mehr besteht die Gefahr, dass die ursprüngliche Fassadengliederung nachhaltig gestört wird. Dies ist umso deutlicher feststellbar, wenn Schilder einzelne Fassadenelemente überdecken oder keinen Abstand zu diesen halten. Dies hat für den Kernbereich nochmals mehr Bedeutung, weil sich hier bedingt durch die Häufung von Ladengeschäften, aber auch von historischen Gebäuden die Negativwirkung umso deutlicher zeigt.

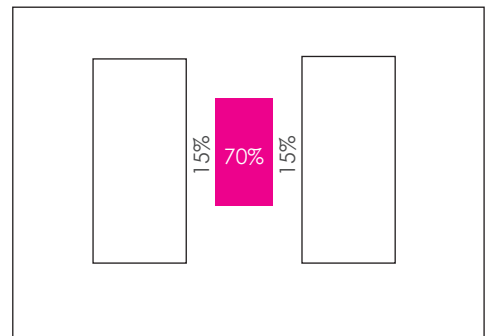
weitere Begründung:

- Ein einheitliches Beschilderungskonzept wertet sowohl den öffentlichen Raum als auch die Optik von Geschäftsräumen auf
- Quantitative Einschränkung der Werbeflut (kein „Schilderwald“ mehr)
- Die Dominanz der die Fassade gliedernden architektonischen Elemente wie Fenster, Türen, Lisenen, Gesimse etc. bleibt gewahrt

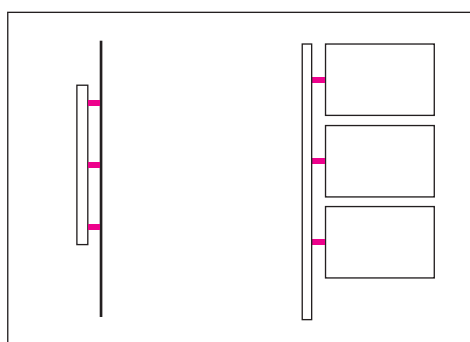
SKIZZEN



Positionierung von Eingangsschildern

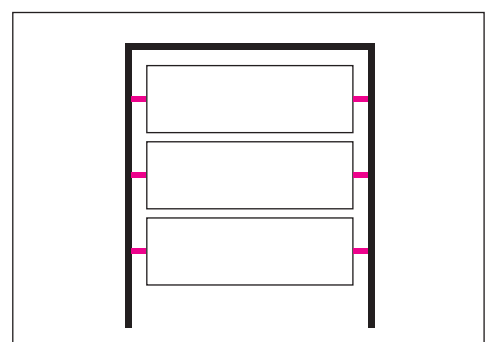


Proportionaler Abstand zu Fenster und Türen



Abstandshalter
2-4 cm zum Gebäude

Abstandshalter
5-10 cm zum Mast



Mehrfache Beschilderung

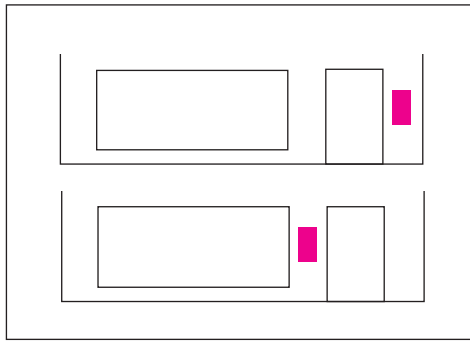
SATZUNG

- Werbetafeln dürfen nur an der Hausfassade montiert werden
- Werbetafeln müssen immer mit Abstandhalterungen angebracht werden; Abstand $\leq 4\text{cm} \geq 2\text{cm}$
- Abstand zu Fenstern, Türen und weiteren Werbemitteln einhalten; gemäß oben stehender Skizze
- Abstand zum Boden $\geq 20\%$ der Gesamthöhe
- Bei mehreren Schildern muss immer ein gleiches Format und Material verwendet werden; einheitliches Design; deutliche Abstände zwischen den einzelnen Schildern müssen gewährleistet sein
- Bei mehreren Schildern, die einseitig an einem Pfosten montiert werden, muss zusätzlich die Montagerichtung identisch sein
- Es sind maximal 3 Einzelschilder pro Gebäude zulässig; bei mehr als 3 Einzelparteien von Gewerbetreibenden/Dienstleistern pro Gebäude, wird den Parteien empfohlen, sich auf ein gemeinsames Schild zu verständigen
- Senkrecht zur Fassade abstehende Beschilderung, freistehende Mehrfachschilder mit Rohrrahmen und Mehrfachschilder an freistehendem Mast sind nur auf dem privaten Grundstück, das dem relevanten Gebäude, in dem der Gewerbetreibende/ Dienstleister mit seinem Betrieb ansässig ist, zulässig. Die allgemeinen Regeln zur Verkehrssicherheit (Lichttraumprofil, Freihalten von Sichtachsen, Standsicherheit) sind in jedem Fall einzuhalten

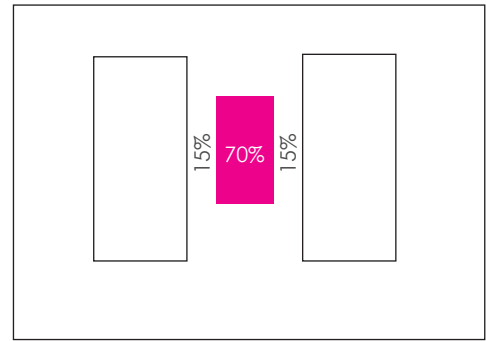
KERNBEREICH

- Werbetafeln dürfen nur an der Hausfassade montiert werden
- Werbetafeln müssen immer mit Abstandhalterungen angebracht werden; Abstand $\leq 4\text{cm} \geq 2\text{cm}$
- Abstand zu Fenstern, Türen und weiteren Werbemitteln einhalten
- Abstand zum Boden $\geq 30\%$ der Gesamthöhe
- Bei mehreren Schildern muss immer ein gleiches Format und Material verwendet werden; einheitliches Design; deutliche Abstände zwischen den einzelnen Schildern müssen gewährleistet sein
- Bei mehreren Schildern, die einseitig an einem Pfosten montiert werden, muss zusätzlich die Montagerichtung identisch sein
- Es sind maximal 2 Einzelschilder pro Gebäude zulässig; bei mehr als 2 Einzelparteien von Gewerbetreibenden/Dienstleistern pro Gebäude, wird den Parteien empfohlen, sich auf ein gemeinsames Schild zu verständigen
- Neon-Farben sind nicht zulässig
- Senkrecht zur Fassade abstehende Beschilderung, freistehende Mehrfachschilder mit Rohrrahmen und Mehrfachschilder an freistehendem Mast sind nur auf dem privaten Grundstück, das dem relevanten Gebäude, in dem der Gewerbetreibende/ Dienstleister mit seinem Betrieb ansässig ist, zulässig. Die allgemeinen Regeln zur Verkehrssicherheit (Lichttraumprofil, Freihalten von Sichtachsen, Standsicherheit) sind in jedem Fall einzuhalten

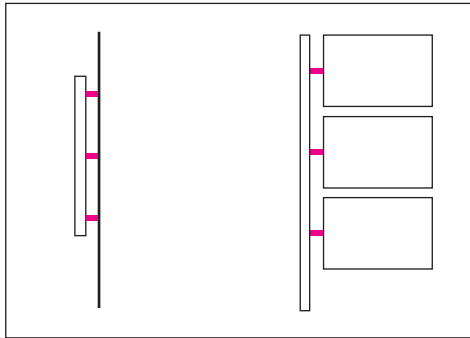
SKIZZEN



Positionierung von Eingangsschildern

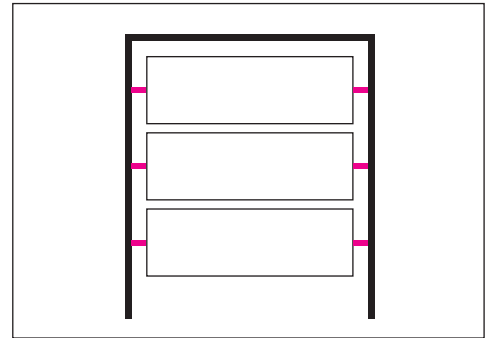


Proportionaler Abstand zu Fenster und Türen



Abstandshalter
2-4 cm zum Gebäude

Abstandshalter
5-10 cm zum Mast



Mehrfache Beschilderung

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG SCHAUFENSTERBESCHRIFTUNG

ANALYSE

Die Beschriftung der Schaufenster kann elementar für die Außenwirkung eines Unternehmens sein. In der Gemeinde Wallerfangen gibt es die unterschiedlichsten Gestaltungsansätze zur Schaufenstergestaltung. Von sehr dezenter Beschriftung über viele einzelne Beschriftungselemente bis hin zur fast Vollfolierung ist alles vorhanden. Durch diese großflächigen und ganz unterschiedlichen Gestaltungen entsteht ein sehr buntes und teilweise chaotischen Ortsbild. Beschädigte Beschriftungselemente und überfüllte Schaufenster schaffen eher einen negativen Eindruck als im positiven Sinne werbewirksam zu sein. Durch ein einheitliches und modernes Konzept soll eine hochwertige Außenbendarstellung sowohl für das einzelne Unternehmen als auch in der Gesamtwirkung erreicht werden.

GESTALTUNGSBEISPIELE



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

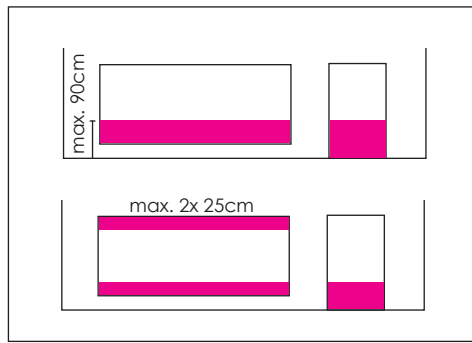
BEGRÜNDUNG

Schaufenster und Ladentüren sind wichtige gliedernde Elemente einer Fassade. Als im wesentlichen transparentes Medium erzeugen sie räumliche Tiefe und eröffnen den Blick auf die Schaufensterauslage oder in den Geschäftsraum. Wird dem Schaufenster durch großflächige Folierung die Transparenz genommen, so wirkt die Fassade tot wie eine geschlossene Fassade. Dem Schaufenster wird sprichwörtlich die Durchsicht genommen. Das hat für den Kernbereich nochmals mehr Bedeutung, weil sich hier bedingt durch die Häufung von Ladengeschäften, aber auch von historischen Gebäuden die Negativwirkung umso deutlicher zeigt.

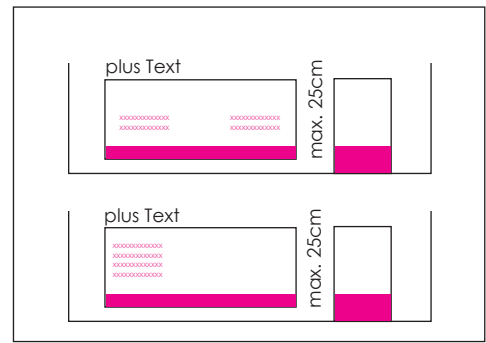
weitere Begründung:

- Eine zurückhaltene Schaufensterbeschriftung wertet den öffentlichen Raum und die Außendarstellung des Unternehmens auf
- Zu grelle und großflächige Folierungen stören das Gesamtbild
- Doppelinformationen, einzeln aufgeklebte Zettel und Plakate verwirren potentielle Kunden; es entsteht ein chaotisches Erscheinungsbild
- Die Fassade des Gebäudes soll primär durch die Architekturelemente (Türen, Fenster, Gesimse, Lisenen etc.) wirken. Die folierte Fläche des Schaufensters und der Laden- / Eingangstüre muss sich der Fassadengliederung deutlich unterordnen
- Weitgehende oder vollflächig folierte Schaufenster wirken wie eine tote Fassade und sind als solche eher abweisend als im positiven Sinne einladend und werbend.
- Sichtschutz in den Raum hinter dem Schaufenster kann -sofern notwendig- durch Elemente wie Vorhang, Schaufensterrückwand mit klassischer Auslage etc. mit einem deutlichen Abstand zur Glasscheibe des Schaufensters erzielt werden
- An die Schaufensterscheibe geklebte Plakate oder Zettel wirken improvisiert und sind der Werbewirksamkeit abträglich

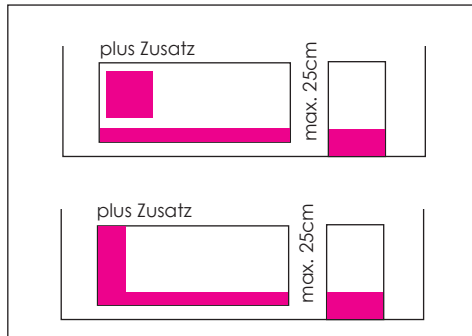
SKIZZEN



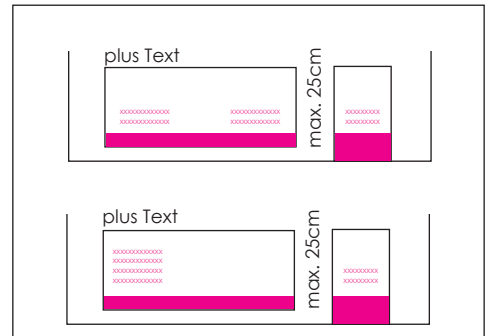
Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster

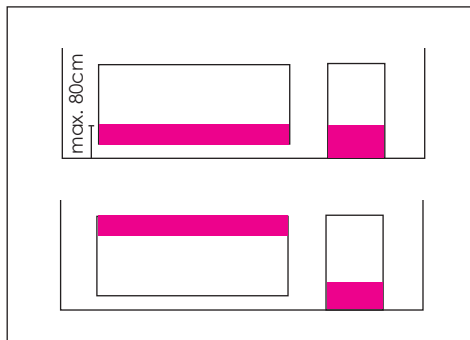
SATZUNG

- Maximal 30% der Fenster- und Türfläche darf foliert werden
- Einzelne Zettel, Plakete oder sonstige Werbeträger dürfen nicht direkt an die Scheibe appliziert werden; dies ist nur in Ausnahmesituationen erlaubt (z.B. Hinweise zu gesundheitlichen Auflagen)
- Kontrastierende Farbkombinationen sind nicht erlaubt
- Zurückhaltendes und dezentes Design
- Die Folie ist maximal innen erlaubt. Es wird empfohlen, diesen mit Glasdekorfolien herzustellen. Die Höhe der Folierung des Schaufensters ist max. im unteren Drittel zulässig
- Doppel- bzw. Mehrfachinformationen sind nicht zulässig
- Zusätzliche Informationsträger müssen einen Mindestabstand von 30cm zur Schaufensterscheibe haben. Sie sind Bestandteil der Schaufensterauslage
- Bei Mitbeschriftung der Tür, muss diese der Höhe der Folierung des Schaufensters angepasst werden

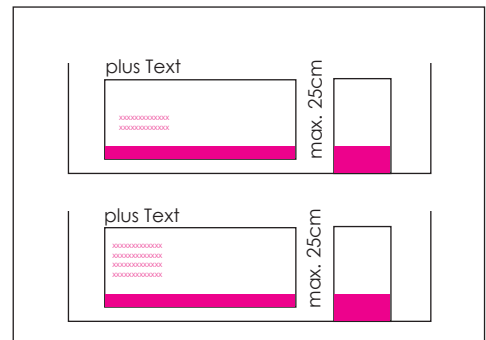
KERNBEREICH

- Maximal 20% der Fensterfläche darf foliert werden
- Einzelne Zettel, Plakate oder sonstige Werbeträger dürfen nicht direkt an die Scheibe appliziert werden; dies ist nur in Ausnahmesituationen erlaubt (z.B. Hinweise zu gesundheitlichen Auflagen)
- Kontrastierende Farbkombinationen sind nicht erlaubt
- Zurückhaltendes und dezentes Design
- Keine Neonfarben zulässig
- Die Folie ist maximal innen erlaubt. Es wird empfohlen, diesen mit Glasdekorfolien herzustellen. Die Höhe der Folierung des Schaufensters ist max. im unteren Drittel zulässig
- Doppel- bzw. Mehrfachinformationen sind nicht zulässig
- Zusätzliche Informationsträger müssen einen Mindestabstand von 30cm zur Schaufensterscheibe haben. Sie sind Bestandteil der Schaufensterauslage
- Bei Mitbeschriftung der Tür, muss diese der Höhe der Folierung des Schaufensters angepasst werden

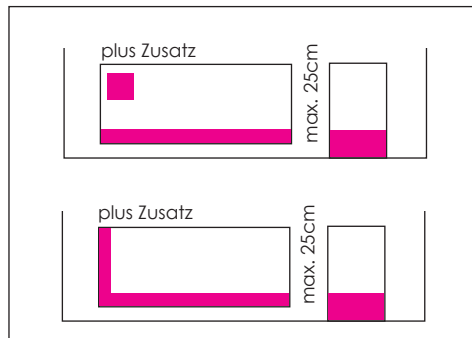
SKIZZEN



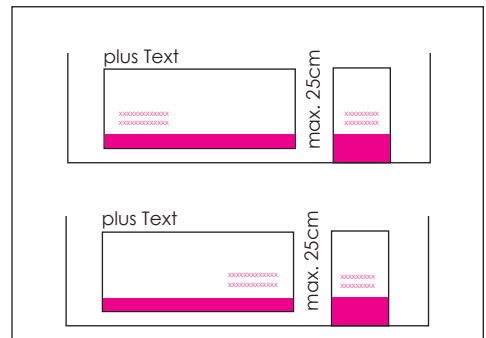
Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster



Folierung Schaufenster

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG WERBEBANNER

ANALYSE

Werbebanner können kurzfristig aber auch langfristig einen hohen Werbeeffect erzielen. In der Gemeinde Wallerfangen sind die vorhandenen Banner eher störend für das Ortsbild. Die Banner sind meist zu groß in Relation zu den Fensterflächen, sie sind zusätzlich noch schlecht positioniert. Nicht nur der Ort der Montage, sondern auch die Integration in das Bild der Fassadengliederung ist entscheidend.

GESTALTUNGSBEISPIELE



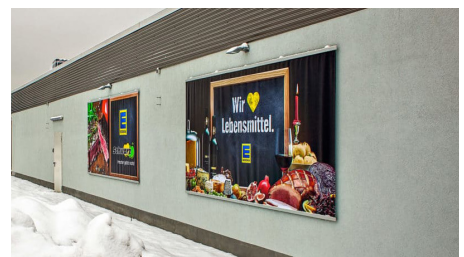
Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

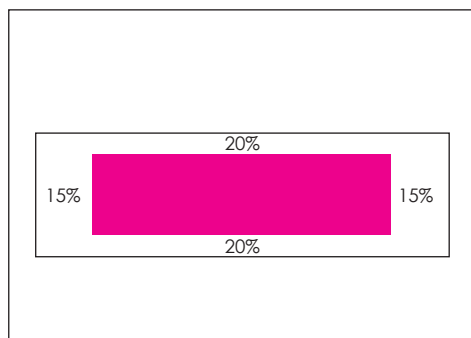
BEGRÜNDUNG

Werbebanner haben einen flüchtigen Charakter. Traditionell weisen sie auf zeitlich begrenzte Aktionen oder Veranstaltungen hin. Sie sind in der Regel kostengünstiger als fest installierte Leuchtreklamen oder dauerhaft angebrachte Schilder. Weil sie in der Herstellung und Montage kostengünstiger sind, tendieren sie auch dazu, viel großflächiger eingesetzt zu werden. Je größer die Werbemittel sind, um so mehr wirken sie sich negativ auf das Gesamterscheinungsbild eines Straßenzuges resp. auf die Fassaden der Gebäude aus. Das hat für den Kernbereich nochmals mehr Bedeutung, weil sich hier bedingt durch die Häufung von Ladengeschäften, aber auch von historischen Gebäuden die Negativwirkung umso deutlicher zeigt. Da die Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung in summa darauf abzielt, Werbeanlagen zugunsten der Ablesbarkeit originärer Bausubstanz zu reduzieren, wird es als kontraproduktiv betrachtet, wenn neben berechtigter und angemessener Werbung gemäß dieser Satzung Werbeanlagen für Unternehmen, Dienstleister oder deren Produkte im Geltungsbereich dieser Satzung angebracht werden, die andernorts ansässig sind bzw. andernorts produziert werden. Die Abwägung, welches Unternehmen bei dem Ansinnen Werbung zu reduzieren, Vorrang haben sollte, fällt leicht nachvollziehbar für den Ortsansässigen und gegen den Ortsfremden aus.

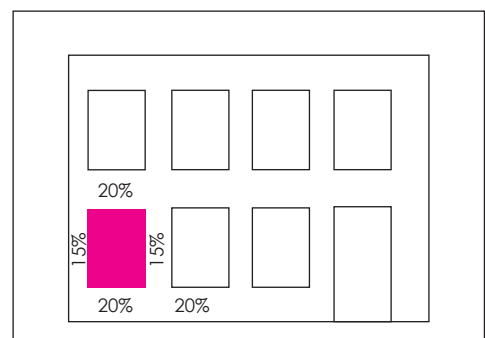
Weitere Begründung:

- Großflächige Werbebanner dominieren die meist kleinteilige Fassadengliederung. Die gewachsene ortstypische Raumwirkung der Fassaden wird überblendet
- Großflächige Werbebanner drängen sich marktschreierisch in den Vordergrund und fördern die Konkurrenz unterschiedlicher Werbeanlagen hin zu immer größeren, bunteren Werbemitteln
- Werbebanner sind eher in Gewerbegebieten einzusetzen als in Straßenzügen und an Plätzen mit kleinteiligen Fassadengliederungen

SKIZZEN



Werbebanner an Mauern



Eigenwerbung an Geschäftsgebäuden

SATZUNG

- Nur ein Werbebanner pro Gebäude zulässig; entweder an der Fassade oder an der Einfriedung
- Werbebanner dürfen nur an der Stätte der Leistungserbringung angebracht werden
- Werbebanner dürfen nur im Erdgeschoss montiert werden
- Abstand zu Fenster, Türen und weiteren Werbemitteln einhalten, gemäß oben stehender Skizze
- Proportional und mittig auf der Montagefläche ausrichten
- Maximal 65% der freien Fläche darf durch ein Banner verdeckt sein
- Fremdwerbung an Gebäuden ist nicht zulässig
- Muss optisch ansprechend in die Fassadengestaltung integriert sein
- Abstand nach oben und unten mind. 20% zu Wandöffnungen und die Fassade gliedernden Elementen wie Lisenen, Gesimse etc.
- Seitlicher Abstand von mind. 15%, jedoch max. abgestimmt auf die Fassadengliederung

KERNBEREICH

- Keine dauerhaften Werbebanner erlaubt
- Werbebanner, die auf zeitlich begrenzte Sonderaktionen hinweisen, können im Einzelfall durch die Bauverwaltung genehmigt werden

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG PLAKATWÄNDE

ANALYSE

Plakatwände sind klassische Werbeträger, die überall im öffentlichen Raum zu finden sind. Zu meist findet man sie an viel befahrenen Straßen, um dort Aufmerksamkeit zu erreichen. Im Ortskern von Wallerfangen sind diese Plakatwände allerdings hauptsächlich an Mauern bzw. Gebäudefassaden angebracht. Die Plakatwände sind meist zu groß für die vorhandenen Flächen und zusätzlich noch schlecht positioniert. Nicht nur der Ort der Montage, sondern auch die Integration in das Fassaden- bzw. Flächenbild ist entscheidend.

BEGRÜNDUNG

Plakatwände haben eine ähnlich negative Wirkung im kleinteiligen Ortsbild wie Werbebanner. Mit ihrer Standardgröße von ca. 3,56 x 2,52 m sind sie größer als viele Schaufensterflächen vor allem traditioneller Ladengeschäfte.

Weitere Begründung:

- Klassische Plakatwände mit periodisch wechselnder Werbung dominieren die meist kleinteilige Fassadengliederung. Die gewachsene ortstypische Raumwirkung der Fassaden wird überblendet
- Plakatwände drängen sich marktschreierisch in den Vordergrund und fördern die Konkurrenz unterschiedlicher Werbeanlagen hin zu immer größeren, bunteren Werbemitteln
- Sie sind eher in Gewerbegebieten einzusetzen als in Straßenzügen und an Plätzen mit kleinteiliger Fassadengliederung
- In der Regel werden Plakatwände mit Wechselwerbung zur Bewerbung von Produkten oder gewerblichen Betrieben /Dienstleistern aufgestellt, die nicht am Aufstellort produziert werden bzw. ansässig sind. Insofern ist die Werbung auf Plakatwänden als Fremdwerbung zu bewerten

SATZUNG

- Das Aufstellen oder Anbringen von Plakatwänden mit periodisch wechselnder Werbung ist im gesamten Geltungsbereich untersagt
- Falls es sich im Einzelfall nicht um Fremdwerbung handelt, so kann die Bauverwaltung unter Vorgabe von Auflagen eine Ausnahmegenehmigung erteilen

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG SCHRIFTZÜGE UND LOGOS

ANALYSE

Im Verhältnis zu Leuchtreklame bzw. Beschilderungen sind alternativ gestaltete Logos und Schriftzüge doch eher seltener in Wallerfangen anzutreffen. Aufgemalte Logos oder freistehende Einzelbuchstaben aus z.B. Metall können aber ein optischer Hingucker sein. Sie heben sich von den klassischen Werbemitteln ab und sollten gefördert werden.

GESTALTUNGSBEISPIELE



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

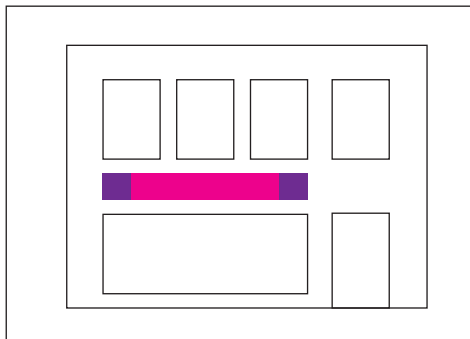
BEGRÜNDUNG

Schriftzüge und Logos, die unmittelbar auf den Putz der Fassade gemalt werden, haben insbesondere an Gebäuden mit historischen Fassaden eine vorrangige Berechtigung, da diese handwerkliche Fähigkeit vor allem zum Ende des 19. Jahrhunderts und in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts Anwendung fand, der Entstehungszeit vieler Gebäude im Ortskern von Wallerfangen

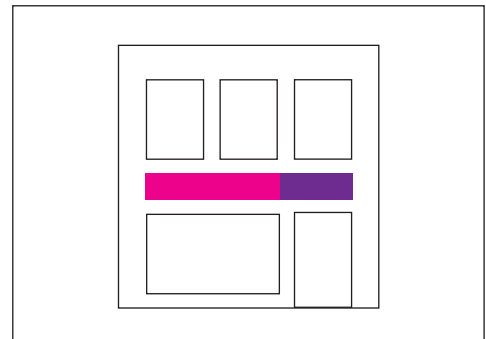
Weitere Begründung:

- Aufgemalte Schriftzüge und Logos sollten gefördert werden, da sie nicht so aufdringlich wie z.B. Leuchtreklame sind
- Aufgemalte Logos sind einfach und ohne Rückstände entfernbar
- Einzelbuchstaben aus Metall strahlen eine hochwertige Optik aus; sie können auch indirekt beleuchtet werden

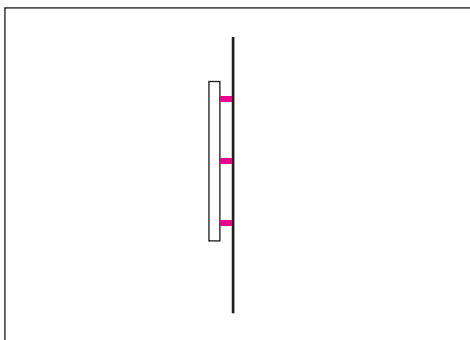
SKIZZEN



Integration in Fassadengliederung



Maximalmal 75% der Gebäudebreite



Abstandshalter 2-4 cm zum Gebäude

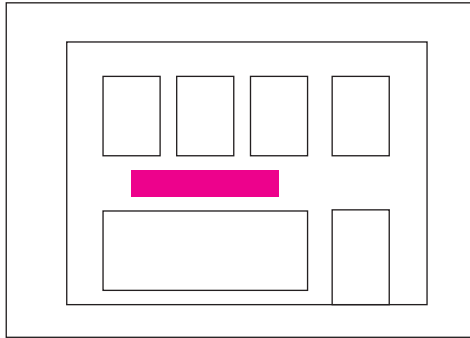
SATZUNG

- Maximal 75% der Gebäudebreite
- Logos dürfen aufgemalt werden
- Erhabene Einzelbuchstaben aus z.B. Metall, Dibond etc. müssen mit 2-4cm Abstand zum Untergrund montiert werden
- Abstand zu Fenster, Türen und weiteren Werbemitteln einhalten
- Proportional und mittig auf der Montagefläche integriert

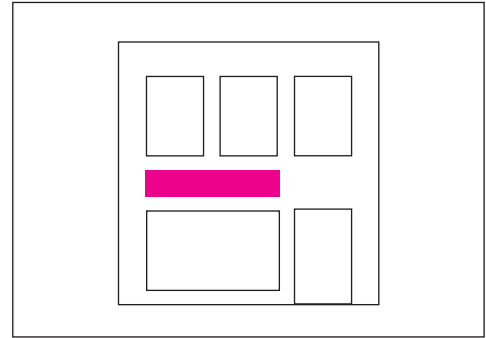
KERNBEREICH

- Maximal 60% der Gebäudebreite
- Logos dürfen aufgemalt werden
- Erhabene Einzelbuchstaben aus z.B. Metall, Dibond etc. müssen mit 2-4cm Abstand zum Untergrund montiert werden
- Abstand zu Fenstern, Türen und weiteren Werbemitteln einhalten
- Proportional und mittig auf der Montagefläche integriert
- Keine Neonfarben

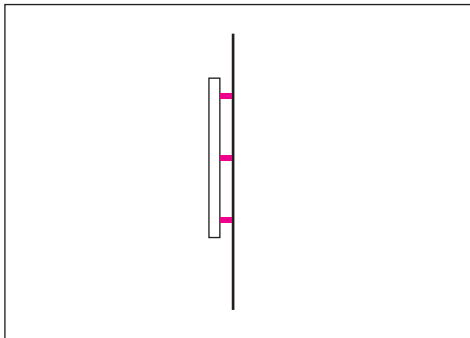
SKIZZEN



Integration in Fassadengliederung



Maximalmal 60% der Gebäudebreite



Abstandhalter 2-4 cm zum Gebäude

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG AUFSTELLER

ANALYSE

Klassische Aufsteller findet man hauptsächlich in der Gastronomie. Sie werden im Allgemeinen für Tagesangebote genutzt. Die Aufsteller werden entweder von Hand beschriftet oder es werden kleinere Plakate in einem Schiebeseiten ausgetauscht. In Wärfen sind Aufsteller hauptsächlich bei Bäckereien oder Restaurants vertreten.

GESTALTUNGSBEISPIELE



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele



Negativ Beispiele



Positive Beispiele

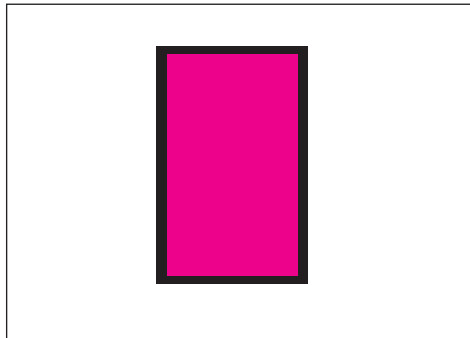
BEGRÜNDUNG

Aufsteller werden in der Regel als mobile, leicht zu tragende Werbeflächen im Tagesverlauf auf- und abgebaut. Sie sind also nicht fest installiert und in ihrer Größe beschränkt. Großflächige Aufsteller neigen hingegen dazu, fest installiert zu werden, dies auch aus Gründen der Verkehrssicherheit. Weiterhin stören in der Höhe begrenzte Aufsteller weniger die Blickbeziehungen im Straßenraum.

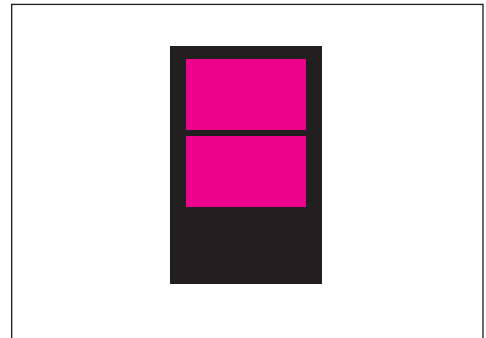
Weitere Begründung:

- Aufsteller bieten eine kurzfristige und kostengünstige Angebotsfläche
- Sie sind ein kultureller Bestandteil der Gastronomieausstattung

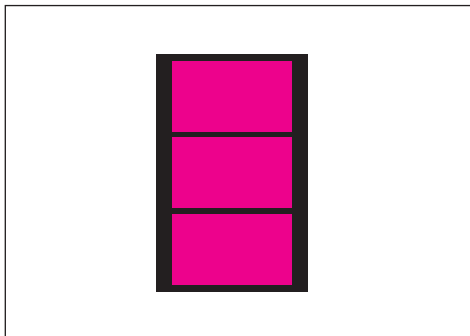
SKIZZEN



Vollflächig



2 Plakate



3 Plakate

SATZUNG

- Es ist für eine sichere Befestigung zu sorgen
- Aufsteller dürfen nur auf Privat/Gewerbegrundstücken aufgestellt werden; nicht auf öffentlichen Gehwegen oder ähnlich
- Darf keine Behinderung des Fuß- und Fahrverkehrs darstellen
- Darf eine Gesamthöhe von 1,20m nicht überschreiten
- Aufsteller zum handschriftlichen beschreiben oder zum Austausch erlaubt
- Nur als stehendes (hochkant) Format zulässig

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG

FAHNEN

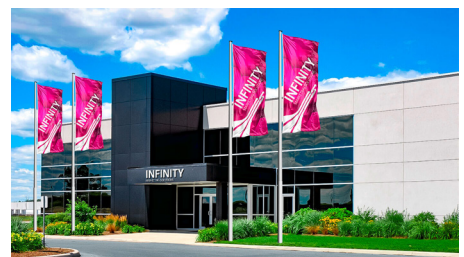
ANALYSE

Fahnen sind eher ein seltener Anblick in Wallerfangen. Diese können aber ein sehr gutes Werbemittel sein, wenn man sie richtig einsetzt. Gerade Dropflags sind bestens geeignet für Veranstaltungen bzw. Aktionen. Sie sind sehr leicht sowie schnell und einfach aufbaubar. Hiss- bzw. Bannerfahnen sind eher für größere Gebäude geeignet. Sie geben dem Firmengebäude eine wertige Optik und machen auch aus der Ferne auf sich aufmerksam.

GESTALTUNGSBEISPIELE



Positive Beispiele



Positive Beispiele



Positive Beispiele

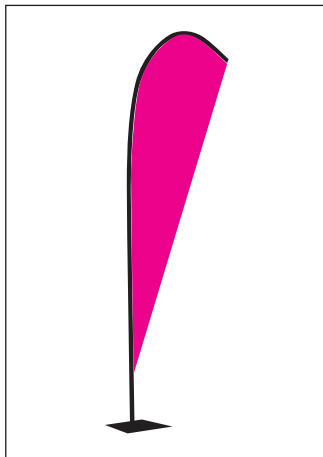
BEGRÜNDUNG

Dropflags sind ähnlich wie Aufsteller in der Regel mobile Elemente, die im Tagesverlauf auf- und abgebaut werden. Als nicht festverankerte Werbemittel sind sie reversibel und beeinträchtigen das Ortsbild nicht nachhaltig. In der Anzahl moderat eingesetzt, beleben sie im Spiel des Windes den Straßenraum. Fest installierte Hiss- und Bannerfahnen erfordern Abstand zu Fassaden und großzügige Aufstellflächen die insbesondere im Kerngebiet von Wallerfangen nicht gegeben sind.

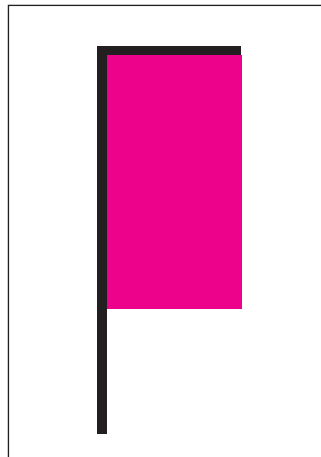
Weitere Begründung:

- Fahnen sind ein Blickfang; wirken eleganter als großflächige Beschilderungen
- Dropflags sind für Veranstaltungen und Werbeaktionen bestens geeignet, da sehr leicht sowie schnell auf- bzw. abgebaut
- Hiss- oder Bannerfahnen können feststehend montiert werden; die Fahne ist jedoch flexibel austauschbar
- Hiss- oder Bannerfahnen haben eine große Fernwirkung
- Dropflags sollen die Wirkung der Gebäudefassaden nicht überblenden, weshalb ihre maximale Höhe auf das Erd- bzw. Sockelgeschoss zu begrenzen ist

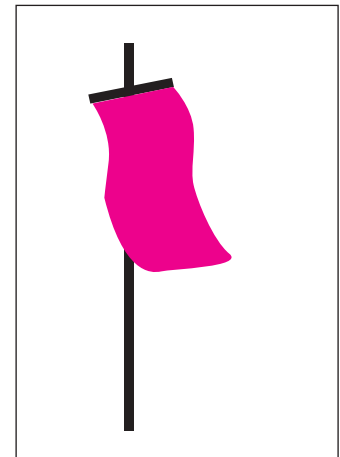
SKIZZEN



Dropflags



Hiss-Fahnen



Banner-Fahnen

SATZUNG

- Es ist für eine sichere Befestigung zu sorgen; fester Standfuß
- Dürfen nur auf Privat/Gewerbegrundstück aufgestellt werden; nicht auf öffentlichen Gehwegen oder ähnlich
- Darf keine Behinderung des Fuß- und Fahrverkehrs darstellen
- Drop Flags dürfen die Höhe des Erd- bzw. Sockelgeschosses nicht überschreiten
- Fest montierte Fahnen dürfen die Gebäude-Traufe nicht überschreiten und sind mit mind. 2m Abstand zum Gebäude aufzustellen
- Pro Ladengeschäft sind max. 2 Fahnen zulässig

KERNBEREICH

- Es ist für eine sichere Befestigung zu sorgen; fester Standfuß
- Dürfen nur auf Privat/Gewerbegrundstück aufgestellt werden; nicht auf öffentlichen Gehwegen oder ähnlich
- Darf keine Behinderung des Fuß- und Fahrverkehrs darstellen
- Drop Flags dürfen die Höhe des Erd- bzw. Sockelgeschosses nicht überschreiten
- Pro Ladengeschäft ist max. 1 Dropflag zulässig
- Hiss- und Bannerfahnen sind im Kernbereich zulässig

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG FREMDWERBUNG

ANALYSE

Immer wieder wird Fremdwerbung auf Privat- und Gewerbeflächen bzw. an Gebäuden angebracht. Unschöne Plakatierungen an Gartenzäunen, aufgestellte Schilder im Vorgarten oder großformatige Banner/Plakate an Privatgebäuden stören das gesamte Ortsbild. Dies hat aber nicht nur optische Nachteile, sondern ist auch nachteilig für die ortsansässigen Unternehmen. Diese sehen sich nun im Wettbewerb mit ortsfremden Firmen. Um dem entgegenzuwirken, sollte in Zukunft komplett auf Fremdwerbung außerhalb von ausgewiesenen Plakatwänden verzichtet werden.

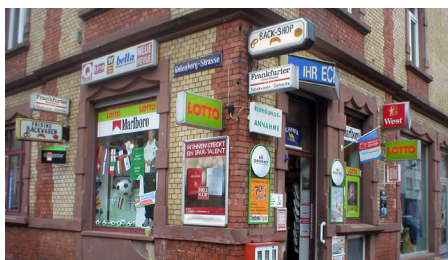
GESTALTUNGSBEISPIELE



Negativ Beispiele



Negativ Beispiele



Negativ Beispiele

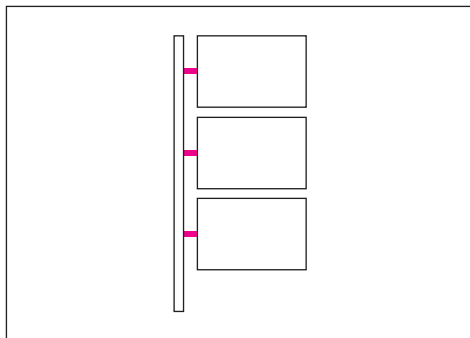
BEGRÜNDUNG

Fremdwerbung erzeugt an dem Ort, wo sie angebracht ist eine zusätzliche Reizflutung und in der Summe mit den Werbemitteln, die am Ort der Leistungserbringung berechtigt angebracht sind, eine Dichte an Werbemitteln, die die ortsbildprägende Raumwirkung der originären Gebäude mit ihren Fassaden überfrachtet. Im Kernbereich soll deshalb auf Fremdwerbung gänzlich verzichtet werden, weil hier eine Häufung von historischen Gebäuden und Ladengeschäften gegeben ist, deren Ensemblewirkung durch die Verdichtung von Werbemitteln erheblich gestört wird. Fremdwerbung stört das Ortsbild, da neben der gemäß dieser Satzung zu akzeptierenden Werbung auf Grundstücken und Gebäuden der Leistungserbringung zusätzliche Flächen an Fassaden, Zäunen und im freien Straßenraum angebrachte Werbemittel Flächen in Anspruch nehmen und Räume und Sichtbeziehungen verstellen. Die Abwägung, welches Unternehmen bei dem Ansinnen Werbung zu reduzieren, Vorrang haben sollte, fällt leicht nachvollziehbar für den Ortsansässigen und gegen den Ortsfremden aus.

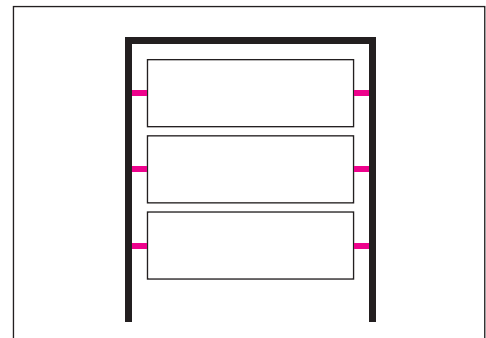
Weitere Begründung:

- Bietet **nicht ortsansässigen** Unternehmen eine zu große Werbefläche; verschlechtert somit die Wahrnehmung der ortsansässigen Unternehmen

SKIZZEN



Abstandshalter 5-10 cm zum Mast



Mehrfache Beschilderung

SATZUNG

- Fremdwerbung ist grundsätzlich nicht auf privat- oder gewerblich genutzten Grundstücken bzw. Gebäuden erlaubt
- Fremdwerbung darf lediglich an dafür vorgesehenen Mehrfachschildern angebracht werden, sofern diese durch die Gemeindeverwaltung bereitgestellt werden und diese sich einem gemeinsamen Design unterwerfen
- Aufstellort muss mit der Gemeindeverwaltung abgestimmt werden

KERNBEREICH

- Fremdwerbung ist im Kernbereich **NICHT** zulässig; dies führt zu Überfrachtung und stört das Erscheinungsbild der historisch geprägte Ortsmitte

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG

DIGITALE WERBETAFELN

ANALYSE

Da digitale Werbetafeln i.d. Regel Wechselwerbung in schneller Reihenfolge zeigen, handelt es sich um Fremdwerbung, welche allgemein im Ortskern untersagt ist. Digitale Werbetafeln arbeiten mit lichtintensiven Anzeigen, damit sie auch bei Tageslicht ihre Wirkung in den öffentlichen Raum strahlen. Somit überstrahlen sie i.d. Regel „sanfte Werbung und überblenden die kleinteilige Fassadengliederung im Ortszentrum von Wallerfangen.

SATZUNG

- Digitale Werbetafeln sind nur als Seitenelemente von überdachten Bushaltestellen zulässig (1-Seitig)
- LED Beleuchtungen sind nur mit Weißlicht zulässig; keine Farben
- Blinkschriften oder durchlaufende Werbebotschaften auf entsprechenden Werbetafeln sind nicht zulässig; sind störend für das historische Ortsbild

WERBEANLAGEN- UND WARENAUTOMATENSATZUNG

WARENAUTOMATEN

ANALYSE

Warenautomaten sind bisher in Wallerfangen eher weniger anzutreffen. Die bereits vorhandenen Kaugummi- bzw. Zigarettenautomaten sind bereits in die Jahre gekommen und nicht mehr zeitgemäß. In Zukunft werden auch im Ort mehr und mehr moderne Warenautomaten aufgestellt werden. Diese sind meist gefüllt mit regionalen Produkten von ortsansässigen Bauernhöfen und Unternehmen. Solche Warenautomaten werden in der Regel direkt an einem Gebäude aufgebaut oder aber in extra dafür überdachten „Häuschen“ aufgestellt.

GESTALTUNGSBEISPIELE



BEGRÜNDUNG

Warenautomaten erscheinen unter Abwägung mit den ortsgestalterischen Belangen nur dort sinnvoll, wo die Nahversorgung im kleinteiligen Einzelhandel nicht mehr gewährleistet ist. Dies ist meist in ländlichen Ortsteilen der Fall, wo Bäcker, Metzger und Gemüsehändler durch die Konkurrenz der Märkte in den Ortszentren oder auf der grünen Wiese verdrängt worden sind. Warenautomaten sind meist schrankgroße Bauteile, die eine erhebliche Wirkung im Straßenraum erzielen können, insbesondere dann, wenn 2 und mehr Automaten nebeneinander oder in Häufung im Straßenraum aufgestellt werden. Warenautomaten sollen in Ortszentren, wo eine Nahversorgung durch Einzelhandel und Märkte gegeben ist, nur in begründeten Ausnahmefällen und in Abstimmung mit der Bauverwaltung der Gemeinde aufgestellt werden, weil ihre Raumwirkung im Straßenbild i.d. Regel als negativ zu bewerten ist. Bauliche Anlagen zur Unterbringung von einzelnen oder mehreren Warenautomaten, sofern sie nicht durch die Bauordnung reguliert sind, sind grundsätzlich nicht zulässig. In begründeten Einzelfällen kann die örtliche Bauverwaltung unter Vorgabe von Gestaltungsrichtlinien eine Ausnahmegenehmigung erteilen. Auch Kleinstautomaten für Tabakwaren, Kaugummis etc. sollen zukünftig nur an der Fassade angebracht werden.

SATZUNG

- Das Aufstellen / Anbringen von Warenautomaten ist im Geltungsbereich der Satzung nur in enger Abstimmung mit der Bauverwaltung der Gemeinde und nach Genehmigung durch die gemeindlichen Gremien zulässig
- Bauliche Anlagen zur Einhausung von einem oder mehreren Warenautomaten, sofern sie durch die Bauordnung nicht reguliert werden, sind grundsätzlich nicht zulässig. Auch hier kann in begründeten Einzelfällen durch die örtliche Bauverwaltung unter Vorgabe von Gestaltungsrichtlinien und Vorgaben zum Aufstellort eine Ausnahmegenehmigung erteilt werden
- Sofern eine begründete Ausnahme für das Aufstellen / Anbringen von Warenautomaten erteilt wurde, gelten folgende Regelungen zusätzlich:
- Das Aufstellen ist zulässig unmittelbar an Gebäuden an leeren Fassadenflächen im Erd- oder Sockelgeschoss. Die Bedien- und Hauptansichtsfläche des Warenautomaten ist parallel zur Hauptfläche der Fassade auszurichten. Die Höhe und Breite des Warenautomaten darf die Dimension der Laden- oder Hauseingangstüre nicht überschreiten
- Vor Schaufenstern, Türen und sonstigen, die Fassade gliedernden Elementen wie Lisenen, Gewänden, Klappläden etc. ist das Aufstellen nicht zulässig. Der allseitige Abstand zu vorgenannten Bauteilen und Elementen muss mindestens 1/4 der Breite der Bedien- und Hauptansichtsfläche des Warenautomaten betragen
- Das Aufstellen von mehreren Warenautomaten pro Grundstücksfläche ist nicht zulässig. Im Einzelfall kann die Gemeindeverwaltung das Aufstellen von Warenautomaten untersagen, wenn es zu Häufungen kommt

5.3 BEARBEITUNG

HERAUSGEBER

Gemeinde Wallerfangen
Fabrikplatz
66798 Wallerfangen
+49 6831 / 6809-0
info@wallerfangen.de
www.wallerfangen.de



VERFASSER

HDK Dutt & Kist GmbH
Landschaftsarchitekten und Stadtplaner
Dipl.-Ing. Hanno Dutt, Carolin Gergen
Europapallee 27b
66113 Saarbrücken
+49 681 / 985 729-0
info@hdk-sb.de
www.hdk-sb.de



Hinweis:

Inhalte, Fotos und sonstige Abbildungen sind geistiges Eigentum der Verfasser, oder des Auftraggebers und somit urheberrechtlich geschützt (bei gesondert gekennzeichneten Abbildungen liegen die jeweiligen Bildrechte/Nutzungsrechte beim Auftraggeber oder bei Dritten).

Sämtliche Inhalte dürfen nur mit schriftlicher Zustimmung der Verfasser bzw. des Auftraggebers (auch auszugsweise) vervielfältigt, verbreitet, weitergegeben oder auf sonstige Art und Weise genutzt werden. Sämtliche Nutzungsrechte verbleiben beim Verfasser bzw. beim Auftraggeber.



Damit sich unser Ortskern so entwickelt, wie wir alle uns das vorstellen, sind „Spielregeln“ notwendig. Diese „Spielregeln“ sind in der vorliegenden Werbeanlagen- und Warenautomatensatzung definiert.

Herausgeber/Impressum: Gemeinde Wallerfangen · Fabrikplatz 1 · 66798 Wallerfangen

Inhaltliche Bearbeitung: HDK Dutt & Kist GmbH · Landschaftsarchitekten und Stadtplaner · Dipl.-Ing. Hanno Dutt,
Tel. 06 81 - 985 729-0 · Europapallee 27b · 66113 Saarbrücken · www.hdk-sb.de · info@hdk-sb.de