



Geschäftsstelle
Ludwigstraße 23 Rgb.
80539 München

Telefon 089 286629-0
Telefax 089 286629-28
info@heimat-bayern.de

15.05.2020

Stadt Landshut
Referat 5
Herrn Baudirektor Johannes Doll

Luitpoldstraße 29
84034 Landshut

Stellungnahme

zum Entwurf einer Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung und Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen in der Stadt Landshut, (Werbeanlagensatzung – WaS)

Sehr geehrter Herr Baudirektor Doll,

da der Bayerische Landesverein für Heimatpflege e.V. den Einsatz für einen sorgfältigen und schonenden Umgang mit der Baukultur seit seiner Gründung 1902 zu seinen Aufgaben zählt, bezieht er gerne Stellung zum Entwurf einer Werbeanlagensatzung für die Stadt Landshut.

Ausgangssituation

Historische Altstädte bzw. Marktorde sind von jeher durch die Nutzungsmischung aus Handel, Handwerk und Wohnen gekennzeichnet. Ausleger oder Nasenschilder als traditionelle Form der Werbung prägen das althergebrachte Stadtbild. In der Stadtentwicklung gab es nie einen Stillstand.

Außenwerbung – auch in einer zeitgemäßen Ausprägung – ist auch heute als prägendes Merkmal aus dem Stadtbild nicht wegzudenken.

Neue Werbeanlagen müssen sich in das bestehende Ort-, Straßen- und Stadtbild einfügen und es respektieren. Heutzutage ist die Tendenz festzustellen, dass sich neue Werbeanlagen aufgrund ihrer individuellen Prägnanz und Gestaltung sehr stark in den Vordergrund stellen und vorhandene historische Strukturen überlagern und verunstaltend stören. Das Ziel einer Einfügung in den örtlichen Kontext geht verloren.

Mit dem Instrument einer Werbeanlagensatzung hat die Stadt ein wirksames Planungsinstrument zur Hand, um die historischen, architektonischen und städtebaulichen Besonderheiten des Stadtbildes langfristig und nachhaltig zu bewahren, zu sichern und zeitgemäß weiterzuentwickeln.

Entwurf

Der vorliegende Entwurf einer Werbeanlagensatzung ist aus der Sicht des Landesvereins umfassend und sehr präzise formuliert.

Zu dem in seiner Gesamtheit sehr überzeugenden Entwurf möchte der Landesverein folgende Anregungen äußern:

Präambel

Ende zweiter Absatz: „... Erwünscht sind deshalb: ...“

Der unbestimmte Terminus „erwünscht“ sollte hinsichtlich seiner rechtlichen Wirksamkeit überprüft werden.

§ 2, Allgemeine Gestaltungsgrundsätze

Es sollte noch ein Zusatz für Sondergebäude ergänzt werden:

Bei Sondergebäuden, wie z.B. Häusern mit einer bestimmten Höhe (Hochhäuser) sollten überdimensionierte Werbeanlagen mit einer weithin sichtbaren übergeordneten Auswirkung auf die Stadtsilhouette nicht gestattet werden.

§ 3, Abs. 1, Punkt 1

Es fehlt noch ein Hinweis auf die Fernwirkung von ausnahmsweise zulässiger Dachwerbung. ... „... solange sie nicht verunstaltend wirkt und in ihrer Fernwirkung die Stadtsilhouette oder prägende landschaftliche oder bauliche Merkmale nicht stört.

§ 3, Abs. 1, Punkt 2

Aus der Beschränkung der Werbeanlagen in Gewerbegebieten auf 2/3 der Gesamtfassadenlänge bzw. auf 1/3 der Fassadenhöhe lässt sich kein Gestaltungsprinzip zur Verbesserung des Erscheinungsbilds eines gewerblichen Gebäudes ableiten.

Die Festsetzung sollte dahingehend abgeändert werden, dass „die Anbringung von Werbeanlagen über die jeweilige gesamte Fassade nicht zulässig ist. Werbeanlagen müssen vielmehr gliedernd angeordnet werden und sich an die bauliche Struktur anpassen.“

§ 3, Abs. 1, Punkt 3

Die Beschränkung der Höhe von Werbepylonen auf 7 m ist schlüssig, da Gewerbehallen in der Regel eine Wandhöhe um 7 m oder höher aufweisen und die Oberkante des Pylons damit unter der Traufkante des Gewerbebauwerks liegen würde. Durch die Höhenbeschränkung auf 7 m kann eine mögliche störende Fernwirkung eines Pylons auf das Stadtbild oder die Stadtsilhouette verhindert werden.

§ 4, Abs. 1, Punkt 3, bzw. § 6, Abs. 9

Neue technische Innovationen im Bereich der Beleuchtung und Präsentation, wie die LED-Technik in Verbindung mit Bildschirmen und wechselnden Bildabfolgen müssen in der Satzung Berücksichtigung finden. Diese neuen Medien können sich entweder in zurückhaltender Anmutung, aber auch in sehr unruhiger aufdrängender Außenwirkung präsentieren.

Das Stadt- bzw. Ortsbild in Altstädten ist durch die Nutzungen des Einzelhandels und des Handwerks, aber auch durch das Wohnen in den Obergeschoßen der Bürgerhäuser gekennzeichnet.

Die Nutzung Wohnen ist ein wichtiger Bestandteil einer jeden Altstadt. Deshalb gilt es, eine hohe Wohnqualität zu sichern bzw. zu schaffen.

Aus den unterschiedlichen Nutzungen und Lebensweisen lässt sich ableiten, dass das Stadt- bzw. Ortsbild auch durch unterschiedliche Nutzungszeiträume geprägt ist:

- Nutzungszeitraum Tag
- Nutzungszeitraum Nacht

Der „Nutzungszeitraum Nacht“ ist allgemein dem Wohnen zuzuordnen.
Deshalb ist für das Stadt- bzw. Ortsbild des „Nutzungszeitraums Nacht“ ein möglichst ruhiger Charakter anzustreben.
Demgemäß sollte festgesetzt werden, dass mögliche Werbeanlagen auf Basis von LED-Technik bzw. Wechselbildschirmen in den abendlichen, nächtlichen und morgendlichen Zeiträumen abgeschaltet sein müssen.

Der Bayerische Landesverein für Heimatpflege e.V. schlägt vor:

Der vorliegende Entwurf einer Satzung über die Errichtung, Aufstellung, Anbringung und Änderung und den Betrieb von Werbeanlagen in der Stadt Landshut, (Werbeanlagensatzung – WaS) sollte unter Berücksichtigung der Anregungen des Bayerischen Landesvereins für Heimatpflege e.V. umgesetzt werden.

Mit freundlichen Grüßen

Vinzenz Duffer

Dr.-Ing. Vinzenz Duffer
Architekt, Stadtplaner

Fachbereich Baukultur