

Vorlage

Fachbereich 3

050/2020

Geschäftszeichen: FB3_Ra/Bi
05.03.2020

Ältestenrat	20.04.2020	nicht öffentlich	Kenntnisnahme
Gemeinderat	13.05.2020	öffentlich	Beschluss

Thema

Bebauungsplan "Denkendorfer-/ Esslinger Straße", Gemarkung Nellingen

- Ergebnisse und Behandlung der Bedenken und Anregungen aus der öffentlichen Auslegung gemäß § 3 Abs. 2 BauGB und der Benachrichtigung der Behörden und sonstige Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 2 BauGB
- Überarbeitung der Planinhalte
- Satzungsbeschluss gemäß § 10 BauGB

Beschlussantrag

- I. Die eingegangenen Stellungnahmen der Behörden und sonstigen Trägern öffentlicher Belange werden zur Kenntnis genommen.

Die vorgebrachten Bedenken und Anregungen werden, entsprechend den von der Verwaltung unter Ziffer 3 der Erläuterungen dieser Vorlage im Einzelnen formulierten Stellungnahmen, in die Abwägung miteinbezogen.

- II. Der Überarbeitung der Planinhalte, entsprechend der Darstellung unter Ziffer 4 der Erläuterungen zu dieser Vorlage, wird zugestimmt.
- III. Für den Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“, Gemarkung Nellingen wird, aufgrund von § 10 des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 03.11.2017 (BGBl. I S. 3634), zuletzt geändert durch Gesetz vom 20.07.2017 (BGBl. I S.2808) m. W. v. 29.07.2017 i. V. m. § 4 der Gemeindeordnung Baden-Württemberg in der Fassung vom 24.07.2000 (GBl. S. 581, ber. S. 698), letztmals geändert durch Artikel 17 des Gesetzes vom 11. Februar 2020 (GBl. S. 37, 40) folgende

SATZUNG

beschlossen.

§ 1

Der Bebauungsplan " Denkendorfer-/ Esslinger Straße ", Gemarkung Nellingen wird entsprechend dem Lageplan vom 13.11.2019/05.03.2020 mit Textteil vom 13.11.2019/05.03.2020 des Fachbereiches 3/ Planung der Stadt Ostfildern festgesetzt. Dieser ist Bestandteil der Satzung. Die örtlichen Bauvorschriften zum Bebauungsplan „Denkendorfer- / Esslinger Straße“ vom 13.11.2019/05.03.2020 werden festgesetzt.

§ 2

Der Geltungsbereich des Bebauungsplanes ergibt sich aus dem vom Fachbereich 3/ Planung der Stadt Ostfildern am 13.11.2019/05.03.2020 gefertigten Lageplan.

§ 3

Als planungs-und bauordnungsrechtliche Bestimmungen des Bebauungsplanes gelten die in dem vom Fachbereich 3/ Planung der Stadt Ostfildern am 13.11.2019/05.03.2020 gefertigten Plan getroffenen textlichen und zeichnerischen Festsetzungen.

§ 4

Die vom Gemeinderat beschlossene Begründung vom 13.11.2019/05.03.2020 zum Bebauungsplan gem. § 9 Abs. 8 BauGB und die Begründung der Satzung über örtliche Bauvorschriften liegen als Anlage bei.

§ 5

Der Bebauungsplan und die Satzung über örtliche Bauvorschriften treten gemäß § 10 Abs. 3 BauGB an dem Tage in Kraft, an dem der Beschluss und die Bereitstellung zur Einsichtnahme ortsüblich bekannt gemacht werden.

- V. Die dem Bebauungsplan " Denkendorfer-/ Esslinger Straße, Gemarkung Nellingen gemäß § 9 Abs. 8 BauGB beigefügte Begründung für den Geltungsbereich des Bebauungsplans des Fachbereiches 3/ Planung der Stadt Ostfildern vom 13.11.2019/05.03.2020 und die Begründung der Satzung über örtliche Bauvorschriften vom 13.11.2019/05.03.2020 werden wird beschlossen.
- VI. Gemäß § 10 Abs. 2 i.V. mit § 8 Abs. 2 Satz 1 BauGB ist für den aus dem Flächennutzungsplan entwickelten Bebauungsplan „Denkendorfer- / Esslinger Straße" kein Anzeigeverfahren oder Genehmigungsverfahren notwendig. Es erfolgt lediglich eine Anzeige als Satzung nach § 4 Abs. 3 GemO.
- VII. Die Verwaltung wird beauftragt, den Bebauungsplan und die Satzung über örtliche Bauvorschriften durch ortsübliche Bekanntmachung gemäß § 10 Abs. 3 BauGB zur Rechtskraft zu bringen.



Bolay
Oberbürgermeister

gez. Bader
Bürgermeisterin

gez. Jansen
Fachbereich 3

Erläuterungen

1. Bisheriger Verfahrensablauf und Sicherung der Bauleitplanung

Der Gemeinderat der Stadt Ostfildern hat in öffentlicher Sitzung am 11.10.2017 den Aufstellungsbeschluss gemäß § 2 Abs. 1 BauGB für den Bebauungsplan „Denkendorfer Straße“ mit örtlichen Bauvorschriften gefasst. Der Aufstellungsbeschluss wurde in der Stadtrundschau Ostfildern am 19.10.2017 ortsüblich bekannt gemacht.

Am 18.04.2018 wurde der Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan „Denkendorfer- / Esslinger Straße“ mit erweitertem Geltungsbereich vom Gemeinderat beschlossen und am 26.04.2018 öffentlich bekannt gemacht.

In seiner Sitzung am 11.12.2019 hat der Gemeinderat beschlossen, den Bebauungsplan im vereinfachten Verfahren nach § 13 BauGB durchzuführen. Gleichzeitig wurde die öffentliche Auslegung nach § 3 Abs. 2 BauGB und die Beteiligung der Träger öffentlicher Belange nach § 4 Abs. 2 BauGB wurde ebenfalls beschlossen.

Der Entwurf des Bebauungsplans mit Begründung und der Satzungsentwurf über örtliche Bauvorschriften mit Begründung wurden vom 07.01.2020 bis einschließlich 07.02.2020 beim Fachbereich 3 / Planung der Stadt Ostfildern öffentlich ausgelegt.

Die Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange wurden mit Schreiben vom 19.12.2019 bzw. E-Mail vom 02.01.2020 über die öffentliche Auslegung benachrichtigt und gemäß § 4 Abs. 2 BauGB an der Planung beteiligt. Sie wurden um Stellungnahme innerhalb eines Monats gebeten.

Als abschließende Verfahrensschritte für den Bebauungsplan „Denkendorfer- / Esslinger Straße“ und die Satzung über örtliche Bauvorschriften stehen nun an:

- Die Behandlung der Bedenken und Anregungen aus der öffentlichen Auslegung mit Benachrichtigung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange nach § 3 Abs. 2 BauGB und der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange nach § 4 Abs. 2 BauGB
- Der Satzungsbeschluss gemäß § 10 BauGB und § 74 LBO.
- Die ortsübliche Bekanntmachung des Bebauungsplanes und der Satzung über örtliche Bauvorschriften zur Herbeiführung der Rechtskraft nach § 10 Abs. 3 BauGB.

Zur Sicherung der Bauleitplanung wurde - parallel zu dem vom Gemeinderat am 11.10.2017 gefassten Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan mit örtlichen Bauvorschriften – am 11.10.2017 eine Veränderungssperre nach §§ 14 ff BauGB beschlossen.

Anlass für diesen Schritt war der Eingang eines Bauantrags für die Errichtung einer einseitig mit wechselnder Produktwerbung beklebten und beleuchteten Plakatwerbetafel, geplante Größe 3,8 m x 2,6 m, als Wandanlage, auf dem Grundstück Denkendorfer Str. 15.

Am 02.03.2018 wurde ein weiterer, ähnlich lautender Bauantrag für die Errichtung einer beleuchteten Plakatwerbetafel auf dem Grundstück Denkendorfer Straße 5 eingereicht. Das Grundstück lag außerhalb des Geltungsbereichs der bereits beschlossenen Veränderungssperre. Daher wurde mit Gemeinderatsbeschluss vom 18.04.2018 eine Ausweitung sowohl des Geltungsbereichs des Bebauungsplans, als auch der Veränderungssperre beschlossen.

Auf den Geltungszeitraum war die Laufzeit der zuvor beschlossenen Veränderungssperre anzurechnen. Da diese im Oktober 2019 ausgelaufen wäre, wurde am 09.10.2019 der Beschluss für deren Verlängerung um ein weiteres Jahr gefasst. Es wird davon ausgegangen, dass das Bebauungsplanverfahren mit örtlichen Bauvorschriften innerhalb dieses Zeitraums zum Abschluss gebracht werden kann.

2. Hinweise zum Bebauungsplanverfahren

Da durch die Festsetzungen dieses Bebauungsplans die Grundzüge der Planung nicht berührt sind und der sich aus der vorhandenen Eigenart der näheren Umgebung ergebende Zulässigkeitsmaßstab des bislang geltenden Regelwerks nicht wesentlich verändert wird, kann für diesen Bebauungsplan das vereinfachte Verfahren gem. § 13 BauGB angewendet werden. Die in § 13 Abs. 1, Nr. 1 und 2 hierfür genannten Voraussetzungen sind gegeben.

Es gelten die Vorschriften nach § 13 Abs. 2 und 3: somit kann von der frühzeitigen Unterrichtung und Erörterung nach § 3 Abs. 1 und § 4 Abs. 1 BauGB abgesehen werden; eine Umweltprüfung nach § 2 Abs. 4 BauGB ist nicht erforderlich und von der Erstellung eines Umweltberichts zum Bebauungsplan nach § 2a BauGB sowie von der zusammenfassenden Erklärung nach § 10 Abs. 4 BauGB kann ebenfalls abgesehen werden.

3. Ergebnisse und Behandlung der Anregungen und Bedenken aus der öffentlichen Auslegung gemäß § 3 Abs. 2 BauGB und der Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 2 BauGB

I. Stellungnahmen von Bürgern

Während der öffentlichen Auslegung vom 07.01.2020 bis einschließlich 07.02.2020 ging lediglich eine einzige schriftliche Stellungnahme mit Anregungen oder Bedenken von Bürgern zu den Planinhalten des Bebauungsplans ein. Diese Stellungnahme hat folgenden Wortlaut:

Schreiben vom 27.01.2020:

Hiermit erhebe ich Einspruch gegen Ihre geplante Änderung der Bebauungspläne Denkendorfer Str. 16 - 18 (Nutzungsordnung) meines Firmengeländes.

Ich habe die Firma, die es seit 80 Jahren gibt, von meinem Vater übernommen, schwierige Prüfungen abgelegt und mich in diesem Metier, auch in schwierigen Zeiten durchgekämpft. Mein Handwerk gibt es in Deutschland nur 2 mal und im Gegensatz zu anderen Städten, die Ihre Handwerksbetriebe unterstützen, fühle ich mich von der Stadt Ostfildern alleine gelassen.

Ich verarbeite nur Naturprodukte und verwende keine laute Maschinen, da ich die Rahmen in Handarbeit herstelle. Um meinen Geschäftspartnern entgegenzukommen, habe ich Ihnen erlaubt, bei mir auf dem Firmengelände Werbeplakate aufzustellen. Ein Anruf hätte genügt (Bürgernähe) und ich hätte diese Plakate sofort entfernt, was ja nun auch passiert ist.

Da durch die vor meiner Firma bestehende Bushaltestelle immer viel Müll in meinem Garten anzutreffen ist, hätte ich es viel schöner empfunden, wenn die Stadt auch mir einmal mit der Reinigung entgegen gekommen wäre, anstatt nur Auflagen zu machen.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Der darin enthaltene Einspruch gegen den Bebauungsplan wird mit folgender Begründung zurückgewiesen:

1. Die gewerbliche Nutzung an dem genannten Standort genießt Bestandsschutz und ist damit aktuell in Ihrer Existenz nicht gefährdet.
2. Den Ausführungen des Einwenders (= Firmeninhaber) folgend ist das dort betriebene Gewerbe als „nicht störender Handwerksbetrieb“ einzustufen und wäre damit auch in einem allgemeinen Wohngebiet gem. § 4 (2) Nr. 2 BauNVO zulässig.
3. Der Stadt Ostfildern ist bekannt, dass der Einwender, der auch Eigentümer der genannten Grundstücke ist, seit dem Jahr 2016 deren Veräußerung mit dem Ziel der Errichtung von Wohngebäuden betreibt - eine entsprechende Bauanfrage befindet sich derzeit in der Abstimmung mit den gemeinderätlichen Gremien.

Ergänzende Erläuterungen: Laut Textteil des Bebauungsplans sind lediglich die nach § 4 (2) Nr. 3 BauNVO zulässigen Anlagen (Anlagen für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke) im Geltungsbereich des Bebauungsplans nicht zulässig sowie einige der nach § 4 (3) BauNVO ausnahmsweise zulässigen Anlagen nicht Bestandteil des Bebauungsplans. Damit sind sonstige nicht störende Gewerbebetriebe in den Allgemeinen Wohngebieten zukünftig ausgeschlossen.

Diese Nutzungsart umfasst u. a. auch Werbeanlagen als eigenständige Hauptnutzung, die nicht an der Stätte der Leistung errichtet sind. Es wird positiv zur Kenntnis genommen, dass der Einwender die an seiner Grundstückseinfriedigung angebrachten Werbeanlagen dieses Typs ohne entsprechende Aufforderung der Stadt bereits im Vorgriff auf die Rechtskraft des Bebauungsplans entfernen lassen hat.

Fragen der Müllbeseitigung sind nicht Gegenstand des Bebauungsplanverfahrens.

I. Stellungnahmen der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange

Die von der Planung berührten Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange wurden unter Überlassung der Planunterlagen mit Schreiben des Fachbereiches 3 / Baurecht vom 19.12.2019 bzw. E-Mail vom 02.01.2020 gemäß § 4 Abs. 2 BauGB an der Planung beteiligt.

Sie wurden gebeten, ihre Stellungnahme innerhalb eines Monats abzugeben.

A. Von folgenden Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange ging keine Stellungnahme ein:

- Ministerium für Verkehr und Infrastruktur
- Landesnaturschutzverband BW (LNV BW)
- Verkehrs- und Tarifverbund Stuttgart (VVS)
- Stuttgarter Straßenbahnen AG (SSB)
- GR Omnibus GmbH (Buslinie, GR Filderexpress)
- Deutsche Telekom AG
- Industrie- und Handelskammer Stuttgart

B. Folgende Behörden und sonstige Träger öffentlicher Belange haben der Bebauungsplanung in ihrer Stellungnahme ohne Anregungen und Bedenken zugestimmt:

- SWE - Stadtwerke Esslingen a.N. GmbH + Co. KG
- Netze BW GmbH

C. Weiter gingen von den Behörden und sonstigen Trägern öffentlicher Belange folgende Stellungnahmen ein:

Regierungspräsidium Stuttgart, Abteilung Wirtschaft und Infrastruktur
mit Schreiben vom 27.01.2020, AZ: 21-2434.2/ES Ostfildern

Es handelt sich nach dem von Ihnen vorgelegten Formblatt um einen entwickelten Bebauungsplan. Nach dem Erlass des Regierungspräsidiums vom 10.02.2017 erhalten Sie keine Gesamtstellungnahme des Regierungspräsidiums. Die von Ihnen benannten Fachabteilungen nehmen - bei Bedarf - jeweils direkt Stellung.

Aus raumordnerischer Sicht werden keine Bedenken geäußert.

Wir bitten künftig – soweit nicht bereits geschehen – um Beachtung des Erlasses zur Koordination in Bauleitplanverfahren vom **10.02.2017** mit **jeweils aktuellem Formblatt** (abrufbar unter <https://rp.baden-wuerttemberg.de/Themen/Bauen/Bauleitplanung/Seiten/default.aspx>).

Zur Aufnahme in das Raumordnungskataster wird gemäß § 26 Abs. 3 LplG gebeten, dem Regierungspräsidium nach Inkrafttreten des Planes eine Mehrfertigung davon - zusätzlich in digitalisierter Form - im Originalmaßstab zugehen zu lassen.

Stellungnahme der Verwaltung:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass aus raumordnerischer Sicht keine Bedenken gegen den Bebauungsplan geäußert werden.

Das in dem Schreiben genannte Formblatt wurde beachtet. Die gewünschte Mehrfertigung des Bebauungsplans wird dem Regierungspräsidium Stuttgart nach dessen Rechtskraft standardmäßig übersandt.

Regierungspräsidium Stuttgart, Abteilung Straßenwesen und Verkehr
mit Schreiben vom 16.01.2020, AZ: 46.2-2511.2-ES/Ostfildern 09/1

Als untere Luftfahrtbehörde des Landes bedanken wir uns für die Beteiligung im o. a. BP-Verfahren. Aus luftrechtlicher Sicht können wir Ihnen mitteilen:

1. Das geplante Gebiet liegt im Bauschutzbereich des Verkehrsflughafens Stuttgart.
2. Das geplante Gebiet liegt im Anlagenschutzbereich des Verkehrsflughafens Stuttgart.
3. Das geplante Gebiet liegt außerhalb der Tagschutzzone des Lärmschutzbereichs des Verkehrsflughafens Stuttgart.
4. Das geplante Gebiet liegt im südlichen Verlauf ab der Kreuzung Denkendorfer Straße / Eugen-Schumacher-Straße / Schwarze-Breite-Straße in der Nachtschutzzone des Lärmschutzbereichs des Verkehrsflughafens Stuttgart.

Wir bitten hierfür die Inhalte des Fluglärm-Gesetzes zu berücksichtigen.

Gegen die Planungen werden aus luftrechtlicher Sicht grundsätzlich keine Einwendungen erhoben. Es wird jedoch gebeten, folgende luftrechtliche Auflage in den Textteil aufzunehmen:

„**Baugeräte** (wie z.B. Bau- und Autokräne, Bohrgeräte, Betonpumpen usw.), die bei der Baudurchführung zum Einsatz kommen, bedürfen einer luftrechtlichen Genehmigung gemäß § 15 Abs. 2 LuftVG und sind dem Regierungspräsidium Stuttgart **mindestens 4 Wochen vor dem beabsichtigten Einsatz** zur Genehmigung vorzulegen. Dem Antrag ist ein Lageplanausschnitt mit Einzeichnung der Standorte der Baugeräte beizufügen. Des Weiteren sind Angaben über Geländehöhe am Standort der Baugeräte in m ü. NN und die höchste Höhe der Baugeräte in m ü. Grund und in m ü. NN sowie der Zeitpunkt der Aufstellung und des Abbaus der Baugeräte mitzuteilen.“

Wir bitten bei allen Baugenehmigungsverfahren um Beteiligung, da die Bereiche des Bauschutzbereichs, Anlagenschutzbereichs und die Nachtschutzzone des Lärmschutzbereichs des Verkehrsflughafens Stuttgart betroffen sind.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Die darin enthaltenen Hinweise und die luftrechtliche Auflage wurden in den Textteil des Bebauungsplans übernommen.

Es wird zur Kenntnis genommen, dass aus luftrechtlicher Sicht keine Einwendungen gegen den Bebauungsplan erhoben werden.

Ergänzend wird seitens des Planungsträgers festgestellt, dass die Ziffern 5 und 6 des § 5 (3) des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm für den Geltungsbereich des Bebauungsplans zutreffen:

Demnach sind Wohnungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nach § 34 BauGB sowie Wohnungen im Geltungsbereich eines nach der Festsetzung des Lärmschutzbereichs bekanntgemachten Bebauungsplans, wenn dieser der Erhaltung, der Erneuerung, der Anpassung oder dem Umbau von vorhandenen Ortsteilen mit Wohnbebauung dient, von den Bauverboten nach FlugLärmG nicht erfasst. Der Bebauungsplan setzt für ein Bestandsgebiet zwar die Art der Nutzung als allgemeines Wohngebiet neu

fest, das zulässige Maß der Nutzung bleibt jedoch unverändert und bestimmt sich weiterhin nach den Anforderungen des § 34 BauGB und neue Gebietsteile kommen nicht hinzu.

Die Beteiligung im Baugenehmigungsverfahren obliegt dem Bereich Baurecht im Rahmen der standardmäßig einzuhaltenden rechtlichen Erfordernisse.

Regierungspräsidium Freiburg, Landesamt für Geologie, Rohstoffe und Bergbau
mit Schreiben vom 05.02.2020, AZ: 2511 // 20-00011

Im Rahmen seiner fachlichen Zuständigkeit für geowissenschaftliche und bergbehördliche Belange äußert sich das Landesamt für Geologie, Rohstoffe und Bergbau auf der Grundlage der ihm vorliegenden Unterlagen und seiner regionalen Kenntnisse zum Planungsvorhaben.

1. **Rechtliche Vorgaben aufgrund fachgesetzlicher Regelungen, die im Regelfall nicht überwunden werden können:** Keine.
2. **Beabsichtigte eigene Planungen und Maßnahmen, die den Plan berühren können, mit Angabe des Sachstandes:** Keine.
3. **Hinweise, Anregungen oder Bedenken:**

Geotechnik: Das LGRB weist darauf hin, dass im Anhörungsverfahren des LGRB als Träger öffentlicher Belange keine fachtechnische Prüfung vorgelegter Gutachten oder von Auszügen daraus erfolgt. Sofern für das Plangebiet ein ingenieurgeologisches Übersichtsgutachten, Baugrundgutachten oder geotechnischer Bericht vorliegt, liegen die darin getroffenen Aussagen im Verantwortungsbereich des gutachtenden Ingenieurbüros. Andernfalls empfiehlt das LGRB die Übernahme der folgenden geotechnischen Hinweise in den Bebauungsplan:

Nach dem geologischen Basisdatensatz des LGRB bilden im Plangebiet holozäne Abschwemmmassen sowie pleistozäner Löss bzw. Lösslehm den oberflächennahen Baugrund.

Mit Auffüllungen vorangegangener Nutzungen, die ggf. nicht zur Lastabtragung geeignet sind, sowie einem oberflächennahen saisonalen Schwinden (bei Austrocknung) und Quellen (bei Wiederbefeuchtung) des tonigen/tonig-schluffigen Verwitterungsbodens ist zu rechnen.

Mit Ölschiefergesteinen ist zu rechnen. Auf die bekannte Gefahr möglicher Baugrundhebungen nach Austrocknung bzw. Überbauen von Ölschiefergesteinen durch Sulfatneubildung aus Pyrit wird hingewiesen. Die Ölschiefer können betonangreifendes, sulfathaltiges Grund- bzw. Schichtwasser führen. Eine ingenieurgeologische Beratung durch ein in der Ölschieferthematik erfahrenes privates Ingenieurbüro wird empfohlen. Darüber hinaus werden auch bei etwaigen geotechnischen Fragen im Zuge der weiteren Planungen oder von Bauarbeiten (z. B. zum genauen Baugrundaufbau, zu Bodenkennwerten, zur Wahl und Tragfähigkeit des Gründungshorizontes, zum Grundwasser, zur Baugrubensicherung) objektbezogene Baugrunduntersuchungen gemäß DIN EN 1997-2 bzw. DIN 4020 durch ein privates Ingenieurbüro empfohlen.

Boden: Zur Planung sind aus bodenkundlicher Sicht keine Hinweise, Anregungen oder Bedenken vorzutragen.

Mineralische Rohstoffe: Zum Planungsvorhaben sind aus rohstoffgeologischer Sicht keine Hinweise, Anregungen oder Bedenken vorzubringen.

Grundwasser: Das Plangebiet liegt außerhalb eines bestehenden oder geplanten Wasserschutzgebietes. Aus hydrogeologischer Sicht sind keine weiteren Hinweise, Anregungen oder Bedenken vorzutragen.

Bergbau: Die Planung liegt nicht in einem aktuellen Bergbaugebiet.

Nach den beim Landesamt für Geologie, Rohstoffe und Bergbau vorliegenden Unterlagen ist das Plangebiet nicht von Altbergbau oder Althohlräumen betroffen.

Geotopschutz: Im Bereich der Planfläche sind Belange des geowissenschaftlichen Naturschutzes nicht tangiert.

Allgemeine Hinweise: Die lokalen geologischen Untergrundverhältnisse können dem bestehenden

Geologischen Kartenwerk, eine Übersicht über die am LGRB vorhandenen Bohrdaten der Homepage des LGRB (<http://www.lgrb-bw.de>) entnommen werden. Des Weiteren verweisen wir auf unser Geotop-Kataster, welches im Internet unter der Adresse <http://lgrb-bw.de/geotourismus/geotope> (Anwendung LGRB-Mapserver Geotop- Kataster) abgerufen werden kann.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Inhalte des Schreibens werden zur Kenntnis genommen. Die darin enthaltenen Hinweise wurden - soweit erforderlich - in die Hinweise des Textteils des Bebauungsplans übernommen.

Verband Region Stuttgart – VRS

mit Schreiben vom 03.02.2020, ohne AZ

Vielen Dank für die Beteiligung am oben genannten Verfahren, zu dem folgende Stellungnahme abgegeben wird: Der Planung stehen regionalplanerische Ziele nicht entgegen.

Wir bitten Sie, uns nach Inkrafttreten des Bebauungsplanes ein Exemplar der Planunterlagen, möglichst in digitaler Form (an: planung@region-stuttgart.org), zu überlassen.

Stellungnahme der Verwaltung:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass der Planung regionalplanerische Ziele nicht entgegenstehen. Eine Mehrfertigung des Bebauungsplans wird dem Verband Region Stuttgart nach dessen Rechtskraft standardmäßig übersandt.

Landkreis / Landratsamt Esslingen

mit Schreiben vom 06.02.2020, AZ: 411-364.32/001612

Bei dem oben genannten Bebauungsplanverfahren handelt es sich um eine Bestandplanung, mit der der Straßenraum beiderseits der Denkendorfer Straße / Esslinger Straße vom südlichen Ortseingang des Stadtteils bis an den zentralen Versorgungsbereich Nellingens einer geordneten städtebaulichen Entwicklung zugeführt werden soll. Hierzu wird der Planbereich als „allgemeines Wohngebiet (WA)“ gemäß § 4 Bau-nutzungsverordnung ausgewiesen.

Es soll das vereinfachte Verfahren gemäß § 13 BauGB durchgeführt werden. Das Landratsamt als untere Verwaltungsbehörde wurde gebeten, eine Stellungnahme im Rahmen der Beteiligung gemäß § 3 Absatz 2 BauGB in Verbindung mit § 4 Absatz 2 BauGB zum Planentwurf abzugeben.

Die Fachämter äußern sich folgendermaßen zum Planentwurf:

I. Amt für Wasserwirtschaft und Bodenschutz (WBA)

Herr Heemeier, Tel. 0711 3902-42480

Das Amt für Wasserwirtschaft und Bodenschutz bringt zu dem Bebauungsplanentwurf keine Anregungen vor.

II. Naturschutz

Frau Trost, Tel. 0711 3902-42791

Zum Bebauungsplanentwurf bestehen keine grundsätzlichen Bedenken.

Es wird empfohlen, den Textteil insofern zu ergänzen, dass beleuchtete Werbeanlagen insektenfreundlich zu gestalten sind. Hierzu sind die Werbeanlagen mit insektensicheren Kästen und unter Verwendung insektenfreundlicher Leuchtmittel zu gestalten.

Zur Minimierung von Beeinträchtigungen des Umfeldes durch Lichtemissionen eignen sich warmweiße

LEDs, wenn möglich, mit UV-absorbierenden Leuchtenabdeckungen. Zusätzlich lassen sich Lichtemissionen durch eine Minimierung der Anzahl und Leistung der Lampen sowie durch kürzere Betriebszeiten weiter reduzieren.

Des Weiteren sollten Werbeanlagen ausschließlich im innerstädtischen Bereich wirken. Es sollten daher keine Werbeträger an Wänden, die zum Außenbereich ausgerichtet sind oder am Ortseingang angebracht werden.

III. Gewerbeaufsicht

Herr Jungreitmeier, Tel. 0711 3902-41411

Standortbedingt wird das Plangebiet vermehrt mit Verkehrslärm durch die Denkendorfer Straße/ Esslinger Straße belastet. Die Lärmkartierung der LUBW weist in den der Straße zugewandten Randbereichen einen LDEN von größer 70 dB(A) (Berechnungszeitraum 24 Stunden) und einen LNIGHT von größer 60 dB(A) aus. Die schalltechnischen Orientierungswerte der DIN 18005 „Schallschutz im Städtebau“ für ein WA sind somit erheblich überschritten. Ferner wird voraussichtlich der gesundheitsgefährdende Bereich, welcher nach Urteilen des Bundesverwaltungsgerichtes bei Pegeln von größer 60 dB(A) in der Nacht und 70 dB(A) am Tag liegt, erreicht. Entsprechend kennzeichnet der Lärmaktionsplan (März 2017) der Stadt Ostfildern den Planbereich als Lärmschwerpunkt (Hot Spot) (siehe Lärmaktionsplan Tab. 3: Beschreibung der Aktionsbereiche zum Straßenverkehrslärm). Es wird daher für geboten erachtet, die Lärmsituation auf der Grundlage aktueller Verkehrsdaten unter Berücksichtigung des Maßnahmenkatalogs des Lärmaktionsplans gegebenenfalls im Rahmen einer schalltechnischen Untersuchung abklären zu lassen. Hierbei ist nachzuweisen, dass auf der gegenüberliegenden Straßenseite eine Schallpegelerhöhung durch Reflexion auszuschließen ist. In der Rechtsprechung wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass selbst eine geringfügige, das heißt eine nicht wahrnehmbare Erhöhung bei einer Vorbelastung im gesundheitsgefährdenden Bereich ohne zusätzliche Schallschutzmaßnahmen unzulässig ist.

Ferner wird dazu angeregt, Lärmpegelbereiche zu ermitteln und diese unter Hinweis auf die gemäß der DIN 4109 „Schallschutz im Hochbau“ erforderlichen Luftschalldämmmaße im Bebauungsplan festzusetzen.

Weitere Anregungen sind nicht vorzubringen.

IV. Gesundheitsamt

Herr Jenk, Tel. 0711 3902-42075

a. Altlasten

Das Gesundheitsamt des Landkreises Esslingen geht davon aus, dass eine Abklärung hinsichtlich bekannter Altlasten oder anderer Bodenbelastungen durch möglicherweise gesundheitsschädliche Substanzen, zum Beispiel in Folge vorausgegangener Nutzungen, seitens der Stadt Ostfildern erfolgt ist. Sollten sich im weiteren Verlauf der Planung oder während künftiger Bauarbeiten Hinweise auf bisher nicht bekannte Belastungen ergeben, ist das WBA zu informieren.

b. Abwasserbeseitigung

Unter Bezugnahme auf § 10 Absatz 2 Nummer 6 "Hygienische Überwachung von Anlagen zur Abwasserbeseitigung" und § 10 Absatz 3 Satz 1 des Gesetzes über den öffentlichen Gesundheitsdienst (ÖGDG) wird hinsichtlich der verbindlichen Bauleitplanung darauf hingewiesen, dass bei der Abwasserentsorgung in bestehenden oder geplanten Mischwassersystemen (häusliches Abwasser und Niederschlagswasser) der Anteil von Niederschlagswasser möglichst reduziert werden sollte, um die im Rahmen von Entlastungsereignissen an Regenüberlaufbecken (RÜB) und an Kläranlagen auftretende Emission von Krankheitserregern (Viren, Bakterien, Parasiten) aus menschlichen Fäkalien in die Gewässer zu verringern, da die Gewässer an anderer Stelle wieder zur Trinkwassergewinnung, zur Bewässerung von Obst und Gemüse und zur Freizeitgestaltung genutzt werden. Maßnahmen zur dezentralen Regenwasserretention und -versickerung tragen in dieser Hinsicht langfristig auch zur Verbesserung des Infektionsschutzes bei (vergleiche gegebenenfalls § 1 der Trinkwasserverordnung, Artikel 1 Absatz 2 der EU-Badegewässer-Richtlinie und DIN 19650 "Hygienische Belange von Bewässerungswasser").

c. Lärm

Es wird darauf hingewiesen, dass gesundheitsschädliche Lärmwirkungen selbst unterhalb der Grenzwerte gesetzlicher Regelwerke, wie zum Beispiel der BImSchV, TA Lärm etc. und auch unterhalb der schalltechnischen Orientierungswerte für die städtebauliche Planung des Beiblattes 1 zu DIN 18005 auftreten. Chronische Lärmbelastungen können eine Reihe von nachteiligen Auswirkungen auf die Lebensqualität und die Gesundheit haben. Es ist zudem lärmmedizinisch belegt, dass Pegelunterschiede auch kleiner 3 dB(A) vom Menschen wahrgenommen werden und zu Gesundheitsbeeinträchtigungen führen können.

Lärminderungsmaßnahmen, die dazu dienen, bereits bestehende und neu entstehende Lärmimmissionen auf die Orientierungswerte der DIN 18005 beziehungsweise auf die Grenzwerte der entsprechenden gesetzlichen Regelwerke abzusenken oder diese sogar auf Immissionswerte unterhalb der gesetzlichen Mindestanforderungen weiter zu reduzieren, sind aus gesundheitsvorsorglicher Sicht daher sinnvoll und hinsichtlich des Gesundheitsschutzes Erfolg versprechend. Deshalb sollte besonders auf Lärmreduzierung beziehungsweise -vermeidung, auch über das gesetzlich geforderte Maß hinaus, geachtet werden.

Um Beteiligung im weiteren Planungsverlauf wird gebeten.

V. Amt für Geoinformation und Vermessung

Frau Steimer, Tel. 07113902-41315

Innerhalb des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans werden fast alle Flurstück-Nummern durch Planzeichen überdeckt.

Außerhalb des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans werden die Flurstück-Nummern 6526, 4448/2, 4919, 4607 und 6556/1 durch Planzeichen überdeckt.

Bei den Grundstücken Flurstück-Nummern 6700, 6631, 665, und 4900 fehlen die Flurstück-Nummern.

Die Lagebezeichnung „Lerchenbergstraße“ fehlt beim Grundstück Flurstück Nummer 6700.

Die Lagebezeichnung „Berkheimerstraße“ fehlt beim Grundstück Flurstück Nummer 6655.

Die Lagebezeichnung „Wilhelmstraße“ fehlt beim Grundstück Flurstück Nummer 4900.

Die Klassifizierung L 1200 ist anzugeben.

Bezüglich Quellenangabe und Copyrightvermerk auf dem zeichnerischen Teil des Bebauungsplans wird auf die Anlage 1 Nummer 4 der Rahmenvereinbarung Geobasisinformationen zwischen dem Land Baden-Württemberg und den Städten und Gemeinden verwiesen und um Beachtung beziehungsweise Nachtrag (mit Monat und Jahresangabe) gebeten.

Es wird empfohlen, den Plan in diesen Punkten noch zu ergänzen beziehungsweise zu berichtigen.

VI. Nahverkehr/ Infrastrukturplanung

Herr Bröcker, Tel. 0711 3902-42810

Aus der Sicht des Öffentlichen Personennahverkehrs bestehen keine Bedenken gegen die Planung.

Stellungnahme der Verwaltung

Zur Stellungnahme des Amtes für Wasserwirtschaft und Bodenschutz:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass seitens des Amtes für Wasserwirtschaft und Bodenschutz keine Anregungen zu dem Bebauungsplan vorgebracht werden.

Zur Stellungnahme der unteren Naturschutzbehörde:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass seitens des Naturschutzes keine grundsätzlichen Bedenken gegen den Bebauungsplan bestehen. Den in der Stellungnahme enthaltenen Empfehlungen wurde durch entsprechende Ergänzungen der textlichen Festsetzungen entsprochen.

Zur Stellungnahme des Gewerbeaufsichtsamts:

Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Es wird festgestellt, dass mit dem Bebauungsplan lediglich die Art der Nutzung entsprechend den vor Ort vorhandenen Nutzungen festgesetzt wird. Der Bebauungsplan ermöglicht damit keine Entwicklung, die i.R. einer Beurteilung nach § 34 BauGB nicht ohnehin möglich gewesen wäre.

Da die Orientierungswerte für die Beeinträchtigung durch Verkehrslärm für Allgemeine Wohngebiete in dem Bereich entlang der Denkendorfer- / Esslinger Straße – wie in der Stellungnahme des Gewerbeaufsichtsamts aufgezeigt - überschritten sind, wurden in den Textteil des Bebauungsplans Festsetzungen zum Schutz vor schädlichen Umwelteinwirkungen aufgenommen, die im Falle der Neuerrichtung und im Falle genehmigungspflichtiger Änderungen an Gebäuden zu beachten sind. Mit dieser Planergänzung ist der Thematik aus Sicht des Planungsträgers Genüge getan.

Zur Stellungnahme des Gesundheitsamts:

Eine Abklärung bzgl. bestehender Altlasten ist erfolgt – eine entsprechende Kennzeichnung, betreffend das Flurstück 4918 (Wilhelmstraße 4), wurde in den Bebauungsplan aufgenommen.

Die Hinweise zur Abwasserbeseitigung und zum Thema Lärm werden zur Kenntnis genommen. Es wird festgestellt, dass dem Thema Lärm mit den erfolgten Ergänzungen im Textteil des Bebauungsplans im Rahmen der gesetzlichen Anforderungen Genüge getan wurde.

Zum Thema Abwasserbeseitigung wird festgestellt, dass es sich bei dem überplanten Gebiet um ein Bestandsgebiet handelt, in dem die getrennte Ableitung von Oberflächenwasser nicht herstellbar ist.

Zur Stellungnahme des Amts für Geoinformation und Vermessung:

Die Anregungen werden zur Kenntnis genommen. Ihnen wurde durch entsprechende Planüberarbeitung vollständig entsprochen, Quellenangabe und Copyrightvermerk werden für die endgültige Planfassung standardmäßig nachgetragen.

Zur Stellungnahme des Amts für Nahverkehr und Infrastrukturplanung:

Es wird zur Kenntnis genommen, dass seitens des Amtes für Nahverkehr und Infrastrukturplanung keine Bedenken gegen den Bebauungsplan bestehen.

Polizeipräsidium Reutlingen

mit Schreiben vom 16.01.2020, AZ: 025 Ostfildern, BBP Esslinger Straße

Wir verweisen auf einschlägiges Regelwerk zur Ordnung innerörtlicher Werbung und begrüßen die Ausschöpfung der rechtlichen Möglichkeiten.

Neben städtebaulichen Aspekten und Vorgaben der Straßenverkehrsordnung ergeben sich durch Werbeflächen nicht selten verkehrlich kritische Situationen durch Ablenkeffekte, Stolperfallen im Nutzungsraum, die erschwerte Aufnahme verkehrsrelevanter Informationen durch einen Informationsüberfluss, Erkennbarkeitsdefizite, ungünstige Windlasten, Sichteinschränkungen oder ähnliches.

Im Ergebnis bewerten wir eine Ordnung innerörtlicher Werbung, auch für die Sicherheit verkehrlicher Abläufe, als wesentlich.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die positive Stellungnahme zum Bebauungsplan wird zur Kenntnis genommen.

Handwerkskammer Region Stuttgart

Mit Schreiben vom 05.02.2020, AZ: 2.1-Ke/Ke

Gegen die Ausweisung des Plangebietes als Allgemeines Wohngebiet haben wir Bedenken.

Das Plangebiet entlang der Denkendorfer Straße ist geprägt durch eine gewachsene Nutzungsmischung,

südöstlich befindet sich gewerbliche Nutzung. Die bestehende Nutzungsmischung sollte auch weiterhin angestrebt werden. Hierfür halten wir die Ausweisung eines Urbanen Gebietes gem. § 6 a BauNVO für sinnvoller, als die Ausweisung eines Wohngebietes. Durch Ausweisung als WA gehen gerade auch für mittelständische Handwerksbetriebe wichtige Mischgebietsflächen verloren.

Im und angrenzend zum Plangebiet befinden sich mehrere Gewerbebetriebe. Durch die Überplanung mit einem WA wird der immissionsschutzrechtliche Schutzanspruch der vorhandenen Wohnbebauung erhöht und das zulässige Emissionspotential der gewerblich genutzten Grundstücke langfristig gemindert, was ggf. Immissionskonflikte nach sich zieht. Selbst wenn derzeit kein akutes Konfliktpotential bestehen sollte, sollte verhindert werden, dass die Betriebe bei evtl. Nutzungsänderungen Betriebseinschränkungen zu befürchten haben. Insbesondere Betriebe, die bei typisierender Betrachtungsweise in einem WA nicht mehr zulässig wären, wären dann nur noch über den Bestandsschutz abgesichert. Zur besseren rechtlichen Absicherung regen wir deshalb an, die vorhandenen Betriebe im Plangebiet nach § 1 Abs. 10 BauNVO für ausdrücklich zulässig zu erklären.

In der Begründung führen Sie unter Punkt „02 Regelungsgehalt des Bebauungsplans“ selbst aus, dass der Fortbestand der gewerblichen Nutzung aufgrund möglicher Störungen der Wohnnutzung nicht von Dauer sein wird. Genau das aber ist die Verdrängung von einer gewachsenen durchmischten Nutzung hin zu einer Wohnnutzung, die an dieser Stelle aus unserer Sicht planungsrechtlich nicht sinnvoll erscheint.

Im Hinblick auf das Gebot der gegenseitigen Rücksichtnahme und der planerischen Konfliktbewältigung regen wir an, auf eine Ausweisung als WA zu verzichten und den gesamten Bereich entlang der Denken-dorfer Straße als Mischgebiet oder alternativ Urbanes Gebiet auszuweisen, so dass sich zumindest nicht wesentlich störende mittelständische und kleinere Handwerksbetriebe neben der Wohnnutzung ansiedeln können. Auch in einem Mischgebiet wäre eine Wohnnutzung zulässig, die Bewohner müssten jedoch die etwas höheren Lärmimmissionswerte eines Mischgebietes „erdulden“; bei einem Urbanen Gebiet wäre sogar eine freiere Nutzungsdurchmischung möglich.

Unseres Erachtens kann der Zulässigkeitsrahmen für Werbeanlagen der Fremdwerbung als eigenständige Hauptnutzung auch bei Festsetzung eines Urbanen Gebietes nach § 1 Abs. 5 bzw. 9 BauNVO ausgeschlossen bzw. geregelt werden.

Bitte beteiligen Sie uns am weiteren Verfahren und informieren uns über das Ergebnis der Abwägung.

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Inhalte des Schreibens werden zur Kenntnis genommen. Den darin enthaltenen Anregungen zur Planung wird aus den nachfolgend aufgeführten Gründen nicht Folge geleistet:

Ein wesentliches Ziel der vorliegenden Planung ist der rechtswirksame Ausschluss von Werbeanlagen der Fremdwerbung als eigenständige Hauptnutzung auf privaten Baugrundstücken. Sowohl in Mischgebieten nach § 6 BauNVO, als auch in urbanen Gebieten nach § 6a BauNVO (die Festsetzung der letztgenannten Nutzungsart wird in dem Schreiben angeregt) sind jedoch derartige Anlagen als sog. „sonstige Gewerbebetriebe“ standardmäßig zulässig.

Der letzte im Geltungsbereich des Bebauungsplans gelegene, ggf. als nicht wohngebietsverträglich einzustufende Gewerbebetrieb ist ein Handwerksbetrieb, der Bilderrahmen herstellt und hierfür - nach Aussage des Firmeninhabers (vgl. Schreiben unter I. dieser Vorlage) - „keine lauten Maschinen“ einsetzt. Dies kann als Hinweis gelesen werden, dass der Betrieb ggf. doch innerhalb eines allgemeinen Wohngebiets als nicht störender Handwerksbetrieb gem. § 4 (2) Nr. 2 zulässig sein könnte. In jedem Fall genießt er jedoch Bestandsschutz, solange keine nutzungsverändernde Entwicklung in unmittelbarer Umgebung stattfindet.

Bei der Stadt Ostfildern ist allerdings auch bekannt, dass der Firmeninhaber (der gleichzeitig Eigentümer der mit dem Gewerbebetrieb überbauten Grundstücke ist) seit 2016 deren Veräußerung mit dem Ziel der Errichtung von Wohngebäuden betreibt.

Weitere, im Geltungsbereich des Bebauungsplans liegende, gewerblich genutzte Gebäude dienen ausschließlich Lagerzwecken, teilweise in Verbindung mit Handel, und stehen damit nicht in einem Zielkonflikt zu der Festsetzung allgemeiner Wohngebiete nach § 4 BauNVO.

Somit ist die in der Bebauungsplanbegründung aufgezeigte Entwicklungstendenz aus Sicht des Planungsträgers eindeutig ableitbar. Ein Erfordernis, den Anregungen der Handwerkskammer Region Stuttgart Folge

zu leisten, kann daher nicht erkannt werden.

Flughafen Stuttgart GmbH

mit Schreiben vom 07.01.2020, ohne AZ

Mit der oben genannten E-Mail informierten Sie die Flughafen Stuttgart GmbH über die Aufstellung des Bebauungsplan "Denkendorfer -/ Esslinger Straße " in Nellingen Ostfildern. Die Flughafen Stuttgart GmbH gibt hierzu folgende Stellungnahme ab.

1. Bauschutzbereich:

Das Bebauungsplangebiet liegt im Bauschutzbereich (§ 12 LuftVG) des Flughafens Stuttgart. Wir bitten Sie, das Regierungspräsidium Stuttgart als zuständige Luftfahrtbehörde im Bebauungsplanverfahren zu beteiligen.

2. Lärmschutz:

Das Bebauungsplangebiet liegt teilweise innerhalb der Nacht-Schutzzone für den Flughafen Stuttgart (vgl. Verordnung über die Festsetzung des Lärmschutzbereiches vom 20.12.2010, GBl. 2010, 1126). Dies ist unserer Prüfung nach bei den Grundstücken südlich der Eugen -Schumacher -Straße / Schwarze Breite Straße der Fall.

Zudem liegt das Bebauungsplangebiet teilweise innerhalb der Planungskonturen-Fluglärm Tag. Diese hat das Ministerium für Verkehr und Infrastruktur Baden-Württemberg mit Schreiben vom 07.08.2015 den Trägern der Bauleitplanung als Beurteilungsgrundlage für den Schutz vor Fluglärm zur Verfügung gestellt. In der Nacht-Schutzzone dürfen gemäß § 5 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm (FluLärmG) Wohnungen nicht errichtet werden. Dieses Verbot gilt in den in § 5 Abs. 3 FluLärmG aufgezählten Fällen nicht. Bitte prüfen Sie, inwieweit dies auf das geplante Vorhaben anzuwenden ist.

Weitere Informationen, sowie die Karten zum Lärmschutzbereich, finden Sie im Internet unter folgen dem Link: <https://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/laerm-und-erschuetterungen/fluglaerm>

Stellungnahme der Verwaltung:

Die Stellungnahme wird zur Kenntnis genommen. Das Regierungspräsidium Stuttgart als höhere Luftfahrtbehörde war am Bebauungsplanverfahren beteiligt – vgl. Stellungnahme der Behörde und Behandlung i. R. dieser Vorlage. Bezüglich der Ausführungen zu den Lärmschutzzonen wird auf die Behandlung der o. g. Stellungnahme verwiesen.

4. Überarbeitung der Planinhalte

Im Lageplan des Bebauungsplans wurde das Flurstück 4918, Wilhelmstraße 4, der Standort einer früheren mechanischen Werkstätte, als Fläche gekennzeichnet, deren Boden u.U. erheblich mit umweltgefährdenden Stoffen belastet ist. Außerdem wurden - den Hinweisen des Amts für Geoinformation und Vermessung beim Landratsamt Esslingen Folge leistend - durch Planzeichen überdeckte Flurstücksnummern freigestellt und im Bildausschnitt nicht enthaltene Straßennamen in diesen hineinverschoben.

Im Textteil des Bebauungsplans wurden Festsetzungen zur Lärmthematik und textliche Erläuterungen zur o.g. Kennzeichnung ergänzt, sowie Hinweise, die den Schreiben der am Verfahren beteiligten Behörden und sonstigen Trägern öffentlicher Belange zu entnehmen waren.

In die Satzung über örtliche Bauvorschriften gem. § 74 LBO für den Geltungsbereich des Bebauungsplans wurden - den Empfehlungen der unteren Naturschutzbehörde beim Landratsamt Esslingen Folge leistend - Festsetzungen integriert, die besserem Insektenschutz dienen.

Die Begründung zum Bebauungsplan und die Begründung zur Satzung über örtliche Bauvorschriften für den Geltungsbereich des Bebauungsplans wurden in den oben genannten Punkten inhaltlich nachgeführt.

Anlagen:

1. Lageplan des Bebauungsplans vom 13.11.2019/05.03.2020, M 1:1.500, A3
Planzeichenerklärung zum Bebauungsplan, o.M., A4
Textteil des Bebauungsplans vom 13.11.2019/05.03.2020
Begründung zum Bebauungsplan vom 13.11.2019/05.03.2020
2. Satzung über örtliche Bauvorschriften gem. § 74 LBO für den Geltungsbereich des Bebauungsplans vom 13.11.2019/05.03.2020
Begründung zur Satzung über örtliche Bauvorschriften für den Geltungsbereich des Bebauungsplans vom 13.11.2019/05.03.2020
3. Konzept für Werbeanlagen der Fremdwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018
4. Konzept für Werbeanlagen der Eigenwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018

Finanzielle Auswirkungen



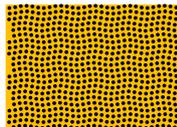
Anlage 1 zu Vorlage 2020, Nr. 050
Bebauungsplan "Denkendorfer-/ Esslinger Straße", Stadtteil Nellingen, M 1: 1.500
Stadt Ostfildern, Fachbereich 3 - Planung, 13.11.2019 / 03.05.2020

1. Art der baulichen Nutzung (§ 4 BauNVO)

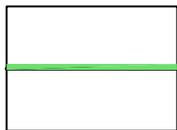


Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)

2. Verkehrsflächen (§ 9 Abs. 1 Nr. 11 und Abs. 6 BauGB)

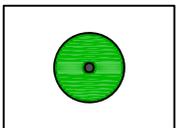


Straßenverkehrsflächen (§ 9 Abs. 1 Nr. 11 und Abs. 6 BauGB)



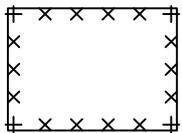
Straßenbegrenzungslinie auch gegenüber Verkehrsflächen besonderer Zweckbestimmung (§ 9 Abs. 1 Nr. 11 und Abs. 6 BauGB)

3. Planungen, Nutzungsregelungen, Maßnahmen und Flächen für Maßnahmen zum Schutz, zur Pflege und zur Entwicklung von Natur und Landschaft (§ 9 Abs. 1 Nr. 25 Buchstabe b) und Abs. 6 BauGB)



Bäume erhalten (§ 9 Abs. 1 Nr. 25 Buchstabe b) und Abs. 6 BauGB)

4. Sonstige Planzeichen (§ 9 Abs. 7 BauGB)



Umgrenzung der für bauliche Nutzungen vorgesehenen Flächen, deren Böden erheblich mit umweltgefährdenden Stoffen belastet sind



Grenze des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans (§ 9 Abs. 7 BauGB)

STADT OSTFILDERN
KREIS ESSLINGEN

BEBAUUNGSPLAN „DENKENDORFER-/ ESSLINGER STRASSE“

GEMARKUNG NELLINGEN

TEXTTEIL

A. Rechtsgrundlagen dieses Bebauungsplans sind:

- * Das Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 3. November 2017 (BGBl. I S. 3634)
- * die Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke (Baunutzungsverordnung - BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786)
- * die Verordnung über die Ausarbeitung der Bauleitpläne und die Darstellung des Planinhalts (Planzeichenverordnung 1990 - PlanzV 90) vom 18. Dezember 1990 (BGBl. I S. 58), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 4. Mai 2017 (BGBl. I S. 1057)
- * die Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. März 2010 (GBl. Nr. 7, S. 358), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18.07.2019 (GBl. S. 313) m.W.v. 01.08.2019
- * die jeweiligen ergänzenden Gesetze, Rechtsverordnungen und Verwaltungsvorschriften

B. Überlagerung / Ergänzung bestehender Bebauungspläne

Die Festsetzungen dieses Bebauungsplans ergänzen jeweils in Teilbereichen die Festsetzungen des Bebauungsplans „Hofäcker“ (Rechtskraft 06.05.1957) und des Ortsbauplans „Denkendorfer Weg“ aus dem Jahr 1953, die dem Geltungsbereichs dieses Bebauungsplans zugrunde liegen und deren Festsetzungen - Baulinien, Vorgartenflächen und Bauverbotszonen, in Teilbereichen Stockwerkszahlen und Dachneigungen - unverändert fortgelten.

C. In Ergänzung der Planzeichnung wird folgendes festgesetzt:

01. Art der baulichen Nutzung (§ 9 (1) Nr. 1 BauGB und §§ 1-15 BauNVO):
 - 01.1 In den Allgemeinen Wohngebieten WA sind gemäß § 1 (5) BauNVO die in § 4 (2) Nr. 3 BauNVO genannten Anlagen für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke nicht zulässig.
 - 01.2 In den Allgemeinen Wohngebieten WA sind gemäß § 1 (6) Nr. 1 BauNVO die nach § 4 (3) Nr. 2 - 5 BauNVO vorgesehenen Ausnahmen (sonstige nicht störende Gewerbebetriebe, Anlagen für Verwaltungen, Gartenbaubetriebe und Tankstellen) nicht Bestandteil des Bebauungsplans.

02. Flächen für besondere Anlagen und Vorkehrungen zum Schutz vor schädlichen Umwelteinwirkungen und sonstigen Gefahren im Sinne des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie die zum Schutz vor solchen Einwirkungen oder zur Vermeidung oder Minderung solcher Einwirkungen zu treffenden baulichen und sonstigen technischen Vorkehrungen (§ 9 (1) Nr. 24 BauGB)
- 02.1 Bei der Neuerrichtung von Gebäuden und im Falle genehmigungspflichtiger Änderungen an bestehenden Gebäuden sind an den straßenzugewandten Fassaden der Gebäude in den Allgemeinen Wohngebieten WA offenbare Fenster bei Aufenthaltsräumen unzulässig.
Hiervon kann abgewichen werden, wenn im Zuge des Genehmigungs- bzw. Kenntnisgabeverfahrens nachgewiesen wird, dass durch konkrete bauliche Schallschutzmaßnahmen, wie z.B. verglaste Loggien, vorgehängte Glasfassaden oder vergleichbare Maßnahmen, im belüfteten Zustand gewährleistet wird, dass mit der Maßnahme vor den Fenstern von Aufenthaltsräumen im Sinne der DIN 4109 der Beurteilungsspiegel des Verkehrslärms den gebietsspezifischen Orientierungswert nicht überschreitet.
- 02.2 Bei der Errichtung und Änderung von Gebäuden sind die Außenbauteile der Aufenthaltsräume nach den Vorgaben der DIN 4109 „Schallschutz im Hochbau - Anforderungen und Nachweise“ vom November 1989 gemäß den jeweils zu erwartenden Lärmpegelbereichen auszubilden. Die erforderlichen Schalldämmmaße sind in Abhängigkeit von der Raumnutzungsart und Raumgröße im Genehmigungs- bzw. Kenntnisgabeverfahren nachzuweisen.
Von den Festsetzungen kann abgewichen werden, wenn im Baugenehmigungs- bzw. Kenntnisgabeverfahren nachgewiesen wird, dass geringere Lärmpegel an den Fassaden vorliegen. Die Anforderungen an die Schalldämmung der Außenbauteile können dann entsprechend den Vorgaben der DIN 4109 reduziert werden.
- 02.3 Zusätzlich wird der Einbau von schallgedämmten Lüftern festgesetzt. Für Schlafräume aller Fassadenausrichtungen in den Allgemeinen Wohngebieten WA ist die Belüftung zu sichern und zwar:
- durch die Verwendung fensterunabhängiger schallgedämmter Lüftungseinrichtungen oder gleichwertige Maßnahmen bautechnischer Art, die eine ausreichende Belüftung sicherstellen oder
 - durch eine geeignete Eigenabschirmung der Fenster gegen Straßenverkehrs- und Fluglärm.

D. Kennzeichnung

Im Altlastenkataster des Landkreises Esslingen wird das Flurstück Nr. 4918, Wilhelmstraße 4, aufgrund seiner Vornutzung als Altstandort und damit als sog. „B-Fall“ mit Handlungsbedarf bei nutzungsverändernden Eingriffen geführt.

Im Lageplan des Bebauungsplans wird das Grundstück als Fläche gekennzeichnet, deren Boden u.U. erheblich mit umweltgefährdenden Stoffen belastet ist. Damit besteht das Erfordernis zu weitergehenden Untersuchungen unter Einbeziehung des Amtes für Wasserwirtschaft und Bodenschutz beim Landratsamt Esslingen, sobald bauliche Eingriffe auf diesem Grundstück erfolgen.

E. Hinweise

01. Hinweise zu Belangen des Verkehrsflughafens Stuttgart und zu Erfordernissen des Fluglärmschutzes:

Das geplante Gebiet liegt im Bauschutzbereich des Verkehrsflughafens Stuttgart.

Das geplante Gebiet liegt im Anlagenschutzbereich des Verkehrsflughafens Stuttgart.

Das geplante Gebiet liegt außerhalb der Tagschutzzone des Lärmschutzbereichs des Verkehrsflughafens Stuttgart.

Das geplante Gebiet liegt im südlichen Verlauf, ab der Kreuzung Denkendorfer Straße / Eugen-Schumacher-Straße / Schwarze-Breite-Straße, in der Nachtschutzzone des Lärmschutzbereiches des Verkehrsflughafens Stuttgart.

Baugeräte (wie z.B. Bau- und Autokräne, Bohrgeräte, Betonpumpen usw.), die bei der Baudurchführung zum Einsatz kommen, bedürfen einer luftrechtlichen Genehmigung gemäß § 15 Abs. 2 LuftVG und sind dem Regierungspräsidium Stuttgart **mindestens 4 Wochen vor dem beabsichtigten Einsatz** zur Genehmigung vorzulegen. Dem Antrag ist ein Lageplanausschnitt mit Einzeichnung der Standorte der Baugeräte beizufügen. Des Weiteren sind Angaben über Geländehöhe am Standort der Baugeräte in m ü. NN und die höchste Höhe der Baugeräte in m ü. Grund und in m ü. NN sowie der Zeitpunkt der Aufstellung und des Abbaus der Baugeräte mitzuteilen.

02. **Geotechnik:** Nach dem geologischen Basisdatensatz des LGRB bilden im Plangebiet holozäne Abschwemmmassen sowie pleistozäner Löss bzw. Lösslehm den oberflächennahen Baugrund. Mit Auffüllungen vorangegangener Nutzungen, die ggf. nicht zur Lastabtragung geeignet sind, sowie einem oberflächennahen saisonalen Schwinden (bei Austrocknung) und Quellen (bei Wiederbefeuchtung) des tonigen/tonig-schluffigen Verwitterungsbodens ist zu rechnen.

Mit Ölschiefergesteinen ist zu rechnen. Auf die bekannte Gefahr möglicher Baugrundhebungen nach Austrocknung bzw. Überbauen von Ölschiefergesteinen durch Sulfatneubildung aus Pyrit wird hingewiesen. Die Ölschiefer können betonangreifendes, sulfathaltiges Grund- bzw. Schichtwasser führen. Eine ingenieurgeologische Beratung durch ein in der Ölschieferthematik erfahrenes privates Ingenieurbüro wird empfohlen.

Darüber hinaus werden auch bei etwaigen geotechnischen Fragen im Zuge der weiteren Planungen oder von Bauarbeiten (z. B. zum genauen Baugrundaufbau, zu Bodenkennwerten, zur Wahl und Tragfähigkeit des Gründungshorizontes, zum Grundwasser, zur Baugrubensicherung) objektbezogene Baugrunduntersuchungen gemäß DIN EN 1997-2 bzw. DIN 4020 durch ein privates Ingenieurbüro empfohlen.

Allgemeine Hinweise: Die lokalen geologischen Untergrundverhältnisse können dem bestehenden Geologischen Kartenwerk, eine Übersicht über die am LGRB vorhandenen Bohrdaten der Homepage des LGRB (<http://www.lgrb-bw.de>) entnommen werden. Des Weiteren verweisen wir auf unser Geotop-Kataster, welches im Internet unter der Adresse <http://lgrb-bw.de/geotourismus/geotope> (Anwendung LGRB-Mapserver Geotop-Kataster) abgerufen werden kann.

13.11.2019/05.03.2020
Stadt Ostfildern
Fachbereich 3 - Planung

Stadt Ostfildern
Kreis Esslingen

BEBAUUNGSPLAN „DENKENDORFER-/ ESSLINGER STRASSE“

Gemarkung Nellingen

BEGRÜNDUNG ZUM BEBAUUNGSPLAN

Gemäß § 9 Abs. 8 BauGB

01. Anlass und Erfordernis der Planung

Die Stadt Ostfildern beabsichtigt die städtebauliche, funktionale und gestalterische Aufwertung der Hauptverkehrsachsen im Stadtteil Nellingen und der an diese angrenzenden Bereiche. Aufgrund der Größe des Planungsgebiets und der unterschiedlichen funktionalen Bedeutung einzelner Straßenabschnitte wird das Regelwerk in Stufen (zeitlich aufeinander folgende Bebauungspläne und Gestaltungssatzungen) entwickelt.

Im vorliegenden Fall umfasst der Geltungsbereich des Bebauungsplans und der zugehörigen Satzung über örtliche Bauvorschriften gem. § 74 LBO den Bereich vom südlichen Ortseingang des Stadtteils bis an den zentralen Versorgungsbereich Nellingsens heran, für den ein eigener Bebauungsplan mit örtlichen Bauvorschriften aufgestellt wird.

Der Bereich ist durch heterogene Bebauung unterschiedlicher Nutzungen geprägt, wobei jedoch die Wohnfunktion - neben einigen ergänzenden (die Wohnfunktion nicht wesentlich beeinträchtigenden) gewerblichen, Dienstleistungs- und Einzelhandelnutzungen - klar überwiegt. Entsprechend soll im Geltungsbereich des Bebauungsplans die Festsetzung der Art der Nutzung für private Baugrundstücke in Form Allgemeiner Wohngebiete (Nutzungskategorie WA) erfolgen.

Festsetzungen zum Maß der Nutzung müssen - vor dem Hintergrund höchst unterschiedlicher Grundstücksgrößen und -zuschnitte - unterbleiben. Die Einfügung von Bauvorhaben in die Eigenart der näheren Umgebung ist somit auch zukünftig nach den Kriterien des § 34 BauGB zu beurteilen.

In gestalterischer Hinsicht ist in dem Gebiet eine nicht geringe Zahl nach Art, Größe und Farbigkeit recht unterschiedlicher Werbeanlagen zu verzeichnen.

Diese sind überwiegend dem Typus „Eigenwerbung“ (Werbung an der Stätte der Leistung / Hinweis auf bestehende Gewerbeeinheiten, Ladengeschäfte und vor Ort erbrachte Dienstleistungen) zuzuordnen. Es gibt jedoch auch einige Werbeanlagen des Typs „Fremdwerbung“. Hierbei handelt es sich um Werbeanlagen, die nicht an der Stätte der Leistung errichtet sind. Damit gelten sie im Sinne der BauNVO als eigenständige Hauptnutzung, als sonstiger Gewerbebetrieb / bzw. sonstige gewerbliche Nutzung.

Bislang befinden sich derartige Werbeanlagen überwiegend auf öffentlicher Fläche: an Buswartehallen und in Form einer Litfaßsäule im Einmündungsbereich der Wilhelm- in die Denkendorfer Straße. Ausnahmen bestehen dahingehend, dass sich eine Werbeanlage, die im Jahr 2005 eine Baugenehmigung erhalten hat und somit Bestandsschutz genießt, an der südlichen Giebelfassade des Gebäudes Denkendorfer Straße 1 befindet und eine weitere, nicht genehmigte Werbeanlage auf dem Grundstück Denkendorfer Straße 28.

Auch an einigen Einfriedigungen privater Baugrundstücke finden sich Werbeplakate und Banner, die dem Typus „Fremdwerbung“ zuzuordnen sind - für diese Werbeanlagen liegen ebenfalls keine Baugenehmigungen vor.

Fremdwerbung, die auf privaten Baugrundstücken i.d.R. als großformatige Plakatwerbung in Erscheinung tritt, und damit vor allem auf die Wahrnehmung durchfahrender Verkehrsteilnehmer ausgerichtet ist, kann das Stadtbild empfindlich stören, insbesondere dann, wenn sie aufgrund ihrer Größe Gebäude oder einzelne Fassaden

gestalterisch dominiert und durch ihre stadträumliche Präsenz in Konkurrenz zu Eigenwerbung ansässiger Gewerbebetriebe und Dienstleistungen tritt.

Intention dieses Bebauungsplans mit örtlichen Bauvorschriften ist daher, die Errichtung von Werbeanlagen der Fremdwerbung auf privaten Baugrundstücken auszuschließen und gleichzeitig die möglichen Ausformungen dieser Art im öffentlichen Raum auf nur wenige Standorte und zulässige Typen und Trägersysteme zu begrenzen.

Die gestalterischen Belange können im Rahmen örtlicher Bauvorschriften nach Landesrecht geregelt werden. Die Regulierung der Zulässigkeit, bzw. der hier beabsichtigten rechtlichen Beschränkung von Fremdwerbung, bedarf jedoch zusätzlich (vgl. die oben erfolgten Erläuterungen) der planungsrechtlichen Regelung, somit der Aufstellung eines Bebauungsplans.

Diesem Erfordernis wird mit der vorliegenden Planung nachgekommen.

Anlass der Planung war der Eingang eines Bauantrags für die Errichtung einer einseitig mit wechselnder Produktwerbung beklebten und beleuchteten Plakatwerbetafel, geplante Größe 3,8 m x 2,6 m, als Wandanlage, auf dem Grundstück Denkendorfer Str. 15. Diesem Bauantrag wurde am 11.10.2017 mit dem Aufstellungsbeschluss für einen Bebauungsplan mit örtlichen Bauvorschriften begegnet. Zur Sicherung der Bauleitplanung wurde eine Veränderungssperre nach §§ 14 ff BauGB erlassen.

Am 02.03.2018 wurde ein weiterer, ähnlich lautender Bauantrag für die Errichtung einer beleuchteten Plakatwerbetafel auf dem Grundstück Denkendorfer Straße 5 eingereicht. Das Grundstück lag außerhalb des Geltungsbereichs der bereits beschlossenen Veränderungssperre. Daher wurde mit Gemeinderatsbeschluss vom 18.04.2018 eine Ausweitung sowohl des Geltungsbereichs des Bebauungsplans, als auch der Veränderungssperre beschlossen.

Auf den Geltungszeitraum war die Laufzeit der zuvor beschlossenen Veränderungssperre anzurechnen. Da diese im Oktober 2019 ausgelaufen wäre, wurde am 09.10.2019 der Beschluss für deren Verlängerung um ein weiteres Jahr gefasst. Es wird davon ausgegangen, dass das Bebauungsplanverfahren mit örtlichen Bauvorschriften innerhalb dieses Zeitraums zum Abschluss gebracht werden kann.

02. Regelungsgehalt des Bebauungsplans

Gegenstand planungsrechtlicher Festsetzungen im Geltungsbereich des Bebauungsplans ist ausschließlich die Art der Nutzung. Neben der Steuerung der Verträglichkeit aneinander angrenzender Nutzungen soll hiermit der Zulässigkeitsrahmen für Werbeanlagen der Fremdwerbung neu definiert werden.

Für die im Geltungsbereich gelegenen privaten Baugrundstücke sind entsprechend § 4 der Baunutzungsverordnung Allgemeine Wohngebiete festgesetzt.

Die Zuordnung orientiert sich hierbei wie eingangs bereits dargestellt an den vor Ort vorhandenen Nutzungen, die überwiegend durch Wohnen geprägt sind. Soweit es sich um (in Teilen brachgefallene) gewerbliche Nutzungen innerhalb einer Wohnumgebung handelt, orientiert sich die Festsetzung an der beabsichtigten zukünftigen Entwicklung, da in diesen Fällen davon ausgegangen werden kann, dass der Fortbestand der gewerblichen Nutzung nicht von Dauer sein wird.

Lediglich für das am südwestlichen Rand des Gebiets gelegene Baugrundstück Flst. Nr. 4442, Denkendorfer Straße 28 und Jusistraße 1, muss festgehalten werden, dass beide Nutzungsarten in etwa gleicher Gewichtung vorhanden sind, bzw. die gewerbliche Nutzung bezogen auf die Flächeninanspruchnahme sogar überwiegt. Dies hat historische Gründe: aufgrund der verkehrsgünstigen Lage befand sich hier eine Tankstelle mit angegliederter Waschanlage, die einen entsprechend hohen Flächenanteil des Grundstücks in Anspruch nahm. Die Tankstelle existiert seit längerer Zeit nicht mehr, verschiedene andere gewerbliche Nutzungen sind nachgefolgt. Aus Sicht des Planungsträgers ist aufgrund der städtebaulich bedeutsamen Lage am Ortseingang des Stadtteils Nellingen an dieser Stelle zukünftig keine dauerhafte gewerbliche Nutzung mehr vorstellbar. Daher wird für das Baugrundstück im Bebauungsplan ebenfalls ein Allgemeines Wohngebiet festgesetzt.

Realisierungswünsche Privater für Werbeanlagen der Fremdwerbung konzentrieren sich üblicherweise - vgl. die unter Ziff. 01 dargestellten Vorgänge - auf an die Hauptverkehrsstraßen angrenzende Baugrundstücke. Aufgrund dieser Vorgänge war zu erwarten, dass sich derartige Nutzungsansprüche entlang der Straße weiter ausbreiten könnten und damit langfristig die Gefahr einer rechtlichen Verfestigung gegeben ist. Somit ist es ein wesentliches Planungsziel dieses Bebauungsplans, Anlagen der Fremdwerbung auf privaten Baugrundstücken (auf denen nur mit erheblichem Aufwand steuernd eingegriffen werden kann) zukünftig rechtswirksam auszuschließen, während sie auf öffentlicher Fläche begrenzt zulässig bleiben, jedoch einem gestalterischen Regelwerk innerhalb eines stadtteilweit einheitlichen Rahmens unterzogen werden.

Der Ausschluss für die privaten Baugrundstücke erfolgt im Rahmen der Festsetzungen zur Art der Nutzung:

In Allgemeinen Wohngebieten sind Werbeanlagen der Fremdwerbung als sonstige nicht störende Gewerbebetriebe gem. § 4 Abs. 3, Nr. 2 BauNVO ausnahmsweise zulässig, soweit der Bebauungsplan nichts anderes festsetzt. Die Festsetzung lautet daher, dass die vorgenannte und weitere in § 4 Abs. 3 beschriebene Ausnahmen gemäß § 1 Abs. 6 BauNVO nicht Bestandteil dieses Bebauungsplans sind.

Um die Auswirkungen von Werbeanlagen auf das Stadtbild in seiner ganzen Komplexität zu erfassen und den Bestand innerhalb des Stadtteils zu dokumentieren, hat die Stadt Ostfildern zwei Studien erstellen lassen, das

1. „Konzept für Werbeanlagen der Fremdwerbung in Ostfildern-Nellingen“ und das
2. „Konzept für Werbeanlagen der Eigenwerbung in Ostfildern-Nellingen“
(Verfasser beider Studien: ISA - Internationales Stadtbauatelier, Stuttgart, Dezember 2018 – vgl. Anlagen zu dieser Begründung)

Die Untersuchungen umfassen jeweils einen analytischen Teil mit Bestandsehebungen, eine Beschreibung der jeweiligen städtebaulichen Rahmenbedingungen sowie ein Verortungskonzept und Gestaltungsleitlinien für Werbeanlagen.

Die Festsetzungen von Bebauungsplan und örtlichen Bauvorschriften greifen die in den Konzepten aufgeführten Positionierungs- und Gestaltungsvorschläge auf und überführen diese in bindende Rechtsvorschriften.

03. Überlagerung bestehender Bebauungspläne

Die Überlagerung bestehender Bebauungspläne beschränkt sich ausschließlich auf den mit diesem Bebauungsplan neu hinzukommenden Regelungsgehalt, also die Art der Nutzung, während das Maß der baulichen Nutzung - vor dem Hintergrund höchst unterschiedlicher Grundstücksgrößen und –zuschnitte - nicht neu festgelegt wird und daher weiterhin entsprechend den Kriterien des § 34 BauGB zu beurteilen ist.

Folgende Bebauungspläne werden durch Festsetzungen des Bebauungsplans „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“ ergänzt, während alle weiteren Festsetzungen dieser Bebauungspläne, wie Baulinien und Bauverbotszonen, Bestimmungen zur Zahl der zulässigen Geschosse, Festsetzungen zur Dachneigung etc. unverändert fortgelten:

1. Bebauungsplan „Hofäcker“, rechtskräftig seit 06.05.1957, ohne eindeutig abgegrenzten Geltungsbereich - der weitaus größte Teil des neuen Bebauungsplans überlagert Festsetzungen dieses Bebauungsplans,
2. Ortsbauplan „Denkendorfer Weg“ aus dem Jahr 1953, ebenfalls ohne eindeutig abgegrenzten Geltungsbereich – aus diesem Ortsbauplan werden nur wenige Grundstücke, die am nördlichen und südlichen Gebietsrand liegen, durch Festsetzungen des neuen Bebauungsplans überlagert.

(Anm.: In die hier aufgelisteten überlagerten Bebauungspläne werden Hinweise auf die zusätzlich zu beachtenden Festsetzungen aufgenommen. Die Rechtsverbindlichkeit dieser Festsetzungen für die überlagerten Bebauungspläne wird Teil des Beschlussantrags an den Gemeinderat Ostfildern).

04. Begründung der Festsetzungen zur Art der Nutzung im Einzelnen

In den Allgemeinen Wohngebieten (WA) sind neben dem Wohnen nur solche Nutzungsarten zulässig, die das Wohnen nicht wesentlich beeinträchtigen: der Versorgung des Gebiets dienende Läden, Schank- und Speisewirtschaften und nicht störende Handwerksbetriebe.

Die Zulässigkeit der unter § 4 (2) Nr. 3 BauNVO aufgeführten Anlagen für kirchliche, kulturelle, soziale, gesundheitliche und sportliche Zwecke wird gem. § 1 (5) BauNVO ausgeschlossen, da derartige Anlagen an anderer Stelle im Stadtgebiet ihre Standorte haben und daher kein Bedarf für deren Vorkommen im Geltungsbereich des Bebauungsplans besteht. Die allgemeine Zweckbestimmung der Baugebiete bleibt trotz des Ausschlusses gewahrt.

Die nach § 4 (3) Nr. 2 - 5 BauNVO für Allgemeine Wohngebiete vorgesehenen Ausnahmen (sonstige nicht störende Gewerbebetriebe, Anlagen für Verwaltungen, Gartenbaubetriebe und Tankstellen) sind gem. § 1 Abs. 6 BauNVO nicht Bestandteil des Bebauungsplans, da sie bislang nicht oder nur untergeordnet vorkommen und den städtebaulichen Zielvorstellungen für das Plangebiet nicht entsprechen.

Die genannten Nutzungsarten haben i.d.R. einen Flächenanspruch, der unter den gegebenen Bedingungen der Kleinteiligkeit der betroffenen Gebiete nicht darstellbar ist und sie erzeugen unerwünschten zusätzlichen Verkehr.

Anlagen gem. § 4 (3) Nr. 1 BauNVO (Betriebe des Beherbergungsgewerbes) hingegen bleiben im Geltungsbereich des Bebauungsplans als Ausnahme weiterhin zulässig, da diese Nutzungsart im Plangebiet bereits vorkommt und deren Bestand planungsrechtlich nicht eingeschränkt werden soll.

Eventuell (auch für andere Grundstücke innerhalb des Geltungsbereichs) zu erwartenden Ausweitungen der Nutzungsart kann dadurch begegnet werden, dass diese Betriebe nur ausnahmsweise zulässig sind.

Mit dem Ausschluss sonstiger nicht störender Gewerbebetriebe (§ 4 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO) sind auch Werbeanlagen der Fremdwerbung, die nicht an der Stätte der Leistung errichtet und daher als eigenständige Hauptnutzung zu werten sind, in den als Allgemeine Wohngebiete festgesetzten Bereichen des Bebauungsplans zukünftig ausgeschlossen.

(Zu den als problematisch zu wertenden Auswirkungen derartiger Werbeanlagen auf das Stadtbild vgl. Ausführungen unter Ziff. 01 und 02 dieser Begründung, zum Bestandsschutz für eine auf einem privaten Baugrundstück rechtmäßig zustande gekommene Werbeanlage dieses Typs vgl. Ziff. 01).

05. Festsetzungen infolge der Einwirkung von Straßenverkehrs- und Fluglärm

Das Plangebiet ist durch Verkehrslärm der Denkendorfer-/ Esslinger Straße belastet. Die Lärmkartierung der LUBW weist zum Zeitpunkt der Erfassung in den der Straße zugewandten Randbereichen einen L_{DEN} von größer 70 dB(A) (Berechnungszeitraum 24 Stunden) und einen L_{NIGHT} von größer 60 dB(A) aus. Die schalltechnischen Orientierungswerte der DIN 18005 „Schallschutz im Städtebau“ für allgemeine Wohngebiete waren somit erheblich überschritten.

Der gesundheitsgefährdende Bereich, welcher nach Urteilen des Bundesverwaltungsgerichtes bei Pegeln von größer 60 dB(A) in der Nacht und 70 dB(A) am Tag liegt, wurde in Teilbereichen des Geltungsbereichs erreicht.

Entsprechend kennzeichnete der Lärmaktionsplan der Stadt Ostfildern vom März 2017 den Abschnitt der Denkendorfer Straße zwischen den Einmündungen Wilhelm- und Schwarze-Breite-Straße als sog. „Hot Spot“ (= Lärmschwerpunkt – vgl. Lärmaktionsplan Tab. 3: Beschreibung der Aktionsbereiche zum Straßenverkehrslärm).

Zwischenzeitlich wurde folgende Maßnahme aus der Lärmaktionsplanung im Geltungsbereich des Bebauungsplans umgesetzt: die (verkehrsrechtliche) Anordnung von Tempo 30 für den Nachtzeitraum unter Beibehaltung der Vorfahrtsregelung in der Denkendorfer Straße, ortseinwärts, ab der Einmündung Schwarze-Breite-Straße. Es kann davon ausgegangen werden, dass dadurch die Pegelwerte auf ein Maß reduziert werden konnten, das deutlich unterhalb der Schwelle zur Gesundheitsgefährdung liegt. Ob infolge der Maßnahme eventuell sogar die Orientierungswerte der DIN 18005 für allgemeine Wohngebiete eingehalten werden können, wird - den rechtlichen Standards entsprechend - 5 Jahre nach Verabschiedung der Lärmaktionsplanung, somit im Jahr 2022, ermittelt.

Bis dahin kann eine Überschreitung der Orientierungswerte nicht mit Sicherheit ausgeschlossen werden. In den Textteil des Bebauungsplans wurden daher Festsetzun-

gen zum Schutz vor schädlichen Umwelteinwirkungen aufgenommen, die im Falle der Neuerrichtung und im Falle genehmigungspflichtiger Änderungen an Gebäuden zu beachten sind.

Ergänzender Hinweis: Mit dem Bebauungsplan wird lediglich die Art der Nutzung entsprechend den überwiegend vor Ort vorhandenen Nutzungen als allgemeines Wohngebiet nach § 4 BauNVO neu festgesetzt – zu den Gründen vgl. Ausführungen unter den Ziffern 01, 02 und 04 dieser Begründung.

Der Bebauungsplan ermöglicht damit keine Entwicklung, die i.R. einer Beurteilung nach § 34 BauGB nicht ohnehin möglich gewesen wäre.

Zum Thema Fluglärm, bzw. bezüglich der Lage von Teilen des Geltungsbereichs innerhalb der Tag- bzw. der Nachtschutzzone für den Verkehrsflughafen Stuttgart kann festgestellt werden, dass die Ziffern 5 und 6 des § 5 (3) des Gesetzes zum Schutz gegen Fluglärm für den Geltungsbereich des Bebauungsplans zutreffen:

Demnach sind Wohnungen innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile nach § 34 BauGB sowie Wohnungen im Geltungsbereich eines nach der Festsetzung des Lärmschutzbereichs bekanntgemachten Bebauungsplans, wenn dieser der Erhaltung, der Erneuerung, der Anpassung oder dem Umbau von vorhandenen Ortsteilen mit Wohnbebauung dient, von den Bauverboten nach FlugLärmG nicht erfasst.

06. Kennzeichnung einer erheblich mit umweltschädlichen Stoffen belasteten Fläche

Im Altlastenkataster des Landkreises Esslingen wird das Flurstück Nr. 4918, Wilhelmstraße 4, aufgrund seiner Vornutzung (es befand sich dort bis zu einer Nutzungsänderung im Jahr 1985 eine mechanische Werkstätte) als „Altstandort“ und damit als sog. „B-Fall“ mit Handlungsbedarf bei nutzungsverändernden Eingriffen geführt.

Das Grundstück wurde daher im Bebauungsplan als Fläche gekennzeichnet, deren Boden u.U. erheblich mit umweltgefährdenden Stoffen belastet ist.

Es besteht somit das Erfordernis zu weitergehenden Untersuchungen, sobald bauliche Eingriffe auf dem Grundstück erfolgen.

07. Hinweis zum Bebauungsplanverfahren

Da durch die Festsetzungen dieses Bebauungsplans die Grundzüge der Planung nicht berührt sind und der sich aus der vorhandenen Eigenart der näheren Umgebung ergebende Zulässigkeitsmaßstab des bislang geltenden Regelwerks nicht wesentlich verändert wird, kann für diesen Bebauungsplan das vereinfachte Verfahren gem. § 13 BauGB angewendet werden. Die in § 13 Abs. 1, Nr. 1 und 2 hierfür genannten Voraussetzungen sind gegeben. Es gelten die Vorschriften nach § 13 Abs. 2 und 3:

somit kann von der frühzeitigen Unterrichtung und Erörterung nach § 3 Abs. 1 und § 4 Abs. 1 BauGB abgesehen werden; eine Umweltprüfung nach § 2 Abs. 4 BauGB ist nicht erforderlich und von der Erstellung eines Umweltberichts zum Bebauungsplan nach § 2a BauGB sowie von der zusammenfassenden Erklärung nach § 10 Abs. 4 BauGB kann ebenfalls abgesehen werden.

13.11.2019/05.03.2020
Stadt Ostfildern
Fachbereich 3 - Planung

Anlagen:

1. Konzept für Werbeanlagen der Fremdwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018
2. Konzept für Werbeanlagen der Eigenwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018

STADT OSTFILDERN
KREIS ESSLINGEN

**SATZUNG ÜBER ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFTEN gemäß § 74 LBO
für den Geltungsbereich des Bebauungsplans „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“**

GEMARKUNG NELLINGEN

A. Rechtsgrundlage dieser Satzung ist:

die Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. März 2010 (GBl. Nr. 7, S. 358), zuletzt geändert durch Gesetz vom 18.07.2019 (GBl. S. 313) m.W.v. 01.08.2019

B. Räumlicher Geltungsbereich der Satzung:

Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung ist identisch mit dem Geltungsbereich des Bebauungsplans „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“ entsprechend dem Lageplan des Fachbereichs 3 – Planung der Stadt Ostfildern vom 17.10.2019.

C. Sachlicher Geltungsbereich der Satzung:

Diese Satzung ist bei der Anbringung, Um- und Neugestaltung von Werbeanlagen sowie bei der Instandsetzungen derartiger Anlagen über den Bestandsschutz hinaus, anzuwenden.

01. Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen (§ 74 (1) Nr. 1 LBO für Werbeanlagen als bauliche Anlagen im Sinne des § 2 Abs. 1 LBO und § 74 (1) Nr. 2 für sonstige Werbeanlagen, die keine baulichen Anlagen im Sinne des § 2 Abs. 1 LBO sind und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind):
- 01.1 Begriffsdefinition: Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle Einrichtungen, die der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind. Hierzu gehören insbesondere Schilder, Beschriftungen, Einzelbuchstaben, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen, für Anschläge oder Lichtwerbung bestimmte Tafeln und Flächen sowie freistehende Werbeanlagen. Fahnen, Fahnenmasten und -galgen sind ebenso als Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung zu werten wie unmittelbar auf die Fassade aufgebrachte Werbung. Als Werbeanlagen im Sinne der Satzung gelten auch die Werbeanlagen gemäß § 2 Abs. 9 Ziff. 5 und 6 der Landesbauordnung.
- 01.2 Standorte von Werbeanlagen: Werbeanlagen sind ausschließlich an innerörtlichen Standorten zulässig. Sie dürfen keine optisch störende Wirkung in den Landschaftsraum entfalten. Daher dürfen Werbeanlagen an Außenwänden, die zum Landschaftsraum hin orientiert sind, nicht angebracht werden.
- 01.3 Beleuchtung und Lichtwerbung:
- Es können selbst leuchtende, angestrahlte oder hinterleuchtete Werbeanlagen verwendet werden.
 - Von beleuchteten Werbeanlagen darf keine Blendung bzw. Gefährdung des Verkehrs oder der Fußgänger ausgehen.
 - Unzulässig sind Werbeanlagen mit Blink-, Wechsel- und Lauflichtanlagen sowie Lichtprojektionen aller Art wie Bildwerfer und Filmwerbung oder Anstrahlung von Werbeanlagen durch sich bewegende Scheinwerfer oder ähnliche Elemente.

- Beleuchtete Werbeanlagen sind insektenfreundlich zu gestalten. Hierzu sind sie mit insektensicheren Kästen und unter Verwendung insektenfreundlicher Leuchtmittel auszuführen.
(Hinweis: Zur Minimierung von Beeinträchtigungen des Umfeldes durch Lichtemissionen eignen sich warmweiße LEDs, wenn möglich, mit UV-absorbierenden Leuchtenabdeckungen. Zusätzlich lassen sich Lichtemissionen durch eine Minimierung der Anzahl und Leistung der Lampen sowie durch kürzere Betriebszeiten weiter reduzieren).

02. Folgende Typen von Werbeanlagen sind ausschließlich auf öffentlichen Flächen zulässig:

- Werbeanlagen als City-Light-Postervitrinen im stehenden Rechteckformat, frei stehend oder in hierfür vorgesehene bauliche Strukturen integriert (z.B. in Wartehallen von Bushaltestellen oder sonstige Möblierungselemente des öffentlichen Raums), ein- oder beidseitig bestückt; Maximalgröße des Werbeträgers (Breite x Höhe): 1,30 x 2,50 m, Maximalgröße der werblich genutzten Ansichtsflächen (Papiergröße): 4/1-Format (119 x 168 cm); Beleuchtung/Hinterleuchtung zulässig, jedoch kein wechselndes oder bewegtes Licht, kein Einsatz von Bild-Wechselmechanismen
- Großtafelwerbungen (Papierformate bis 18/1, 356 x 252 cm) sind ausschließlich in Kombination mit Buswartehallen (Wartehallenrückseite als Tafelträger) zulässig, nur einseitig bestückt, mit Ausrichtung der Ansichtsseite zur Fahrbahn
- säulenförmige Werbeträger für mehrere kleinformatige Werbeplakate (sog. „Allgemeinstelle“) in runder oder eckiger Form als Litfaßsäule oder Stele; max. Umfang/Umring (bei eckigen Grundformen) des Werbeträgers: 4,00 m, max. Gesamthöhe: 3,60 m; Maximalgröße der einzelnen Werbeplakate: 4/1-Format (119 x 168 cm); Beleuchtung/Hinterleuchtung nicht zulässig

03. Folgende Typen von Werbeanlagen sind auf privaten Baugrundstücken zulässig, Lage und Größe dieser Werbeanlagen:

03.1 Lage parallel zu den Gebäudefassaden:

Werbeanlagen sind parallel zu Gebäudefassaden nur unterhalb der Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses und bis zu einer maximalen Größe von - im Einzelfall - maximal 10,0 m² je Werbeanlage, in der Summe maximal 15,0 m² je Gebäude / Gebäudeteil (bei seitlich aneinander gebauten Gebäuden) zulässig.

Oberhalb der Traufkante oder Gebäudeoberkante eines Gebäudes sind Werbeanlagen grundsätzlich unzulässig. Dies gilt auch für Giebelseiten von Gebäuden und für das unmittelbare Aufbringen von Werbung auf die Außenwand (z.B. in Form von Fassadenbeschriftungen).

03.2 Lage rechtwinklig zu Gebäudefassaden (Ausleger, Stechschilder):

Werbeanlagen können rechtwinklig zu Fassaden unterhalb der Fensterbrüstungen des ersten Obergeschosses angebracht werden, jedoch muss der Abstand zwischen Oberkante Gehweg bis Unterkante der Werbeanlagen den verkehrsrechtlichen Anforderungen entsprechen.

Rechtwinklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen sind zulässig bis zu

- einer Tiefe von max. 1,00 m (senkrecht zur Fassade gemessen)
- einer Höhe der Werbeanlage selbst von max. 1,00 m und
- einer Konstruktionsbreite von max. 30 cm

- 03.3 Fensterflächen: Alle Arten von Fenstern und Schaufenstern dürfen weder von innen noch von außen mit Plakaten oder anderen undurchsichtigen Materialien beklebt oder bemalt werden. Ausgenommen hiervon sind Schau- und Ladenfenster im Erdgeschoss, wenn die gestaltete Fläche insgesamt 25% der Glasfläche des jeweiligen Fensters nicht überschreitet.
- 03.4 Warenautomaten und Schaukästen zum Anbieten von Waren und Dienstleistungen sind nur an Gebäuden zulässig, jedoch sind sie so anzuordnen, dass sie maximal 30 cm in den öffentlichen Raum hineinragen.
- 03.5 Firmen-/ Inhaberschilder: Schilder, die Inhaber und Art gewerblicher Betriebe sowie Gebäude und Räume für die Berufsausübung freiberuflich Tätiger und solcher Gewerbetreibenden, die ihren Beruf in ähnlicher Weise ausüben, kennzeichnen, sind an dem betreffenden Gebäude oder an der Zuwegung zu diesem anzuordnen. Sind mehrere Schilder dieser Art an einem Gebäude notwendig, sind sie zu einer Einheit zusammenzufassen.

13.11.2019/05.03.2020
Stadt Ostfildern
Fachbereich 3 - Planung

Stadt Ostfildern
Kreis Esslingen

SATZUNG ÜBER ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFTEN GEM. § 74 LBO
für den Geltungsbereich des Bebauungsplans „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“

Gemarkung Nellingen

BEGRÜNDUNG ZUR SATZUNG ÜBER ÖRTLICHE BAUVORSCHRIFTEN

01. Erfordernis der Planung

Die Stadt Ostfildern beabsichtigt die städtebauliche, funktionale und gestalterische Aufwertung der Hauptverkehrsachsen im Stadtteil Nellingen und der an diese angrenzenden Bereiche.

Das Plangebiet für das der gleichnamige Bebauungsplan und diese örtlichen Bauvorschriften gem. § 74 LBO aufgestellt werden, erstreckt sich entlang einer der o.g. Hauptverkehrsachsen, der Denkendorfer- und über ein kleines Teilstück der Esslinger Straße. Der Geltungsbereich grenzt im Norden unmittelbar an den zentralen Geschäftsbereich Nellingsens an.

Im Plangebiet überwiegt die Wohnnutzung, jedoch kommen auch vereinzelt wohngebietsverträgliche gewerbliche Nutzungen, insbesondere Gastronomie, Ladengeschäfte und Dienstleistungen vor.

Vor diesem Hintergrund kommt einem Regelwerk zur rechtlichen Steuerung von Werbeanlagen besondere Bedeutung zu: diese sind meist weithin sichtbar, auf direkte Wahrnehmung im Straßenraum sich bewegender Verkehrsteilnehmer ausgerichtet und können damit große Präsenz im öffentlichen Raum zulasten von Stadtgestaltung und Aufenthaltsqualität entfalten. Es ist zu befürchten, dass Maßstäblichkeit und individuelle Gestaltung der vorhandenen Bebauung durch überdimensionierte und aufdringlich gestaltete Werbeanlagen längerfristig überformt und dominiert wird. Der Trend der Werbung, die Wirkung anderer Werbeanlagen zu überbieten, gerät damit in Konkurrenz zu dem Interesse der Bürgerinnen und Bürger am charakteristischen Bild ihrer Stadt.

Die Anforderungen der Landesbauordnung Baden-Württemberg (LBO) setzen der Gestaltung von Werbeanlagen zwar einen rechtlichen Rahmen, reichen jedoch nicht aus, die divergierenden Ansprüche von Werbung und Stadtbildpflege zu harmonisieren. Somit ergibt sich, dass der Thematik in hiervon betroffenen Bereichen nur mit einer Bauvorschrift begegnet werden kann, die Zulässigkeit, Anordnung und Größe von Werbeanlagen definiert.

Die Stadt Ostfildern ist sich dabei bewusst, dass Werbung in einer Marktwirtschaft nicht nur unentbehrlich, sondern auch wechselnden Modetrends unterworfen ist. Die Gestaltung ist sowohl von der Art der angebotenen Dienstleistung oder Ware abhängig, als auch von den ästhetischen Vorstellungen der Anbieter wie der Angesprochenen.

02. Regelungsgehalt der Satzung

Vorhandene Werbeanlagen sind überwiegend dem Typus „Eigenwerbung“ (Werbung an der Stätte der Leistung / Hinweis auf bestehende Gewerbeeinheiten, Ladengeschäfte und vor Ort erbrachte Dienstleistungen) zuzuordnen. Es gibt jedoch auch einige Werbeanlagen des Typs „Fremdwerbung“. Hierbei handelt es sich um Werbeanlagen, die nicht an der Stätte der Leistung errichtet sind. Damit gelten sie im Sinne der BauNVO als eigenständige Hauptnutzung, als sonstiger Gewerbebetrieb / bzw. sonstige gewerbliche Nutzung.

Bislang befinden sich derartige Werbeanlagen überwiegend auf öffentlicher Fläche: an Buswartehallen und in Form einer Litfaßsäule im Einmündungsbereich der Wilhelm- in die Denkendorfer Straße. Darüber hinaus finden sich an einigen Einfriedi-

gungen privater Baugrundstücke Werbeplakate und Banner, die ebenfalls dem Typus „Fremdwerbung“ zuzuordnen sind. Für diese Werbeanlagen liegen in der Regel keine Baugenehmigungen vor.

Beide Ausformungen bedürfen der rechtlichen Steuerung. Die stadtgestalterischen Anforderungen werden im Rahmen dieser Satzung über örtliche Bauvorschriften gem. § 74 LBO geregelt, während eine Neudefinition des Zulässigkeitsrahmens von Fremdwerbung im Zuge der Aufstellung des gleichnamigen Bebauungsplans „Denkendorfer-/ Esslinger Straße“ erfolgt.

Die Komplexität der Zusammenhänge würde eine bis ins Detail gehende Bauvorschrift in relativ kurzer Zeit überholt erscheinen lassen. Die Anforderungen an die Gestaltung sind daher ausschließlich städtebaulicher Natur, wie Standort/Lage von Werbeanlagen an und im Zusammenhang mit Gebäuden, Gliederung, Größenbeschränkungen etc.

Im Satzungstext wird unterschieden zwischen Werbeanlagen, die ausschließlich auf öffentlicher Fläche zulässig sind (i.d.R. Werbeanlagen der Fremdwerbung) und solchen, die auf privaten Baugrundstücken zulässig sind. Die letztgenannte Art kann nach dem planungsrechtlich erfolgten Ausschluss von Fremdwerbung für die privaten Baugrundstücke zukünftig nur noch als Werbung an der Stätte der Leistung, somit als Werbeanlagen der Eigenwerbung, errichtet werden.

Die örtlichen Bauvorschriften sind unter Berücksichtigung des Verhältnismäßigkeitsprinzips, des Eigentumsrechts und der Kunstfreiheitsgarantie entwickelt. Die Einschränkungen, die sich für die Werbenden ergeben, stehen in einem vertretbaren Verhältnis zur angestrebten Verbesserung des Stadtbildes. Werbung wird durch das Regelwerk nicht generell ausgeschlossen, sondern nur quantitativ eingeschränkt. Die Festsetzungen beruhen auf sachgerechten Erwägungen und berücksichtigen die vorhandene städtebauliche Situation. Sie lassen - trotz der durch das Regelwerk vorgegebenen Einschränkungen – ausreichend breiten Gestaltungsspielraum für Eigentümer und Entwerfer, sowohl hinsichtlich der Materialwahl, als auch hinsichtlich der Gestaltung im Detail.

03. Begründung der Festsetzungen im Einzelnen

Zur Begriffsdefinition von Werbeanlagen (Ziff. 01.1 der Satzung):

Werbeanlagen gemäß § 2 Abs. 9 Ziff. 5 und 6 der Landesbauordnung Baden-Württemberg (Auslagen und Dekorationen in Schaufenstern und Schaukästen und Werbemittel an Verkaufsstellen für Zeitungen und Zeitschriften) werden von der vorliegenden Satzung erfasst, da von Ihnen eine erhebliche Beeinträchtigung des Ortsbilds ausgehen kann und eine Differenzierung zu den beschränkten Werbeanlagen nach Ziff. 02 dieser Satzung in der Praxis kaum möglich und städtebaulich nicht sinnvoll ist.

Zu den Regelungen für Beleuchtung und Lichtwerbung (Ziff. 01.2 der Satzung):

Die Sichtbarmachung der beworbenen Leistungen und Produkte auch am Abend und in der Nacht zählt zu den wesentlichen Aufgaben von Werbung.

Jedoch können besonders auffällig leuchtende, mit bewegtem oder wechselndem Licht ausgestattete Werbeanlagen im öffentlichen Raum besonders störend wirken,

mit dem Ergebnis eines Übermaßes von unerwünschten Licht- und Blendeffekten. Im Plangebiet sind deshalb nur selbst leuchtende, angestrahlte oder hinterleuchtete Werbeanlagen zulässig, sofern von deren Leuchtquellen keine Blendwirkung ausgeht.

Ausgeschlossen hingegen sind alle Arten bewegten oder wechselnden Lichts. Dass solche Lichtanlagen auch einen ästhetischen Reiz haben können, zeigen Jahrmärkte, Großstadtboulevards und Vergnügungsviertel, die vor allem nachts zur Geltung kommen. Für den Einkaufsbereich und die Ortsdurchfahrten eines Stadtteils in der Größe und Ausprägung Nellingens erscheint eine solche Art der Werbung jedoch als nicht angemessen.

Da unter den Voraussetzungen des Rückgangs der Artenvielfalt dem Insektenschutz besondere Bedeutung zukommt, wurde eine weitere Festsetzung in die örtlichen Bauvorschriften eingefügt, mit der einer insektenfreundlichen Ausführung beleuchteter Werbeanlagen Rechnung getragen wird.

Zu den Beschränkungen für Werbeanlagen, die ausschließlich auf öffentlichen Flächen zulässig sind (Ziff. 02 der Satzung):

Die Gestaltungsvorschriften zu diesem Themenbereich orientieren sich einerseits an den bereits vorhandenen Anlagen dieses Typs, andererseits an den Gestaltungsgrundsätzen und Verordnungsregeln des „Konzepts für Werbeanlagen der Fremdwerbung in Ostfildern-Nellingen“ (ISA, Stuttgart, Dezember 2018 – Anlage zu dieser Begründung). Mit den Vorschriften soll sichergestellt werden, dass die Werbeanlagen gestalterisch in ihre Umgebung eingebunden sind, die Auswahl der Trägersysteme, Werbemittel und Plakatgrößen auf wenige Formate beschränkt bleibt und die von diesen Anlagen ggf. ausgehenden Störungswirkungen, wie andere Anlagen überstrahlende Leuchtwirkung, mögliche Ablenkung und Sicherheitsbeeinträchtigung (z.B. durch zeitlich getaktete Wechselmechanismen etc.) auf ein vertretbares Maß reduziert werden.

Die Festlegung auf nur wenige Typen von Trägersystemen soll vor allem der Einheitlichkeit und gestalterischen Durchgängigkeit entlang ein und desselben Straßenraums dienen. Die Festlegung auf maximale Plakatgrößen erfolgt vor dem Hintergrund, dass diese Anlagen nicht in Konkurrenz zu bestehenden Anlagen der Eigenwerbung treten sollen.

Zu den Beschränkungen von Werbeanlagen, die auf privaten Baugrundstücken zulässig sind, Lage und Größe dieser Werbeanlagen (Ziff. 03 der Satzung):

Werbeanlagen auf privaten Baugrundstücken sind lt. den Bebauungsplanfestsetzungen zukünftig nur noch als Werbeanlagen der Eigenwerbung zulässig.

Sie können als verhältnismäßig unproblematisch angesehen werden, sofern Sie bestimmte Größen nicht überschreiten und die Mäßstäblichkeit zwischen Gebäude und Werbeanlagen insgesamt gewahrt bleibt. Die Vorgaben innerhalb dieses Themenbereichs wurden daher so gewählt, dass den Bedürfnissen nach Eigenwerbung der auf den Grundstücken jeweils angesiedelten Nutzungseinheiten in der Mehrzahl der Fälle entsprochen werden kann.

Fassaden, die durch überdimensionierte Werbeanlagen, z.B. in Form von großflächigen Schriftbändern o. ä., zu ausschließlichen Werbeträgern werden, beeinträchtigen

das Stadtbild in erheblichem Maß. Die Größenbeschränkung bei parallel zur Fassade angebrachten Anlagen von 10,0 m² im Einzelfall (in der Summe 15,0 m² je Gebäude/Gebäudeteil – Ziff. 03.1) erlaubt daher einerseits eine ausreichende Flächengröße zur werblichen Präsentation der Gebäudenutzer, verhindert jedoch die weitergehende Beeinträchtigung des öffentlichen Raums durch überdimensionierte Werbeanlagen. Die Beschränkung der Höhe bzw. der Lage unterhalb der Fensterbrüstung des ersten Obergeschosses führen notwendigerweise zur Verhinderung von Werbeanlagen mit vertikaler Flächenausdehnung (z.B. in Form vertikaler Schriftbänder). Solche vertikalen Werbeanlagen könnten sonst bis unter die Dachtraufe kleinerer Gebäude reichen und damit die Wirkung der Architektur im Straßenbild völlig zurückdrängen.

Ausleger sind wie viele vertikale Schriftbänder, die senkrecht vor die Fassade treten, geeignet, im Straßenbild besonders für den Fußgänger zu dominieren, da sich der Fußgängerverkehr auf die relativ schmalen Fußwege entlang der Gebäude konzentriert. Der Raumeindruck wird dabei durch die optisch kompakten, selten individuell gestalteten Leuchtkästen bestimmt. Sinn der Vorschriften über die Ausleger ist es deshalb, deren Größe und damit ihre dominierende Wirkung zu beschränken. Die Beschränkungen für rechtwinklig zur Fassade angebrachte Werbeanlagen orientieren sich an den Größenvorgaben für nach der Landesbauordnung Baden-Württemberg verfahrensfrei herstellbare Werbeanlagen (max. 1,0 m² - Ziff. 03.2).

Die noch vor wenigen Jahren als notwendig angesehene Größe von Schaufenstern führte zu hohen Kosten bei der Gestaltung der Schaufensterauslagen. Veränderte Verkaufs- und Werbemethoden führen nunmehr – vor allem bei bestehenden Nutzungseinheiten - zum Bekleben von Fenstern und Schaufenstern mit häufig sehr bunten und „schreienden“ Werbeplakaten, z.B. mit Hinweisen auf Sonderangebote, aber auch zur optischen Reduzierung der Schaufensterflächen (Guckloch-Effekt) zum Anlocken von Kunden. Derartige Beklebungen führen aufgrund ihrer optischen Präsenz im öffentlichen Raum zu den nachhaltigsten Verunstaltungen des Stadtbildes, da sie die ursprüngliche gestalterische Einheit von Gebäude und Schaufenster aufheben, durch ihre Flächigkeit kaum ein Licht- und Schattenspiel zulassen und eine stadtgestalterisch nicht vertretbare Verödung der Fassaden nach sich ziehen, indem die Öffnungen nur noch wie Blindfenster wirken.

Ein völliger Ausschluss dieser Beklebungen würde jedoch zu wirtschaftlichen Nachteilen für einige Betriebe führen. Daher ist als Ergebnis einer Abwägung zwischen öffentlichen und privaten Belangen ein Anteil von 25 % der Fensterflächen, die mit Werbeplakaten versehen werden dürfen, als angemessen und vertretbar zu betrachten (Ziff. 03.3).

Warenautomaten und kommerzielle Schaukästen bestimmen sehr wesentlich das Stadtbild aus der Sicht der Fußgänger. Die entsprechenden Vorschriften sollen bewirken, dass derartige Anlagen besser in das Gesamtbild eines Gebäudes und seiner Umgebung eingefügt werden. Um Behinderungen des Fußgängerverkehrs auf angrenzenden Gehwegen auszuschließen, dürfen Warenautomaten und Schaukästen maximal 30 cm in den öffentlichen Raum hineinragen (Ziff. 03.4).

Auf die Gestaltung von Firmen-/ Inhaberschildern für Gewerbetreibende und freiberuflich Tätige etc. soll kein Einfluss genommen werden, da diese nur geringen Einfluss

auf das Bild des Gebäudes als Ganzes ausüben. Sinnvoll ist jedoch die geordnete, gruppenweise Zusammenfassung am Gebäude selbst oder am Zugang zu diesem (Ziff. 03.5).

Trotz der hier im Einzelnen aufgelisteten Einschränkungen bleibt für Werbeanlagen der Eigenwerbung an Gebäuden ein ausreichend großer Gestaltungsspielraum, so dass wirtschaftliche Nachteile für die werbenden Betriebe ausgeschlossen sind.

13.11.2019/05.03.2020
Stadt Ostfildern
Fachbereich 3 - Planung

Anlagen:

1. Konzept für Werbeanlagen der Fremdwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018
2. Konzept für Werbeanlagen der Eigenwerbung in Ostfildern-Nellingen, Internationales Stadtbauatelier (ISA), Stuttgart, Dezember 2018

KONZEPT FÜR WERBEANLAGEN DER FREMDWERBUNG IN OSTFILDERN-NELLINGEN



INHALTSVERZEICHNIS

KONZEPT FÜR WERBEANLAGEN DER FREMDWERBUNG IN OSTFILDERN-NELLINGEN

01	PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG	004
02	BEISPIELE DER FREMDWERBUNG IM BESTAND	005
03	BEURTEILUNG DER FREMDWERBUNG IM BESTAND	015
04	STECKBRIEFE RAUM- UND GEBÄUDEKATEGORIEN	018
05	STECKBRIEFE FREMDWERBUNG	026
06	MATRIX WERBETRÄGER / RAUM- & GEBÄUDEKATEGORIEN	040
07	VERORTUNGSKONZEPT	050
08	POSITIONIERUNGSREGELN IM ÖFFENTLICHEN RAUM	056

1 PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG

- Das Plangebiet für die Untersuchung der Bestandssituation sowie für die Konzeptentwicklung der Fremdwerbung erstreckt sich auf die zentralen Achsen im Ortsteil Nellingen der Stadt Ostfildern:
 - Hindenburgstraße
 - Esslinger Straße
 - Denkendorfer Straße
 - Otto-Schuster-Straße nördlich der Hindenburgstraße
- Die vorhandenen Standorte sollen auf ihre Lage- und Dichteverteilung sowie charakteristische Problemfelder der Fremdwerbung im Stadtbild untersucht werden.

CHARAKTERISTISCHE PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG

- Bei der Verwendung von Fremdwerbung treten häufig charakteristische Problemfelder auf, die im Folgenden aufgelistet werden.
- Anschließend werden die Standorte für Fremdwerbung in Nellingen auf die Problemfelder überprüft.

QUANTITÄT

- Hohe Anzahl von Fremdwerbung im Stadtbild
- Konzentration von Fremdwerbung an einem Standort

QUALITÄT

- Verwendung von Werbeträgern mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

ABSTIMMUNG UNTEREINANDER

- Mehrere Typen von Fremdwerbung an einem Standort
- Hohe Dichte von Eigenwerbung in der Umgebung

DYNAMIK

- Wechslermechanismus erzeugt stadtbilduntypische Dynamik

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Keine Abstimmung der Beleuchtung mit umliegenden Nutzungen / Konkurrenz zu Straßenbeleuchtung und Objektanstrahlungen der Umgebung
- Beleuchtung strahlt über den Ortsrand hinaus in die freie Landschaft

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich des öffentlichen Straßenraums

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Verstellen von Ansichten und Sichtachsen
- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe
- Beeinträchtigung von Elementen mit besonderer Stadtbildbedeutung (z.B. Kirche, Markante Gebäude)
- Keine Integration in kleinteilige Raum- und Nutzungsstruktur
- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbeträger mit Fernwirkung

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr
- Einschränkung der Sichtbarkeit von Fußgänger/innen in Kreuzungsbereichen, an Fußgängerüberwegen, an Haltestellen
- Orientierung quer zur Fahrtrichtung

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept

2 BEISPIELE DER FREMDWERBUNG IM BESTAND

STANDORT BUSHALTESTELLE
PAULINENSTRABE

TYP DES WERBETRÄGERS

- In Bushaltestelle integrierte Großfläche

PROBLEMFELDER DER
FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUALITÄT

- Verwendung von Werbeträger mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Dominanz gegenüber Informationstafeln / Verkehrsschildern

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



STANDORT BUSHALTESTELLE
NELLINGEN OSTFILDERN

TYP DES WERBETRÄGERS

- In Bushaltestelle integriertes City-Light-Poster

PROBLEMFELDER DER
FREMDWERBUNG AM STANDORT

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr
- Orientierung quer zur Fahrtrichtung



STANDORT BUSHALTESTELLE STEINEN

TYP DES WERBETRÄGERS

- In Bushaltestelle integriertes City-Light-Poster

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr
- Orientierung quer zur Fahrtrichtung



STANDORT BUSHALTESTELLE
DENKENDORFER STRABE

TYP DES WERBETRÄGERS

- In Bushaltestelle integrierte Großfläche

PROBLEMFELDER DER
FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUALITÄT

- Verwendung eines Werbeträgers mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Dominanz gegenüber Informationstafeln / Verkehrsschildern

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Keine Integration in kleinteilige Raum- und Nutzungsstruktur

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



STANDORT DENKENDORFER STRASSE 16

TYP DER FREMDWERBUNG

- An Einfriedungen angebrachte Ansammlung von Kleinplakaten

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUANTITÄT

- Konzentration von Fremdwerbung an einem Standort

QUALITÄT

- Verwendung von Werbeträgern mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

ABSTIMMUNG UNTEREINANDER

- Mehrere Typen von Fremdwerbung an einem Standort

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Dominanz gegenüber Informationstafeln / Verkehrsschildern

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept



STANDORT ESSLINGER STRABE 46

TYP DER FREMDWERBUNG

- An Einfriedungen angebrachte Ansammlung von Kleinplakaten

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUANTITÄT

- Konzentration von Fremdwerbung an einem Standort

QUALITÄT

- Verwendung von Werbeträgern mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

ABSTIMMUNG UNTEREINANDER

- Mehrere Typen von Fremdwerbung an einem Standort

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept



STANDORT ESSLINGER STRABE 39

TYP DER FREMDWERBUNG

- An Einfriedungen angebrachte Ansammlung von Kleinplakaten

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUANTITÄT

- Konzentration von Fremdwerbung an einem Standort

QUALITÄT

- Verwendung von Werbeträgern mit Tendenz zur Abwertung des Umfelds
- Vandalismusanfälligkeit
- Materialmängel

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept



HINDENBURGSTRASSE / RIEGELSTRASSE

TYP DES WERBETRÄGERS

- Säule / Stele

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

ABSTIMMUNG UNTEREINANDER

- Hohe Dichte von Eigenwerbung in der Umgebung

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich des öffentlichen Straßenraums



EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept



HINDENBURGSTRASSE / MUTZENREIS- STRASSE

TYP DES WERBETRÄGERS

- Säule / Stele

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

ABSTIMMUNG UNTEREINANDER

- Hohe Dichte von Eigenwerbung in der Umge-
bung

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Dominanz gegenüber Informationstafeln / Ver-
kehrsschildern

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich des öffentlichen
Straßenraums

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßen-
verkehr
- Einschränkung der Sichtbarkeit von Fußgänger/
innen in Kreuzungsbereichen, an Fußgänger-
überwegen, an Haltestellen

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIE- RUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen
Konzept



DENKENDORFER STRABE / WILHELM-STRABE

TYP DES WERBETRÄGERS

- Säule / Stele

PROBLEMFELDER DER FREMDWERBUNG AM STANDORT

QUALITÄT

- Vandalismusanfälligkeit

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich des öffentlichen Straßenraums



VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr
- Einschränkung der Sichtbarkeit von Fußgänger/innen in Kreuzungsbereichen, an Fußgängerüberwegen, an Haltestellen

EINZELFALLBEZOGENE POSITIONIERUNG

- Positionierung folgt keinem gesamtstädtischen Konzept



3 BEURTEILUNG DER FREMDWERBUNG IM BESTAND

TYPEN DER FREMDWERBUNG

- Im Untersuchungsgebiet wurden 10 Standorte mit Fremdwerbung beobachtet.
- Hierbei treten folgende Typen von Werbeträgern auf:
 - 3 Standorte mit Fremdwerbung in Form von Säulen oder Stelen
 - 2 Standorte mit Fremdwerbung in Form von in Bushaltestellen integrierte Großflächen
 - 2 Standorte mit Fremdwerbung in Form von in Bushaltestellen integrierte City-Light-Poster
 - 3 Standorte mit an Einfriedungen angebrachten Ansammlungen von Kleinplakaten
- Zudem wurden im Untersuchungsgebiet 2 Standorte mit Informationsmaterial beobachtet.
 - 1 Informationsstele der Stadtbahn auf dem Platz der Stadtbahnhaltestelle Nellingen Ostfildern
 - Informationspaneelle der Stadt Ostfildern in den Ausmaßen einer Großfläche im Ortseingangsbereich der Denkendorfer Straße

LAGE UND ANZAHL DER FREMDWERBUNG

- Die Anzahl der Standorte mit Fremdwerbung ist mit 10 Standorten zum gegenwärtigen Zeitpunkt als relativ gering zu beurteilen.
- Die Standorte sind relativ gleichmäßig im Untersuchungsgebiet verteilt. Es tritt keine Häufung von Standorten von Werbeträgern in einem bestimmten Bereich auf.
- Im Gesamtbild tragen die geringe Dichte und die Gleichverteilung der Standorte der Fremdwerbung zu einer geringen Auswirkung der Fremdwerbung auf das Stadtbild bei.
- Im Bereich der Hindenburgstraße liegt eine hohe Konzentration von Eigenwerbung von Gewerbetreibenden und Einzelhandel vor. Im Zusammenwirken von Fremd- und Eigenwerbung kommt es hier zu einer Konzentrationswirkung von Werbung.

FREMDWERBUNG AN UND OHNE WERBETRÄGERN

- Die vorhandenen Typen der Fremdwerbung lassen sich auf verschiedene Art und Weise untergliedern.
- Die Mehrzahl der Standorte mit Fremdwerbung in Nellingen folgt dem Modell der Kombination von Werbeträgern und Werbemitteln.
- Hierbei sind die Träger fest installierte bauliche Anlagen, an denen Werbemittel (Plakate) zeitlich begrenzt angebracht sind.
 - Säulen oder Stelen
 - In Bushaltestellen integrierte Großflächen
 - In Bushaltestellen integrierte City-Light-Poster
- Bei einem weiteren Typ der Fremdwerbung wird hingegen kein Werbeträger verwendet. Es erfolgt eine ungeordnete Anbringung von Werbemitteln (Plakate) an Einfriedungen.

STANDORTE DER FREMDWERBUNG AN WERBETRÄGERN

- Hier findet sich nur ein Werbeträger pro Standort. Dadurch ergibt sich grundsätzlich ein geordnetes Bild an den Standorten.
- Nachteile an diesen Standorten ergeben sich generell durch eine Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr.
- Der Werbeträger der Großfläche weist zudem eine Tendenz zur Abwertung des Umfelds, Vandalismusanfälligkeit und Materialmängeln auf.
- Die Werbeträger City-Light-Poster und Großfläche sind im Untersuchungsgebiet in Bushaltestellen integriert. Im Gegensatz dazu befinden sich die Säulen/Stelen im Laufbereich des öffentlichen Raums.
- Der Werbeträger Großfläche verfügt innerhalb der Bushaltestellen über eine Dominanz gegenüber den Informationstafeln.

STANDORTE DER FREMDWERBUNG OHNE WERBETRÄGER

- An diesen Standorten finden sich Konzentrationen von ungeordnet angebrachten Postern mit unterschiedlichen Maßen.
- Die ungeordnete Art der Anbringung, teilweise Materialmängel und die Vandalismusanfälligkeit führen hier zu einer Abwertung des Umfelds.
- Die Anordnung in Reihe an einem Standort bedingt zudem eine visuelle Verdichtung.
- Generell führen auch die Werbemittel ohne Werbeträger zu einer Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr.

KONZEPTIONELLE BEURTEILUNG

- Im Untersuchungsgebiet sind bezüglich der Standorte mit Werbeträgern positive konzeptionelle Ansätze erkennbar:
 - Integration von Werbeträgern in Bushaltestellen, die ausreichend Raum für die Aufstellung von Unterständen bieten.
 - Vermeidung von freistehenden Standorten von Großflächen
 - Aufstellen von Säulen / Stelen an Standorten, an denen der öffentliche Raum relativ großzügig bemessen ist.
- Konzeptionell sind an Standorten mit Werbeträgern zudem weitere Verortungskriterien zu berücksichtigen:
 - Stadtbildverträglichkeit des spezifischen Werbeträgers am einzelnen Standort
 - Abstimmung mit der Dichte der umliegenden Eigenwerbung am Standort
- Standorte an denen Werbemittel ohne Werbeträger angebracht werden sind aus konzeptioneller Sicht deutlich negativer zu beurteilen.
 - Geringe konzeptionelle Steuerbarkeit
 - Stärkere Abwertung des Stadtbilds

- Es sollten daher folgende Grundsätze in der Konzeptentwicklung angewandt bzw. beibehalten werden:
 - Steuerung der Standortbereiche der Fremdwerbung
 - Vermeidung von Fremdwerbung ohne Werbeträger
 - Qualitative Werbeträger zur Anbringung von Fremdwerbung
 - Abstimmung der Standorte der Fremdwerbung mit der Konzentration umliegender Eigenwerbung



4 STECKBRIEFE RAUM- UND GEBÄUDEKATEGORIEN

MARKANTES GEBÄUDE

BESCHREIBUNG

- Markante Gebäude sind regional bzw. lokal bedeutende Konstruktionen, die zum Image Nellingens beitragen.
- Hierzu zählen auch markante Industrie- und Gewerbebauten.
- Unter der Kategorie häufen sich Gebäude und Elemente unter Denkmalschutz.
- Die Kategorie weist teilweise touristische Relevanz auf.



BEISPIELE IN NELLINGEN

- St.-Blasius-Kirche
- Propstei
- Zentrum an der Halle
- Fruchtkasten

ATTRAKTIVITÄT FÜR WERBETREIBENDE

- Gesteigerte Frequenz an den Standorten
- Auffälligkeit der markanten Gebäude

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: gering
- Eine besondere Sensibilität gegenüber Werbung ergibt sich aufgrund folgender Punkte:
 - Relevanz für Orientierung in der Stadt
 - Relevanz für das Stadtbild
 - Relevanz für das Stadtimage



ZIELVORSTELLUNG

- Im direkten Umfeld und innerhalb von Sichtbeziehungen auf das markante Gebäude eignet sich generell nur dezente Werbung.



KULTUREINRICHTUNG

BESCHREIBUNG

- Kultureinrichtungen schließen z.B. Theater, Konzertplätze, Museen, Galerien, Kinos ein.
- Zu unterscheiden sind Fremdwerbung und Informationen der Kultureinrichtungen über kulturelle Darbietungen.

BEISPIELE IN NELLINGEN

- Zentrum an der Halle
- Stadtbücherei

ATTRAKTIVITÄT FÜR WERBETREIBENDE

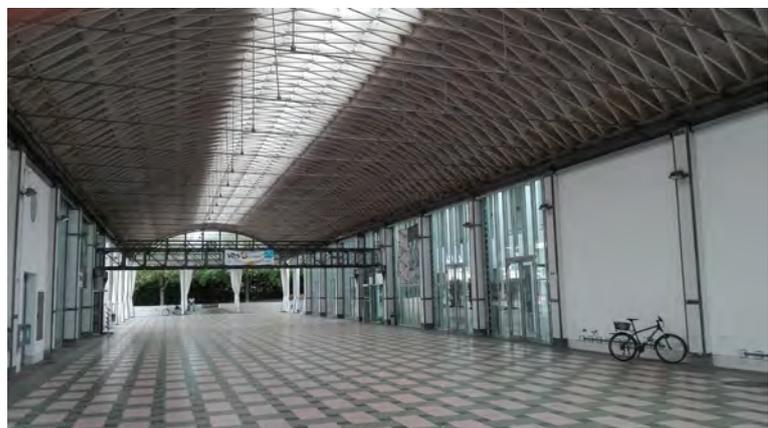
- Gesteigerte Frequenz an den Standorten
- Teilweise Prestigetragtheit der Standorte

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: mittel
- Kultureinrichtungen sind zweifach gegenüber Werbung sensibel:
 - Aufgrund ihrer kulturellen Bedeutung
 - Als exponiertes „Aushängeschild“ mit Vorbildfunktion für quantitativ und qualitativ sinnvolle Eigenwerbung

ZIELVORSTELLUNG

- Im direkten Umfeld und innerhalb von Sichtbeziehungen auf Kultureinrichtungen eignet sich generell nur dezente Werbung.
- Eine Vermischung von kultureller Information und Fremdwerbung ist hier generell nicht zu empfehlen. Sie führt dazu, dass die gesamte Information visuell als Werbung wahrgenommen wird.
- Hinweisschilder, Leitsysteme, kulturelle Informationen bleiben unberührt.



RELIGIÖSE GEBÄUDE

BESCHREIBUNG

- Religiöse Gebäude haben einen großen Stellenwert für das Stadtbild. Speziell Kirchtürme verfügen über große Fernwirkung und sind wichtige Orientierungspunkte in der Stadt.
- Die kulturelle und religiöse Bedeutung macht einen dezenten Umgang mit Werbung notwendig.

BEISPIELE IN NELLINGEN

- St.-Blasius-Kirche
- Kirche Heilige Dreifaltigkeit

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: gering
- Die Wichtigkeit von Kirchen für das Stadtbild und die religiöse Funktion der Gebäude verursachen eine hohe Sensibilität gegenüber Werbung.

ZIELVORSTELLUNG

- Im direkten Umfeld und innerhalb von Sichtbeziehungen auf religiöse Gebäude nur dezente Werbung
- Gilt sowohl im öffentlichen Raum als auf privaten Grundstücken.



QUARTIERSPLATZ

BESCHREIBUNG

- Auf Quartiersplätzen dominieren Funktionen für die Bewohner/innen der benachbarten Wohnbereiche
 - Treffpunkt
 - Quartierskommunikation
 - Aufenthaltsfläche
 - Kleinteilige Nutzungsstrukturen
 - Lokale



BEISPIELE IN NELLINGEN

- Klosterhof
- Kreuzung Hindenburgstraße / Riegelstraße

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: gering
- Konsum und Werbung spielen auf Quartiersplätzen eine untergeordnete Rolle.
- Quartiersplätze sind vielmehr geprägt durch Sensibilität gegenüber Werbung (speziell gegenüber Großformaten).
- Generell lassen sich durchgestylte, verglaste Werbeträger in dem lokalen Milieu schlechter integrieren als bspw. beklebte Säulen in der Formensprache der Quartierskommunikation.



ZIELVORSTELLUNG

- Werbeträger sollen sich in die kleinteiligen Nutzungsstrukturen integrieren.
- Werbeträger auf einige Formate beschränken, die sich mit anderen Nutzungen kombinieren lassen
- Wechselanlagen und bewegte Bilder sollen ausgeschlossen werden.
- Menge der Werbeträger soweit begrenzen, dass Raum für Quartierskommunikation (Schwarzes Brett, Klebezettel) bleibt



STADTPLATZ

BESCHREIBUNG

- Stadtplätze sind von Bedeutung für die Identifikation der Bewohner/innen mit der Stadt.
- Verfügen ebenfalls über repräsentative Eigenschaften und prägen das Image der Stadt mit
- Darüber hinaus verfügen sie über einen wichtigen täglichen Gebrauchswert:
 - Einkaufen
 - Verkehrsknotenpunkte

BEISPIELE IN NELLINGEN

- Platz an der Stadtbahnhaltestelle
- Platz an der Halle

ATTRAKTIVITÄT FÜR WERBETREIBENDE

- Für Werbetreibende sind Stadtplätze aufgrund der hohen Frequenzen wichtig:
 - Tourist/innen
 - Verkehrsteilnehmer/innen
 - Einkaufende

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: mittel
- Konsum und Einzelhandel sind durchaus Bestandteile von Stadtplätzen
- Allerdings liegt auch eine Sensibilität gegenüber Werbeträgern vor aufgrund der Bedeutung der Stadtplätze für:
 - Image der Stadt
 - Identifikation der Bewohner
- Dies geht mit Qualitätsansprüchen an Werbung im öffentlichen und privaten Raum einher.

ZIELVORSTELLUNG

- Im öffentlichen Raum von Stadtplätzen Schwerpunkt auf mittelgroße Werbeträger (bspw. Säulen) legen
- Großformatige Werbeflächen und zahlreiche Kleinstwerbeflächen (an Laternenmasten, Fahrradständern usw.) vermeiden



STADTEINGANG

BESCHREIBUNG

- Räumlich, bauliche Akzentuierung des Übergangsbereichs von größeren Freiräumen zu bebauten Gebieten oder zwischen bebauten Gebieten mit unterschiedlicher Stadtstruktur
- Wirkt in Ballungsräumen undefiniertem Flächenwachstum entgegen
- Funktionen im Stadtbild:
 - Vernetzungsfunktion
 - Orientierungsfunktion
 - Imagefunktion

BEISPIELE IN NELLINGEN

- Stadteingang Esslinger Straße
- Stadteingang Kreuzbrunnenstraße



ATTRAKTIVITÄT FÜR WERBETREIBENDE

- Für Werbeträger grundsätzlich Bereich von Interesse:
 - Fernwirkung
 - Prägung des Stadtimages

WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: mittel
- Stadteingang muss erkennbar und nachvollziehbar sein
- Hohe Bedeutung für Stadtbild, Orientierung, Fernwirkung bedingen hohe Sensibilität
- Werbung (insbesondere großformatige Werbung) bedingt hier große Fernwirkung
- Stadteingänge haben als Imageträger zentrale Bedeutung für Außenwirkung der Stadt



ZIELVORSTELLUNG

- Werbung darf nicht physische Wirkung des Stadteingangs dominieren (großformatige Werbung)
- An gewerblich geprägten Stadteingängen sollten Sammelwerbeträger installiert werden, um ein geordnetes Erscheinungsbild zu erzielen.
- Werbung darf nicht Fernwirkung auf die freie Landschaft entfalten
- Lichtintensive Werbung in Richtung freie Landschaft vermeiden

ZENTRALE ACHSE

BESCHREIBUNG

- Zentrale Einfahrts-, Ausfahrtsstraßen im Stadtgefüge
- Geprägt durch hohes Verkehrsaufkommen
- Aber auch wichtige Bedeutung im Stadtgefüge:
 - Gliederung der Stadt
 - Orientierung in der Stadt
 - Verbindung zwischen zentralen Elementen
- Prägen ebenfalls das Image der Stadt mit
- Häufig konzentrieren sich an zentralen Achsen Funktionen der Versorgung und des Einzelhandels.



BEISPIELE IN NELLINGEN

- Hindenburgstraße
- Esslinger Straße
- Denkendorfer Straße

ATTRAKTIVITÄT FÜR WERBETREIBENDE

- Für Werbetreibende sind zentrale Achsen aufgrund der hohen Frequenzen attraktiv:
 - Verkehrsteilnehmer/innen
 - Einkaufende



WERBEVERTRÄGLICHKEIT

- Verträglichkeit gegenüber Werbung: mittel
- Die Zentralität des Elements führt zu einer Konzentration von Einzelhandel und Versorgungsfunktionen. Diese gehen üblicherweise mit einem erhöhten Maß an Eigenwerbung einher.

ZIELVORSTELLUNG

- Abstimmung mit Eigenwerbung
 - Keine Überhäufung
- Qualitätsansprüche an Werbung im öffentlichen Raum
 - Eigenwerbung oft individuell und unabgestimmt
 - Fremdwerbung braucht deshalb einheitliches, hochwertiges Erscheinungsbild





Gebäude- und Raumkategorien

- Stadtplatz
- Quartiersplatz
- Zentrale Achse
- Stadtengang
- Religiöses Gebäude
- Markantes Gebäude
- Kultureinrichtung

5 STECKBRIEFE FREMDWERBUNG

SÄULE / STELE (ALLGEMEINSTELLE)

DISTRIBUTION

- Distribution in fast allen Ortsgrößen

VERORTUNG

- Öffentlicher Straßenraum

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- Freistehende Säule
- Nicht verglast
- Geschichtsträchtiger Träger („Litfaßsäule“)
 - Seit langem gewohntes Element im Stadtbild und Straßenraum

EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Beklebung mit variierenden Papierformaten
- Simultan mehrere Motive
- Teilweise in Verbindung mit Informationen zu kulturellen Veranstaltungen

DIMENSION

- Papierformat: DIN A1, 84 cm x 59 cm bis 4/1-Format, 119 cm x 168 cm

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Überwiegend Fußgänger/innen
 - Relativ kleinteilige Werbung im öffentlichen Raum
 - Kleinteilige Werbung kann im motorisierten Straßenverkehr nur mühsam wahrgenommen werden.

VORTEILE

- Kleinteiligkeit und Vielseitigkeit in der Beklebung ermöglichen Einbringung in kleinteilige Raum- und Nutzungsstrukturen
 - Somit bei qualitativer Gestaltung des Trägers stadtbildverträglich in historischen Räumen
- Als rundes, nicht richtungsweisendes Raumelement einfach in Stadträume integrierbar



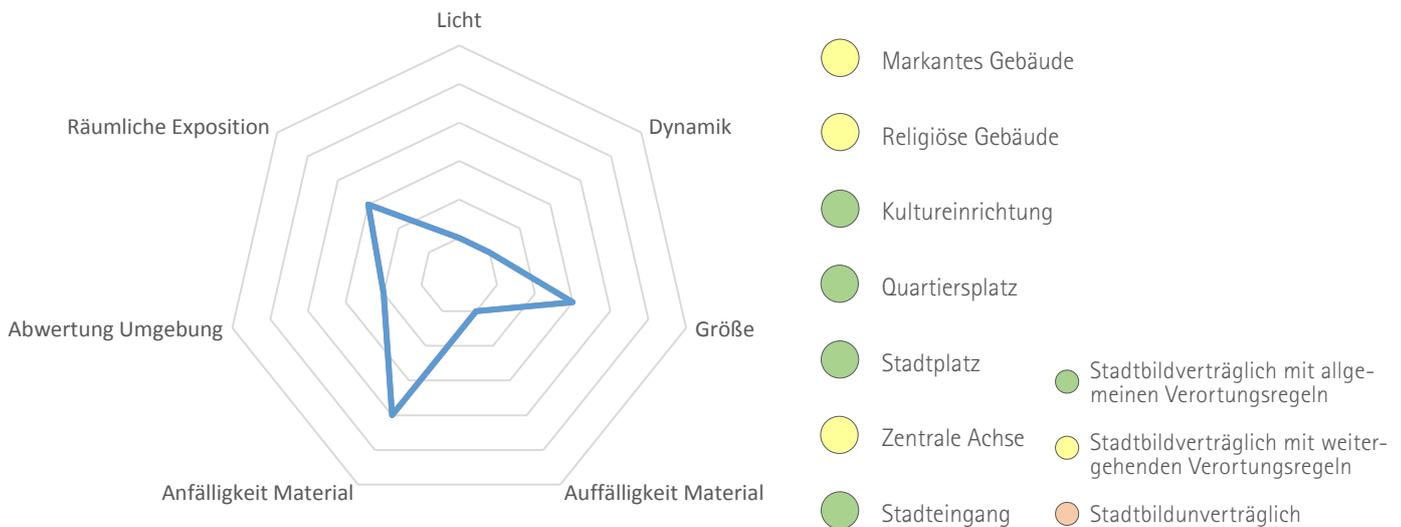
- In Dimensionierung und Material verträglich mit Medien der Quartierskommunikation
 - Geklebte Zettel
 - Schwarzes Brett
- Gestattet Parallelität von Werbung und kulturellen Informationen

NACHTEILE

- Vandalismusanfällig
- Belegt Fläche im öffentlichen Raum

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Auffälligkeit im Stadtbild vor allem über Größe
- Diese erzeugt Werbewirksamkeit in Verbindung mit Positionierung in frequentierten Lauf- und Aufenthaltsbereichen
- Trotz der Größe des Werbeträgers kann sich dieser gut in kleinteilige Bereiche des Stadtbilds integrieren:
 - Zurückhaltendes Material
 - Kleinteiligkeit der angebrachten Werbemittel
- Durch historisch übermitteltes Motiv (Litfaßsäule) oftmals sogar Bestandteil des prägenden Stadtbilds
- Einwirkungen auf das Stadtbild durch Licht und Dynamik nicht vorhanden
- Große Flexibilität bei Positionierbarkeit in unterschiedlichen Stadträumen (z.B. kleinteiliger Quartiersplatz bis zentrale Achse)
- Nachteil im Stadtbild: Vandalismusanfälligkeit



ALLGEMEINE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
- Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtbereichen)

WEITERGEHENDE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
- Keine Positionierung im Umfeld von Eingangsbereichen zu religiösen Gebäuden
- In Achsen keine exponierte Stellung hin zur Straßenmitte / auf Mittelstreifen

SÄULE / STELE (GANZSTELLE)

DISTRIBUTION

- Distribution überwiegend in Orten ab 20.000 Einwohnern

VERORTUNG

- Öffentlicher Straßenraum

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- Freistehende Säule
- Nicht verglast
- Stellenweise mit Beleuchtung

EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Zumeist beklebt mit zwei oder drei einheitlichen Plakaten (für Sichtbarkeit des Werbemotivs aus allen Blickrichtungen)
- Stellenweise beklebt mit drei verschiedenen Plakaten desselben Werbetreibenden
- Geringere Kleinteiligkeit als bei Säulen (Allgemeinstelle)

DIMENSION

- Umfang etwa 360 cm bis 430 cm, Höhe bis 360 cm (max. etwa 15,5 m²)

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Fußgänger/innen
- Motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen
 - Größere Plakatformate als bei Säule (Allgemeinstelle)

VORTEILE

- Als rundes, nicht richtungsweisendes Raumelement einfach in Stadträume integrierbar

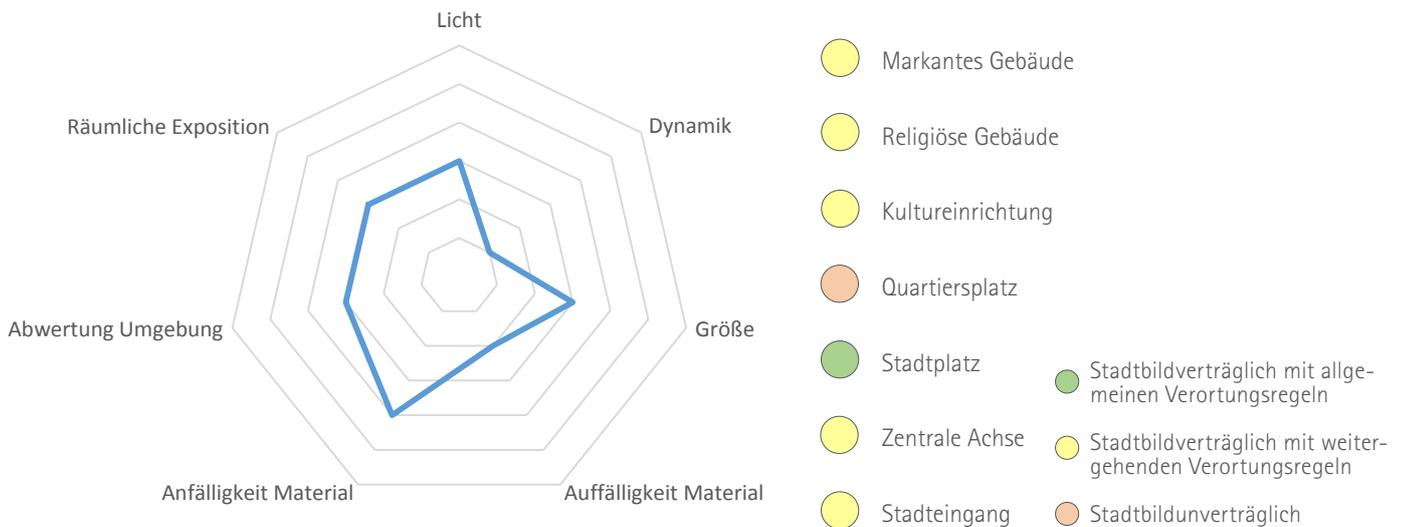
NACHTEILE

- Vandalismusanfällig
- Belegt Fläche im öffentlichen Raum



AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Werbeträger erzeugt Auffälligkeit im Stadtbild über Größe und Positionierung in frequentierten Bereichen
- Auffälligkeit im Stadtbild wird vermehrt durch erhöhte Größe der Plakate und teilweiser Beleuchtung
- Dies mindert im Gegenzug die Integrationsfähigkeit in Bereichen mit kleinteiligen oder sensiblen Stadtbildstrukturen
- Entspricht nicht dem historisch übermittelten Motiv der Litfaßsäule im Stadtbild
- Einwirkungen auf das Stadtbild durch Dynamik nicht vorhanden
- Nachteil im Stadtbild: Vandalismusanfälligkeit



ALLGEMEINE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
- Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)

WEITERGEHENDE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
- Keine Positionierung im Umfeld von Eingangsbereichen zu religiösen Gebäuden
- In Achsen keine exponierte Stellung hin zur Straßenmitte / auf Mittelstreifen
- Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
- Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft

CITY-LIGHT-POSTER (VITRINE)

DISTRIBUTION

- Distribution überwiegend in Orten ab 10.000 Einwohnern

VERORTUNG

- Öffentlicher Straßenraum
- Private Grundstücke

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- Freistehende, beidseitige Vitrinen
- Hinterleuchtet
- Verglast

EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Teilweise mit Wechslermechanismus (Bildwechsel im 10 - 15 Sekundenrhythmus)
- Partiiell für Stadtinformationen verwendet

DIMENSION

- Papierformat: 4/1 Format, 118,5 cm x 175 cm (B x H)
- Sichtbare Fläche: 115 cm x 170 cm (B x H), etwa 2 m²

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Fußgänger/innen
- Motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen
 - In Sichthöhe von Fußgängern/innen und motorisierten Verkehrsteilnehmern/innen

VORTEILE

- Relativ kleine Dimensionierung legt Verwendung auch in kleinteiligeren Stadtstrukturen nahe.
- Für Verbreitung von Stadt- / Kulturinformationen verwendbar

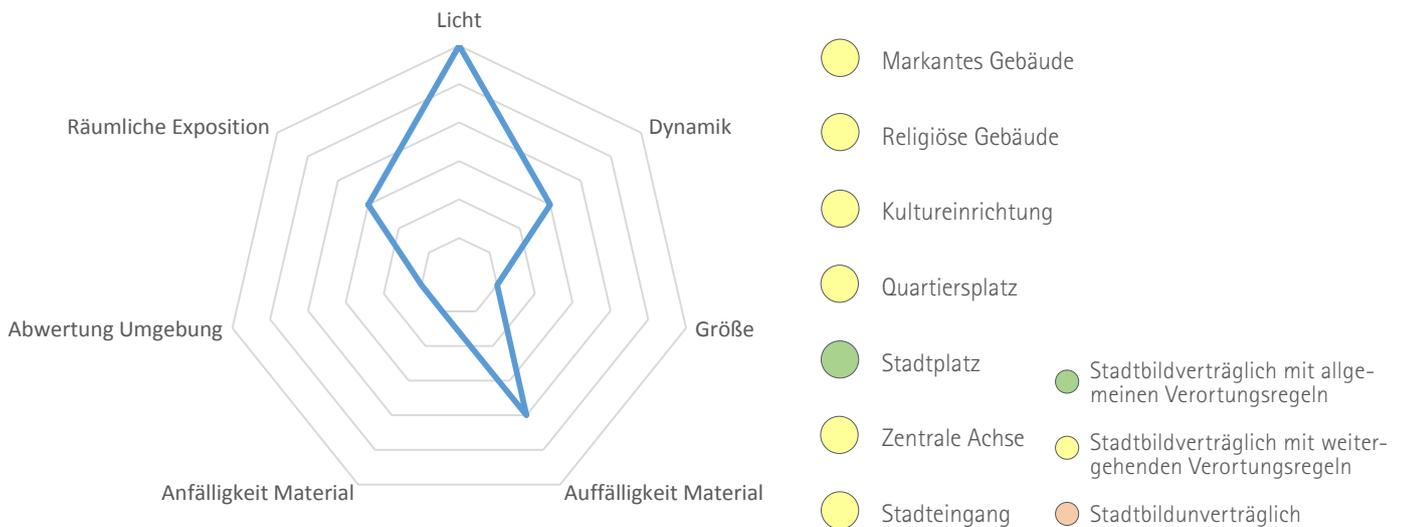


NACHTEILE

- Nimmt Fläche im öffentlichen Raum in Anspruch
- Bei Anordnung in Reihe kann abträgliche Verdichtung auftreten.
- Wechslermechanismus bringt untypische Dynamik in den Stadtraum
 - Vertikale Bewegungen treten im Allgemeinen nicht im Stadtbild auf.
- Wechslermechanismus verstärkt Ablenkung vom Verkehrsgeschehen.

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Werbeträger erzeugt Auffälligkeit im Stadtbild über Positionierung in frequentierten Bereichen in Verbindung mit Dynamik und Hinterleuchtung
- Die Einbringung von Einzelplakaten erhöht die Auffälligkeit im Stadtbild
- Der Werbeträger an sich verfügt jedoch über eine relativ geringe Größe, dies lässt unter bestimmten Bedingungen ein Einfügen in kleinteilige und sensible Stadtbildstrukturen zu.
- Auswirkungen auf das Stadtbild durch eine Abwertung der Umgebung oder eine Materialanfälligkeit sind nicht gegeben
- Die Materialhochwertigkeit korrespondiert z.B. gut mit repräsentativen Stadtbereichen wie dem Stadtplatz



ALLGEMEINE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
- Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)
- In Achsen keine exponierte Stellung hin zur Straßenmitte / auf Mittelstreifen
- Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
- Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
- Taktung des Wechslermechanismus auf mindestens 1 Minute

WEITERGEHENDE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
- Keine Positionierung im Umfeld von Eingangsbereichen zu religiösen Gebäuden

CITY-LIGHT-POSTER (WARTEHALLE)

DISTRIBUTION

- Distribution überwiegend in Orten ab 10.000 Einwohnern

VERORTUNG

- Öffentlicher Straßenraum (in Verkehrsinfrastruktur integriert)

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- In ÖPNV Haltestellen an der Seite und an der Rückwand eingebrachte City-Light-Poster
- Hinterleuchtet
- Verglast
- Stellenweise mehrere City-Light-Poster in einer Warthalle

EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Teilweise mit Wechslermechanismus (Bildwechsel im 10 - 15 Sekundenrhythmus)
- Partiiell für Stadtinformationen verwendet

DIMENSION

- Papierformat: 4/1 Format, 118,5 × 175 cm (B × H)
- Sichtbare Fläche: 115 cm x 170 cm (B × H), etwa 2 m²

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Wartende
 - Wartezeiten der Fahrgäste machen den Werbeträger attraktiv für Werbetreibende
- Fußgänger/innen
- Motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen
 - In Sichthöhe von Wartenden, Fußgänger/Innen und motorisierten Verkehrsteilnehmer/Innen



VORTEILE

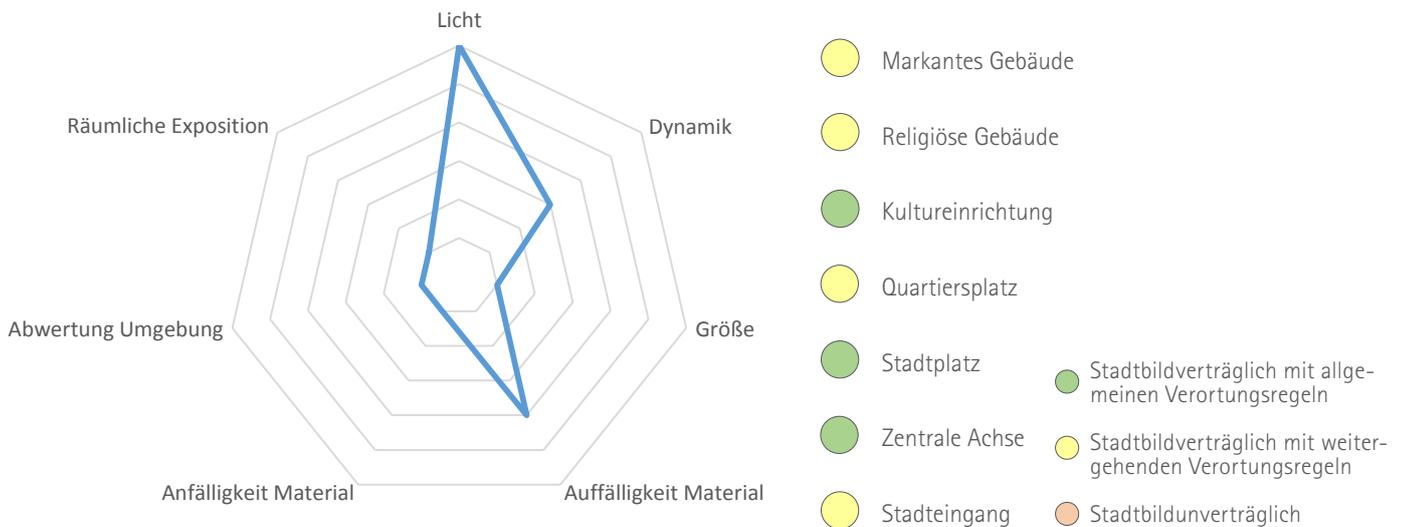
- Nimmt Fläche im öffentlichen Raum nur als integrierter Bestandteil der Verkehrsinfrastruktur ein.
- Einkünfte der Werbung können zur Finanzierung der Warthallen herangezogen werden.

NACHTEILE

- Eventuell Versperren von Sichtbeziehungen
- Mehrere City-Light-Poster in einer Warthalle mindern städtebauliche Qualität:
 - Dominanz der Werbung
 - Ablenkung von den Fahrgastinformationen
- Wechslermechanismus bringt untypische Dynamik in den Stadtraum
 - Vertikale Bewegungen treten im Allgemeinen nicht im Stadtbild auf.
- Wechslermechanismus verstärkt Ablenkung vom Verkehrsgeschehen

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Werbeträger erzeugt Auffälligkeit im Stadtbild über Positionierung in Wartebereichen an frequentierten Straßen in Verbindung mit Dynamik und Hinterleuchtung
- Durch die geringe Größe lässt sich der Werbeträger sehr gut in Verkehrsinfrastruktur einbinden, ohne einen Maßstabssprung zu erzeugen.
- Auswirkungen auf das Stadtbild ergeben sich überwiegend nur durch die Dynamik und Hinterleuchtung.
- Die Materialauffälligkeit durch die Verglasung lässt sich gezielt nutzen, um Wartehäuschen aufzuwerten.
- Durch die Verbindung mit der Verkehrsinfrastruktur lässt sich der Werbeträger in eine Vielzahl sensibler Stadtbildstrukturen einbinden.



ALLGEMEINE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
- Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtbereichen)
- Straßenmitte / auf Mittelstreifen
- Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
- Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
- Taktung des Wechslermechanismus auf mindestens 1 Minute
- Nur 1 City-Light-Poster pro Wartehalle

WEITERGEHENDE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
- Keine Positionierung im Umfeld von Eingangsbereichen zu religiösen Gebäuden
- In Achsen keine exponierte Stellung hin zur

GROßFLÄCHE

DISTRIBUTION

- Distribution in fast allen Ortsgrößen

VERORTUNG

- Freistehend öffentlicher Straßenraum
- Freistehend private Grundstücke
- An privaten Fassaden, Umzäunungen, Mauern

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- Beklebte Plakatfläche (partiell beidseitig)
- Nicht verglast
- Stellenweise mit Beleuchtung
- Im Allgemeinen entlang von Grundstücksgrenzen bzw. in Fahrtrichtung
- Vereinzelt mehrere Großflächen in Reihe angebracht

EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Beklebung mit einheitlichem Papierformat

DIMENSION

- Papierformat, 18/1-Format: 356 cm × 252 cm (B × H)

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Fußgänger/innen
- Motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen
 - Vorwiegend parallel zur Fahrtrichtung ausgerichtet / Für Werbetreibende ist jedoch eine Stellung quer zur Fahrtrichtung attraktiver

VORTEILE

- Nimmt an Fassaden, Umzäunungen, Mauern angebracht keine Fläche im öffentlichen Straßenland in Anspruch

NACHTEILE

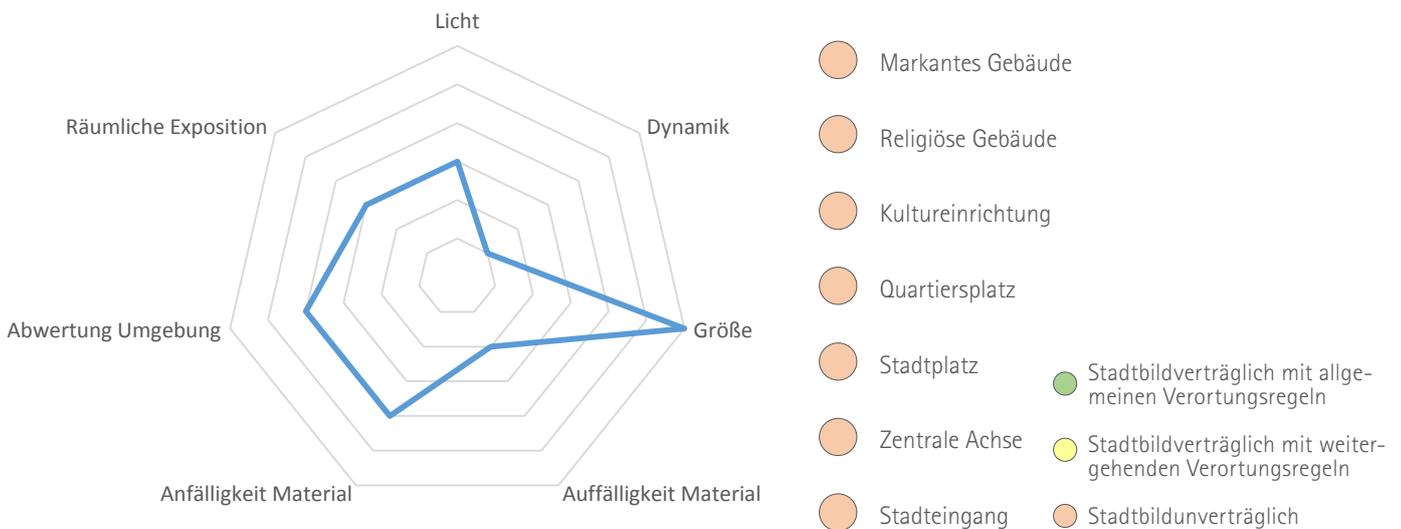
- Vandalismusanfällig



- Als Werbeträger geläufig in Gewerbegebieten, auf Stellplatzflächen von Einkaufsmärkten
- Tendenz zur Abwertung des Straßen- und Ortsbilds
- Häufung führt zu signifikanter Abwertung des Straßen- und Ortsbilds

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Werbeträger erzeugt Auffälligkeit im Stadtbild über Positionierung in frequentierten Bereichen. Dies wird vor allem durch die Größe und teilweise durch Beleuchtung gesteigert.
- Die Größe erzeugt hierbei einen erheblichen Maßstabssprung gegenüber dem Stadtbild in allen Bereichen des Untersuchungsgebiets.
- Auswirkungen auf das Stadtbild ergeben sich zudem aufgrund der Materialanfälligkeit gegenüber Vandalismus und der Tendenz des Werbeträgers zur Abwertung der Umgebung.
- Auswirkungen auf das Stadtbild durch Dynamik des Werbeträgers bestehen hingegen nicht.



STADTBILDVERTRÄGLICHKEIT

- In den untersuchten Stadtbereichen generell keine Empfehlung zur Verwendung von freistehenden und nicht in Bushaltestellen eingebundenen Großflächen

GROßFLÄCHE (WARTEHALLE)

DISTRIBUTION

- Distribution überwiegend in Orten ab 10.000 Einwohnern

VERORTUNG

- Öffentlicher Straßenraum (in Verkehrsinfrastruktur integriert)

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- In ÖPNV Haltestellen an der Rückwand eingebrachte Plakatfläche
- Beklebt
- Nicht verglast
- Stellenweise mit Beleuchtung



EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Beklebung mit einheitlichem Papierformat

DIMENSION

- Papierformat, 18/1-Format: 356 cm × 252 cm (B × H)

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Wartende
 - Wartezeiten der Fahrgäste machen den Werbeträger attraktiv für Werbetreibende
- Fußgänger/innen
- Motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen
 - Parallel zur Fahrtrichtung ausgerichtet / Für Werbetreibende ist jedoch eine Stellung quer zur Fahrtrichtung attraktiver

VORTEILE

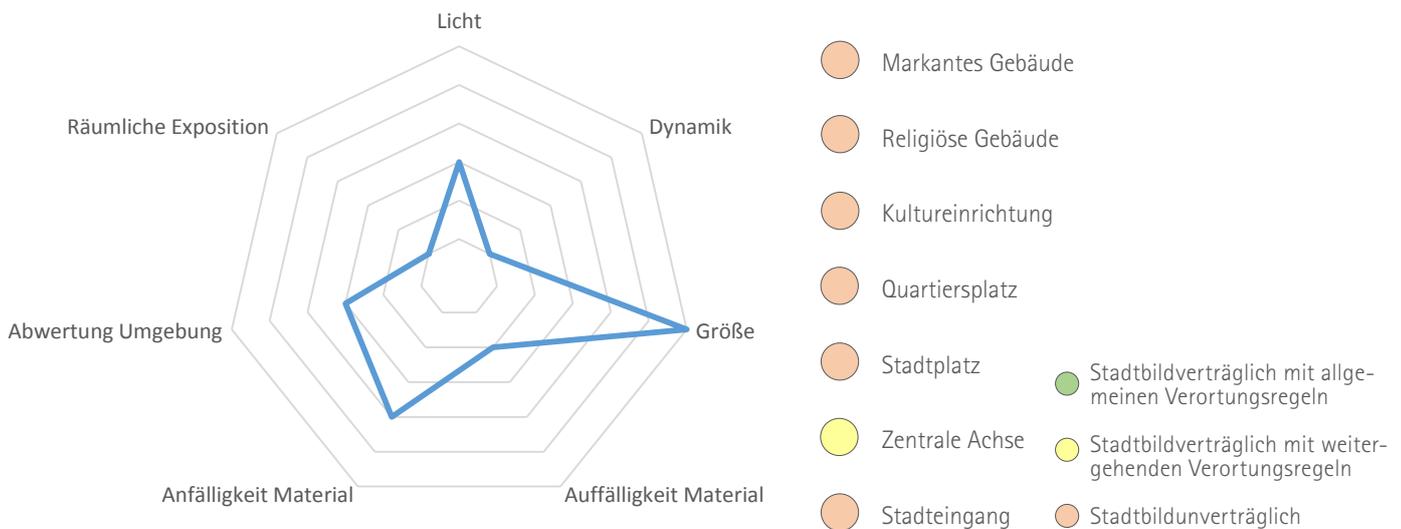
- Nimmt Fläche im öffentlichen Raum nur als integrierter Bestandteil der Verkehrsinfrastruktur ein
- Einkünfte der Werbung können zur Finanzierung der Wartehallen herangezogen werden.

NACHTEILE

- Vandalismusanfällig
- Maßstabssprung der Werbung gegenüber der Wartehalle
 - Dominanz der Werbung
 - Ablenkung von den Fahrgastinformationen
- Eventuell Versperren von Sichtbeziehungen
- Als Werbeträger geläufig in Gewerbegebieten, auf Stellplatzflächen von Einkaufsmärkten
- Tendenz zur Abwertung des Straßen- und Ortsbilds
- Häufung führt zu signifikanter Abwertung des Straßen- und Ortsbilds

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Werbeträger erzeugt Auffälligkeit im Stadtbild über Positionierung in Wartebereichen an frequentierten Straßen in Verbindung mit der Größe und Beleuchtung
- Die räumliche Exposition ist aufgrund der Einbindung in die Verkehrsinfrastruktur sehr gering. Allerdings erzeugt der Werbeträger einen Maßstabssprung gegenüber der Infrastruktur und dominiert die Informationstafeln visuell.
- Dynamik und Materialauffälligkeit verursachen keine Auswirkungen auf das Stadtbild
- Allerdings ist das Material anfällig gegenüber Vandalismus und kann leicht zu einer Abwertung der Umgebung führen.
- Die Großflächigkeit, der Maßstabssprung und die Tendenz zur Abwertung der Umgebung bedingen Auswirkungen, die in vielen Bereichen nicht kompatibel sind mit dem Stadtbild.



ALLGEMEINE VERORTUNGSREGELN

- Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
- Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtbereichen)

WEITERGEHENDE VERORTUNGSREGELN

- Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
- Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
- Nur 1 Großfläche pro Wartehalle

ANSAMMLUNG KLEINPLAKATE

DISTRIBUTION

- Distribution in fast allen Ortsgrößen

VERORTUNG

- Flächen an privaten Fassaden, Umzäunungen, Mauern

EIGENSCHAFTEN TRÄGER

- Bedruckte Schilder oder Planen ohne Werbeträger direkt an Fassaden, Umzäunungen, Mauern angebracht
- Im Allgemeinen entlang von Grundstücksgrenzen bzw. in Fahrtrichtung
- I.d.R. mehrere Schilder oder Planen in Reihe



EIGENSCHAFTEN MOTIVE

- Schilder oder Planen mit variierenden Formaten
- Simultan mehrere Motive

DIMENSION

- Variierende Formate

ZIELGRUPPE / -WIRKUNG

- Überwiegend Fußgänger/innen
 - Relativ kleinteilige Werbung im öffentlichen Raum
 - Kleinteilige Werbung kann im motorisierten Straßenverkehr nur mühsam wahrgenommen werden

VORTEILE

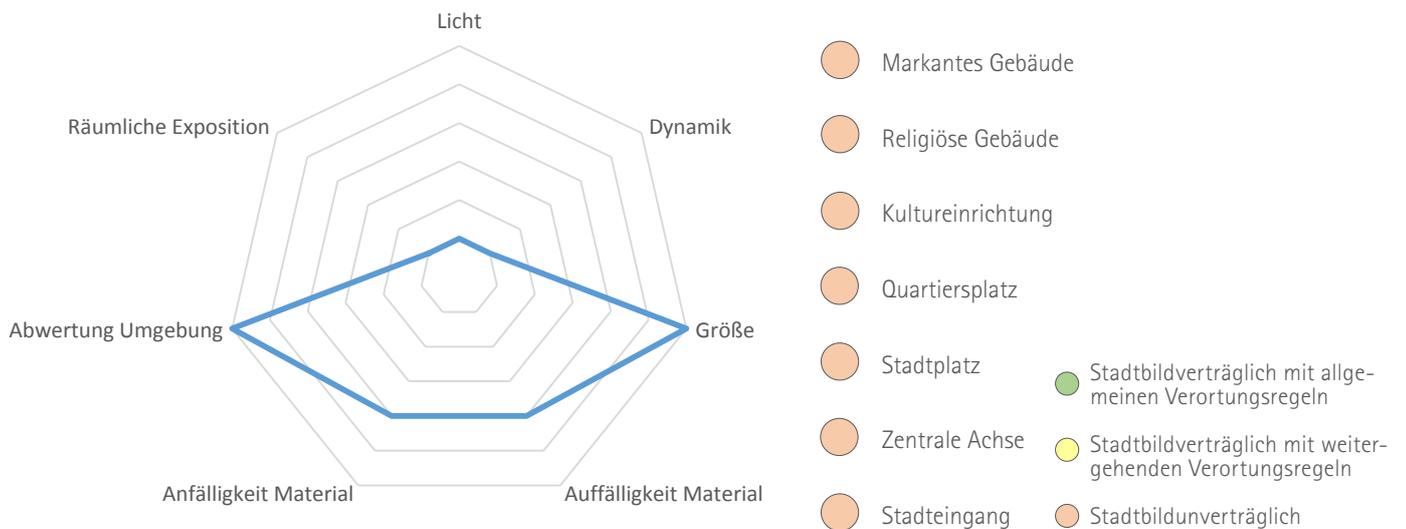
- Nimmt an Fassaden, Umzäunungen, Mauern angebracht keine Fläche im öffentlichen Straßenland in Anspruch

NACHTEILE

- Vandalismusanfällig
- Tendenz zur Abwertung des Straßen- und Ortsbilds
- Häufung führt zu signifikanter Abwertung des Straßen- und Ortsbilds
- Mangel an Werbeträgern
- Anordnung in Reihe bedingt abträgliche Verdichtung

AUSWIRKUNGEN STADTBILD

- Die Werbemittel rufen Aufmerksamkeit im Stadtbild durch die Positionierung in frequentierten Bereichen, durch ihre Häufung und unregelmäßige bzw. ungeordnete Anbringung hervor.
- Dies bedingt starke negative Auswirkungen auf das Stadtbild:
 - Visuelle Verdichtung durch Anbringung in Reihe erzeugt große Gesamtwirkung
 - Abwertung des Umfelds durch Häufung und mangelnde Ordnung
- Auswirkungen auf das Stadtbild durch Dynamik, räumliche Exposition und Beleuchtung sind aufgrund des Charakters der angebrachten Werbemittel hingegen nicht gegeben.



STADTBILDVERTRÄGLICHKEIT

- Generell keine Empfehlung zur Verwendung von Plakatansammlungen

6 MATRIX WERBETRÄGER / RAUM- & GEBÄUDEKATEGORIEN

SÄULE (ALLGEMEINSTELLE)



SÄULE (GANZSTELLE)



CITY-LIGHT-POSTER (VITRINE)



CITY-LIGHT-POSTER (WARTEHALLE)



MARKANTES GEBÄUDE	●	●	●	●
RELIGIÖSE GEBÄUDE	●	●	●	●
KULTUREINRICHTUNG	●	●	●	●
QUARTIERSPLATZ	●	●	●	●
STADTPLATZ	●	●	●	●
ZENTRALE ACHSE	●	●	●	●
STADTEINGANG	●	●	●	●

- Stadtbildverträglich mit allgemeinen Verordnungsregeln
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verordnungsregeln
- Stadtbildunverträglich

GROBFLÄCHE

GROBFLÄCHE
(WARTEHALLE)

ANSAMMLUNG
KLEINPLAKATE



MARKANTES GEBÄUDE			
RELIGIÖSE GEBÄUDE			
KULTUREINRICHTUNG			
QUARTIERSPLATZ			
STADTPLATZ			
ZENTRALE ACHSE			
STADTEINGANG			

- Stadtbildverträglich mit allgemeinen Verordnungsregeln
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verordnungsregeln
- Stadtbildunverträglich



- Stadtbildverträglichkeit Säule (Allgemeinstelle)
- Stadtbildverträglich mit allgemeinen Verordnungsregeln
- Stadtplatz
 - Quartiersplatz
 - Kultureinrichtung
 - Stadteingang
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verordnungsregeln
- Religiöses Gebäude
 - Markantes Gebäude
 - Zentrale Achse





- Stadtbildverträglichkeit Säule (Ganzstelle)
- Stadtbildverträglich mit allgemeinen Verortungsregeln
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verortungsregeln
- Stadtbildunverträglich

Stadtplatz

Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verortungsregeln

Markantes Gebäude

Zentrale Achse

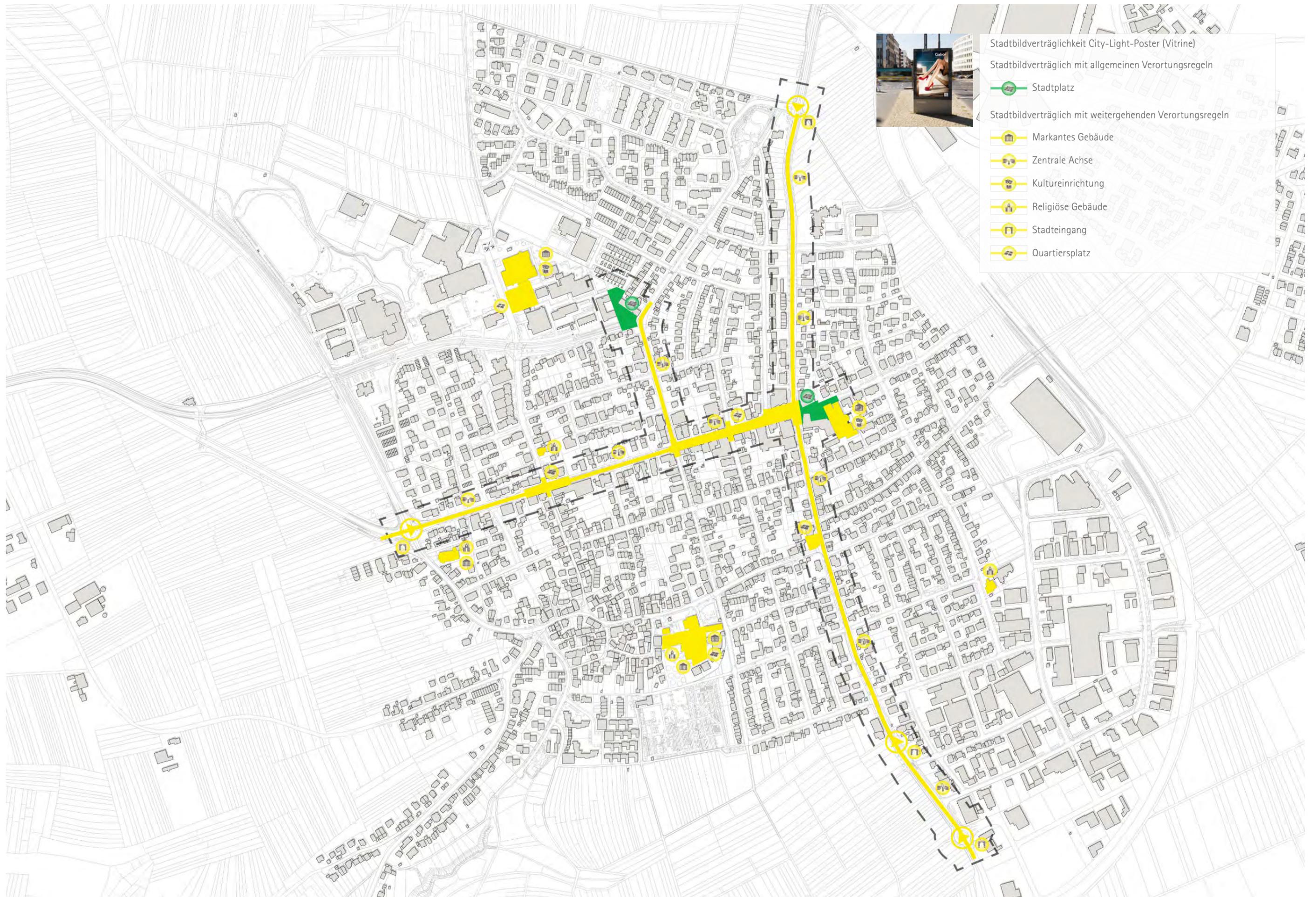
Kultureinrichtung

Religiöse Gebäude

Stadteingang

Stadtbildunverträglich

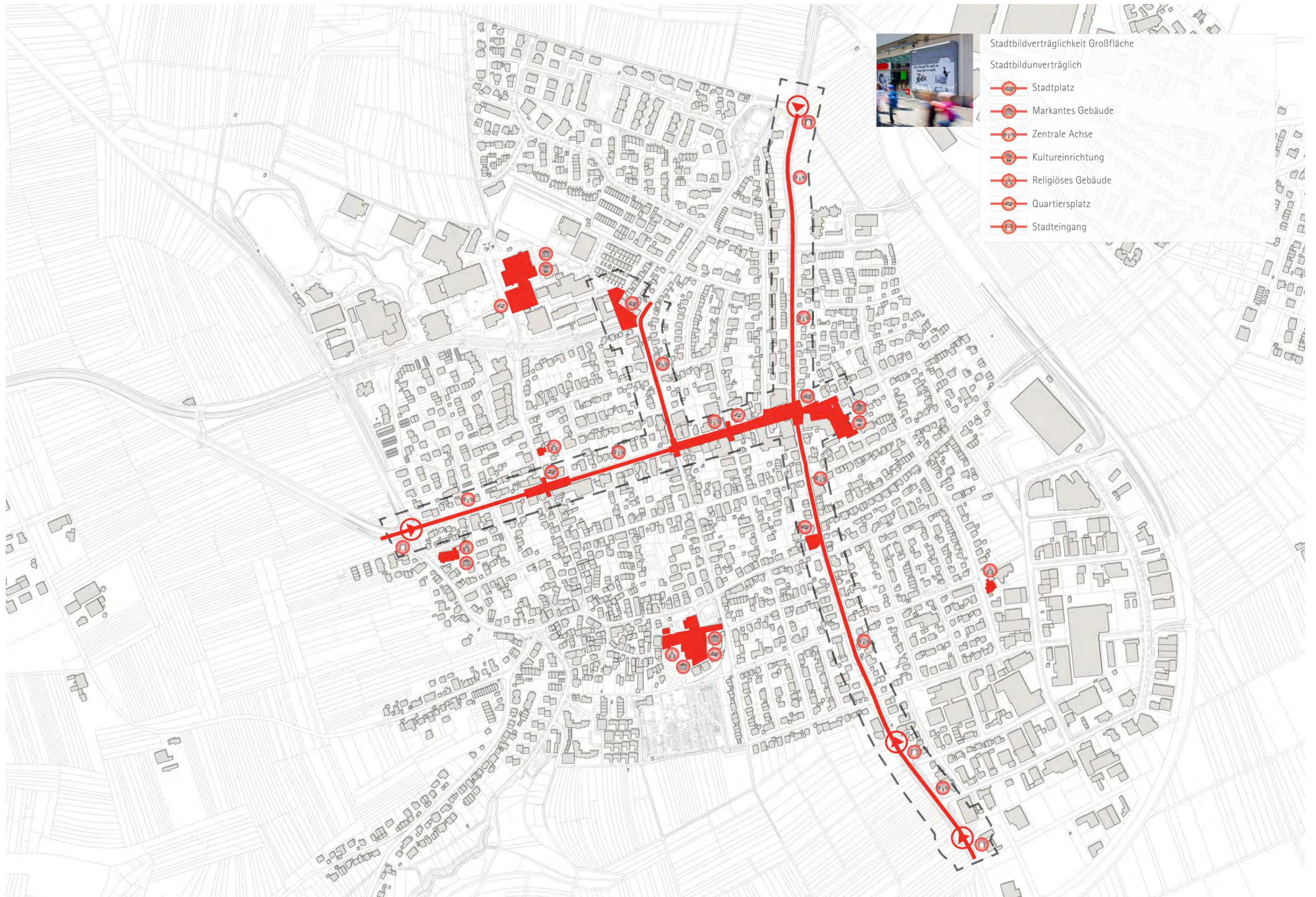
Quartiersplatz





- Stadtbildverträglichkeit City-Light-Poster (Wartehalle)
- Stadtbildverträglich mit allgemeinen Verordnungsregeln
 - Stadtplatz
 - Zentrale Achse
 - Kultureinrichtung
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verordnungsregeln
 - Religiöses Gebäude
 - Markantes Gebäude
 - Stadteingang
 - Quartiersplatz



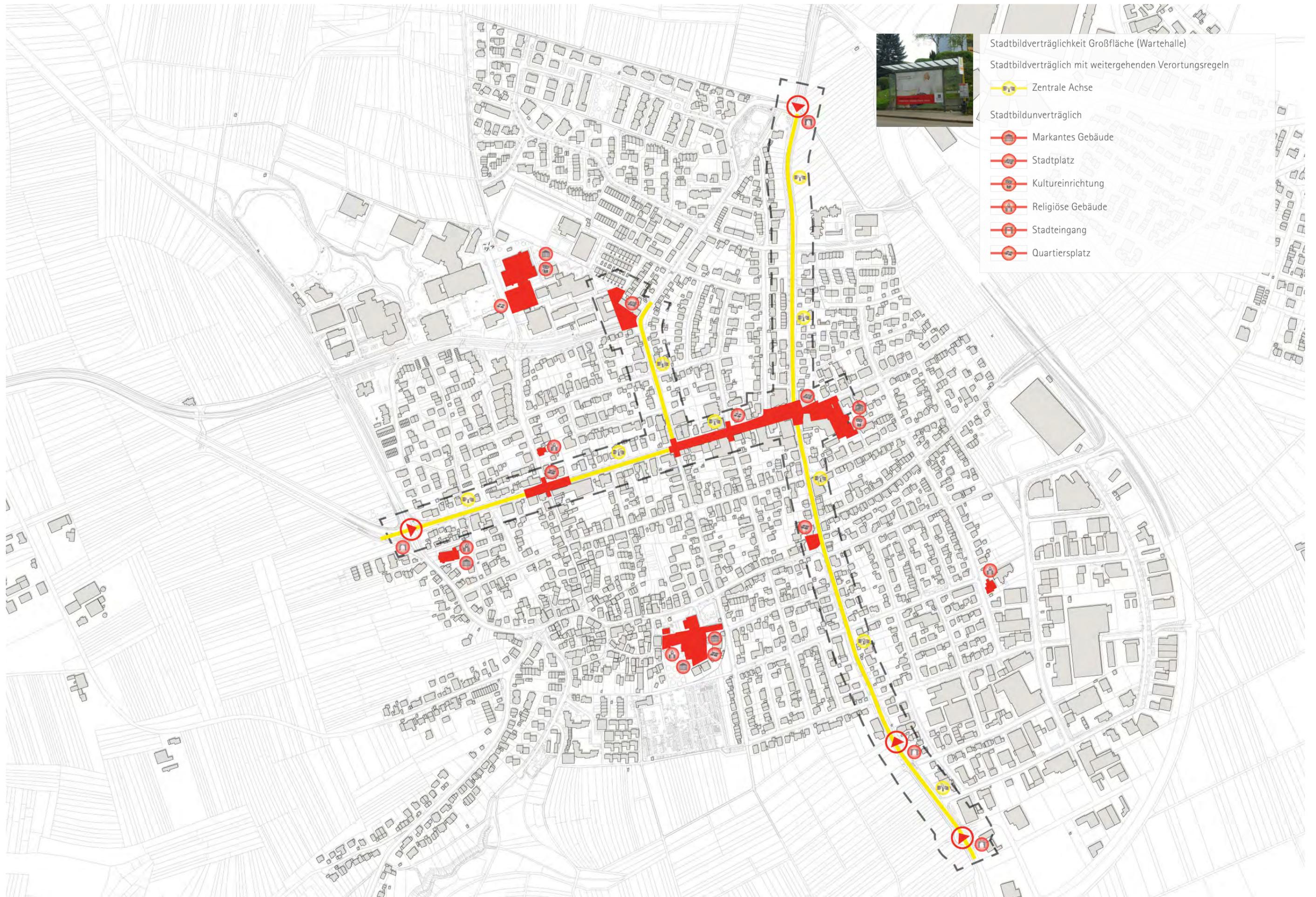


Stadtbildverträglichkeit Großfläche

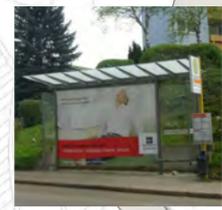
Stadtbildunverträglich

- Stadtplatz
- Markantes Gebäude
- Zentrale Achse
- Kultureinrichtung
- Religiöses Gebäude
- Quartiersplatz
- Stadteingang





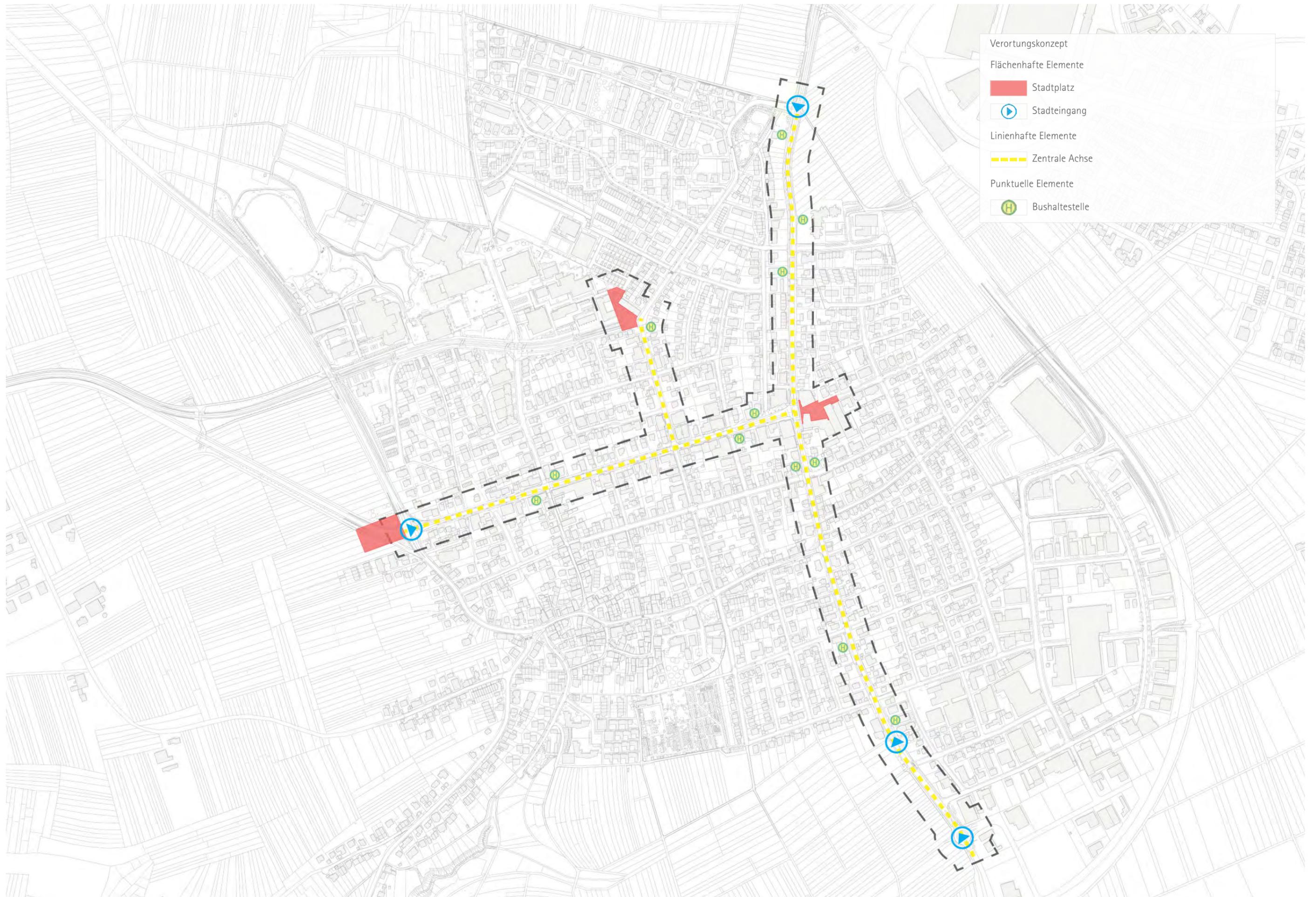
- Stadtbildverträglichkeit Großfläche (Wartehalle)
- Stadtbildverträglich mit weitergehenden Verortungsregeln
- Zentrale Achse
- Stadtbildunverträglich
- Markantes Gebäude
- Stadtplatz
- Kultureinrichtung
- Religiöse Gebäude
- Stadtzugang
- Quartiersplatz





7 VERORTUNGSKONZEPT

- Das Verortungskonzept verfolgt einen räumlichen Ansatz auf der Ebene von Straßen- und Platzraumabschnitten.
- Hierbei kommt es zu einem Zusammenwirken folgender räumlicher Elemente:
 - Flächenhafte Elemente (Stadtplätze, Stadteingänge)
 - Lineare Elemente (Zentrale Achsen)
 - Punktuelle Elemente (Bushaltestellen)
- Zwischen den flächenhaften Elementen werden über lineare Elemente Verbindungen hergestellt. Gleichsam wirken die flächenhaften Elemente als deren Abschlüsse.
- Dadurch spiegelt das Konzept die strukturelle Grundgliederung Nellingens mit folgenden Achsen wider:
 - Hindenburgstraße
 - Denkendorfer Straße
 - Esslinger Straße
 - Otto-Schuster-Straße nördlich der Hindenburgstraße
- Die Auftakte bzw. Gliederungselemente an den Achsen bilden folgende Räume:
 - Platz an der Halle
 - Platz an der Stadtbahnhaltestelle Nellingen Ostfeldern
 - Zentraler Platz Nellingen West
 - Stadteingang Esslinger Straße
 - Stadteingang Denkendorfer Straße
- An den linearen Verbindungen sind ergänzend die punktuellen Elemente in Form von Bushaltestellen aufgereiht.



Verortungskonzept

Flächenhafte Elemente

- Stadtplatz

Linienhafte Elemente

- Zentrale Achse

Punktuelle Elemente

- Stadteingang
- Bushaltestelle

VERORTUNG VON WERBETRÄGERN

- Auf die Raumkategorien des Konzepts können großmaßstäbliche, potentielle Standortbereiche für verschiedene Werbeträger übertragen werden.
- In einer anschließenden Detailbetrachtung müssen diese Bereiche auf einer kleineren Maßstabsebene standortscharf spezifiziert werden (bspw. Berücksichtigung von Grundstückszufahrten, Platzangebot für Wartehäuschen mit integrierter Werbung an Bushaltestellen)

LINEARER RAUM

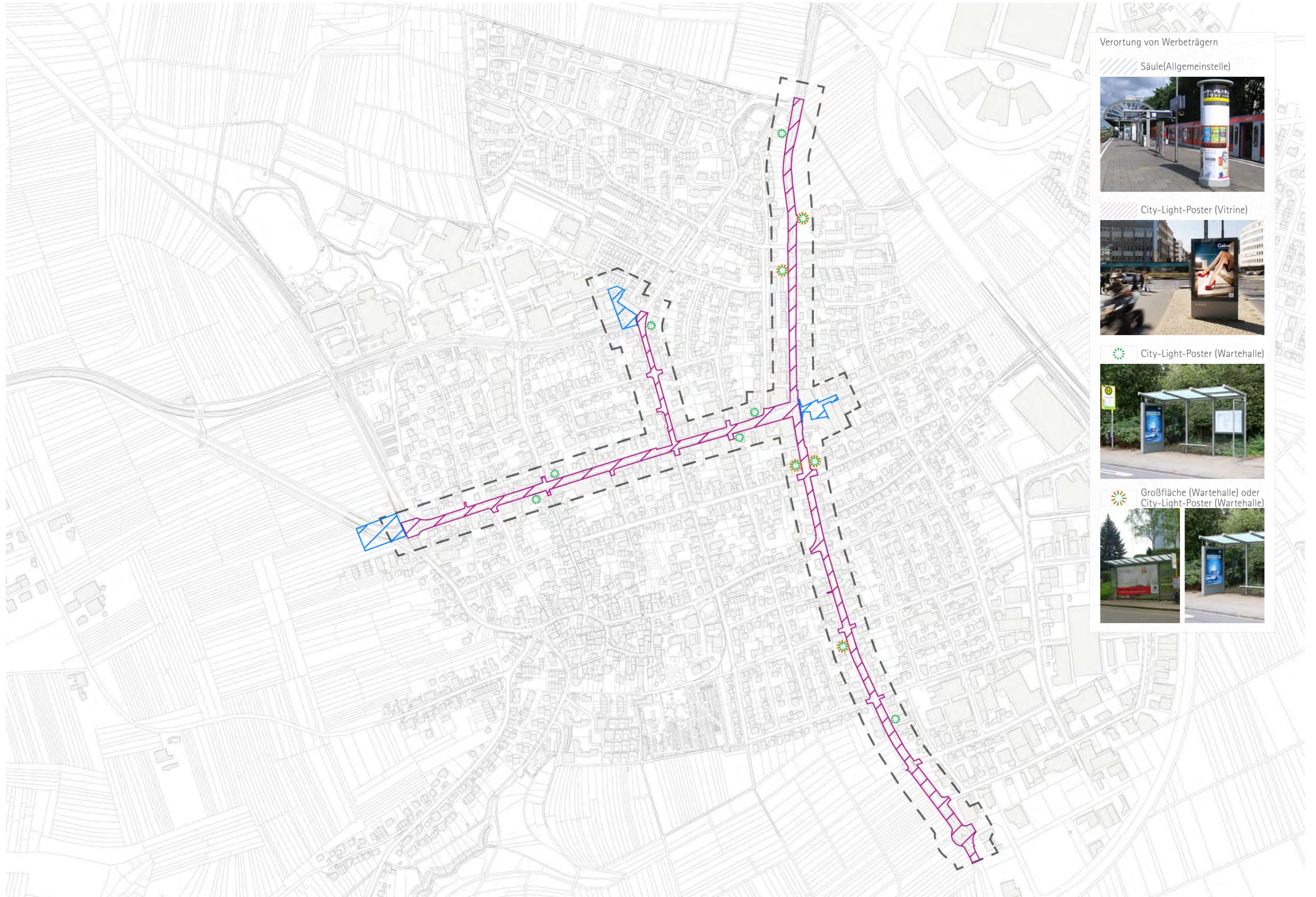
- Raumelement mit Richtungscharakteristik, lineare Prägung der Bewegungsmuster
 - Der Werbeträger City-Light-Poster in Vitrinen besitzt durch seine Form einen linienhaften Charakter und lässt sich gut in die Grundkonfiguration des Raumtyps integrieren.
- Die Untersuchung der Bestandssituation hat gezeigt, dass Bushaltestellen gut die Werbeträger City-Light-Poster und Großflächen als integrierte Bestandteile der Wartehäuschen aufnehmen können.
 - Diesem Motiv wird konzeptionell gefolgt. Hierbei muss berücksichtigt werden, dass Großflächen in Wartehäuschen an städtebaulich sensiblen Standorten wie Stadteingängen, Stadtplätzen oder Quartiersplätzen ungeeignet sind.
 - Dies schränkt die Anzahl der potentiellen Standorte für Großflächen in Wartehäuschen auf eine geringere Anzahl von Bushaltestellen ein.
 - City-Light-Poster als Bestandteil von Wartehäuschen weisen hingegen eine größere städtebauliche Verträglichkeit auf. Dadurch sind sämtliche Bushaltestellen potentielle Standorte für diesen Werbeträger.

FLÄCHENHAFTER RAUM

- Stadtplätze verfügen eher über eine flächenhafte als eine lineare Ausrichtung.
- Der Raum dehnt sich in mehrere Richtungen gleichermaßen aus, kann vielfältige Bewegungsmuster aufnehmen und ist durch größere Verweildauern der Passanten geprägt.
- Hier sind säulenhafte Werbeträger gut geeignet, da sie in eine Vielzahl von Richtungen gleichermaßen wirken und sich so besser in die flächenhafte Raumkonfiguration einfügen.
- Besonders gut geeignet sind Säulen als Allgemeinstellen. Diese bilden kleinteilige Werbung ab und können mit Kulturinformationen ergänzt werden, die an diesen Standorten aufgrund größerer Verweildauern gut aufgenommen werden können.

PUNKTUELLE ELEMENTE

- Die Standorte der Bushaltestellen in Nellingen folgen einer eigenen Verteilungslogik basierend auf den Verkehrskonzepten der Betreiber.
- Sie lassen sich allerdings gut als punktuelle Elemente, die entlang der anderen Raumelementen aufgereiht sind, integrieren.



Verortung von Werbeträgern

/// Säule (Allgemeinstelle)



/// City-Light-Poster (Vitrine)



● City-Light-Poster (Wartehalle)



● Großfläche (Wartehalle) oder City-Light-Poster (Wartehalle)



ÜBERPRÜFUNG DER STADTBILDVERTRÄGLICHKEIT DES VORORTUNGSKONZEPTS

SÄULEN ALS ALLGEMEINSTELLE

- Säulen als Allgemeinstellen besitzen eine sehr hohe Stadtbildverträglichkeit.
- Der Werbeträger ist in den ihm zugewiesenen Verortungsbereichen des Konzepts stadtbildverträglich, wenn allgemeine Verortungsregeln eingehalten werden.
 - Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
 - Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)

CITY-LIGHT-POSTER (VITRINEN)

- City-Light-Poster in Vitrinen verfügen über eine gute Stadtbildverträglichkeit.
- Der Werbeträger ist in den für ihn ausgewählten Verortungsbereichen des Konzepts stadtbildverträglich, wenn weitergehende Verortungsregeln eingehalten werden.
 - Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
 - In Achsen keine exponierte Stellung hin zur Straßenmitte / auf Mittelstreifen
 - Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
 - Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
 - Taktung des Wechslermechanismus auf mindestens 1 Minute
- Diese müssen zusätzlich zu den allgemeinen Verortungsregeln beachtet werden:
 - Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
 - Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)

CITY-LIGHT-POSTER (WARTEHALLEN)

- City-Light-Poster als Bestandteil von Wartehäuschen an Bushaltestellen verfügen über einen hohen Grad an Stadtbildverträglichkeit.
- Der Werbeträger ist in den für ihn bestimmten Verortungsbereichen des Konzepts stadtbildverträglich, wenn weitergehende Verortungsregeln eingehalten werden.
 - Kein Versperren von Ansichten auf markante Gebäude
 - Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
 - Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
 - Taktung des Wechslermechanismus auf mindestens 1 Minute
 - Nur 1 City-Light-Poster pro Wartehalle
- Diese müssen zusätzlich zu den allgemeinen Verortungsregeln beachtet werden:
 - Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
 - Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)

GROßFLÄCHEN (WARTEHALLEN)

- Großflächen als Bestandteil von Wartehäuschen an Bushaltestellen verfügen über einen geringen Grad an Stadtbildverträglichkeit.
- Der Werbeträger ist in den für ihn ausgewählten Verortungsbereichen des Konzepts jedoch stadtbildverträglich, wenn weitergehende Verortungsregeln eingehalten werden.
 - Abstimmung der Beleuchtung auf umliegende Nutzungen
 - Keine Beleuchtung am Übergang zur freien Landschaft
 - Nur 1 Großfläche pro Wartehalle
- Diese müssen zusätzlich zu den allgemeinen Verortungsregeln beachtet werden:
 - Kein Versperren von Ansichten auf Merkzeichen
 - Berücksichtigung verkehrlicher Anforderungen (bspw. keine Positionierung in Zufahrtsbereichen)

Stadtbildverträglichkeit Säule (Allgemeinstelle) in Verortungsbereichen des Verortungskonzepts



Stadtbildverträglichkeit City-Light-Poster (Wartehalle) in Verortungsbereichen des Verortungskonzepts



Stadtbildverträglichkeit City-Light-Poster (Vitrine) in Verortungsbereichen des Verortungskonzepts



Stadtbildverträglichkeit Großfläche (Wartehalle) in Verortungsbereichen des Verortungskonzepts



8 POSITIONIERUNGSREGELN IM OFFENTLICHEN RAUM

PLATZ AN DER HALLE

AUSGANGSBEDINGUNGEN

- Gemäß den vorangegangenen Untersuchungen bildet der Platz an der Halle einen Standort, an dem Säulen als Allgemeinstelle stadtbildverträglich sind.
- Auch auf der konzeptionellen Ebene des Stadtteils sieht das Verortungskonzept an diesem Standort den Werbeträgertyp Säule als Allgemeinstelle vor.
- An dieser Stelle soll nun auf der Detailebene des Platzes geprüft werden, welche Positionierung für den Säulentyp praktikabel ist.

ANSPRÜCHE DES WERBETRÄGERS AN DEN PLATZ

- Bei der Positionierung sind die spezifischen Eigenschaften der Säulen als Allgemeinstelle zu berücksichtigen.
- Säulen als Allgemeinstelle lassen sich aufgrund der Kleinteiligkeit der angebrachten Werbung sehr gut in städtische Räume integrieren.
- Infolge der Kleinteiligkeit müssen Säulen als Allgemeinstelle jedoch in Nähe von Fußgängerströmen positioniert werden, um als Werbeträger zu funktionieren.
- Besonders günstig ist eine Position, an der sich mehrere Bewegungsströme von Fußgängern kreuzen oder zusammenlaufen.
- Die spezifische Form des Platzes an der Halle und die umliegenden Nutzungen generieren mehrere dieser Bewegungsströme.

ANSPRÜCHE WEITERER ELEMENTE AN DEN PLATZ AN DER HALLE

- Der Anspruch des Werbeträgers an den Platzraum muss jedoch mit weiteren funktionalen und räumlichen Ansprüchen koordiniert werden.
- Der Platz an der Halle gehört zu der Raumkategorie Stadtplatz. Auf einem solchen zentralen

Raumtyp überlagern sich vielfältige Ansprüche an den städtischen Raum. Dies schließt folgende Punkte ein:

- Anlieferbereiche
 - Außengastronomie
 - Platzmobiliar
 - Platzzugewandte Fassadenbereiche mit Zugängen
 - Sichtbeziehungen zwischen der Hindenburgstraße und dem Platz an der Halle
 - Sitzflächen
- Die Bedeutung dieser Elemente muss bei der Positionierung des Werbeträgers berücksichtigt werden. Daher wird in diesen Bereichen das Ausschlussprinzip angewandt, damit der Werbeträger bspw. nicht in Eingangsbereichen steht.

POSITIONIERUNG

- Der gewählte Standort soll die beschriebenen Raumansprüche der verschiedenen Elemente berücksichtigen.
- Es wird ein Standort am Übergang vom Platz an der Halle zur Goethestraße gewählt.
- Hier kreuzen sich zum einen verschiedene Bewegungsströme. Zum anderen findet keine räumliche Beeinträchtigung der zahlreichen weiteren Ansprüche an den Platzraum statt.
- Die Wirkung des Werbeträgers auf dem Platzraum wurde zudem mittels einer Fotomontage überprüft.



Positionierung Werbeträger im öffentlichen Raum

- | | | |
|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Hauptfußgängerbewegungen | Anlieferbereich, Stellplätze | Platzzugewandte Fassaden |
| Ausschlusszone | Außengastronomie | Sichtbeziehung |
| Werbeträger | Platzmobiliar, Sitzflächen | |



PLATZ AN DER STADTBahn

AUSGANGSBEDINGUNGEN

- Die Untersuchungen der vorherigen Kapitel haben ergeben, dass der Platz an der Stadtbahn einen Standort bietet, an dem Säulen als Allgemeinstelle stadtbildverträglich sind.
- Zudem legt das Verortungskonzept auf der Stadtteilebene für diesen Standort den Werbeträgertyp Säule als Allgemeinstelle fest.
- Auf der Detailebene des Platzes ist eine Überprüfung einer praktikablen Positionierung für den Säulentyp notwendig.

ANSPRÜCHE DES WERBETRÄGERS AN DEN PLATZ

- Wie bereits zuvor erwähnt ist bei der Positionierung die Charakteristik von Säulen als Allgemeinstelle zu beachten.
- Aufgrund der Kleinteiligkeit der angebrachten Werbung fügen sich Säulen als Allgemeinstelle sehr gut in städtische Räume ein.
- Die Kleinteiligkeit bedingt aber auch eine Positionierung in Nähe von Fußgängerströmen, damit die Werbung gut wahrgenommen werden kann. Kreuzungspunkte von Bewegungsströmen sind hierbei besonders gut geeignet.
- Auf dem Platz an der Stadtbahn erzeugt die angrenzende Haltestelle eine Vielzahl an Bewegungsströmen, bspw.:
 - in Richtung der Otto-Schuster-Straße und zu den zentralen Bereichen Nellingens
 - in Richtung der nördlich an den Platz angrenzenden Wohngebiete
 - in Richtung des nordwestlich liegenden Schul- und Bildungszentrums
- Beeinflusst und ergänzt werden diese Bewegungsströme durch die doppelte Dreiecksform des Platzes und die umliegenden Nutzungen wie die Deutsche Post Filiale.

ANSPRÜCHE WEITERER ELEMENTE AN DEN PLATZ AN DER STADTBahn

- Die Positionierung des Werbeträgers muss jedoch auch die zahlreichen weiteren Nutzungen auf dem Platzraum berücksichtigen.
- Auf einem zentralen Stadtplatz wie dem Platz an der Stadtbahn liegen vielfältige Überlagerungen unterschiedlicher Nutzungsansprüche vor. Hierzu zählen:
 - Anlieferbereiche, Stellplätze, Zufahrten
 - Außengastronomie
 - Platzmobiliar
 - Platzzugewandte Fassadenbereiche mit Zugängen
 - Bahninfrastruktur
- Um Nutzungskonflikte mit der Werbung zu vermeiden wird das Ausschlussprinzip angewandt.
- Insbesondere soll ein Konflikt mit der Infosteile der Stadtbahn am Übergang vom Stadtraum zur Otto-Schuster-Straße vermieden werden.
- Die Infosteile enthält Fahrgastinformationen und soll nicht durch eine nahe Positionierung von Werbung beeinträchtigt werden.
- Zudem wäre eine unmittelbare Konzentration von zwei Säulen- bzw. Stelenelementen abträglich für die Wirkung des Platzes.

POSITIONIERUNG

- Der gewählte Standort soll die vielfältigen Raumansprüche der verschiedenen Elemente einkalkulieren.
- Aufgrund des notwendigen Abstands zur Infosteile wird ein Standort im nördlichen Platzbereich gewählt.
- Am Standort kreuzen sich zahlreiche Bewegungsströme in Richtung Norden. Darüber hinaus kann hier eine räumliche Beeinträchtigung der weiteren funktionalen Ansprüche an den Platzraum vermieden werden.
- Die Wirkung des Werbeträgers auf dem Platzraum wurde zudem mittels einer Fotomontage überprüft.



Positionierung Werbeträger im öffentlichen Raum

- | | | |
|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| Hauptfußgängerbewegungen | Anlieferbereich, Stellplätze | Platzzugewandte Fassaden |
| Ausschlusszone | Außengastronomie | Infrastruktur Stadtbahn |
| Werbeträger | Platzmobiliar | Infoseite Stadtbahn |



HINDENBURGSTRASSE

AUSGANGSBEDINGUNGEN

- Die vorangegangenen Untersuchungen haben gezeigt, dass City-Light-Poster als Vitrinen bei Berücksichtigung gewisser Regeln stadtbildverträglich in zentralen Achsen wie der Hindenburgstraße untergebracht werden können.
- Zu diesen Regeln zählen bspw.:
 - In Achsen keine exponierte Stellung hin zur Straßenmitte / auf Mittelstreifen
 - Taktung des Wechslermechanismus auf mindestens 1 Minute
- Auch das Verortungskonzept, das die Verteilung von unterschiedlichen Werbeträgern auf Ebene des Stadtteils koordiniert, sieht in der Hindenburgstraße einen potentiellen Standort für City-Light-Poster als Vitrinen vor.
- Auf der Detailebene eines Straßenabschnitts soll nun ein praktikabler Standort für eine entsprechende Positionierung gefunden werden.
- Hierbei werden die aktuellen Planungen für die künftige Umgestaltung der Hindenburgstraße herangezogen.

ANSPRÜCHE DES WERBETRÄGERS AN DEN STRAßENRAUM

- City-Light-Poster können auf eine Wirkung sowohl auf Fußgänger/innen als auch auf motorisierte Verkehrsteilnehmer/innen abzielen.
- Hierbei gestattet die relative Großflächigkeit der in die Vitrinen eingebrachten Poster eine größere Flexibilität bei der Positionierung.
- Idealerweise ist der Werbeträger quer zur Fahrbahn angebracht und durch die verschiedenen Typen der Verkehrsteilnehmer gleichzeitig wahrnehmbar.
- Hierbei muss jedoch der Raumtyp der zentralen Achse berücksichtigt werden. Deshalb kann der Werbeträger nicht auf dem Mittelstreifen oder auf dem Gehweg zu stark in Richtung der Straßenmitte untergebracht werden.
- Auch die geplante Gestaltung des öffentlichen Raums in der Hindenburgstraße muss berücksichtigt werden, damit die Werbeträger nicht

wie Fremdkörper wirken.

- So sollen die Vitrinen mit den City-Light-Postern in die geplanten Trägerelemente im öffentlichen Raum eingebracht werden. Diese nehmen entlang der Hindenburgstraße vielfältige Elemente auf und formen einen einheitlichen Gestaltungsrahmen.

ANSPRÜCHE WEITERER ELEMENTE AN DEN RAUM DER HINDENBURGSTRASSE

- Auf einer zentralen Achse wie der Hindenburgstraße liegen vielfältige funktionale und räumliche Ansprüche:
 - Anlieferbereiche, Zufahrten
 - Straßenmobiliar
 - Platzzugewandte Fassadenbereiche mit Zugängen
 - Sichtbeziehungen entlang der Achse
- Um die Bedeutung dieser Elemente nicht bei der Positionierung des Werbeträgers zu beeinträchtigen wird hier das Ausschlussprinzip angewandt.

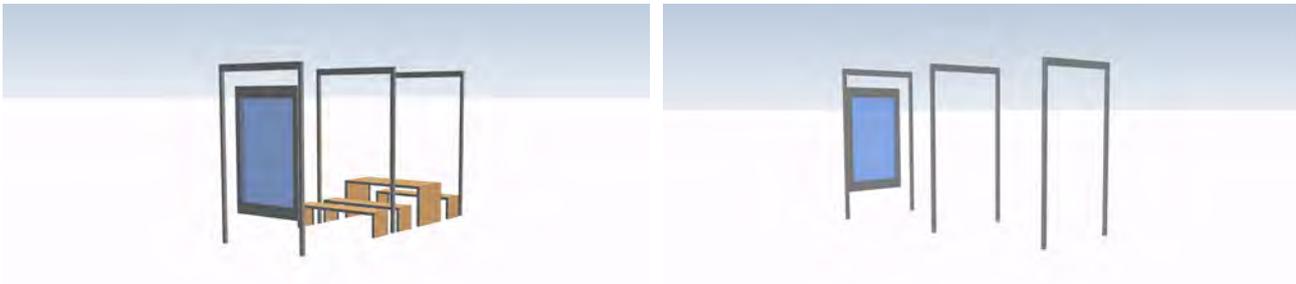
POSITIONIERUNG

- Der gewählte Standort soll die beschriebenen weiteren Raumanprüche an die Hindenburgstraße berücksichtigen.
- Zudem wird der Werbeträger zusammen mit einem Trägerelement in die Hindenburgstraße eingelassen.
- Der gewählte Standort befindet sich nahe, aber nicht unmittelbar im Kreuzungsbereich mit der Mutzenreisstraße.
- Der Standort erfüllt folgende Ansprüche:
 - Unterbringung des Werbeträgers nahe von Bewegungsströmen von Fußgänger/innen und motorisierten Verkehrsteilnehmer/innen
 - Einbringung mittels eines Trägerelements in einen Aktivitätsbereich des Gestaltungskonzepts der Hindenburgstraße
 - Berücksichtigung der durch Werbung ungestörten Blickbeziehungen in den mittleren Bereichen der zentralen Achse



Positionierung Werbeträger im öffentlichen Raum

- | | | |
|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| Hauptfußgängerbewegungen | Stellplätze, Zufahrten | Platzzugewandte Fassaden |
| Ausschlusszone | Private Grundstücksflächen | Sichtbeziehung |
| Werbeträger | Straßenmobiliar | |



Seitliche Einbringung City-Light-Poster (Vitrine) in Trägerelement in der Hindenburgstraße



KONZEPT FÜR WERBEANLAGEN DER EIGENWERBUNG IN OSTFILDERN-NELLINGEN



INHALTSVERZEICHNIS

	KONZEPT FÜR WERBEANLAGEN DER EIGENWERBUNG IN OSTFILDERN-NELLINGEN	
01	PROBLEMFELDER DER EIGENWERBUNG	004
02	BEISPIELE DER EIGENWERBUNG IM BESTAND	005
03	BEURTEILUNG DER EIGENWERBUNG IM BESTAND	016
04	WECHSELWIRKUNG WERBUNG / ÖFFENTLICHER RAUM / KUBATUR	018
05	GESTALTUNGSLEITLINIEN	032

1 PROBLEMFELDER DER EIGENWERBUNG

- Das Plangebiet für die Untersuchung der Bestandssituation sowie für die Konzeptentwicklung der Eigenwerbung erstreckt sich auf die zentralen Achsen im Ortsteil Nellingen der Stadt Ostfildern:
 - Hindenburgstraße
 - Esslinger Straße
 - Denkendorfer Straße
 - Otto-Schuster-Straße nördlich der Hindenburgstraße
- Die vorhandenen Standorte sollen auf ihre Lage- und Dichteverteilung sowie charakteristische Problemfelder der Eigenwerbung im Stadtbild untersucht werden.

PROBLEMFELDER DER EIGENWERBUNG

- Der Öffentliche Raum hat eine lange gemeinsame Geschichte mit der Eigenwerbung von Handel und Gewerbetreibenden.
- In der Folge hat sich eine Bandbreite von gelungener Belebung des Straßenraums bis zur Überfrachtung mit Eigenwerbung ergeben.
- Charakteristische Problemfelder, die sich regelmäßig bei der Verwendung von Eigenwerbung ergeben, können wie folgt zusammengefasst werden:

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bunte, knallige Kolorierung
- Bekleben von Schaufenstern
- Blinkende Lichtanlagen
- Bewegte Leuchtschriften
- Großflächige Planen / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben
- Qualitätsmindernde Auslagen

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTEREINANDER

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung im

Straßenraum

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
- Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

ABSTIMMUNG MIT DEM TRÄGERGEBÄUDE

- Nichtbeachtung von Kubatur, Dimensionierung und Farbgestaltung des Trägergebäudes
- Verdecken von Architektur und Fassadenstruktur
- Beleuchtung im Bereich benutzter Innenräume
- Konkurrenz zu Objektanstrahlungen

ABSTIMMUNG MIT DER UMGEBUNG

- Keine Abstimmung der Beleuchtung mit umliegenden Nutzungen / Konkurrenz zu Straßenbeleuchtung und Objektanstrahlungen der Umgebung
- Beleuchtung strahlt über den Ortsrand hinaus in die freie Landschaft

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Verstellen von Ansichten und Sichtachsen
- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe
- Beeinträchtigung von Elementen mit besonderer Stadtbildbedeutung (z.B. Kirche, Markante Gebäude)
- Keine Integration in kleinteilige Raum- und Nutzungsstruktur
- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbung mit Fernwirkung

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr

2 BEISPIELE DER EIGEN- WERBUNG IM BESTAND

BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 33

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude

QUALITÄT DER WERBUNG

- Qualitätsmindernde Auslagen

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe



BEISPIEL HINDENBURGSTRAÙE 10

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bekleben von Schaufenstern
- Großflächige Plakate / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER-EINANDER

- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort



KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE / OTTO-SCHUSTER-STRABE 40

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bunte, knallige Kolorierung
- Bekleben von Schaufenstern

ABSTIMMUNG MIT DEM TRÄGERGE- BÄUDE

- Nichtbeachtung von Kubatur, Dimensionierung und Farbgestaltung des Trägergebäudes
- Verdecken von Architektur und Fassadenstruktur

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbung mit Fernwirkung

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 31

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bekleben von Schaufenstern
- Großflächige Plakate / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben
- Qualitätsmindernde Auslagen

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER-EINANDER

- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe
- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbung mit Fernwirkung



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 6 / MUTZENREISSTRABE 1

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bunte, knallige Kolorierung
- Bekleben von Schaufenstern
- Großflächige Plänen / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER- EINANDER

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung im Straßenraum
- Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
- Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

ABSTIMMUNG MIT DEM TRÄGERGE- BÄUDE

- Nichtbeachtung von Kubatur, Dimensionierung und Farbgestaltung des Trägergebäudes
- Verdecken von Architektur und Fassadenstruktur

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Visuelle Verdichtung durch Anordnung in Reihe

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 21

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bekleben von Schaufenstern
- Großflächige Platten / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER-EINANDER

- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

ABSTIMMUNG MIT DEM TRÄGERGE-BÄUDE

- Nichtbeachtung von Kubatur, Dimensionierung und Farbgestaltung des Trägergebäudes
- Verdecken von Architektur und Fassadenstruktur

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 1, 3, 5

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Großflächige Platten / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER-EINANDER

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung im Straßenraum
- Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
- Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

KONFLIKT IM ÖFFENTLICHEN RAUM

- Positionierung im Laufbereich durch Auslagen und Aufsteller

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 2 / ESSLINGER STRABE

QUANTITÄT DER WERBUNG

- Überfrachtung mit Werbung am Trägergebäude
- Dominanz der Werbung im Stadtbild

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bunte, knallige Kolorierung
- Großflächige Platten / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER- EINANDER

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung im Straßenraum
- Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
- Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

ABSTIMMUNG MIT DEM TRÄGERGE- BÄUDE

- Verdecken von Architektur und Fassadenstruktur

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbung mit Fernwirkung

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL OTTO-SCHUSTER-STRABE 35

QUALITÄT DER WERBUNG

- Bunte, knallige Kolorierung
- Bekleben von Schaufenstern



BEISPIEL HINDENBURGSTRAßE 1 /
ESSLINGER STRAßE

QUALITÄT DER WERBUNG

- Großflächige Plakate / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Großflächige Werbung mit Fernwirkung

VERKEHRSSICHERHEIT

- Minderung der Aufmerksamkeit im Straßenverkehr



BEISPIEL DENKENDORFER STRAÙE 3

QUALITÄT DER WERBUNG

- Großflächige Planen / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben

ABSTIMMUNG DER WERBUNG UNTER-EINANDER

- Uneinheitliche Wirkung der Werbung im Straßenraum
- Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
- Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
- Vielfältige Typen von Werbeträgern an einem Standort

KONFLIKT MIT STADTBILD

- Verstellen von Ansichten und Sichtachsen
- Dominanz durch Maßstabssprung
- Großflächige Werbung mit Fernwirkung



3 BEURTEILUNG DER EIGENWERBUNG IM BESTAND

TYPEN DER EIGENWERBUNG

- Im Untersuchungsgebiet tritt eine große Varianz an Werbeträgern der Eigenwerbung auf. Hierzu zählen bspw.:
 - Schilder
 - Stechschilder
 - Schaufensterbeklebungen
 - Auslagen
 - Aufsteller

ANBRINGUNG AN TRÄGERN

- Entsprechend der Typen der Eigenwerbung erfolgt die Anbringung vor allem an:
 - Fassaden
 - Schaufenster
 - Einfriedungen
 - Öffentlicher Raum in der Vorzone des Einzelhandels / der Versorgungseinrichtung

PROBLEMFELDER

- Im Zuge der Anbringung von Eigenwerbung kommt es gehäuft zu folgenden Problemen:
 - Überfrachtung mit Werbung
 - Bunte, knallige Kolorierung
 - Großflächige Planen / Schilder anstelle von Einzelbuchstaben
 - Uneinheitliche Wirkung der Werbung im Straßenraum
 - Uneinheitliche Wirkung der Werbung am selben Gebäude
 - Konkurrenz der Werbeanlagen untereinander
 - Nichtbeachtung der Architektur am Trägergebäude

HÄUFUNGSBEREICHE

- Im Untersuchungsgebiet liegt eine variierende Dichte von Einzelhandel und Versorgungseinrichtungen vor. Diese Nutzungen bringen ein hohes Maß an Eigenwerbung mit sich. Zu Konzentrationen kommt es an zentralen Achsen und Plätzen des Ortsteils.
- Hoher Häufigungsgrad der Eigenwerbung:
 - Hindenburgstraße
 - Platz an der Halle
 - Platz an der Stadtbahnhaltestelle
- Mittlerer Häufigungsgrad der Eigenwerbung an weiteren zentralen Verkehrsachsen:
 - Esslinger Straße
 - Denkendorfer Straße
- Geringer Häufigungsgrad der Eigenwerbung:
 - An die Hauptstraßen angrenzende Nebenstraßen
- Entlang der Hindenburgstraße ist die Häufung so stark, dass die Eigenwerbung in Konkurrenz zueinander steht.
- Dabei leidet insbesondere die Qualität der Werbung, da sie sich durch bunte, knallige Kolorierung zu übertrumpfen sucht.
- In den weiteren Bereichen nimmt die Dichte der Eigenwerbung ab. Dadurch entspannt sich der Raumeindruck trotz negativer Einzelfälle.

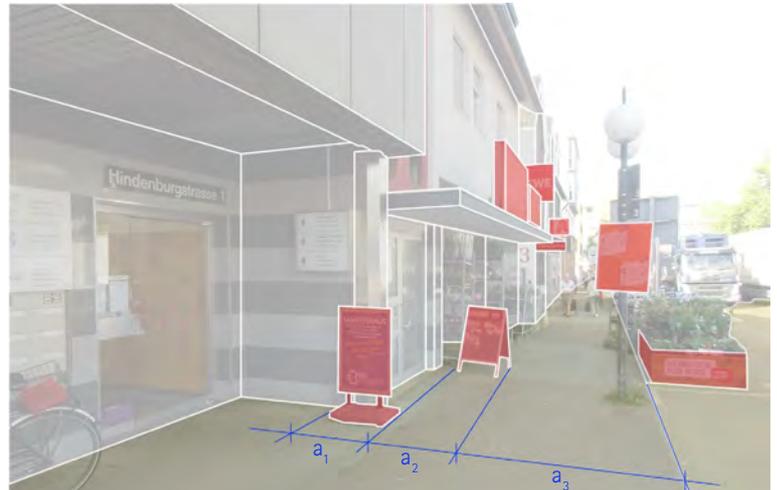


4 WECHSELWIRKUNG WERBUNG / ÖFFENTLICHER RAUM / KUBATUR

BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 1, 3, 5

PUNKT A

- Die Aufsteller belegen in der Breite a_1 und a_2 Gehwegfläche.
- Die Summe der Breiten a_1 und a_2 bleibt geringfügig hinter der Breite a_3 der freien Gehwegfläche zurück.
- Allerdings müssen in der Breite a_3 auch Möblierungselemente (bspw. Gehwegbeleuchtung) integriert werden.
- Die Häufung von Aufstellern führt zu visueller Verdichtung und einem teilweise physischen Versperren der Gehwegfläche.
- Handlungsansatz 1: Relative Beschränkung der Breite der Aufsteller entsprechend der Gehwegbreite
- Handlungsansatz 2: Beschränkung der Anzahl der Aufsteller auf 1 pro Ladeneinheit



PUNKT B

- Die Höhe b_1 der Werbeanlage übersteigt mehrfach die Höhe b_2 des Vordachs auf, das sie aufgesetzt ist.
- Die Werbeanlage dominiert dadurch stark das architektonische Element.
- Handlungsansatz: Beschränkung der Höhe der auf Vordächer aufgesetzten Werbung



PUNKT C

- Die Höhe c_2 der Werbeanlage ist annähernd so groß wie die Höhe c_4 des Fensters.
- Die Breite c_1 der Werbeanlage übersteigt die Breite c_3 der Fensteröffnung.
- Dadurch beeinträchtigt die Werbeanlage die gliedernde Charakteristik der Fassadenöffnungen am Gebäude.
- Handlungsansatz: Einzelne Werbeelemente nicht größer als bestimmende Fensteröffnungen der Fassade



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 1, 3, 5 / ESSLINGER STRABE

PUNKT A

- Der Höhenverlauf a_2 der oberhalb der Sockelbereiche angebrachten Werbeanlagen ist unregelmäßig und entspricht nicht dem klaren, horizontalen Verlauf der jeweiligen Traufkante a_1 .
- Dies ist abträglich für die visuelle Klarheit der Gliederung der Gebäude.
- Handlungsansatz: Geschossweise einheitlicher Höhenverlauf der Werbeanlagen



PUNKT B

- Die Werbeanlage b_2 beeinträchtigt die visuelle Klarheit der Gebäudekante b_1 an der Straßenkreuzung und erschwert die Ablesbarkeit der Gebäudekubatur.
- Handlungsansatz: Mindestens 1 m Abstand zwischen Werbung und Gebäudekante



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 10

PUNKT A

- Der Aufsteller belegt in der Breite a_2 Gehwegfläche.
- Die Breite a_2 bleibt geringfügig hinter der Breite a_1 der durchgehenden freien Gehwegfläche zurück.
- Allerdings müssen in der Breite a_1 auch Möblierungselemente (bspw. Gehwegbeleuchtung) integriert werden.
- Die Häufung von Aufstellern führt zu visueller Verdichtung und einem teilweise physischen Versperren der Gehwegfläche.
- Handlungsansatz 1: Relative Beschränkung der Breite der Aufsteller entsprechend der Gehwegbreite
- Handlungsansatz 2: Beschränkung der Anzahl der Aufsteller auf 1 pro Ladeneinheit

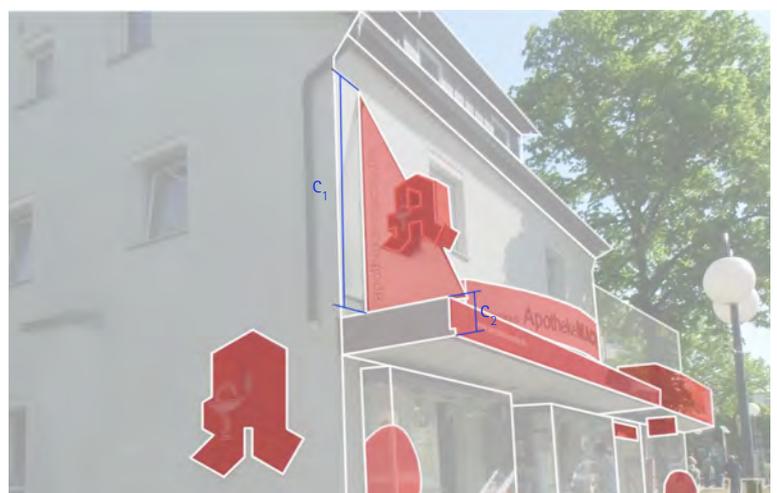
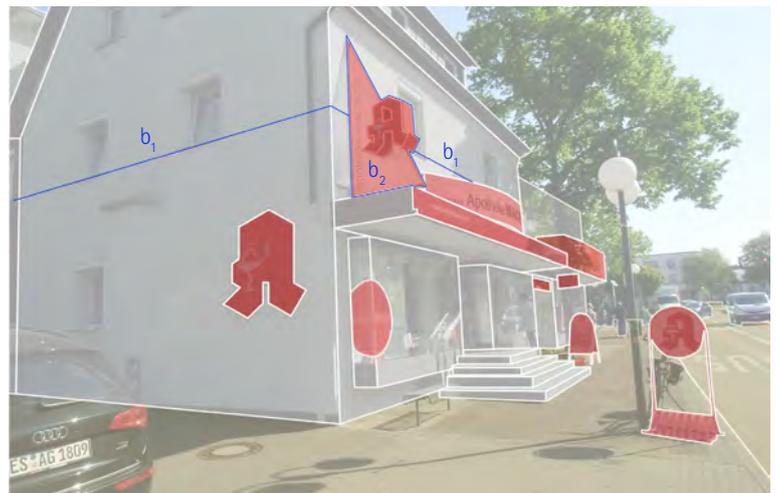
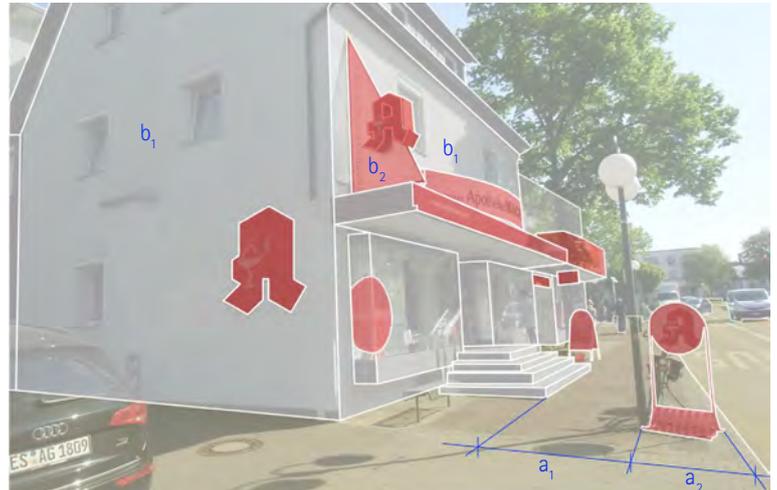
PUNKT B

- Die Werbeanlage b_2 überschreitet die Brüstungshöhe der Fenster im 1. OG.
- Dadurch wird die klare Trennung von Bereichen mit und ohne Werbung am Gebäude unterbrochen und die klare Gliederung der Fassadenelemente beeinträchtigt.
- Handlungsansatz: Keine Werbung oberhalb der Fensterbrüstung im 1. OG

BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 10

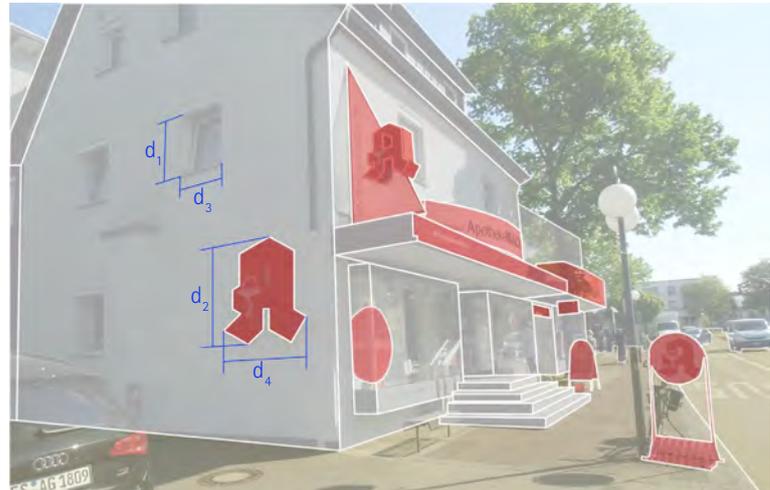
PUNKT C

- Die Höhe c_1 der Werbeanlage übersteigt mehrfach die Höhe c_2 des Vordachs, auf das sie aufgesetzt ist.
- Die Werbeanlage dominiert dadurch stark das architektonische Element.
- Handlungsansatz: Beschränkung der Höhe der auf Vordächer aufgesetzten Werbung



PUNKT D

- Die Höhe d_2 der Werbeanlage übersteigt die Höhe d_1 der Fassadenöffnung.
- Dadurch beeinträchtigt die Werbeanlage die gliedernde Charakteristik der Fassadenöffnungen am Gebäude.
- Handlungsansatz: Einzelne Werbeelemente nicht größer als bestimmende Fensteröffnungen der Fassade



PUNKT E

- Der Höhenverlauf e_2 der auf das Vordach aufgesetzten Werbeanlagen ist unregelmäßig und entspricht nicht dem klaren, horizontalen Verlauf der Traufkante e_1 .
- Dies ist abträglich für die visuelle Klarheit der Gliederung des Gebäudes.
- Handlungsansatz: Einheitlicher Höhenverlauf der auf das Vordach aufgesetzten Werbeanlagen



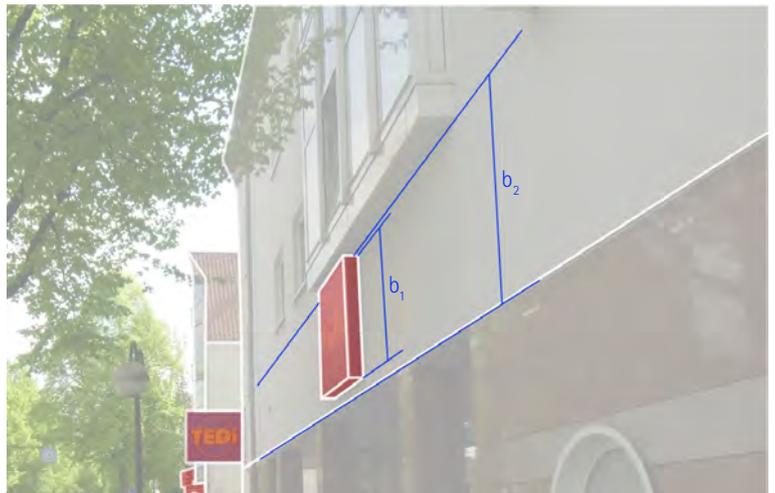
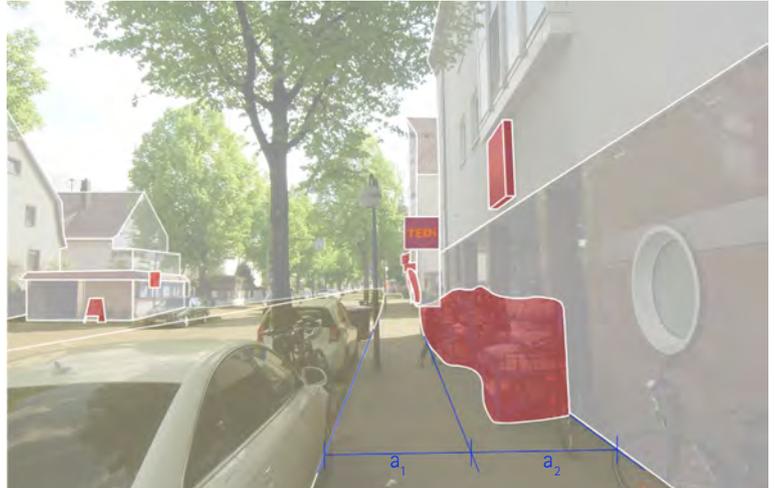
BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 33

PUNKT A

- Die Auslagen belegen mit einer Tiefe a_2 Gehwegfläche.
- Das Maß der Tiefe a_2 entspricht dem Maß der Breite a_1 der durchgehenden freien Gehwegfläche.
- Allerdings müssen in der Breite a_1 auch Möblierungselemente (bspw. Gehwegbeleuchtung) integriert werden.
- Die Häufung von Auslagen führt zu visueller Verdichtung und einem teilweise physischen Versperren der Gehwegfläche.
- Handlungsansatz 1: Relative Beschränkung der Tiefe der Auslage entsprechend der Gehwegbreite
- Handlungsansatz 2: Beschränkung der Anzahl der Auslagen auf 1 pro Ladeneinheit

PUNKT B

- Als positiv ist zu beurteilen, dass die Werbung nicht die Gliederung der Fassaden mittels des Sockelbereichs durchbricht. In diesem Fall ist die Werbung klar oberhalb des Sockelbereichs positioniert.
- Die Höhe b_1 der Werbeanlage ist allerdings nur unwesentlich geringer als die Höhe b_2 der Fensterbrüstung im 1. OG. Dieser Aspekt schränkt die Wahrnehmbarkeit der klaren Fassadengliederung etwas ein.
- Handlungsansatz 1: Positionierung der Werbung entweder oberhalb oder innerhalb des Sockelbereichs der Fassade
- Handlungsansatz 2: Beschränkung der Höhe der Werbeanlage an der Fensterbrüstung auf die Hälfte des Abstands zwischen den Fassadenöffnungen im EG und 1. OG



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 12

PUNKT A

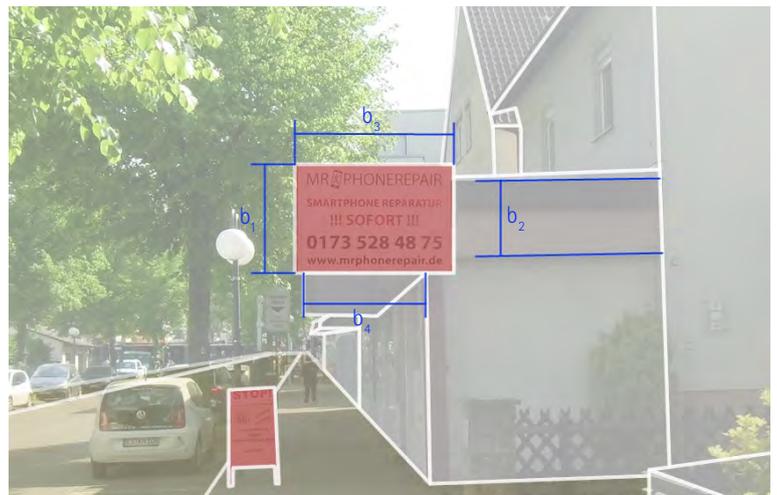
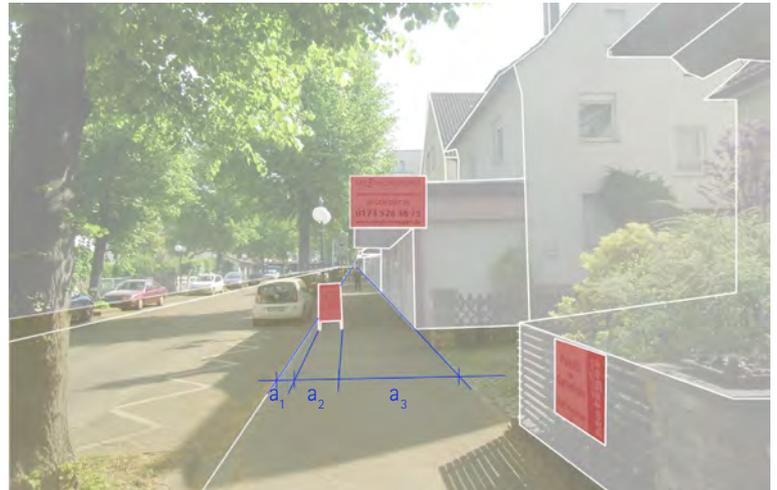
- Die Höhen a_1 und a_2 der Werbung sind deutlich geringer als die Höhe a_3 der Fensterbrüstung im 1. OG.
- Dadurch kann die Werbung gut in die Fassadengliederung des Gebäudes integriert werden.
- Die Verwendung von Einzelbuchstaben für den Schriftzug unterstützt die Integration der Werbung am Gebäude.
- Handlungsansatz 1: Beschränkung der Höhe der Werbeanlage an der Fensterbrüstung auf die Hälfte des Abstands zwischen den Fassadenöffnungen im EG und 1. OG
- Handlungsansatz 2: Empfehlung zur Verwendung von Einzelbuchstaben für Schriftzüge
- Handlungsansatz 3: Bei Schildern mit Schriftzügen farbliches Anpassen des Hintergrunds des Schilds an die umliegende Fassadenfarbe



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 21

PUNKT A

- Der Aufsteller belegt in der Breite a_2 Gehwegfläche.
- Die Breite a_2 ist deutlich geringer als die Summe der Breiten a_1 und a_3 der freien Gehwegfläche.
- Allerdings müssen in der Breite a_3 auch Möblierungselemente (bspw. Gehwegbeleuchtung) integriert werden.
- Die Positionierung des Aufstellers hin zur Fahrbahnfläche mindert die Wahrnehmbarkeit der Abgrenzung beider Typen des öffentlichen Raums:
 - Gehwegfläche
 - Fahrbahnfläche
- Handlungsansatz 1: Relative Beschränkung der Breite der Aufsteller entsprechend der Gehwegbreite
- Handlungsansatz 2: Positionierung von Aufstellern nur auf der von der Fahrbahn abgewandten Seite des Gehwegs



PUNKT B

- Die Höhe b_1 der Werbeanlage übersteigt die Höhe b_2 des Vordachs, an dem sie angebracht ist. Die Breite b_3 der Werbeanlage übersteigt die Tiefe b_4 des Vordachs.
- Die Werbeanlage dominiert dadurch stark das architektonische Element.
- Handlungsansatz: Beschränkung der angebrachten Werbung entsprechend der Maße des Vordachs

BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 7/1

PUNKT A

- Das Werbeelement a_1 liegt oberhalb der Fußbodenkante a_3 des 2. OG.
- Das Werbeelement a_2 liegt oberhalb der Fensterbrüstung a_4 des 1. OG.
- Dadurch wird die klare Trennung von Bereichen mit und ohne Werbung am Gebäude unterbrochen und die klare Gliederung der Fassadenelemente beeinträchtigt.
- Handlungsansatz: Keine Werbung oberhalb der Fensterbrüstung im 1. OG



PUNKT B

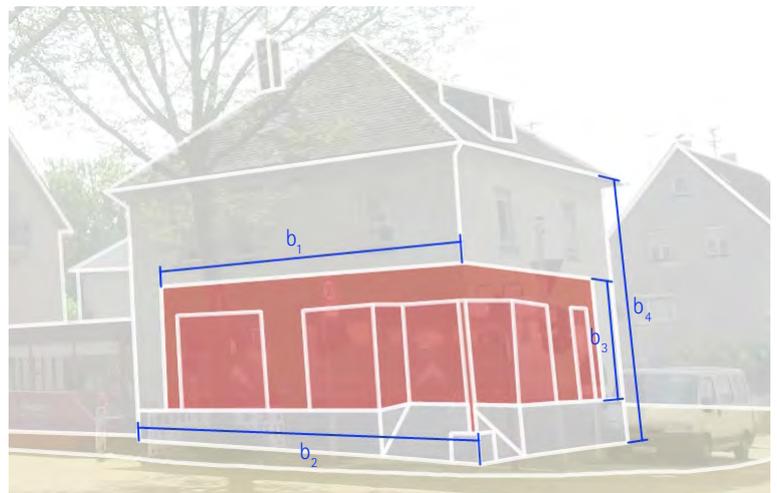
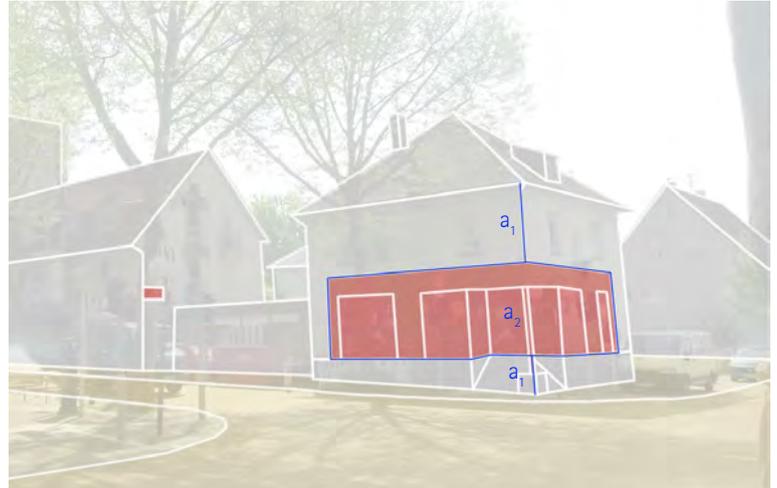
- Die Werbeelemente b liegen mit einer großen Varianz an Formaten vor:
 - geringfügig liegend
 - stark liegend
 - rund
- Dadurch erzeugt die Werbung eine unruhige Wirkung am Gebäude, die im Widerspruch zu der klaren Fassadengliederung steht.
- Handlungsansatz: Begrenzung der an einem Gebäude vorkommenden Formate der Werbung



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE / OTTO-SCHUSTER-STRABE 40

PUNKT A UND B

- Die Farbgebung a_2 am Gebäude ist sehr auffallend und hat eine Werbefunktion inne, da sie auf die Farbe weiterer Werbeelemente (Fensterbeklebungen) abgestimmt ist.
- Auf die Fassadengliederung oder weitere Farbgebung am Gebäude ist die Fläche a_2 hingegen nicht abgestimmt.
- In der Folge wird die Ablesbarkeit der Gebäudekubatur gemindert. So ist die Gebäudeecke an der Straßenkreuzung im Bereich a_2 nicht deutlich wahrnehmbar.
- Die Maße der aufgetragenen Akzentfarbe mit Werbefunktion macht große Teile der Fassadenfläche aus.
 - Die Breite b_1 der aufgetragenen Akzentfarbe beträgt annähernd die Breite b_2 der Fassadenseite.
 - Die Höhe b_3 der aufgetragenen Akzentfarbe beträgt annähernd $1/2$ der Traufhöhe b_4 der Fassadenseite.
- Handlungsansatz 1: Keine großflächige Farbgebung der Fassade aus Werbegründen
- Handlungsansatz 2: Abseits der Werbemittel (z.B. Plakate, Schilder) Verwendung von Akzentfarben nur im Zusammenhang mit Gliederungselementen der Fassade (z.B. Fassadenöffnungen)



BEISPIEL ESSLINGER STRABE 26

PUNKT A

- Die Höhe a_1 der Werbung ist deutlich geringer als die Höhe a_2 der Fensterbrüstung im 1. OG.
- Dadurch kann die Werbung gut in die Fassadengliederung des Gebäudes integriert werden.
- Die Verwendung von Einzelbuchstaben unterstützt die Integration der Werbung am Gebäude.
- Handlungsansatz 1: Beschränkung der Höhe der Werbeanlage an der Fensterbrüstung auf die Hälfte des Abstands zwischen den Fassadenöffnungen im EG und 1. OG
- Handlungsansatz 2: Empfehlung zur Verwendung von Einzelbuchstaben für Schriftzüge
- Handlungsansatz 3: Bei Schildern mit Schriftzügen farbliches Anpassen des Hintergrunds des Schilds an die umliegende Fassadenfarbe

PUNKT B

- Die Abstände b_1 zwischen den einzelnen Werbeanlagen b_2 sind relativ gering.
- Dadurch kommt es in der Wirkung zu einer visuellen Verdichtung trotz der relativen Schmalheit der einzelnen Werbeanlagen b_2 .
- Handlungsansatz: Abstand zwischen einzelnen Werbeanlagen mindestens 1,5 m



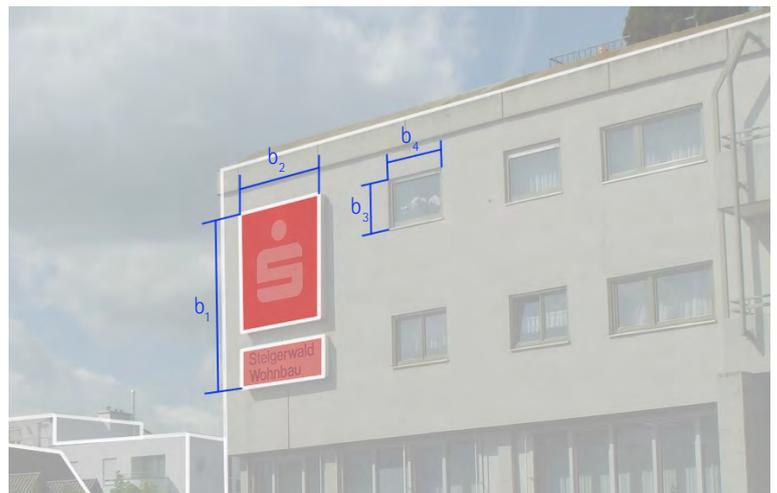
BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 2 / ESSLINGER STRASSE

PUNKT A

- Die Werbeanlagen a_2 beeinträchtigen die visuelle Klarheit der Gebäudekante a_1 an der Straßenkreuzung und erschweren die Ablesbarkeit der Gebäudekubatur.
- Handlungsansatz: Mindestens 1 m Abstand zwischen Werbung und Gebäudekante

PUNKT B

- Die Höhe b_1 der Werbeanlage ist deutlich größer als die Höhe b_3 der Fensteröffnung.
- Die Breite b_2 der Werbeanlage übersteigt die Breite b_4 der Fensteröffnung.
- Dadurch beeinträchtigt die Werbeanlage die gliedernde Charakteristik der Fassadenöffnungen am Gebäude.
- Handlungsansatz: Einzelne Werbeelemente nicht größer als bestimmende Fensteröffnungen der Fassade



BEISPIEL HINDENBURGSTRABE 2 / ESSLINGER STRABE

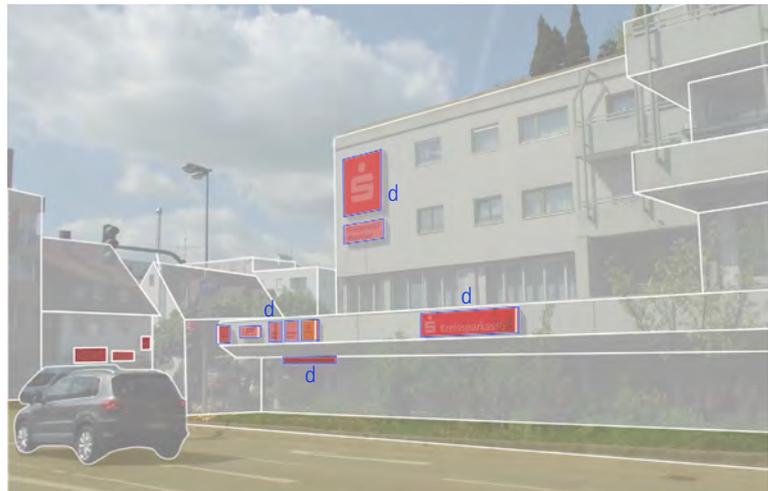
PUNKT C

- Die Abstände c_1 zwischen den einzelnen Werbeanlagen c_2 ist sehr gering.
- Dadurch kommt es in der Wirkung zu einer visuellen Verdichtung trotz der relativen Kleinteiligkeit der einzelnen Werbeanlagen c_2 .
- Handlungsansatz: Abstand zwischen einzelnen Werbeanlagen mindestens 1,5 m



PUNKT D

- Die Werbeelemente d liegen mit einer großen Varianz an Formaten vor:
 - stehend
 - stark liegend
 - quadratisch
- Dadurch erzeugt die Werbung eine unruhige Wirkung am Gebäude, die in Widerspruch zu der klaren Fassadengliederung steht.
- Handlungsansatz: Begrenzung der an einem Gebäude vorkommenden Formate der Werbung



BEISPIEL HINDENBURGSTRASSE 51

PUNKT A

- Als positiv ist zu beurteilen, dass die Werbung nicht die Gliederung a der Fassade durch den Sockelbereich durchbricht. In diesem Fall ist die Werbung klar innerhalb des Sockelbereichs positioniert.
- Die Höhe b_1 der Werbeanlage ist geringer als die Höhe b_2 von der Oberkante des Fensters zur Oberkante des Sockelbereichs. Zudem liegt die Werbeanlage b_1 horizontal mittig innerhalb des Bereichs b_2 . Dadurch kann die Werbung gut in die Fassadengliederung des Gebäudes integriert werden.
- Die Verwendung von Einzelbuchstaben unterstützt die Integration der Werbung am Gebäude.
- Handlungsansatz 1: Positionierung der Werbung entweder oberhalb oder innerhalb des Sockelbereichs, insofern eine Sockelgestaltung vorhanden ist
- Handlungsansatz 2: Abstimmung der Positionierung der Werbung auf die Sockeloberkante und die Fensteroberkante im Erdgeschoss, insofern eine Sockelgestaltung vorhanden ist
- Handlungsansatz 3: Empfehlung zur Verwendung von Einzelbuchstaben für Schriftzüge
- Handlungsansatz 4: Bei Schildern mit Schriftzügen farbliches Anpassen des Hintergrunds des Schilds an die umliegende Fassadenfarbe



5 GESTALTUNGSLEITLINIEN

1. SACHLICHER GELTUNGSBEREICH

- Die Leitlinien betreffen Werbeanlagen der Eigenwerbung. Im Sinne der Leitlinien sind dies alle Einrichtungen, die:
 - der Ankündigung, Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen,
 - an der Stätte der Leistung und im angrenzenden öffentlichen und privaten Raum angebracht, aufgebracht oder positioniert und
 - vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind.

2. TYPEN VON WERBEANLAGEN

Folgende Typen von Werbeanlagen sind gemäß der getroffenen Kategorisierung ihrer Anbringung, Aufbringung bzw. Positionierung zulässig:

2.1 UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE

- Beschriftungen
- Bemalungen

2.2 UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF SCHAU- UND LADENFENSTER

- Beklebungen
- Bemalungen

2.3 PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE

- Plakate
- Schilder
- Einzelbuchstaben / Schriftzüge aus Einzelbuchstaben
- Warenautomaten und Schaukästen
- Für Anschläge bestimmte Tafeln

2.4 RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE

- Stechschilder

2.5 FREISTEHEND AUF PRIVATEN FLÄCHEN

- Fahnen, Fahnenmasten, Fahngalgen
- Ausleger
- Aufsteller

2.6 FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN

- Ausleger
- Aufsteller

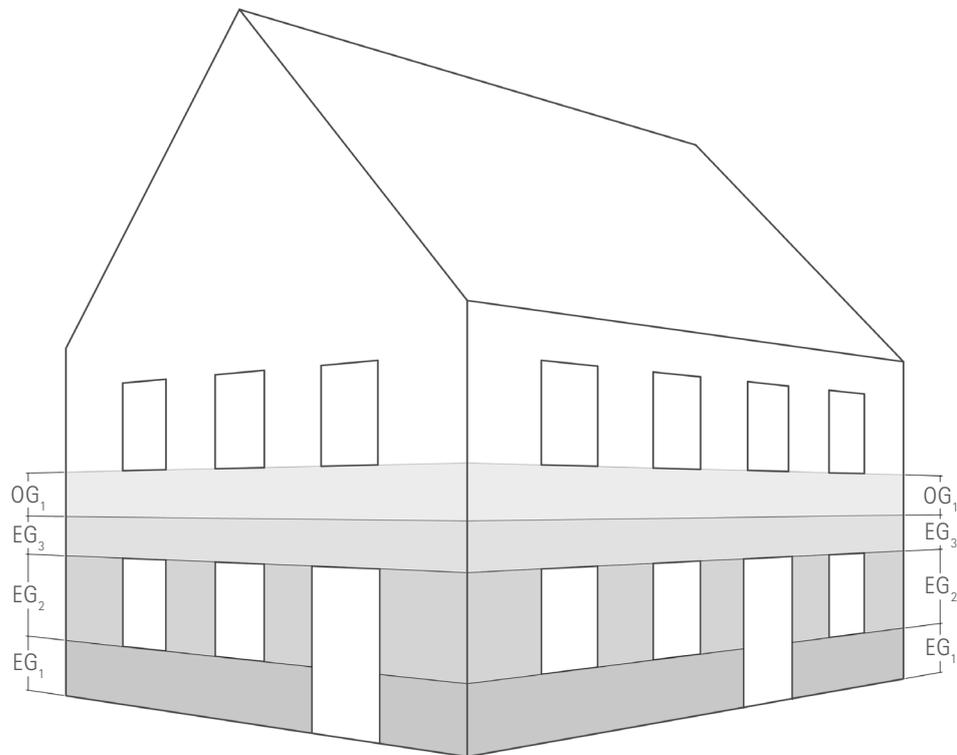
3. BEGRIFFSDEFINITION

3.1 BEGRIFFSDEFINITION ENSEMBLES VON WERBEANLAGEN

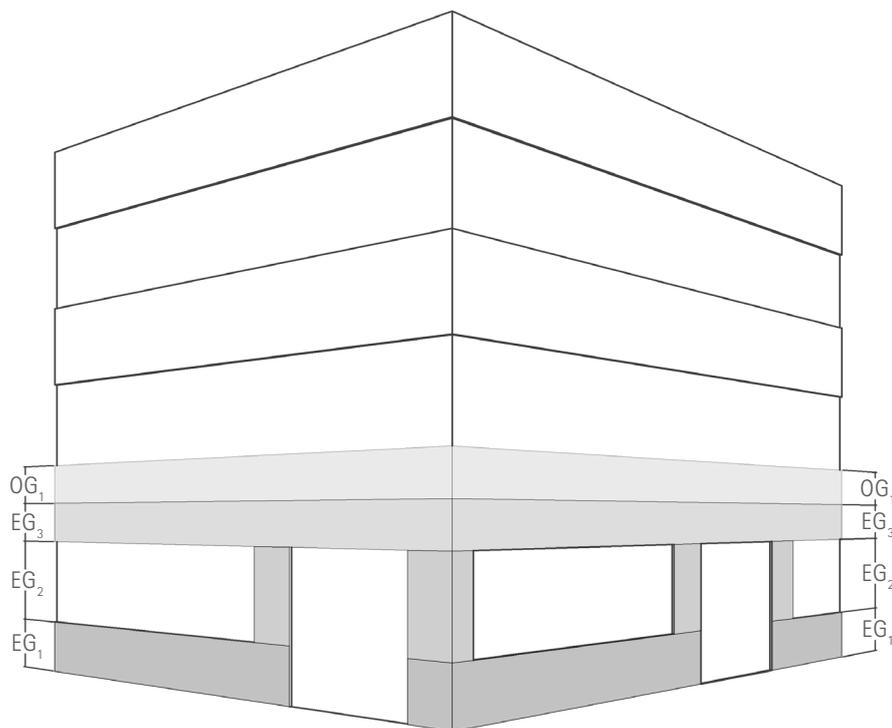
- Einrichtungen, die der obigen Begriffsdefinition von Werbeanlagen gerecht werden, können durch ihre Stellung zueinander, Einheitlichkeit, Wiederholung etc. ein Ensemble aus Werbeanlagen darstellen.
- Ensembles von Werbeanlagen können jeweils zusammengesetzt sein aus:
 - Schriftzug aus Einzelbuchstaben
 - Schriftzug und Logo
 - Schriftzug aus Einzelbuchstaben und Logo
 - Einheitlich gestaltete und im Zusammenhang aufgestellte Fahnen

3.2 BEGRIFFSDEFINITION FASSADENZONEN

- Im Zusammenhang mit den Leitlinien wird die Gebäudefassade in folgende horizontale Fassadenzonen unterteilt:
 - Fassadenzone EG₁: Erdgeschoss bis zur Höhe der Unterkante des niedrigsten Erdgeschossfensters
 - Fassadenzone EG₂: Erdgeschoss von Höhe der Unterkante des niedrigsten Erdgeschossfensters bis Höhe der Oberkante des höchsten Erdgeschossfensters
 - Fassadenzone EG₃: Erdgeschoss von Höhe der Oberkante des höchsten Erdgeschossfensters bis Oberkante des Erdgeschosses
 - Fassadenzone OG₁: 1. Obergeschoss von Höhe Unterkante 1. Obergeschoss bis Höhe Unterkante des niedrigsten Fensters im Obergeschoss
- Weitere Gliederungselemente eines Gebäudes (bspw. Traufkante, Gebäudeoberkante) gelten parallel zu den definierten Fassadenzonen.
- Zusätzliche Definitionen von Fassadenzonen (bspw. Untergeschoss, 2. Obergeschoss) sind im Zusammenhang mit dem Regelungsumgriff der Leitlinien nicht notwendig.



Definierte Fassadenzonen am Beispiel einer Lochfassade



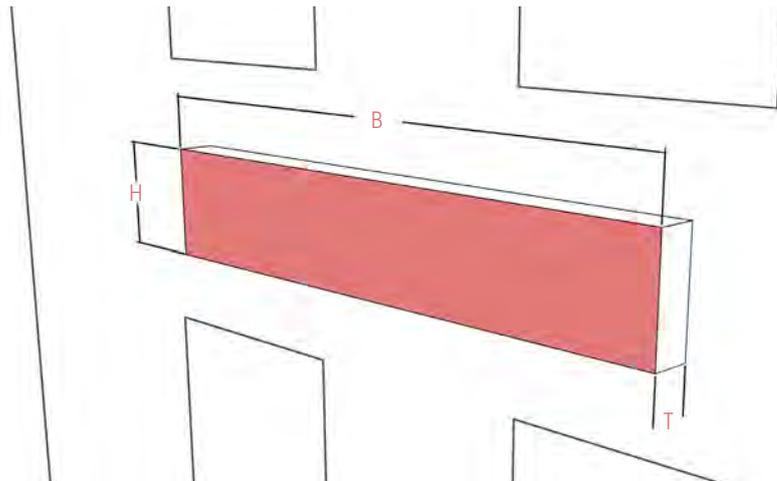
Definierte Fassadenzonen am Beispiel einer Bandfassade

3.3 BEGRIFFSDEFINITION ANSICHTSSEITEN

- Die Seiten der Werbeanlagen, die Ankündigungen, Anpreisungen oder Hinweise auf Gewerbe oder Beruf enthalten und flächenmäßig die größten Seiten der Werbeanlagen sind, bilden die Ansichtsseiten der Werbeanlagen.
- Je nach Typ und Positionierung enthält eine Werbeanlage eine oder zwei Ansichtsseiten.

3.4 BEGRIFFSDEFINITION MAßE

- Zur Beschreibung der Dimensionierung der Werbeanlagen werden folgende Maße definiert:
 - Höhe (H) der Werbeanlage: max. Höhe der Ansichtsseite bzw. der Ansichtsseiten
 - Breite (B) der Werbeanlage: max. Breite der Ansichtsseite bzw. der Ansichtsseiten
 - Tiefe (T) der Werbeanlage: max. konstruktiver Abstand zwischen gegenüberliegenden Ansichtsseiten, der Ansichtsseite und einer gegenüberliegenden sonstigen Seite der Werbeanlage bzw. der Ansichtsseite und der Gebäudeaußenwand

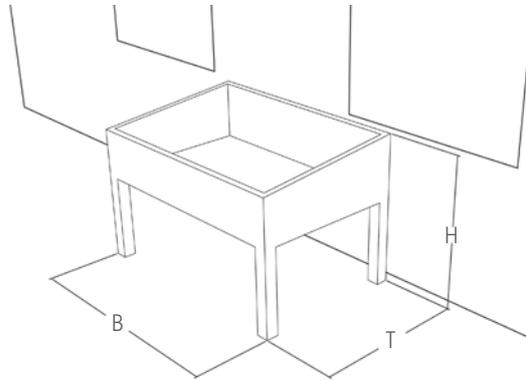


Ansichtsseite / Höhe, Breite, Tiefe von Werbeanlagen parallel an der Gebäudefassade

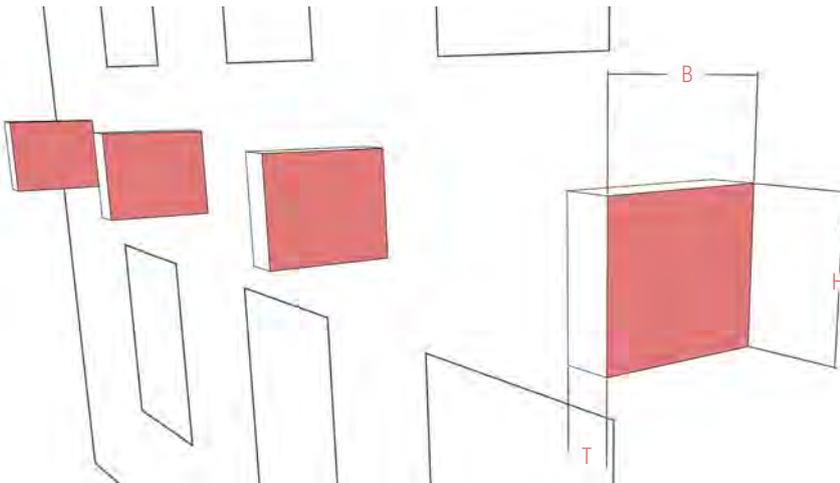


Ansichtsseite / Höhe und Breite von Werbeanlagen unmittelbar aufgebracht auf die Gebäudefassade

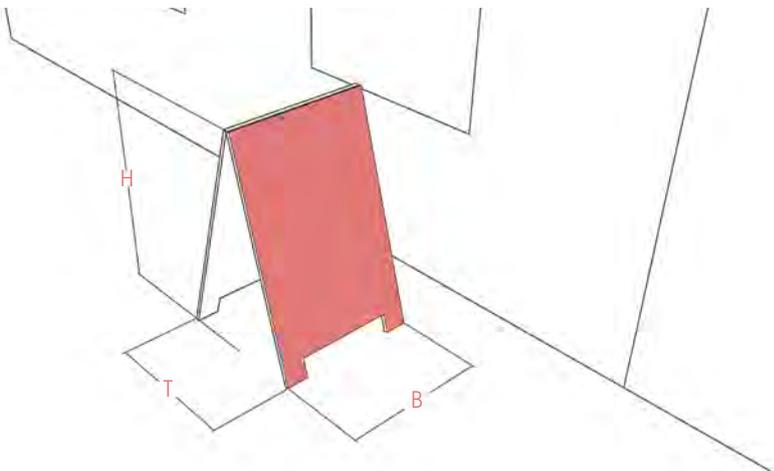
- Ausnahme: Werbeanlage Auslage
 - Höhe (H) der Werbeanlage: max. Höhe der Seiten der Auslage, die parallel zur nächstliegenden Gebäudeseite positioniert sind
 - Breite (B) der Werbeanlage: max. Breite der Seiten der Auslage, die parallel zur nächstliegenden Gebäudeseite positioniert sind
 - Tiefe (T) der Werbeanlage: max. Abstand der Seiten der Auslage, die parallel zur nächstliegenden Gebäudeseite positioniert sind



Höhe, Breite, Tiefe von Auslagen



Ansichtsseite / Höhe, Breite, Tiefe von Werbeanlagen senkrecht an der Gebäudefassade



Ansichtsseite / Höhe, Breite, Tiefe von Aufstellern

4. FLÄCHE

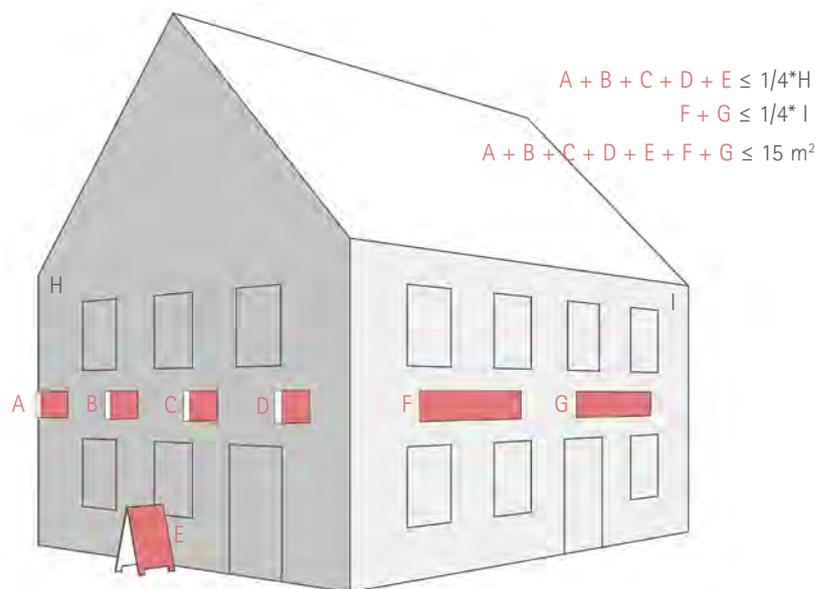
4.1 AKKUMULIERTE FLÄCHE WERBEANLAGEN

▫ ALLE ZULÄSSIGEN TYPEN VON WERBEANLAGEN

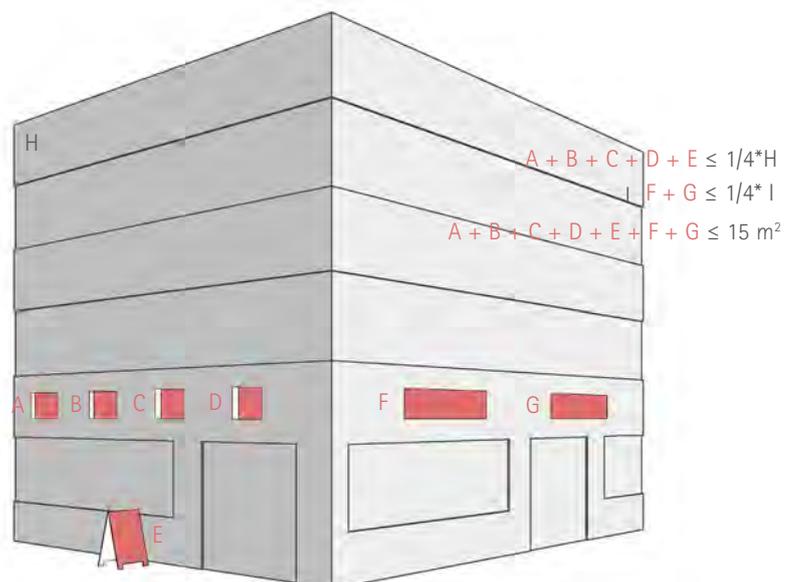
- Die akkumulierte Fläche der Ansichtsseiten der Werbeanlagen darf unter Berücksichtigung des Satzes 3 bis zu einem Viertel der Fassadenfläche, an der sie angebracht, aufgebracht bzw. an der sie nächstliegend positioniert sind, betragen. Zur Fassadenfläche sind

die Flächen der Fassadenöffnungen hinzuzuzählen.

- Auf einem Grundstück und dem angrenzenden öffentlichen Raum darf die akkumulierte Fläche der Ansichtsseiten aller Werbeanlagen insgesamt nicht mehr als 15 m² betragen.



Akkumulierte Fläche der Werbeanlagen am Beispiel einer Lochfassade

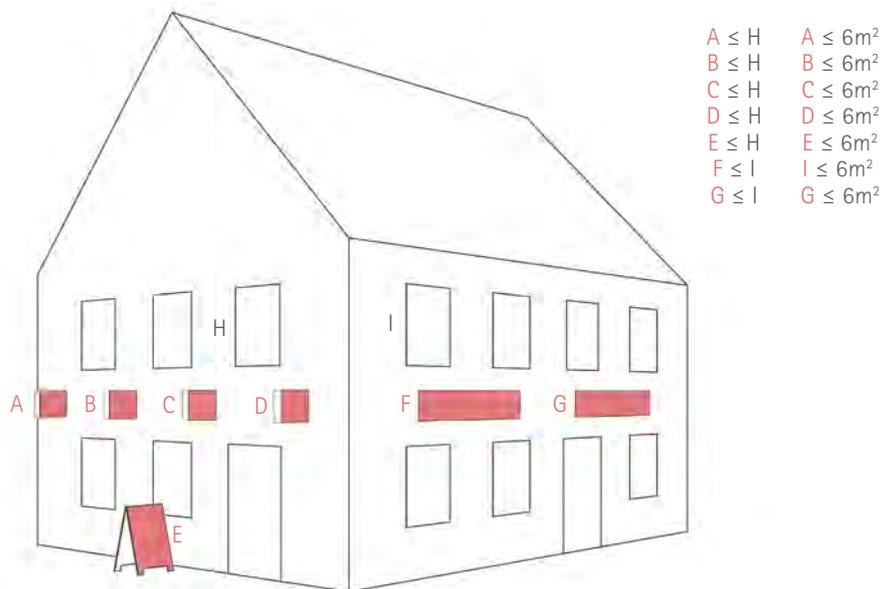


Akkumulierte Fläche der Werbeanlagen am Beispiel einer Bandfassade

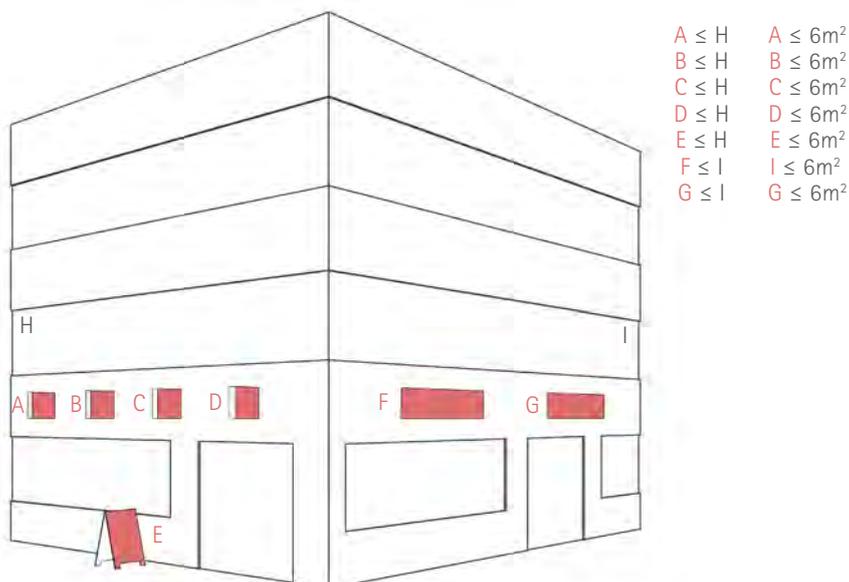
4.2 FLÄCHE EINZELWERBEANLAGE

▫ ALLE ZULÄSSIGEN TYPEN VON WERBEANLAGEN

- Die einzelne Ansichtsseite einer Werbeanlage kann unter Berücksichtigung des Satzes 2 bis zu einer Flächengröße ausgeführt werden, die der Fläche der prägenden Fensteröffnung an der nächstliegenden Gebäudeseite entspricht.
- Die Fläche der einzelnen Ansichtsseite einer Werbeanlage darf 6,0 m² nicht überschreiten.



Fläche der Einzelwerbeanlage am Beispiel einer Lochfassade



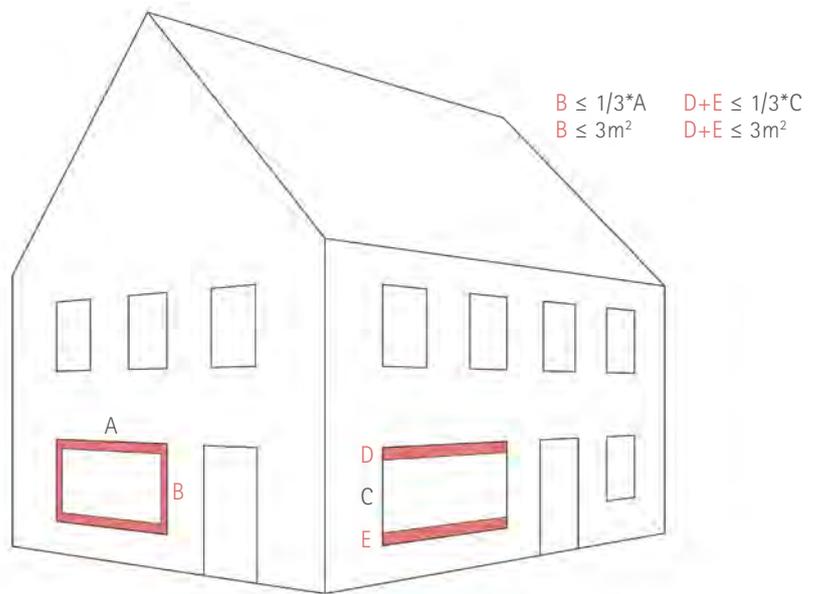
Fläche der Einzelwerbeanlage am Beispiel einer Bandfassade

4.3 FLÄCHE AN SCHAU- UND LADENFENSTERN

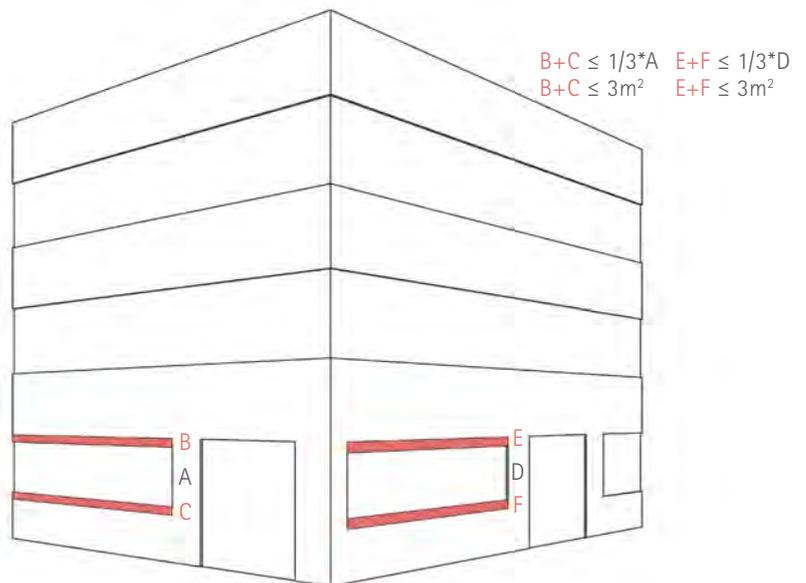
□ UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF SCHAU- UND LADENFENSTER (Z.B. BEKLEBUNGEN)

- Die akkumulierte Fläche von Beklebungen und Bemalungen am einzelnen Schau- und Ladenfenster kann bis zu einem Drittel der Glasfläche

des Fensters entsprechen, darf jedoch nicht 3,0 m² überschreiten.



Werbefläche an Schau- und Ladenfenstern am Beispiel einer Lochfassade



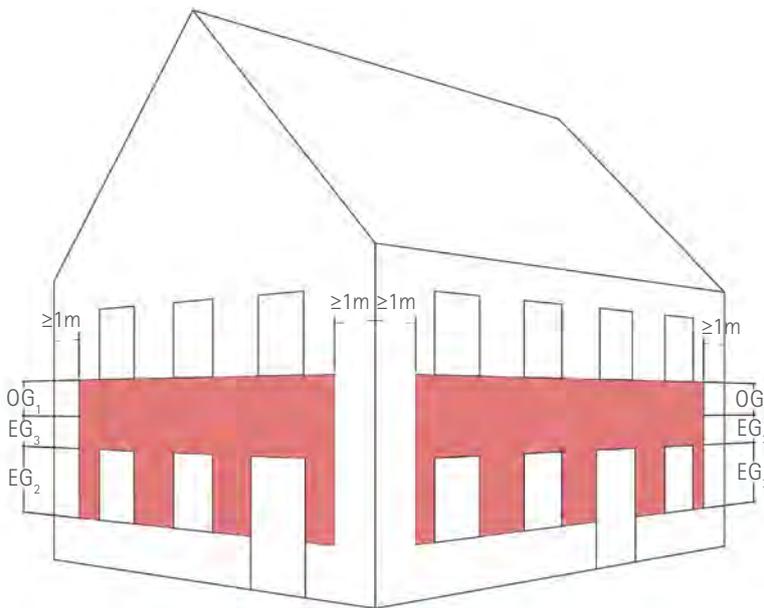
Werbefläche an Schau- und Ladenfenstern am Beispiel einer Bandfassade

5. POSITIONIERUNG

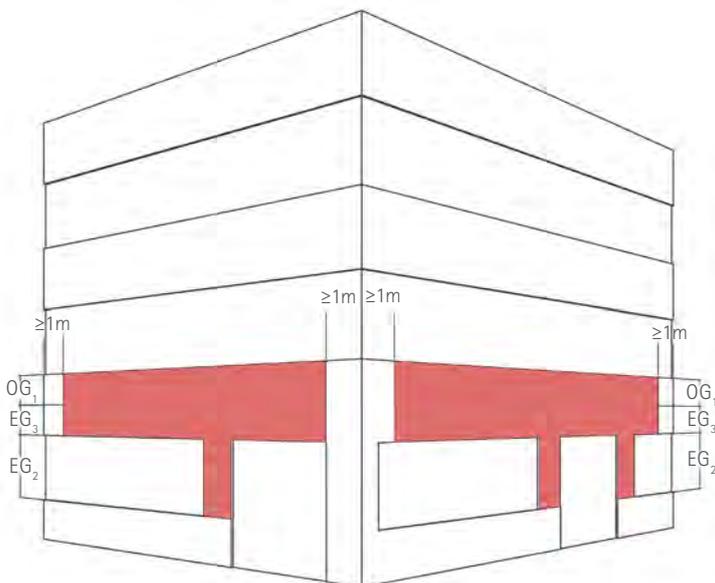
5.1 ALLGEMEIN

- Keine Werbeanlagen oberhalb der Gebäudeoberkante oder der Traufkante (auch nicht an der Giebelfläche oberhalb der Traufkante)

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - Keine Werbeanlagen unterhalb der Fassadenzone EG₂
 - Abstand der Werbeanlagen von Gebäudekanten mind. 1 m

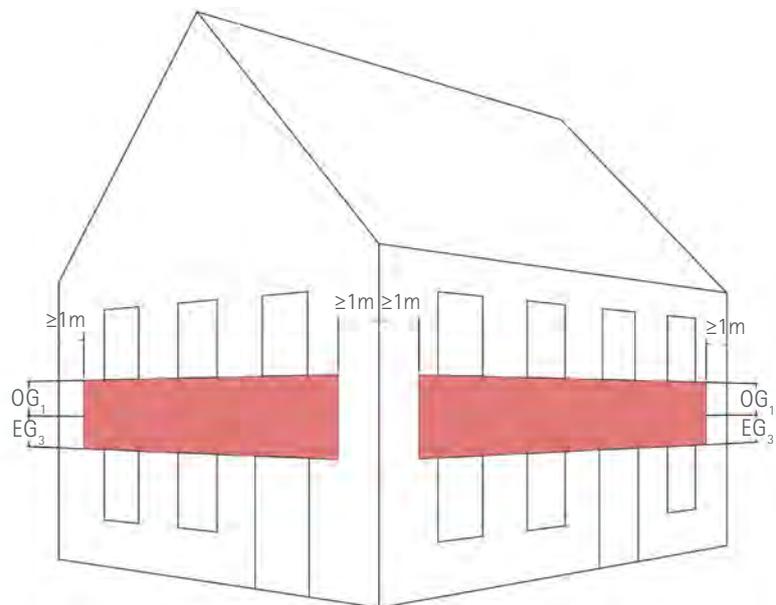


Zulässigkeitsbereich für parallel an und unmittelbar auf Fassaden aufgebraute Werbeanlagen am Beispiel einer Lochfassade

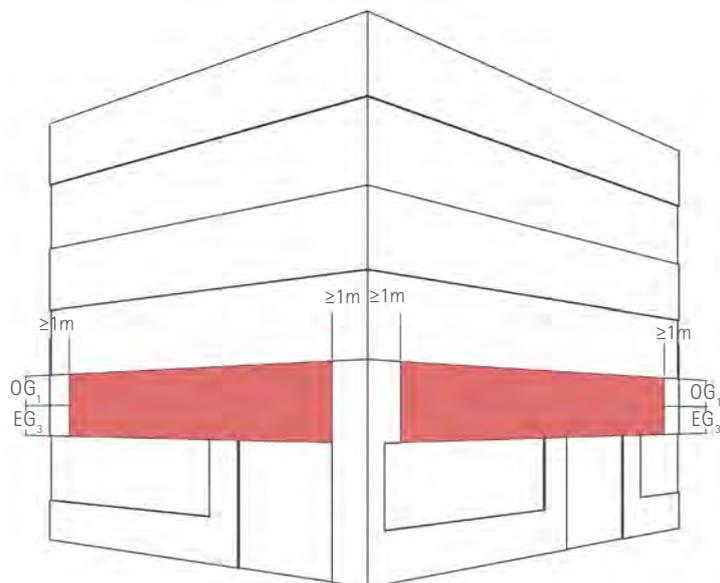


Zulässigkeitsbereich für parallel an und unmittelbar auf Fassaden aufgebraute Werbeanlagen am Beispiel einer Bandfassade

- RECHTWINKLIG ZU GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
 - Keine Werbeanlagen unterhalb der Fassadenzone EG₃
 - Abstand der Werbeanlagen von Gebäudekanten mind. 1 m



Zulässigkeitsbereich für rechtwinklig an Fassaden angebrachte Werbeanlagen am Beispiel einer Lochfassade



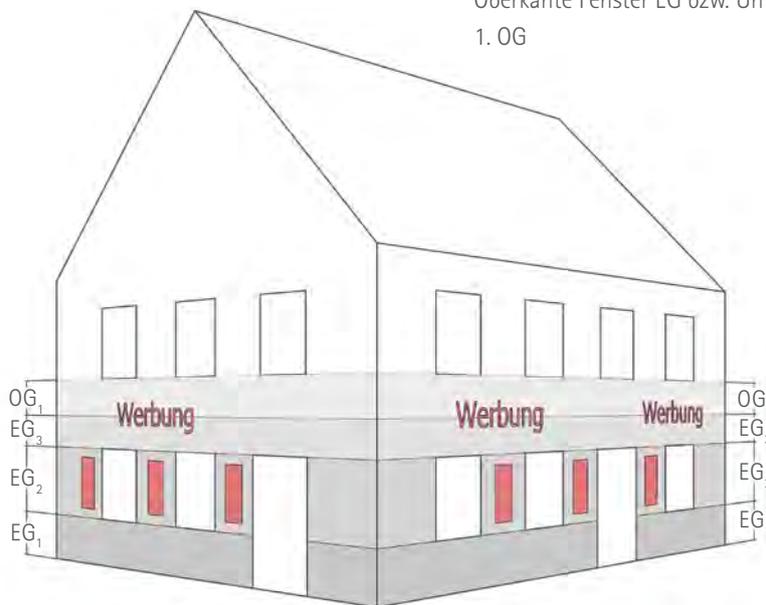
Zulässigkeitsbereich für rechtwinklig an Fassaden angebrachte Werbeanlagen am Beispiel einer Bandfassade

5.2 ÜBERSCHREITEN DER FASSADENZONEN

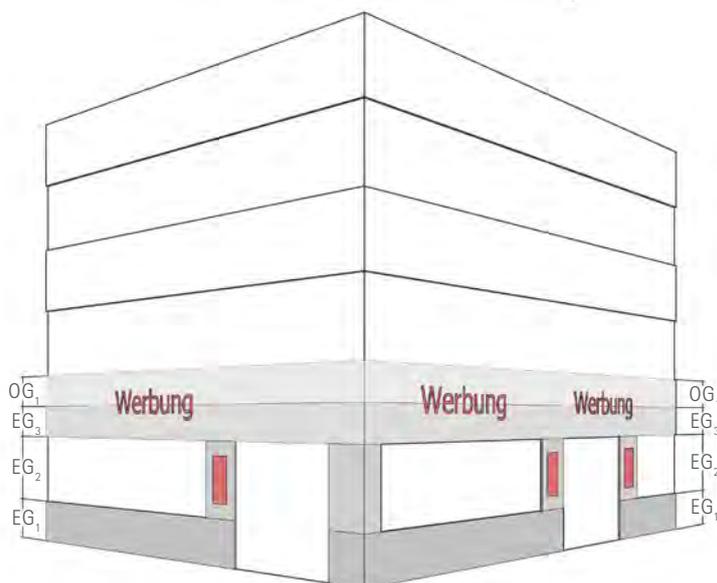
- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
 - PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Die Ober- und Unterkanten der Fassadenzonen dürfen nicht durch einzelne Werbeanlagen überschritten werden.
- Ausnahme: Oberkante Fassadenzone EG₃ bzw. Unterkante Fassadenzone OG₁

5.3 POSITIONIERUNG BEI SOCKELBEREICH

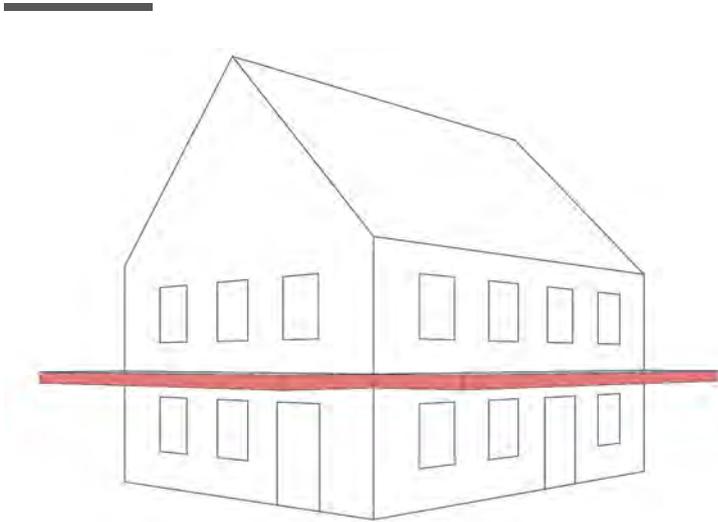
- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
 - PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Bei Sockelgestaltung an Fassade kein Verdecken der Sockellinie durch Werbeanlagen
- Bei Sockelgestaltung in den Fassadenzonen EG₃ oder OG₁ Positionierung dortiger Werbeanlagen nur unterhalb oder oberhalb der Sockellinie
- Empfehlung: Bei entsprechender Anordnung mittige Positionierung zwischen Sockellinie und Oberkante Fenster EG bzw. Unterkante Fenster 1. OG



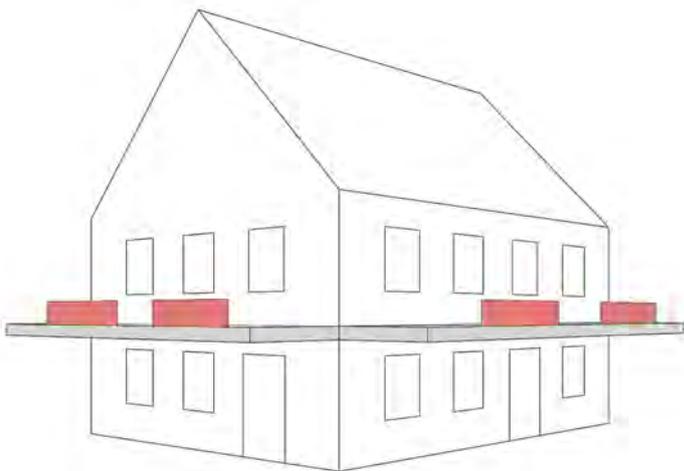
Eingeschränktes Überschreiten der Fassadenzonen am Beispiel einer Lochfassade



Eingeschränktes Überschreiten der Fassadenzonen am Beispiel einer Bandfassade



Positionierung an Stirnseite und Flanke eines Vordachs



Positionierung aufgesetzt auf das Vordach

5.4 POSITIONIERUNG VON SCHAU- UND LADENFENSTERN

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF SCHAU- UND LADENFENSTER (Z.B. BEKLEBUNGEN)
- Schau- und Ladenfenster sind generell nur im Erdgeschoss zulässig.

5.5 POSITIONIERUNG AM VORDACH

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
- RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Positionierung von Werbung entweder:
 - An Stirnseite und / oder Flankenseite
 - Aufgesetzt auf Vordach

5.6 POSITIONIERUNG FREISTEHEND AUF PRIVATEN FLÄCHEN

- FREISTEHEND AUF PRIVATEN FLÄCHEN (Z.B. FAHNEN, AUSLEGER, AUFSTELLER)
- Kein Anbringen von Werbeanlagen an Vegetation
- Kein Anbringen / Positionieren von Werbeanlagen in Vorgärten und an Einfriedungen
- Keine freistehenden Warenautomaten und Schaukästen

5.7 POSITIONIERUNG FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN

- FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN (Z.B. AUSLEGER, AUFSTELLER)
- Kein Positionieren von Aufstellern und Auslagern auf der der Fahrbahn zugewandten Seite des öffentlichen Gehwegbereichs

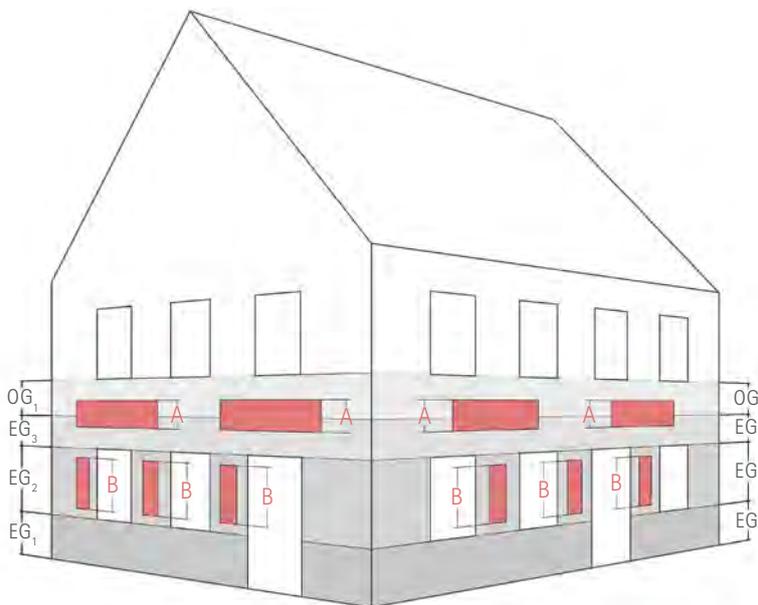
6. MAßE

6.1 HÖHENMAßE INNERHALB FASSADENZONEN

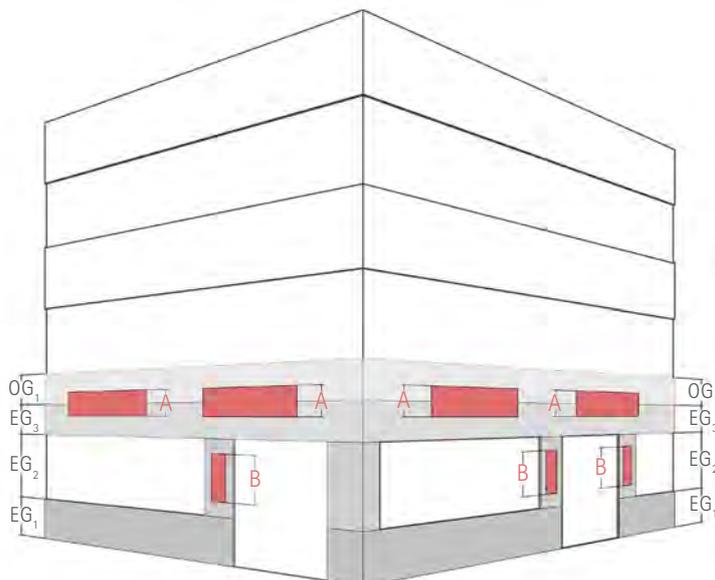
- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
- RECHTWINKLIG ZU GEBÄUDEFASSADEN (Z.B. STECHSCHILDER)

- Innerhalb einer Fassadenzone ist ein einheitliches Höhenmaß für die Werbeanlagen anzuwenden.
- Für die Fassadenzonen OG_1 und EG_3 gilt die Leitlinie respektive für beide Zonen in Einheit.
- Zudem ist die Höhe der Werbeanlage in den

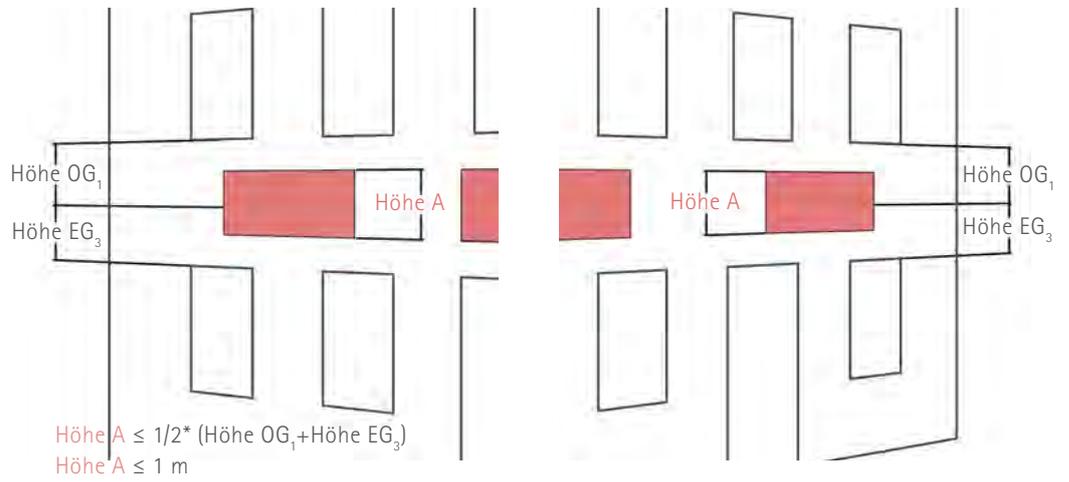
Fassadenzonen OG_1 und EG_3 auf die Hälfte des Abstands der Oberkante des höchsten Fensters im Erdgeschoss bis Unterkante des niedrigsten Fensters im 1. Obergeschoss, im Maximum jedoch auf 1,0 m beschränkt.



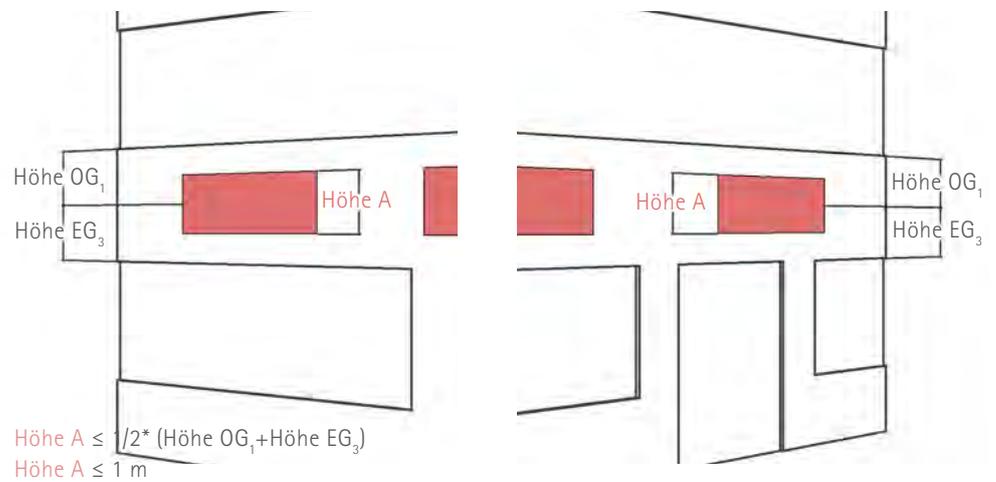
Einheitliche Höhenmaße innerhalb von Fassadenzonen am Beispiel einer Lochfassade



Einheitliche Höhenmaße innerhalb von Fassadenzonen am Beispiel einer Bandfassade



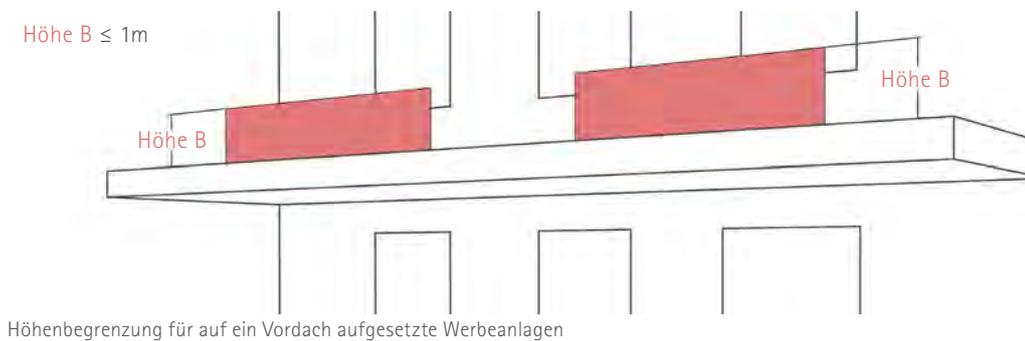
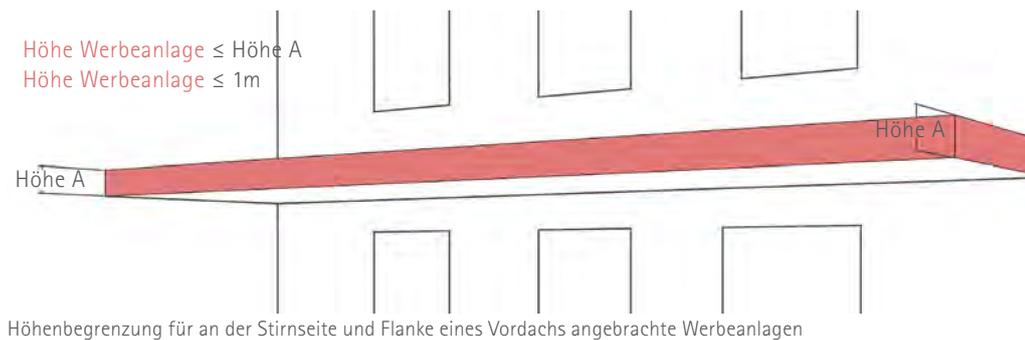
Höhe innerhalb der Fassadenzonen OG_1 und EG_3 im Verhältnis zum vertikalen Fensterabstand am Bsp. einer Lochfassade



Höhe innerhalb der Fassadenzonen OG_1 und EG_3 im Verhältnis zum vertikalen Fensterabstand am Bsp. einer Bandfassade

6.2 HÖHENMAß AM VORDACH

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
 - Die zulässige Höhe der Werbeanlage entspricht dem Abstand von Oberkante zur Unterkante des Vordachs, im Maximum jedoch 1,0 m.
 - Werbeanlagen an einem Vordach sind mit einem einheitlichen Höhenmaß auszuführen.
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - An der Stirnseite oder Flankenseite entspricht die zulässige Höhe der Werbeanlage dem Abstand von Oberkante zur Unterkante des Vordachs, im Maximum jedoch 1,0 m.
 - Aufgesetzt auf das Vordach beträgt die zulässige Höhe der Werbeanlage max. 1,0 m.
 - Werbeanlagen an einem Vordach sind mit einem einheitlichen Höhenmaß auszuführen.
- RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
 - An der Stirnseite oder Flankenseite entspricht die zulässige Höhe der Werbeanlage dem Abstand von Oberkante zur Unterkante des Vordachs, im Maximum jedoch 1,0 m.
 - Aufgesetzt auf das Vordach beträgt die zulässige Höhe der Werbeanlage max. 1,0 m.
 - Werbeanlagen an einem Vordach sind mit einem einheitlichen Höhenmaß auszuführen.



6.3 BREITE DER WERBEANLAGE

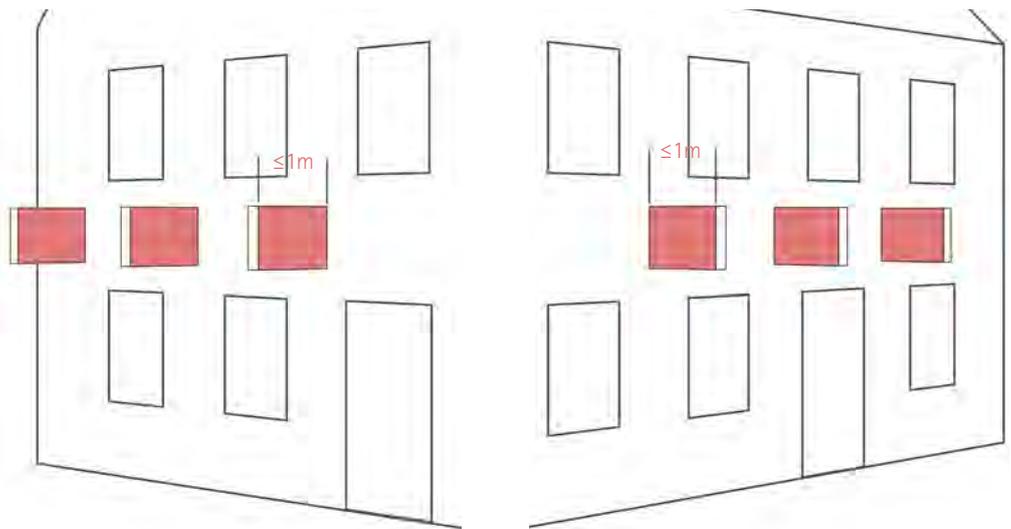
- RECHTWINKLIG ZU GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
 - Die maximal zulässige Breite rechtwinklig zur Gebäudefassade angebrachter Werbeanlagen beträgt 1,0 m.

- FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN (Z.B. AUSLEGER, AUFSTELLER)
 - Die Breite von Aufstellern darf max. einem Drittel der Breite des öffentlichen Gehwegs, auf dem sie positioniert sind, entsprechen.

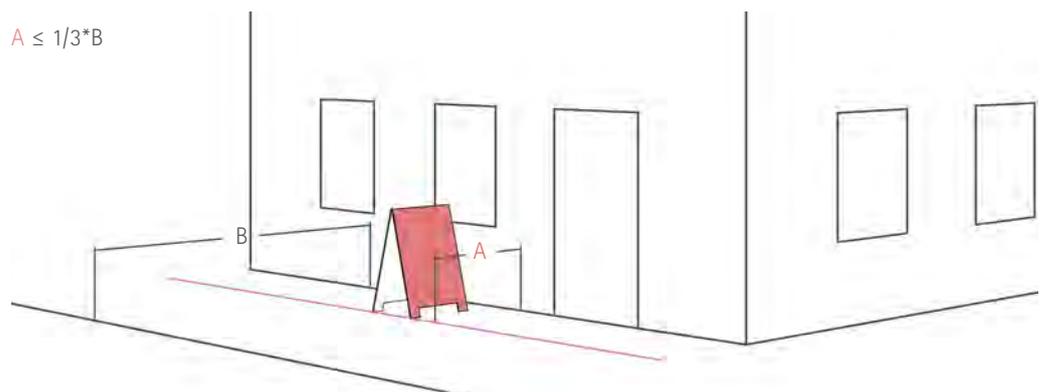
6.4 TIEFE DER WERBEANLAGE

- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - Die Konstruktionstiefe der Werbeanlagen darf max. 30 cm betragen.
 - Die Tiefe von Warenautomaten und Schaukasten im öffentlichen Raum darf max. 30 cm betragen.

- FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN (Z.B. AUSLEGER, AUFSTELLER)
 - Die Tiefe der Ausleger darf max. einem Drittel der Breite des öffentlichen Gehwegs, auf dem sie positioniert sind, entsprechen.



Breitenmaß für Werbeanlagen rechtwinklig zur Gebäudefassade

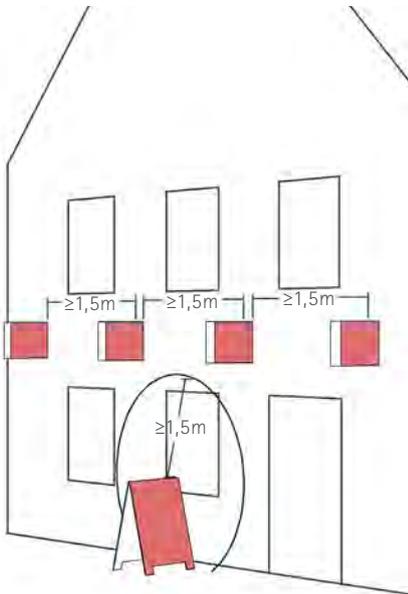


Breitenmaß für Aufsteller im öffentlichen Gehweg

7. HÄUFUNG

7.1 ALLGEMEIN

- ◻ FREISTEHEND AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN (Z.B. AUSLEGER, AUFSTELLER)
- ◻ FREISTEHEND AUF PRIVATEN FLÄCHEN (Z.B. FAHNEN, AUSLEGER, AUFSTELLER)
- Je Ladeneinheit ist nur eine freistehende Werbeanlage im Straßenraum zulässig.

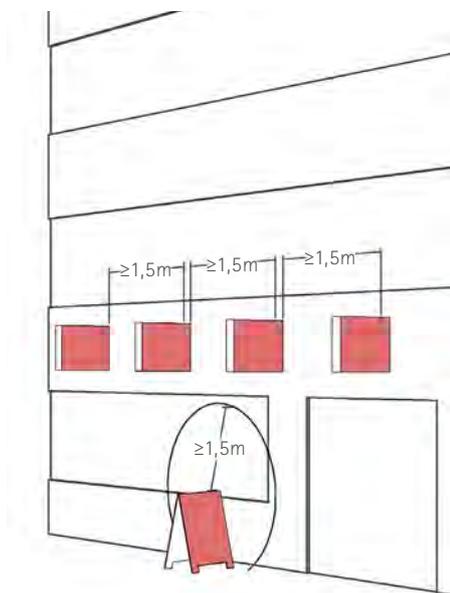
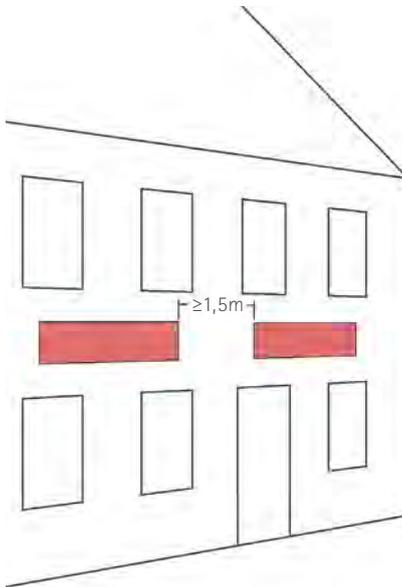


Abstandsmaße für Werbeanlagen am Beispiel einer Lochfassade

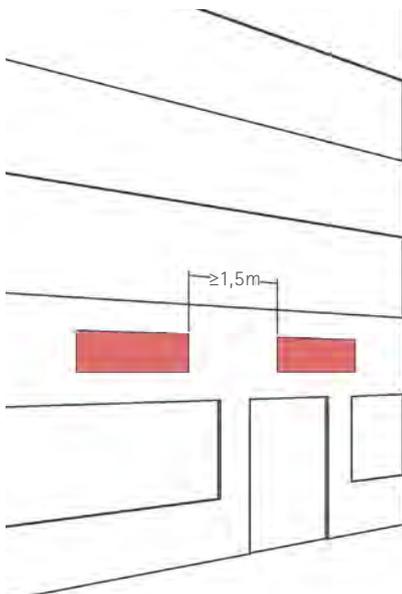
8. KOMBINATION

8.1 ALLGEMEIN

- ◻ ALLE ZULÄSSIGEN TYPEN VON WERBEANLAGEN
- Der Abstand zwischen Werbeanlagen bzw. Ensembles von Werbeanlagen zueinander muss mindestens 1,5 m betragen.

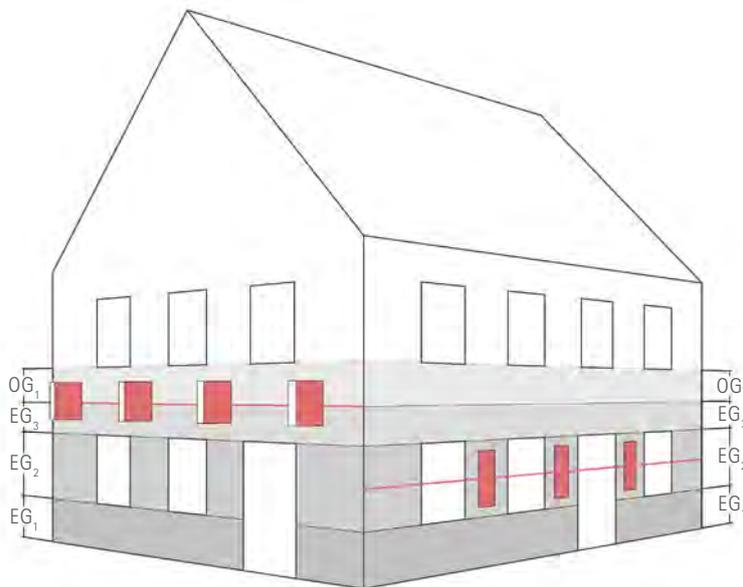


Abstandsmaße für Werbeanlagen am Beispiel einer Bandfassade

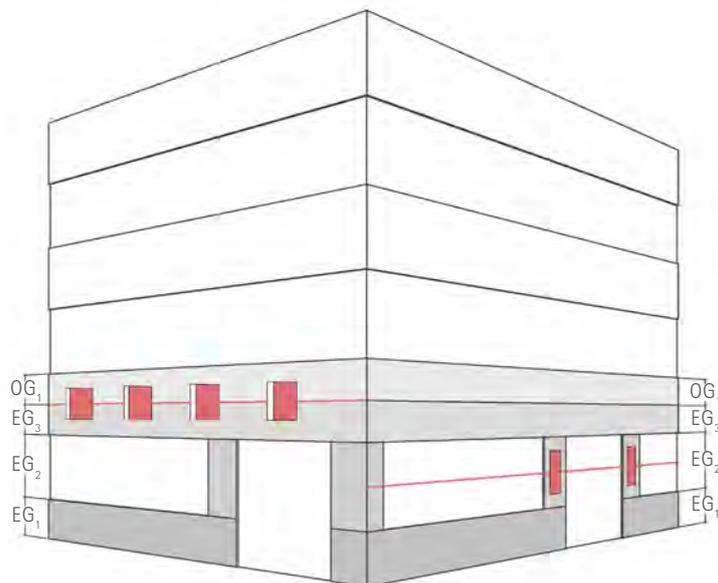


8.2 KOMBINATION INNERHALB FASSADENZONEN

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
- RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Werbeanlagen innerhalb einer Fassadenzone sind horizontal symmetrisch anzubringen, Abweichungen bis 10 cm sind zulässig.
- Für die Fassadenzonen EG_3 und OG_1 gilt die Leitlinie respektive für beide Zonen in Einheit.



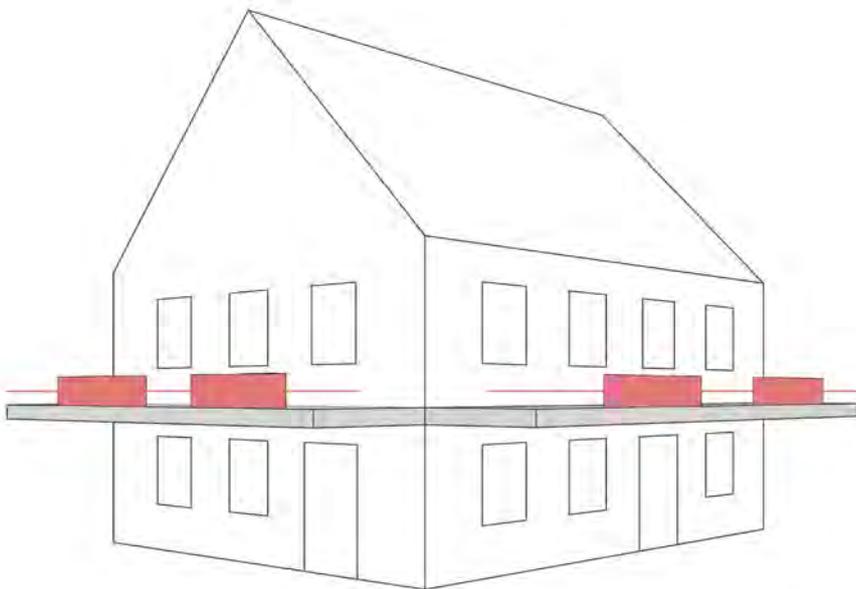
Horizontal einheitliche Anordnung von Werbeanlagen in Fassadenzonen am Beispiel einer Lochfassade



Horizontal einheitliche Anordnung von Werbeanlagen in Fassadenzonen am Beispiel einer Bandfassade

8.3 KOMBINATION AM VORDACH

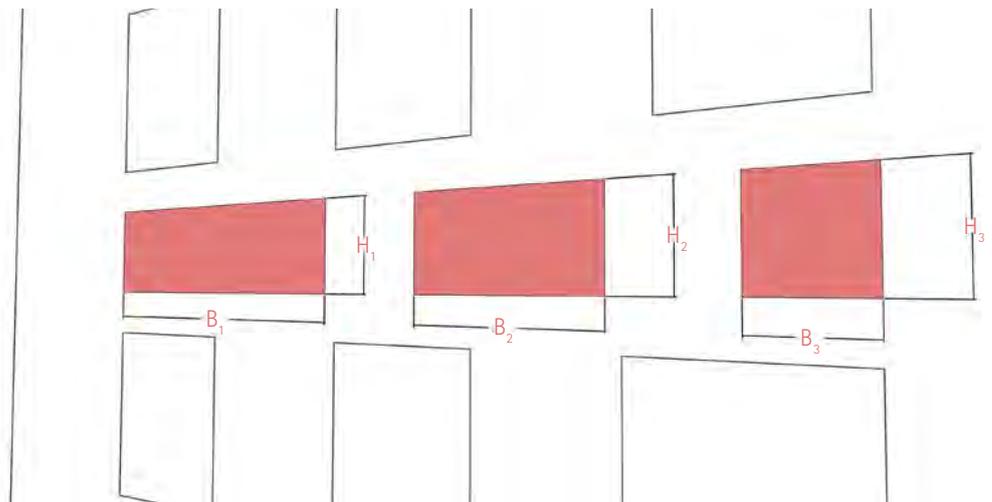
- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
- RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Werbeanlagen an einem Vordach sind horizontal symmetrisch anzubringen, Abweichungen bis 10 cm sind zulässig.



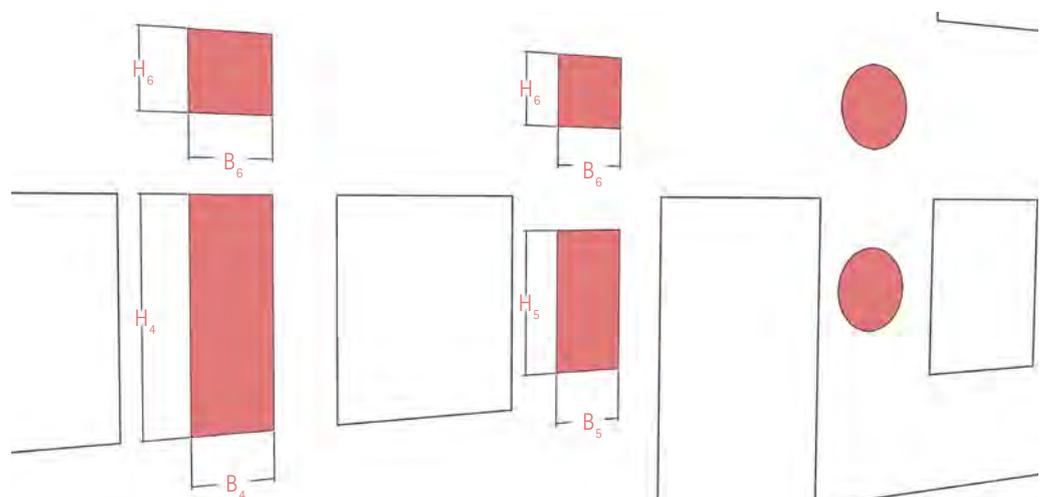
Horizontal einheitliche Anordnung von Werbeanlagen entsprechend der Regelungen für das Vordach

8.4 FORMATE

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
 - UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF SCHAU- UND LADENFENSTER (Z.B. BEKLEBUNGEN)
 - PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
 - RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Innerhalb einer Fassadenzone sind die zulässigen Formate der Ansichtsseite bzw. der Ansichtsseiten der Werbeanlagen auf 1 und an einem Gebäude insgesamt auf 2 der folgenden Formate begrenzt:
 - Stark stehendes Format ($H > 2*B$)
 - Stehendes Format ($B < H \leq 2*B$)
 - Quadratisches Format ($H = B$)
 - Liegendes Format ($H < B \leq 2*H$)
 - Stark liegendes Format ($B > 2*H$)
 - Sonstiges Format (bspw. rundes Format, Rahmenhafte Beklebung an Schau- und Ladenfenster)
 - Einzelbuchstaben bleiben unberücksichtigt.



Beispiele für stark liegende (1), liegende (2) und quadratische (3) Formate / pro Gebäude nur zwei Formate insgesamt)



Beispiele für stark stehende (4), stehende (5), quadratische (6) Formate und Sonderformate / pro Gebäude nur zwei Formate insgesamt)

9. KOLORIERUNG

9.1 ALLGEMEIN

- UNMITTELBARES AUFBRINGEN AUF GEBÄUDEFASSADE (Z.B. BEMALUNGEN)
- PARALLEL AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. PLAKATE, SCHILDER)
- RECHTWINKLIG AN DER GEBÄUDEFASSADE (Z.B. STECHSCHILDER)
- Bei Plakaten, Schildern und Stechschildern mit Schriftzügen ist die Farbe des Hintergrunds des Werbeelements an die umliegende bzw. angrenzende Fassadenfarbe anzupassen.
- Jenseits der Werbeelemente ist die Verwendung von Akzentfarben lediglich im Zusammenhang mit Gliederungselementen der Fassade (bspw. Faschen an Fassadenöffnungen) zulässig.

10. BELICHTUNG

10.1 ALLGEMEIN

- ALLE ZULÄSSIGEN TYPEN VON WERBEANLAGEN
- Geeignet sind folgende Typen von Belichtung:
 - Selbst leuchtende Werbeanlagen
 - Angestahlte Werbeanlagen
 - Hinterleuchtete Werbeanlagen
- Ungeeignet sind Belichtungen mit folgenden Eigenschaften
 - Blinklichtanlagen
 - Wechsellichtanlagen
 - Lauflichtanlagen
 - Lichtprojektionen (bspw. Bildwerfer und Filmwerbung)
 - Abstrahlung von Werbeanlagen durch sich bewegende Scheinwerfer

11. BESCHALLUNG

11.1 ALLGEMEIN

- ALLE ZULÄSSIGEN TYPEN VON WERBEANLAGEN
- Beschallungen mit Werbezweck sind nicht zulässig.