



WERBUNG

Hinweise zum Umgang mit Werbeanlagen in den Gründerzeitvierteln



Liebe Bürgerinnen und Bürger !

Am 17. November 1996 wurden auf der Rechtsgrundlage des § 172 Abs. 1 Nr. 1 Satz 1 Baugesetzbuch (BauGB) die **Erhaltungsverordnungen »Weißensee Süd«** und **»Weißenseer Spitze«** rechtskräftig.

Hiermit ist beabsichtigt, die städtebauliche Eigenart der sog. Gründerzeitviertel mit ihren historischen Straßen und Ortsbildern sowie ihren charakteristischen Nutzungsstrukturen zu bewahren.

Die besondere Bedeutung dieser Bereiche begründet sich in einer fast vollständigen Ablesbarkeit der **geschichtlichen Entwicklung Weißensees** anhand seiner baulichen Zeugnisse von der Reichsgründung 1871 bis zur Weimarer Republik 1919.

So lassen sich an der vorhandenen Bausubstanz auf einem unverändert erhaltenen **Stadtgrundriß** die einzelnen Bebauungsphasen mit ihren charakteristischen **städtebaulichen und architektonischen Erscheinungsbildern** nachvollziehen.

Das Gründerzeitviertel **»Weißensee Süd«**, nördlich der Berliner Allee, wird im wesentlichen geprägt durch Kleingewerbestruckturen mit zweigeschossigen Wohnhäusern. Die Erstbebauung entstand von 1873 bis 1876. Die sogenannten Blockstrukturen stammen aus der Zeit um die Jahrhundertwende. Das zugehörige **Komponistenviertel**, südlich der Berliner Allee, zeichnet sich durch ein bauliches Nebeneinander gründerzeitlicher viergeschossiger Mietswohnhäuser aus der Erstbebauungszeit zwischen 1873 und 1876, zwei- bis dreigeschossigen Mietswohnhäusern mit mehrgeschossigen Hofgebäuden aus der 2. Entwicklungsphase zwischen 1882 und 1893 und viergeschossigen Blockbebauungen der 20/30iger Jahre dieses Jahrhunderts mit großzügig angelegten Wohnhöfen aus.

Das Gründerzeitviertel **»Weißenseer Spitze«** wird städtebaulich geprägt durch Kleingewerbestruckturen mit ein- bis zweigeschossigen Wohnhäusern aus der Erstbebauungszeit, zwei- bis dreigeschossigen Mietswohn-

häusern aus der 2. Entwicklungsphase und schließlich drei- bis viergeschossigen Mietswohnhäusern der Jahrhundertwende.

Die Hofbereiche in beiden Gebieten sind auch heute noch überwiegend mit ein- oder mehrgeschossigen Werkstätten und Remisen bebaut.

Neben der überlieferten **Grundstruktur** wird die historische Bedeutung der Gebiete daher weniger durch die Qualität einzelner Gebäude bestimmt als vielmehr durch die identitätsgebende Wirkung für das **Ortsbild** und die **Stadtgestaltung** sowie die hieraus resultierende Verdeutlichung der Ortsgeschichte.

Um sicherzustellen, daß schützenswerte Gebäude baualtergerecht behandelt werden und Neubauten sich maßstäblich und gestalterisch in das Ortsgefüge einordnen, wurde mit den Erhaltungsverordnungen ein **Genehmigungsvorbehalt** für den Abbruch, die Änderung, die Nutzungsänderung und die Errichtung baulicher Anlagen geschaffen.

Dieses Informationsblatt zeigt Ihnen **Grundsätze** zum Umgang mit **Werbung** in den genannten Gebieten. Die Darstellungen und Beschreibungen in diesem Informationsblatt mögen auf den ersten Blick sehr restriktiv erscheinen. Sie dienen aber letztlich zwei entscheidenden Zielen – Verfügungsberechtigte (Eigentümer oder Mieter) vor Fehlern zu schützen und historische Gebäudestrukturen zu erhalten.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen gern für eine Beratung zur Verfügung. Nutzen wir gemeinsam die Chancen, Ihr Quartier in seinem Charakter zu bewahren und zu einem attraktiven Wohnort weiterzuentwickeln.

Rainer Hampel
Baustadtrat

Durch **Werbung** präsentieren sich ansässige Betriebe und Gewerbetreibende im Stadtraum.

Der öffentliche Raum kann hierdurch lebendiger und unterhaltsamer wirken. Durch zurückhaltende und der Architektur des Bauwerks angepaßte Werbung wird das erhaltens- und schützenswerte Ortsbild aufgewertet.

Durch behutsames Einfügen und maßstäbliche Bescheidenheit sind die legitimen **Informationsbedürfnisse** der gewerblichen Einrichtungen durchaus zu erfüllen. Aufdringliche Selbstdarstellung trägt nicht zwangsläufig zur Umsatzsteigerung bei.

PROBLEME

Werbung kann die Architektur eines Gebäudes entstellen. Häufig werden Fassaden und ganze Straßenzüge durch auffällige, unproportionierte Schriftzüge, Neonreklame und großflächige Schau- fenster verunstaltet und beherrscht.

Bei der **Gestaltung** gewerblicher Nutzungen, insbesondere in den Erdgeschossen von Wohngebäuden, treten **häufig** folgende **Probleme** auf:

- Durchlaufende Werbeträger, Markisen und Schaufensterfronten trennen den Erdgeschoßbereich optisch vom restlichen Gebäude ab. Die Ladennutzung dominiert das Gebäude.
- Die Gliederung des Gebäudes in Eingangsbereiche, Fensterachsen sowie bauliche Details wird unterbrochen bzw. gestört.
- Überdimensionierte Schriftzüge stellen einen gestalterischen Gegen-



Zurückhaltende Werbung (Fassade/Fenster)



Angestahlte Einzelbuchstaben



Selbstleuchtende Buchstaben



Handwerklich gestalteter Ausstecker



Gemalte Schriftzüge

- satz zur historischen Fassade dar und wirken somit als Fremdkörper.
- Die Farbe von Werbung steht häufig im Gegensatz zur Farbgebung des Gebäudes.
- Die Inanspruchnahme mehrerer Geschosse für Werbezwecke beeinträchtigt das Erscheinungsbild des Gebäudes.
- Unterschiedlich gestaltete Werbeelemente an einem Gebäude führen zu Unübersichtlichkeit und Desinformation.

HINWEISE ZUM UMGANG MIT WERBUNG

Folgende Grundsätze sind bei der Anbringung von Werbeanlagen zu berücksichtigen:

- Werbeanlagen müssen sich der **Architektur des Bauwerks** anpassen (Maßstab, Werkstoff, Form und Farbe).
- Öffnungen, Gesimse oder sonstige architektonische Gliederungen oder Teile des Bauschmucks dürfen nicht durch Werbeelemente verdeckt oder überschritten werden.
- Werbeanlagen sind nur als **Eigenwerbung** und nur im **Erdgeschoß** zulässig.



Großflächige, durchlaufende Werbung



Überdimensionierter Leuchtkasten



Häufung von Werbeschildern

Geeignet sind:

- selbstleuchtende, hinterleuchtete, angestrahlte, unbeleuchtete und gemalte Einzelbuchstaben, Schriftzüge und Symbole;
- rechtwinklig in den Straßenraum ragende Berufs- und Gewerbeschilder (Ausstecker), insbesondere wenn diese handwerklich und künstlerisch gestaltet sind;
- in Einzelfällen Schaufenster als Werbeträger, wenn gut gestaltete und sich maßstäblich in eine solche Fläche einfügende Schriftzüge verwendet werden.

Ungeeignet sind:

- Leuchttransparente, hierzu zählen auch Leuchtkästen mit einzelnen Buchstaben oder Symbolen.

Ausgeschlossen sind:

- Die Häufung von Werbeanlagen sowie eine auf mehrere Fassadenabschnitte übergreifende Werbung.
- Eine gesonderte farbliche Hervorhebung des Erdgeschossbereiches im Zusammenhang mit Werbeanlagen (Signalwirkung).
- Die Errichtung von freistehenden Werbeanlagen und die Anbringung von Großflächen.



Häufung und schlechte Gestaltung

Antragsverfahren:

Die Genehmigung eines Vorhabens nach § 172 BauGB wird im Rahmen des Baugenehmigungsverfahrens erteilt. Bei baugenehmigungsfreien Vorhaben ist die Genehmigung nach § 172 gesondert zu beantragen. Der Antrag auf Erteilung der Genehmigung nach § 172 BauGB ist formlos vor Beginn der Arbeiten zu richten an das **Bezirksamt Weißensee von Berlin**
Abt. Bau- und Wohnungswesen, Bildung / Stadtplanungsamt
Postfach, 13062 Berlin

Dem Antrag ist beizufügen:

- Detaillierte Beschreibung und Darstellung der beabsichtigten Maßnahmen in Wort und Bild (je nach Erfordernis), z.B. Grundrisse, Schnitte, Ansichten etc.,
- Lageplan,
- sowie die Zustimmung des Verfügungsberechtigten des Gebäudes.

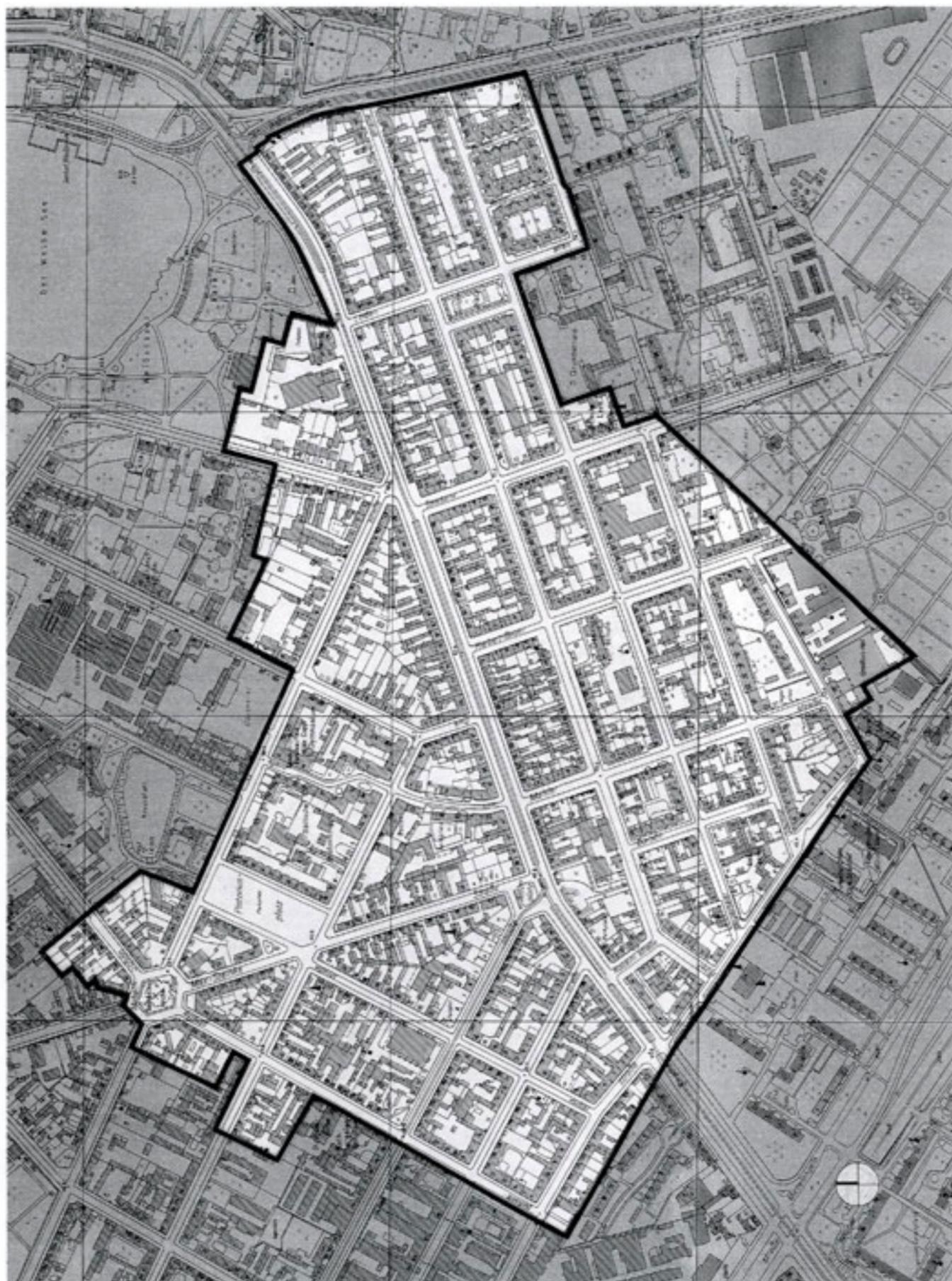
Für Informationen stehen Ihnen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Stadtplanungsamtes im **Dienstgebäude der Abt. Bau- und Wohnungswesen/ Stadtplanungsamt in der Darßer Straße 203** (13088 Berlin) zur Verfügung.

Sprechzeiten:

dienstags: 9.00 Uhr bis 12.00 Uhr
 donnerstags: 15.00 Uhr bis 18.00 Uhr

Telefon:

9679-4120/21 (»Weißensee Süd«)
 9679-4115/19 (»Weißenseer Spitze«)



Herausgeber: Bezirksamt Weißensee, Abt. Bau- und Wohnungswesen, Bildung / Stadtplanungsamt
Konzept, Layout, Text: Planungsgruppe WERKSTADT
Christina Lindemann, Elfi Czaika
Stadtplanungsamt
Fotografie: Gerhard Zwickert
Herstellung: artvision Printmedienproduktion GmbH