



LUDWIGSHAFEN HEUTE  
KAUFT FÜR  
MORGEN

---

Informationen zur Werbeanlagensatzung  
Ludwigshafen Innenstadt

---



STADT  
LUDWIGSHAFEN  
AM RHEIN

Schöner werben!

## Weniger ist mehr – Die Werbeanlagensatzung für die Innenstadt Ludwigshafens



Die Wahrnehmung der Straßen und Plätze in der Innenstadt funktioniert ähnlich wie in einem Innenraum. Der Boden, die Wand und die Möblierung werden immer zusammen wahrgenommen. Ein neues Pflaster nutzt wenig, wenn die Wände der angrenzenden Fassaden unansehnlich sind. Und eine gelungene Fassade kann nicht wirken, wenn sie hinter scheinbar willkürlich verteilten Schildern und Beklebungen verschwindet. Art, Größe und Anbringungsort von Werbeanlagen haben wesentlichen Einfluss auf die Wirkung einer Fassade und das Erscheinungsbild der Innenstadt. Natürlich sind die Werbeanlagen der Geschäfte für die Kunden eine unverzichtbare Orientierungshilfe. Aber wie alle Botschaften sollten auch Werbebotschaften

dosiert und gezielt eingesetzt werden, um Aufmerksamkeit zu erregen und verständlich zu sein. Wenn alle laut schreien, versteht keiner etwas. In diesem übertragenen Sinne ist es in der Ludwigshafener Innenstadt sehr laut. Schilder unterschiedlichster Farbe, Form und Größe konkurrieren um die Aufmerksamkeit der Passanten. Eine Orientierung ist kaum noch möglich. Weniger wäre mehr und würde die Orientierung erleichtern. Im Zusammenhang mit den vielfältigen Maßnahmen zur nachhaltigen funktionalen und gestalterischen Aufwertung der Innenstadt hat die Stadt Ludwigshafen eine Werbeanlagensatzung beschlossen. Die Satzung regelt unter anderem Art, Größe, Anbringungsort und Anzahl von Werbeanlagen. Die Vorgaben der Satzung

sind für alle Werbeanlagen, die nach Inkrafttreten der Satzung beantragt und angebracht werden, verbindlich. Bereits bestehende und genehmigte Anlagen können, auch wenn sie den Vorgaben der Satzung nicht entsprechen, unverändert bestehen bleiben.



## Vieles ist möglich



Viele Städte und Gemeinden haben für ihre Innenstädte Werbeanlagensatzungen erarbeitet. Jede Satzung sollte auf die Besonderheiten der Stadt, für die sie erarbeitet wurde, zugeschnitten sein. Ludwigshafen ist eine sehr junge Stadt mit einer besonderen Geschichte. Die Architektur der Innenstadt stammt überwiegend aus der Zeit des Wiederaufbaus in den 50er und 60er Jahren. Anders als zum Beispiel in historischen Fachwerkstädten waren moderne Werbeanlagen in der Innenstadt schon immer ein wichtiger Bestandteil der Fassadengestaltung. In der Werbeanlagensatzung wird diese Besonderheit berücksichtigt. Die Satzung lässt viele unterschiedliche Anlagen zu und bietet großen Spielraum für individuelle

Gestaltungen. Ludwigshafen ist nicht Rothenburg ob der Tauber. Auf den folgenden Seiten werden – nicht abschließend – wichtige gestalterische Ziele der Werbeanlagensatzung dargestellt. Die vollständige Satzung ist im Internet unter: [www.heutefuermorgen.de](http://www.heutefuermorgen.de) oder über folgende Kontaktadresse erhältlich:

*Stadtverwaltung Ludwigshafen am Rhein*

Bereich Stadtplanung

Rathausplatz 20, 67059 Ludwigshafen am Rhein

Ansprechpartnerin: Dipl. Ing. Ute Michel

Tel.: 06 21/5 04 - 33 28

Fax: 06 21/5 04 - 37 94

E-Mail: [ute.michel@ludwigshafen.de](mailto:ute.michel@ludwigshafen.de)



Bestandssituation

## Die wichtigsten Ziele der Werbeanlagensatzung für Nutzungen im Erdgeschoss



Der überwiegende Teil der Werbeanlagen an den Gebäuden der Innenstadt wird von den Einzelhändlern in den Erdgeschossen genutzt. Eine Vielzahl unterschiedlichster Anlagen prägt das Bild. Die Festsetzungen der Werbeanlagensatzung tragen der vorhandenen Vielfalt Rechnung und ermöglichen auch weiterhin unterschiedlichste Werbeanlagen. Für Nutzungen im Erdgeschoss kann künftig bis zur Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses geworben werden. Das Errichten von Werbeanlagen oberhalb dieses Bereiches bleibt grundsätzlich Nutzungen in den Obergeschossen vorbehalten. Einzelhandelsnutzungen, die sich über mehrere Geschosse erstrecken, können auch in den Obergeschossen werben.

*Im Erdgeschoss sind pro Betrieb grundsätzlich maximal zwei Werbeanlagen zulässig. Bei einer Ladenfrontlänge von mehr als 20 Metern gelten gesonderte Regelungen.*

*Die Lage der Werbeanlagen ist auf die vorhandene Fassadengliederung abzustimmen.*

*Mehrere Werbeanlagen im gleichen Geschoss eines Gebäudes sollen auf einer Höhe angebracht werden. Für Kastenanlagen und Ausleger werden Maximalmaße definiert.*

*Für bestimmte Anlagen und Situationen werden Minimalabstände zwischen den Werbeanlagen vorgegeben.*



vorbildliche Bestandssituation



beispielhafte Überarbeitung

## Die wichtigsten Ziele der Werbeanlagensatzung für Nutzungen im Erdgeschoss

5



*Folien auf Glas dürfen maximal 20 Prozent der Schaufensterfläche im Erdgeschoss bedecken. Vollflächige Fensterbeklebungen zu Werbezwecken sind nicht zulässig.*

*Einzelbuchstaben, zusammenhängende Schriftzüge und auf Putz aufgemalte oder als Putzvertiefung ausgeführte Schriften wirken unaufdringlicher als Kastenanlagen und können ausnahmsweise größer ausgeführt werden.*

*Als Werbung im Erdgeschoss sind Schriften aus Einzelbuchstaben, zusammenhängende Schriftzüge, Kastenanlagen, Logos, Einzelzeichen, aufgemalte oder als Putzvertiefung ausgeführte Schriften, Wandausleger, selbstklebende Folien im Schaufenster oder Beschriftungen auf Markisenvorderseiten möglich. Für alle Werbeanlagen werden zulässige Maximalmaße definiert.*

### vorbildliche Bestandssituationen



## Die wichtigsten Ziele der Werbeanlagensatzung für Nutzungen in den Obergeschossen



Nutzer in den Obergeschossen können im Fassadenbereich zwischen der Unterkante der Fenster des 1. Obergeschosses und der Gebäudeoberkante werben. Es sind unter anderem Werbeanlagen aus Einzelbuchstaben, zusammenhängenden Schriftzügen, auf Putz aufgemalte oder als Putzvertiefung ausgeführte Schriften sowie selbstklebende Folien im Fenster möglich. Für alle Anlagen werden in der Werbeanlagensatzung Maximalmaße definiert. Werbung oberhalb der Gebäudeoberkante (Dachwerbung) ist nur an gesondert in der Satzung ausgewiesenen Standorten zulässig, die sich aufgrund ihrer exponierten Lage besonders für diese Art von Werbung eignen.

*In den Obergeschossen gibt es Beschränkungen bezüglich der Anzahl der zulässigen Werbeanlagen.*

*Fensterbeklebungen sind nur am oberen oder unteren Fensterrand und auf maximal 30 Prozent der Fensterfläche des jeweiligen Fensters zulässig.*

*Für die in den Obergeschossen zugelassenen Werbeanlagen werden in der Satzung Maximalmaße definiert, die eine angemessene Integration in die Gesamtfassade gewährleisten.*

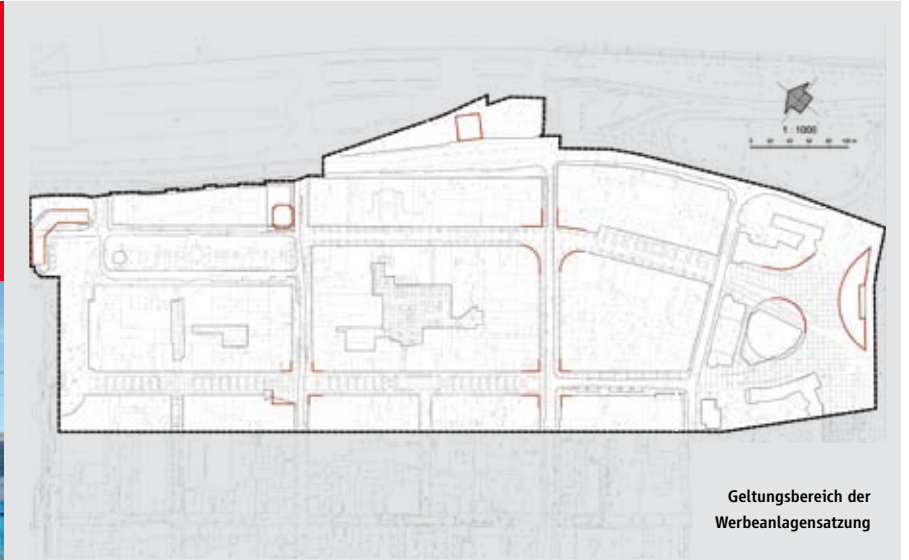


## Ziele der Satzung für Dachwerbung/Geltungsbereich der Satzung



Dachwerbung ist nur an besonderen Standorten zulässig (im nebenstehenden Plan rot markiert).  
Bei der Ausweisung der Standorte wurden bestehende Anlagen besonders berücksichtigt.  
Dachwerbung ist auch als Fremdwerbung zulässig.

Bestandssituation Dachwerbung



Geltungsbereich der Werbeanlagensatzung

**Herausgeberin**

*Stadt Ludwigshafen am Rhein*  
 Bereich Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit  
 mit der WirtschaftsEntwicklungsGesellschaft  
 Ludwigshafen am Rhein mbH (W.E.G.)  
 Rathausplatz 10+12  
 67059 Ludwigshafen am Rhein

[www.ludwigshafen.de](http://www.ludwigshafen.de)  
[www.heutefuermorgen.de](http://www.heutefuermorgen.de)

Redaktion: Bernd Reif (W.E.G. mbH) und  
 ammon + sturm, Frankfurt am Main

Konzept und Design: [www.merkwuerdig.com](http://www.merkwuerdig.com)  
 Fotos: ammon + sturm  
 Druck: BB Druck + Service GmbH  
 Auflage: 250  
 Stand: Februar 2009

**Kontakt**

*Stadtverwaltung Ludwigshafen am Rhein*  
 Bereich Stadtplanung  
 Rathausplatz 20  
 67059 Ludwigshafen am Rhein

Ansprechpartnerin: Dipl. Ing. Ute Michel  
 Tel.: 06 21/5 04-33 28  
 Fax: 06 21/5 04-37 94  
 E-Mail: [ute.michel@ludwigshafen.de](mailto:ute.michel@ludwigshafen.de)



STADT  
 LUDWIGSHAFEN  
 AM RHEIN

