

Großflächige Werbung in Frankfurt am Main

Dr. Michael Kummer

Entwicklung der Beurteilungspraxis

- Dezentrale Bearbeitung bis 2000
- Keine Werbeanlagensatzung
- 2001 Konzentration/Koordination der Genehmigungspraxis
- 2002 Gutachten durch externes Büro
- Kommunikation mit Werbewirtschaft + IHK
- 2002 Werberichtlinie des Magistrat
- Umfassende Transparenz durch Internetinformation

Beurteilung von Werbeanlagen

- Bauordnungsrecht
- Planungsrecht
- Gestaltungssatzungen
- Werberichtlinie
- Gutachten
- Umfang:
 - ca. 500 - 600 Anträge per anno
 - ca. 400 - 500 Beratungen per anno

Zielsetzung

- Werbung ist Teil städtischen Lebens
- Die Stadt muss erkennbar bleiben
- Akzeptanz von Werbung durch Qualität und Maßstäblichkeit
- Stadtbild und Architektur bilden den Beurteilungsmaßstab
- Öffentliche Sicherheit

Fernwirksamkeit/Wirkung auf die Skyline



Werbung an
Hochhäusern



Fernwirksamkeit/Wirkung auf die Skyline

Werbung an Kulturdenkmälern



Fernwirksamkeit an Autobahnen

- Landschaftsbild
- Verkehrssicherheit



IKEA Navigation-Tower

Werbung an Kulturdenkmälern

Alte Oper Frankfurt



Bannerwerbung an Brücken



Maßstäblichkeit

- überdimensioniert



- Einordnung



Qualität



- bezugslos

- hochwertige Fassadennachbildung



Platzierung

- wahllos



- zentriert



Werbung an Baucontainern



Messewerbung

- Überdimensioniert
- Öffentliche Grünfläche
- Häufung
- Sakralbauten



Messewerbung

- Mobile Werbeanlagen



Werbegeeignete Fassaden?



Werbegeeignete Fassaden?



Unser Weg

- Klasse statt Masse
- Transparenz
- Kommunikation
- Konsequenz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit