

Gestaltungssatzung über Werbeanlagen „Zentrale Innenstadt“

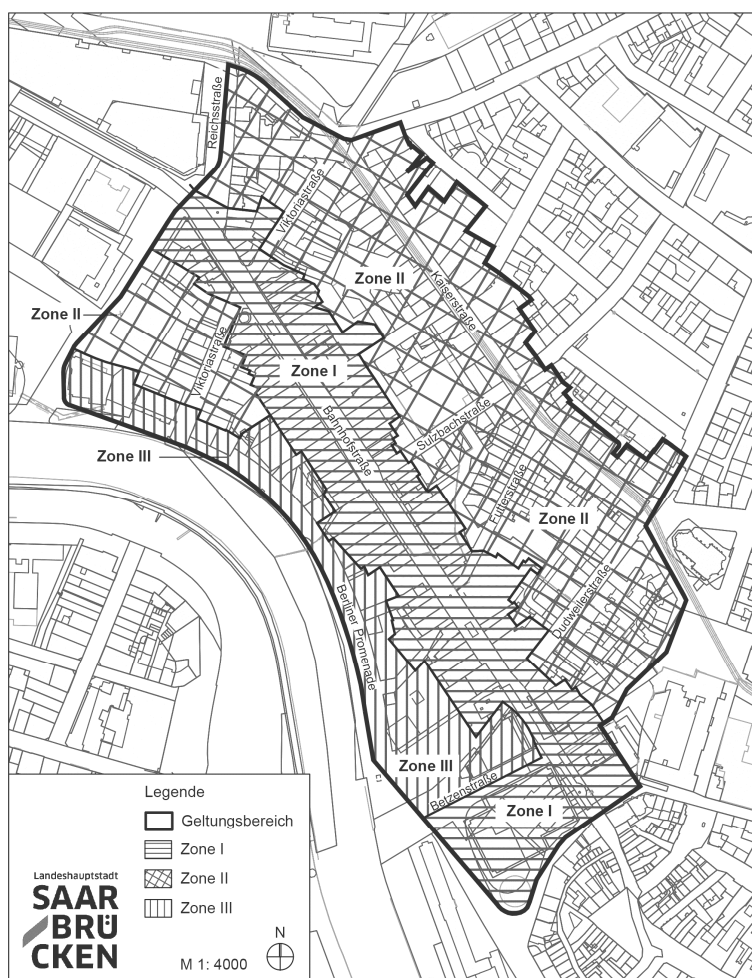
Teil 3: Gestaltungskonzept

Inhaltsverzeichnis

1. Zentrale Innenstadt, Gebietsabgrenzung
 2. Kolonnaden der Zentralen Innenstadt
 3. Zone I
 4. Zone II
 5. Zone III
- Anlagen

1. Zentrale Innenstadt, Gebietsabgrenzung

Der zentrale Geschäfts- und Dienstleistungsbereich der Landeshauptstadt Saarbrücken erstreckt sich zwischen Denkmalensemble St. Johanner Markt und Hauptbahnhof sowie von der Berliner Promenade bis zur Kaiserstraße. Als Stadtgebiet mit der höchsten Einzelhandelsdichte wird er Zentrale Innenstadt bezeichnet.



- Zone I Bahnhofstraße
- Zone II alle weiteren Gebiete innerhalb des Grenzverlaufs, außer Zone I und III
- Zone III Schauseite zur Saar

Abbildung 1:
Lageplan Geltungsbereich
mit verschiedenen Zonen

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Die Gebietsabgrenzung Zentrale Innenstadt ist im Lageplan dargestellt, sie entspricht dem Geltungsbereich der Gestaltungssatzung über Werbeanlagen „Zentrale Innenstadt“. Sie umfasst das Gebiet der Geschäftsstraßen der Zentralen Innenstadt mit eingebauten Kolonnaden. Als gemeinsames Gestaltungsmerkmal prägen die eingebauten Kolonnaden das Erscheinungsbild der Geschäftsstraßen in der Zentralen Innenstadt. Gleichzeitig weist der Geltungsbereich eine inhomogene Gebäudestruktur auf. Er wird deshalb je nach vorhandener Gebäudestruktur in Zonen mit unterschiedlicher Regelungstiefe und voneinander abweichenden Inhalten unterteilt.

Alle Geschäftslagen sollen sich zukünftig zu multifunktionalen Bereichen aus Handel, Dienstleistungen und Wohnen entwickeln.

2. Kolonnaden der Zentralen Innenstadt

2.1. Kolonnaden als gemeinsames Gestaltungsmerkmal der Zentralen Innenstadt



Die eingebauten Kolonnaden der Geschäftsstraßen sind positives Alleinstellungsmerkmal der Zentralen Innenstadt. Sie sind nach dem zweiten Weltkrieg beim Wiederaufbau der stark zerstörten Innenstadt entstanden.

Nach Ende des zweiten Weltkriegs wurde die besatzungsgemäße Verwaltung des Saarlandes durch Frankreich übernommen. Der französische Gouverneur Gilbert Grandval rief französische Architekten ins Saarland, um bei der Planung des Wiederaufbaus mitzuwirken. Mit der Neuordnung der Stadt Saarbrücken ist der Architekt Georges-Henri Pingusson beauftragt worden.

Abbildung 2: Lageplan Kolonnaden

Pingusson erwartete für einige der innerstädtischen Geschäftsstraßen, insbesondere für die Bahnhofstraße, Dudweilerstraße, Kaiserstraße und Viktoriastraße, in Zukunft einen wesentlich stärkeren Autoverkehr. Seiner Auffassung nach würden die vorhandenen Straßenbreiten einen stärkeren Autoverkehr nicht mehr aufnehmen können. Er hat als Lösung und Konzept vorgeschlagen, den öffentlichen Gehweg auf die privaten Grundstücke zu verlegen und in die Geschäftshäuser Kolonnaden einzubauen. Der öffentliche Gehweg sei etwa fünf Meter breit innerhalb des Grundrisses der Geschäftshäuser herzustellen.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Dadurch eröffne sich die Möglichkeit, die Fahrbahnen für den Autoverkehr bis fast an die Fassaden der Geschäftshäuser zu verbreitern.

Das Konzept der Kolonnaden wurde beim Wiederaufbau der Saarbrücker Innenstadt umgesetzt. Wegen der Vorteile für Einkaufsmöglichkeiten bei schlechter Witterung entwickelten sich die Kolonnaden zum Erfolgsmodell und zu einem positiven Alleinstellungsmerkmal.

Der Gebäudebestand weist Kolonnaden mit und ohne Kolonnadenpfeiler auf. Das Lichtraumprofil in den Kolonnaden variiert in der Raumhöhe. Teilweise existieren innerhalb der Laufrichtung einer Kolonnade gebäudebezogene Höhenversprünge der Kolonnadendecke. In der Bahnhofstraße gibt es teilweise Unterschiede in der Raumhöhe der Kolonnaden von einer Straßenseite zur anderen. Die Kolonnaden in den Gebäuden mit ungeraden Hausnummern weisen hier häufig ein deutlich höheres Lichtraumprofil auf als in den Gebäuden mit geraden Hausnummern.

2.2. Kolonnaden, spezifische Absichten und Gestaltungskonzept

In der Zentralen Innenstadt soll eine Umgestaltung der Kolonnaden zu attraktiven Flaniermeilen erfolgen. Durch eine einheitliche Gestaltung, insbesondere für Lichtarchitektur und Werbung, sollen die Kolonnaden aufgewertet werden. Die eingebauten Kolonnaden sollen in ihrer räumlichen Gestalt besser zur Geltung kommen.

Das Gestaltungskonzept sieht vor, die Achsen von Werbe-Abhängern und zweireihigen Deckeneinbauleuchten in Übereinstimmung zu bringen.

Werbeanlagen im Lichtraumprofil der Kolonnaden sind nur als Abhänger zulässig. Sind Kolonnadenpfeiler vorhanden, erstreckt sich das Lichtraumprofil der Kolonnaden von der erdgeschossigen Fassade innerhalb der Kolonnade bis zur Innenkante der Kolonnadenpfeiler. Bei Gebäuden ohne Kolonnadenpfeiler geht das Lichtraumprofil der Kolonnaden von der erdgeschossigen Fassade innerhalb der Kolonnade bis zur Außenkante der Kolonnaden bzw. bis zur Hauptfassade. Werbe-Abhänger werden jeweils mittig im Lichtraumprofil positioniert.

Für die Beleuchtung der Kolonnaden existiert ein Rasterplan. Ein einheitliches Modell für Deckeneinbauleuchten ist zweireihig in durchgehenden Achsen in Laufrichtung der Kolonnaden vorgesehen. Die Achsen der zweireihigen Deckeneinbauleuchten haben in der Regel einen Abstand von 2,00 m. Quer zur Laufrichtung werden die Deckeneinbauleuchten gebäudebezogen in gleichmäßig erscheinenden Abständen platziert.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt



Abbildung 3: Deckeneinbauleuchten und Werbeanlagen in Kolonnaden mit Kolonnadenpfeiler

Für Werbe-Abhänger sind definierte Abmessungen der Länge und Höhe vorgegeben und in Anlage 1 dargestellt. Damit wird sichergestellt, dass die Werbe-Abhänger mit ihrer Ansichtsbreite die zweireihigen Leuchtenachsen nicht queren und deren Leuchtwirkung nicht beeinträchtigt wird.

Kolonnadenpfeiler stehen nicht als Werbeflächen zur Verfügung. Gestaltete Sammelhinweisschilder und Einzelschilder können in einer geringen Anzahl und auf vorgegebenen Flächen auf Kolonnadenpfeilern angebracht werden. Vorgaben zur Ausführung sind in Anlage 2 dargestellt.



Abbildung 4: Deckeneinbauleuchten und Werbeanlagen in Kolonnaden ohne Kolonnadenpfeiler

3. Zone I, Bahnhofstraße

3.1. Zone I, besondere Eigenart

In Zone I sind beidseitig durchgehend Kolonnaden eingebaut.

Die bestehende Bebauung weist überwiegend eine Maßstäblichkeit in der Vertikalen von Erdgeschoss plus fünf Obergeschosse bzw. Erdgeschoss plus vier Obergeschosse plus Staffelgeschoss auf. Die Zone I ist geprägt von großvolumigen Kaufhäusern, zum Beispiel Karstadt und Kaufhof, und mehrfach gibt es große Gebäudeeinheiten mit einer straßenseitigen Fassadenbreite von mindestens 25 Metern.



Abbildung 5: Gebäudefassaden in Zone I, Bahnhofstraße

Die bestehende Bebauung in Zone I ist geprägt von Gebäuden aus den 1950er bis 1970er Jahren, mit ihren jeweils typischen Gestaltungsmerkmalen, wie zum Beispiel der fensterweisen vertikalen oder horizontalen Gliederung. Bei einigen Bestandsgebäuden wird ein Schaufenster im 1. Obergeschoss in der Fassadengestaltung hervorgehoben.

In den vergangenen Jahren sind in Zone I mehrere Neubauten mit gestalterisch anspruchsvoller Architektur entstanden. Vereinzelt existieren noch unvollständig wiedererrichtete Restbauten.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

3.2. Zone I, gebietsspezifische Absichten und Gestaltungskonzept

Die Zone I, Bahnhofstraße, ist Hauptgeschäftslage zwischen dem Einkaufszentrum Europa-Galerie und dem Denkmalensemble St. Johanner Markt. Sie bildet den kommerziellen Kern des Geschäftszentrums der Zentralen Innenstadt. Die Zone I ist auch bedeutender Büro- und Dienstleistungsstandort, es gibt außerdem Angebote in den Themen Übernachten und Gastronomie.

In 1995 wurde die Bahnhofstraße zur Fußgängerzone umgebaut. Durch eine Gestaltung mit hochwertigen Belägen, Beleuchtung und Möblierung ist die Aufenthaltsqualität und die kommerzielle Situation der Haupteinkaufsstraße weiter gesteigert worden. In 2018 fand die Wiedereröffnung der neu gestalteten Bahnhofstraße nach mehrjähriger Bautätigkeit statt.

Die Zone I soll sich zukünftig zu einer harmonisch gestalteten Geschäftsstraße mit hoher Aufenthaltsqualität entwickeln. Die Citylage soll für den Handel gestärkt werden.



Abbildung 6: Visualisierung zukünftige Werbeanlagen in Zone I, Bahnhofstraße

Zukünftige Werbeanlagen sind zurückhaltend und auf den Charakter der vorhandenen Architektur abzustimmen. Gestaltete Fassaden der Nachkriegsbebauung können dadurch wieder besser wahrgenommen werden. Die jeweilige Fassadengliederung wird wieder sichtbar gemacht und hervorgehoben. Schaufenster im 1. Obergeschoss gewähren den Durchblick auf Dekorationen oder auf ausgestellte Waren.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Werbeanlagen werden überwiegend im unteren Fassadenbereich, auf Höhe Erdgeschoss bis Höhe Brüstung 2. Obergeschoss, platziert. Sie passen sich an die jeweilige Fassadengliederung an und gehen mit ihr eine harmonische Verbindung ein.

Die räumliche Wirkung der Kolonnaden am Übergang zum Straßenraum soll gestärkt werden. Deshalb werden unmittelbar über den eingebauten Kolonnaden und im Fassadenbereich der häufig vorhandenen Schaufenster im 1. Obergeschoss im Wesentlichen nur Flachwerbungen angebracht. Großformatige, auskragende bauliche Anlagen würden in diesem Fassadenbereich die räumliche Wirkung der Kolonnaden schwächen und die Wahrnehmbarkeit eines Schaufensters im 1. Obergeschoss vermindern.

Die teilweise hohe Dichte an gewerblichen Nutzungen in einem Gebäude macht es erforderlich, Regelungen zu treffen, welche Nutzungseinheit an welcher Position eines Gebäudes bzw. einer Gebäudefassade wie viele Werbeanlagen in welcher Form anbringen kann. Dabei wird unterschieden, ob es sich um ein Ladenlokal im Erdgeschoss handelt oder um eine größere Nutzungseinheit im Gebäude.

Auf Höhe Brüstung 1. Obergeschoss können lediglich kleinformatige Ausleger mit definierten Abmessungen angebracht werden, sie wirken im Fußgängerbereich der Bahnhofstraße. Von den großformatigen, senkrecht zur Fassade auskragenden Werbeanlagen (Auslegern) soll es zukünftig weniger geben. Sie sind deshalb ausschließlich großen Nutzungseinheiten und großvolumigen Kaufhäusern vorbehalten und werden auf Höhe der Fenster im 2. bis 3. Obergeschoss positioniert.

4. Zone II, alle weiteren Gebiete innerhalb des Grenzverlaufs, außer Zone I und III

4.1. Zone II, besondere Eigenart

In Zone II gibt es sowohl Geschäftsstraßen mit beidseitig durchgehend eingebauten Kolonnaden als auch Geschäftsstraßen ohne Kolonnaden. In der Dudweilerstraße gibt es nur einseitig Kolonnaden.

Bei der bestehenden Bebauung in Zone II handelt es sich um Geschäfts- und Bürogebäude, teilweise mit Wohnnutzung in den oberen Geschossen. Sie weist überwiegend eine Maßstäblichkeit in der Vertikalen von Erdgeschoss plus vier Obergeschosse bzw. Erdgeschoss plus drei Obergeschosse plus Staffelgeschoss auf. Teilweise gibt es große Gebäudeeinheiten, wie stationäre Filialen von Banken in der Kaiserstraße oder das Haus Berlin in der Kohlwaagstraße. Teilweise ist die bestehende Bebauung kleinteilig, mit Erdgeschoss plus zwei Obergeschosse. Teilweise gibt es unvollständig wiedererrichtete Restbauten.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Die bestehende Bebauung in Zone II ist geprägt von Gebäuden aus den 1950er bis 1970er Jahren, mit ihren jeweils typischen Gestaltungsmerkmalen, wie zum Beispiel der fensterweisen vertikalen oder horizontalen Gliederung. Bei manchen Bestandsgebäuden wird ein Schaufenster im 1. Obergeschoss in der Fassadengestaltung hervorgehoben. Teilweise handelt es sich um verputzte Gebäude mit schlichten Lochfassaden. In den Geschäftsstraßen ohne Kolonnaden befindet sich Gebäudebestand mit Fassadengestaltungen aus der Vorkriegszeit.

4.2. Zone II, gebietsspezifische Absichten und Gestaltungskonzept

Die Zone II umfasst Seitenstraßen zur Hauptgeschäftslage, wie Reichsstraße, Viktoriastraße, Sulzbachstraße, Futterstraße und Dudweilerstraße. Sie schließt die Kaiserstraße ein. Die Zone II hat neben den vorhandenen Geschäften auch Bedeutung als Büro- und Dienstleistungsstandort, es gibt außerdem Angebote in den Themen Übernachten und Gastronomie. Die Seitenstraßen dienen als Zubringer zur Hauptgeschäftslage.

Die zum öffentlichen Raum hin gerichteten Gebäudefassaden der Geschäftsstraßen in Zone II sollen gestalterisch aufgewertet werden. Zukünftige Werbeanlagen sind zurückhaltend und auf den Charakter der vorhandenen Architektur abgestimmt. Gestaltete Fassaden der Vor- und Nachkriegsbauung können wieder besser wahrgenommen werden. Die jeweilige Fassadengliederung wird wieder sichtbar gemacht und hervorgehoben. Schaufenster im 1. Obergeschoss gewähren den Durchblick auf Dekorationen oder auf ausgestellte Waren.

Werbeanlagen sind ausschließlich im unteren Fassadenbereich, auf Höhe Erdgeschoss und 1. Obergeschoss zu platzieren. Sie passen sich an die jeweilige Fassadengliederung an und gehen mit ihr eine harmonische Verbindung ein. Der darüber liegende Fassadenbereich bleibt frei von Werbung.

4.3. Zone II, Geschäftsstraßen ohne Kolonnaden

Von der Bahnhofstraße aus kennzeichnen verglaste Torbögen die jeweiligen Eingangssituationen in die Seitenstraßen Sulzbachstraße, Rotenhofstraße und Futterstraße. In 2009 bis 2010 hat die Landeshauptstadt Saarbrücken die Futterstraße, Rotenhofstraße, Sulzbachstraße und Passagestraße umgebaut und gestalterisch aufgewertet. Durch die Stadtumbaumaßnahmen sind öffentliche Räume mit attraktivem Erscheinungsbild entstanden. Die Seitenstraßen wirken aufgeräumt und geordnet, punktuell sind sie begrünt.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt



Abbildung 7: Visualisierung zukünftige Werbeanlagen in Zone II - ohne Kolonnaden



Abbildung 8: Gebäudefassaden in Zone II ohne Kolonnaden

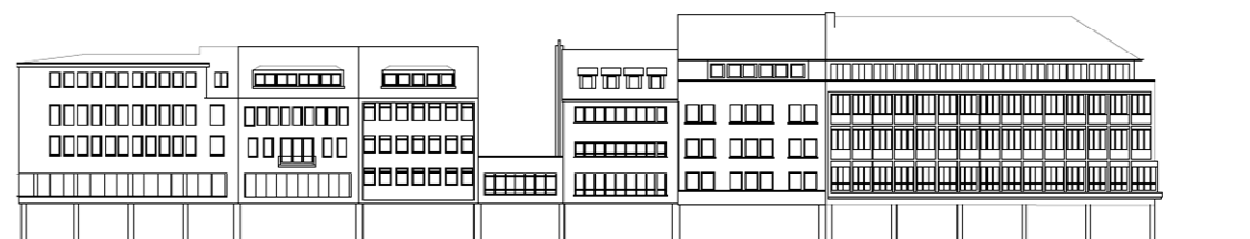
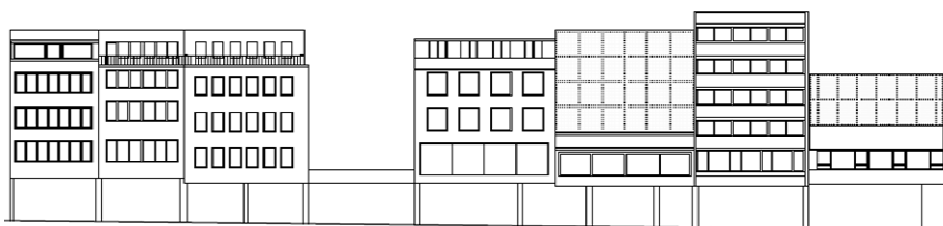


Abbildung 9: Gebäudefassaden in Zone II mit Kolonnaden

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Das Gestaltungskonzept für Werbeanlagen berücksichtigt die städtebauliche Situation der Seitenstraßen ohne Kolonnaden. Für sie sowie für weitere Geschäftsstraßen ohne Kolonnaden sind auf Höhe 1. Obergeschoss Werbeanlagen möglich, die senkrecht zur Fassade auskragen (Ausleger). Die Werbebotschaft der Ausleger kann je nach örtlicher Situation bereits mit Blick aus der Bahnhofstraße oder Kaiserstraße wahrgenommen werden.

4.4. Zone II, Geschäftsstraßen mit Kolonnaden

Die Landeshauptstadt Saarbrücken hat Vorbereitungen getroffen, um die Viktoriastraße, Kaiserstraße und Dudweilerstraße baulich aufzuwerten.



Abbildung 10: Visualisierung zukünftige Werbeanlagen in Zone II - mit Kolonnaden

Die räumliche Wirkung der Kolonnaden am Übergang zum Straßenraum soll gestärkt werden. Deshalb werden unmittelbar über den eingebauten Kolonnaden und im Fassadenbereich der häufig vorhandenen Schaufenster im 1. Obergeschoss ausschließlich Flachwerbungen platziert. Flachwerbungen werden auf Höhe Brüstung 1. Obergeschoss

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

angebracht. Senkrecht zur Fassade auskragende Werbeanlagen (Ausleger) sind nicht vorgesehen. Auskragende bauliche Anlagen würden in diesem Fassadenbereich die räumliche Wirkung der Kolonnaden schwächen und die Wahrnehmbarkeit eines Schaufensters im 1. Obergeschoss vermindern.

5. Zone III, Schauseite zur Saar

5.1. Zone III, besondere Eigenart

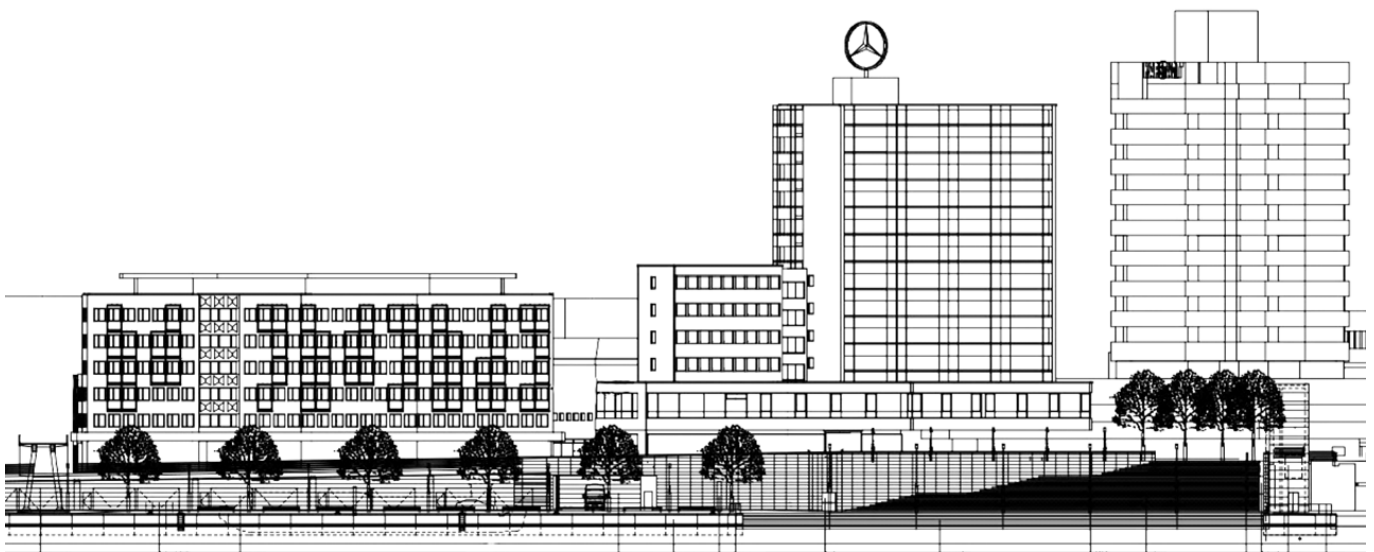


Abbildung 11: Gebäudefassaden in Zone III, Schauseite zur Saar

Die Fernwirkung der bestehenden Gebäude im Bereich des Flussraums der Saarbrücker Innenstadt ist gemeinsames prägendes Merkmal in Zone III. Es handelt sich überwiegend um große Gebäudeeinheiten. An der Schauseite zur Saar reihen sich großmaßstäbliche Gebäude für Geschäfte und Dienstleistungen sowie für Angebot zum Übernachten und Wohnen. Vielfach werden die Erdgeschosse und teilweise auch die 1. Obergeschosse gastronomisch genutzt. Die Bestandsgebäude weisen in der Vertikalen eine Maßstäblichkeit von Erdgeschoss plus fünf Obergeschosse bis hin zu plus elf Obergeschosse auf.

Die jeweiligen Gebäudefassaden der Zone III sind geprägt durch unterschiedliche Erbauungszeiten seit den 1950er Jahren bis zur Gegenwart. Überwiegend ist eine Fassadengestaltung mit horizontaler Gliederung vorzufinden.

In Zone III sind lediglich in jenen Gebäuden Kolonnaden eingebaut, die in der Viktoriastraße und am Rabbiner-Rülf-Platz die Brücken über die Saar flankieren.

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

5.2. Zone III, gebietsspezifische Absichten und Gestaltungskonzept

In 2010 hatte die Landeshauptstadt Saarbrücken mit der Sanierung des Bereichs Berliner Promenade begonnen. Bis Ende 2013 konnte durch den Umbau des Promenadenstegs, der Uferzone, der Schifferstraße, der Ufergasse und des Rabbiner-Rülf-Platzes der öffentliche Raum gestalterisch und funktional erheblich aufgewertet und seine Aufenthaltsqualität deutlich gestärkt werden. Die Zone III stellt sich seither als urbane Funktionsmischung aus Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Einkaufen dar.

Die zum Flussraum hin gerichteten Gebäudedefassaden der Zone III sollen gestalterisch aufgewertet werden. Zukünftige Werbeanlagen sind einerseits zurückhaltend und auf den Charakter der vorhandenen Architektur abgestimmt, andererseits können sie in Lage und Größe zur Fernwirkung beitragen. Werbeanlagen passen sich an die jeweilige Fassadengliederung an und gehen mit ihr eine harmonische Verbindung ein.

Flachwerbung ist in Höhe Erdgeschoss und 1. Obergeschoss möglich, aber auch auf Höhe weiterer Obergeschosse oder als Überdachwerbung. Großflächenwerbung ist auf geschlossenen Fassadenbereichen möglich. Kleinformatige, senkrecht zur Fassade auskragende Werbeanlagen (Ausleger) sind auf Höhe Brüstung 1. Obergeschoss möglich und wirken im Fußgängerbereich der Berliner Promenade. Höher gelegene Fassadenbereiche bleiben Werbeanlagen als Flachwerbung vorbehalten, die zur Fernwirkung beitragen.

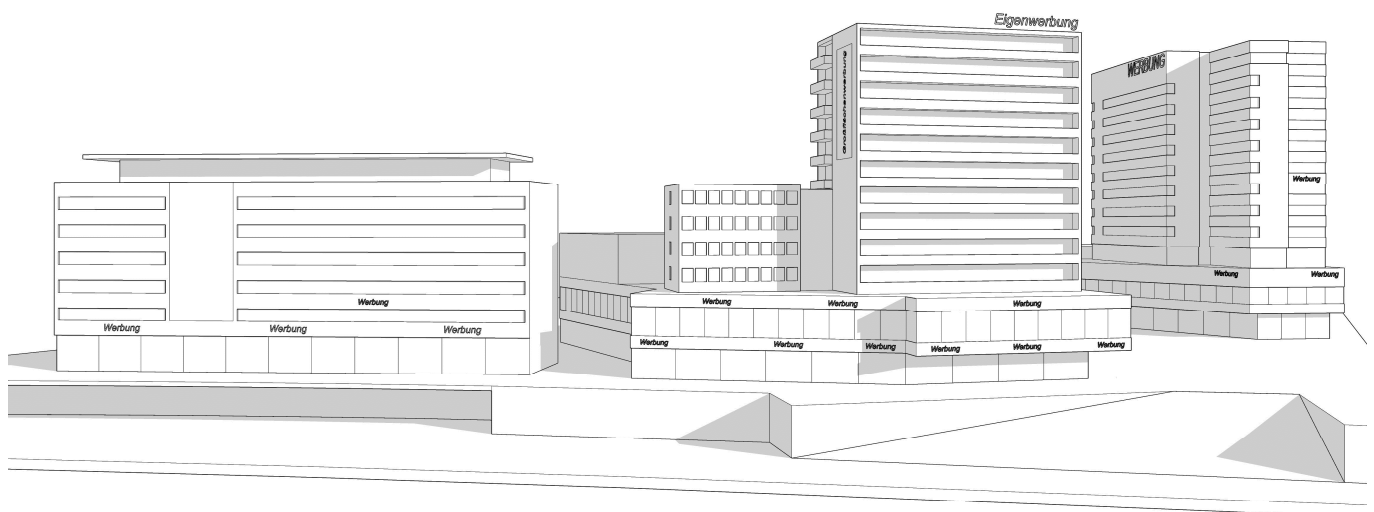


Abbildung 12: Visualisierung zukünftige Werbeanlagen in Zone III - Schauseite zur Saar

Gestaltungskonzept für Werbeanlagen in der Zentralen Innenstadt

Anlage 1 Abmessungen für Werbe-Abhänger

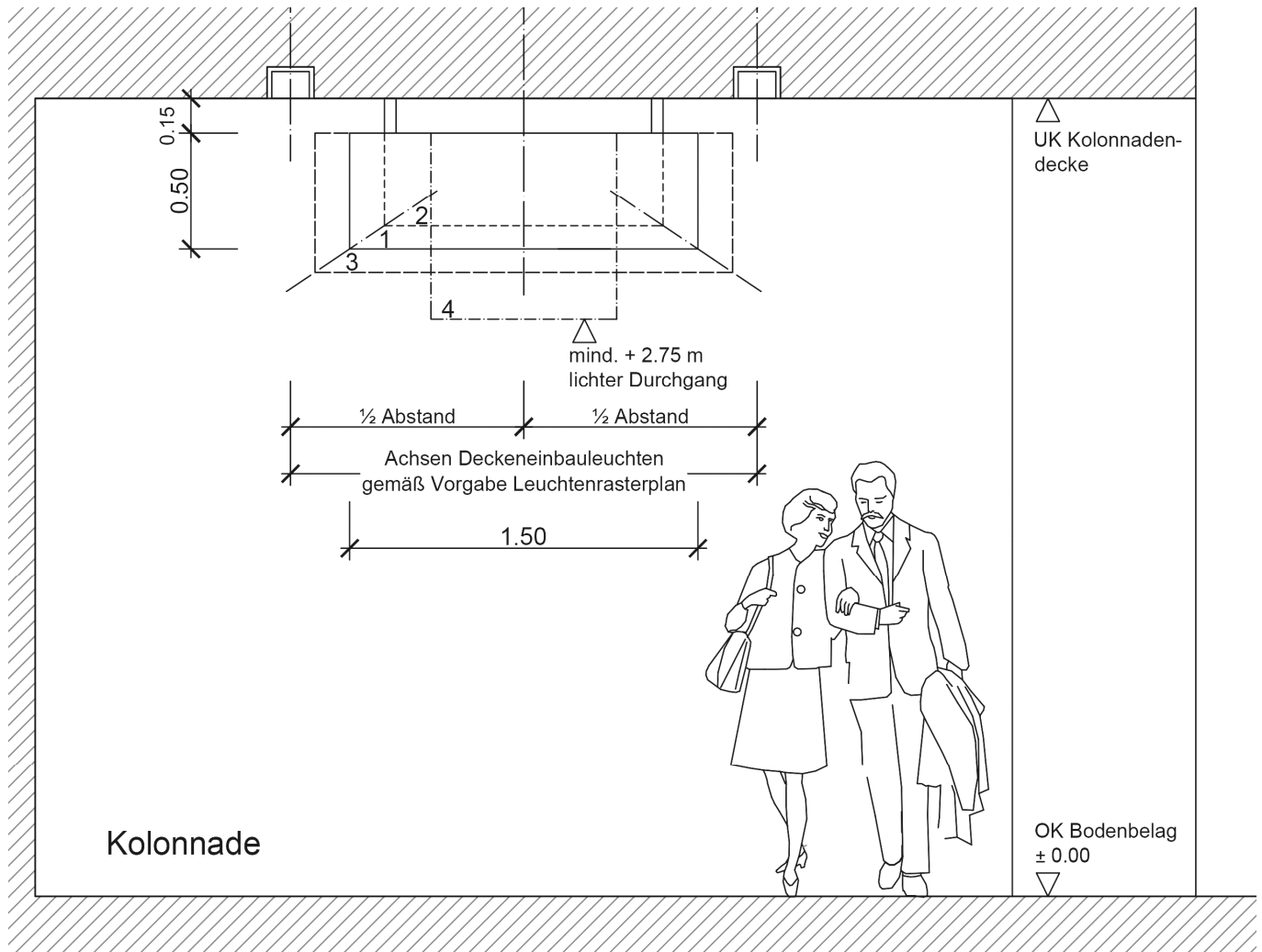


Abbildung 13: Querschnitt durch eine Kolonnade mit Darstellung von Größen für Werbe-Abhänger

Abmessungen Werbe-Abhänger:

- | | |
|--------|--|
| Typ 1 | Breite x Höhe von 1,50 m x 0,50 m (Standard) |
| Typ 2: | Breite x Höhe von 1,20 m x 0,40 m |
| Typ 3: | Breite x Höhe von 1,80 m x 0,60 m |
| Typ 4: | Breite x Höhe von max. 0,80 m x max. 0,80 m |

Anlage 2 Vorgaben für Sammelhinweisschilder und Einzelschilder

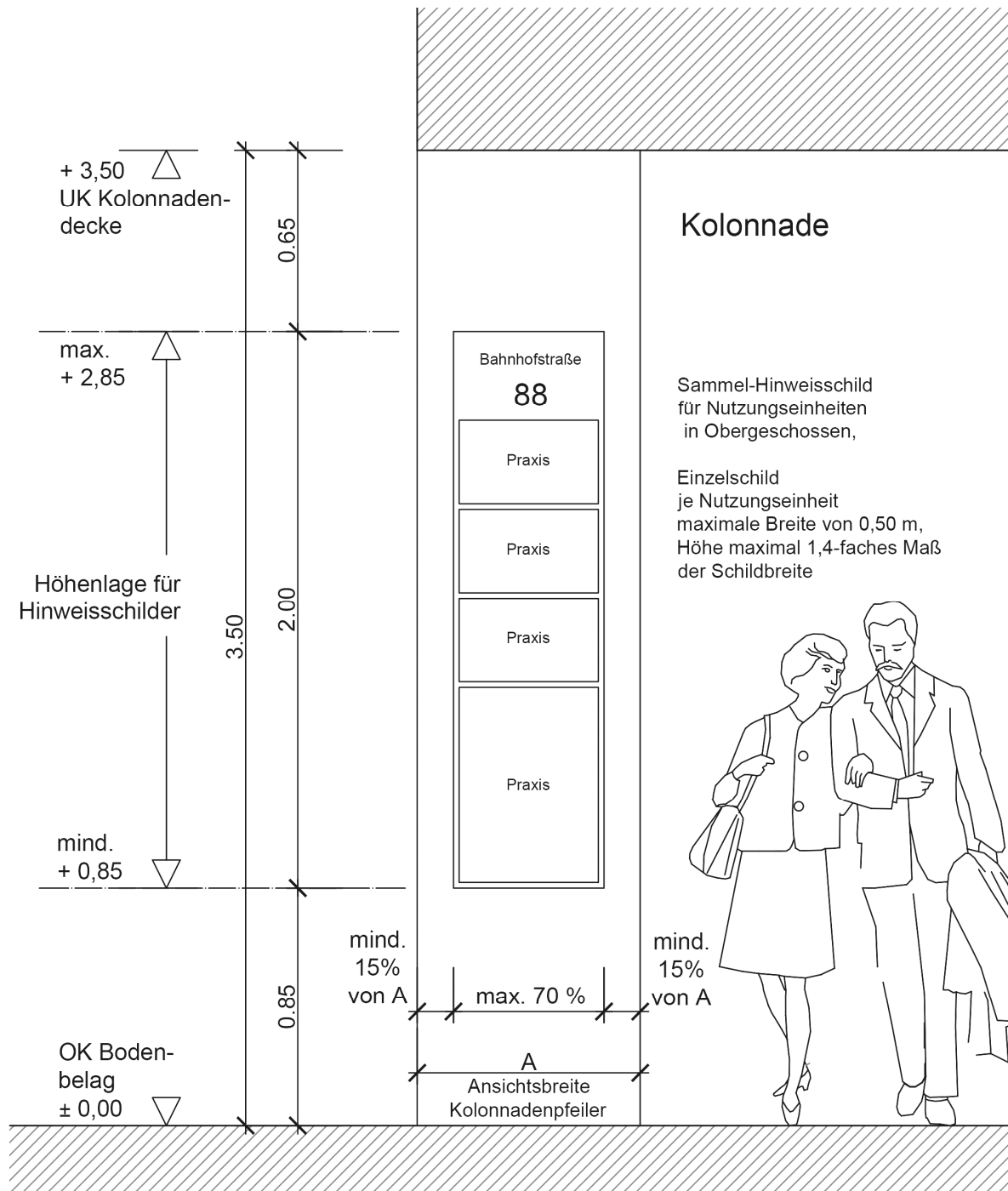


Abbildung 14: Querschnitt einer Kolonnade und Ansicht eines Kolonnadenpfeilers, mit Darstellung eines Sammelhinweisschildes