



Gestaltungshandbuch Innenstadt Neu-Isenburg



Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt

Gestaltungshandbuch Innenstadt Neu-Isenburg / Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt

**Handbuch für eine ortsbildgerechte Gestaltung
von Bebauung und Freiflächen, Werbeanlagen
sowie Sondernutzungen in der
Innenstadt Neu-Isenburg**

**Gestaltungssatzung
Werbeanlagen Innenstadt**

Impressum

Herausgeber

Der Magistrat der Stadt Neu-Isenburg
Hugenottenallee 53, 63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102 / 241-0, E-Mail: info@stadt-neu-isenburg.de

Projektteam

Stadtverwaltung der Stadt Neu-Isenburg
Fachbereich 61 - Stadtentwicklung und Bauberatung
Claudia Metzner, Monika Berelson, Desiree Ultsch, Lena Sittig

in Zusammenarbeit mit:

Fachbereich 10.4 - Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Marketing,
Natur- und Umweltschutz, Liegenschaften
Andrea Quilling

Fachbereich 30 - Recht und Datenschutz
Ulla Rehberg

Fachbereich 32 - Sicherheit, Ordnung und Straßenverkehrsbehörde
Cornelia Marburger

Kontakt / Beratung

Fachbereich 61 - Stadtentwicklung und Bauberatung
Hugenottenallee 53 | 63263 Neu-Isenburg
Tel. 06102 / 241-625, E-Mail: stadtplanung@stadt-neu-isenburg.de
www.neu-isenburg.de

Inhalt / Redaktion / Layout

Herwarth + Holz
Planung und Architektur
Schinkelplatz 5, 10117 Berlin
Tel. 030 / 61654 78-0, E-Mail: kontakt@herwarth-holz.eu

Carl Herwarth von Bittenfeld, Jason Heller, Justus Gärtner

in Zusammenarbeit mit:

Freischlad + Holz
Planung und Architektur
Spreestraße 3a, 64295 Darmstadt
Tel. 06151 / 130 988-0, E-Mail: office@freischlad-holz.de

Brigitte Holz

Alle Fotos sind, soweit nicht anders angegeben, von Herwarth + Holz, Carl Herwarth v. Bittenfeld.
Das für dieses Werk verwendete Papier stammt aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

Neu-Isenburg, Juni 2022

Das Gestaltungshandbuch Innenstadt Neu-Isenburg wurde gefördert im Bund-Länder-Programm:
"Wachstum und nachhaltige Erneuerung" der Städtebauförderung.



Inhalt

Impressum	2
Vorwort	5
Einführung	6
Was ist das Gestaltungshandbuch?	8
Warum ein Gestaltungshandbuch?	9
Wie wirkt das Gestaltungshandbuch?	10
Wo und wofür ist das Gestaltungshandbuch anzuwenden?	11
Historie	12
Vorbemerkungen	14
Anlass und Ziele der Satzung	14
Regelungen und Verbindlichkeit	15
Allgemeine Hinweise	15
Begriffe	16
Satzung	18
1 Geltungsbereiche	18
§ 1 Räumlicher Geltungsbereich	18
§ 2 Sachlicher Geltungsbereich	18
2 Gestaltungsvorschriften	20
§ 3 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen	20
§ 4 Flachwerbeanlagen	21
§ 5 Ausleger / Ausstecker als Werbeanlagen	24
§ 6 Werbung an Auskragungen	25
§ 7 Werbung an Fenstern, Schaufenstern und Türverglasungen	25
§ 8 Beleuchtung	26
§ 9 Instandhaltung und Entfernung von Werbeanlagen	27
3 Ordnungswidrigkeiten / Inkrafttreten	28
§ 10 Ordnungswidrigkeiten	28
§ 11 Inkrafttreten	28
Stichwortverzeichnis	30



Vorwort

Neu-Isenburg soll schöner werden – mit diesem Motto haben wir uns vor einiger Zeit auf den Weg vom "Alten Ort zur Neuen Welt" gemacht. Im Städtebauförderungsprogramm "Wachstum und nachhaltige Erneuerung" wurden Maßnahmen im Gesamtwert von etwa 26 Mio. Euro definiert. Sie orientieren sich an den im Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) definierten Leitbildern. Zu den Maßnahmen gehört auch das Gestaltungshandbuch Innenstadt, das die vier Broschüren

- (1) Gestaltungssatzung Bebauung und Freiflächen Alter Ort,
- (2) Gestaltungsleitfaden Bebauung und Freiflächen Frankfurter Straße / Bahnhofstraße,
- (3) Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt sowie
- (4) Gestaltungsleitfaden Sondernutzungen Innenstadt

umfasst, die für das zukünftige Erscheinungsbild der Frankfurter Straße, der Fußgängerzone in der Bahnhofstraße sowie den Alten Ort wegweisend sind.

Auf Basis einer umfassenden Bestandsaufnahme und -analyse sowie eines differenzierten Dialogprozesses, wurden Regelungen für die Gestaltung von Gebäudefassaden, Grundstücksfreiflächen, Werbeanlagen und Sondernutzungen im öffentlichen Straßenraum definiert, die dazu dienen, unsere Innenstadt attraktiver zu machen. Die Regelungen verfolgen das Ziel, die vorhandenen charakteristischen und ortsbildprägenden städtebaulichen Merkmale stärker ins Bewusstsein zu rücken, ihren Wert erkennbar zu machen und dafür zu sensibilisieren, die vorhandenen Potenziale zu nutzen und qualitativ weiterzuentwickeln. Verfolgt wird auch, das stadtgeschichtliche Erbe – insbesondere im Alten Ort – zu bewahren und die Identität und Eigenständigkeit unserer Stadt zu stärken.

Eine Besonderheit ist, dass die Regelungen im Gestaltungshandbuch für die Innenstadt Neu-Isenburgs auch als Entscheidungsgrundlage für die Vergabe von Städtebaufördermitteln an private Haus- und Grundstückseigentümer*innen im Anreizprogramm für die Instandsetzung von Gebäudefassaden und Grundstücksfreiflächen dienen.

Die Innenstadt ist das Gesicht Neu-Isenburgs und ein Ort, an dem sich alle wohlfühlen sollen. Das "Gestaltungshandbuch Innenstadt" setzt daher auf die Kooperations- und Mitwirkungsbereitschaft aller Beteiligten, da die Bewahrung und Weiterentwicklung der Innenstadt nur gelingen kann, wenn sie als Gemeinschaftsaufgabe wahrgenommen wird. Haus- und Grundstückseigentümer*innen, Geschäftsinhaber*innen und nicht zuletzt Gastronom*innen können im Zusammenwirken einen wesentlichen Beitrag zu einem positiven Erscheinungsbild und einer besonderen Atmosphäre in der Innenstadt leisten. Niemand kann dies allein, alle sind mit ihrem Handeln auch für das Gesamtbild unserer Innenstadt mitverantwortlich.



Ein ansprechendes Waren- und Gastronomieangebot in Verbindung mit einer besonderen Erlebnis- und Aufenthaltsqualität, kommt nicht nur dem lokalen Einzelhandel und der Gastronomie, sondern der gesamten Stadtgesellschaft zu Gute, da es zum Image und zur Identität von Neu-Isenburg entscheidend beiträgt. In Zeiten der zunehmenden Nachfrage im Online-Handel, ist dies ein nicht zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil.

Das Gestaltungshandbuch wurde mit großem Engagement in einem breit angelegten Dialog, mit vielen Beteiligten aus der Stadtgesellschaft erarbeitet. Hierfür möchte ich mich bei allen Mitwirkenden bedanken. Insbesondere bei dem interdisziplinär besetzten Team der Verwaltung, den Büros Herwarth + Holz und Freischlad + Holz, der Nassauischen Heimstätte, den Vertreter*innen der "Lokalen Partnerschaft", den parlamentarischen Vertreter*innen und natürlich bei Ihnen, der interessierten Öffentlichkeit. Die intensive gemeinsame Abwägung der Angemessenheit der vorgestellten Regelungen, verspricht eine hohe Akzeptanz und Praxistauglichkeit des Gestaltungshandbuchs.

Ich wünsche Ihnen, liebe Leser*innen eine spannende Lektüre und unserer Innenstadt eine qualitätsvolle, ortsbildgerechte und zukunftsweisende Entwicklung.

Ihr

A handwritten signature in blue ink that reads "Dirk Gene Hagelstein". The signature is fluid and cursive.

Dirk Gene Hagelstein
Bürgermeister der Stadt Neu-Isenburg

Einführung

Die Innenstadt Neu-Isenburg setzt sich aus zwei Teilbereichen mit spezifischer Gestaltung und eigenen Qualitäten zusammen. Der Alte Ort, der Gründungsnukleus und das historische Zentrum Neu-Isenburgs, stellt mit seinem markanten Stadtgrundriss, der sich seit der Gründung der Stadt in seinem Originalzustand erhalten hat, landesweit ein Unikat dar. Neben dem Marktplatz, als seinem "Wohnzimmer", besitzt der Alte Ort mit der Kirche, dem Stadtmuseum sowie den ältesten erhaltenen Gebäuden der Stadt eine besondere identitätsprägende und kulturelle Bedeutung.

Als weiterer Teil der Innenstadt besitzt die Frankfurter Straße, wie auch die örtliche Bahnhofstraße, als lineares Stadtzentrum, mit ihrem vielfältigen Angebot eine wichtige städtische Versorgungsfunktion. Mit der Hugenottenhalle und der Stadtverwaltung sind zudem zwei wichtige öffentliche Gebäude an ihr verortet.

Sowohl der Alte Ort, als auch der Bereich Frankfurter Straße / Bahnhofstraße gelten als die "Visitenkarte" Neu-Isenburgs. Daher ist ihre äußere Gestaltung für die Imagegebung und für die Lebensqualität von besonderer Bedeutung. Trotz dieser bedeutsamen Funktion für die Gesamtstadt leidet die Innenstadt Neu-Isenburgs u.a. unter:

- einem zunehmenden Modernisierungsrückstand sowie gestalterischen Defiziten und funktionalen Mängeln des öffentlichen Raums
- einer zunehmenden Überfrachtung des öffentlichen Raums mit Werbeanlagen
- einem anhaltenden Instandsetzungs- und Sanierungsbedarf von Wohn- und Geschäftshäusern sowie
- einem zunehmenden Funktionsverlust des Einzelhandels.

Die Qualität und das Erscheinungsbild der öffentlichen Räume wird dabei entscheidend durch die Form und Gestaltung der raumbildenden Bebauung sowie die Ausprägung der erdgeschossbegleitenden Werbeanlagen und Sondernutzungen geprägt.

Um den vorhandenen städtebaulichen und gestalterischen Mängeln und funktionalen Schwächen der Innenstadt Neu-Isenburgs entgegenzuwirken, den Erhalt der ortsbildprägenden Bebauung und der städtebaulichen Eigenart zu sichern und das Erscheinungsbild der öffentlichen Räume und ihrer angrenzenden Bebauung aufzuwerten, wurden bereits durch das ISEK im Rahmen des Stadtumbaus "Vom Alten Ort zur neuen Welt" Regelungserfordernisse zur Gestaltung der raumbildenden

Bebauung betont. Diese mündeten schließlich in der Erarbeitung des "Gestaltungshandbuchs Innenstadt Neu-Isenburg".

Der Entwicklung des "Gestaltungshandbuchs Innenstadt" ging ein umfangreicher Erarbeitungs- und Beteiligungsprozess voraus.

Auf Grundlage einer umfangreichen Bestandsanalyse des Gebäudebestandes im Alten Ort und im Bereich der Frankfurter Straße / Bahnhofstraße, wurde im April 2021 mit der Neufassung der Gestaltungssatzung für den Alten Ort begonnen.

Die bislang gültige Gestaltungssatzung aus dem Jahr 1983 war vor dem Hintergrund der stattgefundenen baulichen Aktivitäten in den vergangenen Jahrzehnten sowie gegenwärtigen und zukünftigen Anforderungen an das Bauen (Energetische Sanierung, Klimaanpassung) nur noch eingeschränkt dazu in der Lage, die städtebauliche Eigenart und Gestalt des Alten Ortes zu sichern.

Parallel dazu wurde auch mit der Erarbeitung des "Gestaltungsleitfadens Bebauung und Freiflächen Frankfurter Straße / Bahnhofstraße" begonnen, um eine Stärkung der ortstypischen und identitätsstiftenden Gestaltungselemente zu erreichen und das Erscheinungsbild der Innenstadt insgesamt aufzuwerten.

Um der Überfrachtung des öffentlichen Raums mit Werbeanlagen und Sondernutzungen entgegenzuwirken und um erstmalig Regelwerke für deren Gestaltung und Platzierung zu formulieren, wurde im Anschluss an den Vorentwurf beider Teilwerke auch mit der Erarbeitung einer Gestaltungssatzung für Werbeanlagen sowie eines Gestaltungsleitfadens für Sondernutzungen in der Innenstadt Neu-Isenburgs begonnen.

In einem engen Abstimmungsprozess mit der Stadtverwaltung sowie unter Beteiligung der Lokalen Partnerschaft (LoPa) wurden die örtlichen Akteure an der Erarbeitung beteiligt. Im Rahmen eines Online-Beteiligungsformates sowie einer öffentlichen Informationsveranstaltung im November 2021, wurde die Stadtöffentlichkeit in den Erarbeitungsprozess integriert.

Im März 2022 wurde nach einem umfangreichen Erarbeitungsprozess unter Beteiligung aller örtlichen Akteure das "Gestaltungshandbuch Innenstadt" mit seinen vier Teilwerken in der Stadtverordnetenversammlung der Stadt Neu-Isenburg beschlossen.



Frankfurter Straße, Blick Richtung Süden

Was ist das Gestaltungshandbuch?

Die "Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt" ist Teil des Gesamtwerks des "Gestaltungshandbuchs Innenstadt Neu-Isenburg", das aus insgesamt vier Teilwerken besteht, die sich im Grad ihrer Verbindlichkeit (Vorschriften, Festlegungen, Empfehlungen) sowie im Hinblick auf ihren räumlichen und sachlichen Geltungsbereich unterscheiden:

- Unter dem Titel "Gestaltungssatzung Bebauung und Freiflächen Alter Ort" wurden Vorschriften für die Gestaltung der straßenseitigen Bebauung sowie der Grundstücksfreiflächen im Alten Ort formuliert. Innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches dieser Satzung sind zwei Zonen definiert, für die differenzierte Gestaltungsvorschriften festgelegt wurden, die auf die spezifische städtebauliche Eigenart der bestehenden Bebauung in der jeweiligen Zone reagieren. Die Bauvorschriften dieser Satzung sind verbindlich. Das heißt, dass ihre Missachtung eine Ordnungswidrigkeit darstellt.
- Unter dem Titel "Gestaltungsleitfaden Bebauung und Freiflächen Frankfurter Straße / Bahnhofstraße" wurden Festlegungen und Empfehlungen für die Gestaltung der vorrangig straßenseitigen Bebauung sowie der Grundstücksfreiflächen im Bereich der Frankfurter Straße / Bahnhofstraße (Fußgängerzone) definiert. Die formulierten Empfehlungen sind als Anregungen für eine wünschenswerte Gestaltung zu sehen, während Festlegungen die verbindlichen Entscheidungsgrundsätze der Verwaltung und die Vorgaben für die Gestaltung abbilden.
- Unter dem Titel "Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt" wurden Vorschriften für die Gestaltung verschiedener Formen von statischen¹ Werbeanlagen festgelegt. Der Geltungsbereich dieser Satzung umfasst die straßenseitige Bebauung der Frankfurter Straße und der Bahnhofstraße sowie des Alten Orts. Diese Satzung ist als örtliche Bauvorschrift verbindlich. Das heißt, dass deren Missachtung, ebenso wie bei der "Gestaltungssatzung Bebauung und Freiflächen Alter Ort", eine Ordnungswidrigkeit darstellt.
- Unter dem Titel "Gestaltungsleitfaden Sondernutzungen Innenstadt" werden Festlegungen und Empfehlungen für die Gestaltung von Sondernutzungen im öffentlich genutzten Straßenraum geregelt. Der räumliche Geltungsbereich dieser Satzung umfasst, wie auch bei der Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt, sowohl den Bereich Frankfurter Straße / Bahnhofstraße, als auch den Alten Ort. Wie beim "Gestaltungsleitfaden Bebauung und Freiflächen Frankfurter Straße / Bahnhofstraße" haben die Festlegungen und Empfehlungen dieses Leitfadens in erster Linie Leit- und Orientierungsfunktion.

Die vier Werke sind als themen- und adressatenrespektive zielgruppenbezogene Einzelbroschüren angelegt und veranschaulichen die jeweiligen Vorschriften der beiden Satzungen sowie die Festlegungen und Empfehlungen der beiden Leitfäden. In ihrer Gesamtheit bilden sie das "Gestaltungshandbuch Innenstadt Neu-Isenburg".

¹ Mobile Werbeträger, die in der Regel im öffentlichen Raum aufgestellt werden sind Gegenstand des Gestaltungsleitfadens Sondernutzungen Innenstadt.



Das Gestaltungshandbuch besteht aus vier themenspezifischen Teilwerken

Warum ein Gestaltungshandbuch?

Anlass

Das Fördergebiet Neu-Isenburg "Vom Alten Ort zur Neuen Welt" wurde 2017 in das Städtebauprogramm "Stadtumbau in Hessen", jetzt "Wachstum und nachhaltige Erneuerung" aufgenommen.

Neben der Anpassung an die demografische Entwicklung und den wirtschaftlichen Strukturwandel sind Stadtgrün, Klimaschutz und Klimaanpassung vorrangige Handlungsfelder der Programmgestaltung. Die Grundlage für die Umsetzung des Förderprogramms bildet das Integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) "Vom Alten Ort zur neuen Welt", das für Neu-Isenburg u.a. folgende Leitbilder für den Stadtentwicklungsprozess definiert:

- Stärkung des zentralen Versorgungsbereich als Einzelhandels-, Gastronomie-, Dienstleistungs- und Wohnstandort
- Schaffung von mehr Aufenthaltsqualität
- Stärkung der Identität und Wahrnehmung historischer Wurzeln
- Durchgrünung der Innenstadt / Umsetzung von Maßnahmen zu Klimaschutz und Klimaanpassung.

Zur Erreichung dieser im ISEK definierten Ziele soll das Gestaltungshandbuch für die Innenstadt von Neu-Isenburg einen wichtigen Beitrag leisten.

Basis für die Erarbeitung des Gestaltungshandbuchs ist eine umfassende Bestandsaufnahme und -analyse für die Bebauung und Freiflächen in der Frankfurter Straße / Bahnhofstraße (Fußgängerzone) sowie im Alten Ort. Im Rahmen der Bestandsaufnahme und -analyse wurden innerhalb eines einjährigen Zeitraums über 300 Gebäude und deren Grundstücke erfasst und nach verschiedenen architektonischen und städtebaulichen Kriterien in einer mehr als tausend Seiten umfassenden Dokumentation steckbriefartig bewertet.

Nach seiner Fertigstellung soll das Gestaltungshandbuch als Grundlage für weitere geplante Projekte im Rahmen des Förderprogramms dienen, wie die:

- Erarbeitung eines planerisches Gesamtkonzepts für die Frankfurter Straße
- Initiierung eines Anreizprogramms für die Instandhaltung von Gebäudefassaden
- Initiierung eines Anreiz- und Beratungsprogramms Begrünung von privaten Liegenschaften
- Umsetzung von Maßnahmen im öffentlichen Raum zur Stärkung des Alten Orts.

Ziele

Allgemeine Ziele

Das Gestaltungshandbuch Innenstadt verfolgt mit den vier Werken:

- Gestaltungssatzung Bebauung und Freiflächen Alter Ort,
- Gestaltungsleitfaden Bebauung und Freiflächen Frankfurter Straße / Bahnhofstraße,
- Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt,
- Gestaltungsleitfaden Sondernutzungen Innenstadt,

folgende übergreifende Ziele:

Städtebauliche und denkmalpflegerische Ziele

- Erhalt, Pflege und Weiterentwicklung des stadtegeschichtlichen Erbes
- Aufwertung des öffentlichen Raums
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- Herausstellung historischer Bezüge

Ökonomische Ziele

- Werbewirksame Adressbildung
- Förderung der Konkurrenzfähigkeit
- Förderung von Identität und Image
- Förderung gemeinsamer Aktivitäten

Ökologische Ziele

- Förderung von Klimaschutz und Klimaanpassung
- Erhöhung des Wohlbefindens

Umsetzungsorientierte und verfahrensbezogene Ziele

- Erhöhung der Transparenz von Genehmigungsvorgängen
- Sensibilisierung und Motivation aller Akteure
- Zusammenführung gestalterischer Empfehlungen, Regelungen und Satzungen
- Verbesserung der Begründung, Nachvollziehbarkeit und Anschaulichkeit von Regelungen
- Vereinfachung von Entscheidungsprozessen auf Verwaltungsebene.

Wie wirkt das Gestaltungshandbuch?

Regelungen und Verbindlichkeit

Bei den, im Gestaltungshandbuch enthaltenden vier Einzelwerken, handelt es sich um zwei Gestaltungssatzungen und zwei Gestaltungsleitfäden, deren Regelungen sich in ihrer Verbindlichkeit unterscheiden:

Die beiden Gestaltungssatzungen beinhalten als kommunale Gesetze verbindliche Vorschriften, deren Missachtung eine Ordnungswidrigkeit darstellt, was Bußgelder zur Folge haben und kostenintensive Rückbaumaßnahmen erforderlich machen kann.

Aufgrund der besonderen städtebaulichen Bedeutung und Schutzwürdigkeit des Alten Orts, wird hier die Gestaltung baulicher Anlagen sowie von Grundstücksfreiflächen durch eine Satzung geregelt. Ziel ist die Erhaltung und Wahrnehmbarkeit der spezifischen Ortsbildtypik.

Die Gestaltung von Werbeanlagen im Bereich der Frankfurter Straße / Bahnhofstraße sowie im Alten Ort, wird ebenfalls durch eine Satzung geregelt.

Aufgrund der hohen Dichte an kommerziellen Nutzungen und der damit verbundenen starken Präsenz von Werbeanlagen, sind hier verbindliche Vorschriften für deren

Gestaltung in Zukunft erforderlich, um ein attraktives Ortsbild, aber auch einen fairen Wettbewerb der ansässigen Unternehmen zu gewährleisten.

Verstöße gegen die Vorschriften der Satzungen sind z.T. mit Geldbußen bewehrt. Auch können Baugenehmigungen nur erteilt werden, wenn Vorhaben konform mit den Regelungsinhalten der Satzungen sind.

Die beiden Leitfäden enthalten Festlegungen und Empfehlungen und stellen die verbindlichen Entscheidungsgrundsätze der Stadt Neu-Isenburg für die Beurteilung von Vorhaben dar.

Die formulierten Empfehlungen sind als Anregungen für eine wünschenswerte Gestaltung von Gebäuden und Freiflächen zu sehen, die eine Orientierung geben sollen. Festlegungen bilden die verbindlichen Entscheidungsgrundsätze der Verwaltung und die Vorgaben für die Gestaltung. Insofern sind sie von den Antragsteller*innen von vornherein zu beachten.

Dies schafft Transparenz und erleichtert die Genehmigungs- und Erlaubnisvorgänge erheblich und gewährleistet darüber hinaus die faire Gleichbehandlung aller Antragsteller*innen.

Verhältnis der Regelungen des Gestaltungshandbuchs zu anderen Regelungen

Die Vorschriften der Satzungen sowie die Festlegungen und Empfehlungen der Leitfäden stehen im Spannungsfeld anderer rechtskräftiger Regelungen, wie z.B. Vorschriften aus anderen kommunalen Satzungen oder die Festsetzungen aus Bebauungsplänen.

Diese Regelungen können unter Umständen abweichend zu den Regelungen dieses Gestaltungshandbuchs sein. Wenn Bebauungspläne zu den Regelungen in diesem Gestaltungshandbuch abweichende oder ergänzende Festsetzungen enthalten, gelten die Festsetzungen des Bebauungsplans.



Blick durch Kronengasse Richtung Marktplatz

Wo und wofür ist das Gestaltungshandbuch anzuwenden?

Das Gestaltungshandbuch ist innerhalb eines festgelegten räumlichen Anwendungsbereichs sowie innerhalb eines definierten sachlichen Anwendungsbereichs anzuwenden, die sich in den einzelnen Werken unterscheiden.

Der räumliche Geltungsbereich dieses Gestaltungshandbuchs umfasst die Innenstadt von Neu-Isenburg. Hierzu zählen ein etwa ein Kilometer langer Abschnitt der Frankfurter Straße, der östliche Bereich der Bahnhofstraße (Fußgängerzone) sowie der Alte Ort, der sich im Nordosten an die Frankfurter Straße anschließt und den historischen Stadtkern von Neu-Isenburg bildet.

Der sachliche Geltungsbereich umfasst die Gestaltung baulicher Anlagen (hier insbesondere in Hinblick auf deren straßenseitige Außenwirkung) sowie die Grundstücksfreiflächen, Sondernutzungen im öffentlichen Raum und (statischen) Werbeanlagen. Die räumlichen und sachlichen Geltungsbereiche werden in den einzelnen Teilwerken differenziert dargestellt.



Bürgeramt Schulgasse 1 / Ecke Frankfurter Straße



Blick durch Hirtengasse Richtung Marktplatz

Historie



Abbildung 1: Landschaftsbild um 1600



Abbildung 2: Neu-Isenburg um 1710



Abbildung 3: Neu-Isenburg um 1860



Abbildung 4: Neu-Isenburg um 1936

Neu-Isenburg wurde am 24.07.1699 durch hugenottische Glaubensflüchtlinge, die aus Frankreich stammten, in der Grafschaft Isenburg auf Siedlungsland gegründet, das Graf Johann Philipp von Ysenburg und Büdingen im Wald südlich von Frankfurt zur Verfügung stellte.²

Nukleus der Gründung ist der nach barockem Ideal streng geometrisch konzipierte Alte Ort, der bis heute für das Ortsbild Neu-Isenburgs charakteristisch ist. Im Alten Ort lebten um 1710 auf einer Fläche von circa 6 ha, aufgeteilt in 78 Parzellen, 250 Einwohner. Der quadratische Stadtgrundriss, der auf der geometrischen Aufteilung einer Quadratfläche von 250 m Seitenlänge, diagonal kreuzenden Gassen und in Nord-Süd- und Ost-West-Richtung abzweigenden Gäßchen beruht, basiert auf dem Idealplan des isenburgischen Hofmeisters Andreas Löber unter Mitwirkung des Grafen (s. Abb. 6). Den Mittelpunkt des Alten Ortes bildet bis heute der Marktplatz, an dem sich die Gassen und Gäßchen kreuzen (s. Abb. 5). Nördlich der Siedlung schloss sich der "Große Garten" an, der 1822 zu Bauland umgewandelt wurde. Hier ist der Alte Ort bis heute nicht von einer Straße begrenzt. Im Westen bildete sich als "La Grande Route" in den Grundzügen die heutige Frankfurter Straße ab.

Bei den Wohnhäusern der ersten Siedler handelte es sich um niedrige, ein- bis zweigeschossige Fachwerkbauten in Traufstellung mit überbauter Hofzufahrt für zwei jeweils benachbarte Parteien.

Auf dem unter Denkmalschutz stehenden Stadtgrundriss ist bis heute die geschlossene traufständige Bauweise in den damaligen Bebauungsgrenzen mit der klaren Hierarchie von Gassen und Gäßchen erhalten. Lediglich am Marktplatz wurden Luft- und Brionsgäßchen überbaut, vermutlich in der Absicht, den Platz baulich zu fassen. Die erste Kirche Neu-Isenburgs wurde auf der Freifläche nördlich des Marktplatzes im Zeitraum von 1702 bis 1706 als schlichter Holzbau realisiert. 1775 wurde der Bau durch eine steinerne, einschiffige Hallenkirche mit Satteldach ersetzt. Die Kirche wurde im frühen 20. Jahrhundert umfangreich erneuert und erweitert, ehe sie im 2. Weltkrieg weitestgehend zerstört wurde. Das heutige Kirchengebäude wurde 1961 auf dem Grundriss der zerstörten Kirche von 1775 errichtet.³

Deutlich erkennbar in den historischen Plänen ist bereits 100 Jahre vor der Gründung Isenburgs der Straßenverlauf der heutigen Frankfurter Straße / Darmstädter Straße, die durch den Wald nach Frankfurt führte (s. Abb. 1). Die Entwicklung Neu-Isenburgs vollzog sich bis 1900 – ausgehend vom Karree des alten Ortskerns – entlang der Frankfurter Straße, der Offenbacher Straße, der Waldstraße, der Ludwigstraße, der Bahnhofstraße sowie im Bereich der heute Schleussnerstraße (s. Abb. 3). Zu Beginn des 19. Jahrhunderts lebten hier insgesamt ca. 2.600 Einwohner.

Ab Mitte des 19. Jahrhunderts wuchs Neu-Isenburg deutlich, was auf die Industrialisierung und auf die Verleihung der Stadtrechte zurückzuführen war. Die Industrialisierung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts veränderte die Siedlungsstruktur der Stadt, die sich von einem Handwerkerdorf zum Wohnort von Industriearbeitern entwickelte und zunehmend von Industriebetrieben geprägt war. Das erste zusammenhängende Industriegebiet Neu-Isenburgs entwickelte sich südwestlich des Alten Ortes. Zunächst siedelten sich hier Hasenhaarschneidereien, Möbelschreinereien und metallverarbeitende Betriebe an. Später kamen Betriebe der Küchenmöbelindustrie hinzu.

Zum 200. Geburtstag der Stadt Neu-Isenburg im Jahr 1899 prägten bereits 307 Handels- und Handwerksgeschäfte sowie 36 Industrieunternehmen das Stadtbild. Parallel zu einer Vielzahl an Unternehmen entwickelte sich die öffentliche Infrastruktur mit Schulen, Kirchen, Post und einem Stadthaus.

In den historischen Plänen (s. Abb. 4) ist erkennbar, dass sich Neu-Isenburg nach dem 1. Weltkrieg insbesondere nach Westen entwickelte. Grundlage hierfür waren vorhandene Felder- und Wegestrukturen, die die rechteckige Straßenstruktur mit Blockrandbebauungen in der Frankfurter Straße und der Bahnhofstraße vorbestimmten.

Am 20. Dezember 1943 wurden insbesondere im nördlichen Bereich Neu-Isenburgs ca. 40 % des Wohnraums und die Kirche am Marktplatz durch einen britischen Bombenangriff zerstört. Nach dem Zweiten Weltkrieg wies die Stadt in relativ kurzer Zeit neue Wirtschaftskraft auf, die in mehreren Bauabschnitten bis in die 1970er hinein im Wesentlichen zu einer Entwicklung in der heute vorhandenen Fläche führte. Die 1970er Jahre waren insbesondere durch die Schaffung zeitgemäßer öffentlicher Einrichtungen geprägt. Zu dieser Zeit entstanden die Hugenottenhalle, die Stadtbibliothek, Kindertagesstätten und Senioreneinrichtungen. Das die Frankfurter Straße als Ort der Versorgung prägende "Neu-Isenburg-Zentrum" wurde 1972 eröffnet. In der Zeit zwischen 1980 und 2000 konzentrierte sich die Entwicklung der Stadt mit Wohnen, Dienstleistungen und dem weiteren Ausbau der öffentlichen Infrastruktur im Wesentlichen auf das östliche Stadtgebiet.

2 Quellen: Heidi Fogel, Neu-Isenburger Geschichtsbuch. Hrsg. vom Verein für Geschichte, Heimatpflege und Kultur Neu-Isenburg (GHK) e.V., edition momos Verlagsgesellschaft mbH, 2016 / Denkmaltopographie ausgewiesener Kulturdenkmäler auf dem Gebiet der Stadt Neu-Isenburg, Kreis Offenbach, Hessen.

3 Evangelisch-Reformierte Gemeinde Am Marktplatz unter: <https://reformierte-am-marktplatz.ehkn.de/startseite/kirche/kirchenbau.html> [Zugriff 08.2021]



Abbildung 5: Marktplatz Alter Ort im 19. Jahrhundert



Abbildung 6: Grundanlage Neu-Isenburg um 1848

Vorbemerkungen

Anlass und Ziele der Satzung

Der örtliche Einzelhandel, die lokale Gastronomie und ansässige Dienstleistungsbetriebe haben einen bedeutenden Anteil an einer, für eine lebendige Innenstadt wichtigen Nutzungsmischung. Für alle ansässigen Unternehmen ist es wichtig, dass sie sich in der Innenstadt von Neu-Isenburg angemessen präsentieren können. Werbeanlagen nehmen dabei einen hohen Stellenwert ein. Gleichzeitig sind sie Elemente, die das Ortsbild der Straßen und Plätze wesentlich beeinflussen. Die hohe Anzahl kundenintensiver Einrichtungen (insbesondere im Bereich der Frankfurter Straße und der Bahnhofstraße) mit ihrem berechtigten Bedürfnis nach Außen- und Darstellung, bewirkt in Teilen auch eine Beeinträchtigung des öffentlichen Raums.

Von einer hohen Anzahl und ungeordneten Anordnung von Werbeanlagen kann beispielsweise eine chaotische und reizüberflutende Außenwirkung ausgehen, die dem Ortsbild schadet. Ebenso kann sich diese aber auch nachteilig auf die Ladengeschäfte auswirken, wenn diese in einer Anhäufung von Werbeanlagen nicht mehr gut zur Geltung kommen, Passanten die Orientierung erschwert wird und die Attraktivität des öffentlichen Raums beeinträchtigt wird.

Mit der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen soll, im Sinne des Schutzes und der Pflege des Ortsbildes, zu einer ortsbildverträglichen und imagesteigernden Gestaltung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Neu-Isenburg beigetragen werden.



Werbeanlage Erdgeschosszone Bahnhofstraße

Aufgrund der unterschiedlichen Ortsbildtypik in der Innenstadt von Neu-Isenburg und daraus resultierenden unterschiedlichen Ansprüchen an Werbeanlagen, werden in der Satzung z.T. differenzierte Vorschriften für den größten Teil des Alten Orts (Zone 1) sowie für einen Abschnitt der Frankfurter Straße und Bahnhofstraße (Zone 2) definiert.

Die Zone 1 umfasst im Wesentlichen den sogenannten Alten Ort, mit Ausnahme der Grundstücke im Bereich der Frankfurter Straße (vgl. Übersichtsplan S.19), die aufgrund ihrer anders gearteten städtebaulichen Charakteristik der Zone 2 zugeordnet sind.

Die Zone 1 befindet sich innerhalb eines denkmalgeschützten und streng geometrischen barockem Grundriss aus der Entstehungszeit von Neu-Isenburg, der durch schmale Gassen und Gäßchen sowie einem zentralen Marktplatz gekennzeichnet ist. Die vorrangig zweigeschossige Bebauung ist traufständig zu den Gassen ausgerichtet und weist eine geschlossene und einheitliche Flucht auf. Lochfassaden mit stehenden Fensterformaten, verputzte Fassadenoberflächen und die Ausbildung von Sockeln sind charakteristische Merkmale in diesem Ortsbild. Aufgrund der schmalen Parzellenbreiten ergeben sich in diesem städtebaulichen Kontext z.T. sehr kleinteilige Fassadenansichten, die in ihrer Gestaltung sehr differenziert sind. Benachbarte Gebäudefassaden weisen in der Regel eine unterschiedliche Sockel-, Trauf-, Sturz- und Brüstungshöhe auf und sind farblich unterschiedlich gestaltet. Das Ortsbild weist in der Architektur der einzelnen Fassadenansichten eine enorme Vielfalt auf, die vor dem Hintergrund eines einheitlichen städtebaulichen Zusammenhangs ein einzigartiges und besonders schützenswertes Ortsbild ergeben.

Nur vereinzelte Ladengeschäfte und Gastronomieeinrichtungen ergänzen die vorrangige Wohnnutzung in diesem Teil der Innenstadt. Werbeanlagen treten daher nur in geringerem Maße auf.

Im Ergebnis ist in der Zone 1 zum Schutz und der Pflege des Ortsbildes sowie des Wohnumfelds ein besonders sensibler und zurückhaltender Umgang in der Gestaltung von Werbeanlagen erforderlich, der gleichzeitig das berechnete Werbeinteresse ansässiger Betriebe und Einrichtungen angemessen berücksichtigt.

Die Zone 2 umfasst einen längeren Abschnitt der Frankfurter Straße im Bereich zwischen der Kreuzung Friedensallee / Gravenbruchring im Norden und der Kreuzung Carl-Ulrich-Straße / Friedhofstraße im Süden sowie dem östlichen Abschnitt der Bahnhofstraße (vgl. Übersichtsplan S. 19).

Die Frankfurter Straße ist eine wichtige und dicht frequentierte Nord-Süd-Verbindung durch Neu-Isenburg mit überörtlicher Bedeutung. Parallel zur zweispurigen Fahrbahn sind teilweise beidseitig Stellplatzflächen sowie etwa 3,0 m breite Gehsteige angeschlossen.

Die im Westen an die Frankfurter Straße anschließende Bahnhofstraße wird bis zur Kreuzung Waldstraße ausschließlich als Fußgängerzone genutzt.

Bis auf wenige Abweichungen ist die städtebauliche Struktur durch eine geschlossene und einheitliche Bauflucht gekennzeichnet. Die Bebauung weist im Bereich der Frankfurter Straße eine Regelgeschossigkeit von drei bis fünf, im Bereich der Bahnhofstraße von drei bis vier Geschossen auf. In der Außenwirkung stellen sich die Gebäudefassaden heterogen und vielfältig dar. Ähnlich wie in der Zone 1 sind Lochfassaden mit stehenden Fensterformaten, verputzte Fassadenoberflächen und die Ausbildung von Sockeln wiederkehrende Elemente. Besonders prägend für die Zone 2 ist die hohe Dichte an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben sowie gastronomischen Einrichtungen in einem kleinteiligen Nutzungsmix. Insbesondere in den Erdgeschosszonen der Gebäude sind Schaufensterflächen, Warenauslagen sowie vor allem Werbeanlagen prägende Elemente, die maßgeblich zu einer lebendigen und "urbanen" Atmosphäre beitragen können. Allerdings geht von den bereits zahlreichen und zumeist wenig aufeinander abgestimmten Werbeanlagen vor dem Hintergrund der heterogenen Bebauung eine unübersichtliche und wenig einladende Außenwirkung aus, die dem Ortsbild aber auch dem Image der Stadt Neu-Isenburg nicht zuträglich ist.

Im Ergebnis ist in der Zone 2 zum Schutz und der Pflege des Ortsbildes ein Umgang mit Werbeanlagen erforderlich, der sich nicht beeinträchtigend auf das Ortsbild auswirkt, aber den zahlreichen Werbeinteressen in dieser prädestinierten und geschäftlich geprägten Lage Rechnung trägt.

Mit den Vorschriften der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen wird insgesamt eine geordnete und maßvolle Gliederung von Werbeanlagen intendiert, die den besonderen Anforderungen im jeweiligen stadträumlichen Kontext (Zone 1 / Zone 2) Rechnung trägt.

Unter der Prämisse "weniger ist mehr" soll die Außenwirkung des Ortsbildes positiv zum Ausdruck kommen und auch die Wahrnehmbarkeit der Werbeanlagen durch eine bessere Übersichtlichkeit gestärkt werden.

Neben den gestalterischen Intentionen, wird durch die Satzung außerdem die Erlaubnispraxis erleichtert und die Entscheidungsprämissen besser nachvollziehbar und transparenter gemacht.

Regelungen und Verbindlichkeit

Diese Satzung beinhaltet als örtliche Bauvorschrift verbindliche Vorschriften, deren Missachtung eine Ordnungswidrigkeit darstellt und Bußgelder zur Folge haben sowie kostenintensive Rückbaumaßnahmen erforderlich machen kann.

Allgemeine Hinweise

Verhältnis zum Denkmalschutz

Abweichende Anforderungen aufgrund der Bestimmungen des Gesetzes zum Schutz der Kulturdenkmäler (Denkmalschutzgesetz - HDSchG) in der jeweils geltenden Fassung bleiben von dieser Satzung unberührt. Insbesondere wird für Maßnahmen, welche die Tatbestandsmerkmale des § 18 des Hessischen Denkmalschutzgesetzes (HDSchG) erfüllen, die denkmalschutzrechtliche Genehmigung durch diese Satzung nicht ersetzt.

Verhältnis zur Bauleitplanung

Zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Satzung, gibt es im räumlichen Geltungsbereich dieser Satzung rechtskräftige Bebauungspläne oder Aufstellungsbeschlüsse für Bebauungspläne. Wenn rechtskräftige Bebauungspläne zu Vorschriften dieser Satzung abweichende oder ergänzende Festsetzungen enthalten, gelten die Festsetzungen des Bebauungsplans.

Bestandsschutz

Vorhandene, rechtmäßig errichtete Werbeanlagen genießen Bestandsschutz. Aufgrund des Bestandsschutzes ist zunächst niemand verpflichtet, Änderungen an der Gestaltung vorhandener, rechtmäßig errichteter Werbeanlagen vorzunehmen.

Diese Anlagen können den Vorschriften dieser Werbeanlagensatzung nicht rückwirkend unterworfen werden. Die Gestaltungsvorschriften greifen erst bei der genehmigungspflichtigen Herstellung neuer Werbeanlagen oder der Änderung vorhandener Werbeanlagen.



Plastischer Schriftzug



Plastischer Schriftzug

Begriffe

Fassadengliederung

Die Fassadengliederung prägt die Außenwirkung eines Gebäudes in erheblichem Maße und wird u.a. durch die Anordnung von Fassadenöffnungen im Zusammenwirken mit vertikalen und horizontalen Bauelemente (wie z.B. Gesimse, Pfeiler und Mauervorsprünge) definiert.

Flachwerbeanlagen

Flachwerbeanlagen werden flach, d.h. parallel zur Fassadenansicht an einer Gebäudefassade angebracht. Zu Flachwerbeanlagen gehören im Sinne dieser Satzung gemalte oder plastische Schriftzüge und Symbole, Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen, Hinweis- und Namensschilder, Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) und Schaukästen.

Gemalte Schriftzüge und Symbole

Gemalte Schriftzüge und Symbole sind eine Art von Werbeanlage die z.B. an Gebäudefassaden zur Anwendung kommt. Gemalte Schriftzüge und Symbole sind eine Art von Werbeanlage die z.B. an Gebäudefassaden zur Anwendung kommt. Schriftzüge stellen in der Regel die Bezeichnung eines Betriebs, einer Marke oder Einrichtung dar. Bei Symbolen handelt es sich um einzelne Firmenlogos oder sonstige Signes.

Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln)

Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) sind Werbeanlagen an Gebäudefassaden im Zusammenhang mit gastronomischen Einrichtungen und dienen der Präsentation gastronomischer Angebote.

Hinweis- und Namensschilder

Hinweis- und Namensschilder sind Werbeanlagen an Gebäudefassaden und dienen insbesondere in Eingangsbereichen von Gebäuden der Orientierung, indem sie einen Überblick über die ansässigen Betriebe und Einrichtungen (z.B. Kanzleien, Praxen, Büros) geben.

Leuchtkästen

Leuchtkästen sind selbstleuchtende Werbeanlagen, die in der Regel aus foliertem Acrylglas gefertigt sind. Leuchtkästen können als Flachwerbeanlage (im Sinne des § 5) oder als Ausleger / Ausstecker (im Sinne des § 6) ausgeführt werden.

Plastische Schriftzüge und Symbole

Plastische Schriftzüge und Symbole sind eine Art von Werbeanlage die z.B. an Gebäudefassaden zur Anwendung kommt und in der Regel aus Aluminium oder Acrylglas gefertigt werden.

Schriftzüge stellen in der Regel die Bezeichnung eines Betriebs oder Marke und / oder einer Einrichtung dar. Bei Symbolen handelt es sich um einzelne Firmenlogos oder sonstige Signes.

Schaukästen

Schaukästen sind Werbeanlagen an Gebäudefassaden im Zusammenhang mit kirchlichen, kulturellen, sozialen, gesundheitlichen und sportlichen Einrichtungen sowie Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung, die als öffentlich einsehbare Hinweistafeln dienen.

Schaukästen können ferner im Zusammenhang mit gastronomischen Einrichtungen als Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) der Präsentation gastronomischer Angebote dienen.

Signalfarbe

Bei einer Signalfarbe handelt es sich um eine auffällige Farbe, die eine Signalwirkung besitzt und häufig speziell als Warnsignal dient und einen hohen Farbkontrast zur Umgebung aufweist. Zur Erhöhung der Signalwirkung werden in manchen Bereichen Signalfarben in Neonfarben ausgeführt.

Sohlbänke / Außenfensterbänke

Sohlbänke / Außenfensterbänke stellen den unteren waagerechten Abschluss einer Fassadenöffnung für Fenster dar.

Werbeschilder / Werbetafeln

Werbeschilder und Werbetafeln sind Werbeanlagen an Gebäudefassaden, die in der Regel aus Kunststoff gefertigt sind und z.B. Firmenlogos oder sonstige Signes abbilden.

Werbung an Auskragungen

Werbung, die an auskragenden Bauelementen, wie Markisen, Vordächern oder Kragplatten angebracht ist (z.B. Beschriftungen und Bemalungen).

Ausleger / Ausstecker als Werbeanlagen

Ausleger / Ausstecker sind Werbeanlagen, die im rechten Winkel zur Fassadenansicht, dauerhaft an der Bebauung befestigt sind. Ausleger / Ausstecker bestehen aus einer Halterung und einer Ansichtsfläche mit Werbebotschaft (z.B. Firmenlogos oder sonstige Signes). Die Ansichtsflächen können z.B. als Werbeschild / Werbetafel, Leuchtkasten oder plastisches Symbol ausgeführt werden.



Gemalter Schriftzug



Plastischer Schriftzug

Satzung

Aufgrund der §§ 5, 51 der Hessischen Gemeindeordnung (HGO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 07. März 2005 (GVBl. I, S. 142), zuletzt geändert durch Gesetz vom 07. Mai 2020 (GVBl. S. 318) in Verbindung mit § 91 Abs. 1 der Hessischen Bauordnung (HBO) vom 28. Mai 2018 (GVBl. S. 198) hat die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Neu-Isenburg in der Sitzung vom 29.03.2022 folgende Satzung über die Gestaltung von Werbeanlagen in der Innenstadt Neu-Isenburgs beschlossen:

1 Geltungsbereiche

§ 1 Räumlicher Geltungsbereich

Der räumliche Geltungsbereich der Satzung umfasst den im nebenstehenden Übersichtsplan⁴ abgegrenzten Bereich. Der Übersichtsplan ist Bestandteil dieser Satzung.

Die betroffenen, im Übersichtsplan dargestellten Flächen, werden in zwei räumlich und sachlich differenzierte Zonen unterteilt:

- Zone 1 umfasst die als Zone 1 gekennzeichneten Flächen im Übersichtsplan im Bereich des Alten Orts.
- Zone 2 umfasst die als Zone 2 gekennzeichneten Flächen im Übersichtsplan im Bereich der Frankfurter Straße und der Bahnhofstraße (Fußgängerzone).

§ 2 Sachlicher Geltungsbereich

Diese Satzung gilt für die Herstellung oder Änderung von Werbeanlagen gemäß § 10 Abs. 1 HBO. Dies umfasst im Sinne dieser Satzung alle ortsfesten oder ortsfest genutzten Anlagen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbar sind.

Dazu zählen im Sinne dieser Satzung insbesondere Werbeanlagen an Gebäuden wie:

- Flachwerbeanlagen (z.B. gemalte oder plastische Schriftzüge und Symbole, Hinweis- und Namensschilder sowie Schaukästen sowie Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln))
- Ausleger / Ausstecker als Werbeanlagen
- Werbung an Auskragungen (z.B. Werbung auf Markisen sowie Werbung auf Vordächern und Kragplatten)
- Werbung an Fenstern, Schaufenstern und Türverglasungen.

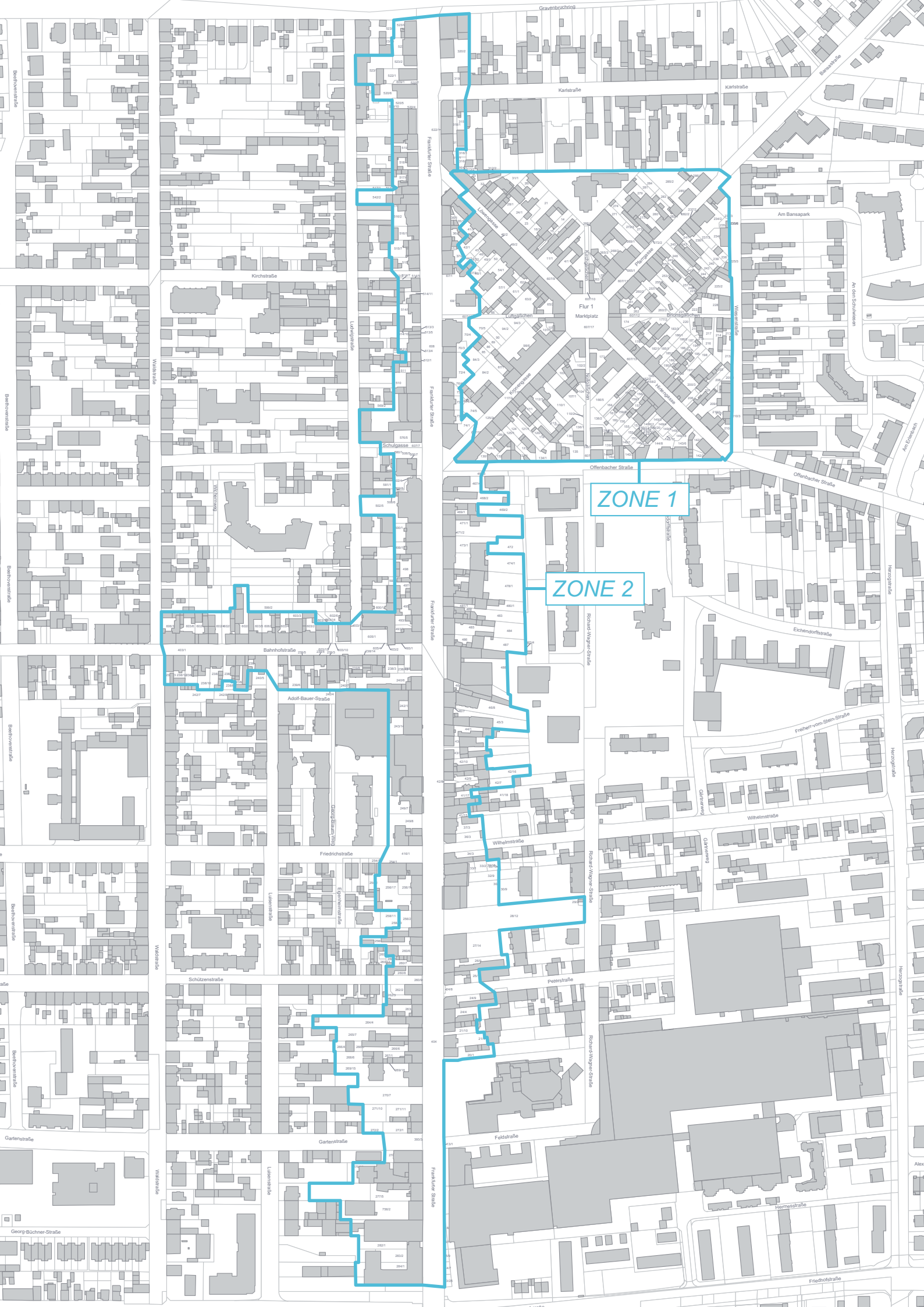
Die Vorschriften dieser Gestaltungssatzung für Werbeanlagen gelten auch für genehmigungs- und anzeige-freie Werbeanlagen im Sinne des Abschnitt I Nr. 10 der Anlage zu § 63 HBO.

Nicht Gegenstand dieser Satzung sind mobile oder ortsfeste, im öffentlichen Straßenraum platzierte Werbeanlagen.

⁴ Maßstäblicher Übersichtsplan im M 1:1000 ist in dieser Broschüre nicht enthalten. Der Plan ist bei der Stadtverwaltung Neu-Isenburg einsehbar; Kontakt auf S. 2 unter Kontakt / Beratung oder auf www.neu-isenburg.de



Werbeschild in Haupteingang, eingepasst in Rundbogenportal



ZONE 1

ZONE 2

Flur 1
Markplatz

2 Gestaltungsvorschriften

§ 3 Allgemeine Anforderungen

(1) Zulässiger Bereich für die Anbringung von Werbeanlagen

Werbeanlagen sind nur im Bereich zwischen Niveau der straßenseitigen Geländeoberfläche bis zur Hälfte des Abstands zwischen der Oberkante der Fensteröffnungen im Erdgeschoss und der Unterkante (Sohlbänke respektive Außenfensterbänke) der Fensteröffnungen im ersten Obergeschoss zulässig.

Werbeanlagen müssen sich an der Fassadengliederung des Gebäudes orientieren und dürfen fassadengliedernde Elemente (wie z.B. Gesimse, Pfeiler, Fensterfahrungen und Mauervorsprünge) nicht überschneiden.

Das Anbringen von Werbeanlagen auf Toren, Klapp-, Roll- und Schiebeläden sowie auf Grundstücksfreiflächen und an Einfriedungen ist unzulässig.

Es gelten die Anforderungen gemäß § 9 HBO.

(2) Zulässige Anzahl von Werbeanlagen

In Zone 1 sind an einer Gebäudefassade bis zu maximal zwei Werbeanlagen zulässig. Bei Eckgebäuden gilt dies für die jeweilige Gebäudefassade je Straßenseite.

In Zone 2 ist die maximale Anzahl der zulässigen Werbeanlagen an einem Gebäude wie folgt begrenzt:

- an einer Gebäudefassade sind bei einem werbenden Betrieb bis zu maximal vier Werbeanlagen zulässig,
- an einer Gebäudefassade sind bei zwei oder mehr werbenden Betrieben maximal zwei Werbeanlagen pro Betrieb zulässig.

Zusätzlich sind in Zone 1 und Zone 2 an einem Gebäude zulässig:

- ein Hinweis- und Namensschild nach Maßgabe der Vorschriften des § 4 Abs. 5,
- eine Getränke- und Speisetafel (Menütafel) oder ein Schaukasten nach Maßgabe der Vorschriften des § 4 Abs. 6 und Abs. 7.



§ 3 (1) Werbeanlagen nur im Bereich zwischen Niveau der straßenseitigen Geländeoberfläche bis der Hälfte des Abstands (a) zwischen Oberkante der Fensteröffnungen im EG (b) und der Unterkante (Sohlbänke respektive Außenfensterbänke) der Fensteröffnungen im ersten OG (c) // Orientierung an Fassadengliederung des Gebäudes



Plastischer Schriftzug über Schaufensteranlage

§ 4 Flachwerbeanlagen

(1) Allgemeine Anforderungen an Flachwerbeanlagen

Zulässige Flachwerbeanlagen sind:

- gemalte Schriftzüge und Symbole
- plastische Schriftzüge und Symbole
- Werbeschilder / Werbetafeln sowie Leuchtkästen
- Hinweis- und Namensschilder
- Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln)
- Schaukästen.

Der Abstand von Flachwerbeanlagen muss zu Fassadenöffnungen (Geschäftseingänge und Fenster) sowie zu fassadengliedernden Elementen (wie z.B. Gesimse, Pfeiler, Fensterfachungen und Mauervorsprünge) mindestens 0,05 m betragen.

(2) Gemalte Schriftzüge und Symbole

Gemalte Schriftzüge und Symbole sind nur in dem Fassadenbereich oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig. Die Breite von gemalten Schriftzügen und Symbolen darf insgesamt maximal drei Viertel der Gesamtbreite des Gebäudes betragen.

Gemalte Schriftzüge und Symbole müssen in Orientierung zur Flucht oder zur Mittelachse von Schaufenstern und / oder Geschäftseingängen angeordnet werden.

Als Untergrund für gemalte Schriftzüge und Symbole ist nur Putz zulässig.

In Zone 1 dürfen gemalte Schriftzüge und Symbole eine Höhe von maximal 0,4 m nicht überschreiten.

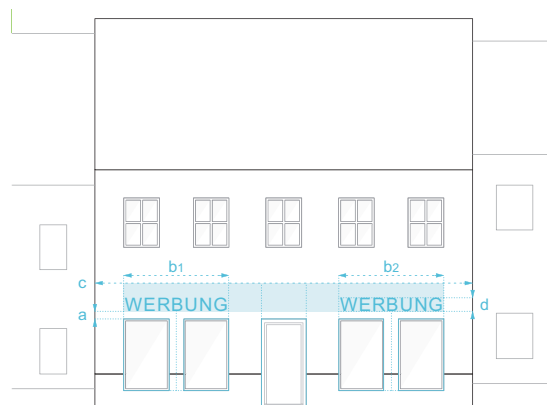
In Zone 2 dürfen gemalte Schriftzüge und Symbole eine Höhe von maximal 0,5 m nicht überschreiten.

(3) Plastische Schriftzüge und Symbole

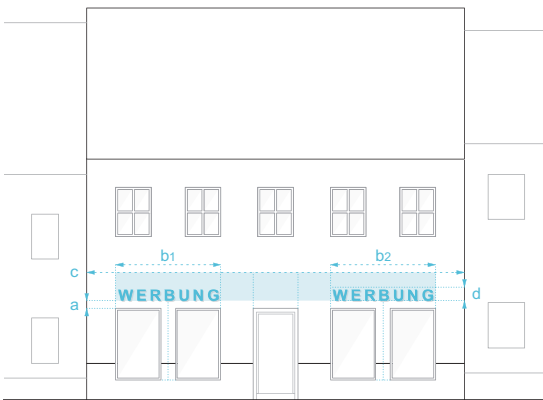
Plastische Schriftzüge und Symbole sind nur in dem Fassadenbereich oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig. Die Breite von gemalten oder plastischen Schriftzügen und Symbolen darf insgesamt maximal drei Viertel der Gesamtbreite des Gebäudes betragen.



Schriftzug über Schaufensteranlage



§ 4 (2) Gemalte Schriftzüge und Symbole oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig // Abstand zu Fassadenöffnungen / fassadengliedernde Elemente (a) mind. 0,05 m // Breite (b1 / b2) insgesamt max. 3/4 der Gesamtgebäudebreite (c) // Anordnung in Orientierung zur Flucht / Mittelachse von Schaufenstern / Geschäftseingängen // Zone 1 Höhe (d) max. 0,4 m / Zone 2 Höhe maximal 0,5 m



§ 4 (3) Plastische Schriftzüge und Symbole oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig // Abstand zu Fassadenöffnungen / fassadengliedernde Elemente (a) mind. 0,05 m // Breite (b1 / b2) insgesamt max. 3/4 der Gesamtgebäudebreite (c) // Anordnung in Orientierung zur Flucht / Mittelachse von Schaufenstern / Geschäftseingängen // Zone 1 Höhe (d) max. 0,4 m / Zone 2 Höhe maximal 0,5 m // Fassadenoberfläche zwischen Buchstaben sichtbar



§ 4 (4) Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig // Abstand zu Fassadenöffnungen / fassadengliedernde Elemente (a) mind. 0,05 m // Breite (b1 / b2) insgesamt max. 3/4 der Gesamtgebäudebreite (c) // Anordnung in Orientierung zur Flucht / Mittelachse von Schaufenstern / Geschäftseingängen // Zone 1 Höhe (d) max. 0,3 m / Leuchtkästen unzulässig / Zone 2 Höhe maximal 0,4 m

Plastische Schriftzüge und Symbole müssen in Orientierung zur Flucht oder zur Mittelachse von Schaufenstern und / oder Geschäftseingängen angeordnet werden.

Plastische Schriftzüge und Symbole sind flächenbündig oder mittels Trägerschiene parallel zur Fassadenansicht an der Fassade anzubringen. Trägerschienen sollten auf das konstruktiv erforderliche Mindestmaß beschränkt werden. Grundplatten sowie eine schräge Anordnung sind unzulässig.

Bei plastischen Schriftzügen muss die Fassadenoberfläche zwischen den Buchstaben sichtbar bleiben.

In Zone 1 dürfen plastische Schriftzüge und Symbole eine Höhe von maximal 0,4 m und eine Tiefe von maximal 0,1 m nicht überschreiten.

In Zone 2 dürfen plastische Schriftzüge und Symbole eine Höhe von maximal 0,5 m und eine Tiefe von maximal 0,1 m nicht überschreiten.

(4) Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen

Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen sind nur in dem Fassadenbereich oberhalb von Schaufenstern und Geschäftseingängen sowie zwischen diesen zulässig. Die Breite von Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen darf insgesamt maximal drei Viertel der Gesamtbreite des Gebäudes betragen.

Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen müssen in Orientierung zur Flucht oder zur Mittelachse von Schaufenstern und / oder Geschäftseingängen angeordnet werden.

Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen sind flächenbündig (d.h. ohne Abstand zur Fassadenoberfläche) und parallel zur Fassadenansicht an der Fassade anzubringen. Eine schräge Anordnung ist unzulässig. Werbeschilder / Werbetafeln dürfen in Zone 1 eine Höhe von 0,3 m sowie eine Tiefe von maximal 0,05 m nicht überschreiten.

In Zone 1 sind Leuchtkästen unzulässig.

In Zone 2 dürfen Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen eine Höhe von 0,4 m sowie eine Tiefe von maximal 0,1 m nicht überschreiten.

(5) Hinweis- und Namensschilder

Hinweis- und Namensschilder sind flächenbündig (d.h. ohne Abstand zur Fassadenoberfläche) und parallel zur Fassadenansicht an der Fassade anzubringen. Pro Betrieb ist an einem Gebäude ein Hinweis- und Namensschild zulässig. Ein einzelnes Hinweis- und Namensschild darf eine Größe von 0,15 m² nicht überschreiten. Mehr als zwei Hinweis- und Namensschilder an einem Gebäude sind zu einem einzelnen Hinweisschild zusammenzufassen, auf dem mehrere ansässige Betriebe ausgewiesen werden können (Sammelwerbeanlage). Sammelwerbeanlagen sind bis zu einer Größe von maximal 0,4 m² zulässig.

(6) Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln)

Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) sind nur im Zusammenhang von gastronomischen Einrichtungen und nur im Bereich der Fassade des dazugehörigen Ladenlokals zulässig. Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) sind flächenbündig (d.h. ohne Abstand zur Fassadenoberfläche) und flach (d.h. parallel zur Fassadenansicht) an der Fassade anzubringen. Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) sind bis zu einer Größe von maximal 0,4 m² zulässig. Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) können unter Maßgabe der Vorschriften gemäß § 4 Abs. 7 als Schaukästen ausgeführt werden.

(7) Schaukästen

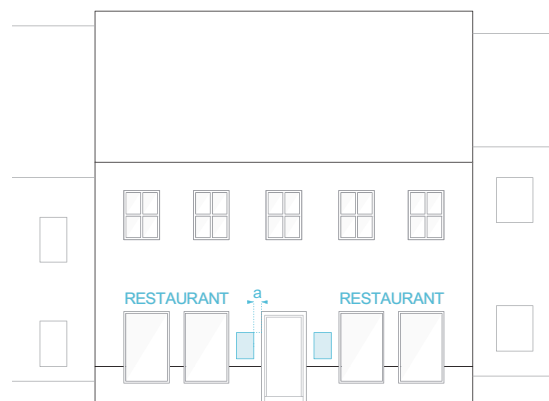
Schaukästen sind im Bereich der Fassade von kirchlichen, kulturellen, sozialen, gesundheitlichen und sportlichen Einrichtungen sowie Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung, bis zu einer Größe von maximal 0,6 m² und einer Tiefe von maximal 0,1 m zulässig, sofern diese als Hinweistafeln im Zusammenhang mit der jeweiligen Nutzung dienen.

Zudem sind Schaukästen im Bereich der Fassade gastronomischer Einrichtungen, bis zu einer Größe von maximal 0,3 m² und einer Tiefe von maximal 0,05 m zulässig, wenn diese im Sinne von Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) zur Präsentation gastronomischer Angebote dienen. Schaukästen sind flächenbündig (d.h. ohne Abstand zur Fassadenoberfläche) und parallel zur Fassadenansicht an der Fassade anzubringen.

Schaukästen einschließlich ihrer Rahmenkonstruktion sind in schlichter Erscheinungsform aus Holz oder Metall auszuführen. Signalfarben sind unzulässig.

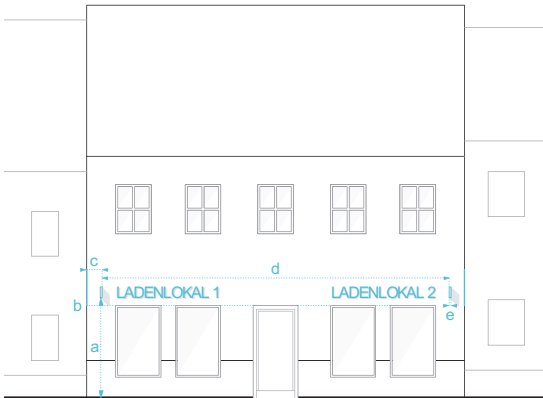


§ 4 (5) Abstand von Hinweis- und Namensschilder zu Fassadenöffnungen / fassadengliedernde Elemente (a) mind. 0,05 m // Einzelne Hinweis- und Namensschilder (links) max. 0,15 m² // Sammelwerbeanlagen (rechts) max. 0,4 m²



§ 4 (6) Abstand von Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) zu Fassadenöffnungen / fassadengliedernde Elemente (a) mind. 0,05 m // Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) nur bei gastronomischen Einrichtungen // Getränke- und Speisetafeln (Menütafeln) max. 0,4 m²

§ 5 Ausleger / Ausstecker als Werbeanlagen



§ 5 Abstand zwischen Unterkante von Ausleger / Ausstecker und Niveau der straßenseitigen Geländeoberfläche mind. 2,5 m (a) // Ausleger / Ausstecker nur oberhalb der Höhenlinie der Fassadenöffnungen im EG zulässig (b) // Je Ladenlokal insgesamt nur ein Ausleger / Ausstecker zulässig // Abstand zu seitlichen Außenkanten mind. 0,3 m (c) // Abstand von Auslegern / Aussteckern zueinander mind. 3,0 m (d) // Tiefe max. 0,1 m (e)

Ausleger / Ausstecker dürfen nur oberhalb von Gehsteigen angebracht werden. Ausleger / Ausstecker müssen so angebracht werden, dass der lichte Abstand zwischen Unterkante des Auslegers / Aussteckers und dem Niveau der straßenseitigen Geländeoberfläche (Gehsteig) mindestens 2,4 m beträgt.

Ausleger / Ausstecker (inklusive Ansichtsfläche) dürfen nur oberhalb der Höhenlinie der Fassadenöffnungen im Erdgeschoss angebracht werden.

Je Ladenlokal ist insgesamt nur ein Ausleger / Ausstecker an einer Gebäudefassade zulässig.

Der Abstand von Ausleger / Ausstecker zu den seitlichen Außenkanten des Gebäudes muss mindestens 0,3 m betragen.

An einer Gebäudefassade muss der Abstand von Auslegern / Aussteckern zueinander mindestens 3,0 m betragen.

Ausleger / Ausstecker dürfen nicht ober- oder unterhalb von Vordächern oder Kragplatten angebracht werden. In Zone 1 sind Ausleger / Ausstecker nur mit schmiedeeisernen Halterungen zulässig. Die Ausladung der Ausleger / Ausstecker (inklusive Halterung) darf insgesamt maximal 0,6 m betragen.

Die Ansichtsfläche der Ausleger / Ausstecker darf maximal 0,4 m² und die Tiefe maximal 0,1 m betragen. Für Ausleger / Ausstecker mit besonderer künstlerischer Gestaltung können Ausnahmen für die Bemaßung zugelassen werden.

Babierstäbe oder sonstige Elemente ähnlicher Wirkung sind unzulässig.



Schmiedeeiserner Ausleger im Alten Ort

§ 6 Werbung an Auskragungen

(1) Werbung auf Markisen

Als Werbung auf Markisen sind nur Beschriftungen zulässig.

Beschriftungen auf Markisen sind nur im Bereich des Volants zulässig.

(2) Werbeanlagen und Werbung auf Vordächern und Kragplatten

In Zone 1 ist Werbung auf Vordächer und Kragplatten unzulässig.

In Zone 2 ist Werbung auf Vordächern und Kragplatten nur als Beschriftung auf der Vorderkante und / oder Stirnseite zulässig.

Die Höhe der Beschriftung und Bemalung darf maximal 0,15 m betragen.



§ 6 (1) Beschriftungen auf Markisen nur im Bereich des Volants zulässig

§ 7 Werbung an Fenstern, Schau- fenstern und Türverglasungen

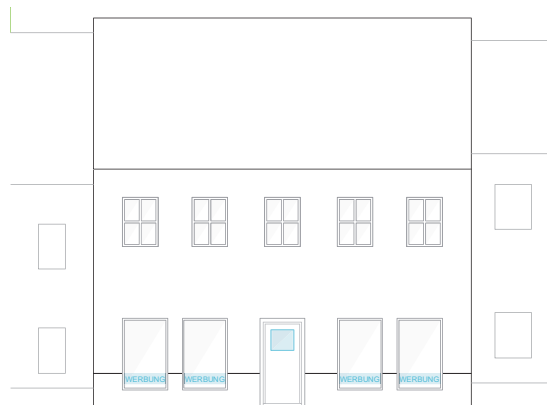
Das Abdecken von Fenstern, Schaufenstern und Türverglasungen z.B. durch Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche oder Maßnahmen ähnlicher Wirkung, ist nur bis zu maximal 25 % der gesamten Glasfläche eines Fensters oder einer Türverglasung zulässig.

Zur gesamten Glasfläche eines Fensters gehören in der Summe auch alle Teile, die z.B. durch eine Fenstergliederung in einzelne Glasflächen unterteilt sind.

Für die Folienbeklebungen, Plakatierungen, Anstriche oder Maßnahmen ähnlicher Wirkung dürfen keine Signalfarben verwendet werden.

Werbung und Werbeanlagen, die dazu dienen, aus den Geschäftsräumen eines Ladenlokals heraus, durch Fenster, Schaufenster oder Türverglasungen, Passanten im öffentlichen Straßenraum anzuwerben, sind unzulässig.

Dazu zählen insbesondere beleuchtete oder selbstleuchtende Werbeanlagen aller Art, die zu diesem Zwecke aufgestellt wurden und nicht die übliche Auslage des Waren- und Dienstleistungsangebots des jeweiligen Ladenlokals umfassen.



§ 7 Abdecken von Fenstern / Schaufenstern und Türverglasungen nur zu max. 25 % der gesamten Glasfläche



Dezent hinterleuchteter plastischer Schriftzug, in Schaufensterflächen integrierte Leuchtkästen



Indirekt beleuchtete Schaufensterflächen

§ 8 Beleuchtung

(1) Allgemeine Anforderungen an die Beleuchtung

Eine Beleuchtung folgender Werbeanlagen ist zulässig:

- Gemalte oder plastische Schriftzüge und Symbole sowie Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen
- Ausleger / Ausstecker
- Schaukästen.

Eine wechselnde, blinkende und / oder bewegliche Beleuchtung ist unzulässig. Dies schließt auch Bewegungsvorrichtungen wie z.B. Rotations-Laser sowie Projektionen auf der Straßen- oder Gehsteigoberfläche sowie alle sonstigen Anlagen ähnlicher Bauart und Wirkung mit ein.

Ebenso ist das Anstrahlen ganzer Hausfassaden z.B. mittels Scheinwerfern unzulässig.

Es gelten die Anforderungen gemäß § 5 BlmSchG.

In Zone 1 ist für die Beleuchtung von Werbeanlagen nur weißes Licht mit einer Lichtfarbe von 3.300 bis 5.300 Kelvin (neutralweiß) oder 2.700 bis 3.300 Kelvin (warmweiß) zulässig.

(2) Gemalte und plastische Schriftzüge und Symbole, Werbeschilder / Werbetafeln und Leuchtkästen sowie Ausleger / Ausstecker

In Zone 1 ist die Beleuchtung gemalter Schriftzüge und Symbole, plastischer Schriftzüge und Symbole, Werbeschilder und Werbetafeln sowie von Auslegern / Aussteckern nur indirekt zulässig, d.h. diese Werbeanlagen dürfen zur Beleuchtung nur angestrahlt oder hinterleuchtet werden.

In Zone 2 ist die Beleuchtung plastischer Schriftzüge und Symbole, Werbeschilder und Werbetafeln sowie Ausleger / Ausstecker indirekt oder mit selbstleuchtenden Elementen zulässig.

Leuchtkästen sind in Zone 2 zulässig, wenn diese nur im Bereich ihrer Ansichtsflächen beleuchtet werden. Die Stirnseiten sind lichtundurchlässig zu gestalten.

Für die Anstrahlung von Werbeanlagen sind Punktlichter als Lichtquelle (Strahler) zulässig. Der Durchmesser dieser Strahler darf nicht größer als 0,1 m sein. Die Strahler dürfen nicht nach oben ausgerichtet sein. Die Strahler dürfen nur in die Richtung der zu beleuchtenden Werbeanlage ausgerichtet werden.

Für die Hinterleuchtung von plastischen Schriftzügen und Symbolen sind die verwendeten Leuchtmittel hinter der Werbeanlage so anzubringen, dass diese nicht sichtbar sind.

Bauteile, die für die Beleuchtung konstruktiv erforderlich sind (wie z.B. Strahlerfassungen oder Halterungen), sind auf das erforderliche Minimum zu beschränken.

Bauteile, die für die Beleuchtung technisch erforderlich sind (wie z.B. Kabelführungen), sind so anzubringen, dass diese nicht sichtbar sind.

(3) Schaukästen

Die Beleuchtung von Schaukästen ist innenseitig im Rahmen des Schaukastens so anzubringen, dass die Leuchtmittel oder andere technisch erforderliche Bauteile nicht sichtbar sind.

§ 9 Instandhaltung und Entfernung von Werbeanlagen

Verschmutzte oder defekte respektive beschädigte Werbeanlagen sind unverzüglich zu reinigen, zu reparieren oder zu ersetzen.

Werbeanlagen, die ihrer Zweckbestimmung nicht mehr dienen, sind einschließlich aller konstruktiven und technischen Bauteile innerhalb eines Zeitraums von drei Monaten zu entfernen. Die sie tragenden Gebäudeteile sind in den ursprünglichen Zustand zu versetzen.



Hinterleuchteter plastischer Schriftzug

3 Ordnungswidrigkeiten / Inkrafttreten

§ 10 Ordnungswidrigkeiten

Ordnungswidrig handelt gemäß § 86 Abs. 1 Nr. 23 HBO, wer vorsätzlich oder fahrlässig den Vorschriften des § 4 Abs. 1 bis 7, § 5, § 6 Abs. 1 bis 2, § 7, § 8 Abs. 1 bis 3 oder § 9 zuwiderhandelt.

Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu 15.000 EUR geahndet werden.

Das Gesetz über Ordnungswidrigkeiten (OWiG) in der jeweils gültigen Fassung findet Anwendung.
Verwaltungsbehörde im Sinne von § 36 Abs. 1 Nr. 1 OWiG ist der Magistrat.

§ 11 Inkrafttreten

Die Satzung tritt am Tage nach ihrer öffentlichen Bekanntmachung mit Datum vom 08.04.2022 in Kraft.



zwanzignachvier
eventlocation



Stichwortverzeichnis

A

Ansprechpartner*in 2
Auskrägung 17, 18, 25
Ausleger 16, 17, 24, 26

B

Bahnhofstraße 5, 6, 8, 10, 12, 14, 15
Bebauungsplan 10, 15
Beleuchtung 26, 27
Bestandsschutz 15

D

Denkmalschutz 12, 15

E

Erdgeschoss 15, 20, 24

F

Fassade 9, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24
Fassadenöffnung 16, 17, 21, 24
Fenster 14, 15, 17, 18, 20, 21, 22, 25
Flachwerbeanlage 16, 18, 21
Frankfurter Straße 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 18

G

Gemalter Schriftzug 16, 21, 26

H

Historie 12
Hinweisschild 23

I

Instandhaltung 9, 27

K

Kragplatten 17, 18, 24, 25

L

Leuchtkasten 16, 17, 21, 22, 26

M

Markise 17, 18, 25

O

Ordnungswidrigkeit 8, 10, 15, 28

P

Putz 14, 15, 21
Plastischer Schriftzug 16, 18, 21, 22, 26

R

Räumlicher Geltungsbereich 8, 11, 15, 18

S

Sachlicher Geltungsbereich 8, 11, 18
Schaukasten 16, 17, 18, 20, 21, 23, 26, 27
Symbol 18, 21, 22, 26, 27

V

Verbindlichkeit 8, 10, 15

W

Werbeschild 16, 17, 21, 22, 26
Werbetafel 16, 17, 21, 22, 26

Z

Ziel 9, 10, 14



FRISBUR
MOJO



FOTO



Wochenmarkt
GEÖFFNET!

PICTA Lounge
& Foodies
Wine mit Appetit

PICTA Lounge
& Foodies

PICTA Lounge
& Foodies

Die "Gestaltungssatzung Werbeanlagen Innenstadt" ist Teil des Gesamtwerks des "Gestaltungshandbuchs Innenstadt Neu-Isenburg", das aus insgesamt vier Teilwerken besteht, die sich im Grad ihrer Verbindlichkeit sowie im Hinblick auf den räumlichen und sachlichen Geltungsbereich unterscheiden.

Unter der Prämisse "so viel wie nötig und so wenig wie möglich" werden in dieser Satzung Vorschriften definiert, die anschaulich und nachvollziehbar dazu dienen sollen, die Gestaltung verschiedener Formen von statischen Werbeanlagen in der Innenstadt von Neu-Isenburg zu regeln und damit im Sinne des Schutzes und der Pflege des Ortsbildes, zu einer ortsbildverträglichen und imagesteigernden Gestaltung von Werbeanlagen in der Innenstadt von Neu-Isenburg beizutragen.

Mit den Vorschriften der Gestaltungssatzung für Werbeanlagen wird insgesamt eine geordnete und maßvolle Gliederung von Werbeanlagen intendiert, die den besonderen Anforderungen im jeweiligen stadträumlichen Kontext Rechnung trägt.

Herausgeber

Der Magistrat der Stadt Neu-Isenburg
Hugenottenallee 53
63263 Neu-Isenburg

Kontakt / Beratung

Fachbereich 61
Stadtentwicklung und Bauberatung
Hugenottenallee 53
63263 Neu-Isenburg
06102 / 241-625
stadtplanung@stadt-neu-isenburg.de