

Die Verunstaltungsstatute fordern von der Reklame im Wesentlichen zweierlei. Zunächst wird verboten jede gröbliche Verunstaltung meistens im gesamten Weichbilde der Stadt; alsdann werden bestimmte Stadtviertel, Straßenzüge oder wertvollere Gebäude noch unter einen weitergehenden Schutz gestellt. Es wird hier verlangt, daß nicht nur gröbliche Verunstaltung, sondern überhaupt jede Beeinträchtigung der künstlerischen Wirkung des Baudenkmals und der Umgebung vermieden werde; alle Herstellungen haben sich dieser Wirkung anzupassen und unterzuordnen. Es ist selbstverständlich, daß es nicht der Ansicht und Willkür eines einzelnen Beamten überlassen werden kann, hierin alleinige Entscheidung zu treffen. Schon um auch ungerechtfertigten Angriffen wegen einseitiger Geschmacksbevorzugung und Bevormundung nach persönlicher Auffassung vorzubeugen, ist es für die Stadtverwaltungen ratsam, vor endgültiger Entscheidung hierüber wenigstens in allen wichtigen, wirtschaftlich einschneidenden Fällen einen Ausschuß von Sachverständigen zu hören. In vielen Fällen wird so verfahren; allerdings sind, wie die Erfahrungen lehren, zu vielgliedrige Ausschüsse aus Vertretern der Bürgerschaft nicht der richtige Gerichtshof zur Entscheidung solch wichtiger Fragen. Die beste Lösung ist da erreicht, wo drei bis vier geschäftlich unabhängige Sachverständige, die sich häufiger und schneller als ein mehrgliedriger Ausschuß zusammenfinden können, über die Anträge entscheiden.

Was ist nun aber eine gröbliche Verunstaltung? Wann tritt der Zustand ein, daß ein Einschreiten der Behörde erforderlich wird? Anfangs gingen die Meinungen darüber natürlich sehr auseinander. Das Oberverwaltungsgericht hat schließlich eine ausgezeichnete Bestimmung dieses Begriffes gegeben. Gröbliche Verunstaltung ist der Zustand, „der jedes für ästhetische Gestaltung zugängliche Auge verletzen muß.“ So weit die Reklame in Betracht kommt, gehören hierhin einmal die Landschaftsstreckenreklame, deren verunstaltende Wirkung nicht einmal von ihren Urhebern bestritten wird, ferner die großflächige Bemalung ganzer Brandgiebel und in die Straße vorspringender Gebäudflächen; sie kann aber auch hervorgerufen werden durch rücksichtslose Anordnung kleiner, aber schreiender Reklameflächen an Gebäudeteilen, Pfeilern, über den Hauptgesimsen und Dachfirsten, durch in die Straße ragende Schilder und Transparente, durch in den Vorgärten aufgestellte Tafeln, aber auch durch schreiende Bemalung von Fensterflächen. Der Nachweis ist leicht erbracht an Hand der vom Oberverwaltungsgericht gegebenen Begriffsbestimmung. Schwieriger liegen die Fälle, in denen es sich um die Beeinträchtigung von Baulichkeiten oder Straßenschildern handelt. Der Verstoß wird hier von den Urhebern fast nie zugegeben; man beruft sich darauf, es sei Sache der Auffassung und des Geschmacks, ob die gewählte Reklame häßlich sei oder nicht. Es gehören hierhin alle die Fälle, in denen kunstgeschichtlich wertvolle, aber auch hervorragende neuere Gebäude, charakteristische alte Straßenschilder, einheit-

lich entworfene und repräsentative Plakanlagen benachteiligt werden durch an sich zwar nicht unmittelbar verunstaltende Reklameherstellungen, die aber teils für die Wirkung wichtige Gesimse und architektonische Gliederungen der Gebäude verdecken, statt sich geeigneten Flächen einzugliedern, teils durch Umrißlinien störend wirken, ferner farbig im Mißklang stehen zu der Farbstimmung des Gesamtbildes oder durch häßliche, unkünstlerische Schriftform und Maßstab beeinträchtigend auf das Ganze wirken. In allen diesen Fällen zeigt die Erfahrung, daß der behördliche Eingriff zwar stets als ungerechtfertigt bezeichnet, die Berechtigung des Schutzes alter Baudenkmalen, schöner, alter Straßenzüge und bedeutender Neuanlagen im Wesentlichen aber nicht bestritten wird. Andererseits wird sehr häufig der Einwand erhoben, daß das wertvolle Straßenbild bereits beeinträchtigt und der einzelne Fall im Hinblick auf das Ganze völlig unerheblich sei, Letzteres um so mehr, wenn der strittige Fall nicht im geschützten Teil, zum Beispiel der Altstadt liegt, sondern in seiner näheren Umgebung oder den dahin führenden Zugangsstraßen. Das Oberverwaltungsgericht hat auch nach dieser Richtung hin für Rechtsklarheit gesorgt durch eine bedeutungsvolle Entscheidung dahingehend, daß in allen Fällen, wo ein ganzer Bezirk (Altstadt) unter Schutz gestellt ist, es für die Beurteilung unerheblich ist, ob das durch Reklame beeinträchtigte Gebäude selbst ein wertvoller alter Bau ist oder in der unmittelbaren Nachbarschaft solche Gebäude aufweist.

Es wäre ja nun ein sehr einfaches Verfahren, wenn die Behörde sich nur mit der Ablehnung eines Antrages auf Genehmigung einer solchen Reklame oder mit der Auflage der Beseitigung des Zustandes begnüge. Es handelt sich aber um wichtige geschäftliche Interessen, die der Verwaltung die Pflicht auferlegen, dem in seiner Freiheit beschränkten Auftraggeber auf dem Wege der Beratung helfend zur Seite zu stehen. Und hiermit kommen wir zu dem wesentlichsten Punkte unserer heutigen Betrachtung.

Es bedarf gar keiner Begründung weiter, daß die Amtsstelle, die das Verbot von Reklamen ausspricht, auch die Verpflichtung hat, den Betroffenen behilflich zu sein, aus den Schwierigkeiten heraus zu gelangen. Das Gesetz kennt zwar nur die negative Tätigkeit des Verhinderns; aber auch hier muß eine wohlverstandene Bauberatung einsetzen, um die Anwendung der einschneidenden Gesetzesvorschriften sobald wie möglich überflüssig zu machen.

Die Entwicklung der Straßen- und Gebäudereklame in künstlerischer Hinsicht lag bisher und liegt heute mehr denn je im Argen. Es ist nicht üblich, überhaupt einen Künstler bei der Herstellung von Außenreklame hinzuzuziehen. Der Auftraggeber bestellt bei einem Unternehmer, der rein handwerkliche Kräfte beschäftigt, seine Glastafel, Emailletafel oder bei einem Schriftenmaler die Ausführung der Reklameflächen in möglichst schreienden Farben, mit großer, meist mit Schatten versehener Schrift; in den seltensten Fällen wird überhaupt eine Skizze