



HANDBUCH ÖFFENTLICHER RAUM

GESTALTUNGSRICHTLINIEN FÜR
DIE SIEGENER INNENSTADT



INHALT



AUSGANGSSITUATION

Seite 03

Präambel
Anlass und Ziel
Umsetzung
Geltungsbereich



1. ALLG. GRUNDSÄTZE

Seite 15



2. AUSSENGASTRONOMIE

Seite 17

Möblierung
Überdachungen
Podeste & Einfriedungen



3. AUSSENDARSTELLUNG

Seite 35

Warenauslagen
Dekoration



4. AUSSENWERBUNG

Seite 45



5. SONSTIGE ELEMENTE

Seite 51

PRÄAMBEL

HINTERGRUND

Die Innenstadt soll als ‚Herz‘ einer Kommune für alle Nutzergruppen gleichermaßen attraktiv, interessant und anziehend sein. Als struktureller, gesellschaftlicher, kultureller und historischer Mittelpunkt einer Stadt gebührt der Innenstadtlage die besondere Aufmerksamkeit aller Akteure.

Neben den Fassaden der Gebäude und der Gestaltung von Grünflächen und Spielplätzen spielen insbesondere die öffentlichen Plätze und Wege eine große Rolle im Stadtbild. Hier treffen viele Nutzungen und Ansprüche aufeinander und eben hier wird der erste Eindruck einer Stadt geprägt: Wirkt es unordentlich und überfüllt oder eher liebevoll gestaltet und übersichtlich? Dieser Eindruck ist nicht nur für das Image der Gesamtstadt bedeutend, sondern auch für die private Wirtschaft ein wichtiges Standortmerkmal.

Die harmonische Gestaltung dieser Räume ist aufgrund der stetig wachsenden und sehr differenzierten Ansprüche nur schwierig umsetzbar aber dennoch unerlässlich für eine ansprechende Stadtkulisse. Um diese Umsetzung stringent zu verfolgen müssen transparente Regelungen für die Gestaltung des öffentlichen Raumes aufgestellt und von der Stadtverwaltung durchgesetzt werden.

SONDERNUTZUNG

Ein großer Teil der öffentlich nutzbaren Flächen ist dem öffentlichen Verkehr gewidmet; dazu zählen neben den eigentlichen Straßenflächen auch Fußgängerzonen, Gehwege und Plätze.

Der sog. Straßenbaulastträger (meist die Gemeinde) muss diese Räume unterhalten und für die notwendige Sicherheit sorgen. Neben dem normalen Fußgänger-, Fahrrad- oder PKW-Verkehr werden öffentliche Flächen häufig privat genutzt, z. B. für die Auslage von Waren vor Geschäften oder für Stühle und Tische eines Cafés in der Fußgängerzone. Diese privaten und zumeist gewinnorientierten Nutzungen öffentlicher Flächen (dem Verkehr gewidmet) werden ‚Sondernutzungen‘ genannt. Jede dieser privaten Nutzungen bedarf einer Erlaubnis (auch als Konzession bezeichnet) des Straßenbaulastträgers - also der Stadt Siegen. Denn nur mit Hilfe solcher Erlaubnisverfahren kann die Vereinbarkeit von öffentlichen und privaten Interessen auf der jeweiligen Fläche sichergestellt werden.

Zu diesem Zwecke erarbeiten die Gemeinden sog. Sondernutzungssatzungen. Mit diesen Satzungen werden Festsetzungen zu privaten Nutzungen im öffentlichen Raum erlassen; dazu können neben Bestimmung zu Sicherheit und Ordnung auch gestalterische Ansprüche zählen. Als Ergänzung zur bereits rechtskräftigen Sondernutzungssatzung der Stadt Siegen wurde das „Handbuch öffentlicher Raum“ erarbeitet.

Sondernutzung in Form von
Außengastronomie



Sondernutzung in Form von Warenauslagen
vor dem Ladenlokal



ANLASS UND ZIEL

ANLASS

Im Rahmen des Stadterneuerungsprozesses finden in der Siegener Innenstadt umfassende Umbau-, Sanierungs-, und Neubaumaßnahmen sowie eine Reihe von Umnutzungen statt. Es entstehen hochwertige Freiräume mit hohen Aufenthalts- und Freizeitqualitäten sowie ganz neue Nutzungsoptionen.

Dieser Entwicklungsimpuls soll sich in alle Bereiche des innerstädtischen Lebens fortsetzen, um eine nachhaltige Aufwertung erzielen zu können. Daher ist auch die Reglementierung bzw. die gestalterische Optimierung von Sondernutzungsflächen erforderlich. Im Integrierten Handlungskonzept Innenstadt aus dem Jahr 2010 wurde die teilweise schlechte Situation des Stadtbildes und insbesondere der Freiräume vermerkt. Zur langfristigen Verbesserung der Situation, wurden neben den Maßnahmen der REGIONALE 2013 eine Reihe von weiterführenden Konzepten für das Siegener Zentrum bis zum Jahr 2014 erarbeitet. Diese erfassen alle Stadtfunktionen und -belange; dazu gehören das Einzelhandelsentwicklungskonzept, das Grünflächenkonzept, die Örtlichen Bauvorschriften sowie die Erhaltungssatzung. Mit gesamtstädtischen Konzeptionen wie dem Luftreinhalteplan und dem Wohnungsmarktkonzept werden diese ergänzt. Mit dem „Handbuch öffentlicher Raum“ wird der umfassende Kanon von Richtlinien und Entwicklungskonzeptionen abgeschlossen.

ZIEL

Es wird langfristig eine stilvolle Gestaltung aller innerstädtischen Straßenzüge, Promenaden und Platzsituationen angestrebt. Es soll in jedem Innenstadtquartier eine hochwertige Atmosphäre im öffentlichen Raum und ein damit verbundener Imagegewinn erzielt werden.

Neben einer reinen Aufwertung soll auch eine Profilierung der einzelnen Geschäftsbereiche erreicht werden.

Durch eine unterschiedliche Gestaltung der jeweiligen öffentlichen Räume können die prägenden Eigenheiten der Standorte positiv unterstützt werden.

Nur so kann eine ausgedehnte Verweildauer von Anwohnern und Besuchern im öffentlichen Raum gefördert werden. Dabei werden zwangsläufig Synergieeffekte für ansässige Gewerbetreibende und Immobilieneigentümer entstehen, welche die anfänglichen Kosten und Mühen amortisieren können.

Mit mehr Wohn- und Freizeitqualität der Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Besucher kann eine positive Entwicklung für das gesamte Siegener Zentrum vorangetrieben werden.

Neue Sitzgelegenheiten | Auszug aus dem Bemusterungskatalog - Regionale 2013
Siegen - Zu neuen Ufern



Neue Sitzgelegenheiten | Auszug aus dem Bemusterungskatalog - Regionale 2013
Siegen - Zu neuen Ufern



UMSETZUNG

RECHTSKRAFT UND FRISTEN

Am 07.05.2014 hat der Rat der Stadt Siegen das „Handbuch öffentlicher Raum“ als verbindliche Grundlage für die Gestattung von Sondernutzungen im Bereich der Siegener Innenstadt beschlossen. Das Handbuch entfaltet sofort bindende Wirkung. Alle ab diesem Zeitpunkt beantragten Sondernutzungen müssen nachweisen, dass die jeweilige Gestaltung der Außenflächen den Maßgaben des Handbuches entsprechen.

Es wurden durch den Rat der Stadt Siegen für vor der Beschlussfassung des Handbuches angeschaffte Elemente folgende Übergangsfristen definiert: Bei Werbeelementen, Dekorationen und Warenauslagen müssen ab dem 01.01.2015 die Festsetzungen Berücksichtigung finden. Für Elemente der Außengastronomie mit hohen Investitionskosten (z.B. Sonnenschirme, Möbel) gilt eine Übergangsfrist von vier Jahren. Das bedeutet, spätestens bis Juni 2018 müssen alle Sondernutzungen gestalterisch angepasst sein.

VERFAHREN

Das vorliegende Handbuch ist Grundlage und Bedingung für die abzuschließenden Gestattungsverträge. Damit sind die im Handbuch schriftlich fixierten Festsetzungen verbindlich und müssen innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen umgesetzt werden. Auf einigen Seiten sind Bilder und Skizzen abgedruckt, diese dienen lediglich der Erläuterung der Festsetzungen und haben keinen bindenden Charakter.

Als Grundlage für eine o. g. Gestattung muss ein schriftlicher Antrag bei der Stadtverwaltung Siegen durch den Nutzer gestellt werden. Das Antragsverfahren ist kostenlos. Es steht ein Formular mit Erläuterungen für die Antragsstellung zur Verfügung. Weitere Informationen erhalten Sie bei der genehmigenden Behörde bzw. auf der Homepage der Universitätsstadt Siegen: www.siegen.de.

Die Genehmigung von Ausnahmen und Abweichungen ist, in bereits im Handbuch formulierten Fällen, aber auch bei besonderen Situationen bzw. Härtefällen, möglich.

Die Erteilung einer Ausnahmegenehmigung muss im Rahmen des Antragsverfahrens begründet und schriftlich festgehalten werden.

ZUSTÄNDIGKEIT

Die Prüfung und anschließende Erteilung einer Erlaubnis für eine Sondernutzung sowie die Ausarbeitung eines entsprechenden Gestattungsvertrages erfolgt im definierten Geltungsbereich durch die Abteilung 7/1 (Straße und Verkehr) der Stadt Siegen.

**Zuständige Behörde: Abteilung 7/1-1
(Straße und Verkehr)**

Hausanschrift: Rathaus Geisweid
Lindenplatz 7 | 57072 Siegen

Postanschrift: Postfach 10 03 52
57003 Siegen

Mehr Informationen: www.siegen.de

Ausschnitt Antragsformular

The image shows a portion of a form titled 'Antrag auf eine dauerhafte Sondernutzung in der Innenstadt - Bereich Handel / Gastronomie'. The form is divided into several sections for data entry. The first section is for the applicant (Antragsteller/Antragstellerin), including fields for company name, street, PLZ, telephone, house number, location, and email address. The second section is for the business leader (Geschäftsführer/Geschäftsführerin), including a name field and a Vorname field. The third section is for the business type (Betriebsart), with a note to specify the desired business type accurately (e.g., Schankwirtschaft, Café, Diskothek) and a field for the current business type. The fourth section is for the purpose of the special use (Zweck der Sondernutzung), including a field for the house number and other designations. The form is partially obscured by a shadow, suggesting it is a physical document being scanned.

Antrag auf eine dauerhafte Sondernutzung in der Innenstadt - Bereich Handel / Gastronomie

1. Antragsteller/Antragstellerin

Firma, Name

Straße

PLZ

Telefon

Hausnummer

Ort

E-Mail-Adresse

2. Geschäftsführer/Geschäftsführerin

Name

Vorname

Betriebsart

gewünschte Betriebsart ist genau zu bezeichnen (z. B. Schankwirtschaft, Café, Diskothek)

wünschte Betriebsart

derzeitige Betriebsart

um (nur bei Wechsel der Betriebsart anzugeben TT,MM,JJ)

Zweck der Sondernutzung

Hausnummer

andere Bezeichnungen (falls zutreffend)

GELTUNGSBEREICH

SACHLICHER GELTUNGSBEREICH

Der sachliche Geltungsbereich wird durch die Festsetzungen der Sondernutzungssatzung der Universitätsstadt Siegen definiert (siehe Exkurs).

EXKURS

(Auszug Sondernutzungssatzung)

§ 1 Geltungsbereich

01. Diese Satzung gilt für alle Gemeindestraßen (einschließlich Wege und Plätze) sowie für die Ortsdurchfahrten im Zuge der Bundes-, Landes- und Kreisstraßen im Gebiet der Stadt Siegen.

02. Zu den Straßen im Sinne des Abs. 1 gehören die in § 2 Abs. 2 StrWG NW genannten Bestandteile des Straßenkörpers, der Luftraum über dem Straßenkörper, das Zubehör und die Nebenanlagen.

§ 2 Erlaubnisbedürftige Sondernutzungen

01. Vorbehaltlich der §§ 3, 4 und 5 dieser Satzung bedarf die Benutzung der Straßen über den Gemeingebrauch hinaus als Sondernutzung der Erlaubnis der Stadt Siegen.

Der Gemeingebrauch gilt in der Regel als beeinträchtigt durch die Benutzung des Straßenraumes:

- über Fahrbahnen und den bis zu einer Breite von 0,70 m anschließenden Gehwegflächen bis zu einer Höhe von 4,50 m,
- oberhalb der übrigen Verkehrsflächen bis zu der in § 4 Abs. 1 genannten Höhe (2.50 m).

02. Die Benutzung ist erst zulässig, wenn die Erlaubnis erteilt ist.

RÄUMLICHER GELTUNGSBEREICH

Die räumliche Abgrenzung umfasst die Innenstadtlagen mit:

- der Fläche des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt
- die darin befindlichen Fußgängerzonen, Plätze und Marktflächen
- die sog. Altstadt (östl. der Martinikirche)
- Zonen mit sensiblen Gebäudebeständen (z. B. Oberes Schloss, denkmalgeschützte Kirchen)
- das Campus-Areal rund um das Untere Schloss (siehe Übersichtsplan unten)

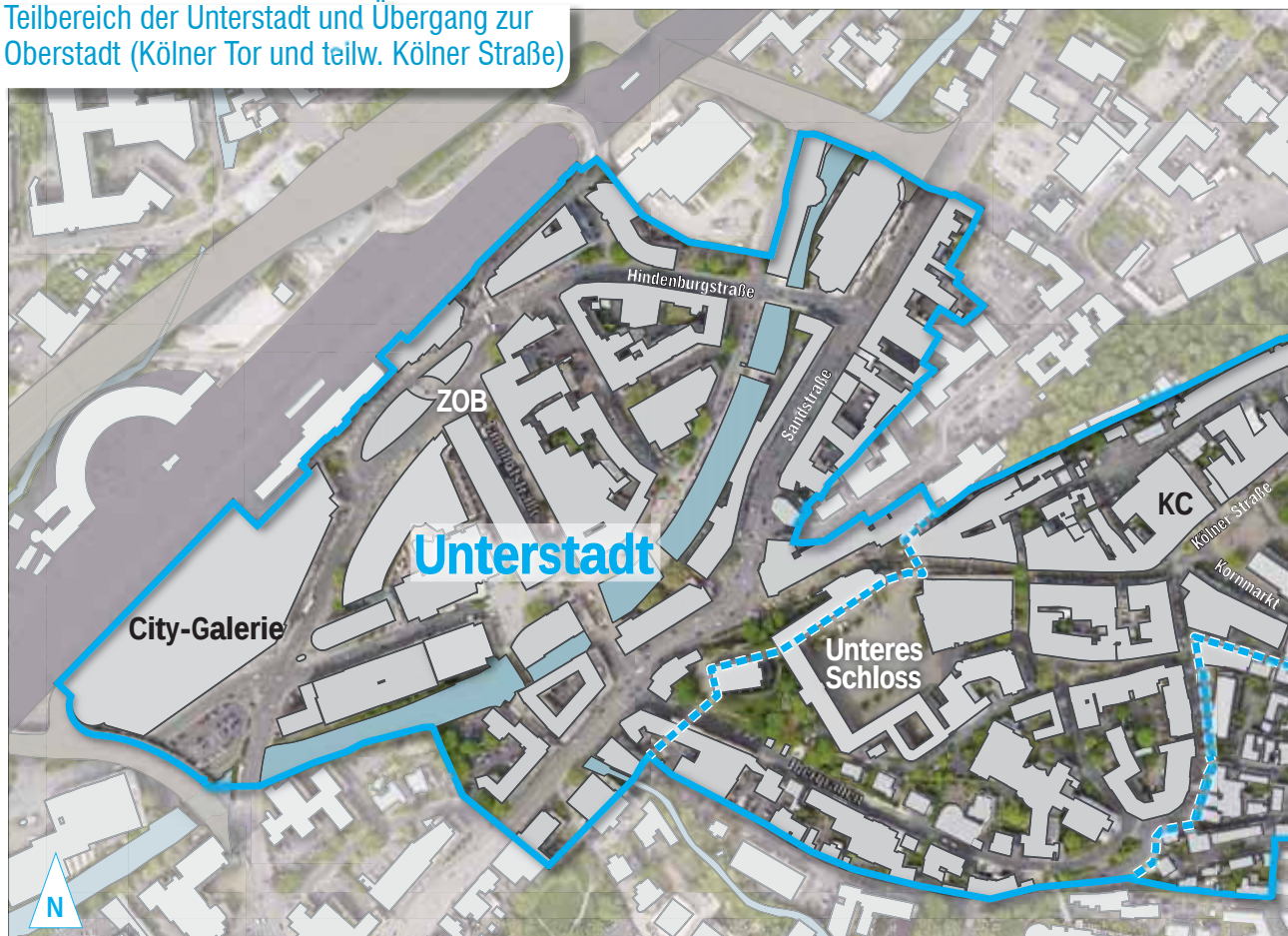
Der Geltungsbereich ist in drei Teilbereiche (Unterstadt, Oberstadt und Altstadt) gegliedert.

Übersicht des Geltungsbereiches

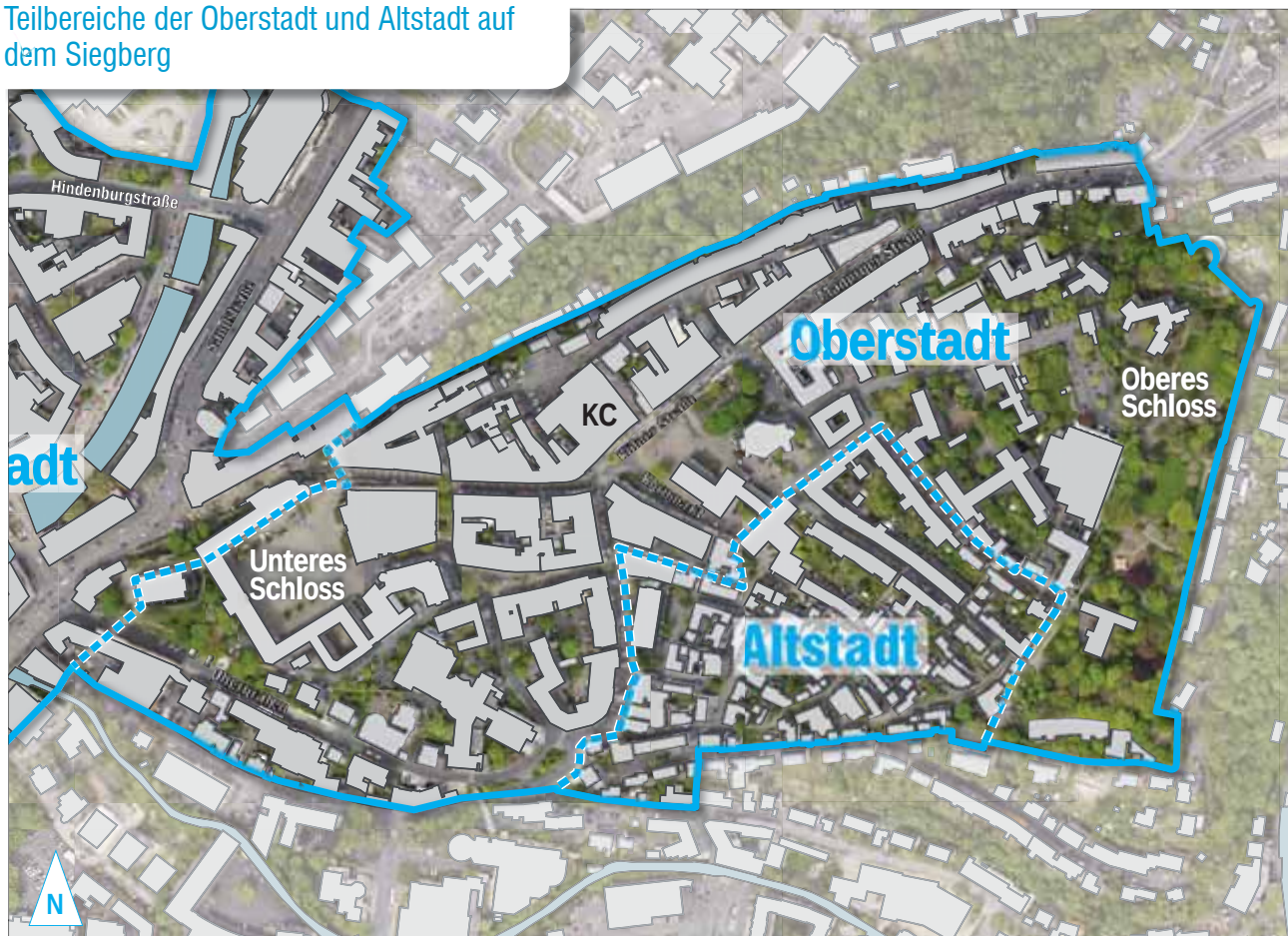
Geltungsbereich



Teilbereich der Unterstadt und Übergang zur Oberstadt (Kölner Tor und teilw. Kölner Straße)



Teilbereiche der Oberstadt und Altstadt auf dem Siegberg



TEILBEREICHE - BESCHREIBUNG

Unterstadt



Die sog. ‚**Unterstadt**‘ ist das Tor zum Siegener Zentrum. Durch dieses Quartier erreichen viele Besucher und Anwohner via Bundesstraßen, ZOB oder Bahnhof die Innenstadt.

Als modernes innerstädtisches Geschäftszentrum verfügt die ‚Unterstadt‘ über weitläufige und ebenerdige öffentliche Bereiche mit einer hohen Kundenfrequenz. Aufgrund der großflächigen Einzelhandelsstrukturen hat die ‚Unterstadt‘ eine enorme Anziehungskraft bzw. Kaufkraftbindung. Es wurden und werden viele städtebauliche und architektonische Entwicklungsimpulse im Quartier gesetzt, diese sollen sich auch im öffentlichen Raum wiederfinden und durch private Händler sowie Gastronomen weitergeführt werden.

Oberstadt



Auf dem Sieberg befindet sich der historische Siedlungskern der Stadt. Trotz der weitgehenden Zerstörung während des Zweiten Weltkrieges ist der mittelalterliche Stadtgrundriss während des Wiederaufbaus berücksichtigt worden, die sog. ‚**Oberstadt**‘ hat sich damit ihren ursprünglichen Charakter bewahrt.

Die ‚Oberstadt‘ wird geprägt durch die vielen bedeutenden Gebäudekomplexe (z. B. Rathaus und Schlösser) sowie durch klassische Geschäftshäuser aus den 1950er und 1960er Jahren. In den Etagen jener schmalen Gebäude findet sich eine bunte Mischung aus kleinteiligen Boutiquen, Dienstleistungsangeboten und Wohnungen. Durch die deutlich kleinteiligeren Nutzungseinheiten und die steile Topografie sind auch die Sondernutzungsflächen wesentlich kleiner dimensioniert als in der ‚Unterstadt‘.

Altstadt



Das einzige Areal der Innenstadt, welches nicht während des Zweiten Weltkrieges zerstört wurde ist die sog. ‚**Altstadt**‘. Hier finden die Besucher noch die alten Fachwerkbauwerke aus vergangenen Jahrhunderten.

In diesem relativ kleinen Viertel wird die gemütliche Atmosphäre durch die historischen Wohngebäude und die liebevolle Gestaltung der Außenbereiche geschaffen. Hier gibt es nur wenige gewerbliche Sondernutzungen. Diese fügen sich jedoch mit kleinen, individuell arrangierten Bereichen sehr gekonnt in ihr Umfeld ein.

Die ‚Altstadt‘ ist ein wichtiger Identifikationspunkt für die Siegener und ein besonderes touristisches Ziel; der Erhalt der alten Strukturen und des privaten, kleinteiligen Charakters ist daher besonders wichtig.

TEILBEREICHE - BESTAND

Unterstadt



Die ‚Unterstadt‘ bietet durch ihre ebenerdigen und teilweise sehr weitläufigen Fußgängerbereiche mit gut frequentierten Laufwegen viel Fläche für Sondernutzungen. Dieser Umstand wird durch die ansässigen Geschäfte und Gastronomiebetriebe auch ausgiebig genutzt. So gibt es in der Unterstadt jede Art der Sondernutzung (Warenauslagen, Außengastronomie, Außenwerbung etc.) und dies auf sehr großen Arealen; gelegentlich auch sehr dicht gedrängt und in Funktion, Form und Farbe bunt gemischt.

Die momentane Nutzung des öffentlichen Raumes trägt zwar zur gewollten Belebung der Innenstadt bei, dass richtige Maß von Qualität und Quantität muss für die ‚Unterstadt‘ jedoch noch gefunden werden.

Oberstadt



Allein durch die schwierige Topografie am Sieberg existieren nur punktuell größere Flächen für Sondernutzungen. Die meisten Nutzungen sind räumlich stark begrenzt und passen sich in ihrem Umfang den Stadtstrukturen an.

In der ‚Oberstadt‘ bietet sich z. Z. ein sehr heterogenes Bild im Straßenraum: Auf der einen Seite gibt es Geschäfte mit einer äußerst hochwertigen Außendarstellung, welche zum Bummeln einladen. Auf der anderen Seite gibt es auch Bereiche, die dem qualitativen Anspruch an die ‚Oberstadt‘ nicht entsprechen und der erwünschten Aufwertung des öffentlichen Raumes entgegenstehen.

Altstadt



Die kleinteilige ‚Altstadt‘ ist eher durch einen privaten Wohncharakter geprägt. Sondernutzungen sind nur an wenigen Stellen möglich; es handelt sich zumeist um kleine Außengastronomien mit individuell gestalteten Sitzbereichen.

Der Straßenraum wird aber auch durch die Bewohner des Quartiers genutzt und durch Gestaltungselemente wie Pflanzschalen und Sitzgelegenheiten dauerhaft beeinflusst; so entsteht ein charmanter, bunter Mix von verschiedenen Nutzungen.

TEILBEREICHE - ZIELE

Unterstadt



MOTTO:

Hochwertiger Eingang zur Innenstadt

ANGESTREBTE WIRKUNG:

- großstädtische Atmosphäre auf großzügigen Flächen
- zeitlose und schlichte Gestaltung mit hochwertigen Materialien
- überwiegend durch qualitätsvolle Außen-gastronomie geprägt

Oberstadt



MOTTO:

Stilechter Identifikationspunkt der Stadt

ANGESTREBTE WIRKUNG:

- urbanes Ambiente mit historischen Wurzeln
- gepflegte und liebevolle Gestaltung von Einzelsituationen
- dekorative Warenauslagen von Fachgeschäften bestimmen den Eindruck der Sondernutzungen

Altstadt

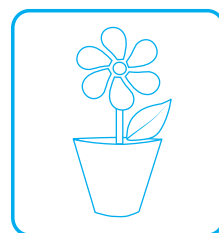
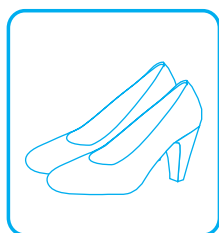
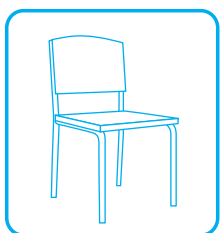


MOTTO:

Lebendiges Gedächtnis Siegens

ANGESTREBTE WIRKUNG:

- sehr individuelle Gestaltung in historischer Umgebung
- kleinteilige, private sowie historisch anmutende und vielfältige Arrangements
- hier gibt es nur einzelne kommerziell orientierte Sondernutzungen



1 ALLG. GRUNDSÄTZE

01. Auf die grundsätzlichen Festsetzungen der rechtskräftigen Sondernutzungssatzung der Universitätsstadt Siegen wird hingewiesen; z. B. auf die Freihaltung von notwendigen Rettungswegen im Straßenraum und der zwingende Bedarf einer Erlaubnis zur Ausführung einer Sondernutzung. Die Bestimmungen des vorliegenden Handbuches ergänzen lediglich die Festsetzungen der Sondernutzungssatzung.

02. Temporäre Aktionen oder Veranstaltungen, deren Dauer 30 Tage nicht überschreiten sowie Wochenmärkte und Feste etc., werden von den Bestimmungen dieses Handbuches nicht berührt; die Bestimmungen sollten aber in ihren Grundzügen Beachtung finden.

03. Die Berücksichtigung der Bedarfe von Personen mit Einschränkungen der Sehfähigkeit oder der Mobilität ist bei Sondernutzungen grundsätzlich erforderlich.

04. Eine erteilte Sondernutzungserlaubnis berechtigt nicht zum Eingriff in den öffentlich gewidmeten Straßenraum. Die Einbringung bzw. die Erlaubnis zur Einbringung von stationären Gegenständen oder Verankerungen in den Boden obliegt allein dem Träger der Straßenbaulast.

05. Nach Ablauf der Sondernutzungserlaubnis sind sofort alle Möblierungs- und Überdachungselemente sowie Anlagen für Außenwerbung und Dekorationen aus dem öffentlichen Raum zu entfernen.

Nicht genutzte bzw. ungepflegte Gestaltungselemente im öffentlichen Raum



06. Die Nutzung einer Sondernutzungsfläche als Lagerfläche (z. B. ungenutztes Mobiliar, Ware) ist unzulässig. Ausnahmen können außerhalb der Geschäftsstunden und bei Schlechtwetterperioden für Außengastronomie gewährt werden.

07. Zugewiesene Konzessionsflächen dürfen nicht überschritten werden.

08. Defekte, stark verschmutzte oder ungenutzte Elemente sind in Stand zu setzen, zu ersetzen bzw. aus dem öffentlichen Raum zu entfernen.

09. Grundsätzlich wird der Boden einer Sondernutzungsfläche durch das Straßen-, Gehweg- bzw. Platzniveau definiert. Das Errichten von Terrassen und Podesten sowie das Verlegen von privaten Bodenbelägen ist somit unzulässig. Ausnahmen können gestattet werden, wenn aufgrund des Bodengefälles eine Sondernutzung ohne Ausgleich des Bodenniveaus nicht möglich wäre.

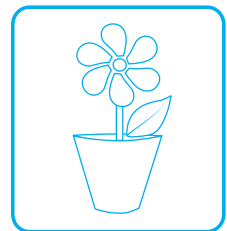
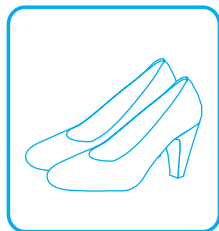
10. Einfriedungen können ausnahmsweise zugelassen werden, wenn Wegebeziehungen nicht behindert werden und dringende Gründe vorliegen, wie z. B. die Absicherung im Bereich stark befahrener Straßen.

11. Zu städtischem Mobiliar (z. B. Sitzbänke, Wasserspiele, Spielgeräte) ist ein Mindestabstand von 1,50 m einzuhalten. Die jeweiligen Elemente müssen zugänglich, benutzbar und sichtbar sein.

12. Konzessionierte Flächen sind durch den Nutzer sauber zu halten und nach Ablauf der Konzession im ursprünglichen Zustand an den Träger der Straßenbaulast zurückzugeben.

13. Die Verwendung von Tropenhölzern auf Sondernutzungsflächen der Innenstadt ist unzulässig. Diese Regelung greift bei allen Arten der Sondernutzung und gilt z. B. für die Neuanschaffung von Gastronomie-mobiliar aber auch für die Errichtung von Podesten. Bereits vorhandene Elemente aus Tropenholz müssen nicht ersetzt werden. Es wird zukünftig die Wahl von FSC-zertifizierten heimischen/europäischen Holzarten empfohlen.

14. Möblierung und Dekorationen von privaten Flächen, welche an öffentliche Flächen angrenzen und einsehbar sind, sollten sich in ihrer Gestaltung an den Bestimmungen des Handbuches orientieren.



2 AUSSENGASTRONOMIE

DEFINITION

Im Sinne dieses Handbuches sind unter dem Begriff ‚Außengastronomie‘ alle möblierten und zumeist auch bewirtschafteten Freiflächen im öffentlichen gewidmeten Straßenraum zu verstehen, die Betrieben zuzuordnen sind, welche Speisen und/oder Getränke zum direkten Verzehr anbieten.



ZIELSTELLUNG

Durch die relativ weiträumige Einnahme des öffentlich gewidmeten Verkehrsraumes beeinflusst insbesondere die Außengastronomie die Wirkung jeder Innenstadt. Gastronomische Angebote im öffentlichen Raum sind ausdrücklich erwünscht, da sie maßgeblich zur belebten und urbanen Atmosphäre der Innenstadt beitragen.

Ziel dieses Handbuches ist es, eine Auswahl von aufeinander abgestimmten und qualitätsvollen Elementen für die Außengastronomie vorzustellen; um mithilfe dieses Kataloges ein zeitloses und hochwertiges Ambiente in der Innenstadt zu forcieren. Durch die getroffenen Regelungen soll ein harmonisches Nebeneinander von mehreren Betrieben ermöglicht werden, in dessen Rahmen dennoch die Chance der individuellen Präsentation eines jeden Lokals erhalten bleiben soll.

GRUNDSÄTZE AUSSENGASTRONOMIE

- 01.** Die gesamte Möblierung, Wetterschutzelemente sowie das entsprechende Zubehör und Dekorationen sind für einen außergastronomischen Betrieb in Stilrichtung, Form, Material und Farbgebung harmonisch aufeinander abzustimmen.
- 02.** Festsetzungen aus anderen thematischen Blöcken dieses Handbuches (z. B. Außenwerbung) gelten auch für Bereiche der Außengastronomie.
- 03.** Die Breite der Fläche für Außengastronomie darf maximal die Gebäudebreite des jeweiligen Ladenlokals einnehmen. Ausnahmen von dieser Regelung sind möglich: Bspw. bei Eckgebäuden oder sehr schmalen Gebäudefronten. Für die Genehmigung einer Ausnahme muss stets die einvernehmliche Absprache mit betroffenen Nachbarn nachgewiesen werden. Ein räumlicher Zusammenhang zwischen Lokal und Außengastronomiefläche muss klar erkennbar sein.
- 04.** Durch Flächen der Außengastronomie dürfen direkte Wegebeziehungen nicht behindert werden.
- 05.** Die Nutzung von Gasbrennern (sog. Heizpilze) ist unzulässig. Infrarotstrahler dürfen nicht freistehend verwendet werden. Diese Regelung gilt auch für andere Arten der Sondernutzung.



- HOCHWERTIGE MATERIALIEN
- KLARE FORMEN
- SCHLICHTE FARBEN

Dieses Foto zeigt ein heute bereits gelungenes Beispiel aus der Unterstadt. Tische und Stühle haben eine klare, schlichte Formgebung in Kombination mit hochwertigen Materialien. Alle Tische und Stühle sind aus der gleichen bzw. sehr ähnlichen Möbelserie und vermitteln ein harmonisches Ambiente.

Trotz der Verwendung von unterschiedlichen Werkstoffen (Metall, Kunststoff, Holz) wirkt die Möblierung zeitlos elegant, dies liegt auch an der zurückhaltenden Farbgebung der Einzelelemente. Durch den Einsatz von Holz als Armauflage und als Tischenplatte wird die schlichte, fast kühle Wirkung der grauen Rahmen durch eine wärmende, einladende Nuance ergänzt. Dieses Beispiel beweist auch, dass langlebige und unkomplizierte Alternativen zu Naturmaterialien (z. B. Polyethylengeflecht) durch eine gute Adaption von natürlichen Werkstoffen eine optisch ansprechende Lösung sein können.



- STILMIX
- GRELLE FARBEN
- WERBEAUFDROPCKE

Mit diesem Bild sind die meisten negativen Gestaltungselemente an einem Möbelstück (Stehtisch) abgebildet. Dazu zählen die massive Formensprache, die grelle Farbgebung, als Material wurde überwiegend glatter Kunststoff verwendet und der Stehtisch wird von einem großen Werbeaufdruck dominiert.

In Kombination mit anderen Gestaltungselementen dieser Außengastronomie, wie den Pflanzbehältern zur Linken und Rechten des Tisches, wirkt die gastronomische Einrichtung nicht einladend.

Diese typischen Atmosphäre eines einfachen Imbissstandes sollte zukünftig in der Siegener Innenstadt nicht mehr prägend sein.



2.1 MÖBLIERUNG



FESTSETZUNGEN ZU MÖBELN

01. Auf allen Elementen der Außengastronomie sind keinerlei Aufdrucke, Aufkleber, Folien oder andere aufgebrachte Elemente zum Zwecke der Werbung zulässig. Dies gilt sowohl für Eigen- als auch für Fremdwerbung.

02. Eine Abstimmung der Gestaltung mit dem direkten Nachbarn ist wünschenswert.

03. Die Verwendung von Monoblockmöbeln aus Kunststoff und Biertischgarnituren ist grundsätzlich ausgeschlossen. In Ausnahmen können sog. Loungemöbel und andere besondere Möbelformen bei ausreichenden Platzverhältnissen als Einzelstücke Verwendung finden. Auf Umstände wie Laufbeziehungen, Revisionsschächte von Kanälen etc. ist bei der Aufstellung von großformatigen, schweren Möbeln zu achten. Die Nutzung von derartigen Möbeln zur Abschottung/Einfriedung einer Gastronomiefläche ist nicht zulässig.

04. Eine grelle Farbgebung, hochglänzende bzw. polierte Oberflächen und eine auf andere Art erzeugte auffällige Wirkung ist bei allen Möbeln unzulässig.

05. Die Verwendung von Metallen und Kunststoffen als Oberfläche von Möbeln ist nur in Kombination mit anderen Materialien zulässig. Ausnahmen können bei hochwertigen Geflechten aus Polyethylen gewährt werden.

06. Eine Abstufung der Möblierung zwischen den drei Innenstadtbereichen ist unerlässlich. Dabei wird die Unterstadt eine gradlinige, puristische Wirkung erhalten, in der Altstadt muss dagegen die historisch anmutende Gestaltung erhalten bleiben. Die Oberstadt fungiert als Bindeglied und vereint beide Stile (siehe Abb. rechts)

07. Im Bereich der Unterstadt ist die Verwendung von schlicht und eher puristisch wirkenden Möbeln zwingend. Insbesondere die Formen von Tischen und Stühlen sollte am öffentlichen Stadtmobiliar (z. B. Sitzbank) orientiert werden.

08. In den Bereichen Unter- und Oberstadt ist die Verwendung von Ornamentik, stark abgerundeten Formen und intensiver Musterung bei der Möblierung unzulässig.

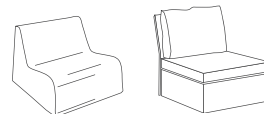
DEFINITION

Als Möblierung im Sinne dieses Handbuches gelten alle Elemente, welche für den Betrieb einer Gastronomie im Außenbereich funktional bzw. gestalterisch genutzt werden. Dazu zählen u. a. Tische, Stühle, Bänke, Theken und Stehtische. Nicht inbegriffen sind Überdachungs- und Einfriedungselemente, sowie Podeste und Terrassenkonstruktionen.

Als Zubehör für die Möblierung gelten alle begleitenden Elemente, welche für den Betrieb der Gastronomie nicht zwangsläufig notwendig sind, oder einen eher dekorativen Charakter haben, wie Tischdecken, Sitzkissen oder Wolldecken.

ZUSAMMENFASSUNG

Nur ausnahmsweise gewünschte Formen (Bsp.)



Massive, großformatige Lounge-Möbel

Zulässige Formen (Bsp.)



Unterstadt



Oberstadt



Altstadt

Objekte für eine optische Orientierung



Unterstadt



Oberstadt / Altstadt



NEGATIV



Flächige, farbige Vollkunststoff-Möbel vermitteln keinen hochwertigen Eindruck



Abgenutztes Zubehör und ein Materialmix bei der Möblierung wirken ungepflegt



Massive, schwere Möbel dominieren und erdrücken einen gesamten Straßenzug



Verschiedene Möblierung bei einer gastronomischen Nutzung, ohne Dekorationselemente erscheinen ungepflegt und nicht einladend





POSITIV



Schlichte, filigrane Formgebung bei Stühlen und Tischen mit dezenter Dekoration



Auch besondere Formgebungen können den festgesetzten Kriterien entsprechen



Zurückhaltende Farb- und Materialkombination mit hochwertigem Aussehen



Stimmungsvolles Ambiente in der Altstadt durch eine liebevolle Gestaltung



Schlichte Stehtische ohne Werbeelemente





- OFFENE BLICKBEZIEHUNG
- SCHLICHTE FORMGEBUNG
- KEINE WERBUNG

Allein durch die Größe von Überdachungen beherrschen diese die Wirkung einer Außengastronomie und des direkten Umfeldes.

Überdachungen sollen neben ihrer Funktion als Watterschutz auch weithin sichtbar für den Charakter einer Außengastronomie werben, ohne in eine Konkurrenz mit der umgebenden Bebauung einzutreten. Lediglich mit einer schlichten und zurückhaltenden Optik ist dieses anspruchsvolle Ziel zu erreichen. Dies gilt sowohl für die Farbgebung, das Material sowie für Formgebung und Werbeelemente.

Schirme sind schnell demontierbar und schränken durch ihre offene Konstruktion die Nutzung des öffentlichen Raumes nicht ein. Durch massivere Anlagen (wie Zelte) wird die angestrebte Durchlässigkeit des öffentlichen Raumes stark beeinträchtigt.



- MASSIVE OPTIK
- ABGRENZUNG DES ÖFFENTL. RAUMES

Raumgreifende Zelte und Pavillons okkupieren den öffentlichen Raum für eine rein private Nutzung. Dies ist für die Siegener Innenstadt nicht gewünscht.

Der öffentliche Raum soll stets für alle Passanten frei zugänglich und einsehbar sein. Des Weiteren sollen direkte Sicht- und Wegebeziehungen möglichst wenig durch Überdachungen beeinträchtigt werden, daher sind abgeschlossene und massive Überdachungselemente nicht zulässig.

Bei der abgebildeten Zeltkonstruktion schlägt der Zustand und das Material zusätzlich negativ zu Buche. Die mit Kunststoff abgehangenen Seitenwände und das bereits beschädigte Dach wirken ungepflegt und vermitteln nicht den Eindruck einer hochwertigen gastronomischen Einrichtung.



2.2 ÜBERDACHUNGEN



BESTIMMUNGEN ZU SCHIRMEN

01. Als Überdachungen werden freitragende Gastronomie-Markisen, Zelte und Pavillons ausgeschlossen.

02. Die feste Verankerung von Überdachungen ist nur mit der Erlaubnis des zuständigen Trägers der Straßenbaulast gestattet. Diese ist lediglich in Form einer bodengleich zu installierenden Hülse (abdeckbar) als Schirmhalterung zulässig. Diese sind ausdrücklich als Verankerung erwünscht.

03. Es ist nur ein Typ eines Sonnen- und Wetterschutzes (Art, Form, Farbe) pro gewerbliche Nutzung zulässig.

04. Es dürfen nicht mehr als vier Schirme in direkter Abfolge aufgestellt werden. Es sind in den Teilbereichen Ober- und Unterstadt ausschließlich rechteckige oder quadratische bzw. in ihrer Wirkung ähnliche Schirmformen zu verwenden.

05. Eine einfarbige bzw. fein melierte Bespannung ist zwingend. Die Bespannungen sind entsprechend den Vorgaben zu den Farbwerten (siehe S. 25) zu wählen.

06. Die Schirme sollten sich in ihrer Gestaltung an der jeweiligen baulichen Umgebung orientieren und nicht in Konkurrenz zu Fassadengestaltungen treten.

07. Die Verwendung einer matten textilen, oder textil-ähnlichen Bespannung ist verpflichtend.

08. Ein Volant darf eine maximale Höhe von 0,30 m nicht überschreiten und muss eine schlichte, geradlinige Form aufweisen. Für die Sicherstellung einer harmonischen Wirkung des Schirmes ist die Volanthöhe an die Abmaße des Schirmes proportional anzupassen.

09. Beschriftungen auf den Schirmen (z. B. Eigenwerbung) sind nur in Form von dezenten Schriftzügen auf dem Volant zulässig.

10. Die Verwendung von Seitenbehängen an Schirmen ist nicht gestattet.

11. Die o. g. Bestimmungen für Schirme gelten sinngemäß auch für andere Sonnen- und Wetterschutzanlagen.

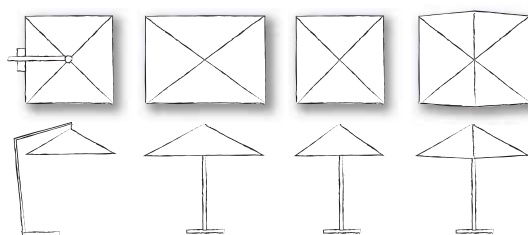
DEFINITION

Im Sinne dieses Handbuches sind Überdachungen, sämtliche selbsttragende Konstruktionen, welche dem Sonnen- bzw. dem Wetterschutz dienen - z. B. Sonnenschirme, Pavillons und Zelte.

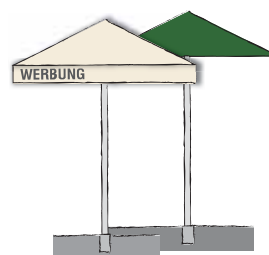
Dem Sonnen- und Wetterschutz dienen ebenfalls an Gebäuden angebrachte Markisen und Vordächer; diese sind jedoch auf der juristischen Basis der Bauordnung NRW zu beurteilen. Somit finden für diese Anlagen die Örtlichen Bauvorschriften für die Siegener Innenstandt Anwendung.

ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Schirmformen in Drauf- und Seitenansicht

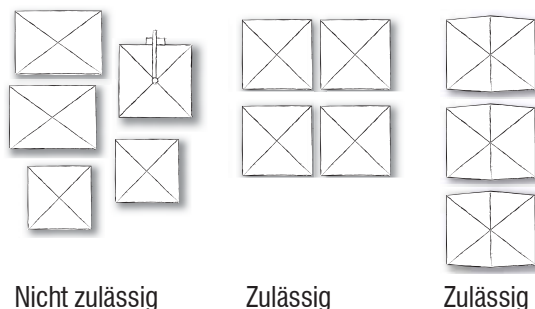


Zulässige Erscheinungsbilder von Schirmen



- mit Boden-hülse
- kantige Form
- einfarbige Bespannung
- kein bzw. schlichter Volant
- keine bzw. dezente Werbung

Gruppierung von Schirmen in der Draufsicht





- SCHLICHTE FORM
- HOCHWERTIGE GESTALTUNG
- BODENHÜLSE

Ein schlichter Schirm, in Form- und Farbgebung, vermittelt ein gediegenes und zeitloses Ambiente, in welchem sich Gäste gerne aufhalten.

Durch die neutrale Farbe tritt die Bespannung des Schirms nicht in Konkurrenz zur Fassadenfarbe und greift die verwendete Akzentfarbe des Gebäudes (graue Fensterläden) wieder auf. Somit passt sich der Sonnenschutz optimal in die Situation ein. Dieser Eindruck wird durch den Verzicht von Werbeaufdrucken und Aufschriften weiter verstärkt.

Durch die puristische Optik des Schirmes - dies wird auch durch den Einlass der Halterung in den Boden mithilfe einer Schirmhülse unterstützt - dominiert er nicht die Gesamtszenarie. Des Weiteren sind keinerlei Verwitterungs- oder Verschmutzungsspuren zu erkennen; so unterstreicht dieser Sonnenschutz die hochwertige Gestaltung der Außengastronomie.



- SCHLECHTER ZUSTAND
- GROSSFLÄCHIGE WERBUNG
- GRELLE FARBGEBUNG

Diesem Sonnenschirm ist klar anzusehen, dass seine besten Jahre bereits vorbei sind. Die ausgebleichene Bespannung in Kombinationen mit großen Werbeaufdrucken vermitteln keinen qualitativen Eindruck des Cafés.

Störend wirkt ebenfalls der große, verspielte Volant und die grelle Grundfarbe des Schirms. Mit diesen sehr auffälligen Attributen beherrscht der relativ kleine Schirm die komplette Umgebung.

Derartige Schirme, insbesondere wenn mehrere nebeneinander Verwendung finden, tragen nicht zur Aufwertung des öffentlichen Raumes bei.



2.3 SCHIRME - FARBEN



BESTIMMUNGEN ZU FARBEN

Bei den Bespannungen sind zurückhaltende Farben aus vier Farbfamilien zu verwenden:

- Weiß und helles Grau,
- Creme und Beige,
- Gedecktes Rot, Bordeaux
- Dunkle Grüntöne
- Dunkle Blautöne

Die folgenden Farbcodes werden im Hersteller unabhängigen Natural-Color-System (NCS) angegeben:

Farbton	Min-Wert (B C)	Max-Wert (B C)	Farbwert (H)
Weiß, Grau	00 00	20 00	N
Creme, Beige	00 00	10 15	G90Y - Y10R*
Dunkles Rot	40 50	50 50	Y80R - R10B*
Dunkles Rot	50 40	55 40	Y80R - R10B*
Dunkles Grün	45 50	55 50	B90G - G20Y*
Dunkles Grün	50 40	55 40	B90G - G20Y*
Dunkles Blau	50 40	55 40	R80B - B*
Dunkles Blau	60 30	60 30	R80B - R90B*

In Ausnahmen sind zulässig: 35 60 Y80R - R10B*

*dem Farbkreis im Uhrzeigersinn folgend

Es sind Farben aus dem angegebenen Spektrum oder in ihrer Wirkung ähnliche Farben für die Schirmbespannung zu verwenden.

ERLÄUTERUNG DES FARBSYSTEMS

Jeder Farbton im NCS besteht aus drei Komponenten:

Farbton (H) - dieser setzt sich aus den vier Grundtönen Y (Yellow = gelb); R (Red = rot); B (Blue = blau); G (Green = grün) und deren Mischfarben zusammen. Diese grundlegenden Farbtöne werden in einem Farbkreis abgebildet. Der Farbkreis wird durch ein reines Weiß sowie durch Grautöne ergänzt (Farbtonbezeichnung = N)

Schwarzanteil (B) - die Werte reichen von 00 (weiß) bis 100 (schwarz).

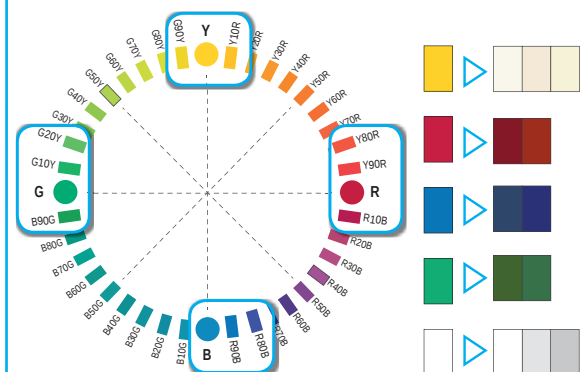
Farbsättigung (C) - dieser Wert umfasst ebenfalls eine Skala von 00 (keine Farbanteile = weiß bzw. grau) bis 100 (reine, grelle Farbe).

Der Farbcode wird also von drei Zahlen beschrieben, welche in folgender Reihenfolge angegeben werden:

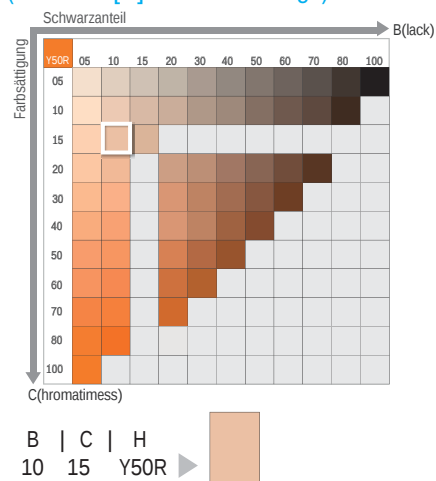
Schwarzanteil (B=black) / Farbsättigung (C =chromaticness) / Farbton (H=hue).

ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Grundfarben und ihre Abtönungen



Beispiel für eine Farbcode-Bildung im NC-System (Farbwert [H] - Y50R - Orange)





NEGATIV



Schirmständer sind optisch nicht ansprechend und eine Stolperfalle im öffentlichen Raum



Mehrfarbige Schirme mit großen Werbeaufschriften



Eine grelle Grundfarbe und viel Werbung lassen keine hochwertige Atmosphäre zu



Ein viel zu großer Volant bewegt sich im Wind und betont die Werbeaufschrift





POSITIV



Geradlinige Form und dezente Eigenwerbung



Dezente Fremdwerbung und schlichte Farbgebung



Eine sehr puristische Gestaltung eines Schirmes, welche in jedem Umfeld bestehen kann

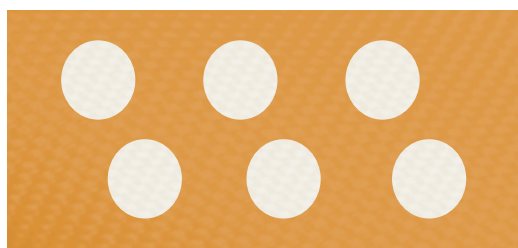
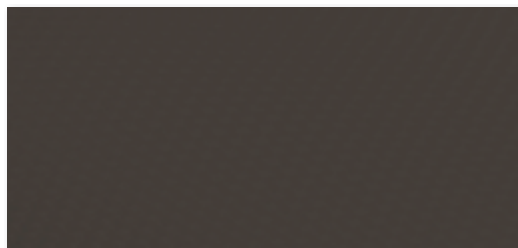




NEGATIV



UNZULÄSSIG (Beispiele für nicht zulässige Farbtöne und Muster von Schirmbespannungen)





POSITIV



GENERELL ZULÄSSIG (Beispiele zulässige Farbetöne von Schirmbespannungen)





- FILIGRANE EINFRIEDUNG
- PODEST NUR FÜR NIVEAUAUSGLEICH
- HOCHWERTIGER BODENBELAG

Für den Betrieb einer kleinen Außengastronomie ist an dieser Stelle ein Podest erforderlich. Das starke zwei-seitige Gefälle macht das Aufstellen von einer Sitzgruppe ohne einen entsprechenden Ausgleich unmöglich.

Mit einem Holzdeck und einer Absturzsicherung aus mattem Edelstahl wirkt diese kleine Terrasse hochwertig. Diese Erscheinung wird durch die klare, reduzierte-Formensprache noch verstärkt. Das Geländer erscheint durch die filigranen Stahlseile durchlässig, fast transparent.

Eine solche dezente Wirkung ist für den Innenstadtraum in allen Teilbereichen erwünscht.



- NICHT NOTWENDIGE EINFRIEDUNG
- MASSIVE OPTIK
- GROSSFLÄCHIGE WERBEAUFDROPCKE

Diese Art der Einfriedung stellt eine starke Zäsur im öffentlichen Raum dar. Durch die unnötige Präsenz von wiederkehrenden Werbebotschaften und die starke Einfärbung der Planen beherrscht diese Einfriedung die gesamte Wirkung der Außengastronomie.

Direkt an einer Straße gelegen, wäre hier eine transparente und zurückhaltende Abschirmung des gastronomischen Bereiches durchaus sinnvoll. Dieses Ziel wird durch die gespannten Planen jedoch nicht verfolgt, allein der Werbeeffekt steht hier Vordergrund. Dabei sollten Bestuhlung, Dekoration und Überdachungen einer Außengastronomie für sich selbst werben können. Für einen Passanten ist es jedoch aufgrund der Bespannung nicht mehr möglich, sich einen Eindruck von der dahinter befindlichen Gastronomie zu machen.



2.4 EINFRIEDUNGEN, PODESTE



ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

01. Wie durch die Bestimmungen 9 und 10 im Kap.1 (Allgemeinen Grundsätze) festgesetzt, sind Podeste und geschlossene Einfriedungen nur ausnahmsweise gestattet.

02. Alle Einfriedungen müssen im 90-Grad-Winkel für Personen mit einer Sehbehinderung ertastbar sein.

03. An Podesten und Einfriedungen sind keinerlei Werbeelemente zulässig.

BESTIMMUNGEN OPTIK

04. Die Anlage von nicht notwendigen geschlossenen Einfriedungen (Trennwände, Zäune, Absprerrungen etc.) ist nicht zulässig.

05. Eine dezente und durchlässige Abtrennung einer Außengastronomiefläche ist durch einzelne Elemente (wie z. B. Blumenkübel) gestattet.

06. Unverzichtbare Windschutz- oder Trennwände müssen überwiegend transparent oder transluzent gestaltet werden und dürfen eine maximale Höhe von 1,50 m nicht überschreiten.

07. Podeste / Terrassen dürfen lediglich zum Ausgleich eines Bodengefälles angelegt werden. Die maximale Höhe der Anlage darf somit die konstruktiv notwendige Höhe nicht überschreiten.

08. Podeste / Terrassen sind in leicht demontierbarer Bauweise mit einer Oberfläche aus Holz oder holzähnlichen Materialien zu errichten. Dabei ist auf eine schlichte optische Wirkung zu achten. Somit sind auch grelle Anstriche oder Beklebungen unzulässig.

09. Geländer und Absturzsicherungen sind filigran und schlicht in Form- bzw. Farbgebung auszuführen. Die Verwendung von hochwertigen und nicht reflektierenden Metalloberflächen bei Geländer ist hier zu bevorzugen.

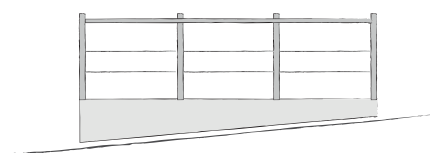
DEFINITION

Als Einfriedung im Sinne dieses Handbuches sind alle Elemente zu verstehen, die zur Abgrenzung oder dem Sicht- bzw. Windschutz einer Sondernutzungsfläche gegenüber dem restlichen öffentlichen Raum dienen. Dies könnten bspw. sein: Zaun, Geländer, Pergola, Glaselemente.

Als Podeste und Terrassen im Sinne dieses Handbuches sind alle Elemente im öffentlichen Verkehrsraum zu verstehen, welche sich durch eine Konstruktion über das Geländeniveau des Straßenraumes erheben und zum Aufenthalt bestimmt sind.

ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Anlage eines Podestes



- Nivellierung erforderlich
- filigrane, dezente Erscheinung

Unzulässige Anlage eines Podestes

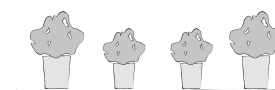


- kein Nivellierung erforderlich
- massive Optik
- Werbeelemente

Einfriedungen - unzulässiges Bsp. (links) und zulässiges Bsp. (rechts)



- geschlossene Einfriedungen
- Durchgang nicht möglich



- optische Trennung
- Durchlässigkeit ist dennoch gegeben



NEGATIV



Abtrennung des Raumes durch Einfriedung mit Werbewirkung



Unnötige Abbrenzung durch Pflanzkästen mit Rankgittern



Fremdwerbung und auffällige Einfassung an einer Einfriedung



Hohe, massive Sichtschutzelemente als Trennwände



Massives Podest an ebenerdiger Stelle / insgesamt wirkt die Terrasse ungepflegt





POSITIV



Durchlässige Abtrennung, freie Wege- und Sichtbeziehungen, auch in die Fläche der Außengastronomie



Zurückhaltende Wirkung des Podestes mit hochwertigem Material

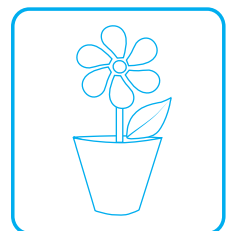
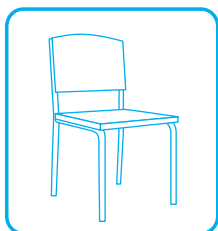


Schlichte, filigrane Absturzsicherung an einer Terrasse



Notwendiger Niveaue Ausgleich in einem sehr steilen Abschnitt der Fußgängerzone





3 AUSSENDARSTELLUNG

DEFINITION

Im Sinne dieses Handbuches umfasst die Außendarstellung alle Objekte, mit denen sich ein Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetrieb innerhalb des öffentlichen Verkehrsraumes repräsentiert. Dazu zählen u. a. Warenauslagen und Dekorationen. In diese Definition sind Objekte der Außenwerbung (z. B. sog. Kundenstopper) nicht eingeschlossen.



ZIELSTELLUNG

Die Außendarstellung einer gewerblichen Nutzung im öffentlichen Raum ist grundsätzlich erwünscht. Durch diese Belebung des Stadtraumes kann ein Spaziergang in der Innenstadt deutlich interessanter und kurzweiliger werden. Bei einer sehr großen Vielfalt von denkbaren Präsentationsformen und dem gewerblichen Interesse der Eigen- oder Fremdwerbung, schlägt der eigentlich positive Effekte in einigen Fällen in ein negatives Erscheinungsbild um. Dieser Effekt kann sich verstärken, wenn sich mehrere Geschäfte in einem Straßenzug darstellen.

Eine zwar deutliche aber nicht dominante Präsentation der Geschäfte im öffentlichen Raum ist daher das zentrale Ziel. Es soll eine harmonische Verquickung zwischen Fassaden, öffentlichem Raum und wirtschaftlichem Nutzen der Geschäftsbetreiber entstehen. Die Schaffung einer gelungenen Außenwirkung sowohl für das einzelne Ladenlokal, als auch für den gesamten Straßenzug steht im Mittelpunkt der folgenden Bestimmungen.

GRUNDSÄTZE AUSSENDARSTELLUNG

01. Es ist lediglich eine Art der kommerziellen Außendarstellung möglich: Entweder die Aufstellung eines Werbeträgers oder die Präsentation von Waren. Nur bei temporären Aktionen darf die Kombination von Werbeträger und Warenauslage erfolgen. Dabei darf ausschließlich auf diese Aktion hingewiesen werden. Die zulässige Ausdehnung der Warenauslage ist entsprechend der Grundfläche des Werbeträgers zu reduzieren. Siehe auch S. 45 (Grundsätze der Außenwerbung).

Eine derartige Kombination sollte nicht länger als 14 Tage andauern und nicht öfter als 5 mal im Jahr Anwendung finden.

02. Eine Außendarstellung darf nur im direkten räumlichen Zusammenhang mit der jeweiligen Nutzung erfolgen - also direkt am betreffenden Gebäude.

03. Warenpräsentation oder Werbung ist nur auf einer Gebäudeseite der jeweiligen gewerblichen Nutzung gestattet.



- KLEINE FLÄCHE
- LIEBEVOLLES ARRANGEMENT
- KEINE WERBUNG

Mit einer gekonnten Außendarstellung kann Laufkundschaft auf das Sortiment des jeweiligen Ladenlokals hingewiesen und Interesse geweckt werden. Der Passant erhält auf den ersten Blick einen Eindruck des Geschäftsmodells, ohne den Laden zu betreten.

Ohne den Einblick durch die Schaufenster zu behindern, macht diese Art der Warenpräsentation, dezent und liebevoll gestaltet, auf das Angebot des Ladens aufmerksam. Schlicht und zurückhaltend setzt die Auslage nur punktuell im öffentlichen Raum einen Akzent, ohne mit einer überladenden Gestaltung die Wirkung des öffentlichen Raumes zu stören. Im Gegenteil, diese Art der Warenpräsentation trägt durch eine gekonnte Dekoration und schlichte Farben zu einer hochwertigen Atmosphäre des Straßenzuges bei.



- GROSSE FLÄCHE
- MEHRREIHIG
- ZUSÄTZLICHE WERBUNG

Bei der rechts abgebildeten Art der Außendarstellung wird der Anblick allein durch Quantität definiert. In mehreren Reihen stehen sehr unterschiedliche Artikel durcheinander und versperren den direkten Blick ins Schaufenster. Durch hohe Ständer, dicht mit bunter Ware bestückt sowie grellen und teilw. improvisierten Werbeschildern, wird der Eindruck einer ungeordneten und überfrachteten Darstellung des Ladenlokals verstärkt.

In diesem Fall handelt es sich auch nicht länger um eine reine Außendarstellung, sondern viel eher um eine massive Erweiterung der Verkaufsfläche in den öffentlichen Raum. Zur Aufwertung des Straßenraumes trägt eine solche Auslage nicht bei.



3.1 WARENAUSLAGEN QUANTITÄT



BESTIMMUNGEN ZUR QUANTITÄT

01. Nach Geschäftsschluss und bei Nichtnutzung sind alle Warenauslagen und notwendige Hilfsmittel aus dem öffentlichen Raum zu entfernen.

02. Warenauslagen sind schlicht und einreihig auszuführen. Alternativ können diese statt in einer Reihe auch in kleinen dekorativen Gruppen (punktuelle Auslagen) angeordnet werden.

03. Stationäre Warenauslagen, wie Vitrinen, sind nur ausnahmsweise bei weitläufigen öffentlichen Flächen sowie mangelnder Schaufensterfläche zulässig.

04. Bei Geschäftshäusern mit einer Gebäudefront von ≤ 7.00 m können max. $2/3$ der Fassadenfront für die Warenpräsentation genutzt werden. Bei Geschäftshäusern mit einer Gebäudefront von > 7.00 m kann maximal $1/2$ der Front für die Warenpräsentation genutzt werden. Bei den zur Berechnung herangezogenen Fassadenbreiten sind Eingangsbereiche abzuziehen.

05. Waren dürfen bis zu einer max. Höhe von 1.50 m präsentiert werden. Ausnahmen können gewährt werden, wenn die Ware eine andere Präsentationsart nicht zulässt.

06. Das Aufstellen von Waren kann bis zu einer max. Tiefe von 1.50 m von der Hauskante/Gebäudepfeilern erfolgen; andere Funktionen (z. B. Zugänge zu Hauseingängen) dürfen nicht behindert werden. In den Arkadengängen sind - zur Sicherstellung eines geradlinigen Laufweges entlang der Schaufensterfronten - die Warenauslagen an den Pfeilern / Stützen zu orientieren.

07. Um den allgemeinen Fußgängerverkehr nicht zu beeinträchtigen, ist immer eine Gasse von min. 1.50 m auf Gehwegen bzw. in Fußgängerzonen freizuhalten.

08. Sollte eine Befahrung der Flächen notwendig sein (z. B. durch Rettungsfahrzeuge), muss eine entsprechende Gasse von min. 4.00 m frei gehalten werden.

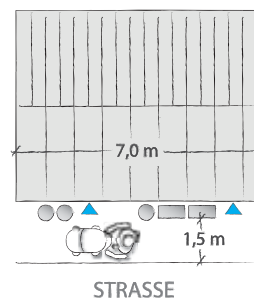
DEFINITION

Als Warenauslagen im Sinne dieses Handbuches sind alle Elemente zu verstehen, welche der Anpreisung, der Präsentation oder dem direkten Verkauf von Ware dienen.

Dies können z. B. sein: Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken.

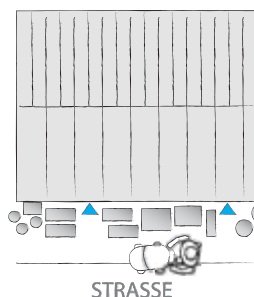
ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Quantität (Draufsicht einer Warenauslage)

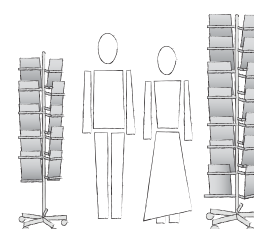


- $< 2/3$ der Front
- einreihig
- zwei Arten
- freie Zugänge
- freie Wegebeziehung

Unzulässige Quantität (Draufsicht einer Warenauslage)



- $> 2/3$ der Front
- zweireihig
- viele Arten
- verstellte Zugänge & Wegebeziehungen
- über die Ladenbreite hinaus



- der rechte Ständer ist deutlich über 1,50 m hoch
- Artikel befinden sich nicht mehr in Sicht- u. Greifhöhe



- DEKORATIV GESTALTET
- PUNKTUELLE ANORDNUNG

Diese Warenauslage für Floristik vereint die Präsentation von zu verkaufender Ware, mit einer sehr dekorativen Gestaltung des Außenraumes.

In einer übersichtlich und kompakt arrangierten Form, trägt diese Art der Warenpräsentation zur deutlichen Aufwertung des öffentlichen Raumes bei. Damit wird sowohl dem Interesse des Ladenbetreibers, als auch dem allgemeinen Ziel ‚eines belebten und hochwertigen öffentlichen Umfeldes‘ Rechnung getragen.

Mit dieser punktuell konzentrierten Warenauslage werden keinerlei Wege- oder Sichtbeziehungen bzw. Zugänge behindert.



- FLÄCHIGE AUSDEHNUNG
- VERSPERRT WEGE- UND BLICKBEZIEHUNG
- WIRKT IMPROVISIERT

Auf dem Foto ist ebenfalls eine Warenauslage eines Floristikfachgeschäftes zu sehen. Der Unterschied zur oben abgebildeten Auslage ist klar erkennbar.

Die ca. zwei Meter hohen Rollcontainer blockieren Wegebeziehungen und die Sicht auf die gegenüberliegenden Schaufensterfronten wird behindert. Der öffentliche Raum wird so zur massiven Erweiterung der privaten Verkaufsfläche genutzt, ohne einen erkennbaren Mehrwert für die Atmosphäre des Raumes zu erzielen.

Hier handelt es sich um eine quantitativ und wirtschaftlich optimierte Auslage ohne eine erkennbare Gestaltungsabsicht.



3.2 WARENAUSLAGEN QUALITÄT



BESTIMMUNGEN ZUR QUALITÄT

01. Waren sind dem Passanten stets ansprechend zu präsentieren und sind auf eine übersichtliche Weise anzuordnen. Ggf. ist die Kombination der Warenauslage durch Dekorationselemente (z. B. Blumen) sinnhaft.

02. Warenauslagen bzw. die notwendigen Hilfsmittel (z. B. Ständer, Körbe) sind vor einem Ladenlokal in Farbe und Material aufeinander abzustimmen.

03. Auch benachbarte Geschäfte sollten dafür Sorge tragen, dass das Erscheinungsbild ihrer Warenauslagen miteinander harmonisiert und nicht konkurriert.

04. Es sind max. zwei Arten der Warenpräsentation pro Nutzungseinheit zulässig (Drehständer, Auslage auf dem Boden, Kleiderpuppe etc.).

05. Warenauslagen müssen mindestens einen Abstand von 1,0 m zur jeweiligen Gebäudekante einhalten. Alternativ ist es nach Absprache der Geschäftsbetreiber auch möglich zwischen benachbarten Warenauslagen (zweier Ladenlokale) einen Mindestabstand von 1,5 m einzuhalten.

06. Improvisierte Warenauslagen (z. B. von Europaletten, aus Pappkartons, aus Einkaufswagen) sind im gesamten Innenstadtbereich nicht zulässig. Eine Präsentation der Ware in Drahtcontainern ist ebenfalls nicht gestattet.

07. Hilfsmittel für Warenauslagen (Ständer, Körbe etc.) sind in Farbe, Form und Material schlicht auszuführen. Ein hochglänzende oder grelle optische Wirkung ist unzulässig.

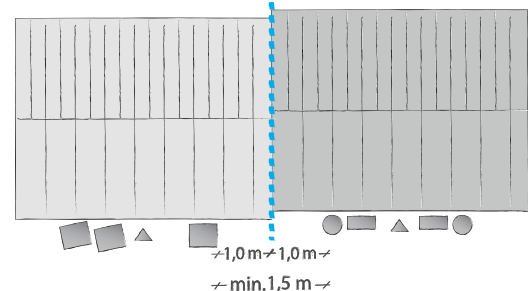
08. Zusätzliche Werbetafeln an Warenauslagen sind nicht gestattet.

09. Ein Wetterschutz, welcher unter die Regelungen dieses Handbuches (siehe Kapitel 2.2) fällt, ist für Warenauslagen nicht zulässig.

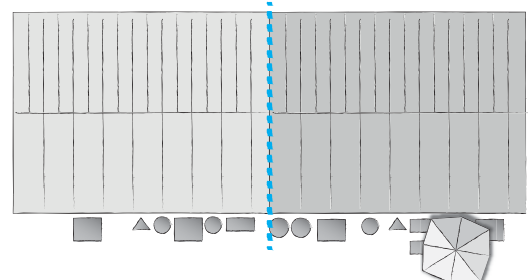


ZUSAMMENFASSUNG

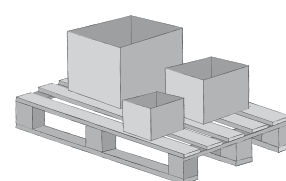
Zulässige Anordnung von Warenauslagen (Draufsicht)



Unzulässige Anordnung von Warenauslagen



Unzulässige Arten von Warenauslagen



- improvisiert von einer Europalette



- Drahtcontainer
- extra Werbeaufdruck



NEGATIV



Sehr einfache Drahtcontainer | Es wird nicht die Atmosphäre einer 1A-Lage vermittelt



Auslage liegt im Laufweg der Fußgängerzone



Die Auslage des Geschäftes erstreckt sich über die gesamte Breite des Ladenlokals | Einblicke in das Ladenlokal sind nicht möglich



Unnötige Erweiterung der vorhandenen Schaufensterflächen durch Vitrinen



Auslage reicht weit in den öffentlichen Raum hinein | Laufwege werden behindert





POSITIV



Übersichtliche Anordnung in einem Hochwertigem Ständer



Dezente Optik im Bereich des Ladeneingangs (auf privater Fläche)



Dekorativer Hinweis auf ein Ladenlokal



Austellung von Einzelstücken | Die Präsentation wirkt übersichtlich und hochwertig





- REINES DEKORATIONSELEMENT
- ZUSÄTZLICHE GESTALTET
- HOCHWERTIGES EINZELSTÜCK

Die abgebildete Art der Außenpräsentation vereint zwei Zielstellungen: Sie verweist dezent auf den ansässigen Geschäftszweig sowie auf die entsprechenden Produkte und hat somit eine Werbewirkung; gleichzeitig stellt dieses Weinfäß ein dekoratives Highlight im Straßenzug dar.

Es erfolgt seitens des Ladenbetreibers keine weitere Werbung. Insbesondere die hochwertigen natürlichen Materialien tragen insgesamt zur Atmosphäre der Ladenzeile bei. Das Faß wird durch die Kombination mit anderen Dekorationsgegenständen wie den Blumen zu einem echten ‚Hingucker‘.



- KEIN HOCHWERTIGES MATERIAL
- SEHR GROSSFORMATIG
- STELLT DIREKT DAS PRODUKT DAR

Diese fast zwei Meter große ‚Eis-Tüte‘ bildet direkt das zu verkaufende Produkt nach. Damit wirkt das 3D-Objekt als reine und dazu noch sehr große Werbeanlage.

Das verwendete Material - Vollkunststoff - verstärkt in Verbindung mit der Farbigkeit des Objektes den Eindruck eines überdimensionalen 3D-Werbeträgers. Das eigentliche Ziel: Die Schaffung einer neutraler und ansprechender Dekoration, kann mit einem solchem Objekt nicht erreicht werden.

Diese ‚Eis-Tüte‘ wirkt sich nicht positiv auf die umgebende Stadtatmosphäre aus.



3.3 DEKORATION



BESTIMMUNGEN DEKORATION

- 01.** Eine dekorative Präsentation ist grundsätzlich in Kombination mit Warenauslagen oder einer Außenwerbung möglich.
- 02.** Die in Kap. 2 (Warenauslagen) formulierten Bestimmungen zur Quantität von Warenauslagen müssen auch bei der nicht kommerziellen Außendarstellung berücksichtigt werden (z. B. Freihaltung von Zuwegungen).
- 03.** Eine ‚Dekoration‘ im Sinne dieses Handbuchs darf nicht mit Hilfe der im Laden erhältlichen Produkte erfolgen.
- 04.** Die Gegenstände und Gestaltungselemente dürfen nicht mit zusätzlichen Werbeinformation versehen sein.
- 05.** Die ‚Dekoration‘ soll zu einem harmonischen und attraktiven Ambiente des Straßenzuges beitragen.
- 06.** Die gewählten Größen und Mengen von Dekorationselementen müssen in einem angemessenen Maßstab zu ihrem Umfeld ausgewählt werden (z. B. an Laden- und Gebäudegröße, Größe des öffentlichen Raumes).
- 07.** Die Verwendung von Gegenständen mit einer Oberfläche aus Vollkunststoff, Riffelblechen oder Waschbeton sowie mit einer grell farbigen bzw. reflektierenden Oberflächen ist nicht zulässig.

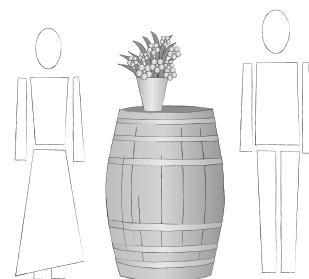
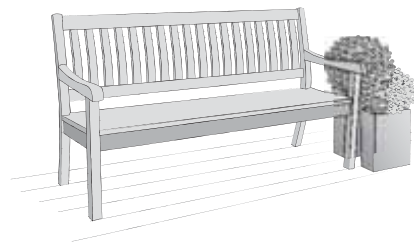
DEFINITION

Mit ‚Dekoration‘ im Sinne dieses Handbuchs ist die dekorative Außendarstellung ohne direkten kommerziellen Nutzen im öffentlichen Raum gemeint. Dies umfasst ein sehr weites Spektrum und reicht von Kunstgegenständen bis zu Laternen im Eingangsbereich.

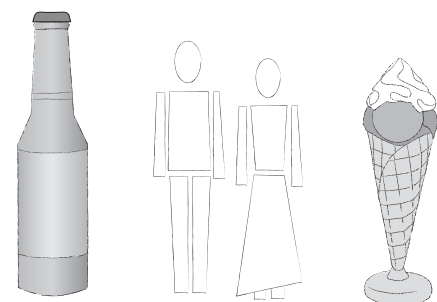
In diese Begrifflichkeit ist nicht das Aufstellen von Pflanzgefäßen bzw. die Bepflanzung von Kübeln eingeschlossen.

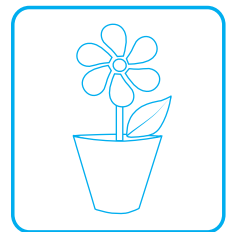
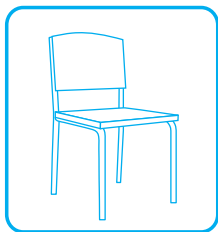
ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Dekoration bzw. Gestaltungsvariante



Unzulässige Arten der ‚Dekoration‘





4 AUSSENWERBUNG

DEFINITION

Im Sinne dieses Handbuches sind mit dem Begriff ‚Außenwerbung‘ alle Elemente gemeint, welche der Geschäfts- und/oder Produkthanpreisung im öffentlichen Raum dienen. Dieses gilt sowohl für Eigen- als auch für Fremdwerbung. In diese Gruppe zählen z. B. Aufsteller, Werbefahrten, Transparente.

ZIELSTELLUNG

Durch immer mehr Werbung wird das Stadtbild immer diffuser. Eine regelrechte Flut von teilweise sehr großen und auffälligen Werbeanlagen hat sich in den vergangenen Jahren etabliert; dabei ist eine regelrechte Konkurrenz zwischen den Geschäftstreibenden entstanden.

Dieser Umstand soll durch Reduzierung der Quantität und Größe von Außenwerbung wieder auf ein für Passanten, Bewohner und Ladenbetreiber erträgliches Maß gebracht werden.

Jeder Geschäftstreibende soll die Chance auf Werbung erhalten, jedoch mit einem Mindestmaß an Qualität.

GRUNDSÄTZE AUSSENWERBUNG

01. Außenwerbung kann auch durch Werbeanlagen an baulichen Anlagen erfolgen (z. B. Ausleger). Diese tragen zwar in den öffentlichen Raum, werden aber nach § 86 BauO NRW beurteilt und fallen somit unter die Bestimmungen der ‚Örtlichen Bauvorschriften‘ für die Siegenger Innenstadt.

02. Es ist nur eine Werbeanlage pro gewerbliche Nutzung zulässig. Ausnahmen können bei sehr großflächigen Geschäften oder Gastronomiebetrieben gewährt werden.

03. Stationäre bzw. in den Boden verankerte Werbeanlagen sind im öffentlichen Raum unzulässig. In Ausnahmen sind stationäre Schaukästen und Vitrinen zulässig.

04. Es ist lediglich eine Art der Außendarstellung möglich: Entweder ein mobiler Werbeträger oder die Präsentation von Waren. Nur bei temporären Aktionen ist eine Kombination beider Elemente zulässig. Siehe S. 35 (Grundsätze Außendarstellung).





- SCHLICHTE GESTALTUNG
- AKTUELLES ANGEBOT
- HOCHWERTIGES MATERIAL
- DIREKT AN DER FASSADE

Im Bild ist ein sog. Kundenstopper als typische Form der Außenwerbung zu sehen. Die Anlagen sind verhältnismäßig günstig, mobil und im zusammen geklappten Zustand leicht zu verstauen.

Die Werbeanlage befindet sich in unmittelbarer Nähe zur Stätte der Leistung, also dem zugehörigen Ladenlokal und behindert keinerlei Wegebeziehungen.

Durch eine ansprechende, schlichte Optik mit hochwertigen Materialien wirkt dieser Kundenstopper durchaus ansprechend. Gleichzeitig präsentiert die Werbeanlage handschriftlich ein aktuelles und individuell gestaltetes Angebots.



- SEHR GROSSES FORMAT
- MASSIVE OPTIK
- BEFINDET SICH WEIT IM LAUFWEG

Die hier gezeigte Werbeanlage ist besonders auladend, sowohl die Höhe als auch die Breite betreffend. Dieser übergroße Kundenstopper begegnet dem Passanten auf Augenhöhe und versperrt durch sein massives Erscheinungsbilds Blick- und Wegebeziehungen.

Der beabsichtigte Werbeeffect nutzt sich schnell ab, durch die ständige und gleichbleibende Präsenz im Straßenbild. Außerdem ist die Werbung mit einer Vielzahl von Informationen versehen, die der Passant im 'Vorbei-Gehen' gar nicht erfassen kann. Dieser Umstand trägt nicht zur Platzierung der Werbebotschaft bei.



4 AUSSENWERBUNG



BESTIMMUNGEN ZU ARTEN

01. Außenwerbung sind in folgenden Formen nicht zulässig:

- jede Art von stationärer bzw. verankerter Außenwerbung (z. B. Fahnen, Pylonen)
- Beachflags und Inflatables
- schwingbare Aufsteller (sog. Swingmaster)
- Aufsteller mit Aufsätzen

02. In Ausnahmen sind stationäre Schaukästen zulässig



BESTIMMUNGEN ZU QUALITÄT

01. Anlagen der Außenwerbung dürfen sich nicht eigenständig bewegen; auch eine mögliche Bewegung durch Wind oder manuellem Anschub verursacht ist unzulässig.

02. Kundenstopper dürfen eine Höhe von 1,20 m nicht überschreiten. Die Verwendung von hochwertigen Materialien (z. B. Holzrahmen) wird empfohlen.

03. Eine schlichte Farb- und Formgebung ist bei allen Anlagen der Außenwerbung verpflichtend. Die Werbelelemente dürfen nicht mit grellen oder reflektierenden Materialien gestaltet sein.

04. Das zusätzliche Anbringen von Objekten, um die Aufmerksamkeit von Passanten zu erhöhen (z. B. Ballons, bunte Bänder), ist nicht zulässig.

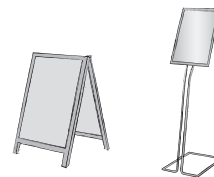
BESTIMMUNGEN ZU AUFSTELLUNG

01. Die Aufstellung von Anlagen der Außenwerbung ist nur im direkten räumlichen Zusammenhang mit der gewerblichen Einrichtung zulässig.

02. Direkte Wegeverbindungen oder Zuwegungen (z. B. zu Hauseingängen) dürfen durch Werbeanlagen nicht behindert werden.

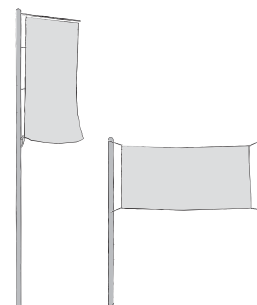
ZUSAMMENFASSUNG

Zulässige Formen der Außenwerbung



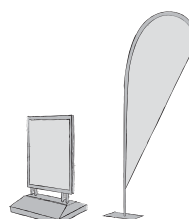
- schlichte, geradlinige Form
- ohne zusätzliche Aufsätze

Nicht zulässige Formen der Außenwerbung



- stationäre Anlagen
- große Dimensionierung

Nicht zulässige Formen der Außenwerbung



- bewegliche Anlagen



NEGATIV



Beachflag in Kombination mit einem Fahrradständer (doppelte Werbung)



Übergroßer Kundenstopper mit einem massivem Standfuß



Stationäre Werbeanlage



Aufsteller mit zusätzlichen Ballons, weit entfernt von der Fassade





POSITIV



Individuelle und dennoch zurückhaltende Werbung

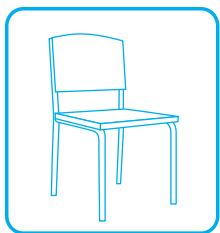


Schlichte Staffelei mit aktuellem Angebot



Vergleich zweier Kundenstopper | Im Vordergrund eine schlichte Form mit Holzrahmung - im Hintergrund ein Modell mit abgerundetem Aufsatz aus Kunststoff (negativ)





4 SONSTIGE ELEMENTE

DEFINITION

Im Sinne dieses Handbuches werden alle durch Privatpersonen in den öffentlich gewidmeten Raum eingebrachten Objekte, welche nicht durch bisherige Kategorien erfasst wurden und das Stadtbild beeinflussen, in der Kategorie ‚Sonstige Elemente‘ zusammengefasst (bspw. Pflanzkübel, Stadtmöbel).



ZIELSTELLUNG

Neben den bisher benannten Elementen im öffentlichen Raum tragen auch weitere Objekte maßgeblich zur einer harmonischen Gestaltung von Straßen und Plätzen bei, wie z. B. Pflanzbehältnisse.

Im Zusammenspiel mit der beabsichtigten Wirkung der Sondernutzungsflächen sind auch diese Details zukünftig zu gestalten. Dabei geht es vor allem um die Schaffung eines stimmigen Gesamtbildes für den einzelnen Betrieb, aber auch für ganze Straßenzüge. Bei einer sehr modern und schlicht ausgestatteten Außengastronomie wirken stark gemusterte und grell-bunte Pflanzgefäße als störend. Daher sind auch diese Details von großer Bedeutung.

GRUNDSÄTZE SONSTIGE ELEMENTE

- 01.** Dauerhafte bzw. langfristig genutzte autarke Verkaufseinrichtungen sind sowohl mit als auch ohne Serviceangebot nicht zulässig.
- 02.** Das Aufstellen sowie Betreiben von automatisierten Spielgeräten - mit und ohne Entgeltbeitrag - ist nicht zulässig.
- 03.** Das Aufstellen von sog. Stadtmobilierung (z. B. Fahrradständer) ist nicht statthaft. Ausnahmen können bei einzelnen Sitzgelegenheiten (z. B. Bänke) gewährt werden. Unter diese Bestimmungen fallen nicht die an der Fassade aufgestellten Abfallbehältnisse bzw. Aschebehälter.



- SHLICHTES PFLANZGEFÄSS
- SCHLICHTE BEPFLANZUNG
- PASSENDE GRÖSSENVERHÄLTNISSE

In einem schlicht geformten, grauen und matten Pflanzgefäß betonen die beiden Pflanzen den Eingang eines Ladenlokal auf eine attraktive Weise.

Es handelt sich um eine symmetrische Anordnung mit identischen Gefäßen und Bepflanzungen, dies lenkt den Fokus zusätzlich auf die Eingangssituation.

Sowohl Pflanzgefäß als auch die Pflanzen wirken gepflegt und tragen positiv zur Gestaltung der Ladenfront bei.



- FREMDKÖRPER IM ÖFFENTLICHEN RAUM
- BEHINDERT SICHT- UND BLICKBEZIEHUNG

Dauerhaft autarke Verkaufseinrichtungen sowohl als Außengastronomie als auch für den Vertrieb von Waren haben einen sehr großen Platzbedarf im öffentlichen Raum. Sie nehmen großzügige Bereiche ein und okkupieren diese vollständig.

In Siegen sind öffentlich zugängliche und ansprechend gestaltete Freiflächen ein seltens Gut. Diese sollten zu jeder Zeit und für alle Personenkreise frei zugänglich sein.

Außerdem hemmen derartige Einrichtungen Wege- und Blickbeziehungen.



4 SONSTIGE ELEMENTE



ALLGEMEINE BESTIMMUNGEN

01. Abfall- und Aschebehälter müssen in Form- und Farbgebung schlicht ausgeführt werden. Die Aufstellung ist nur in direktem räumlichen Zusammenhang mit der jeweiligen Fassade zulässig.

02. Hochglänzende / reflektierende Oberflächen sind weder bei Pflanzgefäßen noch bei sonstigen Gegenständen im öffentlich gewidmeten Raum zulässig.

BESTIMMUNGEN ZU BEPFLANZUNGEN

03. Pflanzbehälter aus Vollkunststoff und Waschbeton sowie die Verkleidung mit offener Holzlattung sind generell unzulässig.

04. Bepflanzungen sollten in ihrer Größe und Art passend zum jeweiligen Pflanzgefäß und Standort ausgewählt werden. Auf die regelmäßige Pflege bzw. den Ersatz von Bepflanzung ist zu achten.

05. Der dauerhafte Einsatz von künstlichen Pflanzen ist nicht gestattet.

UNTERSTADT UND OBERSTADT

06. Bei einer gewerblichen oder privaten Nutzungseinheit sind Pflanzbehälter in Form, Farbe und Art der Bepflanzung aufeinander abzustimmen.

07. Pflanzbehälter müssen eine geradlinige und schlichte Form aufweisen. Die Verwendung von Ornamentik und Musterung ist unzulässig.

08. Die Verwendung von grellen und intensiven Farben ist bei Pflanzbehältern nicht gestattet. Es sind neutrale und natürliche Farbtöne (z. B. grau) zu bevorzugen.

09. Bei den Oberflächen der Pflanzgefäße sind folgende Wirkungen nicht zulässig: Hochglänzenden Oberflächen und unglasierte Tongefäße.



ZUSAMMENFASSUNG

Grundsätzlich zulässige Pflanzgefäße

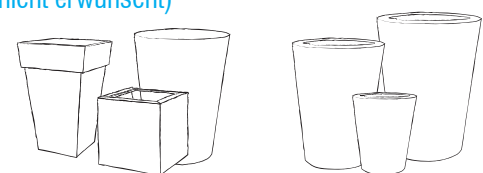


Schlichte Formen und zurückhaltende Materialien

Nur in der Altstadt zulässige Pflanzgefäße



Anordnung / Gruppierung von Pflanzgefäßen (links nicht erwünscht)



- verschiedene Formen und Größen

- gleiche Formensprache



NEGATIV



Stadtmobiliar mit Werbung



Lieblose Gestaltung mit Hangflorstein



Lagerung von privaten Gegenständen im öffentlichen Raum



Ungepflegter Zustand der Pflanzbehälter





POSITIV



Kleiner und sehr schlichter Abfall- und Aschebehälter, direkt am Pfeiler des Gebäudes



Blumenschmuck vor privaten Eingängen (Altstadt)

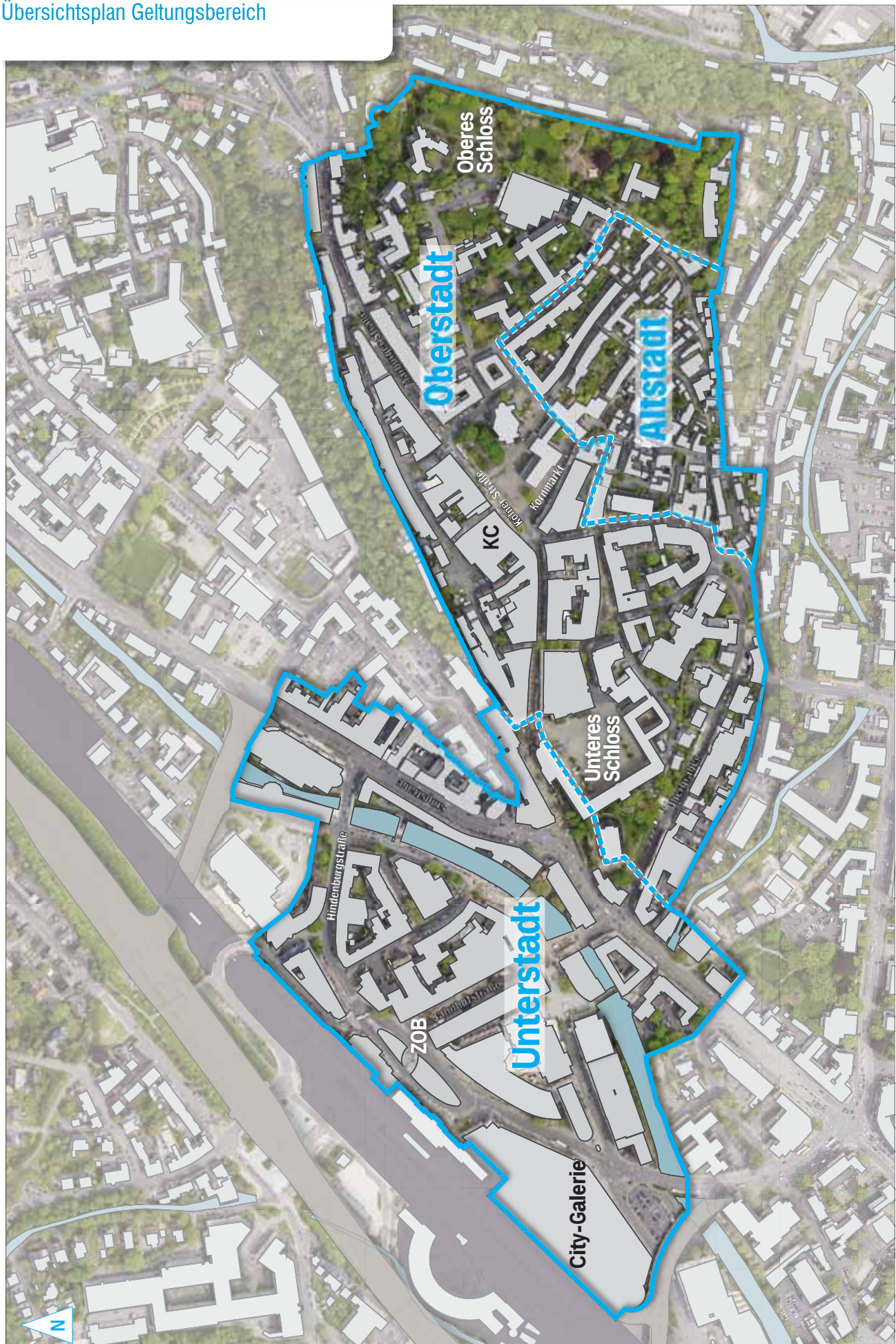


Gruppe von geradlinigen, schlichten Pflanzgefäßen in gleicher Optik / die Bepflanzung steht im Mittelpunkt (Katalogbild)



Sog. „Wechselflor“ (wechselnde Bepflanzung, den Jahreszeiten entsprechend, z. B. Tulpen, Primeln) trägt in Kübeln oder auf Beeten zu einem attraktiven Stadtbild bei





Impressum

Herausgeber:
Universitätsstadt Siegen
Der Bürgermeister

Abteilung 1/1 Stadtentwicklung
Weidenauer Straße 211 - 213
57076 Siegen

In Zusammenarbeit mit folgenden Institutionen und Fachabteilungen:

Gesellschaft für Stadtmarketing Siegen e.V., Immobilien- und Standortgemeinschaft Oberstadt Siegen e.V.

Abt. 1/3 Wirtschaftsförderung, Abt. 6/2 Ordnung, Gewerbe und Straßenverkehr, Abt. 7/1 Straße und Verkehr, Abt. 7/5 Stadtplanung

Beschluss: 07. Mai 2014 | Auflage: 1.000