GESTALTUNGSLEITLINIEN

NUTZUNG ÖFFENTLICHER FLÄCHEN

(durch Private)

Hier geht es um Gestaltungsleitlinien zur Nutzung des öffentlichen Raumes durch Private, d.h.

- mobile Werbeträger/»Passantenstopper«
- Geschäftsauslagen
- Außengastronomie

Weitere Gestaltungsleitlinien finden Sie in Teil 1 zu **Gebäudegestaltung** und in Teil 2 zu **Werbeanlagen an Gebäuden**.

1. **Ziel: Belebung** des öffentlichen Raumes (einladendes Ambiente zum Flanieren, Kommunizieren und Verweilen)
2. **hochwertiges Erscheinungsbild** der privaten Anlagen auf öffentlichem Boden
3. **kein** ungeordnetes »**Zustellen**« oder »**Inbesitznahme**« des öffentlichen Raumes durch private Anlagen
4. **fließende Übergänge** zwischen öffentlich und halböffentlich (geschäftlich/gastronomisch) geprägten Bereichen; keine Abtrennung privat wirkender Zonen im öffentlichen Raum
5. **Freihaltung wichtiger Sichtachsen** auf stadtbildprägende Gebäude und Stadträume
6. **Freihaltung der Lauflinie** auf Gehwegen (kein behinderndes »Slalomlaufen« um Geschäftsauslagen und Kundenstopper)

MOBILE WERBETRÄGER

1. Nähe zur **Stätte der Leistung** (außer bei Betriebsstandorten in einer Passage oder im Hinterhof)

2. **max. 1 frei stehende** oder **mobile** Werbeanlage je Betrieb (z. B. Klappständer, Beachflag, Werbeschild am Fahrradständer)

3. **Klappständer (Kundenstopper)**:
   - unmittelbare **Nähe** zum Betrieb
   - außerhalb der **Lauflinie**
   - stadteinheitliches **Rahmendesign** (z. B. integriert in einen Fahrradständer)

4. **Verzicht** auf **größere mobile Anlagen** wie z. B. Pylone, Werbefahnen, parkender Anhänger mit Werbeplane

5. **Verzicht** auf **intensive (Signal-)Farben** und **Produktwerbung**

6. **Verzicht** auf vergrößerte, skulpturenartige **Produktimitate** (z. B. überdimensionierte Eishörnchen, Brillen, Handys)

GESCHÄFTSAUSLAGEN

1. unmittelbare Nähe zur **Stätte der Leistung**
2. max. **eine Zeile/Reihe** unmittelbar an der Außenwand des Betriebes
3. Reihe mit Geschäftsauslagen nicht breiter als die **zum Betrieb gehörende Fassade**
4. **hochwertige** oder **handwerklich-kreative Präsentations-formen** bei Warentischen, -ständer oder -displays erwünscht
5. Vermeidung einer »billig« oder »überladen« wirkenden **Warenpräsentation** (keine »Ramsch«-Eindruck im öffentlichen Raum)
6. **Verzicht** auf **intensive (Signal-)Farben** und **Produktwerbung**
7. ausreichend **Platz für Fußgänger** auf Gehwegen
8. kein Palettenverkauf

1. einheitliche, **aufeinander abgestimmte** Gestaltung der Möblierung (z. B. aus einer Produktlinie eines Herstellers)

2. ohne **Produkt-** oder **Fremdwerbung**

3. **Stühle und Tische**:
   - hochwertig wirkende **Materialien** (z. B. Holz, Metall, hochwertiger Kunststoff – **keine** »billigen« (Plastik-)Möbel)
   - filigranes, »luftiges« Erscheinungsbild (z. B. keine dunklen, visuell »schwer« wirkenden Polyrattan-Sessel)

4. **Sonnenschirme**:
   - farblich **einheitlich** und **abgestimmt** auf Möblierung
   - **keine** festmontierten oder dauerhaft geöffneten Schirme

5. **Windschutz**:
   - Generell eher nicht gewünscht
   - **mobile Ausführung** zum schnellen Auf- und Abbau ggf. möglich
   - **keine** flächig/massiv wirkende **Abtrennung** zum öffentlichen Raum (z. B. blickdicht geschlossene Stellwände)