

# STADT BAUNATAL

RICHTLINIE ZUR INANSPRUCHNAHME ÖFFENTLICHER FLÄCHEN  
IN DER INNENSTADT DURCH HANDEL UND GASTRONOMIE





# RICHTLINIE ZUR INANSPRUCHNAHME ÖFFENTLICHER FLÄCHEN IN DER INNENSTADT DURCH HANDEL UND GASTRONOMIE

(RiliHaG)

Junker + Kruse  
Stadtforschung Planung

Rolf Junker  
Andreas Mayer  
Sebastian Otto

Markt 5  
44137 Dortmund  
Tel. 0231 557858-0  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)  
[info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)



im Auftrag der Stadt Baunatal  
November 2014

# INHALT

<b>A.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>5</b>
<b>B.</b>	<b>Ausweisung öffentlicher Flächen für Sondernutzungen</b>	<b>8</b>
<b>C.</b>	<b>Vorgaben zur Gestaltung von Werbeanlagen</b>	<b>12</b>
<b>D.</b>	<b>Vorgaben zur Zulässigkeit von Warenauslagen und Aufstellern</b>	<b>14</b>
<b>E.</b>	<b>Richtlinien für die Möblierung der Außengastronomie</b>	<b>18</b>

## A | EINLEITUNG

Der innerstädtische öffentliche Raum ist Kristallisationspunkt des öffentlichen Lebens. Im Bereich der Hauptgeschäftslagen und der Fußgängerzonen mit hoher Passantenfrequenz werden vielfältige Anforderungen an die Freiräume gestellt. Eine gehaltvoll gestaltete Innenstadt stellt für jeden Bürger, Besucher und Betreiber einen unveräußerlichen Wert dar.

Vor allem in den Geschäftslagen der Innenstadt, die häufig auch dicht mit gastronomischen Nutzungen besetzt ist, werden die Flächen vor den (Laden)Lokalen intensiv für Warenauslagen und Außengastronomie genutzt.

Daher sind konkurrierende Nutzungsansprüche oft vorprogrammiert. Selbstverständlich soll es gewerblichen Anliegern mög-

lich sein, ihren Geschäftsbetrieb durch das Miteinbeziehen der Außenflächen zu optimieren. Diese Nutzungen stellen einen elementaren Bestandteil einer lebendigen und für eine Innenstadt typischen Atmosphäre dar. Gleichzeitig muss jedoch sichergestellt sein, dass diese Inanspruchnahme von Flächen die Laufwege von Besuchern und Passanten nicht beeinträchtigt und sicherheitsrelevante Freiflächen und Korridore erhalten bleiben. Deshalb müssen beide Faktoren behutsam miteinander ausbalanciert werden.

Neben dieser Zuteilung von Flächen ist auch die Wahrung des städtebaulichen Erscheinungsbilds von Bedeutung. Deshalb ist es auch Ziel der Richtlinie, alle Beteiligten für die Wahrung attraktiver öffentlicher Räume zu sensibilisieren. Fehlende Regelungen füh-

ren häufig zu einem unerwünschten Wildwuchs in Anzahl und Erscheinungsbild der Möblierung. Selbstverständlich sollen Eigentümer und Betreiber ihre Verkaufsstätten und Ladenlokale individuell präsentieren und bewerben können. Daher soll den Gewerbetreibenden ein gerechtes Maß an Freiheit in der Selbstdarstellung eingeräumt und dabei gleichzeitig das Stadtbild erhalten werden. Dies gelingt am besten durch einen verbindlichen Rahmen, der für alle Betroffenen gleichermaßen gilt.



Umkeinender Gewerbetreibenden in der Ausübung seines Geschäfts zu beeinträchtigen, wurde die Richtlinie in enger Zusammenarbeit mit allen Anliegern erarbeitet.

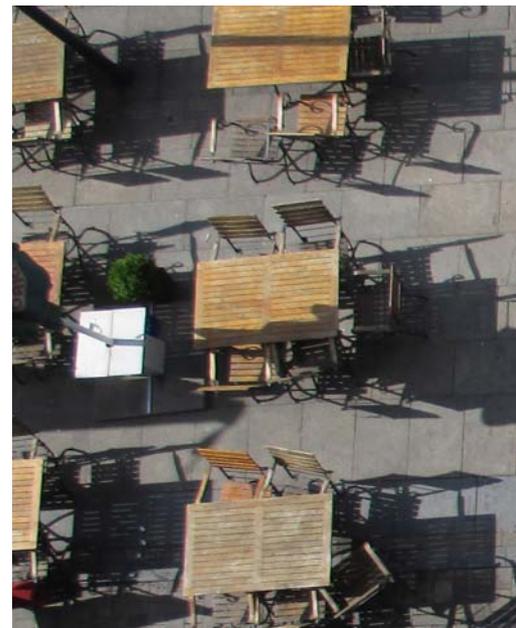
Da der Gestaltungsprozess zur Aufwertung der Baunataler Innenstadt bereits begonnen hat, erscheint der Zeitpunkt günstig, die vorhandenen Qualitäten durch Richtlinien weiter zu etablieren und zu sichern. Neben dem abgeschlossenen Umbau des Herkulesmarkts, der zur hohen Besucherfrequenz bei-

trägt, stellen die Neugestaltung der Stadtbücherei und der Begegnungsstätte „Markt 5“ wichtige Bausteine zur Attraktivierung der Innenstadt dar. Daher ist zu hoffen, dass auch die ansässigen Unternehmen dieses Moment der Erneuerung und Aufwertung mit- und weitertragen, um die Baunataler Innenstadt zukünftig noch attraktiver zu gestalten.

Um keinem Gewerbetreibenden unzumutbare Investitionen aufzuzwingen, unterliegt der Bestand einer Übergangsphase, die sich auf einen Zeitraum von 3 Jahren

bezieht. Die Neuerrichtung von Werbeanlagen oder die Anschaffung von neuem Mobiliar ist mit dem Stadtmarketing Baunatal nach den Vorgaben der Richtlinien abzusprechen.

Im begründeten Einzelfall sind Abweichungen nach Prüfung möglich. Weitere Auskünfte hierzu erteilt Ihnen das Stadtmarketing Baunatal.



# STADTMARKETING BAUNATAL GMBH

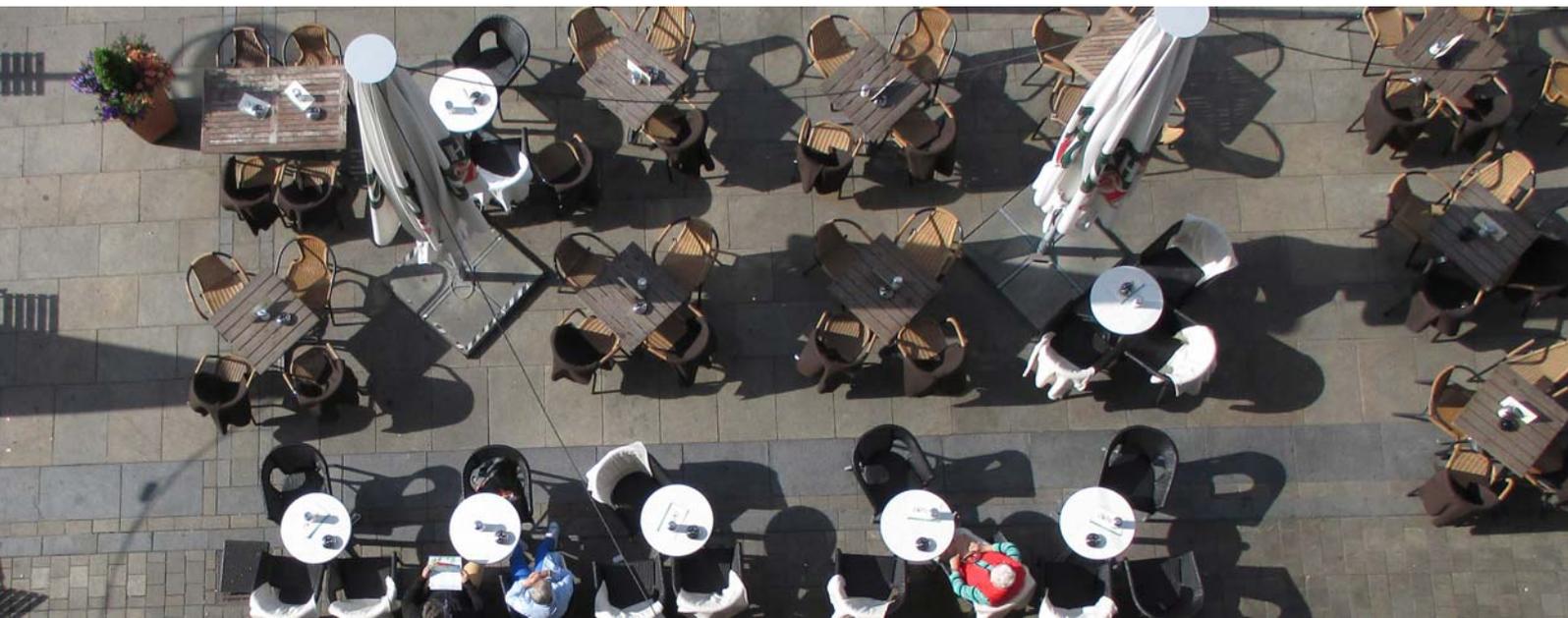
Kirchbaunaer Str. 21 (Pavillon)

34225 Baunatal

Telefon: 0561/585 801 90

[info@stadtmarketing-baunatal.de](mailto:info@stadtmarketing-baunatal.de)

[www.stadtmarketing-baunatal.de](http://www.stadtmarketing-baunatal.de)



## B | AUSWEISUNG ÖFFENTLICHER FLÄCHEN FÜR SONDERNUTZUNGEN

*Sondernutzungen im Sinne dieser Richtlinie sind alle Nutzungen, die den öffentlichen Raum über den Gemeingebrauch hinaus zur Ausweitung der betrieblichen Tätigkeiten in Anspruch nehmen. Diese Inanspruchnahme dient in der überwiegenden Zahl der Fälle*

- a) *der Präsentation der in den Geschäftsräumen verkauften Waren (Einzelhandel)*
- oder*
- b) *dem zusätzlichen Angebot von Sitzplätzen und der Erweiterung der bewirtschafteten Fläche in den Außenbereich (Gastronomie).*

*Beiden Arten der Sondernutzung benötigen den öffentlichen Raum als Stellfläche für das jeweilig erforderliche Mobiliar.*



Die Richtlinie gliedert sich in zwei Abschnitte. Neben den quantitativen und gestalterischen Vorgaben über das verwendete Mobiliar ordnet die Richtlinie den jeweiligen Betrieben bzw. Gebäuden konkrete Flächen zu, auf denen die entsprechenden Sondernutzungen durchgeführt werden dürfen.

Der abgebildete Plan weist den Gebäuden im Innenstadtbereich, in denen Einzelhandels- oder Gastronomiebetriebe ansässig sind, entsprechend der räumlichen Gegebenheiten vor Ort Flächen für Sondernutzungen zu.

Grundsätzlich können Gastronomiebetriebe ihre Außengastronomie auch auf die Poten-

zialflächen der angrenzenden Gebäude erweitern, falls die Eigentümer dort selbst keinen Bedarf an der Nutzung der zugewiesenen Flächen haben und dies unter allen Beteiligten vor Ort (auch der übrigen Anlieger im direkten Umfeld) einvernehmlich geregelt wurde. Für Einzelhandelsbetriebe besteht diese Möglichkeit nicht, da die Hinzunahme weiterer Flächen aufgrund der quantitativen Obergrenze der zulässigen Elemente nicht notwendig ist.

Darüber hinaus regelt die Richtlinie die konkret möglichen Nutzungen auf den jeweils zugelassenen Flächen im Hinblick auf Erscheinungsbild und Intensität. Baurechtliche und sonsti-

ge ordnungspolitische Genehmigungspflichten bleiben von den hier gemachten Vorgaben unberührt.

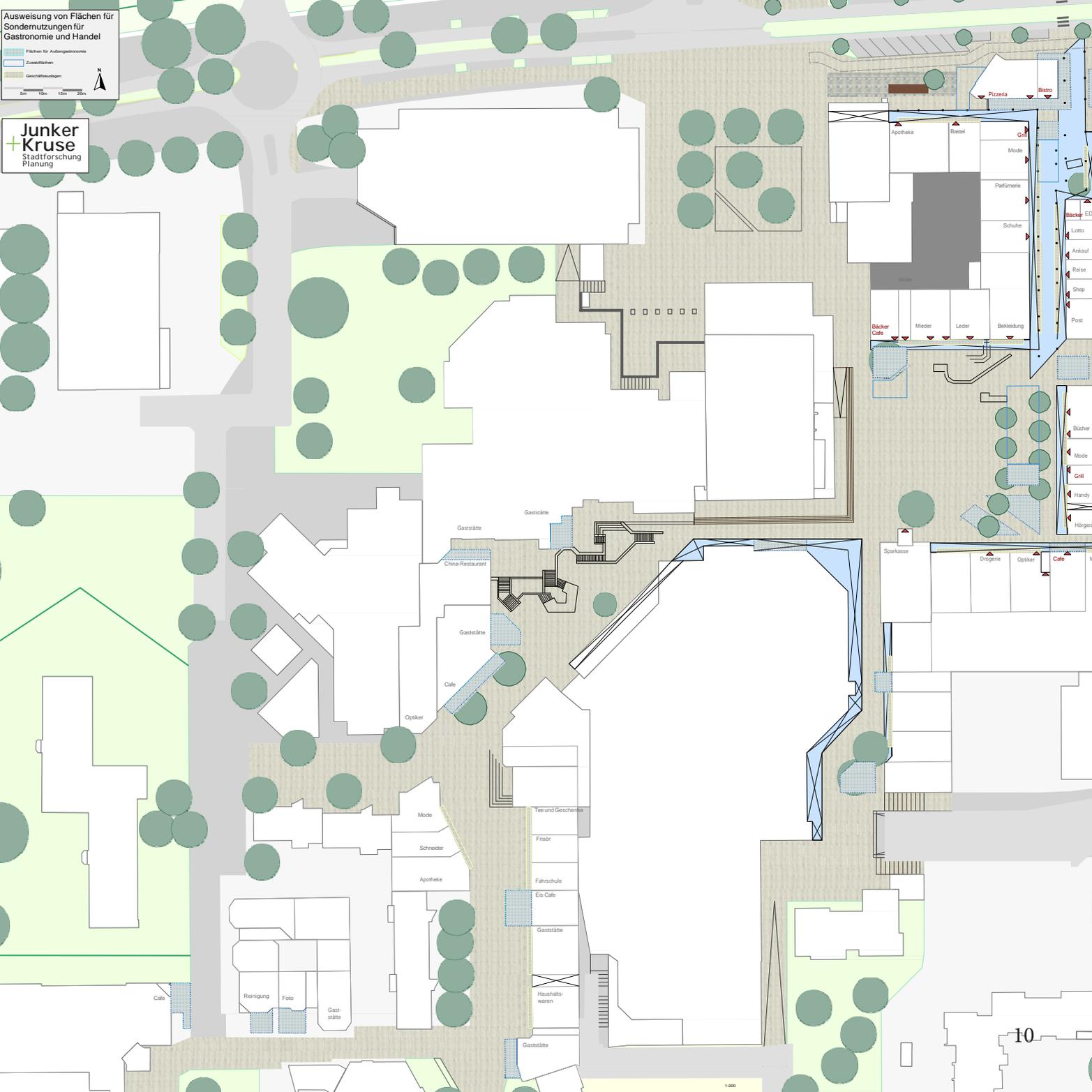
Die Richtlinie gilt für die Innenstadt Baunatal. Teilweise werden für einzelne Bereiche abweichende oder ergänzende Regelungen getroffen, was im Wesentlichen auf die Glaspassage und den Marktplatz zutrifft.

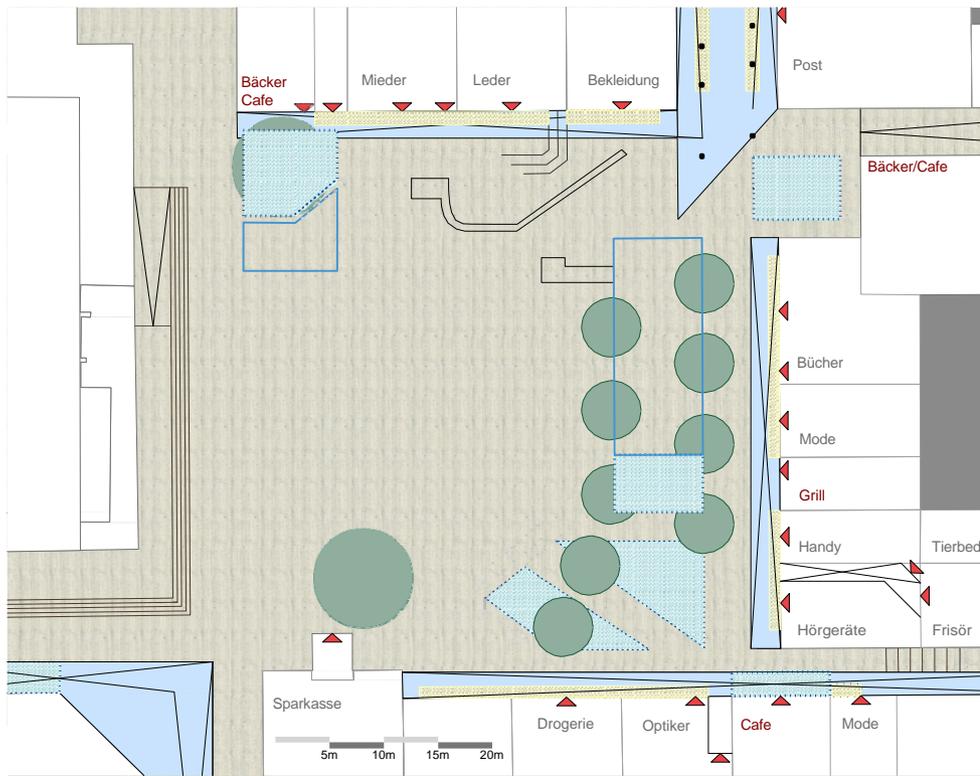
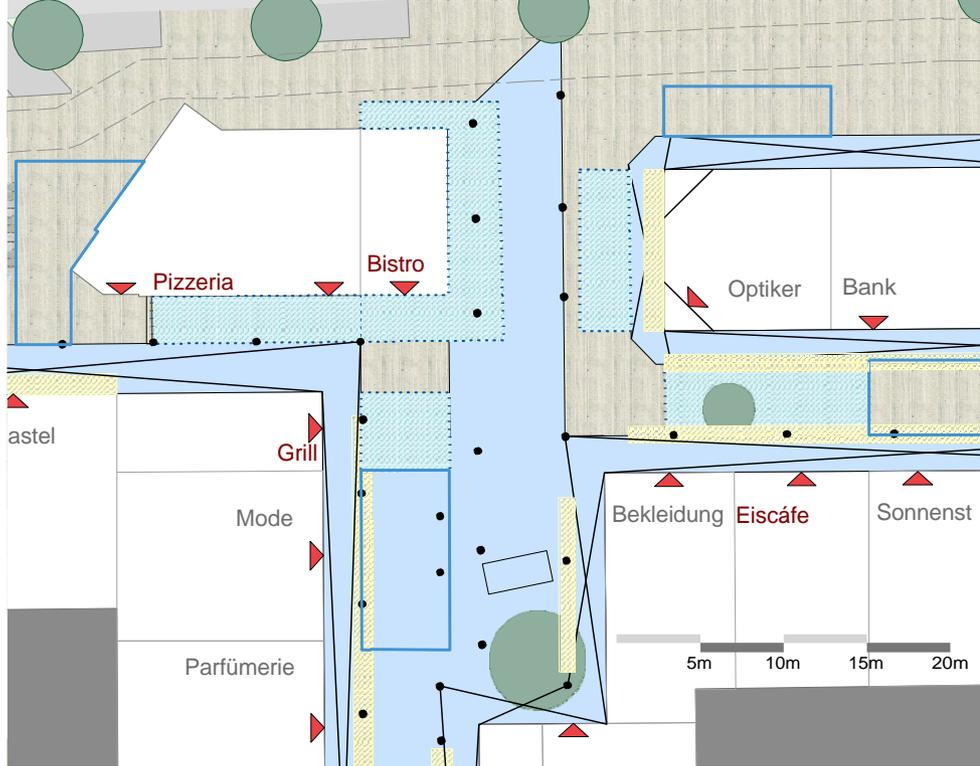
Nächste Seite:  
Übersichtsplan Ausweisung von  
Flächen für Sondernutzungen für  
Gastronomie und Einzelhandel

Ausweisung von Flächen für  
Sondernutzungen für  
Gastronomie und Handel

-  Flächen für Außengastronomie
-  Zusatzflächen
-  Geschäftsauslagen

**Junker  
+ Kruse**  
Stadtforschung  
Planung





# C | VORGABEN ZUR GESTALTUNG VON WERBEANLAGEN



Für Werbeanlagen gelten folgende Grundsätze:

- o Werbeanlagen dürfen nicht länger als 1/3 der Front des Ladenlokals sein und in ihrer Höhe 100 cm nicht überschreiten.
- o Die Positionierung von Werbeanlagen muss sich an der Gliederung der Fassade orientieren und keine wichtigen Fassadenteile überdecken. Werbeanlagen dürfen nur zwischen dem Erdgeschoss und dem I. Obergeschoss in horizontaler Ausrichtung angebracht werden.
- o Ausleger müssen dezent gestaltet werden und dürfen in ihren Abmessungen 100 x 40

x 20 cm nicht überschreiten.

- o Für die Beleuchtung von Werbeelementen ist eine moderne Variante zu verwenden. Die Beleuchtung ist bis 24:00 Uhr sicherzustellen, gleiches gilt für die Beleuchtung von Schaufenstern und Vordächern.
- o Das dauerhafte großflächige Bekleben von Schaufenstern ist unzulässig. Das Ladenlokal sollte ausreichend einsehbar sein. Aushänge, Werbung und weitere Informationen sind aktuell zu halten und spätestens nach 6 Monaten zu aktualisieren oder zu entfernen.
- o Auf grelle Farbgebung ist

Freigestellte Schriftzüge und Logos harmonisieren mit der Gebäudefront.

Werbeanlagen im Sinne dieser Richtlinie sind alle dauerhaft an der Fassade angebrachten Informationsträger, die auf den dort ansässigen Betrieb hinweisen.

vor allem bei größeren Elementen zu verzichten.

Für das Anbringen von Werbeträgern an den Vordächern im Bereich der Glaspassage und des Marktplatzes gelten zusätzlich folgende Vorgaben:

- o Im Bereich der (alten) niedrigen auskragenden Vordächer ist Werbung nur auf der Stirnseite des Vordaches zulässig. Die Fläche der Werbung darf max. 30% der Fläche nicht überschreiten; der Rest ist einheitlich uni grau zu gestalten.

- o im Bereich der (neuen) ho-

hen und schlank auskragenden Vordächer ist Werbung nur unter dem Vordach plan mit dem Schaufenster zulässig. Die Höhe dieser Werbung darf die Stärke des niedrigen Vordaches nicht überschreiten, so dass die Werbefläche mit hohem und niedrigem Dach gleich ist. Auch hier soll die Werbung nicht mehr als 30% zugrundeliegende Fläche betragen.

Eine Vielzahl von Werbeelementen beeinträchtigt das Erscheinungsbild der Fassade; großflächig beklebte Schaufenster stören die Wahrnehmbarkeit des Ladenlokals.



## D | VORGABEN ZUR ZULÄSSIGKEIT VON WARENAUSLAGEN UND AUFSTELLERN



Die Aufgabe der vor dem Ladenlokal positionierten Warenauslagen ist es, den Kunden durch eine ansprechende Präsentation auf das im Geschäft zu erwerbende Warenangebot aufmerksam zu machen.

Der öffentliche Raum darf nicht als permanente Erweiterung der Verkaufsfläche verstanden werden, auf der ein Teil des Sortiments angeboten wird. Der eigentliche Verkauf der Ware soll im Inneren des Ladenlokals erfolgen. Für das Aufstellen von Warenauslagen, Aufstellern und mobile Werbeelementen gelten folgende Grundsätze:

o Das Aufstellen von Warenaus-

lagen ist nur vor der eigenen Verkaufsstätte zulässig. Die Warenauslagen sollen bündig mit der Schaufensterfront platziert werden, sodass mindestens die Hälfte der Fläche unter dem Vordach frei bleibt und einen gradlinigen Laufweg mit den sich anschließenden Geschäftsfronten bildet.

- o Auf den Flächen sind nur Einzelständer (max. 130 cm x 130 cm) zulässig, um die herum eine begehbare Fläche (mind. 1m lichtet Maß) vorhanden sein muss. Eine Riegelwirkung durch die Auslagen darf nicht entstehen. Die zulässige Höhe für Warenauslagen beträgt 130 cm.

Hochwertige Warenauslagen und individuelle Aufsteller lenken die Aufmerksamkeit der Passanten auf das Ladenlokal.

*Warenauslagen im Sinne dieser Richtlinie sind alle Elemente, die der repräsentativen Aufbewahrung der zum Kauf angebotenen Waren dienen.*

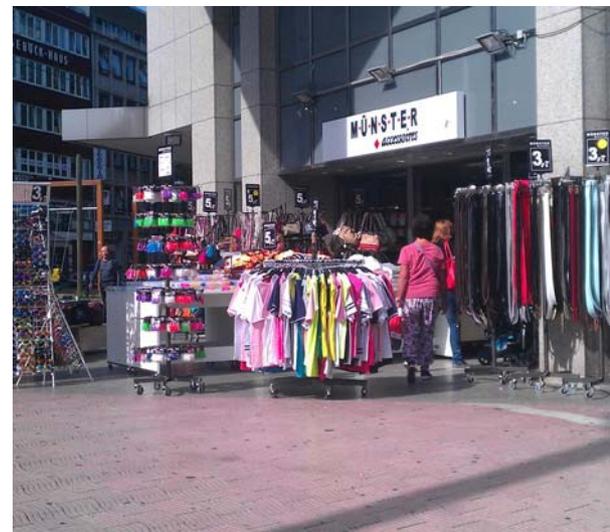
*Aufsteller im Sinne dieser Richtlinie sind alle mobilen im öffentlichen Raum aufgestellten Werbeträger, die auf den jeweiligen Betrieb hinweisen.*

- o Je Ladenlokal sind grundsätzlich max. 3 Elemente (Einzelständer) zulässig, pro 5 Ifdm Schaufensterfront ist je ein weiteres Element zulässig.
- o Pro Ladenlokal ist nur ein mobiler Werbeträger zulässig. Dieser muss ebenfalls innerhalb der zugewiesenen Fläche aufgestellt werden.
- o Die Positionierung der Warenträger sollte sich an der Gliederung der Fassade orientieren, Eingangsbereiche und Türen sind großzügig freizuhalten.
- o Die Warenauslagen sollen möglichst bündig mit der Gebäudefront aufgestellt werden.

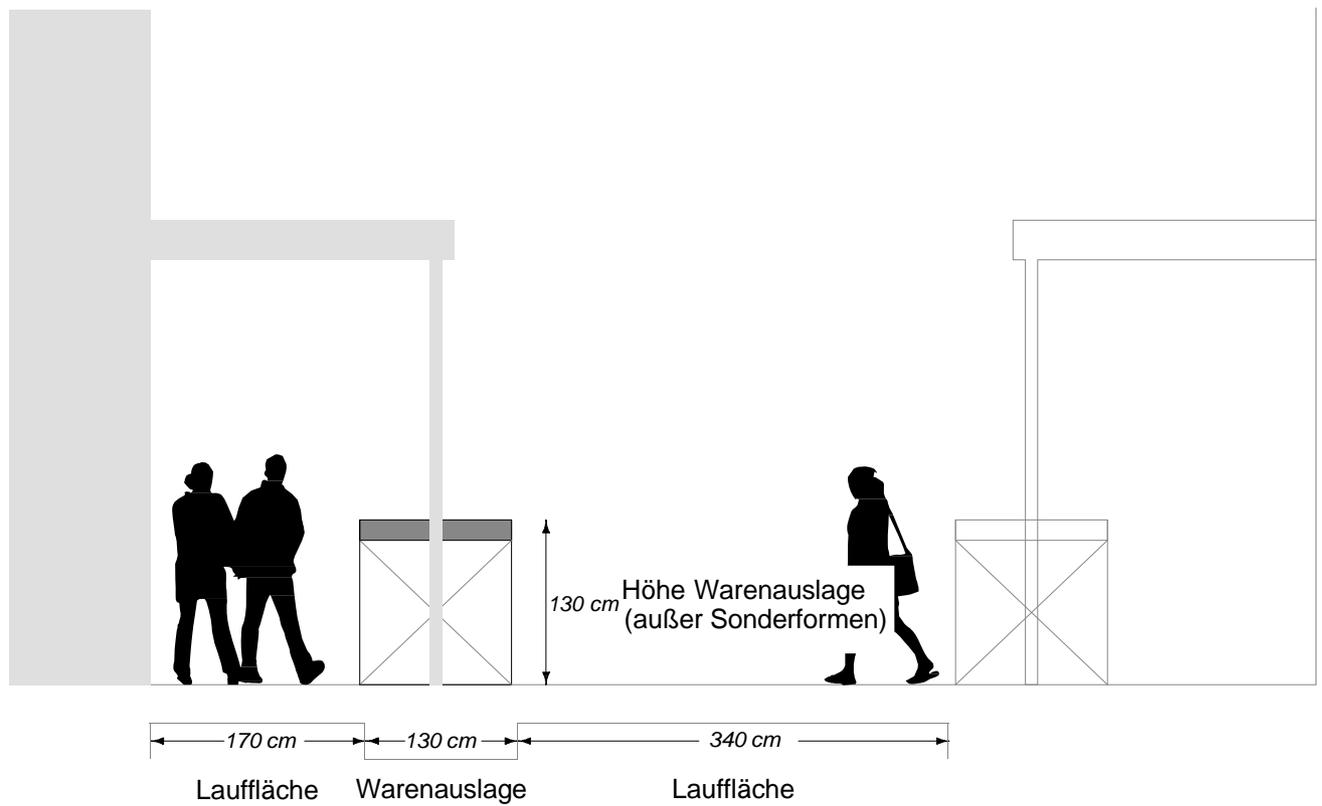
Für das Aufstellen von Warenauslagen im Bereich der Glaspassage gilt folgende abweichende Regelung:

- o Die Warenauslagen sollen im genannten Bereich unter der Vordachkante platziert werden, sodass der Laufweg zwischen Warenauslage und Schaufenster erhalten bleibt. Diese Abweichung liegt in der Tatsache begründet, dass das hier vorhandene Dach die Warenauslagen gegen Wettereinflüsse schützt, was im übrigen Bereich der Baunataler Innenstadt nicht der Fall ist.

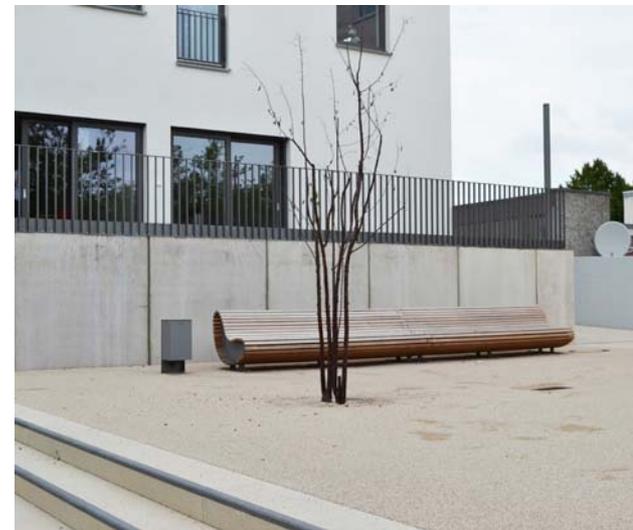
Werbeträger und Warenauslagen blockieren die Laufwege und stören das Erscheinungsbild des öffentlichen Raums.



Von Auslagen und Aufstellern  
freizuhaltende Laufwege im Be-  
reich der Glaspassage



*Unter Sonderformen fallen diejenigen Warenauslagen, die aufgrund der Größe und Form der angebotenen Waren abweichende Maße aufweisen müssen, um die Waren aufnehmen zu können.*



Hochwertig gestaltete Stadtplätze und Freiräume in der Baunataler Innenstadt.

# E | RICHTLINIEN FÜR DIE MÖBLIERUNG DER AUSSENGASTRONOMIE



Gastronomische Angebote sind für eine belebte und urbane Atmosphäre in der Innenstadt unverzichtbar. Besonders die Bespielung öffentlicher Flächen durch die Gastronomie ist ein wichtiger Bestandteil des innerstädtischen Raumprogramms. Hierbei prägen diese Außenbereiche nicht nur das Stadtbild, sie sind vielmehr selbst maßgeblicher Bestandteil davon.

Aus diesem Grund ist es ratsam, seitens der Stadt Leitlinien festzusetzen, die sicherstellen, dass das innerstädtische Ambiente nicht durch unpassende Ensembles beeinträchtigt wird. Die Stadt Baunatal möchte mit dieser Maßgabe keinesfalls

außengastronomische Nutzungen beeinträchtigen, sondern lediglich sicherstellen, dass sich die Außengastronomie harmonisch in das Stadtbild einfügt und zu dessen Aufwertung beiträgt.

Dies soll durch die vorliegende Richtlinie gewährleistet werden, wobei die gezeigten Beispiele als Referenzen zu verstehen sind, die den qualitativen Anspruch an die Ausführung der Möblierung umschreiben. Die gezeigten Beispiele bilden daher keine konkreten Vorgaben, sondern einen Orientierungsrahmen. Die Möblierung der gastronomisch genutzten Außenflächen sollte sich in der atmosphärischen Wirkung unaufdringlich

Die Mischung verschiedener Farben ist zu vermeiden; durchgängige Einfriedungen schotten die Flächen vom öffentlichen Raum unvorteilhaft ab.

*Die Möblierung gastronomischer Außenbereiche im Sinne dieser Richtlinie umfasst alle Elemente, die zum Aufenthalt und zur Bewirtschaftung von Gästen außerhalb des Ladenlokals erforderlich sind.*

in die räumliche Wirkung einfügen. Hierzu sollten folgende Grundsätze befolgt werden:

- o Die einzelnen Ensembles sollen zusammenhängend und einheitlich gestaltet werden. Die Kombination mehrerer verschiedener Modelle und Materialien soll vermieden werden.
- o Die Farbgebung der einzelnen Elemente soll untereinander abgestimmt sein und nicht konträr wirken. Generell sollen die dominierenden Farben unaufdringlich gewählt werden, so dass sie sich in die Umgebung einfügen. Großflächige Werbelelemente externer Produkthersteller (z.B. auf Sonnenschirmen)

men) sollen vermieden werden.

- o Die Anordnung der Möbel soll sich am vorhandenen Stadtraum orientieren. Dies bedeutet, dass sich die Außenflächen nicht abschotten, sondern bestehende Sichtachsen und Laufwege aufnehmen sollen.
- o Sämtliches Mobiliar ist außerhalb der Öffnungszeiten so zu lagern, dass keine Barrierewirkungen oder andere Beeinträchtigungen des Stadtraums entstehen. Während der Öffnungszeiten soll das Mobiliar auch tatsächlich eingesetzt werden und nicht gestapelt stehen. In den nicht bewirtschafteten Jahreszeiten sollen Stühle und

Farblich abgestimmte Schirme und Pflanzkübel fügen sich hochwertig in den Außenbereich ein.



Tische aus dem Außenraum vollständig entfernt werden.

- o Neuanschaffungen sind in Absprache mit dem Stadtmarketing Baunatal durchzuführen.
- o Bezüglich der Materialien sollen vorwiegend Möbel aus Geflecht, Metall oder Massivholz verwendet werden. Ausführungen aus Kunststoff sind nur in hoher Qualität einzusetzen. Tische und Stühle sollen in ihrer Ausführung aufeinander abgestimmt sein.
- o Für Sonnenschirme und Markisen sind dezente Farben zu wählen, die mit dem übrigen Mobiliar harmonieren. Werbung und Logos auf den Schirmen selbst ist zurückhaltend und in entsprechender Größe zu plat-

zieren. Im jeweiligen Bereich ist das Verwenden verschiedener Typen von Schirmen oder Überdachungen zu vermeiden. Die einzelnen Schirme sollen eine ausreichend große Fläche abdecken, sodass ihre Gesamtzahl überschaubar bleibt. Das Aufstellen von Zelten, Pavillons oder ähnlichen Überdachungen ist nicht zulässig.

- o Die Verwendung von Grenz- elementen zur Abtrennung des gastronomischen Bereichs vom öffentlichen Raum ist grundsätzlich zu vermeiden. Bei den von der Stadt Baunatal ausgewiesenen Sonderflächen handelt es sich um öffentlichen Raum, der den Gastronomen und Gewerbetreibenden zur Verfügung gestellt wird. Dementsprechend sollen diese Räume nicht von

der restlichen Innenstadt abgeteilt werden. Grundsätzlich darf sich kein Element der Möblierung negativ auf die Durchlässigkeit der Laufwege auswirken.

- o Gleichzeitig können transparente und in ihren Maßen verhältnismäßige Elemente an problematischen Nahtstellen zwischen z.B. Gastronomie und Verkehrsraum oder als Wind- und Witterungsschutz an einzelnen Punkten gliedernd wirken. Zu empfehlen sind z.B. durchsichtige Einfriedungen aus Plexiglas. Das Bedrucken mit Logos oder Werbeelementen ist zu vermeiden.
- o Das Aufstellen von Pflanzbehältnissen darf keine Barriere Wirkung entfalten. Hier sind

ferner Ausführungen aus wertigen Materialien zu wählen, die das Erscheinungsbild der Außenflächen deutlich aufwerten. Die angemessene Pflege von Bepflanzungen ist sicherzustellen.



Beispiele für ansprechende Ausführungen und Gestaltungen in verschiedenen Materialien.

