

**Gelsenkirchen City/Altstadt**  
Gestaltungsfibel  
Gestaltungssatzung

## **Impressum**

Herausgeber:  
Stadt Gelsenkirchen  
Der Oberbürgermeister

Verfasser:  
scheuvens + wachten  
Friedenstraße 18  
44139 Dortmund

Prof. Kunibert Wachten, Martin Ritscherle, Thomas Treitz

Beratung und Information erhalten Sie  
beim Referat Stadtplanung  
oder beim Referat Bauordnung  
Rathaus Gelsenkirchen-Buer  
45875 Gelsenkirchen

oder im  
Stadtumbaubüro Gelsenkirchen-City  
Bahnhofstraße 26 45879 Gelsenkirchen  
Telefon 0209-9256453      Telefax 0209-9256457  
e-mail: [stadtumbaubuero@gelsennet.de](mailto:stadtumbaubuero@gelsennet.de)  
Internet: [www.gelsenkirchen.de](http://www.gelsenkirchen.de)

Gelsenkirchen | Dortmund 2006

# Gestaltungsfibel und Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen

Grußwort des Oberbürgermeisters	5
<b>Gestaltungsfibel</b>	<b>6</b>
Anlass und Zielsetzung	6
Geltungs- und Anwendungsbereich	8
Außenfassaden	12
Schaufenster, Fenster und Türen	15
Kragplatten, Vordächer und Markisen	16
Außenwerbung	18
Außenverkauf und Warenpräsentation im öffentlichen Raum	22
Außengastronomie	24
<b>Gestaltungssatzung</b>	<b>26</b>
§ 1 Räumlicher und sachlicher Geltungsbereich	26
§ 2 Außenfassaden	28
§ 3 Schaufenster, Fenster und Türen	28
§ 4 Kragplatten, Vordächer und Markisen	29
§ 5 Werbeanlagen	29
§ 6 Außenverkauf und Warenpräsentation im öffentlichen Raum	29
§ 7 Außengastronomie	32
§ 8 Abweichungen	33
§ 9 Ordnungswidrigkeiten	33
§ 10 Inkrafttreten	33





## Grußwort

Die Gelsenkirchener Innenstadt mit ihrer Fußgängerzone soll ein Aushängeschild unserer Stadt werden. Denn hier gehen die Gelsenkirchener Bürgerinnen und Bürger einkaufen, hier erleben Besucher und Gäste die Stadt.

Deshalb ist die Gestaltung dieses öffentlichen Raumes, aber auch das Erscheinungsbild der Geschäfts- und Wohngebäude wichtig für die Attraktivität der gesamten Stadt. Mit dem Umbau des Bahnhofs und der Umgestaltung der Fußgängerzone putzen wir die Einkaufsmeile von Gelsenkirchen heraus.

Damit das Erscheinungsbild in der Innenstadt noch weiter verbessert wird, haben wir mit Anwohnern, Eigentümern und Gewerbetreibenden Richtlinien für eine einheitliche und der Architektur entsprechende Gestaltung erarbeitet. Diese Satzung mit der erläuternden Gestaltungsfibel fasst die Ergebnisse zusammen und bietet eine hervorragende Orientierungshilfe.

Die hier vorliegende Gestaltungssatzung muss nun mit Leben gefüllt werden, um die Innenstadt zu einer noch attraktiveren Einkaufszone zu entwickeln. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stadtverwaltung Gelsenkirchen stehen Ihnen daher gerne beratend zur Seite. Meine Bitte: Nutzen Sie dieses Angebot, um Ihre Planungen frühzeitig mit der Stadtverwaltung abzustimmen!

Ich würde mich freuen, wenn Sie die qualitätvolle Entwicklung der Gelsenkirchener Innenstadt aktiv begleiten.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Frank Baranowski'. The signature is stylized and fluid.

Frank Baranowski  
Oberbürgermeister der Stadt Gelsenkirchen

## Gestaltungsfibel für die City/Altstadt von Gelsenkirchen



Photographie: Christoph Janot, Wentorf bei Hamburg

## Anlass und Zielsetzung

Für die Attraktivität des Einkaufens in einer Stadt ist neben dem vielfältigen Angebot an Geschäften mit einer insgesamt breiten Sortimentspalette vor allem auch das Flair des Stadtraumes ein wichtiges Merkmal. Das Erscheinungsbild der Geschäfte und des öffentlichen Raumes gibt auch Auskunft über die Wertigkeit der Geschäftslage. Flair und Atmosphäre des Stadtraumes sind die wesentlichen Faktoren für die Konkurrenzfähigkeit gegenüber allen Einkaufsangeboten vor den Toren der Stadt. Gute Gebäudegestaltung, wohl dosierter Werbeeinsatz, ein vielfältiges und abwechslungsreiches Angebot von Verweil- und Wegeräumen sowie ein hochwertig gestalteter öffentlicher Raum gehen dabei Hand in Hand, um eine besondere und konkurrenzfähige Qualität des Stadtraumes zu erzeugen. Gerade im Ruhrgebiet mit seinem dichten Netz von Konkurrenzlagen bedarf es besonderer Anstrengungen, die notwendige Qualität im Erscheinungsbild zu erreichen.

Deshalb hat die Stadt Gelsenkirchen sich entschlossen, neben der Aufwertung des öffentlichen Raumes auch auf das Aussehen der angrenzenden Gebäude in der Hauptgeschäftslage der Gelsenkirchener City/Altstadt Einfluss zu nehmen. Dafür ist eine Mischung aus Festsetzungen und Empfehlungen in Form von Gestaltungssatzung und Bau- und Gestaltungsberatung vorgesehen. Dass dies nicht ohne einen intensiven Dialog mit den Grundeigentümern und Geschäftstreibenden zu erreichen ist, ist selbstverständlich. Denn die Entwicklung einer City ist eine fortwährende Gemeinschaftsaufgabe, die den ständigen Dialog aller innenstadtrelevanten Akteure braucht.

Gestaltungssatzung und Gestaltungshinweise verstehen sich deshalb vorrangig als das Ergebnis des Austausches der Akteure. Gerade in Gelsenkirchen ist der Dialog von besonderer Bedeutung, da aufgrund des höchst heterogenen Erscheinungsbildes der Hauptgeschäftslage die Gestaltungsregeln und Gestaltungshinweise sorgfältig und wohl dosiert zu entwickeln waren.

Gestaltungssatzung und Gestaltungsfibel ergänzen sich. Während in der Satzung als Ortsrecht die präzisen Festsetzungen formuliert sind, werden in der Gestaltungsfibel Hinweise zu einer qualitätvollen Gestaltung der Gebäude und des Außenraumes gegeben.

# Geltungs- und Anwendungsbereich

## Der räumliche Geltungsbereich

Der Geltungsbereich der Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen umfasst die wichtigen Einkaufslagen und ihre Randbereiche. In dem Luftbild auf Seite 11 ist der räumliche Geltungsbereich der Satzung gekennzeichnet.

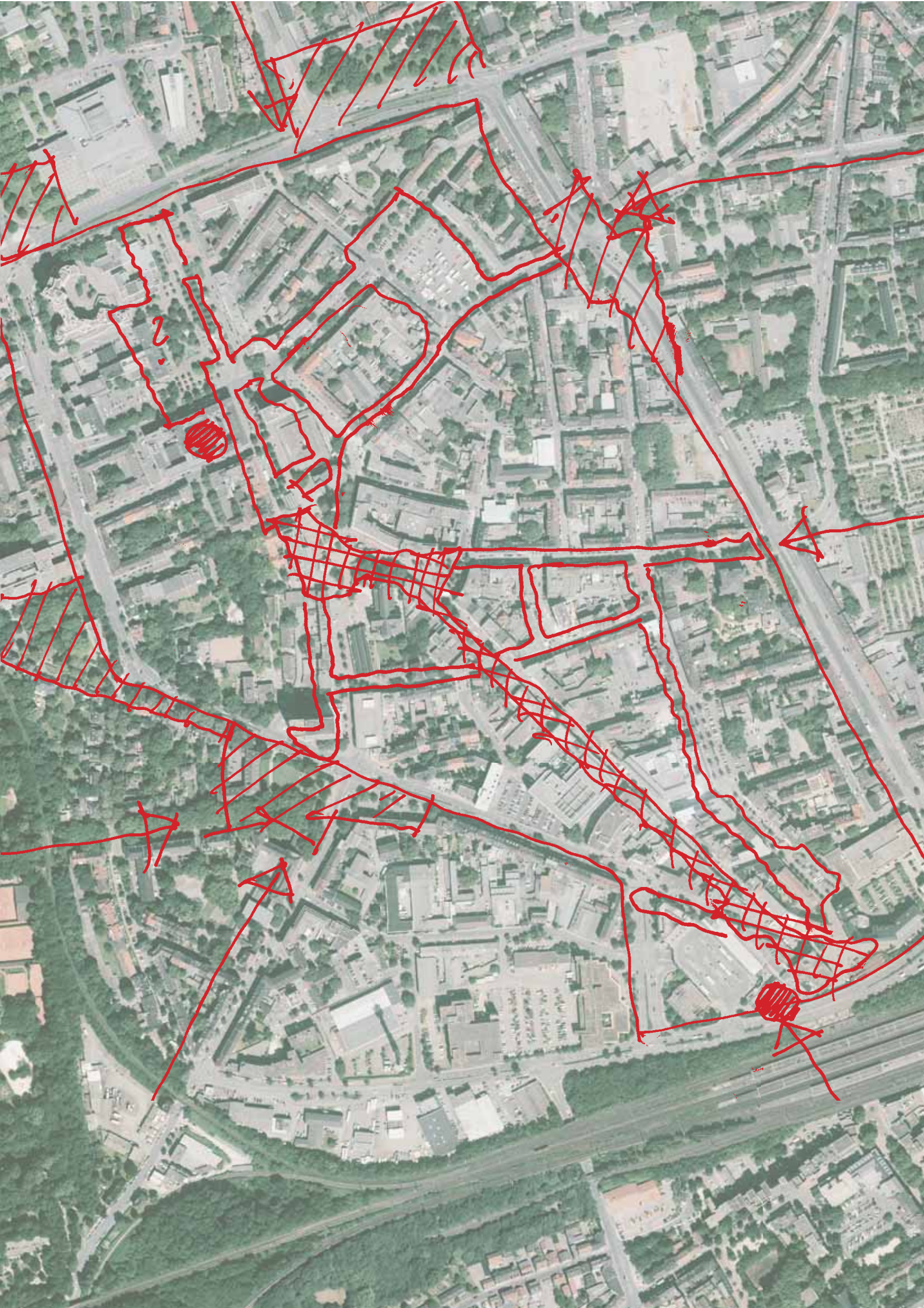
Der Geltungsbereich der Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen umfasst die wichtigen Einkaufslagen und ihre Randbereiche. In dem Luftbild auf Seite 11 ist der räumliche Geltungsbereich der Satzung gekennzeichnet.

Die Einzelhandelslagen konzentrieren sich in der City/Altstadt von Gelsenkirchen überwiegend auf den Südbereich, zwischen Heinrich-König-Platz und dem Gelsenkirchener Hauptbahnhof, während der nördliche Bereich weitgehend von öffentlichen und privaten Dienstleistungen mit einem hohen Anteil an Wohnen geprägt ist. Die Einzelhandelslage zeigt Bereiche mit unterschiedlichen Charakteristika:

- die Haupteinkaufslage der Bahnhofsstraße mit dem Bahnhofsvorplatz im Süden, dem Neumarkt und dem Heinrich-König-Platz im Norden. An den Enden der Bahnhofsstraße liegen auch jeweils die für die Einzelhandelslage relevanten U-Bahnhaltestellen.
- die Verzweigungen der Einzelhandelslage in die Tiefe rechts und links und parallel zur Bahnhofsstraße mit der Kirchstraße, der Weberstraße, der Klosterstraße, der Ahstraße, der Hauptstraße und den Verbindungen zum Margarethe-Zingler-Platz.
- die Zulaufräume von Außen, von den Rändern der City-Lage, von den Parkhäusern und den Parkplätzen sowie aus den umliegenden Wohngebieten des Innenstadtrandes.

Für die Kernzone ist entscheidend, dass sie in sich eine hohe Attraktivität besitzt, die Verzweigungen und Zuläufe sollten abwechslungsreich und kurzweilig wirken. Die Bahnhofsstraße zeigt ein heterogenes Erscheinungsbild mit Gebäuden unterschiedlicher Ausprägung und Entstehungszeit. Kleinere Ensembles von Gebäuden ähnlichen Aussehens und gleicher Entstehungszeit sind selten und tauchen nur fragmentarisch auf. Am häufigsten finden sich Gebäude aus der Nachkriegszeit, der 50er- und 60er-Jahre sowie der Gründerzeit des 19. Jahrhunderts und der Jahrhundertwende wieder. Bemerkenswert ist auch die hohe Auffälligkeit der Werbeanlagen, die mitunter so großformatig und voluminös sind, dass die Gestalt der Gebäude völlig verstellt wird. Besonderer gestalterischer Aufmerksamkeit bedürfen alle Gebäude, die aus dem Zulauf und den Verzweigungen der Geschäftslage jeweils einen Blickfang in der Bahnhofsstraße markieren. Wenngleich die einzelnen Räume unterschiedliche Funktionen im Stadtgefüge wahrnehmen, unterliegen sie doch alle den gleichen Qualitätsanforderungen. Nur so kann die notwendige Qualität in der Gestaltung der Gelsenkirchener Innenstadt erreicht werden.

Skizzenhafte Darstellung der Haupteinkaufslage  
der City/Altstadt von Gelsenkirchen mit  
Verzweigungen und Zulaufbereichen



## **Der Anwendungsbereich**

Die Satzung gilt für jede Maßnahme mit Auswirkungen auf den öffentlichen Raum. Hierzu zählen u.a. Neubaumaßnahmen, An- oder Umbauten an den Straßenfronten von Gebäuden, Fassadengestaltungen, Werbeanlagen und Nutzungen des öffentlichen Raumes.

Die City/Altstadt von Gelsenkirchen ist in ihrer Struktur und Entstehungszeit sehr heterogen. Dies macht einerseits einen Teil der Lebendigkeit der Innenstadt aus, führt aber in der Vielfalt der einzelnen Gebäude dazu, dass sich nur in begrenztem Umfang generalisierbare Aussagen für Gestaltregelungen treffen lassen. Das Erscheinungsbild ist so unterschiedlich, dass sich Gestalttypisierungen der Gebäude mit adäquaten Handlungsmustern zur Verbesserung des Erscheinungsbildes kaum vornehmen lassen. Nichts desto trotz sollten bei Neubauten und Umbauten sowie auch bei Eigentümer- oder Betreiberwechsel die Gestaltungsregeln unmittelbar und standardmäßig zur Anwendung kommen.

Die Regeln der Gestaltungssatzung gelten für einzelne Gebäude. Die Festsetzungen ziehen aber nicht nur das jeweilige Haus in Betracht: Jede Gestaltungsmaßnahme muss auch mit der Nachbarbebauung harmonieren und darf keine Brüche oder Unverträglichkeiten entstehen lassen.

Die „Betroffenen“ werden bei der Umsetzung der Vorschriften der Gestaltungssatzung nicht alleine gelassen. In einem intensiven Dialog zwischen Stadtplanungsamt, Stadtumbaubüro sowie den Hauseigentümern und Geschäftstreibenden in der City/Altstadt von Gelsenkirchen will die Stadt Gelsenkirchen Hilfestellung geben. In Einzelfallberatungen werden gemeinsam, auf der Grundlage der Gestaltungssatzung und der Fibel, Lösungen für die speziellen Probleme und Anforderungen entwickelt. Ein Gestaltungsbeirat unterstützt die Arbeit und nimmt Stellung zu problematischen Einzelfällen.

Dies bedeutet also, dass es ein Zusammenspiel aus Gestaltungssatzung, die „standardmäßig“ Anwendung findet, und – neben der erläuternden Gestaltungsfibel – einer aktiven, fallbezogenen Gestaltungsberatung für Vorhaben innerhalb der Einzelhandelslagen gibt.



# Außenfassaden

Die Gebäude in der City/Altstadt von Gelsenkirchen stammen aus unterschiedlichsten Entstehungsphasen. Sie machen in anschaulicher Weise die Entwicklung der Architektur vom 19. Jahrhundert bis heute deutlich. Das abwechslungsreiche Fassadenbild ist mit ein Grund für die Lebendigkeit und Attraktivität der Einkaufsstraßen. Allerdings hat über die Jahre das Erscheinungsbild und die Ausstrahlung vieler Gebäude gelitten. Aufdringliche Werbung und unangepasste Umbaumaßnahmen haben oft die ursprüngliche Fassadenaufteilung und das Aussehen der Gebäude beeinträchtigt. Diese Fehler künftig zu vermeiden, ist ein Ziel der Gestaltungsregelungen.

## Fassadengliederung

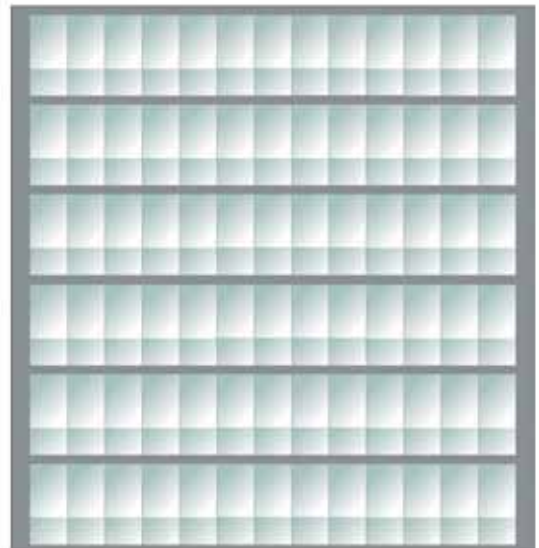
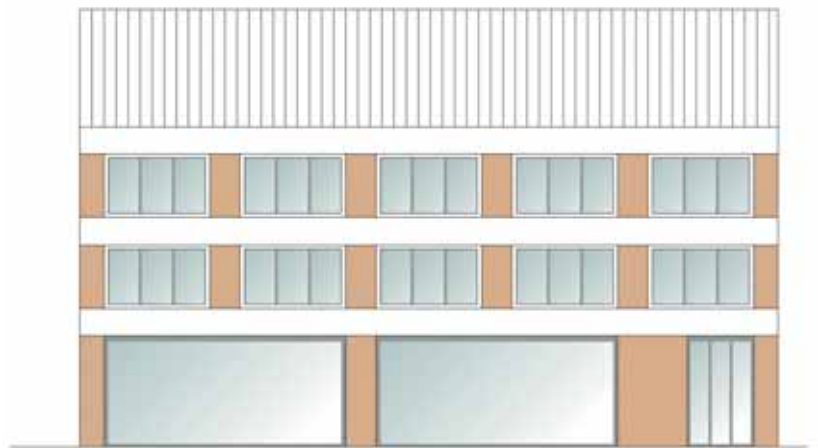
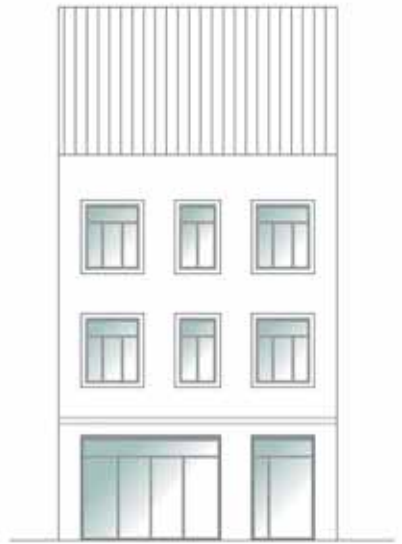
Bei den vorhandenen Gebäuden lassen sich drei Fassadentypen erkennen:

- Lochfassaden – vornehmlich an Gebäuden, die der Gründerzeit und der Jahrhundertwende zuzuordnen sind, aber auch an Gebäuden der 50er Jahre und jüngsten Datums. Hier überwiegen geschlossene flächige Wandanteile in der Fassade. Lochfassaden können sowohl eine vertikale, eine horizontale oder auch ungerichtete Gliederung aufweisen.
- Bandfassaden – an Gebäuden mit horizontaler oder auch vertikaler Gliederung, etwa durch Fensterbänder und im Material abgesetzte Bänder. Dies sind überwiegend Gebäude aus den 60er Jahren, teilweise auch aus den 70er Jahren.
- Rasterfassaden – an Gebäuden neueren Datums mit meist recht flächiger, rasterähnlicher neutraler Fassadengliederung.

Bei Umbauten muss die bestehende Fassadengliederung beachtet und aufgenommen werden. Großmaßstäbliche Einbauten, übergreifende Fassadenverkleidungen etc. sind deshalb nicht zulässig. Dies bedeutet zum Beispiel, dass sich Sockelausbildungen auf das Erdgeschoss beschränken müssen und nicht durch Verkleidungen oder Werbeanlagen bis in die Obergeschosse gezogen werden dürfen.

Diese Merkmale sind bei Umbaumaßnahmen am Gebäude und auch beim Anbringen von Werbeanlagen zu berücksichtigen.

Beispielhafte Darstellung von  
Lochfassaden (hier vertikal gegliedert),  
Bandfassaden (hier horizontal gegliedert)  
und Rasterfassaden  
(von oben nach unten)



### Fassadenfarbe

Aufgrund der Heterogenität der Gebäudegestalt in den Einzelhandelslagen der City/Altstadt von Gelsenkirchen und der zwangsläufigen Unterschiedlichkeit und Buntheit der Werbeanlagen sollte die Farbwirkung und Helligkeitswirkung der Gebäude mittels der Festlegung eines Remissionswertes, also des Helligkeitswertes der Fassadenfarbe oder des Fassadenmaterials farblich aneinander angeglichen werden. Vorgegeben wird ein heller Remissionswert zwischen 60 und 100 (weiß). So kann in dieser Bandbreite jedes Gebäude seine eigene Fassadenfarbe erhalten, aber dennoch ein harmonisches aufeinander abgestimmtes Gesamtbild der Straße entstehen. Ausnahmen bilden dabei die Gebäude, die aufgrund ihrer Entstehungszeit durch eine spezifische Farbgebung charakterisiert sind (dies sind überwiegend gründerzeitliche Gebäude) und Gebäude mit Werkstein-, Ziegel- oder Klinkerfassaden.

### Fassadenmaterialien

Die Festlegung eines Remissionswertes ermöglicht die Verwendung unterschiedlicher Materialien. Da alle Materialien nun einen ähnlichen Helligkeitswert besitzen, ist eine Festlegung auf bestimmte Fassadenmaterialien für die Gebäude nicht notwendig. So kann mit einfachen Mitteln auf die unterschiedliche Entstehungszeit der Gebäude und die jeweiligen Baustile reagiert werden. Respektiert werden muss aber immer die Entstehungszeit des Gebäudes und die ursprüngliche Fassadengestaltung. Auch müssen unverträgliche Material- und Oberflächenkontraste, auch zu den Nachbargebäuden, vermieden werden.



Aufeinander abgestimmte Remissionswerte sorgen für ein einheitliches Erscheinungsbild (oben). Ohne Vorgaben besteht die Gefahr eines unruhigen, zu aufdringlichen und unangenehmen Erscheinungsbildes (unten)

# Schaufenster, Fenster und Türen in Ladenlokalen

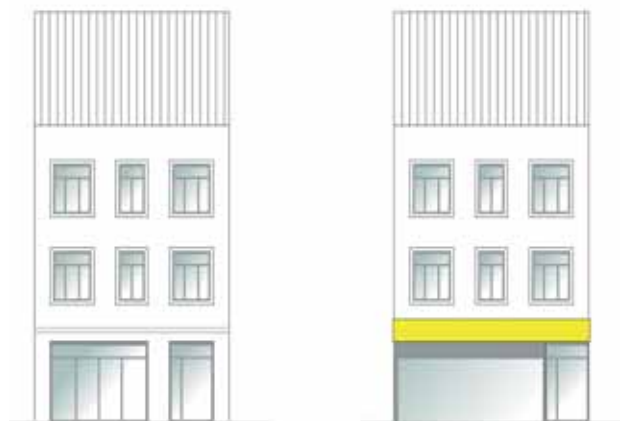
Die Schaufenster in einer Einkaufsstraße sind das „Gesicht“ der Geschäfte. Sie bewegen die Kunden zum Geschäftsbesuch, sie laden zum Flanieren in der Innenstadt ein. Sie sind aber auch Teil der gesamten Fassade – die Obergeschosse „ruhen“ auf dem von den Schaufenstern dominierten Erdgeschoss. Zu große Fensterflächen trennen die Obergeschosse räumlich wie optisch ab – das Gebäude verliert seine „Bodenhaftung“. Deshalb muss die Aufteilung der Schaufenster auch mit den Obergeschossen in Einklang stehen, die eigentliche Fassadengliederung muss sich hier wieder finden, Rahmen und Pfosten diese aufnehmen.

Zu große Fensterflächen beeinträchtigen vielmals den „Charme“ gerade älterer Gebäude. Deshalb müssen die Fensterflächen entsprechend unterteilt sein – dies ist mit den modernen Techniken inzwischen problemlos möglich.

Auch die Rahmen der Fenster und der Schaufenster müssen sich in das Gesamtbild des Gebäudes einfügen. Die Materialien und die Farbe muss angepasst sein, zu dicke Profile sollten vermieden werden. Dabei sollten Erdgeschoss und Obergeschosse im gleichen Duktus gestaltet sein.

Schaufenster sollen den Passanten den Einblick in die Geschäfte ermöglichen, die Waren präsentieren: ohne Schaufenster und attraktive Auslagen wird auch das Flanieren in der Fußgängerzone reizlos und die Anziehungskraft der Einkaufslage sinkt rapide. Deshalb darf für die Fenster und Türen nur „Klarglas“ verwendet werden, das Zukleben oder Übermalen der Fensterflächen ist nur zu einem kleinen Teil und für Werbung nur zeitlich beschränkt zulässig.

Die vorhandene Fassadengliederung, hier die vertikale Gliederung einer Lochfassade, ist bis in das Erdgeschoss erhalten - trotz großzügiger Schaufenster (links). Das rechte Bild zeigt eine schlechte Lösung: das Erdgeschoss wird durch die fremd wirkenden horizontalen Bauteile und die unverhältnismäßig großen Fensterflächen abgeschnitten.



# Kragplatten, Vordächer und Markisen

Beim Bummeln durch die Stadt, bei der Betrachtung der Auslagen und Schaufenster ist in unseren Breitengraden ein Wetterschutz hochwillkommen. Filigrane Kragplatten, durchsichtige Vordächer oder helle Markisen erhöhen die Qualität des Stadtraumes für die Nutzer. Dabei ist jedoch darauf zu achten, dass diese Elemente sich in die Fassade der Gebäude einfügen, deren Gliederung nicht zerstören oder das Gebäude horizontal „zerschneiden“.

Für Vordächer und Auskragungen sowie für die Anbringung von Markisen werden den vorher schon genannten drei Gebäudetypen differenzierte Gestaltungsregeln zugeordnet:

- Bei Gebäuden mit Lochfassaden und einer vertikalen Gliederung muss immer das Gebäude als solches zusammenhängend von den Obergeschossen bis ins Erdgeschoss erkennbar und ablesbar bleiben. Dies bedeutet, dass rings um Gebäudeapplikationen, wie Werbeanlagen, Kragplatten und Markisen, ein Rand der Fassade als „Rahmen“ weiter erkennbar bleiben muss.
- Bei Gebäuden mit horizontaler Gliederung können Markisen und Kragplatten analog der Fassadengliederung bis zur Gebäudekante gezogen werden. Auch müssen Konstruktionshöhe, Material und Farbigkeit der Applikationen auf das jeweilige Gebäude und auf die Nachbarbebauung abgestimmt sein.

Transparente Vordächer sind zeitgemäße Alternativen zu Kragplatten und stören kaum. Sie lassen den Zusammenhalt zwischen Erdgeschoss und Obergeschossen besser zur Geltung kommen. Geachtet werden sollte darauf, dass die Glas- bzw. Glas-Stahlkonstruktionen nicht zu massiv wirken, deshalb sollte auf Einrahmungen verzichtet werden. Nicht angebracht ist deshalb auch farbiges oder verspiegeltes Glas. Zu berücksichtigen ist immer, dass eine regelmäßige Reinigung notwendig ist und deshalb leicht durchzuführen sein sollte.

Diese Bestimmungen gelten sinngemäß auch für Markisen. Auch wenn diese eingefahren werden können, so bestimmen sie doch wesentlich das Erscheinungsbild der Häuser und das Straßenbild. Deshalb gilt auch hier, dass sie sich in Form und Farbe der Umgebung und der Fassadengliederung unterordnen müssen. Tonnen- oder Korbformen sind untypisch und glänzende Materialien sollten ganz vermieden werden.

Die Abbildungen der linken Spalte zeigen zum Thema Vordächer und Markisen, wie durch unsensible oder auch überzogene Maßnahmen ein unschöner bzw. zu aufdringlicher Eindruck entstehen kann. Eine Abstimmung auf die vorhandene Gebäudegestalt und eine zurückhaltende Ausführung führen zu einem angebrachterem Erscheinungsbild, wie die rechten Abbildungen zeigen.



# Außenwerbung

Werbung ist in jeder Handlungslage ein notwendiges Mittel, Passanten und Kunden auf einzelne Geschäfte und Nutzungen aufmerksam zu machen. Zu viel Werbung erreicht aber genau das Gegenteil. Einzelne Hinweise sind nicht mehr wahrnehmbar, gehen in der Flut der immer aufdringlicher werdenden Werbebotschaften unter. Das Erscheinungsbild der Stadt, die Qualität der Gebäude und des öffentlichen Raumes wird empfindlich gestört. Deshalb sind Regeln notwendig, um einerseits die Wahrnehmbarkeit dessen, was beworben wird, zu erleichtern und andererseits eine qualitätvolle Gestaltung des öffentlichen Raumes zu gewährleisten.

Dies bedingt auch, dass alle Werbeträger im räumlichen Geltungsbereich der Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen genehmigt werden müssen. Die Anzahl, die Gestaltung und der Standort der Werbung werden auf Grundlage der Satzung zwischen Gewerbetreibenden und der Verwaltung abgestimmt.

Werbeanlagen müssen auf das betreffende Gebäude, an dem sie angebracht werden, abgestimmt sein. Dies betrifft die Größe und Proportion, die Gliederung und die Farbe der einzelnen Werbeanlagen. Sie müssen auch die Fassadengliederung des Gebäudes (horizontal und vertikal) aufnehmen und dürfen Gliederungselemente und prägende Bauteile nicht überspielen bzw. verdecken. Die Werbeanlagen müssen sich zudem in das Straßenbild einfügen.

Werbeanlagen parallel zur Fassade sind generell nur oberhalb der Schaufenster und unterhalb der Fenster des ersten Obergeschosses zulässig. Ein Werbeausleger darf über zwei Geschosse reichen.

Werbekennzeichnungen sollen nicht den gesamten Straßenraum dominieren. Deshalb sind bei Leuchtreklamen Einzelbuchstaben oder auf die Fassade aufgebrachte Schriften vorgesehen, die nicht höher als 60 cm sind. Es sind im Regelfall je Gebäude auch nur zwei Werbeanlagen zulässig.

Die Aufnahmen der linken Spalte verdeutlichen die wenig positive Wirkung von übertriebener Werbung auf den öffentlichen Raum. Ein harmonisches Stadtbild ist nicht zu erkennen. Gelungene Beispiele zeigen die Aufnahmen rechts.

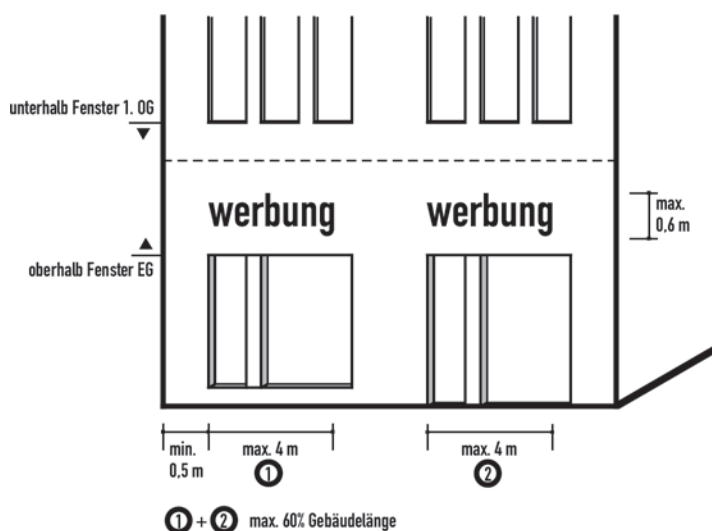


# Außenwerbung

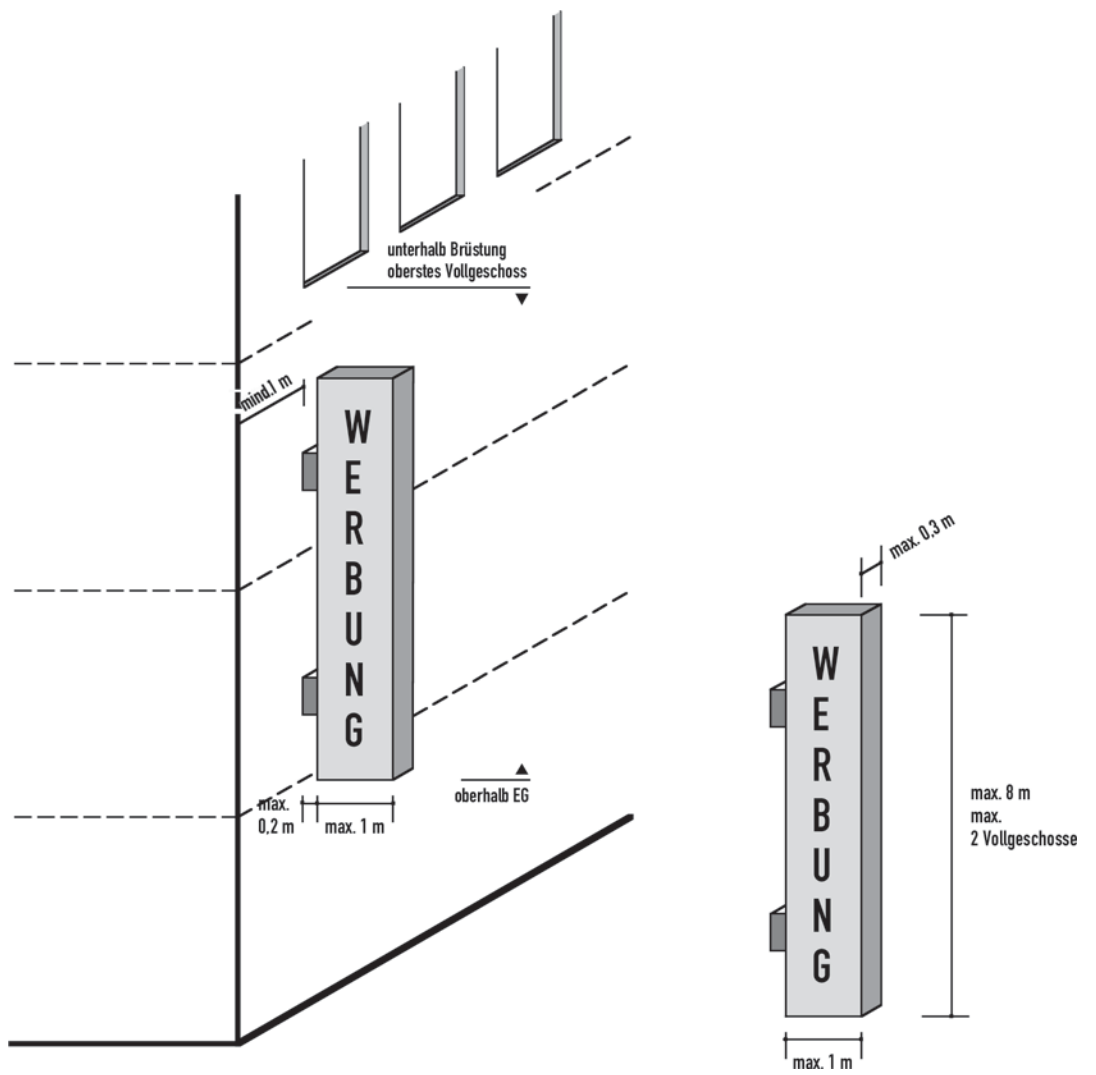
Zwei Arten der Außenwerbung werden in der Gestaltungssatzung geregelt: Flachwerbungen, die parallel zur Fassade verlaufen, und Auslegerwerbungen, die senkrecht zur Fassade angebracht sind.

Die direkt auf der Fassade angebrachten Flachwerbungen sind in den Ausmaßen beschränkt, damit sie nicht zu sehr das Erscheinungsbild des Gebäudes und des öffentlichen Raumes dominieren. In der Skizze auf der Seite unten sind die Maße und die Lage der Werbung dargestellt. Ziel dieser Vorgaben ist, trotz der Vielfalt der einzelnen Werbebotschaften ein in den Grundzügen einheitliches Erscheinungsbild dieser Werbeanlagen zu erhalten.

Werbeausleger werden von den Passanten schon von weither gesehen. In den letzten Jahrzehnten wurde diese Werbung aber immer größer und greller, sodass die einzelne Werbebotschaft gar nicht mehr wahrgenommen werden konnte. Dies ist der Grund, die Abmessungen auf ein einheitliches Maß zu beschränken. Durch den Wegfall von Leuchtkästen und die Verwendung von Einzelbuchstaben leuchtet nun wieder der Name des Geschäftes oder des Gastronomiebetriebes: so wird die eigentliche Werbebotschaft wieder deutlicher herausgehoben.



Die Skizze links verdeutlicht den Anbringungsort und die Größe von Flachwerbungen, die Skizze rechts die von Auslegerwerbungen



# Außenverkauf und Waren- präsentation im öffentlichen Raum

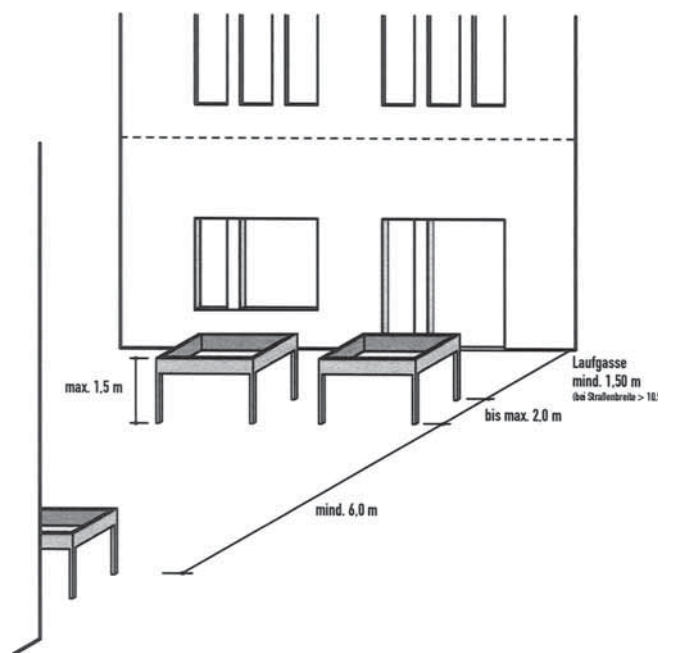
Warenauslagen vor Geschäften in der Fußgängerzone erhöhen den Reiz des Bummels und Flanierens, animieren zum Kauf und steigern somit die Attraktivität der Innenstadt. Dennoch darf dies die Nutzung des öffentlichen Raumes nicht dominieren und gestalterisch negativ beeinflussen sowie andere, nicht kommerzielle Nutzungen in den Hintergrund drängen. Deshalb ist die Belegung des Straßenraumes durch Außenverkauf nur im begrenzten Umfang und unter Beachtung von Regeln möglich. Dazu gehört auch, dass die Waren in einer ansprechenden Art den Kunden präsentiert werden. Der hochwertigen Gestaltung des öffentlichen Raumes der Gelsenkirchener Innenstadt ist daher auch bei diesen Warenpräsentationen Rechnung zu tragen.

Um den Besuchern der Innenstadt auch das Flanieren zu ermöglichen und damit den Besuch der City/Altstadt von Gelsenkirchen auch zu einem Einkaufserlebnis werden zu lassen, sollte vor den Schaufenstern unter den Vordächern und Markisen in den breiteren Straßen immer eine Laufgasse freigehalten werden. Die Warenauslagen dürfen deshalb nur eine begrenzte Fläche im Straßenraum belegen: in der Regel 1 qm Bürgersteig je Meter der Fassadenlänge, die Präsentationsfläche kann eine Tiefe von 1,20 m bis 2 m haben.

Die Qualität der Einkaufslage spiegelt sich auch in der Warenpräsentation wieder. Die Gelsenkirchener City ist neben Gelsenkirchen-Buer die hochwertigste Einkaufslage der Gesamtstadt, was eine entsprechende Qualität der Warenpräsentation verlangt. Deshalb sind einfache Kartons, Waschkörbe, Paletten, Container u.ä. nicht zugelassen. Die „Möbel“ zur Warenpräsentation müssen aufeinander abgestimmt sein.

Diese Warenpräsentationen sind kleine „Inseln“ in der Fußgängerzone: Sie nutzen den öffentlichen Straßenraum, der aber zugleich für die Passanten überschaubar bleiben muß. Man sollte den Straßenraum in seiner ganzen Ausdehnung und die umliegenden Geschäfte wahrnehmen können. Deshalb sind Abgrenzungen nicht zulässig und die Höhe der Warenauslagen auf 1,5 m beschränkt.

Auf dem linken Bild wird deutlich, welche Auswüchse manchmal die Präsentation von Waren angenommen hat, rechts kann man sehen, dass dies auch ansprechender möglich ist. In der Skizze oben sind die Höchstmaße und die Anordnung der Warenpräsentationen im öffentlichen Raum aufgezeichnet.



# Außengastronomie

Außengastronomie als Sondernutzung des öffentlichen Raumes trägt zur Belebung der City/Altstadt von Gelsenkirchen bei und entspricht dem Gedanken einer urbanen, vitalen Innenstadt. Diese Sondernutzung muss sich aber auch den Anforderungen an eine qualitätvolle Gestaltung der Innenstadt unterordnen. Sie muss dem Charakter der Umgebung entsprechen und darf die Nutzung und Gebrauchsfähigkeit des Umfeldes nicht beeinträchtigen. Die Nutzung muss sich in das Gesamtbild der Innenstadt einfügen. Das gilt insbesondere für Art und Umfang der Außenbestuhlung, Art und Größe eines möglichen Sonnenschutzes und für die Maßnahmen zur Attraktivierung der Flächen z. B. mit Pflanzen.

Deshalb sollte die Bestuhlung der Außengastronomie z. B. mit hochwertigen Holzmöbeln, Korbsessel oder mit Flechtwerk bespannten Stahlmöbeln erfolgen. Dabei sollten Naturfarben oder helle Farben gewählt werden. So kann ein aufeinander abgestimmtes, hochwertiges Erscheinungsbild der Außenmöblierung in der Fußgängerzone und der gesamten Gelsenkirchener City erreicht werden.

Bei schönem Wetter kann ein Sonnenschutz für die Gäste notwendig sein. Markisen oder freistehende Sonnenschirme können dies leisten. Auch hier sind hochwertige Materialien gefordert, helle Schirme passen zum Mobiliar. Aufdringliche Werbung ist hierauf nicht gewünscht. Überdachungen oder Pavillons, um die Sitzplätze im Freien „wetterfest“ zu machen, sind nicht zulässig.

Die Stühle und Tische stehen auf der Straße, die die „Bühne“ für die Außengastronomie und ihre Gäste ist. Das bedeutet, dass eine Abgrenzung des Freibereiches durch bauliche Einrichtungen wie Wände, Palisaden, Sichtschutze, Windschutze nicht gestattet ist, um den Charakter des öffentlichen, durchlässigen Raumes zu erhalten.

Eine Begrünung der Freibereiche ist an vielen Stellen der Innenstadt generell wünschenswert. Materialien für Pflanzbehälter können Terrakotta bzw. Ton sein. Nachbildungen aus Kunststoff sind nur in sehr hochwertigen, ton-ähnlichen Ausführungen zulässig. Die Aufstellung der Kübel und Töpfe als Abgrenzung oder Abschirmung der Freifläche zum Straßenraum ist aber nicht gewünscht.

Hochwertige Materialien der Bestuhlung und der Sonnenschirme  
in hellen oder Naturfarben spiegeln die Qualitäten  
des öffentlichen Raumes wider.



# Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen

## Gestaltungssatzung für die City/Altstadt von Gelsenkirchen

Der Rat der Stadt Gelsenkirchen hat in seiner Sitzung vom 23.03.2006 aufgrund des §§ 86 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) sowie aufgrund der §§ 18 und 19 des Straßen- und Wegegesetzes NRW und des § 7 der Gemeindeordnung für das Land Nordrhein-Westfalen in der jeweils geltenden Fassung, die folgende Satzung beschlossen:

Ziel der Satzung ist es, für den im Geltungsbereich erfassten Bestand an Gebäuden und Freiflächen sowie bei entsprechenden Neubaumaßnahmen die gestalterische Entwicklung zu steuern.

Notwendige bauliche Veränderungen zur Verbesserung der Bausubstanz, des Wohnwertes und der Nutzung für Einzelhandel, Dienstleistungen und Büronutzungen sollen ermöglicht werden.

### § 1 Geltungsbereich

(1) Der räumliche Geltungsbereich

Diese Satzung umfasst die im anliegenden Plan (Anlage 1 zur Satzung) abgegrenzten Bereiche der Gelsenkirchener Innenstadt.

Der Geltungsbereich dieser Gestaltungssatzung gilt für die Gebäude und die unbebauten Freiflächen, die innerhalb der Markierung liegen.

Der Plan ist Bestandteil dieser Satzung.

(2) Der sachliche Geltungsbereich

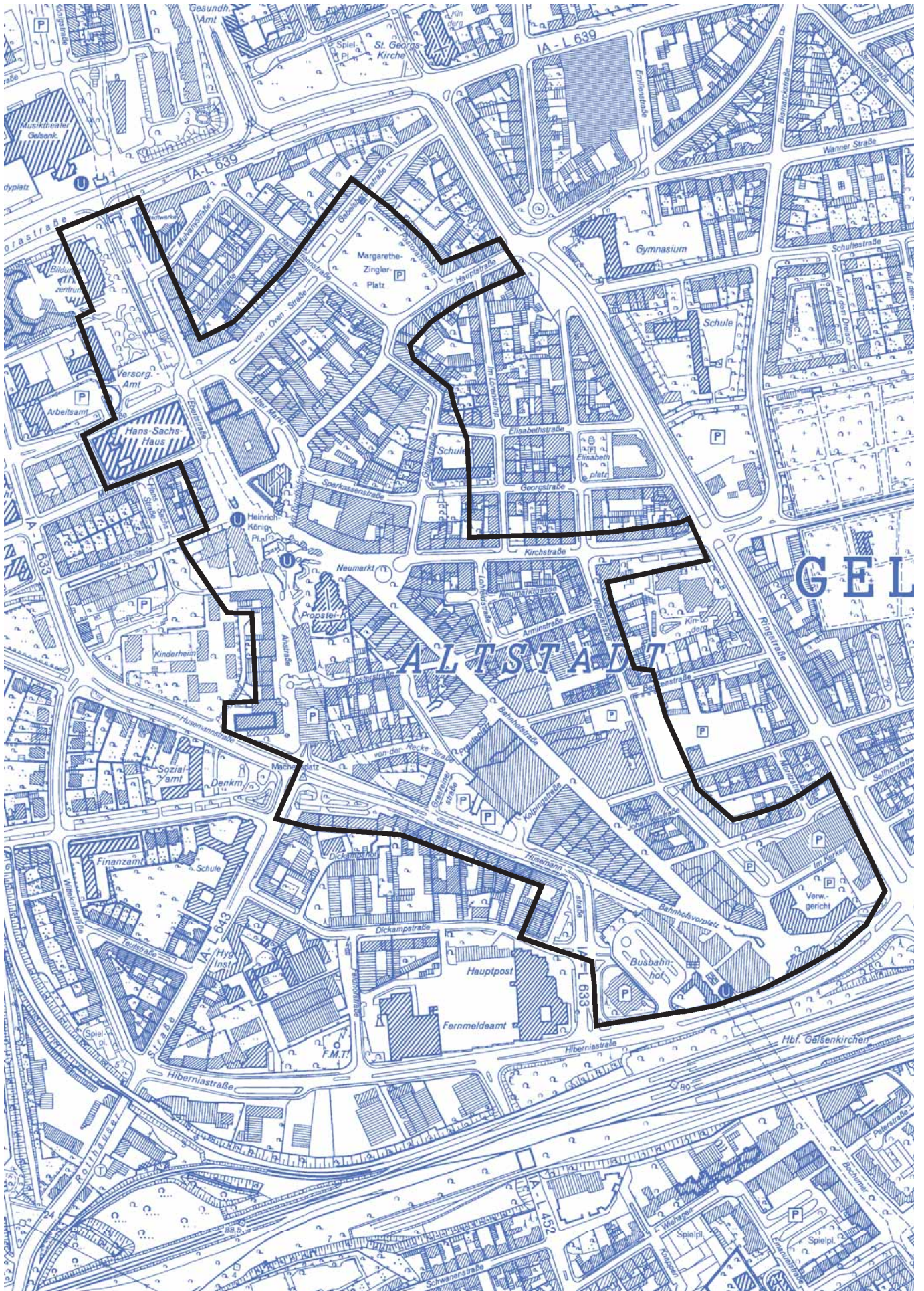
Die Satzung gilt für jede Maßnahme mit Auswirkungen auf den öffentlichen Raum. Hierzu zählen u.a. Neubaumaßnahmen, An- oder Umbauten an den Straßenfronten von Gebäuden, Fassadengestaltungen, Werbeanlagen und Nutzungen des öffentlichen Raumes.

Durch die Regelungen dieser Satzung werden auch Maßnahmen genehmigungsbedürftig, die sonst keiner Baugenehmigung bedürfen. Dazu gehören Vorhaben nach § 65 Abs. 2 Nr.2 BauO NRW. Demnach ist die Änderung der äußeren Gestaltung z.B. durch Anstrich, Verputz, Verfugung, Dacheindeckung, Solaranlagen, durch Einbau oder Austausch von Fenstern und Türen, Austausch von Umwehrungen sowie durch Bekleidung und Verblendungen durch diese Satzung nun ebenfalls genehmigungspflichtig.

Ebenfalls genehmigungspflichtig sind jede Art von Werbeanlagen.

(3) Unberührt bleiben durch diese Gestaltungssatzung die Vorschriften des Denkmalschutzes, die Regelungen, nach denen die Sondernutzungen an öffentlichen Wegen, Straßen und Plätzen einer Genehmigung bedürfen sowie die Festsetzungen in Bebauungsplänen.

Die Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Stadt Gelsenkirchen vom 12.12.2001, zuletzt geändert durch die 1. Satzung zur Änderung der Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Stadt Gelsenkirchen vom 12.12.2001 vom 24.10.2002, bleibt mit Ausnahme des § 4 Abs. 1, Ziff. a) bis c) anwendbar. Die in § 4 Abs. 1, Ziff. a) bis c) der Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen in der Stadt Gelsenkirchen vom 12.12.2001 aufgeführten Sondernutzungen sind in dem räumlichen Geltungsbereich dieser Gestaltungssatzung nicht von der Erlaubnispflicht befreit.



Karte Räumlicher Geltungsbereich (Abbildung 1)

## **§ 2 Außenfassaden**

- (1) Die in den Obergeschossen vorhandene Fassadengliederung und Gliederung der Fensterflächen muss erhalten bzw. bei Umbauten wieder aufgenommen werden. Großmaßstäbliche Einbauten, übergreifende Fassadenverkleidungen etc. sind deshalb nicht zulässig. Charakteristische Fassadenmerkmale (wie Gesimse, Vor- oder Rücksprünge, Schmuckelemente) sind zu erhalten.
- (2) Die in den Obergeschossen vorhandene Fassadenmaterialien sind bei Umbauten einzelner Geschosse wieder aufzunehmen und einzubeziehen. Materialimitationen und Kunststoffverkleidungen sind nicht zulässig. Unverträgliche Materialkontraste zu den Nachbargebäuden sind unzulässig.
- (3) Der architektonische Zusammenhang zwischen Erdgeschoss und den Obergeschossen muss erhalten bleiben. Störungen des Zusammenhangs durch z. B. Materialwechsel, überhohe Kragplatten oder Werbeanlagen sind nicht zulässig.
- (4) Eine Sockelausbildung des Gebäudes muss sich auf das Erdgeschoss beschränken. Sie darf nicht durch Verkleidungen oder Werbeanlagen bis in die Obergeschosse gezogen werden.
- (5) Die Farbigkeit der Fassade muss auf 80% der Flächen einen Remissionswert zwischen 60 und 100 (weiß) aufweisen. Davon ausgenommen sind Werksteinmaterialien, Ziegel- und Klinkerfassaden.
- (6) Antennen/Satellitenempfänger und genehmigungsfreie Nebenanlagen (z.B. Klimaanlage, Lüftungsanlagen) sind so anzubringen oder zu gestalten, dass sie vom öffentlichen Raum nicht eingesehen werden können bzw. keine Störung der Fassade von ihnen ausgehen.

## **§ 3 Schaufenster, Fenster und Türen in Ladenlokalen und Gastronomiebetrieben**

- (1) Schaufenster sind nur im Erdgeschoss und dem 1. Obergeschoss zulässig. Die Schaufenster sind zu gestalten.  
Das vollständige, blickdichte Bekleben oder Übermalen von Fensterflächen und Glastüren ist nicht zulässig. Fensterflächen dürfen dauerhaft nicht zu mehr als 25% verdeckt sein.  
Geklebte oder gemalte Werbung in Schaufenstern ist nur temporär und zeitweise begrenzt, maximal aber 2 Wochen, zulässig.
- (2) Die Lage, Form und Ausdetaillierung der Fenster (Erdgeschoss und Obergeschosse) und der Eingangstüren sind bei Umbauten gestalterisch auf die Strukturmerkmale der Fassade abzustimmen. Großmaßstäbliche Einbauten, die Fassadengliederung überspielende, unproportional großflächige Verglasungen etc. sind nicht zulässig.
- (3) Die Farbigkeit der Rahmen von Fenstern ist auf die Fassade abzustimmen und muss dem Remissionswert angeglichen sein. Gestalterisch notwendige Fensterteilungen sind konstruktiv auszuführen.
- (4) Gefärbtes oder verspiegeltes Glas, Ornamentglas und Glasbausteine sind nicht zulässig.
- (5) Rolläden vor Schaufenstern und Ladeneingängen sind unzulässig, Rollgitter sind gestattet.

#### **§ 4 Kragplatten, Vordächer und Markisen**

- (1) Kragplatten, Vordächer und Markisen sind nur im Erdgeschoss eines Gebäudes zulässig. Sie sind für ein Gebäude im gleichen Stil zu gestalten.
- (2) Bei Gebäuden mit Lochfassaden oder einer vertikalen Gliederung muss das einzelne Gebäude als solches zusammenhängend in der gesamten Breite der Straßenfrontfassade erkennbar und ablesbar bleiben. Anbauten wie Kragplatten, Vordächer und Markisen müssen einen Abstand von mindestens 40 cm von der Gebäudekante einhalten.  
Bei Gebäuden mit horizontaler Gliederung können Kragplatten, Vordächer und Markisen analog der Fassadengliederung bis zur Gebäudekante gezogen werden.
- (3) Kragplatten, Vordächer und Markisen dürfen bis zu 2,5 m vor der Gebäudefront auskragen. An der Unterseite von Kragplatten, Vordächern und Markisen dürfen keine Werbeanlagen o.ä. angebracht werden. Unterhalb und an Kragplatten dürfen keine waagerechten Markisen angebracht werden. Eine lichte Durchgangshöhe von mindestens 2,5 m ist freizuhalten.
- (4) Konstruktionshöhe, Material und Farbigkeit von Kragplatten müssen auf das jeweilige Gebäude und auf die Nachbarbebauung abgestimmt sein und aus einer Farbfamilie entwickelt werden. Höhenversätze der Kragplatten eines Gebäudes sind nicht zulässig.
- (5) Vordächer sind als einschalige Glasdächer, gegebenenfalls mit Tragkonstruktionen aus Stahl, auszuführen. Klares Glas und satinierte/gesandstrahlte Gläser sind zulässig.
- (6) Markisen müssen sich in Form und Größe der Fassade und deren Gliederung, aber auch der Umgebung unterordnen. Markisen müssen direkt an der Hauswand angebracht werden. Sie sind unifarben und in Stoff auszuführen, die Farbigkeit der Markise ist auf die Fassade abzustimmen und aus einer Farbfamilie zu entwickeln. Glänzende Materialien sind nicht zulässig. Tonnen-, Korbformen oder Pultkonstruktionen sind nicht zulässig.

#### **§ 5 Werbeanlagen**

- (1) Grundlegende Regelungen
  - Alle Anlagen der Außenwerbung und Warenautomaten (mit Ausnahme derer nach §13 der Bauordnung für das Land Nordrhein-Westfalen (BauO NRW)) müssen beantragt werden, auch solche, die normalerweise genehmigungsfrei sind.
  - Werbeanlagen müssen auf das betreffende Gebäude, an dem sie angebracht sind, abgestimmt sein. Dies betrifft die Größe und Proportion, die Gliederung und die Farbe der einzelnen Werbeanlagen.
  - Werbeanlagen müssen die Fassadengliederung des Gebäudes (horizontal bzw. vertikal) respektieren. Gliederungselemente und prägende Bauteile müssen erkennbar bleiben.  
Werbeanlagen dürfen nicht auf andere Gebäude übergreifen.  
Werbeanlagen müssen sich in die Umgebung und das Straßenbild einfügen.
  - Werbeanlagen sind nur an der Stätte der Leistung zulässig.
  - Werbungen am gleichen Gebäude müssen in Größe, Proportion, Farbigkeit, Anbringungsart und -ort aufeinander abgestimmt sein.
  - Nicht zulässig sind Leuchtkästen, dauerhaft angebrachte Transparente bzw. Fahnen und animierte Werbungen.
  - Werbungen dürfen nur an der Straßenfront, nicht an Seiten- oder Brandwänden angebracht werden.

- (2) Werbeanlagen auf Fassadenflächen - Flachwerbungen
- Werbeanlagen dürfen nur aus Einzelbuchstaben oder aus auf die Fassade aufgebrachten Schriftzügen bestehen. Dieser Schriftzug kann durch Symbole, die die Nutzung kennzeichnen, im gleichen Duktus ergänzt werden. Flächige Anlagen sind nicht zulässig.
  - Bei Leuchtwerbungen sind nur durchscheinende Schriften und Symbole zulässig, die aus Einzelementen angefertigt sind. Ebenso sind hinterleuchtete Einzelbuchstaben möglich. Flächige Leuchtkästen sind nicht zulässig.
  - Werbeschriften sind nur oberhalb der Fenster des Erdgeschosses und unterhalb der Fenster des 1. Obergeschosses zulässig. Die Schriften dürfen nicht höher als 60 cm sein. Von der Außenkante des Gebäudes müssen mindestens 50 cm Abstand gehalten werden, die Werbung darf die Außenkanten der äußeren Fenster jedoch nicht überragen. Die Gesamtbreite der Flachwerbung darf 60% der Gebäudelänge nicht überschreiten, die maximale Breite einer Flachwerbung beträgt 4 m.
  - Diese Vorschriften gelten analog für Werbungen, die auf der Vorderfront von Kragplatten angebracht sind.
- (3) Werbung senkrecht zur Fassade - Werbeausleger
- Werbeanlagen in Form von Auslegern dürfen nur in den Obergeschossen angebracht werden. Dabei muss ein Abstand von mindestens einem Meter zu der Außenkante des Gebäudes eingehalten werden.
  - Der Ausleger muss senkrecht zur Fassade angebracht werden. Der Abstand zur Fassade darf maximal 20 cm betragen. Die Tiefe des Auslegers darf 1 m betragen, seine Stärke maximal 30 cm.
  - Die Höhe des Werbeauslegers darf zwei Stockwerke nicht überschreiten. Der Werbeausleger darf die Brüstung des letzten Vollgeschosses nicht überragen, seine maximale Höhe 8 m nicht überschreiten.
  - Die Schriften dürfen nicht höher als 60 cm sein, Logos dürfen die Höhe von 80 cm nicht überschreiten.
- (4) Mobile Werbeträger
- Werbetafeln o.ä. im öffentlichen Raum dürfen keine Fremdwerbung präsentieren. Die Abmaße dürfen 1,2 m in der Höhe und 0,8 m in der Breite nicht überschreiten. Sie dürfen nicht beweglich (drehbar) sein. Neonfarben sind nicht zulässig.
- Je Ladenlokal ist ein mobiler Werbeträger zulässig. Bei mehreren Unternehmen in einem Gebäude mit weniger als 10 m Straßenfront ist die Anzahl der mobilen Werbeträger auf 2 Stück beschränkt. Vor Spielhallen sind Hinweise hierauf nicht zulässig.
- Nach Geschäftsschluss sind die Werbeträger aus dem öffentlichen Raum zu entfernen.
- (5) Warenautomaten
- Warenautomaten dienen mit zur Werbung für das zugehörige Ladenlokal und sind deshalb nur bei einem direkten Sortimentsbezug gestattet. Standardautomaten für Kleinkinder sind ebenfalls zulässig. Je Geschäft ist nur ein Automat zulässig.
- (6) Zahl der Werbeanlagen
- Die Zahl der Werbeanlagen an den einzelnen Gebäuden ist je Betrieb auf eine Flachwerbung (parallel zur Gebäudewand) und eine Auslegerwerbung (senkrecht zur Gebäudefront) beschränkt. Maximal sind je Gebäude zwei Werbeanlagen zulässig, bei Gebäuden über 12 m Straßenfront vier Werbeanlagen.
- (7) Werbung an einzelnen Gebäudeteilen
- Werbeaufschriften auf Markisen und Stirn- und Seitenflächen von Kragplatten sowie auf Glasvordächern sind nicht zulässig. Werbeaufschriften auf den Bordüren von Markisen sind für den jeweiligen Betrieb zulässig.

## § 6 Außenverkauf und Warenpräsentation im öffentlichen Raum

### (1) Anordnung der Auslagen

Die Auslagen sind nur vor dem eigenen Ladenlokal möglich. Dabei ist zu benachbarten Geschäften ein seitlicher Mindestabstand von 0,5 m einzuhalten. Die Warenauslagen dürfen benachbarte Geschäfte nicht behindern bzw. benachteiligen.

In Straßen ohne Durchgangsverkehr, deren Straßenbreite (von Hauswand zu Hauswand gemessen) 10,5 m überschreiten, ist vor den Schaufenstern eine Laufgasse für Passanten von mindestens 1,5 m freizuhalten.

Die Begrenzung der an die Laufgasse anschließende Warenauslage in Richtung Straßenmitte ist von der Breite der Einkaufsstraße bzw. des Gehsteiges abhängig. Eine Obergrenze von 1,2 m Tiefe der Warenpräsentation kann in Fußgängerzonen bis auf eine Tiefe bis 2,0 m überschritten werden, wenn eine Lauffläche in der Straßenmitte von mindestens 6m erhalten bleibt.

Die Höhe der Warenauslage darf 1,5 m nicht überschreiten.

### (2) Umfang der Warenpräsentation

Grundlage der Berechnung der Sondernutzungsfläche zur Warenpräsentation im öffentlichen Raum ist die Länge der Straßenfront des Geschäftes. Generell sind als Obergrenze je laufender Meter Frontfläche 1 qm Warenpräsentationsfläche zulässig.

Warenauslagen von Frischwaren (Obst und Gemüse, Blumen) können bis 1,5 qm genehmigt werden, wenn eine ausreichende Straßenbreite vorhanden ist.

### (3) Präsentation der Waren

Die Waren sind in einer ansprechenden Art den Kunden und Passanten zu präsentieren. Deshalb sind Kartons, Waschkörbe, Drahtcontainer, Holzpaletten o.ä. nicht zulässig. Die Warenkörbe müssen aufeinander abgestimmt sein. Nicht zulässig sind außerdem Waren an Vordächern und Markisen, an Fassaden, Fenstern oder Türen.

### (4) Podeste für die Warenpräsentation

Podeste zur Schaffung einer ebenen Fläche sind nicht zulässig. Der Boden des Freibereiches bildet das vorhandene Straßenniveau mit dem vorhandenen Bodenmaterial.

### (5) Abgrenzung der Auslage

Eine Abgrenzung der Warenauslage ist nicht zulässig.

### (6) Verbleib der Materialien

Nach Geschäftsschluss und bei Nichtbenutzung sind sämtliche Gegenstände zur Warenpräsentation aus dem öffentlichen Straßenraum zu entfernen.

## § 7 Außengastronomie

- (1) Mobiliar
  - Die Möblierung einer Außengastronomie muss der hochwertigen Gestaltung des öffentlichen Raumes in der Gelsenkirchener City Rechnung tragen. Das Stadtmobiliar des öffentlichen Raumes und der privaten Außenmöblierung in der Gelsenkirchener City muss einem einheitlichen Gestaltungskanon folgen.
  - Plastikmöbel, Bierzeltgarnituren o.ä. sind nicht zulässig. Zulässig sind Holzmöbel, Korbsessel und mit Flechtwerk bespannte Stahlmöbel sowie andere hochwertige Sitzmöbel. Naturfarben oder helle Farben sind für die Stühle zu wählen.
  - Die Tische müssen mit diesen Stühlen korrespondieren.
- (2) Sonnenschutz
  - Notwendiger Sonnenschutz kann mit Markisen (s.o.) oder freistehenden Sonnenschirmen erreicht werden. Überdachungen / Pavillons sind nicht zulässig.
  - Als Schirmfarbe sind weiße, helle oder Naturfarben möglich.
  - Werbung auf den Schirmen ist nicht gestattet. Ausnahmen können der kleinformatische Namen/das Logo des Betriebes oder für vertriebene Getränke auf der Bordüre des Schirms sein.
- (3) Bodenbeläge, Podeste für die Sitzbereiche

Der Boden des Freibereiches wird durch das vorhandene Straßenniveau mit dem vorhandenen Bodenmaterial gebildet. Das Verlegen von Kunstrasen o.ä. ist nicht gestattet. Podeste zur Schaffung einer ebenen Fläche sind nicht zulässig.
- (4) Abgrenzung des Freibereiches
  - Eine Abgrenzung der Außengastronomie durch bauliche Einrichtungen wie Wände, Palisaden, Sichtschutze, Windschutze ist prinzipiell nicht gestattet, um den Charakter des öffentlichen, durchlässigen Raumes zu erhalten.
  - Eine Ausnahme kann eine transparente Abgrenzung (ggf. in Milchglas) mit schmaler Alu/Stahleinfassung bis zu einer Höhe von 100 cm entlang von stark befahrenen Straßen bilden. Ein Sockel kann dabei bis zu 30 cm hoch sein. Material und Farbe des Sockels und des Rahmens müssen auf die Möblierung des Außenbereiches abgestimmt sein.
- (5) Begrünung des Freibereiches

Natürliche Pflanzen zur Begrünung des Freibereiches sind zulässig. Materialien für Pflanzbehälter können Terrakotta bzw. Ton sein. Nachbildungen aus Kunststoff sind nur in sehr hochwertigen, ton-ähnlichen Ausführungen zulässig. Die Stellung der Kübel und Töpfe als Abgrenzung/Abschirmung der Freifläche ist nicht zulässig.
- (6) Verbleib der Materialien

Nach Ende der Saisonzeit sind Tische, Stühle, Töpfe etc. aus dem öffentlichen Straßenraum zu entfernen.
- (7) Übergangsregelung

Die Regelungen greifen ab Inkrafttreten der Satzung. Für den Austausch von Tischen und Stühlen können Übergangszeiten, längstens bis 31.12.2007, vereinbart werden.

## **§ 8 Abweichungen – Ausnahmegenehmigungen**

Von den Vorschriften dieser Satzung kann in begründeten Fällen gemäß § 73 und § 86 Abs. 5 BauO NRW eine Abweichung erteilt werden, wenn sie unter Berücksichtigung des Zweckes der jeweiligen Anforderung und unter Würdigung der nachbarlichen Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar sind.

Die Sondernutzungen im Sinne der §§ 18, 19 StrWG NRW i.V.m. §§ 5, 6 und 7 dieser Gestaltungssatzung sind ausnahmslos genehmigungsbedürftig.

## **§ 9 Ordnungswidrigkeiten**

- (1) Ordnungswidrig gemäß §§ 84 Abs.1 Nr. 20, 85 BauO NRW handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen den §§ 3 – 5.4 und § 8 dieser Satzung Maßnahmen durchführt.
- (2) Diese Ordnungswidrigkeiten können mit einer Geldbuße bis zu 50.000.-- Euro geahndet werden.
- (3) Ordnungswidrigkeiten gegen die §§ 5.5 und 5.6, 6 und 7 werden nach den hierzu geltenden Bestimmungen des Straßen- und Wegegesetzes geahndet. Außerdem besteht die Möglichkeit, Sondernutzungserlaubnisse zu widerrufen.

## **§ 10 Inkrafttreten**

Die Satzung tritt am Tage nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.





