V.6 Vordächer, Markisen und Verdunklungsanlagen

Aus funktionalen Gründen sind Markisen teilweise erforderlich. Damit sie aber das Fassadenbild durch „Verselbstständigung" der Erdgeschosszone nicht negativ beeinflussen, sollten einige Grundregeln beachtet werden.

Vordächer, Markisen und Verdunklungsanlagen (Schlagläden, Rollläden, Jalousien) sollten architektonisch in die Fassade eingebunden werden und markante Gestaltelemente der Fassade nicht überdecken. Bei denkmalgeschützten Gebäuden treten Markisen als historische Elemente auf.

Markisen und Vordächer sollten in ihrer Breite der Schaufenstergliederung entsprechen und farblich auf die Fassade abgestimmt sein. Filigrane Konstruktionen aus Stahl / Aluminium und Glas, dezentfarbene Stoffmarkisen sind zu bevorzugen. Eine seitliche Schließung der Markise und feststehende Markisen sind zu vermeiden. Im eingefahrenen Zustand sollten sie möglichst unauffällig sein. Wohltuend ist die Verwendung desselben Stoffes bei Markisen und sonstigen Elementen der Außengastronomie (z.B. Sonnenschirmen).

Bild 75 und 76: Beispiele für Markisen unter Berücksichtigung der bestehenden Fassadengliederung

Bild 77 und 78: Beispiele für Markisen unter Berücksichtigung der bestehenden Fassadengliederung

Bild 79: Vordächer berücksichtigen Fassadengliederung

Bild 80: Markise unterstützt die „Trennungswirkung" zwischen EG und OG

Wichtig!

- Markisen und Vordächer möglichst dezent ausbilden
- Anpassung der Markisen und Vordächer an die Fensteröffnungen
- Verwendung von filigranen Konstruktionen, Glas oder dezente Stoffmarkisen
- Denkmalrechtliche Erlaubnis erforderlich Antrag stellen
- Bei Vordächern und Markisen kann eine Sondernutzungserlaubnis erforderlich sein

Tipp:

- Frühzeitig Beratungstermin bei der Stadtverwaltung wahrnehmen

Eine grelle Farbgebung und glänzende Oberflächen sind unerwünscht. Markisen und Vordächer sollten nicht mehr als 1,50 m auskragen (siehe Abb. 8). Diese Maß ist ergänzend zu den Vorgaben aus der Sondernutzungssatzung aus städtebaulicher Sicht empfehlenswert. Ein Abstand der Markisen und Vordächer zu den seitlich angrenzenden Gebäuden ist wünschenswert.

Kragdächer, insbesondere in Kombination mit einer Werbeanlage, nehmen meist die gesamte Hausbreite ein und haben z.T. eine Ansichtsfläche von 0,60 - 0,80 m. Als an sich untergeordnete Architekturelemente dominieren sie dadurch die Fassade und trennen das Erdgeschoss optisch vom Obergeschoss. Um ihre Dominanz im Erscheinungsbild der Fassadezurückzunehmen, sollten sie in ihren Ansichtsflächen auf ein Mindestmaß reduziert werden (siehe Abb. 8, Empfehlung: max 15 cm).

Überragen Markisen und Vordächer den öffentlichen Straßenraum (Geh- und Radweg oder Platzfläche), ist für die Überschreitung gewisser Maße eine Sondernutzungserlaubnis erforderlich (siehe hierzu Kap. III.5, Kap. XII und Kap. IX).

Abbildung 7: Bei der Anordnung von Markisen und Vordächern ist die Gliederung der Fassade zu beachten

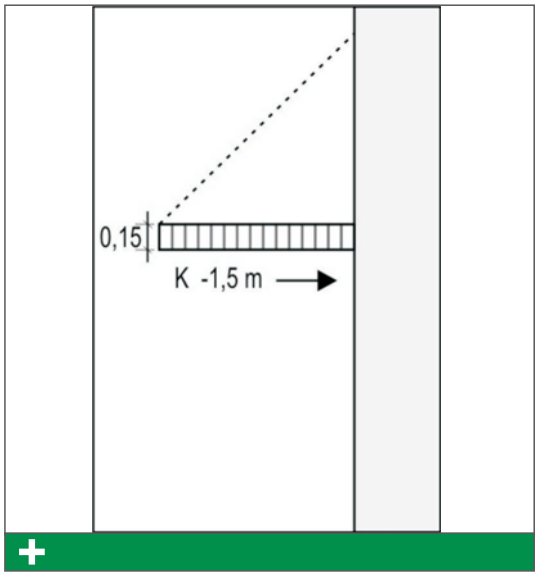


Abbildung 8: Vordächer und Markisen sollten nicht zu weit auskragen, ihre Ansichtsfläche ist gering zu halten

VI Werbung und Werbeanlagen

Wichtig!

- Für den Bereich der Denkmalbereichssatzung gilt die Satzung über Anlagen zur Außenwerbung und Warenautomaten vom 08.01.2009
- Höchstens zwei Werbeanlagen pro Gewerbeeinheit zulässig
  Empfehlung:
  Ein Schriftzug am Gebäude und eine Schaufensterbeklebung oder ein Ausleger (insgesamt 2 Werbeanlagen)
- Bestehende Fassadengliederung beachten
- Werbeanlagen nur deutlich unter der unteren Fenstereinfassung des 1. Obergeschosses
- Keine grellen Leuchtkästen oder blinkende Werbeanlagen
- Werbeantrag erforderlich

Tipp:

- Frühzeitig Beratungstermin bei der Stadtverwaltung wahrnehmen

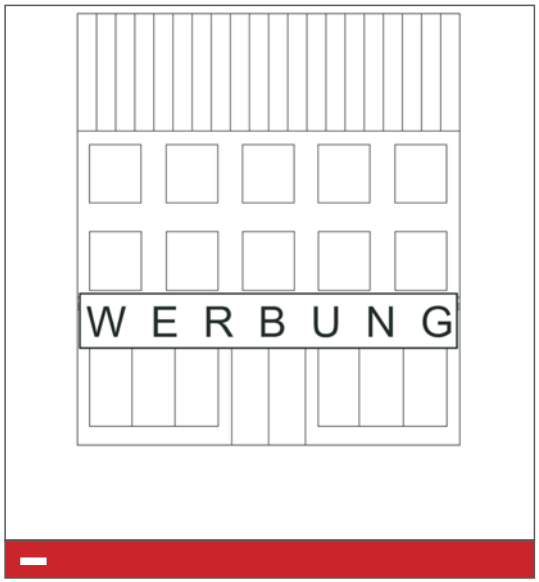
VI WERBUNG UND WERBEANLAGEN

Für den historischen Stadtkern besteht die Satzung über Anlagen zur Außenwerbung und Warenautomaten aus dem Jahr 2009 (Satzung über Anlangen zur Außenwerbung und Warenautomaten im historischen Stadtkern Radevormwald vom 08.01.2009, verkürzt: Werbeleitsatzung, siehe Kap. III.3, Seite 9). Die Satzung regelt Anzahl, Größe, Art, Farbe und Anbringungsort von Werbeanlagen und Warenautomaten. Zudem werden Ausnahmen geregelt beispielsweise für zeitlich begrenzte Sonderverkäufe. Ziel der Satzung ist es, durch geeignete Maßnahmen eine positive Gestaltung von Werbeanlagen und Warenautomaten zu erreichen und somit eine Beeinträchtigung des charakteristischen Stadt- und Straßenbildes zu vermeiden.

Denn die üblichen Werbeanlagen wie an der Fassade angebrachte Werbeträger (z.B. Schriftzug), Ausleger und Aufschriften auf Schaufenster prägen entscheidend das Erscheinungsbild der Fassade und sind wichtiger Bestandteil der Außendarstellung der Firmen. Eine attraktive Gestaltung und harmonische Einfügung in die Gebäudefassade ist wichtig, denn überdimensionierte und unsensible (grelles Licht oder Blinklicht) Werbeanlagen können einen äußerst negativen Einfluss auf das Erscheinungsbild eines einzelnen Gebäudes oder auch ganzer Straßen- und Platzräume ausüben. Zudem kann bei einer Häufung von Werbung die Aufnahmefähigkeit der Passanten ins Gegenteil gekehrt werden.

Ziel muss es sein, Werbeanlagen einerseits gut lesbar zu gestalten, andererseits aber durch eine harmonische Integration in die Fassadengestaltung hinsichtlich Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart das Erscheinungsbild des Gebäudes und der Umgebung nicht zu beeinträchtigen. Werbeanlagen, gleich welcher Art dürfen die architektonische Gliederung baulicher Anlagen bzw. die einheitliche Gestaltung nicht stören. Hierfür sind insbesondere folgende Anforderungen zu beachten (hier verkürzt wiedergegeben, siehe auch § 6 ff der Werbeleitsatzung):

- Der Abstand zwischen Werbeanlage und den entsprechenden Gliederungselementen (Gesimse, Faschen, Lisenen) muss mindestens 0,10 m betragen.
- Werbeanlagen dürfen nicht von einer Gebäudefassade auf die Fassaden benachbarter Gebäude übergreifen.
- Für jedes ausgeübte Gewerbe bzw. Dienstleister innerhalb eines Gebäudes sind höchstens zwei Werbeanlagen auf der Fassadenseite (Schaufensterseite) zulässig.
- Mehrere Werbeanlagen an einem Gebäude sind aufeinander abzustimmen.
- Größenbeschränkung für Hinweisschilder auf Beruf und Wohnung
- Werbebanner, Werbefahnen, Zettel- und Bogenanschläge sind überwiegend ausgeschlossen.



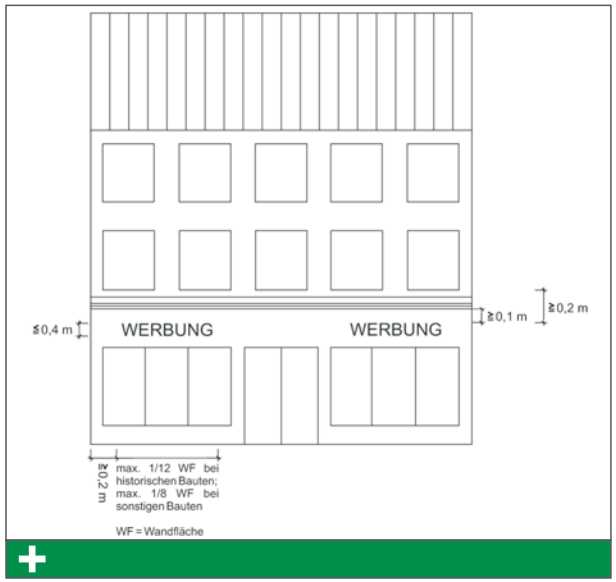
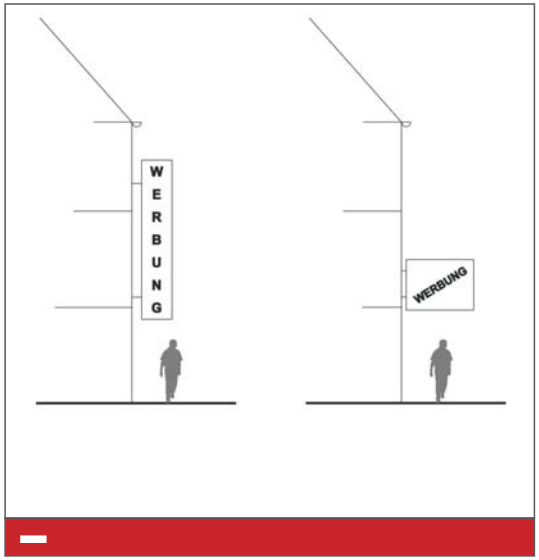


Abbildung 9: Die Werbeanlage ist überdimensional und nicht in Fassadengestaltung integriert

Abbildung 10: Bei der Anordnung von Werbeanlagen sind bestimmte Gestaltungskriterien zu beachten wie Größe, Abstand und Höhe der Werbung, siehe § 6 ff Werbeleitsatzung



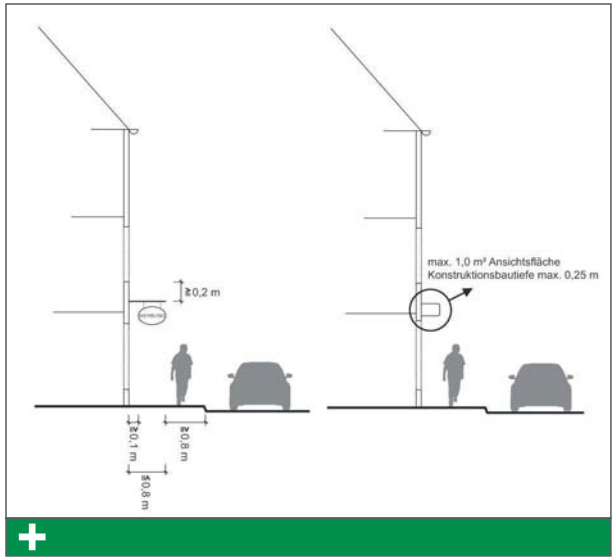


Abbildung 11:Ausleger sind zu dominant und entsprechen nicht den Vorgaben der Werbeleitsatzung, sie sind nur unterhalb der Brüstungshöhe des 1. OG anzubringen

Abbildung 12: Regelung zum Anbringungsort der Werbeanlagen

VI Werbung und Werbeanlagen

Bild 94 und 95: Überdimensionierte und unsensible Werbungen überfordern das Auge

Bild 96: Zurückhaltender, aber gut wahrnehmbarer Werbeschriftzug

Bild 97: Schaufenster und Werbeanlage harmonieren in Gliederung und Farbgebung mit der Fassade

Regelungen zum Anbringungsort der Werbeanlage (§ 7 der Werbeleitsatzung):

- Sie sind grundsätzlich nur an den Gebäudefassaden zulässig, an denen sich Schaufenster befinden.

- Werbeanlagen dürfen mit ihrer Oberkante nur bis 0,20 m unter der Unterkante der Fenstereinfassung oder Fenstersohlbank des 1. Obergeschosses (Brüstungsoberkante) reichen. Abweichungen davon sind im Einzelfall möglich und in § 7 (2) geregelt.

Flachwerbeanlagen, d.h. Beschriftungen aus Einzelbuchstaben fügen sich besonders gut in die Fassade ein. Die Anforderungen hieran sind in § 8 der Werbeleitsatzung geregelt: Anbringungsort, Verhältnis Größe zur Wandfläche je nach Gebäudeart – erhaltenswerter Bausubstanz oder sonstige Bauten, Höhe der Schriftzüge, seitlicher Abstand zu Vorsprüngen der Fassade, Gebäudekanten und Gliederungselemente (siehe Abb. 10).

Der Umgang mit Beleuchtung und Farbe von Werbeanlagen ist in § 11 geregelt. Demnach sind grelle und fluoreszierende Farben sowie flächige Leuchtkästen nicht zulässig. Eine dezente Anstrahlung der Werbeanlagen ist möglich. Lichtwerbung in Form von Lauf-, Wechsel- und Blink-

VI.2 Ausleger

Auch Ausleger sind in Form, Höhe und Material-/ Farbwahl zu begrenzen (siehe Abb. 12), denn sie prägen unmittelbar den Straßenraum und rücken eher ins Blickfeld der Passanten.

Daher ist zur Sicherung des Gesamteindrucks des Straßenraumes, aber auch zur Vermeidung von Unübersichtlichkeit, Zurückhaltung geboten. Auch hier gelten die oben genannten Grundregeln, zusätzlich werden in § 9 der Werbeleitsatzung Anforderungen zum Anbringungsort und Abständen geregelt.

Darüber hinaus ist die Ansichtsfläche auf 1,0 m^2 zu begrenzen, die Konstruktionsbautiefe darf 0,25 m nicht überschreiten. Dreidimsenionale Körper wie z.B. Würfel, Pyramiden etc. sind unzulässig, ebenso Leuchtkästen.

Eine Auslegerwerbung kann aus verschiedenen Teilen bestehen, wenn sie einheitlich gestaltet ist.

Wichtig!

- Anbringungsort unterhalb der Brüstungshöhe des ersten Obergeschosses
- Begrenzung der Höhe und Tiefe
- Abstände und Farbauswahl gem. Werbeleitsatzung beachten
- Werbeantrag erforderlich

Tipp:

- Frühzeitig Beratungstermin bei der Stadtverwaltung wahrnehmen

Bild 105: Zurückhaltung bei der Anbringung von Auslegern ist geboten

Bild 106: Dreidimensionale Körper und Leuchtkästen wirken störend auf das Gesamterscheinungsbild

Bild 107 - 112: Individuell gestaltete Werbeausleger wirken übersichtlich und ordnen sich in die Architektur ein

VI.3 Schaufenstergestaltung, -beleuchtung und -beklebung

Auch bei der Schaufenstergestaltung gilt es, bestimmte Gestaltungsregeln zu berücksichtigen. Denn hier können Überfrachtung, großformatige Drucke und grelle Farben schnell einen „billigen“ Gesamteindruck vermitteln und eher abstoßend auf die Kunden wirken.

Die vollständige Beklebung der Scheiben mit Werbung ist nicht zulässig, denn die Schaufenster sollen als solches erlebbar bleiben. So darf nach § 10 der Werbeleitsatzung dauerhafte Produkt- und Firmenwerbung auf Fensterscheiben nur mit zurückhaltender Farbgebung und nur zu einem bestimmten Anteil der einzelnen Schaufensterscheibe angebracht werden. Vollflächige Schaufensteraufkleber sind unzulässig. Ein Bekleben aus Anlass einer zeitlich auf 4 Wochen begrenzten Sonderaktion (Sonderverkauf, Jubiläum etc.) ist erlaubt. Eine Neuauflage der Werbeleitsatzung u.a. auch zu diesem Thema befindet sich zurzeit in Bearbeitung.

Stark beleuchtete Schaufenster, die störend in den Straßenraum hineinwirken, sind ebenso zu vermeiden wie Lichtwerbung in grellen Farben. Eine zurückhaltende Schaufensterbeleuchtung ermöglicht ein angenehmes Betrachten und Flanieren. Um auch nach Geschäftsschluss in den dunkleren Jahreszeiten die Innenstadt erlebbar zu gestalten, sollte die Beleuchtung einheitlich bis 22 Uhr in Betrieb bleiben.

Werbung in den Fenstern der Obergeschosse ist nicht zulässig.

Wichtig!

- Keine vollflächige Beklebung der Schaufenster
- Zurückhaltende Verwendung während Sonderaktionen
- Dezente Beleuchtung der Schaufenster
- Werbeantrag erforderlich

Tipp:

- Frühzeitig Beratungstermin bei der Stadtverwaltung wahrnehmen

Bild 113: Dezente Schaufenstergestaltung

Bild 114: Zurückhaltendes Bekleben der Schaufenster bewirkt ansprechendes Erscheinungsbild

Bild 115: Schaufenstergestaltung wirkt durch Überladung wenig ansprechend

Bild 116: Schaufenstergestaltung wirkt nicht einladend

VII.2 Einzelhandel

VII.2.1 Warenaufsteller und Warenpräsentation

Warenauslagen vor Geschäften in der Fußgängerzone erhöhen den Reiz des Bummelns 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. Insbesondere dürfen Rettungswege und Lieferzonen nicht beeinträchtigt werden. 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.

Unabhängig von den Bestimmungen der Sondernutzungssatzung (siehe hierzu Kap. III.5) sollte vor den Schaufenstern unter den Vordächern und Markisen immer eine Laufgasse freigehalten werden. Wünschenswert ist es deshalb, dass die Warenauslagen nur eine begrenzte Fläche im Straßenraum belegen: in der Regel 1 qm Gehweg je Meter Ladenfront, einreihig und unmittelbar vor der Gebäudefassade angeordnet. Um zu vermeiden, dass sich Auslage an Auslage reiht, sollte die Länge der Auslagen 75 % der Fassaden-

Bild 142: Unterschiedliche Warenpräsentationen überfrachten das Auge, Laufzonen werden eingeengt

Bild 143: Kundenstopper versperren den Weg....

Bild 144: ...und beeinträchtigen das Gesamterscheinungsbild

Wichtig!

- Die Nutzung des öffentlichen Raumes z.B. für Tische, Sitzgelegenheiten, Verkaufsstände bedarf einer Erlaubnis, Antrag stellen
- Denkmalrechtliche Erlaubnis erforderlich, Antrag stellen
- Kein Slalomlauf: einreihige Anordnung der Präsentationsfläche vor der Gebäudefassade
- Begrenzung auf 1 qm pro 1 m Ladenfront
- Hochwertige Präsentationsmöbel
- Keine Kundenstopper und Werbefahnen

Tipp:

- Beratungstermin bei der Stadtverwaltung wahrnehmen

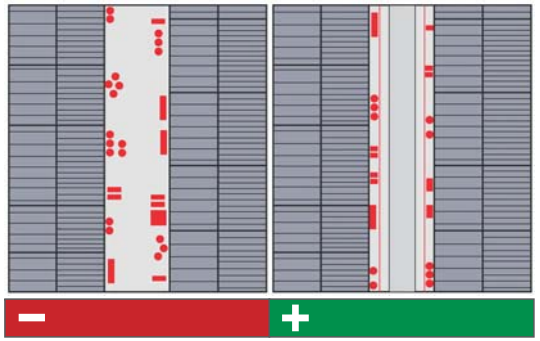


Abbildung 13: Slalomlauf der Passanten vermeiden, Warenauslagen einreihig anordnen

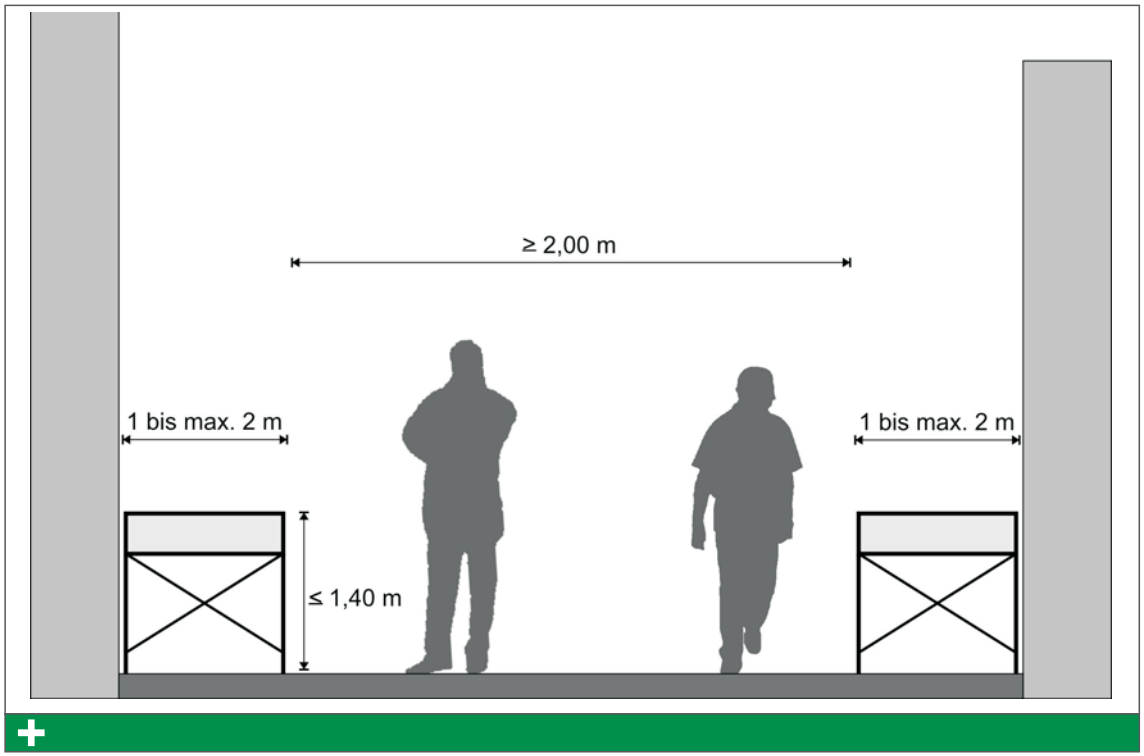


Abbildung 14: Laufzone sollte freigehalten werden, Warenauslagen sind zu begrenzen

Bild 145 und 146: Anmutende Warenpräsentationen erhöhen den Reiz des Bummelns

front nicht überschreiten. Die Präsentationsfläche kann eine Tiefe von 1,00 m bis 2,00 m ab Gebäudekante einnehmen. In engen Straßenabschnitten sollte die Präsentationsfläche so bemessen werden, dass durchgehende Wege mit mindestens 2,00 m Breite erhalten bleiben (gem. Sondernutzungssatzung sind mind. 1,25m erforderlich, empfehlenswert sind jedoch mind. 2,00 m). Die Höhe der Warenauslagen sollten 1,40 m m nicht überschreiten. Einfache Kartons, Waschkörbe, Paletten, Container u.ä. sollten vermieden werden, ebenso Schilder, Dreiecksständer, Werbeträger und minderwertige Ware. In jedem Fall müssen Rettungswege freigehalten werden.

Die „Möbel" zur Warenpräsentation sollten aufeinander abgestimmt sein, je Ladeneinheit ist ein einheitliches Präsentationssystem zu verwenden. Auch hier empfiehlt sich die Verwendung hochwertiger Materialien in zurückhaltendender Farbgebung (z.B. Metall, Holz, Glas). Abgrenzungen sind zu vermeiden. Auch auf Witterungsschutz aus separaten Elementen wie z.B. Sonnenschirme ist zu verzichten.

Dreiecksständer / Kundenstopper sollten auf ein Minimum reduziert werden, da diese das Straßenbild verunstalten, den Laufbereich zusätzlich einengen und oftmals richtige „Stolperfallen" darstellen.

IX KONTAKT UND ANTRAGSTELLUNG

Je nach Umfang der geplanten baulichen Maßnahmen sind unterschiedliche Genehmigungsverfahren durchzuführen – oftmals auch mehrere parallel. Im Folgenden finden Sie eine Übersicht zu Ansprechpersonen sowie gebündelte Informationen zu Genehmigungsverfahren und zur erforderlichen Antragstellung.

1. Baugenehmigung

Für die Errichtung, Änderung, Nutzungsänderung oder Abbruch baulicher sowie anderer Anlagen ist eine Baugenehmigung erforderlich. Hierfür ist ein Bauantrag einzureichen. Die erforderlichen Unterlagen sind mit dem(r) zuständigen Ansprechpartner(in) im Vorfeld abzustimmen. Den Bauantragsvordruck finden Sie unter http://www.radevormwald.de/cms222/rat_verwaltung/formulare_infobroschueren/

Kontakt:

Stadt Radevormwald
Hohenfuhrstr. 13
42477 Radevormwald

Technisches Dezernat
Fachbereich Bauverwaltung
Frau Irmhild Noss
Telefon: 02195 / 606-170
Telefax: 02195 / 606-46163
E-Mail: Irmhild.Noss@radevormwald.de
Zimmer: 2.12, 2. Etage

Frau Helga Sander
Telefon: 02195 / 606-169
Telefax: 02195 / 606-46163
E-Mail: Helga.Sander@radevormwald.de
Zimmer: 2.10, 2. Etage

Frau Dagmar Thiel
Telefon: 02195 / 606 - 172
Telefax: 02195 / 606 - 46163
E-Mail: Dagmar.Thiel@radevormwald.de
Zimmer: 2.07, 2. Etage

Bild 155: bei baulichen Veränderungen ist eine Baugenehmigung erforderlich

www.radevormwald.de

Gefördert durch:

Bundesministerium
für Verkehr, Bau
und Stadtentwicklung

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Gefördert mit Mitteln
der Städtebauförderung durch:

**Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Bauen, Wohnen und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen**

aufgrund eines Beschlusses
des Landtages Nordrhein-Westfalen

**STÄDTEBAU-
FÖRDERUNG**

von Bund, Ländern und
Gemeinden

Radevormwald
Stadt auf der Höhe