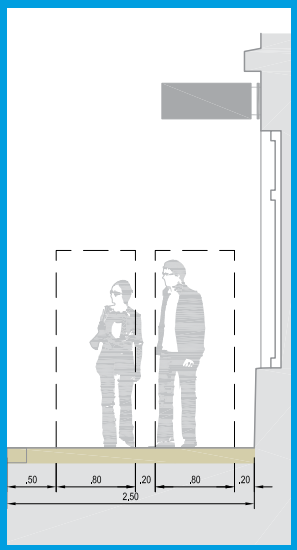
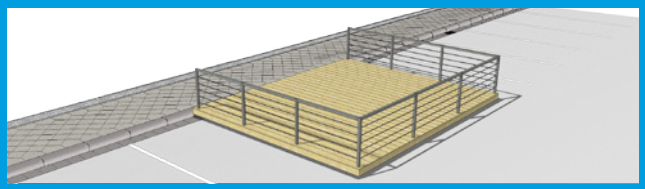
Anlage zur Mag.-Vorlage Nr.

Gestaltungshandbuch
Offenbach am Main





Teil 3: Sondernutzungen auf öffentlichen Flächen

Amt für Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement

Offenbach am Main
OF

INHALT

Vorwort 3

Flächendimensionierung 9

Sondernutzungen auf öffentlichen Flächen 24

- Mobile Verkaufsstände 29
- Marktstände 30
- Kleiderständer 32
- Werbeaufsteller 34
- Werbeaufsteller im Corporate Design 36
- Leitsystem Offenbach 37

Außengastronomie 41

- Sonnenschirme 48
- Podeste 49
- Begrünungselemente 51

Sonstige Sondernutzungen 53

- Serviceeinrichtungen 54
- Werbeträger 55
- Einrichtungen des ÖPNV 59
- Wertstoffcontainer 60

Genehmigende Stellen der Stadtverwaltung 66

1.0 VORWORT

1.1. Situationsbeschreibung

Offenbach zeigt sich Besuchern als eine sehr junge, dynamische und vielfältige Innenstadt. Besonders auffällig ist dabei der hohe Anteil von Kindern und Jugendlichen und eine sehr lebendige Mischung verschiedenster Kulturen. Bewohner und Händler nehmen den innerstädtischen Raum stark in Besitz und generieren so ein lebendiges, äußerst individuelles Flair. Ein besonderes Potential ist dabei die hohe Individualität an kleinen Einzelhandelsgeschäften, die oftmals Akzente anderer Kulturen zeigen. In Kombinationen mit traditionellen Mittelstandsbetrieben und den Filialen überregionaler Händler entsteht so die sehr typische „Offenbacher Mischung".

Diese relativ jungen Veränderungen im Geschäftsbesatz mit ihren Nutzungsanforderungen an den öffentlichen Raum - den „Sondernutzungen" - erzeugen mitunter Konflikte zwischen Einzelhandel und der Gewährleistung von Mindestansprüchen von Fußgängern. Seit Jahren ist zudem ein verstärkter Druck von gewerblicher Seite auf den öffentlichen Raum zu verzeichnen. Durch ihre Häufung und Gestaltung nehmen diese Nutzungen wie Werbeschilder, Warenauslagen und Elemente der Außengastronomie im Positiven wie im Negativen unmittelbar Einfluss auf das Erscheinungsbild des Zentrums. Sie wirken somit zum einen auf die Straßenraumgestaltung und haben zum anderen einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Funktionalität der Straßenräume, insbesondere der Gehwegbereiche.

Hohe Auswirkungen auf die gestalterische Qualität des öffentlichen Raumes hat dabei die Gesamtheit aller Elemente, die zur Werbung, Information und Präsentation von Waren oder

Abb. 01 Offenbach - Aliceplatz, 2013

Leistungen erforderlich sind. Dazu zählen alle Elemente, die auf öffentlichen Flächen und an privaten Fassaden aufgestellt, befestigt oder temporär angeordnet werden.

Mit der Zuwanderung von Menschen unterschiedlichster Herkunftskulturen und ihrer Integration als Gewerbetreibende in den Innenstädten verändert sich das Stadtbild. Außengastronomie und Treffpunkte/Kommunikation im öffentlichen Raum haben an Bedeutung gewonnen, Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung sowie Werbung werden uneinheitlicher. Der hohe Anteil an Zuwanderern findet sich auch unter den Gewerbetreibenden. Dieser große und heterogene Teil der Stadtgesellschaft entstammt verschiedensten Kulturen, die eigene Wertmaßstäbe und Vorstellungen von Ästhetik mitbringen. Verbesserungsvorschläge müssen daher immer auch die Bevölkerungsstruktur berücksichtigen und bewegen sich naturgemäß in einem Spannungsfeld zwischen Ordnung, Übersichtlichkeit und liebenswürdiger Buntheit.

Abb. 02 Sondernutzung in Erfurt, 2011

Mit der Zielvorstellung, ein positives, übersichtliches Stadtbild zu sichern und den Eindruck eventueller Reizüberflutungen zu minimieren, möchte die Stadt regulierend in die Nutzung des öffentlichen Raumes durch Gewerbetreibende eingreifen, indem ein Gestaltungshandbuch für die Sondernutzungen sowie eine Satzung über die Gestaltung von Werbeelementen an Gebäuden erarbeitet werden.

Das Gestaltungshandbuch wurde im Zuge des Projektes „Aktive Innenstadt Offenbach“ entwickelt. Seine Zielgruppen sind die Gewerbetreibenden, die Hauseigentümer gewerblich genutzter Immobilien und die öffentliche Verwaltung. Durch einen partizipationsorientierten Ansatz und intensiven Abstimmungsprozess mit den Offenbacher Gewerbetreibenden verspricht sich die Stadtverwaltung gute Chancen für einen Konsens, der eine sichtbare Verbesserung des Stadtbildes und der Funktionalität des Straßenraumes zur Folge hat und ein positives Zeichen für den Einzelhandelsstandort Offenbach setzt.

Entsprechende Regelungen haben sich in anderen Städten bewährt und werden dort sowohl von der Gastronomie, dem Einzelhandel als auch der Bevölkerung positiv bewertet. Sie werden auch von den Verwaltungen begrüßt, weil sie die tägliche Genehmigungspraxis erleichtern, zur Gleichbehandlung der Antragsteller und zur Nachvollziehbarkeit der Entscheidungen beitragen.

Abb. 03 Beispiel Warenpräsentation, starke Störung der Fassaden, Berlin 2017

Regularien und gestalterische Empfehlungen für alle Elemente der Warenpräsentation, Außengastronomie sowie der Werbung im Rahmen der Sondernutzung werden im Gestaltungshandbuch in einzelnen Teilen behandelt.
Elemente der Außengastronomie, wie beispielsweise Warenträger, Werbeträger oder Möblierung, die auf öffentlichen Bodenflächen angeordnet sind, werden in diesem Teil (Sondernutzungen auf öffentlichen Flächen) des Gestaltungshandbuches behandelt.

1.2. Gestaltung von Sondernutzungen

Generell gilt, dass der öffentliche Raum für die Allgemeinheit bestimmt ist und so weit wie möglich von „Sonder"-Nutzungen freizuhalten ist. An den Stellen wo Sondernutzungen gewünscht und zugelassen werden, müssen diese die funktionalen Mindestanforderungen an Bewegungsräume von Passanten und Menschen mit Behinderung erfüllen. Gleiches gilt für Rettungswege, die freigehalten werden müssen.
Selbstverständlich tragen Außengastronomien und attraktive Warenpräsentationen erheblich zu einer positiven Atmosphäre im Zentrum bei. Unübersehbar ist jedoch, dass die Schaufensterwerbung, ein wichtiger Erfolgsfaktor für den Einzelhandel, in manchen Straßen hinter einem Übermaß an Warenauslagen im öffentlichen Raum zurücktritt. Insbesondere die Art der Warenpräsentation ist kritisch zu sehen. Für viele Geschäfte stellen die Warenauslagen eine preisgünstige Erweiterung ihrer Verkaufsflächen dar. Müssten alle Waren im Laden selbst untergebracht werden, wäre dafür in vielen Fällen kein Platz.

1.3. Handbuch zur Gestaltung von Sondernutzungen

Das Ziel besteht darin, ein positives Signal für den Einzelhandelsstandort insbesondere der Innenstadt von Offenbach zu setzen. Warenauslagen, Werbeträger, Außengastronomie und andere Sondernutzungselemente im öffentlichen Straßenraum sollen geordnet, reduziert und qualitativ aufgewertet werden.
Das Hanbuch bezieht sich nur auf die Gestaltung von Objekten, welche für die „dauerhafte", länger als vier Wochen beanspruchende Benutzung der öffentlichen Straßen durch private und gewerbliche Nutzer vorgesehen sind und den Gemeingebrauch überschreiten. Der Wochenmarkt auf dem Wilhelmsplatz, temporäre Veranstaltungen wie Märkte und Stadtfeste sowie Wahlsichtwerbung sind von dem Gestaltungshandbuch nicht berührt.

Für die **Außengastronomie** werden Gestaltungskriterien in gebündelter Form zusammengefasst dargestellt, die seit Jahren in Einzelgesprächen mit den antragstellenden Gastronomen angewendet werden.
Warenaufsteller, sogenannte **Kundenstopper,** sollen in Zukunft in der Innenstadt deutlich eingeschränkt werden. Als Ausnahme soll für innenliegende Passagen die Möglichkeit eingeräumt werden, in der Fußgängerzone Sammelwerbeanlagen zu installieren.
Die Fülle und Vielfalt der **Warenauslagen** sollen reduziert werden. Die Gestelle und Tische zur Warenpräsentation werden in Material und Abmessungen auf ein bestimmtes Angebot beschränkt. Ziel ist es, die Schaufensterfronten wieder in den Vordergrund zu stellen.

Darüber hinaus beinhaltet das Handbuch Festlegungen für die Gestaltung von **sonstigen Sondernutzungen**, sofern sie in wahrnehmbarem Umfang Auswirkungen auf die Gestaltung oder Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes haben.

Um die Bearbeitung für die genehmigenden Stellen der Stadtverwaltung zu erleichtern, wurde ergänzend ein **Plan** für die Innenstadt erstellt, in dem die Zonen festgelegt sind, innerhalb derer Läden und Gaststätten ihr Geschäft als Sondernutzung ausüben dürfen. Die Belegung dieser Flächen für gewerbliche Nutzungen wurde unter gestalterischen und funktionalen Gesichtspunkten vorgenommen.

1.4. Gegenstand der Vorgaben der-Sondernutzung

Das Handbuch regelt die **Gestaltung und den Umfang** der Sondernutzungen und gilt auf den Straßen, Wegen und Plätzen der Stadt, sofern sie der Baulast der Stadt Offenbach unterliegen und dem öffentlichen Verkehr gewidmet sind.
Die geltende Sondernutzungssatzung wird geändert und um die Vorgaben des Gestaltungshandbuches Teil 3 ergänzt.

In begründeten Einzelfällen sind unter Beachtung des Gleichheitsgebotes Ausnahmen möglich, wenn dadurch die übergeordneten gestalterischen und funktionalen Ziele nicht in Frage gestellt sind.

- Das Hanbuch bezieht sich nur auf die Gestaltung von Objekten, die für eine „dauerhafte“, länger als vier Wochen andauernde Benutzung der öffentlichen Straßen durch private und gewerbliche Nutzer vorgesehen sind und den Gemeingebrauch überschreiten.

- Der Wochenmarkt auf dem Wilhelmsplatz, temporäre Veranstaltungen wie Märkte und Stadtfeste sowie Wahlsichtwerbung sind von den Vorgaben des Gestaltungshandbuch nicht berührt.

- Die Objekte, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht diesem Handbuch entsprechen, können nach Inkrafttreten der geänderten Sondernutzungsatzung bis zum Ende des Genehmigungszeitraumes weiterbenutzt werden. Spätestens nach fünf Jahren sind die Möblierungselemente neu zu bewerten.

- Bei Neuanträgen bzw. Veränderungen der Möblierung, darf ab dem Zeitpunkt der geänderten Sondernutzungssatzung nur noch richtlinienkonformes Mobiliar auf Sondernutzungsflächen aufgestellt werden.

Abb. 04 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation über gesamte Fassadenbreite
Wiesbaden, 2014

Abb. 05 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation über gesamte Fassadenbreite
Zu hohe Anzahl und Vielfalt an Werbeelementen, Wiesbaden 2014

Die Regularien umfassen die Art, den Umfang und die Positionierung der gewerblichen Elemente. Die Gestaltungsqualität soll der Bedeutung und dem Charakter des jeweiligen Stadtteiles entsprechen.
Das bedeutet, dass für das Zentrum, den Kern des Einzelhandels, ein anderer Standard angesetzt wird als im sonstigen Stadtgebiet.
Wie das gesamte Gestaltungshandbuch soll auch der Teil der gewerblichen Nutzungen grundsätzlich für das gesamte Stadtgebiet Anwendung finden. Differenzierte Ausführungen werden in der Bearbeitungsphase 1 jedoch nur für den Bereich des Zentrums dargestellt.

1.5. Gestalterische Ziele

Darüber hinaus gelten einige allgemeine Grundsätze und Qualitätsanforderungen für alle Sondernutzungselemente.

1.5.1 Maßstäblichkeit und Raumqualitäten der Straßen und Plätze dürfen durch die Sondernutzungen nicht beeinträchtigt werden. Freiräume und der architektonische Charakter der Bebauung sollen erhalten und im positiven Falle verstärkt werden.

1.5.2 Historische Bauten und stadtbildprägende Objekte sollen in ihrer Wirkung auf die Umgebung nicht beeinträchtigt werden.

1.5.3 Stadtbildprägende Sichtbeziehungen sollen nicht verstellt werden.

1.5.4 Die Ausgrenzung von Teilflächen des öffentlichen Raumes zu Zwecken der Sondernutzung durch Zäune, sonstige Barrieren oder Podeste soll unterbunden werden.

1.5.3 Möblierungselemente sollen einen hochwertigen Eindruck machen und zur Aufwertung des Stadtbildes beitragen.

1.5.4 Die Bewegungsfreiheit der Passanten darf nicht unverhältnismäßig eingeschränkt werden. Auch behinderte Menschen sollen durch die Sondernutzungen in der Ausübung des Gemeingebrauchs nicht erheblich beeinträchtigt werden.

Eine allgemeine Zurückhaltung in Farben und Formen und die Beschränkung auf ein überschaubares Repertoire von zulässigen Sondernutzungselementen trägt zu einer ruhigeren Gesamtwirkung des Straßenraumes bei. Bodenbeläge aller Art, die flächig auf dem Boden liegen, Werbezwecken dienen oder der jeweiligen Fläche einen eigenen Charakter verleihen, sind unzulässig.

Aufgrund des teilweise engen Querschnitts der innerstädtischen Straßen besteht eine grundlegende Maßnahme zur Reduktion darin, in den einzelnen Innenstadtstraßen feste Zonen für Sondernutzungen zu definieren. Es kommt dadurch zu einer Minimierung von Nutzungskonflikten zwischen den Laufrichtungen der Fußgänger und den Sondernutzungen. Insbesondere können mit einer straßenbezogenen Betrachtungsweise die Leitstreifen für die Barrierefreiheit gegenüber den Sondernutzungen freigehalten werden.

Die Sondernutzungen lassen sich in folgende Typen untergliedern:

- Warenpräsentation
- Außengastronomie
- sonstige Sondernutzungen

In den folgenden Ausführungen werden für jeden Typus Grundsätze formuliert und mit Regelzeichnungen illustriert. Ergänzende Positiv- und Negativbeispiele veranschaulichen die praktische Handhabung.

2.1. Einordnung und Dimensionierung von freizuhaltenden Gehbahnen

Basis für die Entscheidung über die Dimensionierung der Aufstellflächen für Sondernutzungen, wie Gastronomie und Warenpräsentation, sind die bestehenden Breiten der Gehwege und Fußgängerzonen.

Im Regelfall beträgt die erforderliche Seitenraumbreite (freizuhaltene Gehbahn) an Fahrbahnen **2,50 m.**

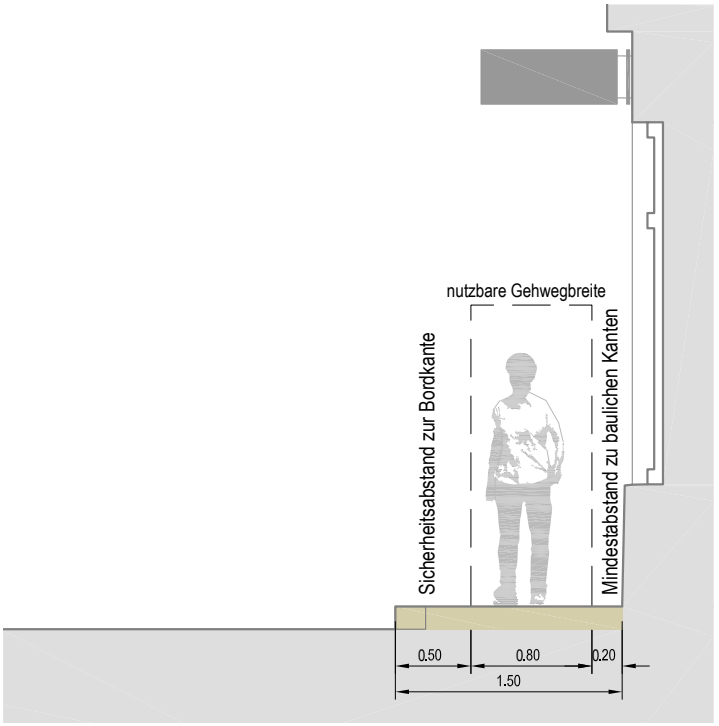


Abb. 06 Mindestbreiten bei schmalen Fußwegen für Wohnstraßen *

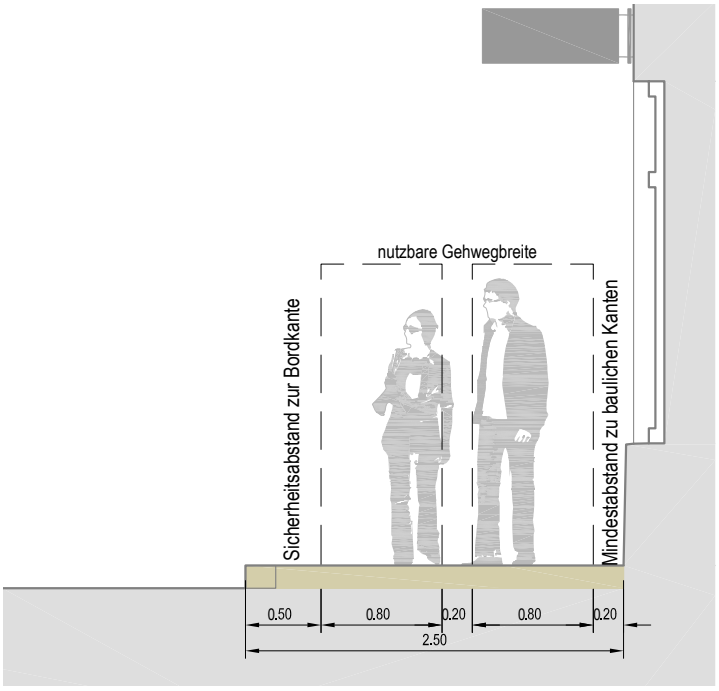


Abb. 07 Mindestbreiten im Regelfall für Wohnstraßen *

* Empfehlungen für Fußgängerverkehrsanlagen (EFA) – (2002)

SONDER NUTZUNGS FLÄCHEN

2.2. Regelfall

Im Regelfall von Sondernutzungen mit einer **Länge > 3,00 m** kann die erforderliche Breite der freizuhaltenden Gehbahn unter einseitigem Verzicht auf einen Bewegungsraum bzw. Reduzierung des Sicherheitsabstandes zur Fahrbahn oder Radweg auf **2,30 m verringert werden**.

Schließt sich anstelle einer Fahrbahn ein Längsparkstreifen, Grünfläche od. andere Sondernutzungsflächen an den Gehweg an, reicht für die freizuhaltende Gehbahn eine Breite **von 2,00 m** aus.

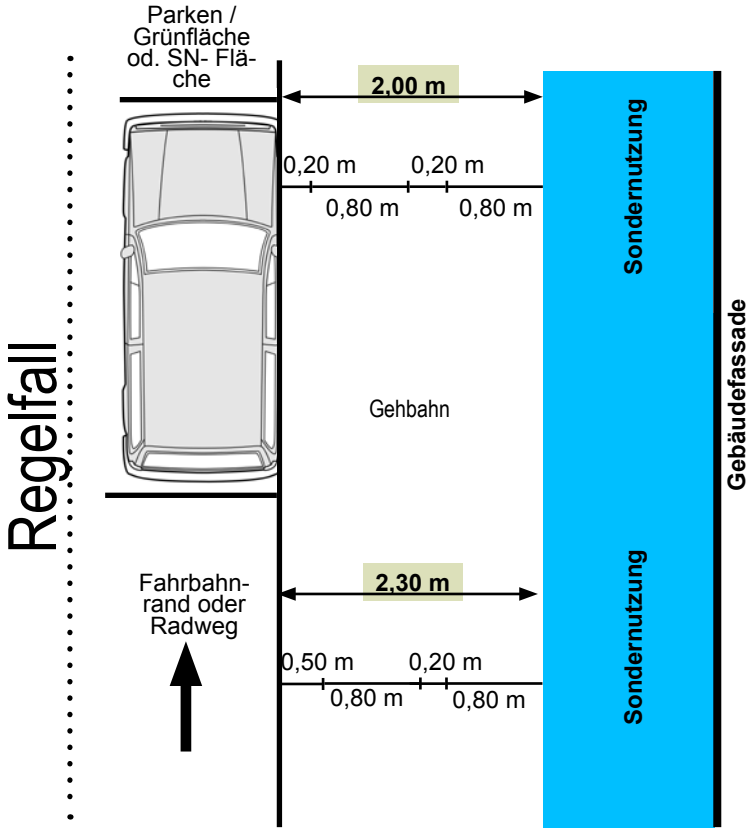


Abb. 08 Regelfall Gehwegbreite / Sondernutzung

2.3. Kurze Engstellen

Ergeben sich aufgrund von Sondernutzungen mit einer Länge bis zu **3,00 m** kurze Engstellen, so beträgt die erforderliche Mindestbreite der freizuhaltenden Gehbahn neben Fahrbahnen bzw. Radwegen **2,10 m** und neben Längsparken, Grünflächen, SN-Flächen o.ä. **1,80 m.** Die maximale Länge für kurze Engstellen beträgt **3,00 m.** Der Mindestabstand zwischen kurzen Engstellen (Begegnungsraum) beträgt ebenfalls **3,00 m.**

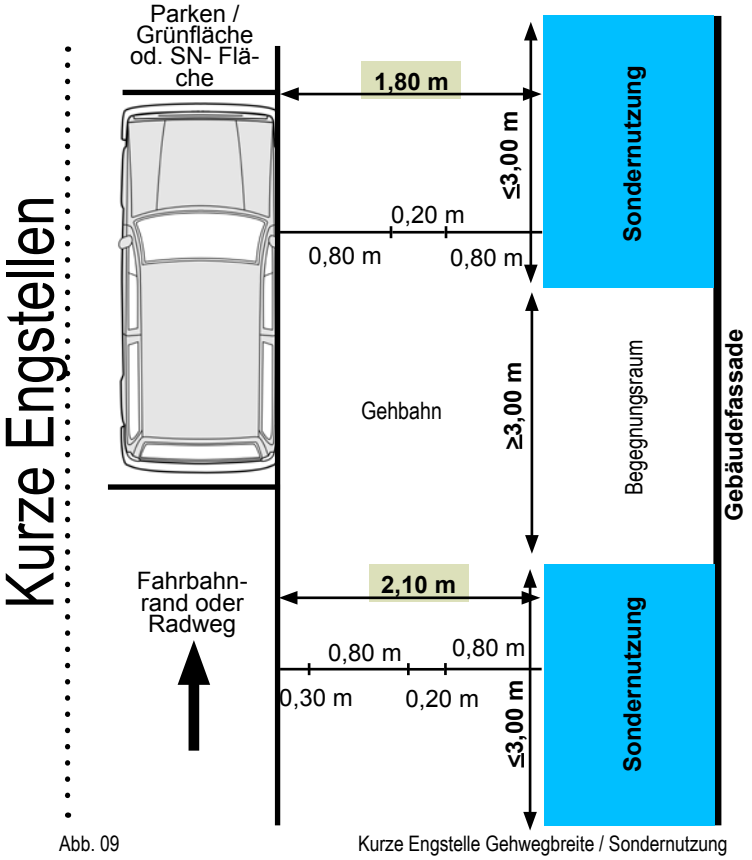


Abb. 09 Kurze Engstelle Gehwegbreite / Sondernutzung

2.4. Punktuelle Engstellen

Sondernutzungsflächen mit Engstellen an punktuellen Einbauten (Verkehrsschilder, Beleuchtungsmasten, Lichtsignalanlagen, Müllbehälter o.ä.) die sich aufgrund von Sondernutzungen ergeben, müssen eine lichte Breite von mindestens **1,50 m** für die Gehbahn belassen.

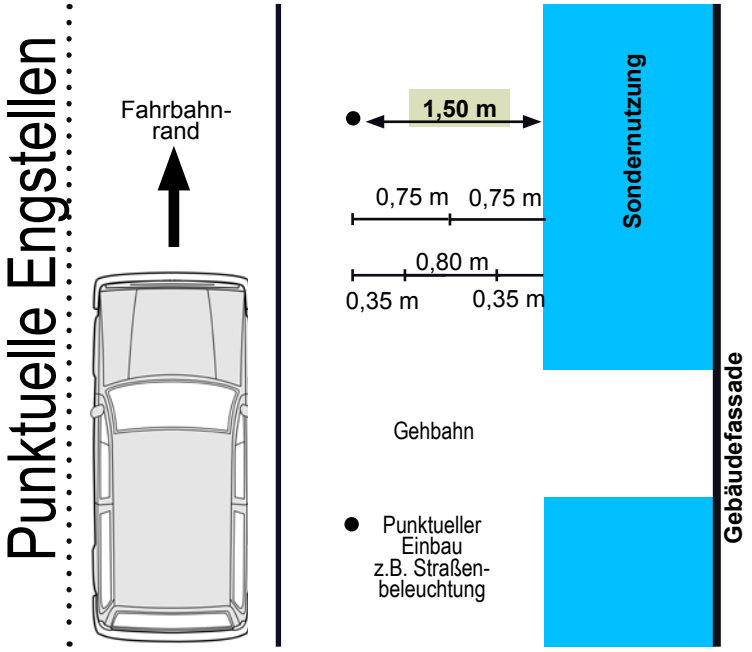


Abb. 10 Punktuelle Engstelle Gehwegbreite / Sondernutzung

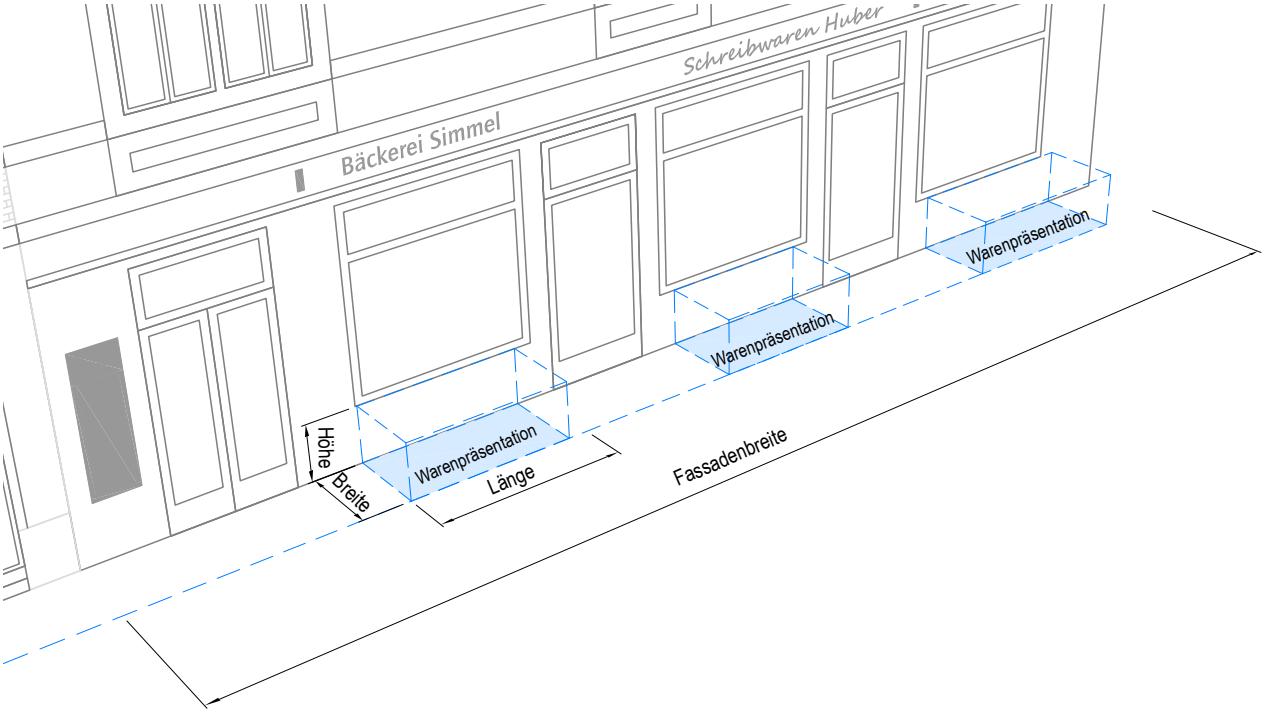


Abb. 11

2.5. In Abhängigkeit von diesen Mindestbreiten legt das Gestaltungshandbuch als Sondernutzungsstreifen für Warenpräsentationen eine maximale Aufstellbreite von **1,00 m** fest. Bei der Festlegung der Aufstellbreite wurde geprüft, dass die regulären Warenpräsentationen problemlos aufstellbar sind.

Übliche Elemente sind:

- Werbeaufsteller
- Warentische, -körbe, -regale
- Zeitungs- und Kartenständer
- Kleiderständer
- Hakenständer für Tücher, Gürtel, Handschuhe etc.
- Schneiderpuppen für die Einzelpräsentation von Kleidung

Gastronomische Nutzungen im öffentlichen Raum erfordern in der Regel größere Aufstellbreiten und können vorrangig in Fußgängerzonen und bei sehr breiten Gehwegen angeordnet werden. Bei der Planung und Genehmigung sind die unterschiedlichen Flächenbedarfe für Cafe- und Restaurantbestuhlung oder eine Stehtischnutzung zu berücksichtigen.
Außengastronomie mit Aufstellbreiten **> 1,80 m** unterliegen einer Einzelfallprüfung.

Richtwert Cafe:

- Tisch Ø 70 cm oder 70 x 70 cm
- 4 Stühle

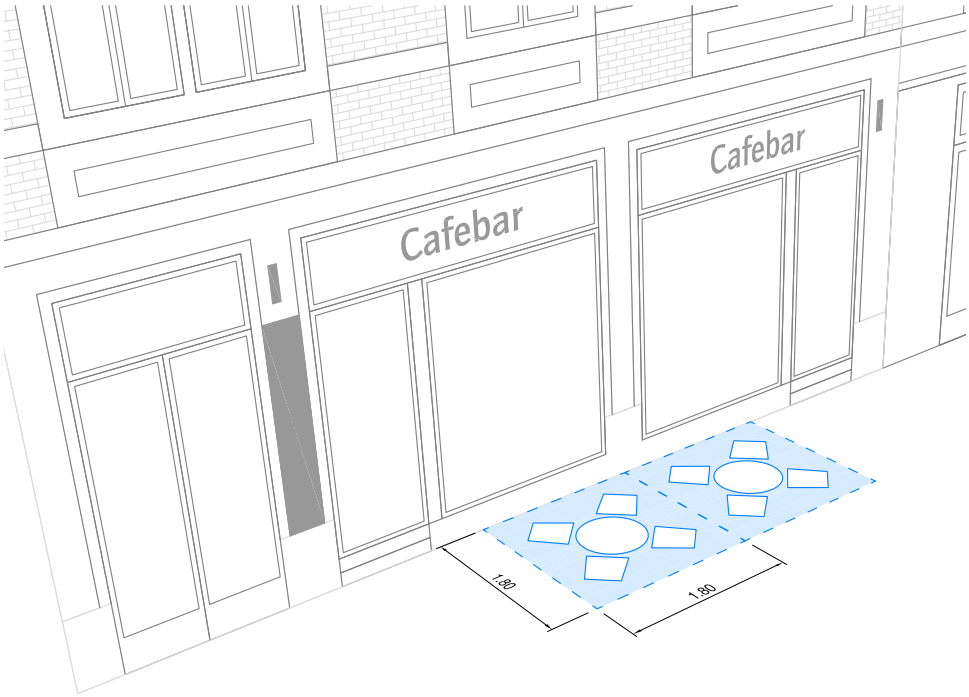


Abb. 12

Richtwert Restaurant:

- Tisch 120 x 70 cm
- 4 Stühle

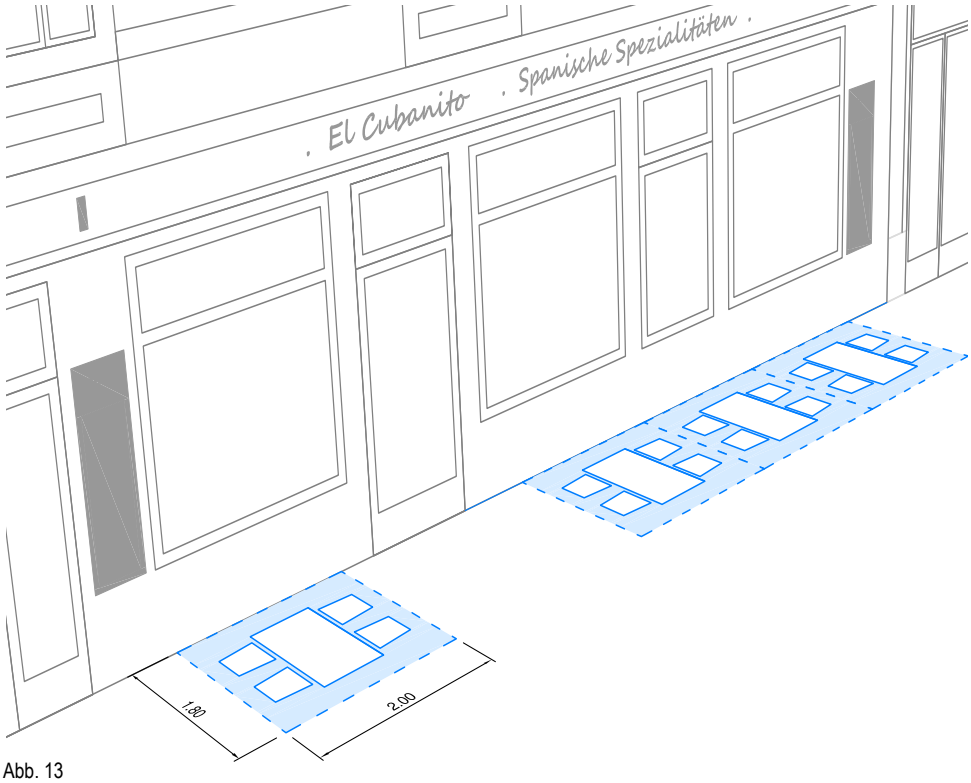


Abb. 13

SONDER NUTZUNGS FLÄCHEN

Richtwert Restaurant:

- Tisch 60 x 70 cm
- 2 Stühle

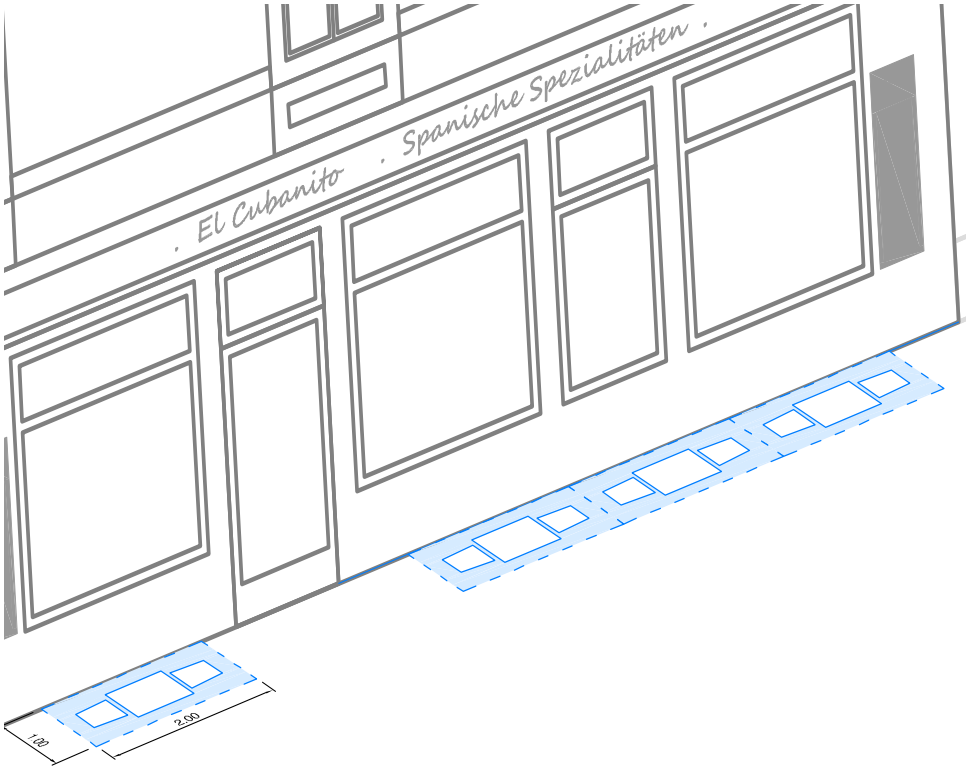


Abb. 14

2.6. Nutzungsbreiten für Sondernutzungen (SN)

1. Als Sondernutzungsstreifen für **Warenpräsentationen** ist eine maximale Aufstellbreite von **1 m** in Abhängigkeit der Gehwegbreite zulässig**.**

2. Laufbahnen in **Fußgängerzonen** sind auf einer Breite von mindestens **4,00 m** freizuhalten.

3. **Gastronomische Nuzungen** können in Abhängigkeit vom städtebaulichen Umfeld breiter sein als **1,00 m**.

Abb. 15

2.7. Lagen für Sondernutzungen (SN)

Grundsätzlich können SN nur dort angeordnet werden, wo sie gestalterisch vertretbar sind und den Gemeingebrauch nicht stören.

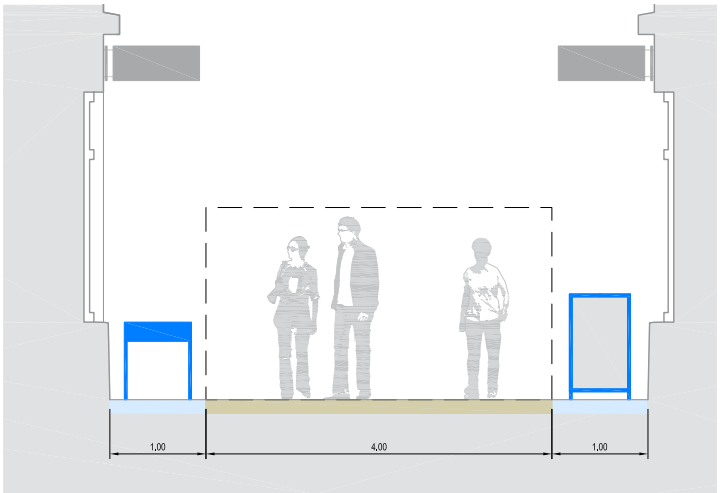
2.7.1 Sondernutzungsflächen an der Fassade dürfen nur an dem Haus angeordnet werden, in dem sich das Geschäft befindet.

2.7.2 Sondernutzungsflächen dürfen innerhalb der jeweiligen Fassadenbreite angeordnet werden.

2.7.3 Bei Eckläden darf nur eine Fassadenfront genutzt werden, außer: es handelt sich um verschiedene Geschäfte.

2.7.4 Befinden sich innerhalb einer Fassadenfront mehrere Geschäfte kann nur die jeweilige Schaufensterbreite inkl. Mindestabstände je Gewerbeeinheit genutzt werden.

2.7.5 In verkehrsberuhigten Bereichen und verkehrsberuhigten Geschäftsbereichen sind diese nur auf den dafür ausgewiesenen Flächen erlaubt.



Nutzungsbreiten bei beidseitiger Anordnung von Sondernutzungsflächen in Fußgängerzonen

Abb. 16 Waren-präsentation Laufbahn Waren-präsentation

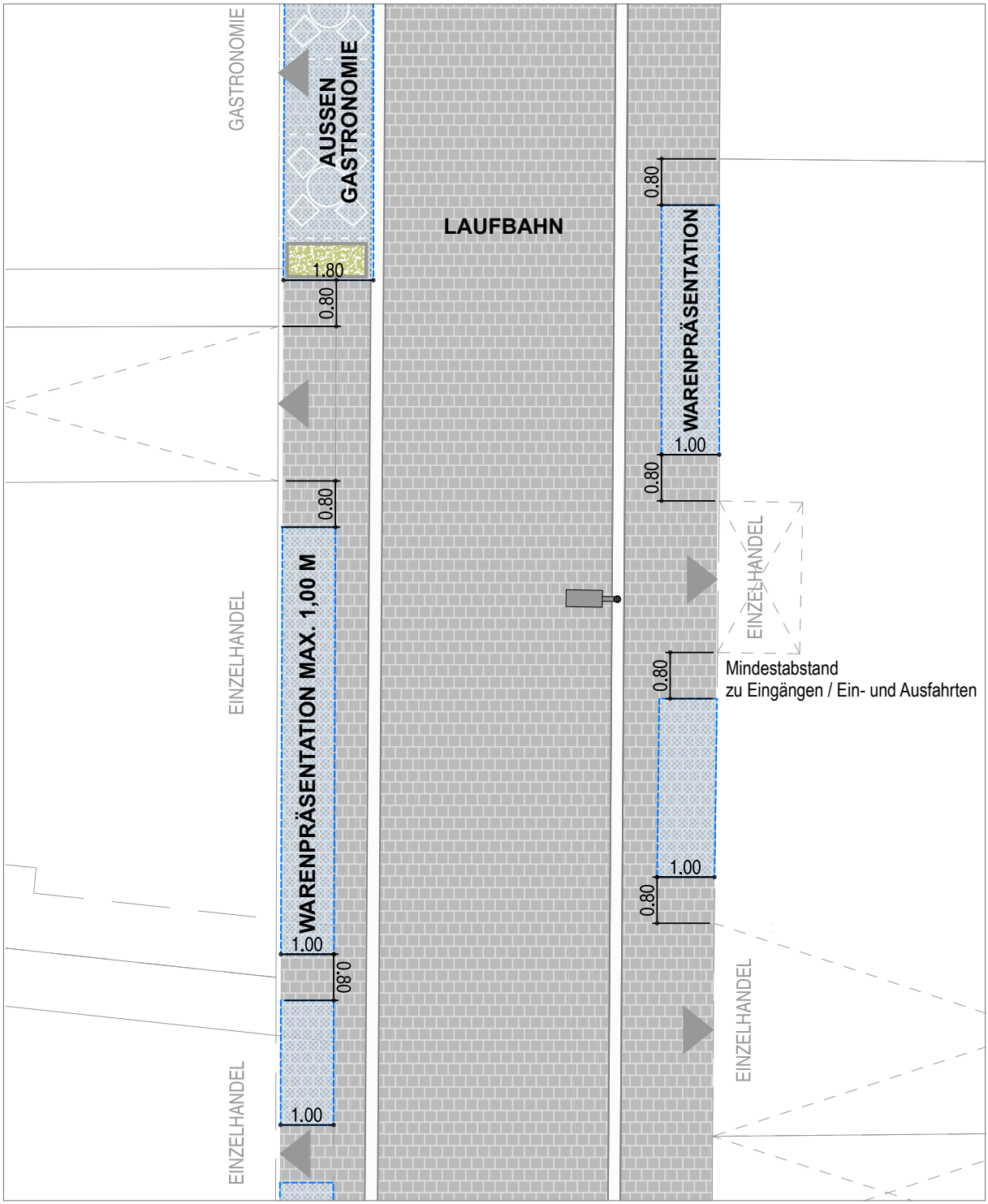


Abb. 17 Beispiel symmetrische (fassadenbegleitende) Anordnung in Fußgängerzone Beispiel Herrnstraße

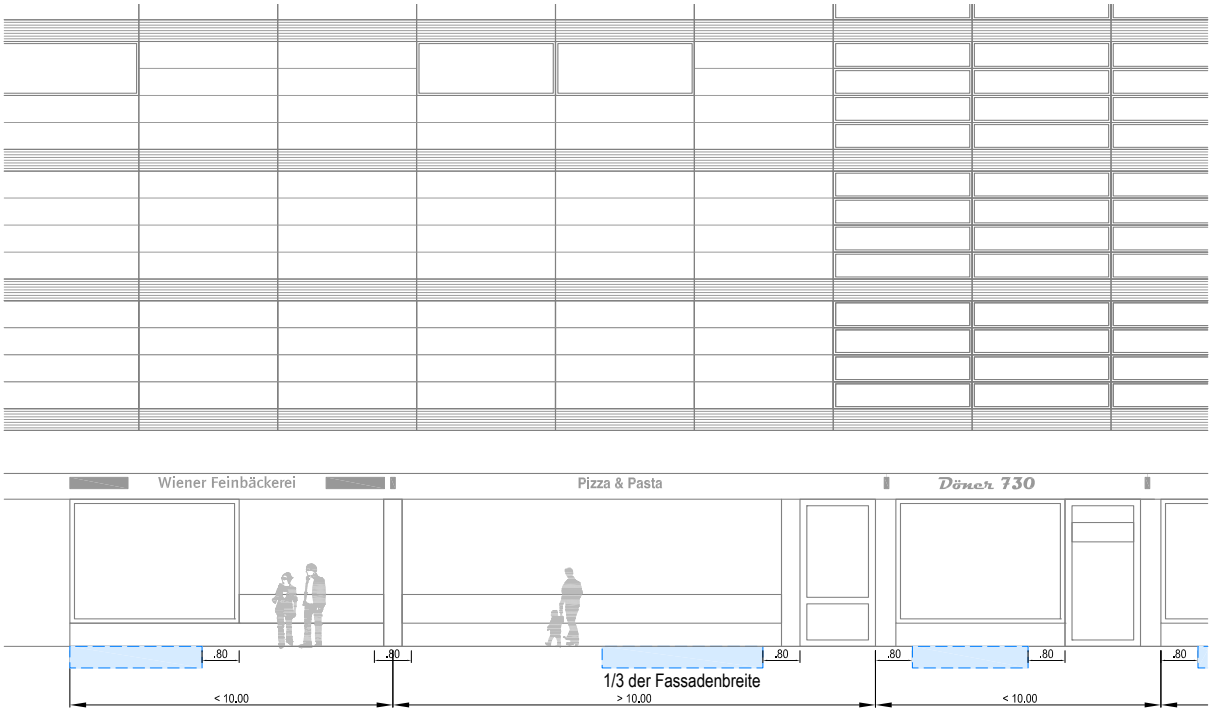


Abb. 20 Beispiel: Zuordnung Sondernutzungen bei mehreren Gewerbeeinheiten mit variierender Breite

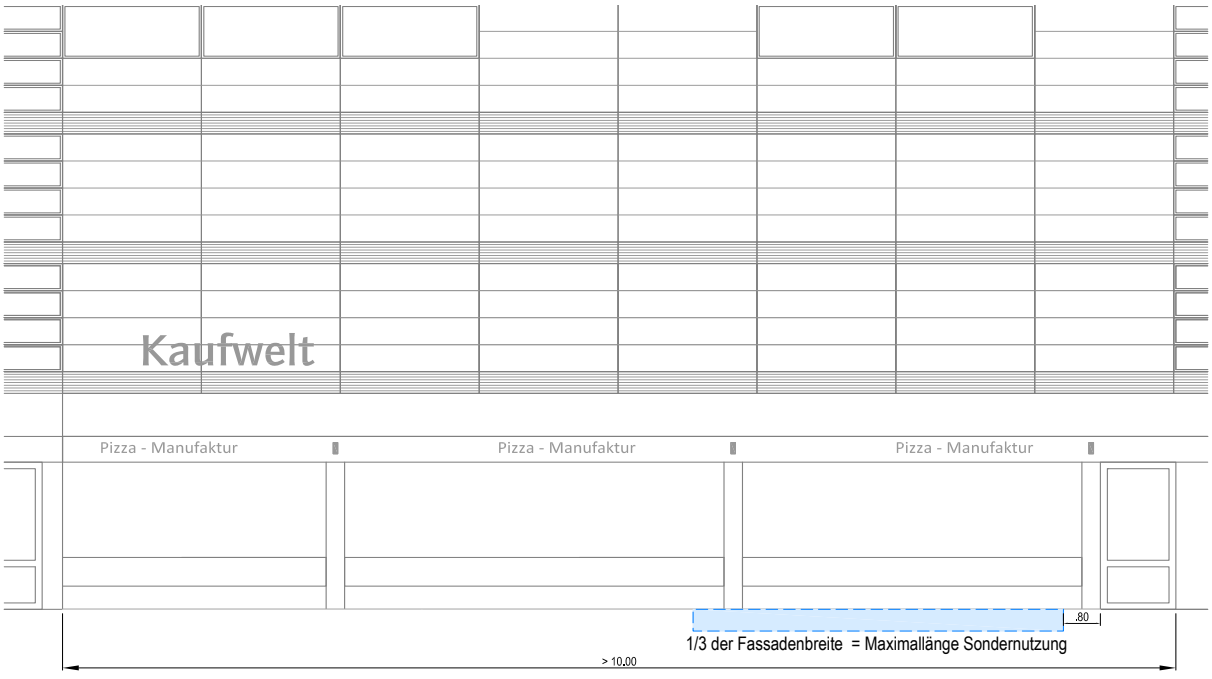


Abb. 21 Beispiel: Zuordnung Sondernutzungen bei sehr großen Gewerbeeinheiten >10 m

SONDER NUTZUNGS FLÄCHEN

2.7.6 SN - Flächen müssen einen seitlichen Mindestabstand von 0,80 m zu den Zufahrten, Ein- und Ausgängen sowie zu benachbarten Sondernutzungen und Stadtmobiliar (Baumscheiben, Fahrradständern etc.) haben.

2.7.7 Bei sehr großen Gewerbeeinheiten > 10 m können 2/3 der Breite als Sondernutzungsfläche genutzt werden, bei Gewerbeeinheiten > 20 m kann noch 1/3 der Breite als Sondernutzungsfläche genutzt werden.

2.7.8 Taktile Leitlinien sind standardmäßig an der Häuserfassade. Der Innenstadtplan enthält Hinweise, wo von diesem Grundsatz abgewichen werden kann.

2.7.9 Leitlinien zur taktilen Führung sind dauerhaft mit einem Mindestabstand von 0,60 m (gem. H BVA - 2011), beziehungsweise 1,20 m an der Sitzseite von Seitzgelegenheiten freizuhalten und dürfen nicht überstellt werden.

2.7.10 SN - Flächen sind nur auf befestigten Flächen zulässig.

2.7.11 Sondernutzungen sind nicht in Grünflächen zulässig.

Abb. 18 Starke Beeinächtigung der Bewegungsfreiheit

Abb. 19 Beispiel: Zuordnung Sondernutzungen bei kleinen Gewerbeeinheiten <10 m

Abb. 22 Mindestabstände zu Zufahrten, Ein- und Ausgängen

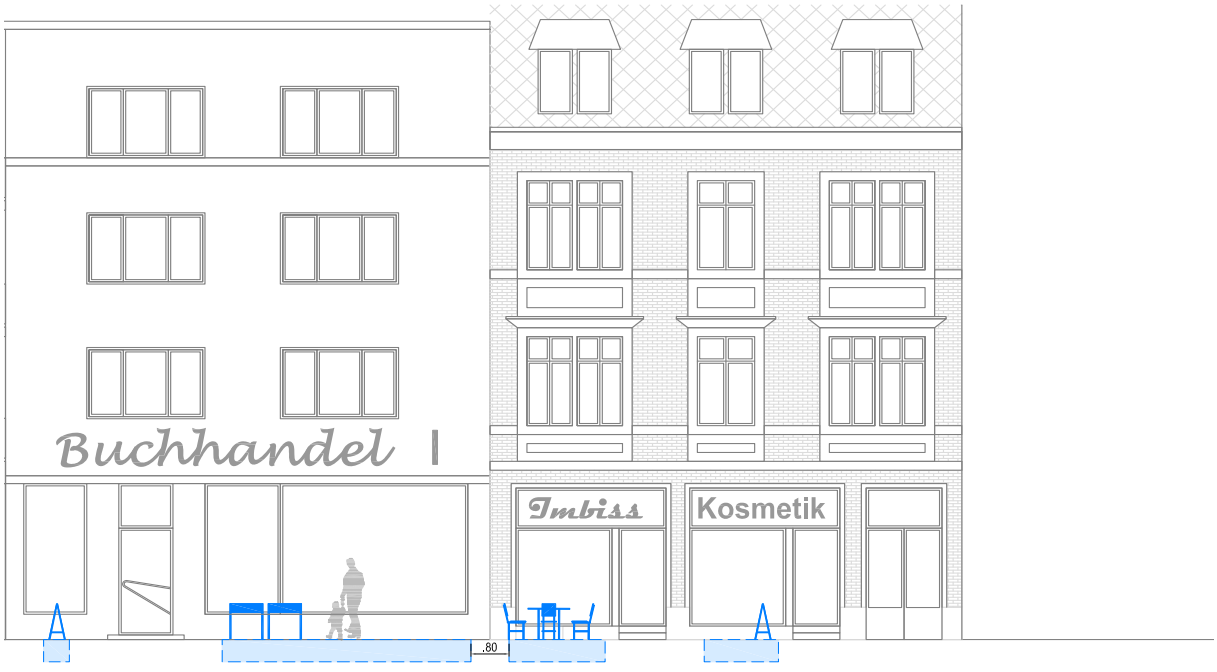


Abb. 23 Mindestabstände zu benachbarten Sondernutzungen

Ausnahmen

- Warenpräsentationsflächen können in Ausnahmefällen in einer Flucht mit Ausstattungselementen und / oder Bäumen in Fußgängerzonen ausgewiesen werden. Diese Ausnahmen sind nur für den Bereich der Großen Marktstraße im Abschnitt zwischen der Kaiserstraße und dem Aliceplatz sowie der Herrnstraße zwischen der Großen Markstraße und der Geleitsstraß zulässig.

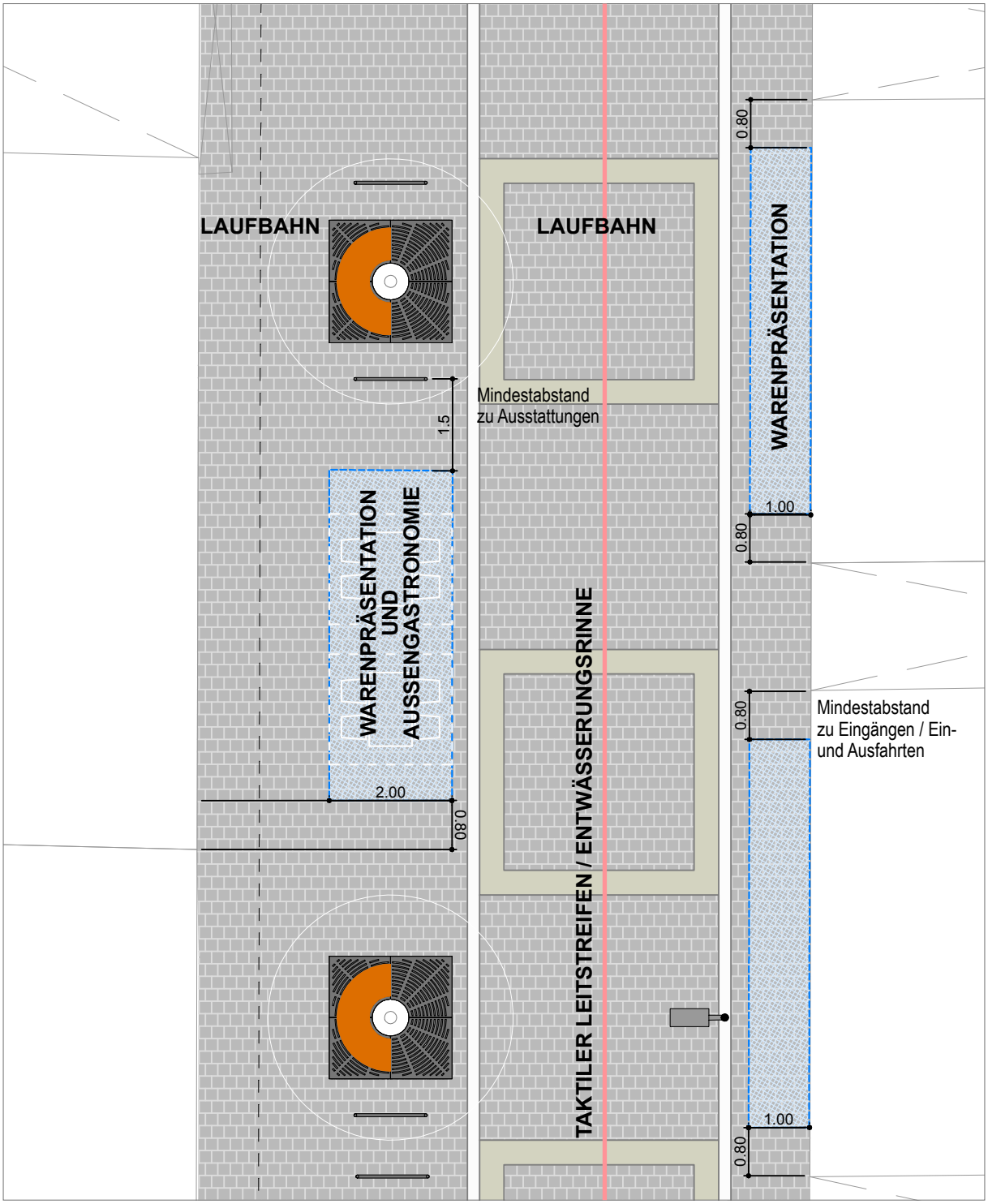


Abb. 24 Beispiel asymmetrische Anordnung in Fußgängerzone

Beispiel Große Marktstraße

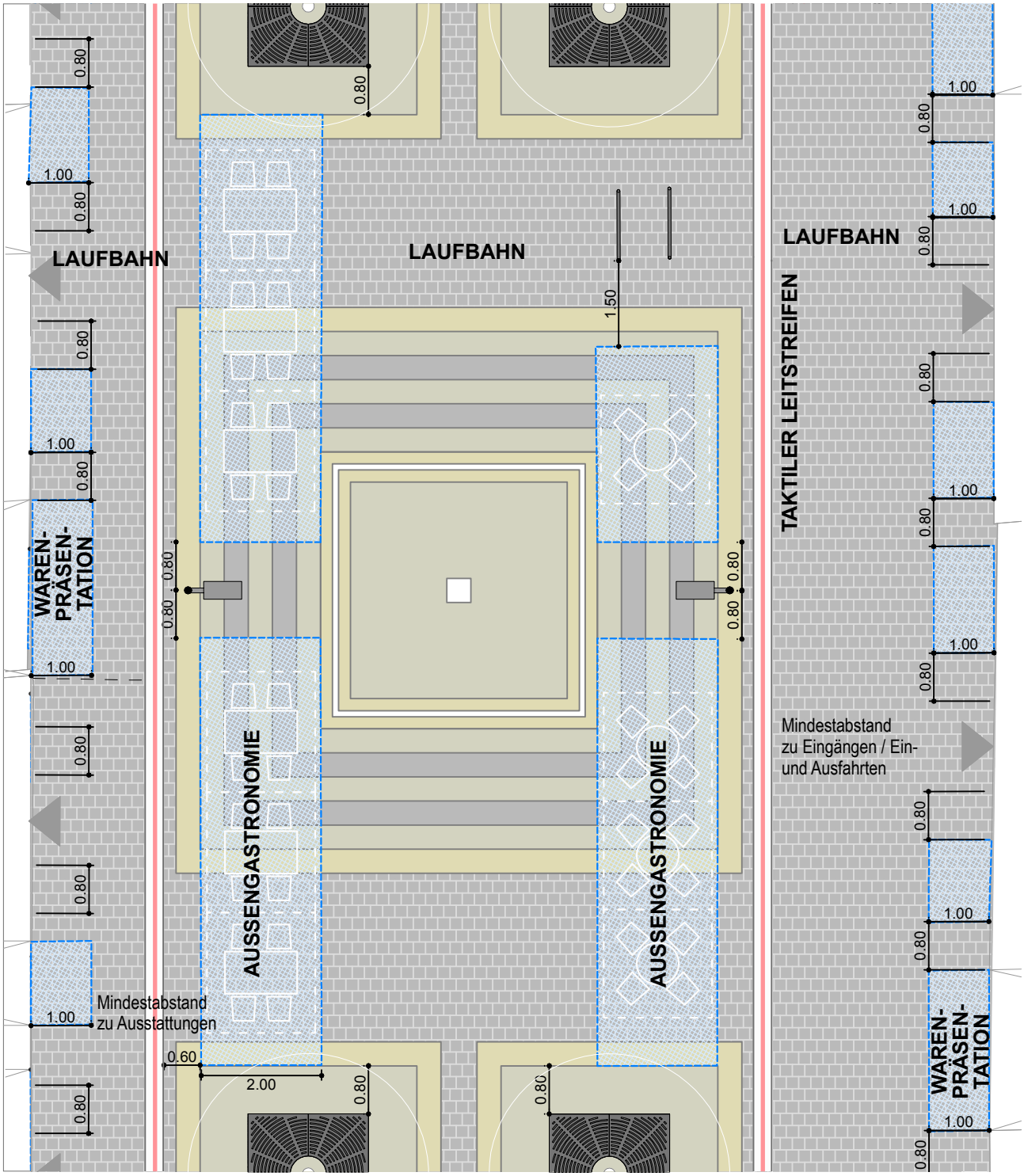


Abb. 25 Beispiel symmetrische (fassadenbegleitende) Anordnung in Fußgängerzone

Beispiel Frankfurter Straße

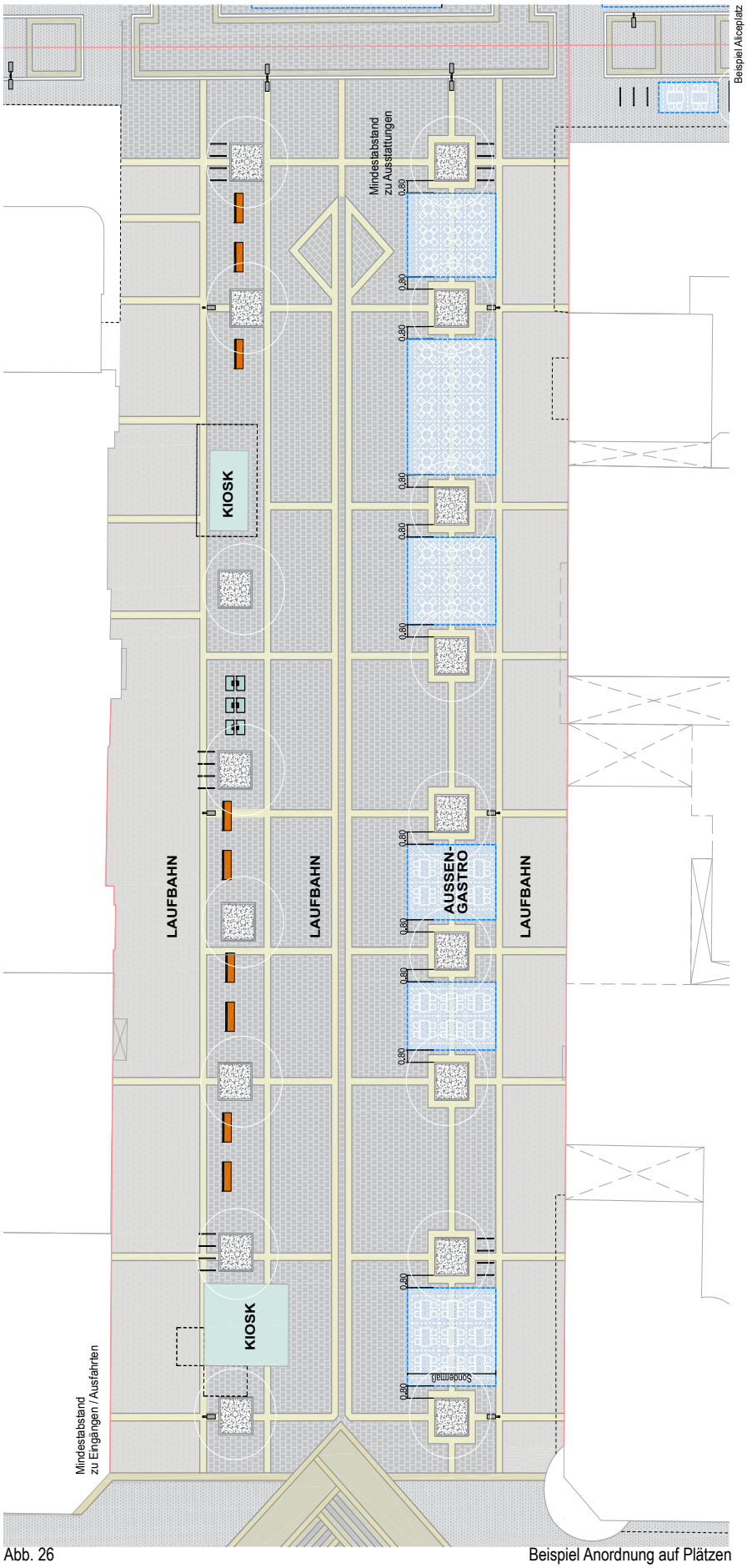


Abb. 26 Beispiel Anordnung auf Plätzen

2.8. Zonierungen für Bewegungsbereiche Barrierefreiheit

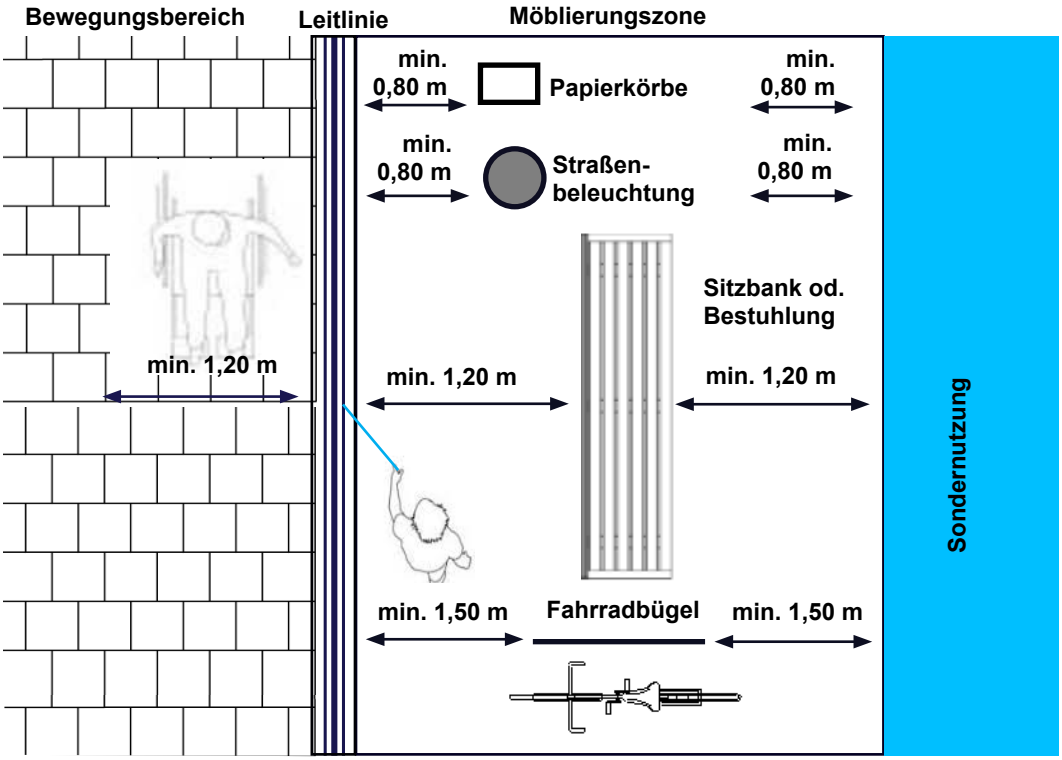
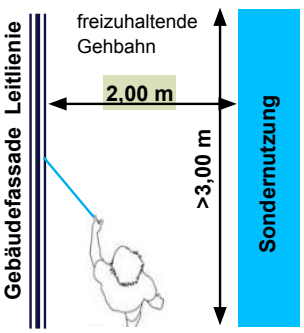
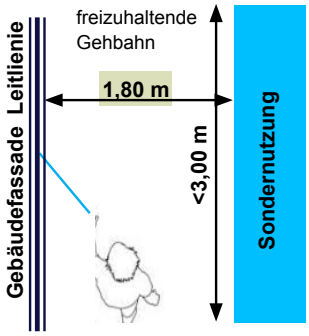


Abb.27 Zonierung für Bewegungsbereiche mit Einbauten nach DIN 32984.
Diese Bereiche sind freizuhalten von Sondernutzungen!

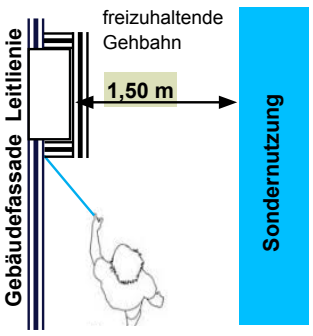
Abb. 28 Einseitig räumlich begrenzte Leitlinie zur visuellen Führung **an der Fassade**.



Fall 1
Abstand zur taktilen Leitlinien bei SN-Flächen **größer 3,00** m.



Fall 2
Abstand zur taktilen Leitlinien bei SN-Flächen k**leiner 3,00** m.



Fall 3
Abstand zur taktilen Leitlinien bei **punktuellen** Einbauten.

3.0.WARENPRÄSENTATIONEN AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN

GESTALTUNGSGRUNDSÄTZE

3.1. Warenauslagen fungieren in erster Linie als Werbeträger für das jeweilige Geschäft. Sie können ein hochwertiges und charmantes Flair erzeugen und so die Attraktivität der Innenstädte fördern. Es besteht hier die Chance, in Gemeinschaft aller Akteure eine stadteigene Typik zu etablieren. Dazu ist die Reduktion einer beliebigen Materialvielfalt wichtige Voraussetzung. Die Einzelhändler selbst sind hier wichtigste Partner und Akteure.

Eine zu hohe Anzahl von Warenständern, häufig variierende Formen und Materialien und eine ungeordnete Aufstellung können in der Gesamtwirkung mit benachbarten Auslagen zu einem sehr heterogenen und qualitätsmindernden Straßenbild führen. Straßenzüge mit ortstypischen Fassaden werden dadurch in ihrer Wirkung und Wahrnehmung beeinträchtigt und entwertet.
Durch unsachgemäße Warenauslagen werden Passantenströme gestört und wichtige taktile Bodenelemente überdeckt.

Warenauslagen sollen grundsätzlich in ihrer Menge und ihrem Erscheinungsbild gegenüber dem eigentlichen Warenangebot des Ladengeschäfts untergeordnet sein. Notwendige Durchgangsbreiten müssen als Rettungswege und für die Allgemeinheit zur Verfügung stehen.

Als Warenauslagen gelten alle mobilen, nicht ortsfesten Elemente, die dem temporären Verkauf oder der Ausstellung von Waren dienen.

Nicht gestattet sind:

- Warenpräsentation auf dem Boden (Ausnahme: Blumen)
- Hängende Warenpräsentation an Fassaden & Sonnenschutzelementen
- Separate Kassen, Getränke- und Warenautomaten, Transportregale, Paletten und Vorratsbehälter
- Alle Arten von Einhausungen, Überdachungen, Schirme und horizontale sowie vertikale Planen bzw. Bespannungen (Ausnahme: Blumen-, Obst- und Gemüsestände)
- Warenpräsentationen, die nicht zum Sortiment des Geschäftes gehören

Außerhalb der Geschäftszeiten sind die in Anspruch genommenen Flächen vollständig zu räumen und zu säubern.

Abb. 29 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Wiesbaden 2014

3.2. Gestaltungsvorgaben

3.2.1 Warenpräsentaionen dürfen nur an der Gebäudefassade angeordnet werden (Ausnahme s. S.20).

3.2.2 Einzelelemente sind als gestalterische Produktfamilie auszuwählen.

3.2.3 Formen, Materialien, Größen und Farben innerhalb einer Produktfamilie sollen je Nutzungseinheit gleich sein.

3.2.4 Materialien: Metall, Alu, Holz, Korbgeflecht, Rattan

3.2.5 Lackierungen sind in gedeckten Farben auszuführen (z. B. anthrazit, schwarz, silber).

DB 702 Grau		DB 701 Silber	
DB 703 Anthrazit		Glimmer Schwarz	

3.2.6 Pro Laden dürfen max. drei Elemente einer zusammengehörigen Produktfamilie mit aufeinander abgestimmter Gestaltung aufgestellt werden.

3.2.7 Produkte sollen von einem Hersteller sein.

3.2.8 Warentische am Gebäude dürfen inkl. Ware nur eine Höhe bis 1,40 m haben, um die Übersichtlichkeit zu gewährleisten und die Warenpräsentation in den Schaufenstern nicht zu behindern.

3.2.9 Von der Fassade abgerückte Warentische dürfen eine Höhe bis 1,10 m haben (Ausnahme s. S.20).

3.2.10 Kartenständer dürfen maximal 1,80 m hoch sein.

3.2.11 Kunsthandwerkliche Aufsteller können zugelassen werden.

3.2.12 Elemente zur Warenpräsentation sollen so ausgebildet sein, dass deren Umriss in maximal 30 cm Höhe über dem Boden auch für Blinde ertastbar ist.

3.2.13 Aufgrund von Stolpergefahr müssen Warenauslagen mindestens 0,50 m hoch sein.

Abb.30 Beispiel Produktfamilie Holz, Schiefer, Korb

WAREN PRÄSEN TATION

Abb.31
BEISPIEL AKTIONSTISCH
AM GEBÄUDE MAX. **1,40 M**
HÖHE

Firma: WANZL
Modell: Verkaufstisch
fahrbar

Abb. 32
BEISPIELE AKTIONSTISCH

Firma: KAHLER
Modell: Minimax
inkl. Kunststoffwanne

Abb. 33
BEISPIEL PRÄSENTATIONSKORB

Firma: WANZL
Modell: Korbpräsenter
dreifüssig

Abb. 34
BEISPIEL PRÄSENTATIONSKORB

Firma: EDNA
Modell: Präsentationsständer,
Weide

Abb. 35
BEISPIEL PRÄSENTATIONSKORB

Firma: EDNA
Modell: Duo-Korbständer
Weide

Abb. 36
BEISPIEL WARENTISCH

Firma: KAHLER
Modell: silver 12
Stahlrohr, polyesterbeschichtet
Holzplatte

Abb. 37
BEISPIEL WARENTISCH

Firma: KAHLER
Modell: RVTS / RVTR
Stahlrechteckrohr, verzinkt
inkl. Kunststoffwanne

WAREN PRÄSEN TATION

Abb.38 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Berlin 2017

Abb. 39 Gestattungsfähige Gestaltung Warenträger, Offenbach 2012

Abb. 40 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Berlin 2017

Abb. 41 Gestattungsfähige Gestaltung Warenträger, Offenbach 2012

WAREN PRÄSEN TATION

3.3. Mobile Verkaufsstände

Als mobile Verkaufsstände gelten Verkaufseinrichtungen, Kioske, Verkaufswagen mit festem Standort oder sonstige kurzfristige Verkaufseinrichtungen mit mehr als 2,00 m² Aufstellfläche. Außerdem gehören dazu Warenauslagen vor Hofdurchfahrten ohne angrenzende ortsfeste Läden.

Diese Einrichtungen haben in letzter Zeit zugenommen. Hier wird eindeutig der öffentliche Raum zu einer Verkaufsfläche umgewidmet, die wesentlich günstiger zu mieten ist als ein Laden. Aufgrund des umfassenden Einzelhandelsangebotes im Zentrum der Stadt sind mobile Verkaufsstände in Zukunft nicht mehr genehmigungsfähig. Obststände sollen im Zuge des Leerstandsmanagements temporär in leerstehenden Läden ihre Waren anbieten.

Abb. 42 Gestattungsfähige Warenpräsentation, Bautzen 2013

WAREN
PRÄSEN
TATION

3.4 Gestaltungsvorgaben

3.4.1 Marktstände dienen vorrangig dem Verkauf von Blumen und von Obst & Gemüse, empfehlenswert ist eine gemeinsame Auswahl eines Marktstandsystems durch die betreffenden Einzelhändler

3.4.2 Sinnvoll sind Modelle, die eine hohe Variabilität aufweisen und sich als Tische, Obstschrägen und Regale eignen

3.4.3 Mindestanforderung ist Reduktion der Formenvielfalt z. B. durch die Verwendung einfacher Scherentische

3.4.4 Mindestanforderung ist Reduktion der Materialvielfalt auf Stahl, Holz, Weide

3.4.5 Überdachungen, in Form von textilen Dächern, sind nur bei witterungsempfindlichen Lebensmitteln wie Blumen, Obst und Gemüse zulässig. Die textilen Dächer sollen unifarben oder zweifarbig gestaltet sein. Werbeaufdrucke sind nur in dezenter Form auf dem Volant zulässig.

Abb. 43
BEISPIELE OBST- UND GEMÜSESTAND-SYSTEM

Firma: KAHLER
Modell: Vario
Stahlrechteckrohr, verzinkt
Etagen aus Aluminium

Abb. 44
BEISPIEL OBST- UND GEMÜSESTANDSYSTEM

Firma: WANZL
Modell: Verkaufsschräge Swing
Stahlrundrohr
Drahtrost

Abb. 45
BEISPIEL OBST- UND GEMÜSESTANDSYSTEM

Firma: WANZL
Modell: Verkaufsschräge Swing
Stahlrundrohr
Holzrost

Abb. 46
BEISPIEL OBST- UND GEMÜSESTAND

Firma: KAHLER
Modell: Obst- und Gemüseschere
Stahlrundrohr, verzinkt

Abb. 47
BEISPIEL OBST- UND GEMÜSESTAND

Firma: MVL Vertrieb GmbH
Modell: MVL-TENT Profi Alu-Falttisch
Alu Faltsystem

WAREN PRÄSEN TATION

3.5. Kleiderständer

Die Präsentation von Bekleidung muss vollständig innerhalb des festgelegten 1 m-Streifens erfolgen und soll auf einheitlichen Standsystemen erfolgen.
Die massenhafte Auslage von Bekleidung im öffentlichen Raum ist nicht erwünscht.
Alternativ können zur gezielten Werbung je Geschäftseinheit 1-2 Kleiderpuppen verwendet werden.

Abb. 48 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Wiesbaden 2014

Gestaltungsvorgaben

3.5.1 Pro Geschäft darf nur ein Kleiderständer aufgestellt werden.

3.5.2 Der Stangenkleiderständer darf max. 1,00 m lang sein.

3.5.3 Pro Geschäft dürfen 1-2 Kleiderpuppen aufgestellt werden.

Abb. 49
BEISPIEL STANGENSTÄNDER

Firma: Fidia s.r.l.
Metall Chrom, Höhe 150 cm
Länge 100 cm
mit 2 Rollen, feststellbar

Abb. 50
BEISPIEL HAKENRINGSTÄNDER

Firma: Fidia s.r.l.
Metall Chrom. Ringdurchmesser 33 cm, Höhenverstellbar von 120-200 cm
Standfuß 67 cm Durchmesser

WAREN PRÄSEN TATION

Abb. 51 Nicht gestattungsfähige Präsentation, Wiesbaden 2014

Abb.52 Gestattungsfähige Warenpräsentation, Offenbach 2013

Abb. 53 Gestattungsfähige Warenpräsentation, Offenbach 2013

Abb. 54 Gestattungsfähige Warenpräsentation, Pirna 2014

WERBE AUFSTELER

3.6. Werbeaufsteller

Als Werbeaufsteller gelten alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden oder mobilen Elemente (Klapptafeln, Hinweisschilder, Menütafeln, Werbefahnen, Fahrradständer mit Werbetafel etc.), die der Geschäfts- und Produktwerbung dienen.
Hierzu zählen auch überdimensionierte Produktwerbungen wie Riesentelefone, Eistüten etc.
Werbeaufsteller („Kundenstopper“) nehmen im Straßenraum zunehmend Raum ein und behindern im Zusammenspiel mit Warenauslagen und Außengastronomie oft den Fußgängerverkehr und stellen eine Gefahr für Sehbehinderte dar. Die Vielfalt der verwendeten Formen, Farben und Materialien erzeugt eine große Unruhe im Straßenbild.
Ziel ist es, für Kunden und Besucher der Innenstadt ein großzügiges Raumangebot zum Schlendern anzubieten und die Werbefunktion der Schaufenster zu stärken.

Abb. 55 Nicht gestattungsfähige Einschränkung Laufbahn, Berlin 2017

Abb. 56

3.6.1 Je Geschäftseinheit darf **ein** Werbeaufsteller verwendet werden. Dieser ist auf die zulässige Gesamtzahl von max. drei Elementen der Warenpräsentation / Werbung pro Geschäftseinheit anzurechnen.

3.6.2 Die maximale Plakatgröße von Werbeaufstellern beträgt DIN A1 (594 x 841 mm).

3.6.3 Werbeaufsteller dürfen nur innerhalb der ausgewiesenen Sondernutzungsflächen verwendet werden.

3.6.4 Die Aufstellrichtung muss innerhalb einer Straße gleich sein. Die Werbeaufsteller sollen quer zu Straßenachse angeordnet werden.

3.6.5 Werbeaufsteller sind gestalterisch in der Materialität den Produktfamilien der gewählten Warenauslagen bzw. Außengastronomieelementen anzupassen.

3.6.6 Werbefahnen oder andere Werbeelemente (z. B. Kaltluftdisplays, Luftfiguren, Bogenfahnen, Fahrradständer mit Werbetafeln etc.) sind nicht zulässig.

WERBE AUFSTELER

BEISPIELE PRODUKTFAMILIE HOLZ & SCHIEFER

Abb. 57
WERBEAUF-STELLER

Firma: VEGA
Material: Holz / Kunststoff
Format A1

Abb. 58
SCHIEFERLACK-TAFEL

Firma: derwebshop
Material: Kunststoff,
schwarz

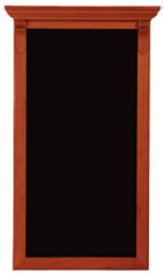


Abb. 59
SCHIEFERLACK-TAFEL

Firma: VEGA
Material: Holz/ Kunststoff,
schwarz

Abb. 60
STECKSCHILD

Firma: Papier- & Verpackungsgroßhandel
Erhard Rausch GmbH
Material: Holz natur / schwarze
Beschichtung

3.7. Werbeaufsteller in Passagen

Räume, die abseits der Hauptkundenströme liegen (wie z. B. Passagen und Innenhöfe) unterliegen einer gesonderten Betrachtung.
Oftmals versucht der Einzelhandel mit einer intensiven Aufstellung von Werbetafeln, Auslegern und Plakaten an Fassaden die Aufmerksamkeit von Laufkunden zu erregen.
Das Resultat sind oft reizüberflutete und gestalterisch unattraktive Räume, die zudem in ihren nutzbaren Breiten eingeschränkt sind.

Diese Räume unterliegen daher einer Einzelprüfung, um eine losgelöste Aufstellung von Sammelwerbeanlagen von der Stätte der Leistung zu genehmigen (z. B. Walter-Passage).

Ziel ist es, die Informationsüberflutung der Kunden durch die Aufstellung **einer** gemeinsamen Werbeanlage zu minimieren. Dies bedeutet, dass keine einzelnen Werbeaufsteller für Läden in Passagen oder Innenhöfen genehmigt werden, sondern nur eine Sammelwerbeanlage je Passage oder Innenhof.

Ein entsprechendes Pilot-Modell zur Gestaltung eines gemeinsam nutzbaren Werbeaufstellers im Corporate Design des städtischen Leitsystems liegt vor (siehe nachfolgende Abbbildung: Werbeaufsteller im Corporate Design).

Abb. 61 Nicht gestattungsfähige Mehrfachverwendung Werbeaufsteller Passage, Berlin 2017

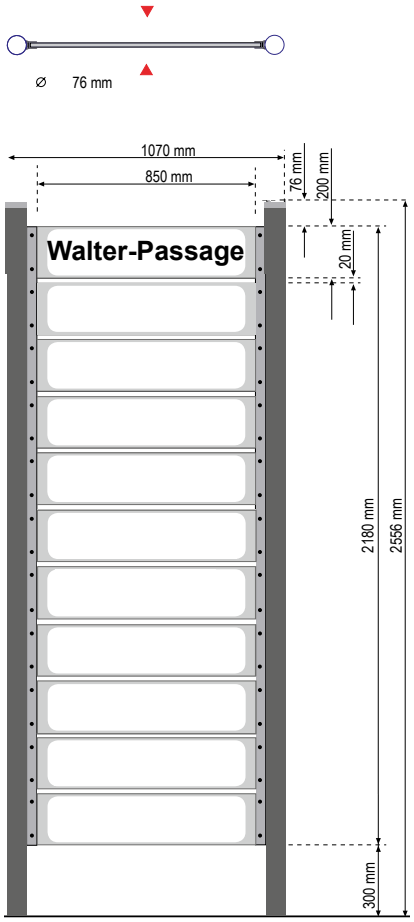


Abb. 65

GRUNDLAGE INFO-KIOSK

H=3178 mm
Resoplan-Platten
Aufnahmeprofile, pulverbeschichtet RAL 9006
Rundrohrprofile Ø 76 mm, beschichtet DB 703

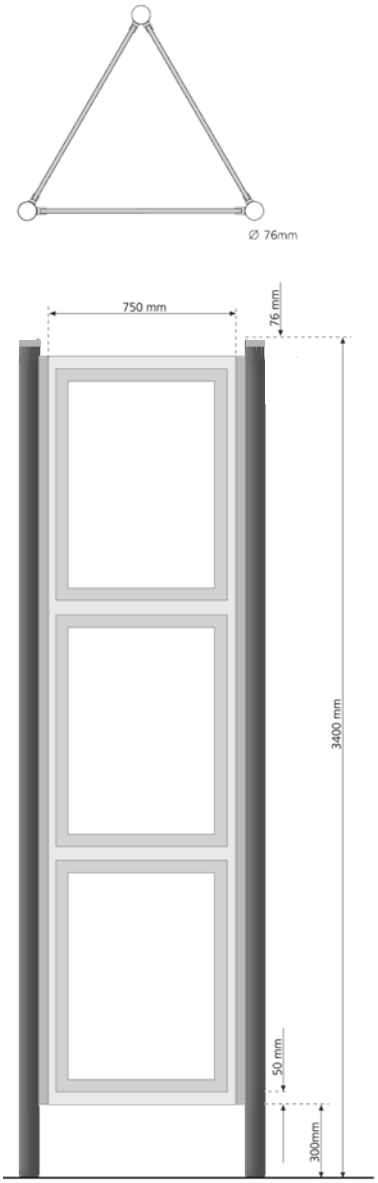


Abb. 66

WERBE-DREIECK VARIANTE 1

H=3400 mm
Resoplan-Platten
Aufnahmeprofile, pulverbeschichtet RAL 9006
Rundrohrprofile Ø 76 mm, beschichtet DB 703

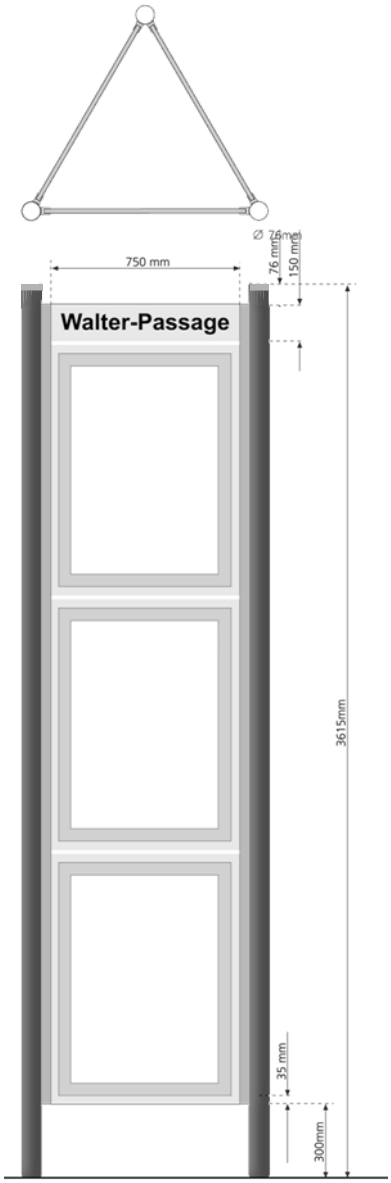


Abb. 67

WERBE-DREIECK VARIANTE 2

H=3615 mm
Resoplan-Platten
Aufnahmeprofile, pulverbeschichtet RAL 9006
Rundrohrprofile Ø 76 mm, beschichtet DB 703

WARENAUS
ZEICHNUNG

3.8. Warenauszeichnung

Zur Warenauszeichnung gehören alle Elemente, die Preise oder Rabattaktionen abbilden, also der Verpreisung der Ware dienen.
Preisschilder gibt es in einer unerschöpflichen Material-, Farb- und Formenvielfalt, als Plakate, Stand-, Klemm- und Steckschilder.
Durch den Einsatz zu greller Farben und zu großer Formate entstehen oftmals ungewollte gestalterische Konflikte im Zusammenwirken mit den Fassaden und eine allgemeine optische Überfrachtung des öffentlichen Raumes.

Ziel ist es, hier eine Beschränkung der Material- und Formenvielfalt zu erreichen und die erforderlichen Warenauszeichnungen aus Produktfamilien auszuwählen.

3.8.1 Warenauszeichnungen sollen in gestalterisch klaren Produktfamlien verwendet werden.

3.8.2 Die maximale Plakatgröße von Warenauszeichnungen beträgt DIN A4 (210 x 297 mm).

3.8.3 Grelle Farben sind zu vermeiden.

3.8.4 Handgeschriebene Warenauszeichnungen sind unzulässig. Eine Ausnahme besteht für Kreidetafeln.

Abb. 68 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Berlin 2017

Abb. 69 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Berlin 2017

Abb. 70 Nicht gestattungsfähige Warenpräsentation, Wiesbaden 2014

WARENAUS
ZEICHNUNG

BEISPIELE PRODUKTFAMILIE METALL & PVC

Abb. 71
**WERBEAUF-
STELLER**

Firma: VEGA
Material: Aluminium/
Holz/Kunststoff
Format A1

Abb. 72
**PREISSCHILDHALTER
INFOSTÄNDER**

Firma: zill.de
Material: Metall,
Tafeln, Kunststoff

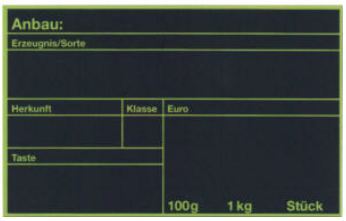


Abb. 73
**OBST & GEMÜSE-
SCHILDER**

Firma: Wimmer Etiketten
Material: Kunststoff, schwarz

Abb. 74
STECKSCHILD

Firma: Broekhof
Material: Kunststoff
Farbe: grün

WARENAUS ZEICHNUNG

BEISPIELE PRODUKTFAMILIE STAHL & KUNSTSTOFF

Abb. 75
PRODUKTFAMILIE STAHL
Preisschildhalter, Infoständer, Plakattafel

Firma: Scena
Klemmsystem mit Tellerfuß
Material: Metall;
Material, Form & Größe individuell

Abb. 76
STECKSCHILD

Firma: Hubert GmbH
Metallbearbeitung
Material: Edelstahl
Höhe: 180-700 mm

4.0. AUSSENGASTRONOMIE AUF ÖFFENTLICHEN FLÄCHEN
GESTALTUNGSGRUNDSÄTZE

4.1. Gastronomieausstattung für die Außenbewirtung

Ziel ist, durch aufeinander abgestimmte Objekte im Straßenraum ein gestaltetes Ambiente zu schaffen. Die Festlegungen geben einen Rahmen vor, lassen aber gleichzeitig genügend Spielraum für die individuelle Gestaltung jedes einzelnen Lokals. Als Gastronomieausstattung gelten alle für den gastronomischen Betrieb notwendigen Elemente wie Stühle, Bänke, Tische, Stehtische, feste Tischbank-Kombinationen, Sonnenschutzelemente sowie Speiseangebotstafeln.

Abb. 77 Nicht gestattungsfähige Möblierung Außengastronomie, Berlin 2017

Unzulässig sind:

4.1.1 Bierzeltgarnituren mit entsprechenden Klappbänken und langen Klapptischen, außer in „traditionellen“ Biergärten

4.1.2 Außentheken, Vitrinen, Kühltruhen und -schränke sowie mobile Anrichten über 0,75 m³

4.1.3 Technische Elemente, die eines Stromanschlusses bedürfen

4.1.4 Zigarettenautomaten, Müllbehälter, Tischdecken

4.1.5 Gasbetriebene Heizpilze, Infrarotstrahler und andere Wärmequellen

4.1.6 Außenlautsprecher für Musik, Lautsprecheransagen o.ä. im Zusammenhang mit Außengastronomie

4.1.7 Dauerhaftes Lagern des Mobiliars im öffentlichen Straßenraum

4.1.8 Einfriedungen in Form von Zäunen, Geländern, Palisaden, Sichtschutzelementen, Windschutzelementen, vertikalen Planen und Bespannungen, die einer Abgrenzung von Flächen dienen und die Sichtbeziehungen verstellen, sind unzulässig. Ausnahmsweise können Einfriedungen bei Gastronomiebetrieben aus Gründen der Verkehrssicherheit bis zu einer Höhe von max. 1,20 m (ab Oberkante Straßenbelag) zugelassen werden, wenn die Sondernutzungsfläche an einer Fahrbahn oder Einfahrt grenzt.

4.1.9 Bodenbeläge wirken wie Einfriedungen und erzeugen eine Privatisierung der öffentlichen Fläche. Unzulässig sind Bodenbeläge wie Teppiche und Matten. Ausnahmsweise können Bodenbeläge befristet zu besonderen Anlässen (z.B. Neueröffnungen für die Dauer von max. 7 Tagen) zugelassen werden.

4.1.10 Beleuchtungsanlagen für die Außengastronomie sind nur in Einzelfällen erlaubt. Sie müssen blendfrei ausgeführt sein und sind generell nur über Erdkabel zu versorgen. Dabei bedürfen sie eines vorschriftsmäßigen elektrotechnischen Anschlusses aus dem ortfesten Gebäude.

WAREN
PRÄSEN
TATION

4.2. Gestaltungsvorgaben:

4.2.1 Zugelassen sind Einzeltische, Stühle, Bänke, Schirme und Pflanzgefäße.

4.2.2 Außengastronomieflächen befinden sich in der Regel im Abschnitt des zugehörigen Grundstücks auf gleicher Straßenseite und in direkter Nachbarschaft zum ortsfesten Laden bzw. Lokal. Begründete Ausnahmen (z.B. wenn unmittelbar vor der Front kein Platz ist) sind im Einzelfall möglich.

4.2.3 Prinzip der Einheitlichkeit - die Einzelelemente sind aus einer Produktfamilie auszuwählen.

4.2.4 Für die Möblierungselemente sollen hochwertige wetterfeste Materialien, wie Stahl, Aluminium, Holz, Rattan oder entsprechende Verbundstoffe, auch in Kombination mit den genannten Materialien zum Einsatz kommen.

4.2.5 Möblierungselemente dürfen keinen Werbeaufdruck haben. Lediglich auf Sonnenschirmen ist ein Werbeaufdruck auf der Blende zulässig.

4.2.6 Taktile Leitlinien dürfen nicht überstellt werden.

AUSSEN GASTRO NOMIE

Abb. 78 Beispiel Produktfamilie Alu
Fa. VEGA, Fa. GOIN

Abb. 79 Beispiel Produktfamilie Alu und Holz
Fa. GOIN, Fa. VEGA

AUSSEN GASTRO NOMIE

Abb. 80 Beispiel Produktfamilie Holz
Fa. GOIN, Fa. VEGA

Abb. 81 Beispiel Produktfamilie Korb und Holz
Fa. GOIN, Fa. VEGA

AUSSEN GASTRO NOMIE

Abb. 82
Aluminium/ Kunststoffgeflecht
Fa. VEGA

Abb. 83
Holz
Fa. GOIN

Abb. 84
Aluminium beschichtet mit Kunststoffgeflecht
Fa. VEGA

Abb. 85
Edelstahl mit Kunststoffgeflecht
Fa. VEGA

Abb. 86
Stahl mit Holzlamellen
Fa. VEGA

Abb. 87
Edelstahl/ Kunststoff
Fa. GOIN

Abb. 88
Aluminium
Fa. VEGA

Abb. 89
Aluminium, pulverbeschichtet
Fa. GOIN

Abb. 90
Kunststoff
Fa. VEGA

Abb. 91
Kunststoff
Fa. VEGA

Abb. 92
Kunststoff
Fa. GOIN

Abb. 93
Kunststoff
Fa. VEGA

AUSSEN GASTRO NOMIE

Abb. 94
Aluminium mit Kunststoffplatten
Fa. VEGA

Abb. 95
Aluminium mit Holz
Fa. VEGA

Abb. 96
Stahl mit Holz
Fa. GOIN

Abb. 97
verzinkter Stahl
Fa. VEGA

Abb. 98
Kunststoffrattan
Fa. GOIN

Abb. 99
Aluminium
Fa. VEGA

Abb. 100
Beispiel für Tische und Bänke
Fa. GOIN

Abb. 101
beschichtetes Alu mit Schichtstoff
Fa. M24 GmbH

AUSSEN GASTRO NOMIE

Abb. 102 Positivbeispiel, gute Material- und Farbkombination von Außengastromie, Sonnenschirmen, Werbeelementen und Pflanzkübel, Offenbach 2013

Abb. 103 Positivbeispiel, Wiesbaden 2014

Abb. 104 Positivbeispiel, sehr gute Material- und Farbkombination von Außengastromie und Sonnenschirm, Pirna 2013

Abb. 105 Positivbeispiel, sehr individuelle Material- und Farbkombination von Außengastromie und Werbeanlagen, Erfurt 2012

Abb. 106 Positivbeispiel, gute Material- und Farbkombination von Außengastromie, Dresden 2013

AUSSEN GASTRO NOMIE

4.3. Mobile Sonnenschutzelemente wie Sonnenschirme, Sonnensegel u. a.

Als Überdachungen gelten sämtliche freistehende, mobile Konstruktionen (Schirme, Zeltdächer, Segel etc.), die dem Sonnen- bzw. Witterungsschutz dienen.

Abb. 107 Positivbeispiel, Wiesbaden 2014

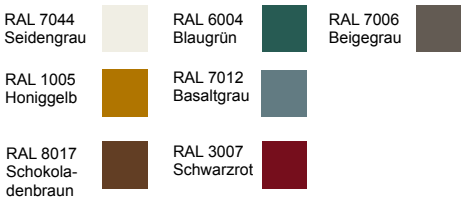
Sonnenschirme wirken aufgrund ihrer Größe bzw. Auskragung in den Straßenraum gestalterisch dominant und prägen das Erscheinungsbild des Raumes sehr stark. Übermäßig große Schirme oder Verbundschirme haben eine flächige Wirkung. Sie erscheinen im öffentlichen Raum als sichtbehindernde zusammenhängende Überdachung. Durch eine dezente Farbgebung soll erreicht werden, dass die Sonnenschutzelemente nicht in Konkurrenz zu den Fassaden der umgebenden Bebauung treten.

4.4.Gestaltungsvorgaben:

4.4.1 Die Größe der Sonnenschirme ist abhängig von der zur Verfügung gestellten Sondernutzungsfläche.

4.4.2 Die Schirmflächen müssen horizontal ausgerichtet sein.

4.4.3 Es sind gedeckte, unifarbene Textilien zu verwenden.



Beispiel Farbauswahl Sonnenschirmdach

4.4.4 Die Bespannung der Sonnenschutzelemente ist nur in textilen bzw. textilähnlichen Materialien auszuführen.

4.4.5 Sonnenschutzelemente sind in Farbe und Form aufeinander abzustimmen.

4.4.6 Auf dem Sonnenschirm ist das Logo des Gastronomlebetriebes oder Fremdwerbung von Vertriebspartnern nur in dezenter Form auf der Blende zulässig.

Unzulässig sind:

4.4.7 Feste Verbindungen von Schirmen zu zusammenhängenden überdachten Flächen

4.4.8 Freistehende Markisen, Zelte oder Pavillons

4.4.9 Das Aufhängen von Waren an Überdachungen und Markisen

4.4.10 Planen oder Abspannungen zum Witterungs- oder Sichtschutz

4.4.11 Muster und grelle Farben sind nicht zulässig.

4.4.12 Sonnenschirme dürfen die Sondernutzungsfläche im Luftraum nicht überschreiten.

AUSSEN GASTRO NOMIE

4.5. Podeste

Außengastronomie soll sich in das Stadtbild einfügen und nicht den Charakter einer privaten Fläche annehmen. Dieser unerwünschte Eindruck entsteht in erster Linie durch Abgrenzungen oder Podeste.
Podeste dürfen deshalb nicht auf Gehwegen, in Fußgängerzonen u. ä. angeboten werden. Sie sind ausschließlich auf KFZ-Stellplätze am Fahrbahnrand zulässig, die nach vorheriger Einzelgenehmigung durch die Straßenverkehrsbehörde als Sondernutzungsflächen für die Außengastronomie freigegeben werden. Die Podeste sind höhengleich und bündig an den Gehweg anzuschließen.
Geländer als Einfriedung von Außengastronomien sind generell nur an Podesten zulässig.

Liegen die entsprechenden Genehmigungen vor, sollen die Podeste unauffällig, platzsparend und in Abhängigkeit von den Dimensionen der vorhandenen Parkstände im Straßenraum platziert werden. Um die Parksituation nicht unnötig zu beeinträchtigen, dürfen Podeste in Offenbach eine Länge von max. **7,50 m** nicht überschreiten. Die Breite richtet sich nach den angrenzenden Parkstreifen und beläuft sich auf ca. 2.00 m. Bei der Ausrichtung der Podeste ist darauf zu achten, dass in den angrenzenden Parkstreifen voll nutzbare Stellplatzflächen ohne Restflächen verbleiben.

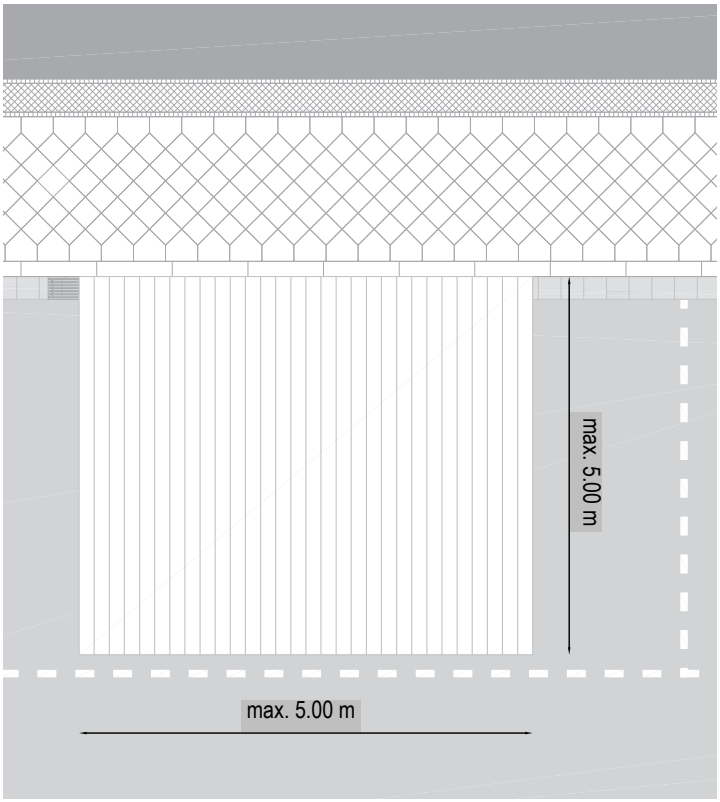


Abb. 108 Podest für Außengastronomie bei Senkrechtstellplätzen: 5,00 x 5,00 m

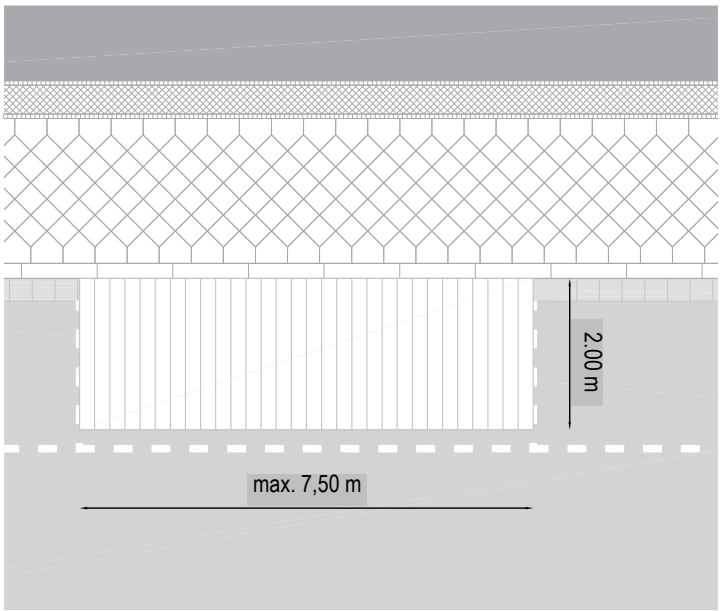


Abb. 109 Podest für Außengastronomie bei Längsstellplätzen: 7,50 m x 2,00 m

WAREN
PRÄSEN
TATION

4.6. Gestaltungsvorgaben:

4.6.1 Podeste sollen aus einem einheitlichen, optisch ansprechenden, robusten Material gefertigt werden (z. B. Holz, WPC).

4.6.2 Die Abgrenzungen zum Straßenraum (Pflanzgefäße, Geländer) sollen aus hochwertigen, haltbaren Materialien bestehen, vorzugsweise Stahl oder Holz, und eine dezente Farbgebung aufweisen.

RAL 7044 Seidengrau
RAL 7032 Kieselgrau
RAL 7036 Platingrau
RAL 8001 Ockerbraun
RAL 7042 Verkehrsgrau
RAL 8000 Grünbraun
RAL 8012 Rotbraun
RAL 7013 Braungrau
RAL 8024 Beigebraun

Beispiel Farbgebung Abgrenzungsmaterial

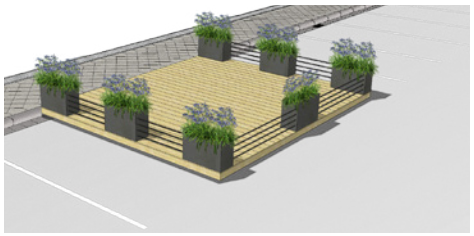
4.6.3 Podeste müssen höhengleich und bündig an den vorhandenen Gehweg anschließen.

4.6.4 Podeste müssen die Entwässerungsrinnen der Straße freihalten.

4.6.5 Das Verkehrzeichen 626 „Leitplatte“ ist grundsätzlich an Podesten gut sichtbar anzubringen, an denen unmittelbar Verkehr vorbei fährt. Die Leitplatten sind auf beiden Seiten des Podestes anzubringen. Anwendungsbereich: Tempo 50, Tempo 30-Zone, verkehrsberuhigter Bereich.

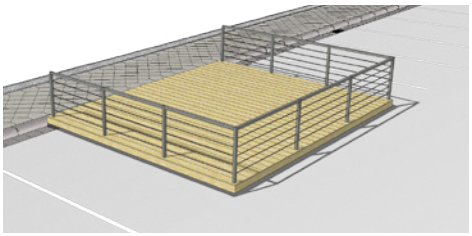
4.6.6 Einfriedungen dürfen max. 1,20 m hoch (ab Oberkante Straßenbelag) zu Fahrverkehrsflächen sein. Sie dürfen nicht blickdicht gestaltet sein und keine Werbung tragen.

Senkrechtstellplätze:
5,00 m x 5,00 m



PODEST FÜR AUSSENGASTRONOMIE Abb. 110

Podest: Holz
Pflanzkübel: Stahl, Glimmerlack DB 703
Firma: HYGROCARE Modell: Wuppertal



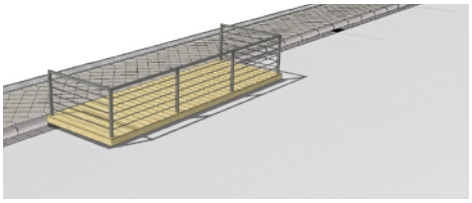
PODEST FÜR AUSSENGASTRONOMIE Abb. 111

Podest: Holz
Geländer: Stahl

Längsstellplätze:
7,50 x 2,00 m

PODEST FÜR AUSSENGASTRONOMIE Abb. 112

Podest: Holz
Pflanzkübel: Stahl, Glimmerlack DB 703
Firma: HYGROCARE Modell: Wuppertal



PODEST FÜR AUSSENGASTRONOMIE Abb. 113

Podest: Holz
Geländer: Stahl

AUSSEN GASTRO NOMIE

4.7. Private Begrünungselemente in Zusammenhang mit Außengastronomie verfolgen neben einer dekorativen Wirkung oftmals den Zweck der Abgrenzung bzw. Einfriedung oder der „Vorgartenbildung“.
Dadurch kann der öffentliche Raum optisch eingeengt werden und seine Übersichtlichkeit und Zugänglichkeit verlieren.

Abb 114 Nicht zulässige Vorgartenbildung, Wiesbaden 2014

4.8. Gestaltungsvorgaben:

4.8.1 Pflanzgefäße sind nur als dekorative Einzelelemente zulässig. Sie können auch aufgestellt werden, um bei großflächigen oder unübersichtlichen Gastronomieflächen die Ecken bzw. die Grenze zu einer benachbarten Sondernutzungsfläche zu markieren.

4.8.2 Pflanzgefäße müssen innerhalb der Sondernutzungsfläche positioniert werden.

4.8.3 Aufgrund der Stolpergefahr müssen Pflanzkübel mind. 0,50 m hoch sein.

4.8.4 Der lichte Abstand untereinander bzw. die Durchgangsbreite muss mind. 1,30 m betragen.

4.8.5 Die Höhe der Bepflanzung (gemessen von OKG) soll 1,20 m nicht überschreiten, um kein Sichthindernis zu bilden.

4.8.6 Die Pflanzgefäße sollen aus hochwertigen, optisch ansprechenden und haltbaren Materialien bestehen wie z. B. Stahl oder keramischen Materialien.

Unzulässig sind:

4.8.7 Einfriedungen wie Barrieren, Zäune, Geländer, Palisaden, Sichtschutzelemente, Windschutzelemente, vertikale Planen und Bespannungen zu Gehwegflächen, die einer Abgrenzung von Flächen dienen und die Sichtbeziehungen verstellen.

4.8.8 Dieses gilt auch für barrierebildende Elemente, die die Bewirtungsfläche aus dem öffentlichen Raum ausgrenzen und die Sichtbeziehungen verstellen.

4.8.9 Als Hecke zusammengestellte Pflanzkübel.

4.9. Bepflanzungsarten:

4.9.1 Die Bepflanzung ist vom Betreiber der Sondernutzungsfläche in einem optisch und funktionsfähigen gepflegten Zustand zu halten und zu wässern.

4.9.2 Wechselflor sollte saisonal getauscht werden.

4.9.3 Koniferen, Zimmerpflanzen und künstliche Pflanzen sind nicht zulässig.

Abb. 115

BEISPIEL PFLANZKÜBEL

Firma: Hygro Care
Typ: Wuppertal
Stahlpflanzgefäß

Abb. 116

BEISPIEL PFLANZKÜBEL

Firma: Plastecnic

Abb. 117 Strauchpflanzung, Dresden Altmarkt

Abb. 118 Positivbeispiel, Offenbach 2012

Abb. 119 Staudenpflanzung, Dresden Altmarkt

Abb. 120 Zwiebelpflanzung, Dresden Altmarkt

5.0. SONSTIGE SONDER-NUTZUNGEN
SERVICEEINRICHTUNGEN

5.1. Im Sinne einer Reduktion von privaten Elementen im Straßenraum bedürfen „Sonstige Sondernutzungen“ einer expliziten Begründung bzw. gesetzlichen Verpflichtung, z. B. als Daseinsvorsorge. Es müssen seitens des Antragstellers grundsätzlich verschiedene Standortvarianten geprüft und dargelegt werden. Nur wenn die Aufstellung im öffentlichen Raum unabweisbar ist und die Einrichtungen in erster Linie einen Vorteil für die Bürger und das Gemeinwesen darstellt (Serviceeinrichtungen), soll dem Antrag entsprochen werden. Solche Anlagen sind u. a. Telefonzellen, Postablagekästen usw..

Durch die Aufstellung zusätzlicher Ausstattungsgegenstände besteht die Gefahr, dass es zu Behinderungen auf dem Gehweg, zu Anliegerbeschwerden oder Verschmutzungen kommt. Die Genehmigung sollte restriktiv gehandhabt und grundsätzlich zunächst eine Begründung für den Bedarf im öffentlichen Raum angefordert werden. Für die Aufstellung im Bereich von Gehwegen gelten hier ebenfalls die im Kapitel 2.0 festgehaltenen Vorgaben. Ausreichend breite Laufbahnen und taktile Leitlinien für Sehbehinderte sind freizuhalten.

Abb. 121
BEISPIEL POST-ABLAGEKASTEN

1013 x 710 x 540 mm
Farbe: Lichtgrau oder Anthrazit

Abb. 122
BEISPIEL ALTKLEIDER-CONTAINER

SCHUHCONTAI-NER

Abb. 123
ELEKTRO-SCHROTTCON-TAINER

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

Abb. 124
BRIEFKASTEN

Firma: DEUTSCHE POST
Modell: EB 2
1220 x 490 x 380 mm
Standbriefkasten Metall

Abb. 125
BRIEFKASTEN

Firma: DEUTSCHE POST
Modell: EB 4
458 x 540 x 333 mm
Hängebriefkasten Kunststoff

Abb. 126
BRIEFKASTEN

Firma: DEUTSCHE POST
Modell: EB 7
450 x 526 x 252 mm
Hängebriefkasten Kunststoff

Abb. 127
TELEFONSÄULE

Firma: TELEKOM
Modell: TeleStation - Standversion
Höhe = 250 cm
Edelstahl

Abb. 128
TELEFONSÄULE

Firma: TELEKOM
Modell: TeleStation - Standversion
H = 250 cm
mit flexiblen Schutzelementen wie Dach- und Seitenteilen, Edelstahl

5.2. Werbeträger

In einem mehrjährigen Turnus werden die Werbeflächen stadtweit einheitlich ausgeschrieben. Wettbewerber können sich mit ihren jeweiligen Modellen an der Ausschreibung beteiligen. Eine Einflussnahme auf den Wettbewerber haben die Stadtverwaltungen nicht. Neben der planungsrechtlichen und bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit können im Zuge der Ausschreibung bestimmte Kriterien für die Gestaltung der Werbeanlagen vorgegeben werden.

Zulässigkeit

Grundsätzlich sind hinterleuchtete Werbeanlagen wie City-Light-Poster-Vitrinen, City-Light-Boards/Mega-Lights oder City-Light-Säulen hinsichtlich der planungsrechtlichen Zulässigkeit als eigenständige nichtstörende gewerbliche Anlage einzustufen.

Im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB kommt es auf die Gebietseinstufung gemäß BauNVO an.

5.3. Gestaltungsvorgaben:

5.3.1 Prinzip der Einheitlichkeit: Sämtliche Werbeelemente sollen einer Produktfamilie angehören.

5.3.2 Das heißt, die Materialität Metall, das Profilsystem, sowie die Farbgebung sollen bei allen Werbeträgern einheitlich gestaltet werden. In Offenbach gilt zukünftig die Farbe Glimmerlack DB 703.

5.2.3 Im derzeitigen Geltungsbereich des Gestaltungshandbuches dürfen nur City-Light-Poster mit einer sichtbaren Fläche von 115 x 171 cm zum Einsatz kommen.

5.3.4 Sie können in Form von freistehenden, beleuchteten Vitrinen bzw. integriert in die Fahrgastunterstände angeboten werden.

5.3.5 Gemäß § 33 StVO sind Werbeanlagen im Straßenraum grundsätzlich zulässig. Es muss jeder Standort im Einzelfall von der Unteren Straßenverkehrsbehörde geprüft werden. Der Verkehr darf durch die Werbeanlage nicht behindert werden, insbesondere ist bei City-Light-Boards/ Mega-Lights ein Lichtraumprofil von 2,50 m zwischen Oberkante Fußweg/Straße bis Unterkante Werbeanlage und für alle hinterleuchteten Werbeanlagen ein Mindestabstand zur Fahrbahn von 60 cm (gemessen bis zur jeweiligen Außenkante der Werbeanlage) einzuhalten. Für die Aufstellung im Bereich von Gehwegen gelten hier ebenfalls die unter Punkt 2.2, 2.3 und 2.4 festgehaltenen Vorgaben. Ausreichend breite Laufbahnen und taktile Leitlinien für Sehbehinderte sind freizuhalten.

5.3.6 Außerdem dürfen Verkehrsteilnehmer durch die Werbeanlage nicht abgelenkt werden. Standorte, die Verkehrszeichen oder Lichtsignalanlagen verdecken bzw. die Einsehbarkeit von Kreuzungen oder Einmündungen verhindern, sind deshalb nicht zulässig. Sie können in Form von freistehenden, beleuchteten Vitrinen bzw. integriert in die Fahrgastunterstände angeboten werden.

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

5.3.7 Vitrinen für City-Light-Poster (CLP) sind freistehend und rundum begehbar aufzustellen.

5.3.8 City-Light Bord (CLB)
Im derzeitigen Geltungsbereich des Gestaltungshandbuches dürfen keine CLB aufgestellt werden. Für den Innenstadtbereich ist es aufgrund seiner Dimension ungeeignet. CLB ist ein Werbeelement mit Fernwirkung.

5.3.9 Des Weiteren können City-Light-Säulen (CLS) im Austausch bisheriger Litfaßsäulen an einigen wenigen beschränkten Punkten innerhalb des Geltungsbereiches des GHO aus stadtgestalterischer Sicht zum Einsatz kommen. Die Standorte sind auf die Stadtbildverträglichkeit je nach Einzelfall zu prüfen.

5.3.10 Innerhalb oder direkt angrenzend an denkmalgeschützte Gesamtanlagen sind kommerzielle Werbeanlagen wegen der Störung des Ortsbildes generell unzulässig. Auch an bzw. neben Einzeldenkmalen ist die Errichtung einer kommerziellen Werbeanlage bzw. die Umwandlung einer bestehenden Litfaßsäule nur in Ausnahmefällen möglich. In diesen Fällen ist im Rahmen des Genehmigungsverfahrens die Untere Denkmalschutzbehörde zu beteiligen.
Des Weiteren können City-Light-Säulen (CLS) im Austausch bisheriger Litfaßsäulen an einigen wenigen beschränkten Punkten innerhalb des Geltungsbereiches des GHO aus stadtgestalterischer Sicht zum Einsatz kommen. Die Standorte sind auf die Stadtbildverträglichkeit je nach Einzelfall zu prüfen.

5.3.11 Als weiterer sensibler Nutzungsbereich neben den denkmalgeschützten Anlagen gelten Grünbereiche. Grünbereiche dienen innerhalb der gebauten Stadt als wichtige Erholungsbereiche und bieten die Möglichkeit, sich von Reizüberflutung zurück-

Abb. 129
WERBETAFEL CLP-CITY LIGHT POSTER

Frei stehend, Wandmontage oder in Fahrgastunterstand integriert, hinterleuchtet

Abb. 130
WERBETAFEL MEGALIGHT

Frei stehend,
hinterleuchtet
im Zentrumsbereich nicht zulässig

Abb. 131
LITFASSSÄULE CLS-CITY LIGHT SÄULE

Verglaste Säule, hinterleuchtet

zuziehen. Deshalb sollen Grünbereiche grundsätzlich werbefreie Zonen sein. In Abhängigkeit von der Art der Grünanlage ist Werbung im öffentlichen Raum auf einige wenige Punkte (z. B. Straßenbegleitgrün) beschränkt zulässig. Dazu gehören stark frequentierte Verkehrsknotenpunkte bzw. Ein- und Ausfallstraßen. Von kommerziellen Werbeanlagen zu den Grünflächen ist ein Mindestabstand von 25 m einzuhalten.

5.3.12 Zwischen mehreren kommerziellen Werbeanlagen bzw. anderen Werbeanlagen im 18/1-Format auf privaten Grundstücken entlang einer Straße ist aus stadtgestalterischer Sicht ein ausreichend großer Mindestabstand zur Vermeidung von Häufungen und optischen Überschneidungen einzuhalten. Ein zu enger Abstand hat einerseits eine nach § 15 Abs. 1 BauNVO unzulässige Häufung der Anlagen zur Folge, andererseits werden Verkehrsteilnehmer dadurch abgelenkt und es kommt zu einem erhöhten Unfallrisiko. Eine zu dichte Aufeinanderfolge von Werbeanlagen verringert die Wahrnehmbarkeit bzw. die Fernwirkung der Werbung auf Vorbeifahrende.

Das dargestellte Beispiel zu Werbeträgern in Verbindung mit Fahrgastunterständen soll den Gestaltungskanon illustrieren und kann produktneutral als Vorgabe gelten. Hier besteht die gestalterische Anforderung darüber hinaus in einer größtmöglichen Transparenz.

Abb. 132
CITY LIGHT POSTER
In Verbindung mit Fahrgastunterstand

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

Abb. 133
FAHRGASTUNTERSTAND

Firma: KIENZLER
Modell: K9W
Stahl-Winkel-Profile,
Walmdach,
Verglasung 10 mm ESG mit Sichtstreifen,
Drahtgitter-Sitzelemente,
Glimmerlack DB 703
mit integriertem City-Light-Poster

Abb. 134
DYNAMISCHER INFORMATIONSANZEIGER

Firma: LUMINO
Modell: großer DFI-Anzeiger
Anzeige: doppelseitig, LED-Farbe
Glimmerlack DB 703

Abb. 135
HALTESTELLENSCHILD

Glimmerlack DB 703

Abb. 136

PEDELECBOXEN

Firma: ORION Baumsystheme GmbH
Modell: Aretus mit ES150
Rahmen: feuerverzinkt RAL 9016 Verkehrsweiß
Rest: RAL 9016 Verkehrsweiß
Stäbe:16 RAL 6037 Reingrün
Klemmkästen in Box 001-005
Sicherungskasten mit Fi-Schutzschalter und Leitungsschutzschalter
Einsteckschloß mit Knaufzylinder Notfallöffnung innen
LED Beleuchtung
elektrischer Türöffner 117W R A71 - Ansteuerung bauseits

Abb. 137

INFORMATIONS- UND BUCHUNGSSTELE

Firma: Klotz+Knecht
Modell: Stele Emobil 2.0
Anzeige:Touchscreen / Vorderseite
RAL 6037 reingrün
RAL 9016 verkehrsweiß

Abb. 138

LADESÄULE

Modell: Mennekes SN22
RAL 6037 reingrün
RAL 9016 verkehrsweiß

5.4. Glascontainer

Im Zuge des Dualen Systems Deutschland haben die Kommunen die Pflicht, Glascontainer vorzuhalten. In einem mehrjährigen Turnus werden die Entsorgungsleistungen ausgeschrieben und Wettbewerber können sich mit ihren jeweiligen Containermodellen an der Ausschreibung beteiligen. Eine Einflussnahme auf den Wettbewerber haben die Stadtverwaltungen nicht. Jedoch können bestimmte Vorgaben für die Gestaltung der Glascontainer formuliert werden.

5.5.Gestaltungsvorgaben:

5.4.1 Die Container sind von Werbeaufdrucken freizuhalten.

5.4.2 Im Innenstadtbereich sollen langfristig-primär Unterflurlösungen zum Einsatz kommen (siehe Bsp. Abbildung Unterflur-Glascontainer H&G, DB 703).

5.4.3 Einsatz von raumsparenden Mehrkammersystemen. Im Innenstadtbereich sollen an einigen Standorten neben den Container für Weißglas ein Zweikammersystem für Braun- und Grünglas eingesetzt werden.

5.4.4 Aufgrund der Anforderungen der Entleerungsfahrzeuge ist die Anordnung der Container am Straßenrand notwendig. Hierbei darf jedoch keine Riegelwirkung entstehen. Die Standorte müssen mit dem Amt für Stadtplanung, Verkehr- und Baumanagement abgestimmt werden.

5.4.5 Die Container sollen auf ebenen, befestigten Flächen errichtet werden. Die Ausgestaltung der Flächen ist mit dem Amt für Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement abzustimmen.

5.4.6 Die Container und ihre umgebenden Flächen sind stets in einem sauberen Zustand zu halten.

5.4.7 Es sollte immer ein Abfallbehälter in der Nähe der Container platziert werden.

5.4.8 Die Container selbst müssen regelmäßig gereinigt werden.

5.4.9 Anordnung: Um die Stellfläche optimal auszunutzen, sollen die Container nebeneinander bzw. Rücken an Rücken aufgestellt werden können.

5.4.10 Schalldämmung als Anwohnerschutz; Mindestabstand zur Wohnbebauung 15 m.

SERVICE-INSEL AUF STELLPLATZ

VARIANTE 1

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

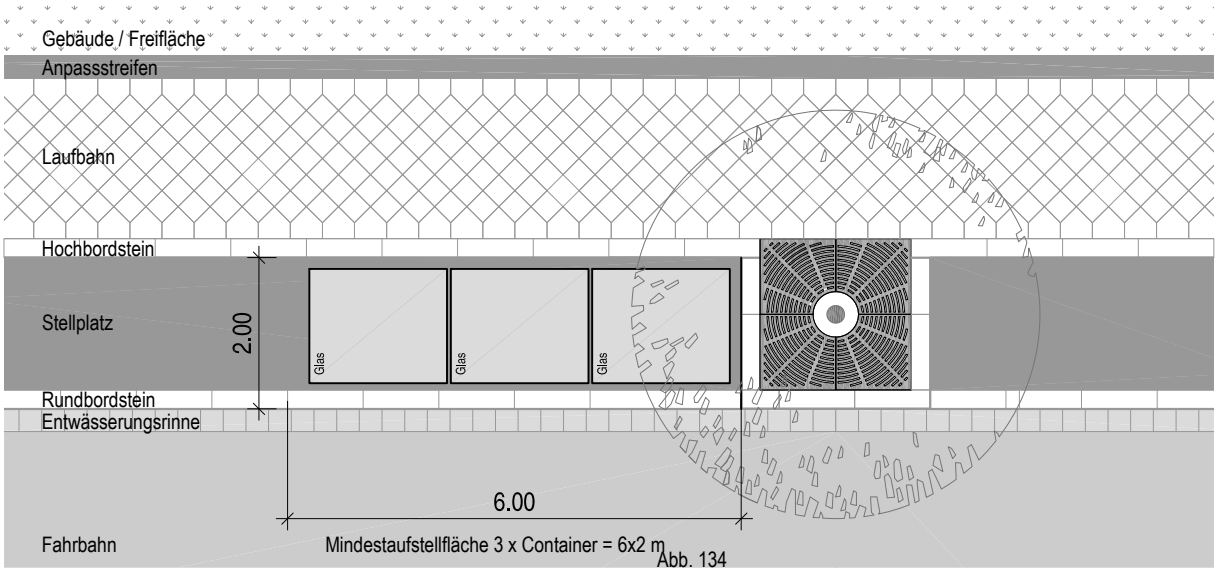


Abb. 134

Abb. 139

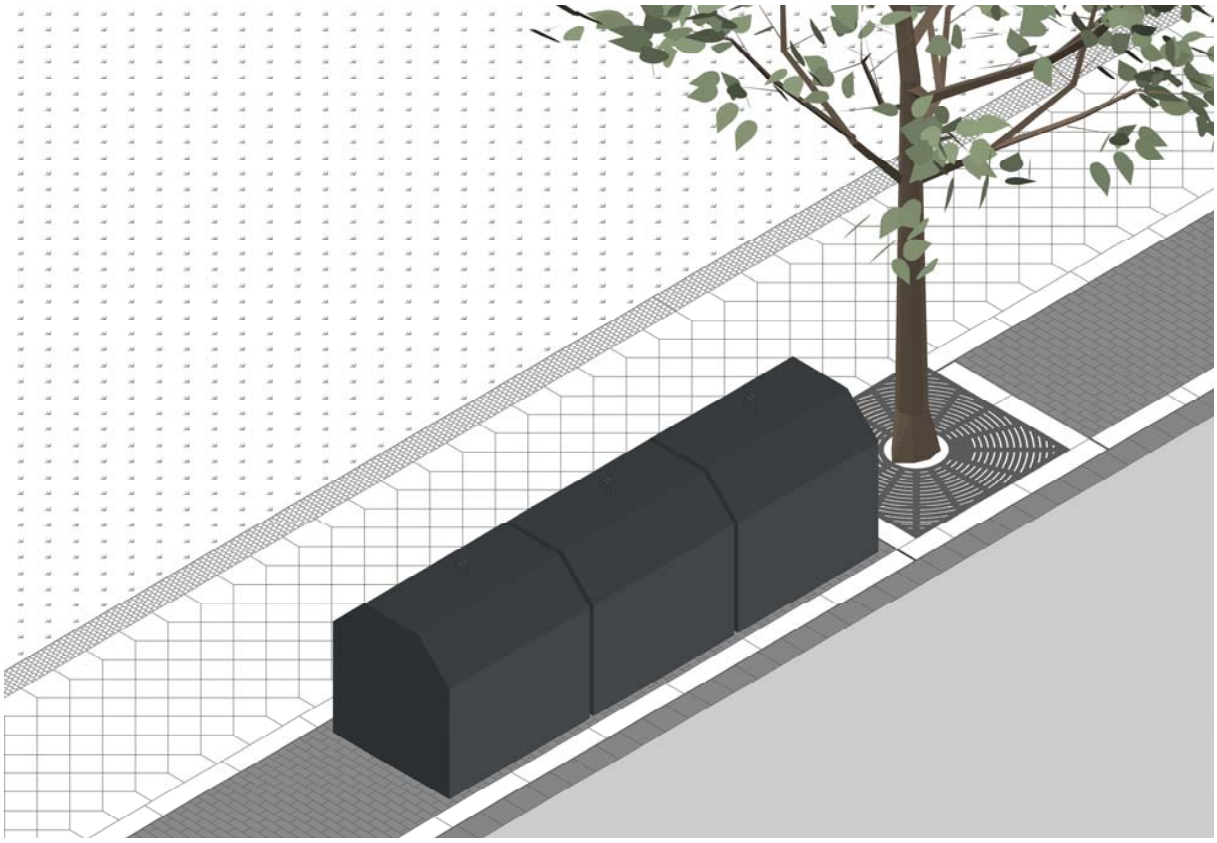


Abb. 140

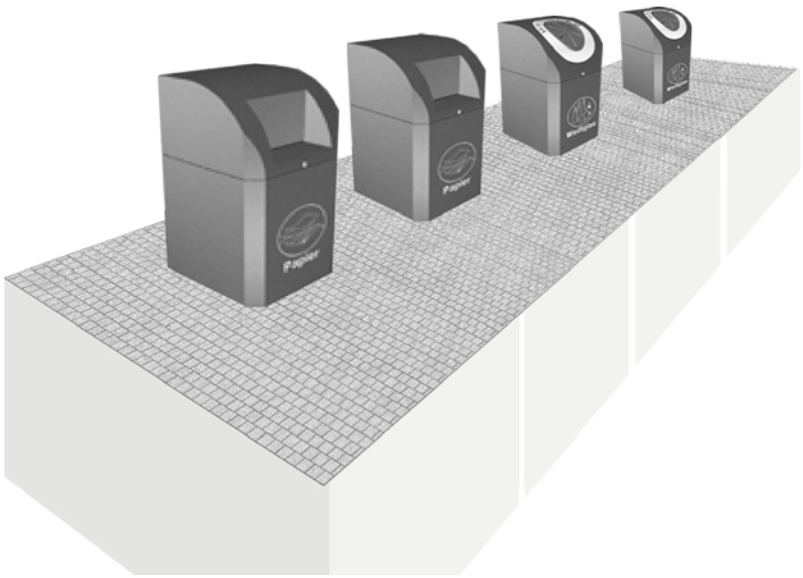


Abb. 141

BEISPIEL UNTERFLURCONTAINER

Firma: H&G
Modell: Europa Typ 1
Füllmenge: 3 m³
Glimmerlack DB 703
Oberfläche wie Umgebung (Pflaster, optional EPDM-Gummibelag schwarz-weiß gesprenkelt)

Anwendung:
Standard Zentrum, Standard Bedeutsame Stadtbereiche/ Plätze

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

Abb. 142

WERTSTOFFCONTAINER

Firma: SSI Schäfer

Fassungsvermögen: 1,6-5 m³
Zinkblech

Anwendung:
Standard Zentrum, Standard Allgemeines Stadtgebiet, Bestand

Abb. 143

EINHAUSUNGEN MÜLL-STANDSFLÄCHEN

Firma: Röltec
Modell: Para-Line Typ B
Edelstahl, 1,5 mm , einseitig Korn 240 geschliffen
Lochungen: 40 mm Quadratloch

Anwendung:
Standard Zentrum, Standard Allgemeines Stadtgebiet, Standard Bedeutsame Stadt-bereiche/ Plätze

Abb. 144

Firma: Colak

Blech Baustahl, 3 mm , feuerverzinkt und pulverbeschichtet
RAL 7016
keine Lochung

Anwendung:
Standard Zentrum, Standard Allgemeines Stadtgebiet, Standard Bedeutsame Stadt-bereiche/ Plätze

SERVICE-INSEL AUF STELLPLATZ

VARIANTE 2

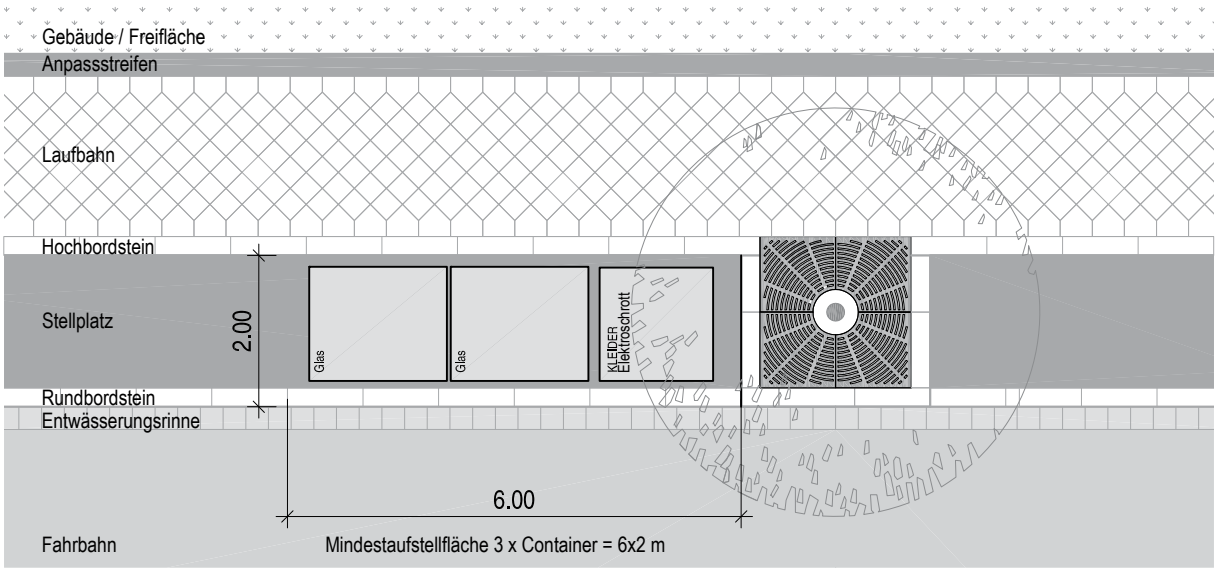


Abb. 145

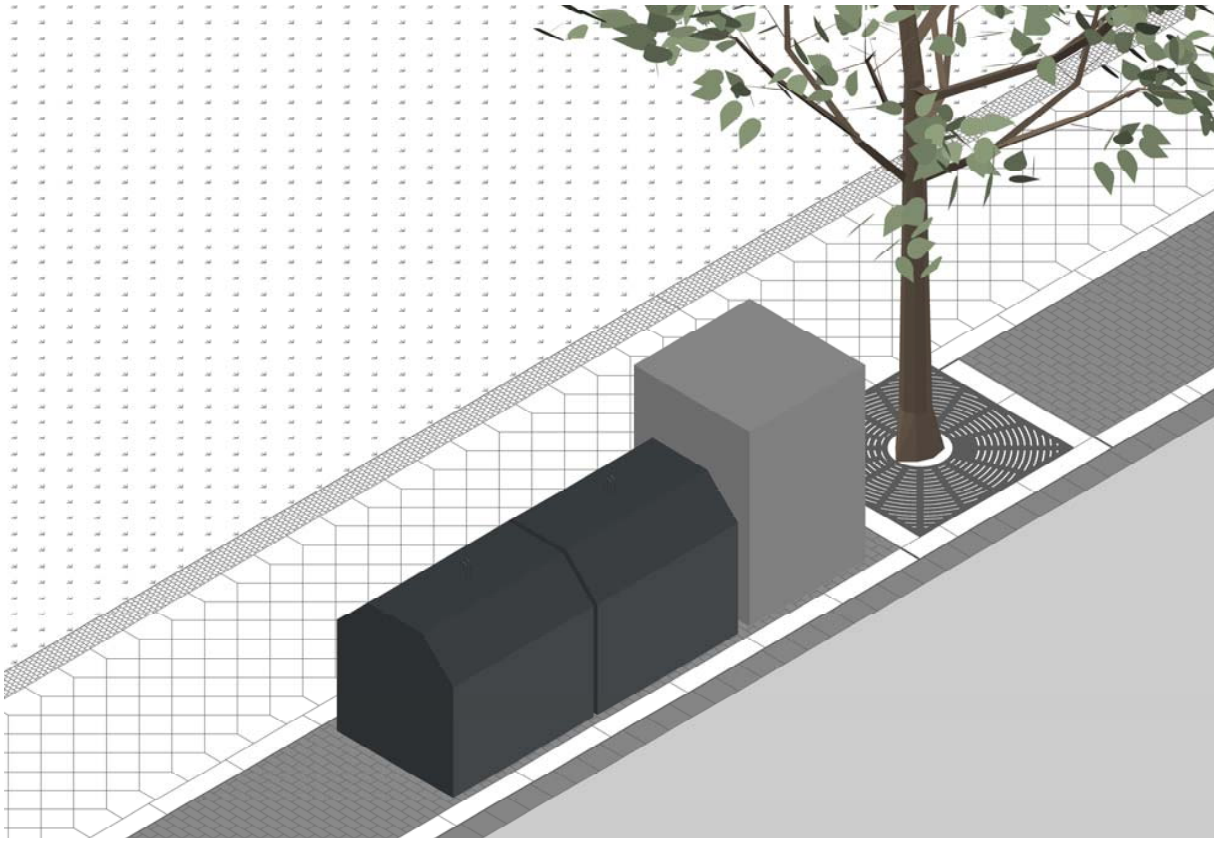


Abb. 146

SONSTIGE SONDER NUTZUGEN

GENEHMIGENDE STELLEN DER STADTVERWALTUNG

Warenauslagen, Werbeaufsteller, Sondernutzungen	
Zuständig Genehmigung:	Ordnungsamt Offenbach Bereich: Ordnungsrechtliche Dienstleistungen, Sachgebietsleitung Sondernutzung/Verkehr
Mitwirkung vor Genehmigung:	Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement Bereich: 60.23 Stadtgestaltung und Stadtgrün
Zuständig Pflege- und Unterhaltung:	Antragssteller
Zuständig Kontrolle:	Ordnungsamt Offenbach Bereich: Ordnungsrechtlichen Dienstleistungen, Sachgebietsleitung Sondernutzung/Verkehr
Reinigung und Pflege: Die Sondernutzungen sind in einem beständig gepflegten und optisch ansprechenden Zustand zu erhalten. Der Antragsteller verpflichtet sich durch regelmäßige Reinigung und Pflege seiner Objekte dafür Sorge zu tragen. Defekte und optisch beeinträchtigte Objekte dürfen nicht aufgestellt werden. Das Ordnungsamt ist berechtigt, bei Kontrollgängen Sondernutzungen, die nicht der Richtlinie entsprechen oder sich nicht in einem ansprechenden Zustand befinden, aus dem öffentlichen Straßenraum entfernen zu lassen. Die Zahlung der Gebührenpflicht entfällt dadurch nicht.	

Objekt	Beschreibung Pflege- und Unterhaltungsleistung	Reinigunsintervall
Warenauslage	Sichtkontrolle der Konstruktion	täglich
	Säubern der Warengestelle	bei Bedarf mind. 1 x wöchentlich
	Nachziehen und Ausrichten der Konstruktion	bei Bedarf 1 x wöchentlich

Bildquellen:
Mit den exemplarischen Abbildungen im Gestaltungshandbuch sind keine Werbemöglichkeiten verbunden.
Bei den in diesem Gestaltungshandbuch abgebildeten Fotos handelt es sich lediglich um eine beispielhafte Beschreibung der jeweiligen Produktgruppe. Weder haben die aufgeführten Hersteller um Platzierung ihres Produktes gebeten, noch wurden dafür Vorteile gewehrt.

Downloadhinweis: Homepage Stadt Offenbach am Main

www.offenbach.de

Impressum

Herausgeber:
Stadt Offenbach am Main
Der Oberbürgermeister

Dezernat IV
Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement
Referat Stadtgestaltung, Stadtgrün
Telefon (0 69) 80 65 - 26 99
Telefax (0 69) 80 65 - 20 24
E-Mail stadtplanung-baumanagement@offenbach.de
Berliner Straße 60
D-63065 Offenbach am Main
Stadthaus, 14.-16. Etage
www.offenbach.de

Redaktion:
Rehwaldt Landschaftsarchitekten
Bautzner Straße 133
D-01099 Dresden
Telefon (03 51) 8 11 96 90
Telefax (03 51) 8 11 96 99
E-Mail mail@rehwaldt.de
Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement
Referat Stadtgestaltung, Stadtgrün

Fotos:
Rehwaldt Landschaftsarchitekten
Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement
Referat Stadtgestaltung, Stadtgrün

Herstellung:
Stadtplanung, Verkehrs- und Baumanagement
Referat Stadtgestaltung, Stadtgrün

Redaktionsschluss:
November 2018