

# »ORTSTYPISCHE BEBAUUNG HAAN«

## Gestaltungsfibel Innenstadt



© luftbild-design.de 2006



**Norbert Post**  
**Hartmut Welters**

Architekten & Stadtplaner GmbH  
Dortmund / Köln

**Ausschuss für Stadtentwicklung, Umwelt und Verkehr**  
**Thema: Bestandsaufnahme/Gestaltungsleitlinien**

**26. April 2016**

# Anlass und Ausgangssituation



Situation Friedrichstraße



Situation Fußgängerzone

## Stadtgestaltung: weicher Attraktivitäts- und Marketingfaktor

- Gestaltqualität stärkt **städtische Identität** und **Beliebtheit** in Konkurrenz zu den Nachbarstädten  
= Mittel gegen Gesichtslosigkeit
- Gestaltqualität ist Grundlage für **hochwertigen Wohn- und Einkaufsstandort**
- Attraktives Stadtbild prägt **positives Image**:
  - beliebter Wohn-, Arbeits-, Einkaufsstandort
  - höhere Aufenthaltsdauer im Geschäftsbereich
- **Überladenes** und **Aufdringliches** wirkt »billig« und zieht entsprechende Kundengruppen an
- **Werbeanlagen, Außengastronomie** und **Außenanlagen** wirken **prägend** auf den öffentlichen Raum



# Bestandssituation Friedrichstraße



# Bestandssituation obere Kaiserstraße / Mittelstraße



# Bestandssituation Kaiserstraße



# Bestandssituation Kaiserstraße (Sonderbauten)



# Bestandssituation Bahnhofstraße



# Bestandssituation Neuer Markt





# Bestandssituation Dieker Straße



# Bestandssituation Ellscheider Straße



# Bestandssituation Schillerstraße



# Bestandssituation Luisenstraße



# Bestandsituation Zeppelinstraße



# Bestandssituation Wilhelmstraße



# Bestandssituation Kölner Straße



# Bestandssituation Horst / Horststraße





# Bestandssituation Bismarckstraße / Moltkestraße



# Bestandssituation Kirchstraße



# Bestandssituation Turnstraße



# Bestandssituation Walder Straße / Am Ideck



# Gestaltungsleitlinien – Ziele

- **Schutz** des stadtgestalterisch **wertvollen baulichen Erbes**
- **Erhalt** und **Weiterentwicklung** der **besonderen Charakteristik** der Innenstadt
- **Pflege** und **Aufwertung** des **Stadtbildes** sowie des **Stadtimages**
- **Positives Erscheinungsbild** von Gebäuden, Fassaden, öffentlichem Raum
- **Attraktivitätssicherung/-steigerung** der Innenstadt als **Einkaufsstandort**
- **Erhalt** des historischen Gebäudebestandes / der kleinteiligen Parzellenstruktur
- **Geordnete Weiterentwicklung** der vorhandenen **Qualitäten**
- **Planungsgrundlage** für Um- und Neubauten
- **Leitbild** bei stadtgestalterischen Fragestellungen



Platzsituation Friedrichsstraße/Kaiserstraße



## Gebäudegestaltung:

- Baukörpergliederung /-dimensionierung / Bauflucht
- Fassadenoberflächen und -gliederung
- Dächer und Dachaufbauten
- Erdgeschosszone (Schaufenster, Kragplatten, Vordächer, Markisen)

## Werbeanlagen:

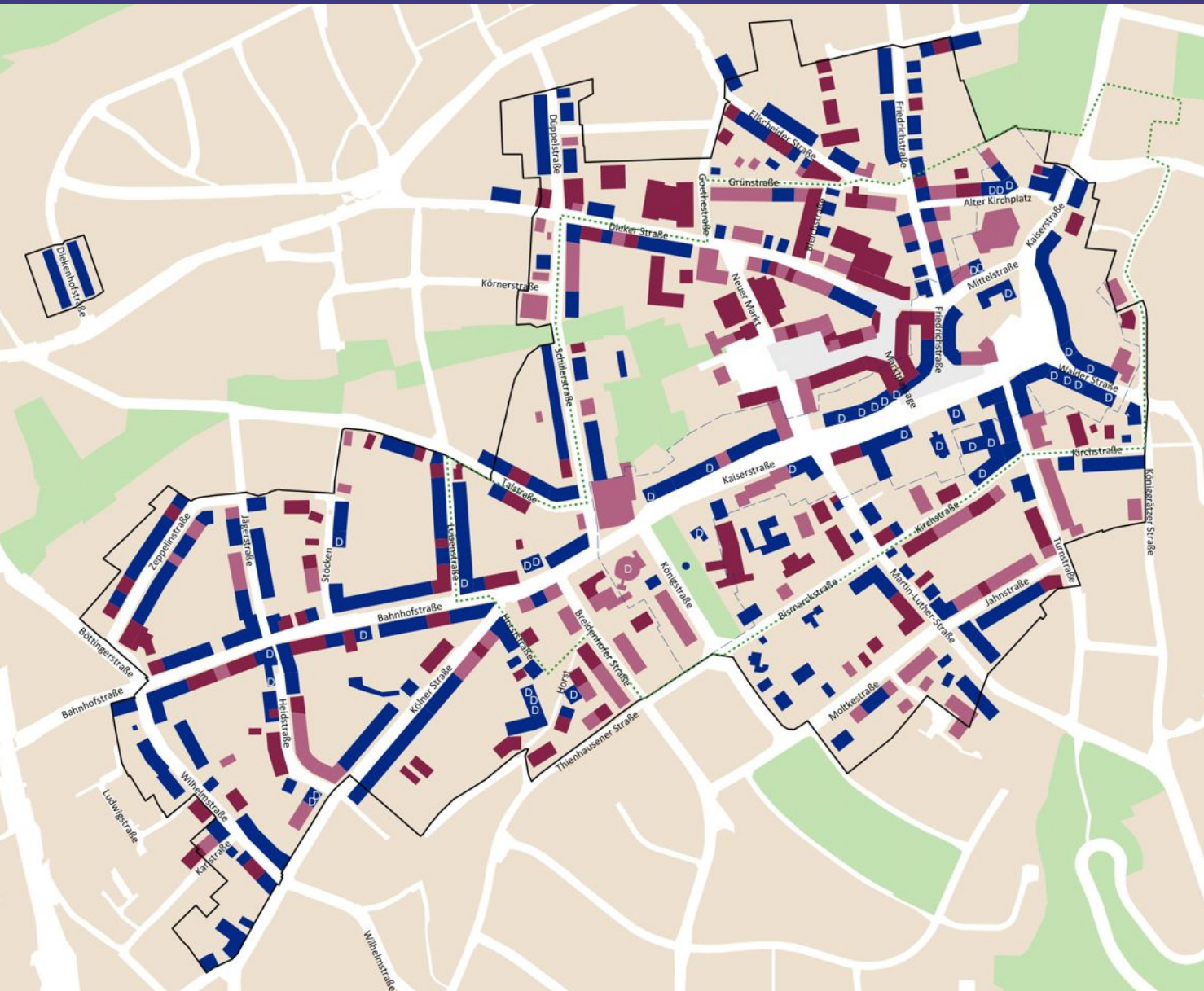
- Art und Umfang der Werbeanlagen
- Hinweisschilder / Schaukästen

## Öffentlicher Raum:

- Außengastronomie
- Werbetafeln / »Kundenstopper«
- Außenauslagen

*Leitlinien beziehen sich ausschließlich auf die vom öffentlichen Raum **einsehbaren** Bereiche !*

# Bestandsanalyse – Kartierung Gebäudealter



## Legende

### Gebäudealter / Baustil

- vor 1940
- Nachkriegszeit (1950er, 1960er, 1970er)
- ab 1980er Jahre
- D D Eingetragenes Baudenkmal

### Planungsräume

- Abgrenzung Gestaltungs-fibel
- Planungsraum Integriertes Handlungskonzept Innenstadt
- Abgrenzung Denkmalbereich

### Grundlage

- Öffentliche Grünflächen
- Siedlungsbereich und Verkehrswege
- Fußgängerzone

# Gestaltungsleitlinien – Gebäudekategorien



## Gebäudekategorie »Vorkriegszeit«

(Historische Gebäude bis 1940er Jahre)

### Ziele:

- **Erhaltung** oder **Wiederherstellung** der
  - **ursprünglichen Bauform**  
(z.B. Baukörpergliederung, -stellung, Dachform)
  - **ursprünglichen Eigenart**  
(z.B. Fassadengliederung, -materialien, -farben)
- Möglichst **Rückbau** von stiluntypischen Überformungen und Fassadenveränderungen





# Gestaltungsleitlinien – Gebäudekategorien

*Wohn-/Geschäftshäuser (Neuer Markt)*



## Gebäudekategorie »Nachkriegszeit«

(Gebäude der 1950er bis 1970er Jahre)

### Ziele:

- **Erhaltung** der
  - **ursprünglichen Bauform**  
(z.B. Baukörpergliederung, -stellung, Dachform)
  - **ursprünglichen Eigenart**  
(z.B. Fassadengliederung, -materialien, -farben)
- Möglichst **Rückbau** von gestalterisch beeinträchtigenden Überformungen und Fassadenveränderungen

*Wohngebäude der Nachkriegszeit (Am Ideck)*



# Gestaltungsleitlinien – Gebäudekategorien



Wohn-/Geschäftshäuser (Marktpassage)



Stadtvilla (Bahnhofstraße)

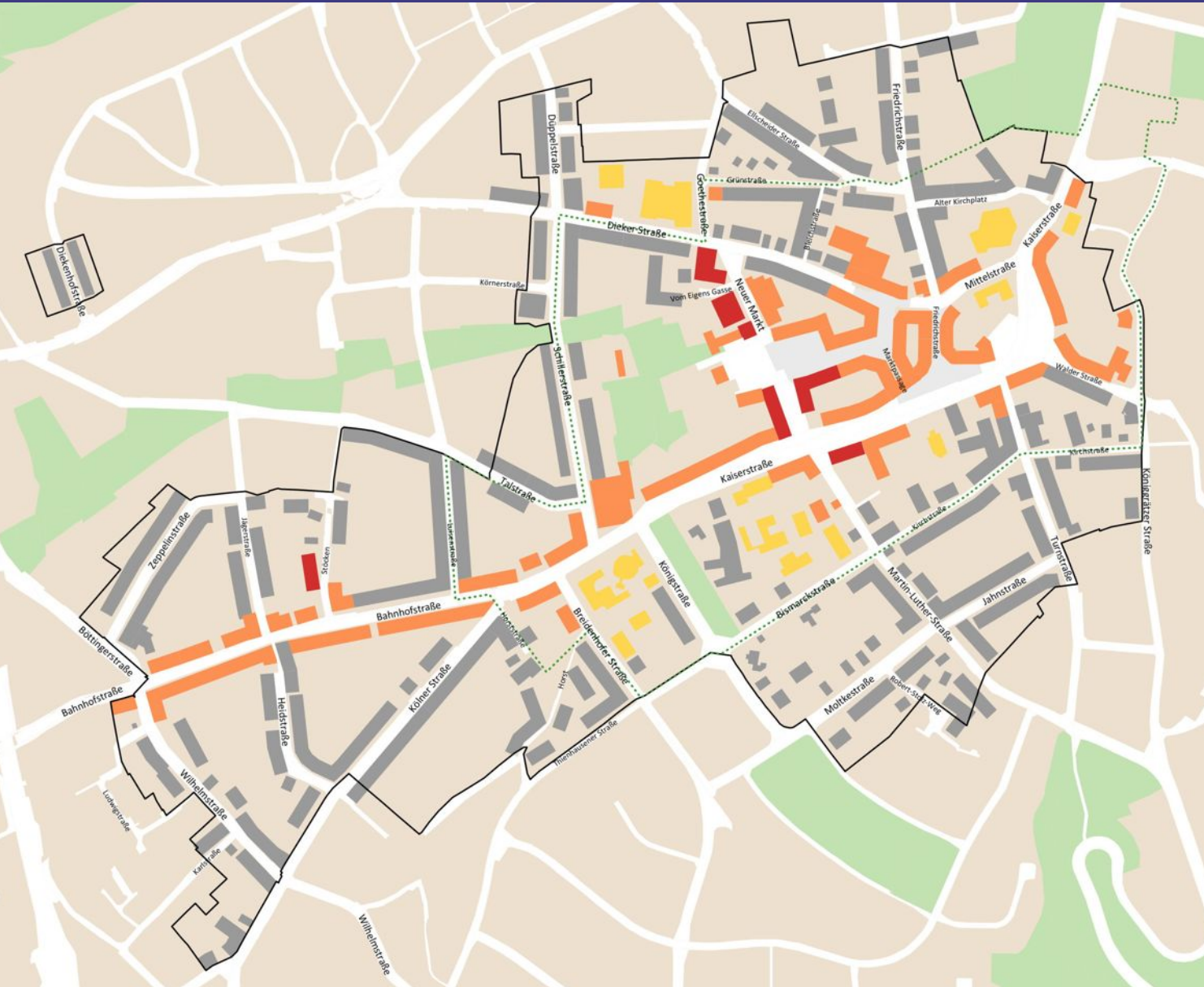
## Gebäudekategorie »Neubau«

(Gebäude ab den 1980er Jahren bis heute)

### Ziele:

- **Einfügung in** bzw. **Abstimmung auf** die Eigenart des **historisch geprägten** Umfeldes insbesondere hinsichtlich der
  - **Baukörpergestaltung/-dimensionierung**  
(z.B. Baukörpergliederung, -stellung, Dachform)
  - **Fassadengestaltung**  
(z.B. Fassadengliederung, -materialien, -farben)
- **Maßstäblichkeit**, die sich am **Leitbild** einer **Gartenstadt** orientiert
- Beachtung der ortsüblichen **kleinteiligen Parzellenstruktur** bei der Fassadengestaltung

# Bestandsanalyse – Kartierung Gebäudenutzungen



## Legende

### Nutzungen

- Wohnen
- Einzelhandel / Dienstleistung
- Einzelhandel/Dienstleistung/Wohnen
- Sondernutzung

### Planungsräume

- Abgrenzung Erhaltungssatzung
- Planungsraum Integriertes Handlungskonzept Innenstadt

### Grundlage

- Öffentliche Grünflächen
- Siedlungsbereich und Verkehrswege
- Fußgängerzone



# Gestaltungsleitlinien GEBÄUDE

# Gestaltungsleitlinien Gebäude – straßenseitige Fassaden

*Hochwertige Fassaden in der Kaiserstraße*



## POSITIVE GESTALTUNG

- **helle Putzfassaden**  
(Farbkanon: Grautöne, Sand-/Rotbrauntöne),  
**Ziegel-, Schiefer-, Fachwerkfassaden**
- **Schnell umsetzbare** Maßnahme:  
Neuanstrich verschmutzter »grauer« Fassaden
- Sichtbare **Brandwände**: Farbe und/oder  
Materialität orientiert an der Straßenfassade
- **Erhalt** stilbildender Wandöffnungen bei  
»Altbauten« (z.B. Stichbogen, Oberlicht)
- **Öffnungsanteil/Fenstergliederung** orientiert an  
Bauweise/Typologie des Gebäudes
- **Eingangsbereiche** (Vordächer/Windfang)  
zurückhaltend (ggf. in Glas)
- Massivbau: **Lochfassade** mit baukonstruktiv  
abgeleiteten **Seitenabstände** der Wandöffnungen

*Hochwertig sanierte Fassaden Walder Straße*



# Gestaltungsleitlinien Gebäude – straßenseitige Fassaden



## NEGATIVE WIRKUNG VERMEIDEN

- Überdeckung oder Überformung **stilbildender** und **gliedernder Fassadenelemente**
- **grelle** und **leuchtende Farben**
- **dominante**, stark **reflektierende** Oberflächen
- **alte** verfallene Werbeanlagen (d.h. Rückbau nicht **mehr benötigter Werbeanlagen** incl. Unterkonstruktion)
- tiefe **Fassaden-/Dacheinschnitte/Balkone** (z.B. weit auskragende Balkone)
- straßenseitige Anbringung von **Antennen-, Satelliten-** sowie **Klimaanlagen**
- straßenseitige **Aufputz-Installationen** etc. (z.B. Stromzufuhrleitungen, Rolladenkästen)



# Gestaltungsleitlinien Gebäude – Erdgeschosszone



## POSITIVE GESTALTUNG

- **Wichtig:** Erhalt des **gestalterischen Bezuges** zwischen Erdgeschoss und Obergeschossen
- **Einfügung** der Erdgeschosszone in das Gesamtbild der Fassade
- **Erdgeschosszone:** orientiert an **Fensterachsen, Fassadengliederungen, Materialien** und/oder **Farbigkeit** der Obergeschosse
- **Schaufenster:** nur im Erdgeschoss
- **Keine** überwiegend geschlossenen Fassaden oder abgedeckte Schaufenster im EG
- **Vordächer/Kragplatten:** möglichst visuell zurückhaltend (geringe Materialstärke, schmale Frontansicht, minimierte Ausladung, ggf. Glas)
- **Ein-/ausfahrbare Markisen** ohne Produktwerbung (keine festen Korbmarkisen)



# Gestaltungsleitlinien Gebäude – Baukörper / Dach

*Integriertes Neubaubeispiel Kaiserstraße*



*Altenheim südliche Bahnhofstraße*



- Berücksichtigung des **ursprünglichen** (historisch verbürgten) **Charakters** des Gebäudes
- Abschnittsweise Gliederung des Baukörpers gemäß der **ortsüblichen Parzellenbreiten** (ca. 10-15 m)
- Gestalterische **Unterordnung gliedernder Bauteile** (wie z.B. Zwerchhäuser, Gauben, Erker, Balkone, Loggien)
- Orientierung an den **benachbarten** Gebäudehöhen bei aneinander gebauten Gebäuden
- Verwendung von **ortstypischen Dachformen** (Regelfall: zweiseitig geneigtes Dach)
- **Einheitliche** Dacheindeckung (Material/Farbe)
- Dachoberflächen in **anthrazit** oder **rotbraun** (nicht visuell dominant, stark reflektierend)





# Gestaltungsleitlinien WERBEANLAGEN



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Grundsätzliches



- **Werbeanlagen** (= inkl. Unterkonstruktion) nur an **Stätte der Leistung** zulässig  
(Ausnahme: Betriebsstandort in einer Passage oder im Hinterhof)
- **Einfügegebot** in die Gebäudegestaltung/  
Gebäudegliederung und das Stadtbild  
(d.h. keine Verdeckung bzw. Beeinträchtigung der stilbildenden Fassadengliederungen)
- **Abstimmungsgebot**: bei mehreren Werbeanlagen an einem Gebäude
- **Anzahl**: max. **zwei** Werbeanlagen pro Betrieb
- **Werbeinhalt**: Produktwerbung deutlich untergeordnet gegenüber Eigenwerbung (Größe, Erscheinungsbild)
- **Ausnahmen**: Festtage/Jubiläen/Sonderverkauf
- **Rückbaugebot** bei Geschäftsaufgabe



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Unerwünschte Arten



## KEINE ...

- **grelle Farbtöne** (z.B. Leuchtfarben, Reflexfarben, Signalfarben – Ausnahme: Firmenlogos)
- **Anstrahlung bzw. intensive Beleuchtung** der Werbeanlagen bzw. der Schaufenster (nur (warm-)weißes Licht)
- **Anlagen mit bewegtem Licht** (keine Wechsel-Lichtanlagen, Laufbänder etc.)
- **bewegliche Werbeanlagen** (z.B. Spannbänder, Transparente, Fahnen)
- **großflächige (Schau-)Fensterabdeckungen** (Ausnahme: Sonderaktionen, Umbau etc.)
- großformatige **Kuben, Prismen** oder skulpturale **Produktimitate** (z.B. „Apothekenwürfel“, Flaschen, Handy, Eishörnchen)



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Unerwünschte Anbringung



## Nicht ...

- **an Fassadengliedernde / stilbildende Elementen**  
(z.B. nicht an Erkern, Balkone, Gesimse, Türen, Tore)
- **an Freiraumelemente**  
(z.B. nicht an Einfriedungen, Bäumen)
- **an Brandwänden / Gebäudegiebel**
- **an Gebäude- / bauflechtübergreifende Anlagen**  
(Beachtung der Parzellenstruktur)
- **oberhalb der Trauflinie**  
(keine Werbeanlagen in der Dachzone)
- **unmittelbar neben Wohnungsfenster**  
(Beachtung der Schutzbedürftigkeit des Wohnens)



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Horizontale Werbeanlagen



- **Ziel:** auf Fassadengliederung/-gestaltung abgestimmtes und in das Stadtbild integriertes Erscheinungsbild
- **Abstimmung auf Fassadengliederung** d.h. keine Beeinträchtigung der konstruktiven bzw. stilbildenden Fassadengliederung (Pfeiler/Gesimse)
- **Anbringungsort:**
  - straßenseitig und parallel zur Fassade
  - oberhalb Schaufenster und unterhalb Brüstungslinie des 1. Obergeschosses
  - Kragplatten: oberhalb Kragplatte
- **Größe und Gestaltungsart:**
  - nur Einzelbuchstaben + Firmenlogos (keine Flachkästen u.ä. als Untergrund)
  - Längenausdehnung: max. 2/3 der Fassadenbreite



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Vertikale Anlagen / Ausleger



- **Vertikale Werbeanlagen**
  - nur bei Gebäuden mit mehrgeschossiger Hauptnutzung
  - nur Einzelbuchstaben (auch Einzelkästen)
  - keine Fahnen
- **Anbringungsort:**
  - Ausleger unterhalb Brüstungslinie 1. OG
  - Vertikale Anlagen nur unterhalb der Trauflinie
- **Größen / Abstände:**
  - keine Sichtbeeinträchtigung der Nutzungen im OG (z.B. Wohnen),
  - geringe Ausladung vor Fassade
  - angemessener Abstand zu Gebäudeecken
- **Abweichungen** bei großflächigen Nutzungen bzw. größeren Gebäudekomplexen (z.B. Einkaufscenter/ reine Geschäftshäuser/Verwaltungen)



# Gestaltungsleitlinien Werbeanlagen – Hinweisschilder etc.



- **Ziel: Integration in Fassadengliederung**  
(nur auf geschlossenen Fassadenbereichen, keine Überformung gliedernder Fassadenelemente)
- **Stätte der Leistung** (= räumliche Nähe zum Betrieb  
Ausnahme: Betriebsstandort in Passagen oder im Hinterhof)
- **Nur Eigenwerbung, keine Produktwerbung**  
(Ausnahme: Getränkewerbung bei Gastronomiebetrieben, dann aber deutlich untergeordnet)
- **Hinweisschilder: max. 1 Hinweisschild je Betrieb**  
(gestalterische Zusammenfassung in Gruppen bei mehreren Betrieben je Gebäude / bei Passagen)
- **Schaukästen:** Beschränkung der **Anzahl** und **Größe** je Betrieb  
(z.B. max. zwei Speisekartenkästen beidseitig des Einganges einer Gaststätte)

# Gestaltungsleitlinien ÖFFENTLICHER RAUM





# Gestaltungsleitlinien öffentlicher Raum - Grundsätzliches



- **Belebung** des öffentlichen Raumes (einladendes Ambiente, das zum Durchschreiten und zum Verweilen einlädt)
- **großzügiges Erscheinungsbild** des Stadtraums, (d.h. kein »Zustellen« des öffentlichen Raumes durch mobile oder feste Anlagen)
- gute **Orientierungsmöglichkeit** innerhalb des Stadtraums (d.h. Freihalten von wichtigen Sichtachsen)
- keine »**Inbesitznahme**« des öffentlichen Raumes durch Außengastronomie und Außenauslagen
- **Freihalten der Lauflinie** auf Gehwegen (kein »Slalomlaufen« um Außenauslagen und Kundenstopper)



# Gestaltungsleitlinien öffentlicher Raum - Außengastronomie



- **Möbliering:**
  - visuell hochwertig wirkende Materialien (z.B. Holz, Metall, stabiler Kunststoff)
  - keine massiv wirkende Möbel
- **Sonnenschirme:**
  - weiß bzw. helle Pastellfarben
  - zurückhaltende Produktwerbung
  - keine feststehende/festmontierte Schirme
- **Raumteiler:**
  - nur wenn standortbedingt notwendig (zugig)
  - keine massiv wirkenden Abtrennungen vom öffentlichen Raum (z.B. durch geschlossene Stellwände, Zäune)
  - keine Produktwerbung



# Gestaltungsleitlinien öffentlicher Raum – Kundenstopper / Auslagen



## »Kundenstopper« / mobile Werbeanlagen:

- **Anzahl:** max. 1 »Kundenstopper« je Betrieb
- **Anordnung:** Außerhalb der Lauflinie auf Gehwegen
- Verzicht auf **Signalfarben / Produktwerbung**
- Verzicht auf **skulpturale Produktimitationen** (z.B. große Eishörnchen, Brillen, Handys)
- Verzicht auf **Fahnen**



## Geschäftsauslagen:

- **Tiefe:** nur **einreihig** unmittelbar vor der Gebäudefassade
- **Länge:** maximal über die halbe Fassadenbreite
- Verzicht auf **Signalfarben / Produktwerbung**
- **hochwertige oder kreative Präsentationstische / Präsentationskästen**

