

Gestaltungsfibel

Innenstadt Rheine

Gestaltungsleitlinien für Außengastronomie und Warenauslagen



Impressum

Herausgeber:

Stadt Rheine
Planen und Bauen
Stadtplanung
Klosterstraße 14
48431 Rheine
stadt@rheine.de
www.rheine.de

Bearbeitung:

Norbert Post • Hartmut Welters
Architekten & Stadtplaner GmbH
Arndtstraße 37
44135 Dortmund
Tel.: 0231 - 47 73 48 60
Fax.: 0231 - 55 44 44

Redaktion und Gestaltung:

Bastian Wahler
Johanna Lukanowski

Fotos + Skizzen:

Archiv Post • Welters

Rheine, im Juni 2013

Vorwort

Inhalt

Vorwort	3
Die Gestaltungsfibel Innenstadt	6
Gestaltungsleitlinien für Außen- gastronomie Warenauslagen	8
Außengastronomie	10
Warenauslagen und mobile Werbeträger	14

Die Gestaltungsfibel Innenstadt



Die Innenstadt von Rheine

Die gewachsene Struktur der Innenstadt von Rheine ist bis heute in großen Teilen erhalten geblieben. Der alte Marktplatz, der Bereich entlang der historischen Wegebeziehung Am Thietor - Auf dem Thie - Marktstraße, die Herenschreiberstraße, die Münstermauer oder die Emsstraße sind nur einige Stellen in der Innenstadt, an denen die historische Stadtstruktur sichtbar wird. Diese Straßenräume und Plätze prägen mit ihrer kleinteiligen Parzellenstruktur und der unterschiedlichen Fassadengestaltung sowie der Gestaltung des öffentlichen Raums in besonderer Weise das Stadtbild der Innenstadt.

Andere Stadträume wie beispielsweise der Borneplatz, der Staelscher Hof, der Mathiasstraße oder

die Bahnhofsstraße sind hingegen eher durch die Architektur und den Städtebau der Wiederaufbauphase nach dem 2. Weltkrieg geprägt. Großmaßstäbliche Gebäudekomplexe und Solitärgebäude prägen diese Bereiche und treten gegenüber der üblichen Maßstäblichkeit der Gebäude in der Innenstadt hervor. Zusammen mit der historisch geprägten Stadtstruktur erzeugt dies ein heterogenes Stadtbild mit unterschiedlichen gestalterischen Qualitäten.

Im Sinne einer harmonischen Stadtbildpflege gilt es daher, mit Rücksichtnahme auf die bestehende Struktur, ein einheitliches, qualitativ hochwertiges Gestaltungsniveau für die Nutzung und Bespielung des gesamten öffentlichen Raumes in der Innenstadt zu definieren.

linke Seite: Luftbild der Innenstadt von Rheine

unten links: Der Staelscher Hof

unten rechts: Der Marktplatz



Anlass und Ziele

Es gehört zur städtischen Kultur, dass der öffentliche Raum durch vielfältige Nutzungen geprägt und in Anspruch genommen wird. In der zentralen Innenstadt werden Gehwegflächen und Fußgängerzonen über ihre verkehrliche Funktion hinaus als Aufenthaltsorte und Treffpunkte, als Orte des Flanierens und entspannten Einkaufens genutzt.

Diese, dem Einzelhandel auf den öffentlichen Flächen gestatteten Sondernutzungen, lassen somit eine Vielfalt und Lebendigkeit im städtischen Raum entstehen.

Hierbei leistet die Außengastronomie einen wichtigen Beitrag. Die Außenbereiche der Restaurants, Cafés und Bars dienen oftmals sowohl als zentraler Ort der Kommunikation, wie auch der Erholung inmitten des geschäftlichen Treibens. Zusammen mit den eher werbeorientierten Warenauslagen und Klappständern wirken sich diese geschäftlichen Sondernutzungen im öffentlichen Raum durch ihre Art, Größe und Häufigkeit erheblich auf die Attraktivität des Stadtbildes und die Nutzbarkeit des innerstädtischen Raumes aus.

Qualitätsvolle Außengastronomie leistet einen wichtigen Beitrag für die Aufenthaltsqualität und

8

unten: Warenauslagen entlang der Emsstraße



Verweildauer in der Innenstadt und ist daher von allgemeinem Interesse. Demgegenüber dienen Warenauslagen und mobile Werbeträger vornehmlich dem geschäftlichen Interesse des jeweiligen Einzelhändlers.

Die nachfolgenden Leitlinien für Fußgänger- und Gehwegbereiche sind als gestalterischer Rahmen anzusehen, um die inmitten des öffentlichen Raumes befindlichen geschäftlichen Nutzungen angemessen in das Stadtbild zu integrieren. Gleichzeitig dienen sie als Orientierung für die Erteilung von Sondernutzungsgenehmigungen für Gewerbetreibende in der Innenstadt.

Übergeordnetes Ziel der Empfehlungen ist ein großzügiges und hochwertiges Erscheinungsbild des Stadtraumes in der Innenstadt. Die trennende oder sichtbehindernde Anordnungen von Außengastronomie, Warenauslagen und mobilen Werbeträgern ist unbedingt zu vermeiden, damit dem Besucher ein positiver Gesamteindruck der Innenstadt von Rheine vermittelt werden kann.

Diese Gestaltungsfibel ist somit ein wichtiger Baustein für den Erhalt und die weitere Aufwertung der vielfach bereits vorhandenen Qualitäten des Stadtraumes sowie der Vielseitigkeit der Innenstadt von Rheine.

unten: Außengastronomie am Borneplatz



Außengastronomie

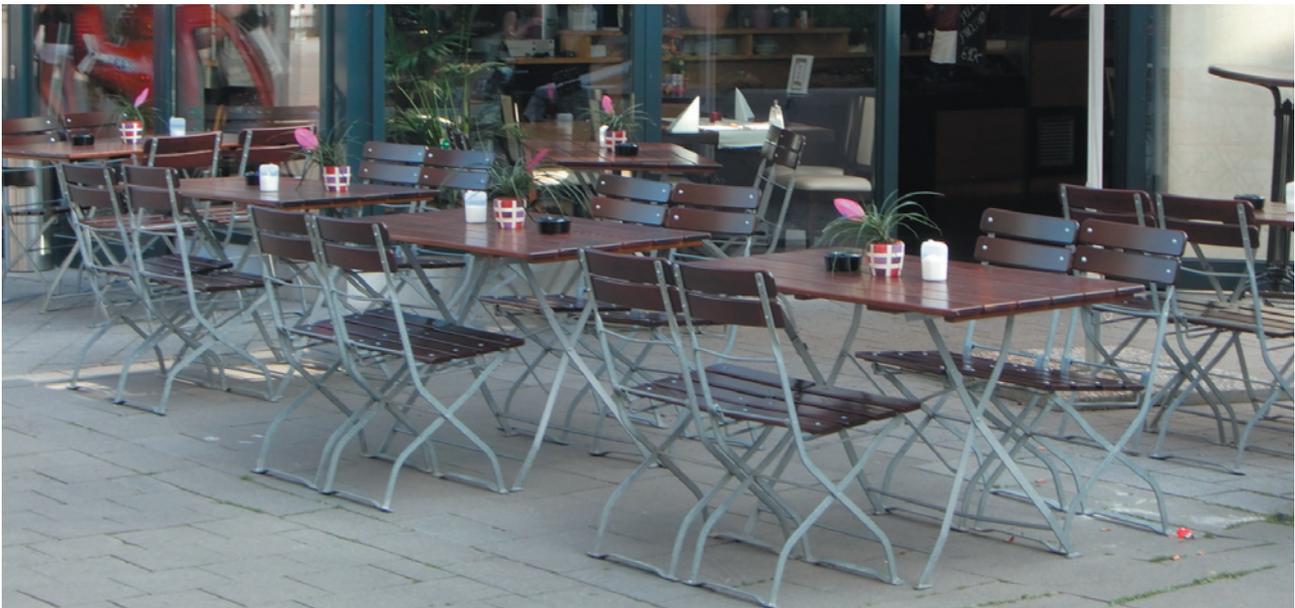


Außergastronomie im Straßenraum übernimmt die Funktion zentraler öffentlicher Kommunikationsorte und Treffpunkte. Obwohl sie privat bewirtschaftet wird, besitzt die Außergastronomie immer auch einen wichtigen öffentlich-kommunikativen Charakter. Aus städtischer Sicht soll sie in erster Linie das Stadtbild beleben und die Aufenthaltsqualität auf Straßen und Plätzen erhöhen. Das Sehen und Gesehenwerden ist hierbei ein wesentlicher Aspekt. Dabei ergänzen sich Einzelhandel und Gastronomie

in dem Bestreben, die Verweildauer der Besucher in der Innenstadt zu erhöhen. Dies soll durch einen hochwertigen Gesamteindruck der Innenstadt unterstützt werden.

Die Gestaltung des außergastronomischen Mobiliars, wie auch Lage und Anordnung der Flächen wirken sich auf den Stadtraum unmittelbar aus und sind daher mit besonderer gestalterischer Sensibilität und Sorgfalt zu behandeln.

*linke Seite: Gastronomie in der Herrenschreiberstraße
unten: Dezente gastronomische Außenmöblierung*



Insgesamt ist entscheidend, dass ein großzügiges und hochwertiges Erscheinungsbild des Stadtraumes erreicht wird. Hierzu gehört auch, dass neben Außengastronomieflächen ausreichend Platz für die vorbeiführenden Fußgänger- und Radverkehre verbleibt und der Eindruck von »Engstellen« vermieden wird.

Damit sich Außengastronomie gut in den Stadtraum einfügt und sich die Attraktivität des Standortes Innenstadt erhöht, sollten folgende Aspekte bei der Gestaltung beachtet werden:

Empfehlungen

- Verzicht auf räumlich wirksame Abtrennungen vom übrigen öffentlichen Straßenraum, die dem öffentlich-kommunikativen Charakter entgegenstehen (z.B. keine Sichtschutzwände). Sofern ein Windschutz erforderlich ist, sollten transparente Wände benutzt werden.
- Für eine räumliche Begrenzung sind ggf. schon einige wenige Pflanzkübel o.ä. ausreichend (z.B. an den »Außenecken«)
- Qualitätsvolle Ausführung der Möblierung

12



durch Verwendung hochwertiger Materialien (z.B. Holz, Metall, hochwertiger Kunststoff).
»Billig« erscheinende Kunststoffmöblierung ist zu vermeiden.

- Zurückhaltende Farbgebung (Natur- und Pastellfarben). Keine grelle, Aufmerksamkeit auf sich ziehende Farben oder stark reflektierende Oberflächen.
- Aufeinander abgestimmte, dezente Gestaltung der Möblierung sowie der Sonnenschirme.
- Produktwerbung sollte untergeordnet und

zurückhaltend gestaltet werden.

- Keine fernwirksame, dominante Produktwerbung an der Möblierung bzw. an den Sonnenschirmen.

linke Seite: Außengastronomie in der Münsterstraße
unten links: Dominant-wirkender, gastronomischer Außenbereich mit Barrierewirkung für Fußgänger
unten rechts: Massiv wirkende Trennelemente



Warenauslagen und mobile Werbeträger



Neben der Anordnung von Werbeanlagen an den jeweiligen Gebäuden gehört es zur heutigen Au-
Bendarstellung des Einzelhandels, durch Präsenta-
tion ausgewählter Waren oder der Aufstellung mo-
biler Werbeträger im öffentlichen Vorbereich des
Geschäftes um Kunden zu werben. Durch ihre An-
ordnung im öffentlichen Raum, ihre z.T. dominante
Gestaltung und ihr häufiges Auftreten wirken sich
Warenauslagen und mobile Werbeträger ebenfalls
erheblich auf das Erscheinungsbild der Innenstadt
aus.

Außenauslagen können den öffentlichen Raum be-
leben, indem sie potenzielle Kunden zum Verweilen

einladen. Art und Qualität der Produkte wie auch
die Präsentation besitzen unmittelbaren Einfluss
darauf, ob ein Straßenbild als hochwertig wahrge-
nommen wird oder nicht. Darüber hinaus benöti-
gen Außenauslagen und mobile Werbeträger wie
z.B. Klappständer entsprechende Aufstellflächen,
die sich durch verweilende Kunden noch erhöhen.

In der Regel bieten die Fußgängerzone und Plätze
hier ausreichend Raum. Im Bereich der Gehwege
kann es jedoch leicht zu »Engstellen« für vorbeie-
gehende Fußgänger kommen, was dem Ziel, ein
großzügiges hochwertiges Stadtbild zu erreichen,
entgegensteht.

*linke Seite: Anspruchsvolle Warenpräsentation
unten links: Warenauslagen und Werbeträger in der Emsstraße
unten rechts: Warenpräsentation in der Lingener Straße*

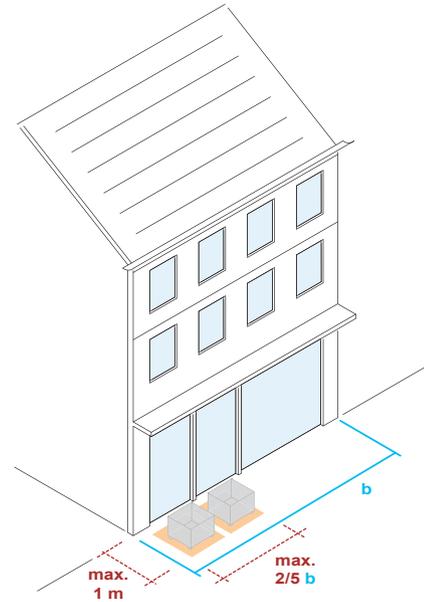


In der Regel fügen sich Warenauslagen und mobile Werbeträger angemessen in den Stadtraum ein, wenn folgendes beachtet wird:

Empfehlungen

Warenauslagen

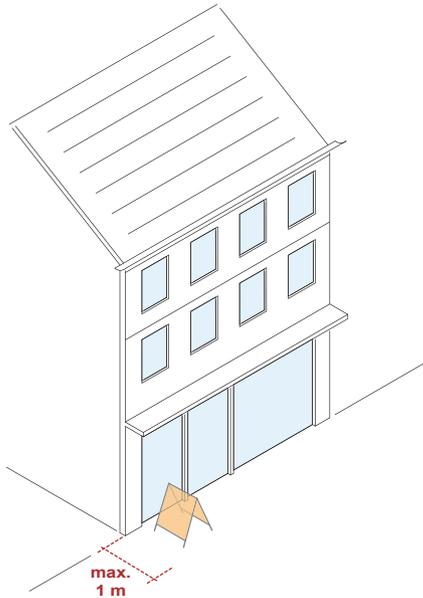
- Anordnung nur unmittelbar vor dem Geschäft (Stätte der Leistung), so dass die Warenauslagen maximal 1 m in den öffentlichen Raum ragen.
- Je Geschäft bis zu 2 Stellflächen mit einer Breite von insgesamt ca. $\frac{2}{5}$ der Fassadenbreite.
- Temporäre, nicht dauerhafte Anordnung (nur tage- bzw. stundenweise).
- Verzicht auf Produktwerbung.
- Verzicht auf grelle Singalfarben.



16

unten links: Warenauslagen entlang der Emsstraße
unten rechts: Aufdringliche und ausgedehnte Warenauslagen im öffentlichen Raum





Empfehlungen

Mobile Werbeträger

- Anordnung maximal eines einzelnen Klappständers im unmittelbaren Vorbereich eines Betriebes, der nicht mehr als 1 m in den öffentlichen Raum hineinragt.
- Keine mobile Werbefahnen, die vergleichsweise dominant im Straßenraum wirken.
- Keine frei stehenden figürlich-plastische Formen oder visuell dominante Produktimitate (wie z.B. überdimensionierte Eishörnchen vor Eisdielen, Maskottchen).
- Temporäre, nicht dauerhafte Anordnung (nur tages- bzw. stundenweise).
- Verzicht auf grelle, signalhafte Farben.
- Gestalterische Anlehnung an Werbeanlagen des Erdgeschosses.

17

unten links: Dominante Werbeträger und Werbefahnen
unten rechts: Dezentere, hochwertiger Aufsteller



Wenn Sie Fragen haben oder planen entsprechende gastronomische Außenbereiche oder
Warenauslagen zu nutzen, wenden Sie sich bitte an:

19

Ansprechpartner

N.N.

Öffnungszeiten

N.N.

Hausanschrift

N.N.

