# KUPFERSTADT STOLBERG

## Gestaltungshandbuch Talachse Innenstadt

# Inhalt


Grusswort 3

Anlass 4

Geltungsbereich 6

Umgang mit dem Bestand 8

Fassaden 10
- Material und Farbe 12
- Fenster und Türen 14
- Kragplatten, Vordächer und Markisen 16

Werbung am Gebäude 18
- Flachwerbung 20
- Auslegerwerbung 22
- Schaufensterwerbung 24

Werbung vor dem Gebäude
- Warenpräsentation 26
- Mobile Werbeträger 28

Aussengastronomie
- Möblierung 30
- Abgrenzung 32

Besondere Hinweise 34

# Grusswort

Das Zentrum der Kupferstadt Stolberg, das ist historisch gesehen die beeindruckende Altstadt unterhalb der Burg. Es ist aber auch der Einkaufs- und Gewerbebereich entlang der innerstädtischen Talachse, der sich unmittelbar anschließt. Das Gebiet leidet heute unter erheblichen Strukturmängeln und ist 2014 auf der Grundlage des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes „Talachse Innenstadt" in das Städtebauförderprogramm des Landes aufgenommen worden. In den kommenden Jahren wollen wir so die Potentiale der Innenstadt nutzbar machen: die vielen beeindruckenden Zeugnisse der Industriegeschichte, die kleineren und größeren Plätze und die Vicht, die die Innenstadt durchzieht und prägt. Dies alles gilt es zu vernetzen und erlebbar zu machen.

Zahlreiche Einzelmaßnahmen werden die „Talachse Innenstadt" neu strukturieren, Teilräume miteinander verbinden und dem öffentlichen Raum eine andere Qualität geben. Die nachhaltige Aufwertung der Innenstadt kann aber nur gelingen, wenn alle Akteure mitwirken: Eigentümer, Gewerbetreibende, Investoren und Architekten. Das vorliegende Gestaltungshandbuch, in Zusammenarbeit mit den Bürgerinnen und Bürgern erarbeitet, soll hier als Leitfaden dienen. Ich würde mich freuen, wenn Sie auch weiterhin die städtebauliche Entwicklung der „Talachse Innenstadt" aktiv begleiten, indem Sie die Anregungen dieses Gestaltungshandbuchs aufgreifen und kreativ umsetzen. Gemeinsam werden wir Stolberg nach vorne bringen!

Ihr

Tobias Röhm

Technischer Beigeordneter
der Kupferstadt Stolberg

Kupferhof
Apotheke

PARFÜMERIE

# Anlass

Als Mittelzentrum mit rund 60.000 Einwohnern ist die Kupferstadt Stolberg nach Aachen die größte Stadt in der StädteRegion Aachen. Der zentrale Einkaufsbereich liegt innerhalb der Stolberger Talachse und erstreckt sich über eine Länge von fast zwei Kilometern. Schon die topographisch besondere Lage im engen Tal der Vicht lässt die Innenstadt nicht als zusammenhängendes Zentrum erscheinen, sondern vielmehr als eine Aneinanderreihung von Teilräumen. Es gibt Plätze, Gassen und Brücken, die Verbindungen schaffen, aber ihrer Funktion nicht mehr gerecht werden und manchmal wenig einladend erscheinen. Auch haben in allen Teilbereichen Strukturveränderungen zu einer deutlich sichtbaren Abwanderung der Kaufkraft geführt. Die „Talachse Innenstadt" weist also große qualitative Unterschiede auf, sowohl im Versorgungsangebot als auch im Erscheinungsbild der Gebäude, der Läden und des Außenraumes.

*Entwicklungskonzept „Talachse Innenstadt"*

Mit dem „Entwicklungskonzept Talachse Innenstadt" wurde 2012 die Grundlage für eine umfassende Revitalisierung der Innenstadt erarbeitet. In den nächsten Jahren wird die Stadt nach und nach bauliche Verbesserungen vornehmen und das Bild der Talachse deutlich aufwerten. Die Innenstadt wird als Standortfaktor für Unternehmen an Bedeutung gewinnen. Damit sich „öffentlich" und „privat" zu einem ansprechenden Straßenraum verbinden, ist die Mitwirkung von Hauseigentümern und Gewerbetreibenden gefragt, wenn Veränderungen am Gebäude anstehen. Das Gestaltungshandbuch ist Leitlinie und Entscheidungshilfe für den Umgang mit dem Gebäudebestand, für die Gestaltung von Fassaden und Werbeanlagen und für Sondernutzungen im öffentlichen Raum. Es hat nur empfehlenden Charakter, kann aber - entsprechend angewandt - wesentlich dazu beitragen, die Innenstadt attraktiver, lebendiger und lebenswerter zu machen.

Mühlener Markt
Salmstraße
Bastinsweiher
Rathausstraße
Kaiserplatz
Steinweg

# Geltungsbereich

Der Geltungsbereich des Gestaltungshandbuchs bezieht sich auf den zentralen Einkaufs- und Versorgungsbereich Stolbergs und damit auf den Kernbereich des Stadtumbaugebietes „Talachse Innenstadt", das der Rat im März 2014 festgelegt hat. Innerhalb dieses Gebietes liegen sämtliche Stadtumbaumaßnahmen, die in den kommenden Jahren realisiert werden. Das Stadtumbaugebiet ist auch identisch mit dem Geltungsbereich des Fassadenprogramms, das im August 2015 beschlossen wurde. Auf dieser Grundlage können private Eigentümerinnen und Eigentümer einen Antrag auf finanzielle Unterstützung bei der Aufwertung ihrer Fassaden und Innenhöfe stellen.

*Hauptgeschäftsstraßen im Stadtumbaugebiet „Talachse Innenstadt"*

Das Gestaltungshandbuch bezieht sich auf die Hauptgeschäftsstraßen der Stolberger Talachse, den Steinweg, die Rathausstraße mit dem Bastinsweiher und die Salmstraße mit dem Mühlener Markt. Entlang dieser Straßen verändert die Innenstadt mehrfach ihr Gesicht: Ausläufer der Altstadt mit historischer Bausubstanz, Fußgängerzone und hohe Leerstandsqoute im Süden, Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkt bei starker Verkehrsbelastung im mittleren Bereich, multikulturelles Erscheinungsbild und Nebeneinander von ansprechenden Straßenräumen und Abschnitten mit deutlichem Qualitätsverlust im Norden. Dazwischen gibt es immer wieder herausragende historische Gebäude, größere Freiflächen sowie in den Seitenstraßen den Blick auf die Burg und die Vicht.

Die Empfehlungen des Gestaltungshandbuchs müssen nicht auf den ausgewiesenen Geltungsbereich beschränkt bleiben. Sie sind auch in den angrenzenden Räumen geeignet, das Straßenbild und damit die Innenstadt insgesamt attraktiver zu gestalten.

DUGENA
UHREN SCHMUCK
Jeans Store
Jeans Store
Jeans Store
HÖRGERÄTE
GEERS
HÖRAKUSTIK
HÖRGERÄTE
Stadthalle
Mühle
andere Richtungen
Zinkhütter Hof
Aachen 13
Eschweiler
R22
87

# Umgang mit dem Bestand

*Rücksicht auf die Stilepoche*

Entlang der „Talachse Innenstadt“ fällt die reizvolle Mischung von Gebäuden unterschiedlicher Stilepochen mit ihrer jeweils eigenen Architektursprache auf. Herausragend sind die Bruchsteingebäude aus der frühindustriellen Zeit, als in den Kupferhöfen der Grundstein für die Messing- und Kupferindustrie gelegt wurde. Es wechseln sich Gründerzeit- und Jugendstilbauten mit Gebäuden aus der Nachkriegszeit ab, der Phase, in der sich Stolberg zu einer modernen Industriestadt entwickelte. Und es gibt Neubauten aus den 50er + 60er und 70er Jahren, die deutlich höher sind. Allein im Geltungsbereich des Gestaltungshandbuchs gibt es 66 Baudenkmäler, innerhalb des Stadtumbaugebietes „Talachse Innenstadt“ sind es sogar 132 Baudenkmäler.

Das Nebeneinander der Baustile macht die Innenstadt von Stolberg zu einem spannenden Raum. Aber vor allem dem Fußgänger bleiben die Qualitäten oft verborgen. Der Blick ist auf die Erdgeschosszonen gerichtet, die in diesem innerstädtischen Bereich häufig gewerblich genutzt sind. Überdimensionierte Schaufenster und großflächige Werbeanlagen bestimmen losgelöst von den weitgehend intakten Obergeschossen den Charakter der Straße. Hinzu kommen Warenpräsentationen und deutlich abgetrennte Außenterrassen, die auch schon mal den Gehweg beeinträchtigen.

Die gestalterischen Herausforderungen liegen im sensiblen Umgang mit dem einzelnen Baukörper, insbesondere mit der Fassade, in der Ordnung von Außenwerbung und Warenpräsentation sowie in einer ansprechenden Ausstattung der Außengastronomie. Es gibt grundlegende Gestaltungsregeln, die bei baulichen Veränderungen für jedes Gebäude gelten. Aber immer sollten die typischen Elemente des Gebäudes und seiner Entstehungszeit besondere Beachtung finden.

EMMOS

MÖBEL

EUROPAS
GRÖSSTE

# Fassaden

Die Fassade bezeichnet hier vor allem den Teil der Gebäudehülle, der zum öffentlichen Raum orientiert ist. Sie ist als Visitenkarte des Gebäudes die Schnittstelle zwischen Innen- und Außenraum und prägt entscheidend das Bild einer Straße. In der Stolberger Innenstadt trifft man auf eine ausgeprägte Fassadenvielfalt, die es zu bewahren und aufzuwerten gilt. Die Gebäude aus der frühindustriellen Zeit sind erkennbar an ihrem Sandsteinmauerwerk aus unregelmäßigen Quadern. Typisch für die Gründerzeit sind Putzfassaden, Stuckelemente, angedeutete Fugen (Quaderputz) und Ziegelflächen. Und der Jugendstil fällt durch seine besondere Ornamentik auf. Stadtbildprägend ist jedoch auch der Gebäudebestand aus der Wiederaufbauphase der 50er und 60er Jahre. Die ursprüngliche Fassadengestaltung ist eher zurückhaltend und wird bestimmt durch filigrane Details wie schmale Fensterprofile, einfache Fenster- und Balkongeländer und dünne Kragplatten.

Viele Fassaden entlang der Talachse wurden im Laufe der Zeit stark verändert. Kennzeichnend ist heute fast durchgängig eine horizontale Gebäudeteilung in ein gewerblich genutztes Erdgeschoss und Obergeschosse mit Wohn- oder Büronutzung. Optisch abgesetzte Erdgeschosszonen ohne Bezug zu Gliederung, Material und Farbe der Obergeschosse stören häufig den Gesamteindruck.

Die Architektur jeder Epoche hat ihr eigenes Potential, und es lohnt sich, dieses sichtbar zu machen. Im Rahmen von Umbaumaßnahmen sollte daher die ursprüngliche, fast immer stimmige Fassade wieder stärker berücksichtigt werden. Neben einer reinen Rekonstruktion kann auch eine zeitgemäße Gestaltung in Anlehnung an die historische Substanz dem Charakter und der Geschichte des Gebäudes gerecht werden.

**Empfehlenswert**

*Bei Umbaumaßnahmen, insbesondere der Gestaltung von Erdgeschosszonen, das ganze Gebäude mit seinen typischen Stilelementen im Blick behalten.*

–

*Beim Rückbau von Läden zu Wohnzwecken den Bezug zwischen Ergeschoss und Obergeschossen wiederherstellen.*

**Hinweis**

*Im Bauamt gibt es häufig Originalpläne, die wichtige Gestaltungshinweise geben können.*

1 bis 3 und 5 gleiches Fassadenmaterial über alle Geschosse

4 ansprechendes Ensemble

6 und 7 Erdgeschossgestaltung ohne Bezug zu den Obergeschossen

# Fassaden
## Material und Farbe

Die Talachse bietet entlang des gesamten Straßenzugs eine große Material- und Farbvielfalt. Das ist typisch für innerstädische Einkaufszonen und liegt an dem Nebeneinander von Stilepochen, aber auch an einer Fassadengestaltung, die vor allem im Bereich der Erdgeschosse wenig Rücksicht auf das Gebäude und die Nachbarhäuser nimmt. Mal sind Farben zu dunkel, mal zu schrill, mal wirken Fensterrahmen zu „billig“, mal glänzt die Keramikverkleidung zu sehr.

Wie für die Fassadengliederung gilt auch hier: Es gibt keine generellen Farb- und Materialvorgaben. Putzfassaden passen genauso nach Stolberg wie Fassaden aus Bruchstein oder Ziegelsichtmauerwerk. Ergänzende Materialien oder Farben, z.B. zur Betonung des Sockelbereichs, zur Einfassung der Fenster oder zur Betonung von Gliederungselementen können durchaus individuelle Akzente setzen.

Es gibt jedoch Regeln, die bei Um- und Rückbauten zu beachten sind, wenn sich Einzelgebäude in Material und Farbe bestmöglich in die Vielfalt der „Talachse Innenstadt“ einfügen sollen. Die wichtigste: Respekt vor dem Charakter des Gebäudes und seiner Umgebung.

*Abgestimmtes Farb- / Materialkonzept*

**Empfehlenswert**

*Abgestimmtes Farb- und Materialkonzept mit Rücksicht auf die Entstehungszeit des Gebäudes.*

–

*Keine optische Trennung des Erdgeschosses von den Obergeschossen durch Material und Farbe.*

–

*Betonung von Gliederungs- und Gestaltungselementen der Fassade.*

–

*Material und Farben für Türen, Fenster und Schaufenster einheitlich wählen.*

**Hinweis**

*Vorbildlich sanierte Baudenkmäler bieten Orientierung im Umgang mit Material und Farbe.*

1 vertikale Gebäudegliederung

2 gleiche Proportion und Anordnung von Fenster und Türen

3 und 4 vertikale Achsen sind übernommen

5 und 6 fehlender Bezug zwischen den Geschossen

# Fassaden
## Fenster und Türen

Eine Fassade wird entscheidend von Anordnung und Proportion der Schaufenster, Fenster und Türen bestimmt. Je nach Stilepoche gibt es unterschiedliche Gliederungsprinzipien. Aber immer beruht gute Architektur auf einem harmonischen Verhältnis zwischen offenen und geschlossenen Flächen und ihrer Anordnung. Am auffälligsten werden Fassaden gestört, wenn im Erdgeschoss große durchgehende Schaufenster und breite Eingangsbereiche den ursprünglichen Zustand ersetzen. Die Obergeschosse „schweben" dann fast über den Ladeneinbauten. Erst recht, wenn sich eine Schaufensteranlage über mehrere Gebäude erstreckt.

Auch im Bereich der Talachse stößt man auf Schaufensterfronten ohne vertikale Gliederung und Bezug zu den Obergeschossen. Das nimmt vor allem den älteren Gebäuden ihren Reiz. Zu einer attraktiven Innenstadt gehören unbedingt Schaufenster. Sie dürfen sich architektonisch nur nicht verselbständigen. Notwendige Um- und Rückbaumaßnahmen bieten hier eine gute Chance, Erd- und Obergeschosse wieder zu einem harmonischen Ganzen werden zu lassen, das sich auch in die unmittelbare Umgebung einfügt.

*Analyse der ursprünglichen Fassadengliederung*

**Empfehlenswert**

*Die ursprüngliche Fassadengliederung beibehalten oder wiederherstellen.*

–

*Die vertikale Gliederung der Obergeschosse im Erdgeschoss aufnehmen.*

–

*Größe, Lage, Proportion und Unterteilung von Eingangsbereichen, Fenstern und Schaufenstern auf die typischen Fassadenmerkmale abstimmen.*

**Hinweis**

*Bei Veränderungen an Gebäuden sind die Vorgaben der Landesbauordnung Nordrhein-Westfalen (BauO NRW) sowie gegebenenfalls des Denkmalschutzgesetzes Nordrhein-Westfalen (DSchG NRW) zu beachten.*

1 bis 5 Vordächer und Markisen mit Bezug zur Fassade

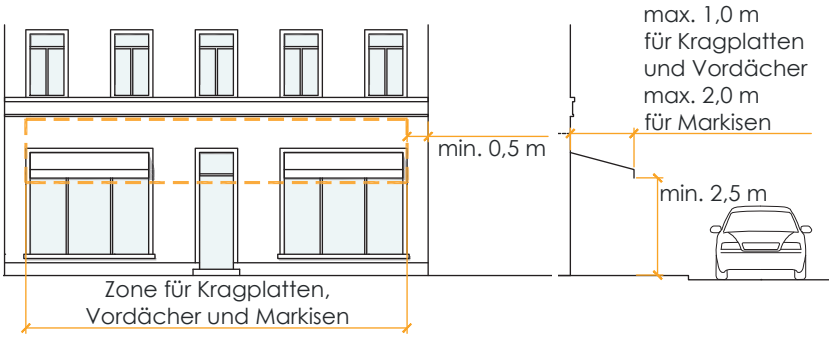
6 überdimensioniertes Vordach
7 dominante Konstruktion

# Fassaden

## Kragplatten, Vordächer und Markisen

Kragplatten, Vordächer und Markisen gehören zum Bild der Innenstadt. Sie bieten Wetterschutz für Waren und Passanten und laden zum Stehenbleiben ein. Als gestalterisch integrierter Bestandteil von Gebäuden können filigrane Kragplatten, transparente Vordächer und schlichte Markisen die Einkaufszonen angenehm und abwechslungsreich gestalten und zu einem beliebten Anziehungspunkt machen.

Aber viel zu oft fügen sich solche Elemente nicht selbstverständlich in die Gebäudefassade ein, sondern stören die horizontale Gliederung und „zerschneiden" das Gebäude regelrecht. Wohn- und Geschäftsgebäude aus den 50er und 60er mit unveränderter Fassade zeigen leichte Kragplatten als bewusstes Stilelement. Nachträglich angebrachte oder vergrößerte Kragplatten aber erscheinen fast immer störend, weil sie in der Regel zu schwer wirken und den Blick auf die Obergeschosse versprerren. Das gilt erst recht, wenn sie großflächig für Werbezwecke genutzt werden. Weitgehend transparente Vordächer aus Stahl und Glas sind eine Alternative, solange sie nicht zu massiv konstruiert sind. Auch Markisen sollten sich in Form und Farbe der Fassadengliederung unterordnen.




*Anordnung von Kragplatten, Vordächern und Markisen*

**Empfehlenswert**

*Kragplatten, Vordächer und Markisen mit Rücksicht auf Entstehungszeit und Gliederung des Gebäudes.*

–

*Kragplatten und Vordächer auf eine Tiefe von 1,0 m und die konstruktiv erforderliche Stärke beschränken sowie zwischen Gebäuden trennen.*

–

*Mit transparenten und frei tragenden Stahl-Glaskonstruktionen den optischen Zusammenhang zwischen Erd- und Obergeschoss erhalten.*

–

*Markisen auf eine Tiefe von 2,0 m beschränken. Textilähnliche Oberfläche, die sich farblich in die Fassade einfügt.*

–

*Durchgangshöhe von 2,5 m und Abstand von min. 0,5 m zu den Gebäudeaußenkanten einhalten.*

–

*Abgestimmte Ausführung in räumlich zusammenhängenden Bereichen.*

–

*Keine oder deutlich untergeordnete Werbung.*

CAFE
Geldautomat
Kupferhof
Apotheke

# Werbung am Gebäude

Werbeanlagen sind elementarer Bestandteil der Außendarstellung von Geschäften, Dienstleitungs- und Gastronomiebetrieben. Man unterscheidet unmittelbar auf der Fassade montierte Flachwerbung, Ausleger, die im rechten Winkel zur Fassade angebracht werden sowie Fahnen und Schaufensteraufschriften. Diese Werbeanlagen prägen in hohem Maß das Bild der Innenstädte und werden von Passanten oft eher wahrgenommen als die Fassaden und Schaufenster. Nicht selten entscheiden die Werbeanlagen an Gebäuden über den Charakter von Straßen und Plätzen. Zu viel, zu groß, zu bunt, das spricht nicht unbedingt für Qualität und stört das Bild der Innenstadt, auch immer wieder entlang der Talachse.

Werbeanlagen sind dann gelungen, wenn sie gut lesbar sind und sich gleichzeitig harmonisch in das Erscheinungsbild des Gebäudes und die Umgebung einfügen. Fangen die ersten Geschäfte an, aufdringlicher zu werben, ergibt sich oft ein Schneeballeffekt. Aus Sorge, nicht mehr wahrgenommen zu werden, zieht die Umgebung nach oder Geschäfte verlassen den Standort. Wenn sich diese Entwicklung fortsetzt, wird der Straßenzug langfristig entwertet. Die Qualität der Läden sinkt ebenso wie die Höhe der zu erzielenden Mieten.

Gewerbetreibende müssen die Möglichkeit haben, durch Außenwerbung auf sich aufmerksam zu machen. Hochwertige Werbung, die Rücksicht auf die Architektur und den Straßenraum nimmt, zahlt sich langfristig aus, das Viertel wird attraktiver. Ziel muss es daher sein, trotz der Fülle berechtigter Werbebotschaften darauf hinzuwirken, dass die Talachse wieder zu einem zentralen Einkaufsbereich mit angenehmer Einkaufs- und Aufenthaltsqualität wird.

**Empfehlenswert**

*Werbeanlagen in Art und Größe dem Gebäude unterordnen.*

–

*Mehrere Läden in einem Gebäude sollten sich abstimmen.*

–

*Keine Werbeanlagen über mehrere Gebäude.*

–

*Keine grellen Farbkombinationen.*

**Hinweis**

*Werbeanlagen sind grundsätzlich genehmigungspflichtig. Weitere Informationen unter „Hinweise und Ansprechpartner“.*

1 bis 5 in Dimension und Farbe auf die Fassade abgestimmte Flachwerbung

6 und 7 überdimensionale Flachwerbung ohne Rücksicht auf die Fassade

# Werbung am Gebäude

## Flachwerbung

Bei der Flachwerbung handelt es sich in der Regel um den Namensschriftzug, die wichtigste Werbung für ein Geschäft. Auch wenn sich die Kunden beim Durchlaufen der Straße an diesen Namen orientieren, sollte die Werbung unmittelbar auf der Fassade nicht so ausgeprägt sein, dass der Gebäudecharakter verloren geht.

Grundsätzlich können Schriftzüge auf flachen Kastenkörpern, auf transparenten Trägermaterialien oder als Einzelbuchstaben auf die Fassaden gebracht werden. Dabei fallen flächige Beschriftungen eher unangenehm auf als Schriftzüge aus Einzelbuchstaben und ohne Grundplatte. Das gilt vor allem für die Beschriftung von Kragplatten. Einzelbuchstaben lassen dagegen die Fassade „durchscheinen" und erhalten die Einheit von Erd- und Obergeschossen. Werbeanlagen sollten möglichst nicht mit wechselndem und bewegtem Licht, Lichtwerbung in grellen Farben und Wechselbildwerbung arbeiten.

Es ist darauf zu achten, dass Werbeanlagen nur am jeweiligen Geschäftsgebäude – an der Stätte der Leistung – angebracht werden. Auf zusätzliche Fremd- oder Produktwerbung sollte verzichtet werden. Das überfrachtet die Fassade und wirkt schnell störend.

*Empfohlener Bereich für Flachwerbung*

**Empfehlenswert**

*Rücksicht auf Gliederung und Farben der Fassade.*

–

*Montage nur zwischen Erd- und Obergeschoss, Höhe max. 0,5 m.*

–

*Abstand zu Gebäudeaußenecken und angrenzenden Gebäuden min. 0,5 m, zwischen Werbeanlagen verschiedener Betriebe min. 1,0 m.*

–

*Einzelbuchstaben oder farblich an die Fassade angepasste oder transparente Trägerplatten in der konstruktiv erforderlichen Materialstärke.*

–

*Aufeinander abgestimmte Werbung bei mehreren Geschäften pro Gebäude.*

–

*Höchstens ein Schriftzug pro Geschäft je Fassadenseite.*

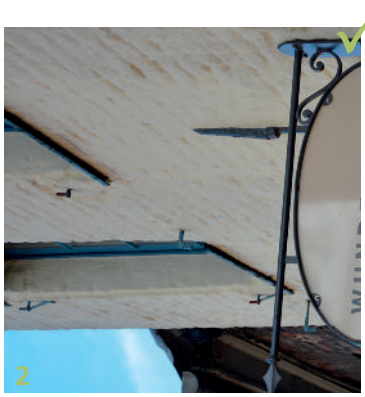
**Ungünstig**

*Fremd- oder Produktwerbung.*

–

*Grelle Licht- und Wechselbildwerbung.*

1



2

3

4

5

1, 3 und 5 Ausstecker
2 und 4 Ausleger

6

7

6 unangemessener Ausstecker
7 überdimensionierter Ausstecker

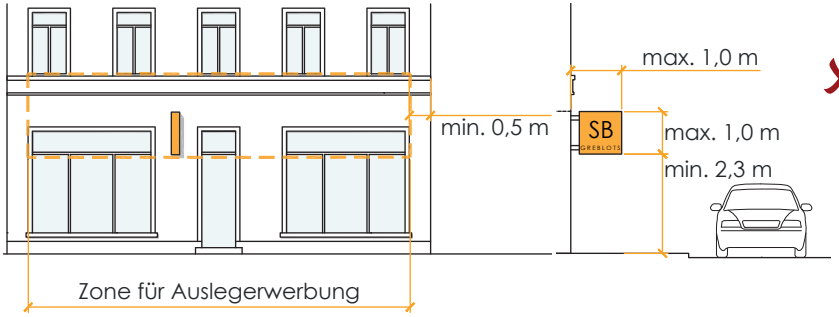
# Werbung am Gebäude

## Auslegerwerbung

Ausleger in Form von schmiedeeisernen Schildern, die auf Gaststätten und Handwerksbetriebe hinweisen, sind eine traditionelle Form der Werbung. Heute werden neben klassischen Auslegern auch Ausstecker und Fahnen eingesetzt. Es gibt eine große Bandbreite an Material und Technik. Allen gemeinsam ist, dass sie an der Hauswand verankert sind und rechtwinklig in den Straßen- und Platzraum ragen. Sie sind von beiden Seiten zu sehen und machen Passanten schon von weitem auf ein Geschäft oder eine Gaststätte aufmerksam.

Eine Häufung von Auslegerwerbung, auffällig und überdimensioniert gestaltet, bietet dagegen wenig Orientierung und stört das Straßenbild. Wegen ihrer dreidimensionalen Wirkung ist bei der Gestaltung von Auslegern besondere Sorgfalt gefragt. Konstruktion, Größe, Material und Farben sind so zu wählen, dass sie sich in die Fassade einfügen und auch auf andere Formen der Außenwerbung am Gebäude Rücksicht nehmen.

Ausleger in Form von grellbunten Leuchtkästen geben ein unruhiges Bild ab und sollten vermieden werden. Eine Alternative sind dezente Leuchtkästen oder angestrahlte Schilder.




*Empfohlene Proportion von Auslegerwerbung*

**Empfehlenswert**

*Maximal ein Ausleger, ein Ausstecker oder eine Fahne pro Geschäft.*

–

*Ausleger und Ausstecker max. 1,0 m breit und hoch, Fahnen max. 1,0 m breit und 2,0 m hoch.*

–

*Abstand zu Gebäudeaußenecken und angrenzenden Gebäuden min. 0,5 m.*

–

*Ausleger und Ausstecker zwischen Oberkante Schaufenster und Unterkante Fensterbrüstung 1. OG.*

–

*Fahnen höchstens bis zur Oberkante Fenster 1.OG.*

–

*Durchgangshöhe von min. 2,3 m einhalten.*

**Ungünstig**

*Grellbunte Leuchtkästen.*

–

*Fremd- oder Produktwerbung, Angebote.*

1

2

1 und 3 anprechend gestalteter Hinweis auf Sonderaktion

2, 4 und 5 schlichter Namensschriftzug

3

4

5

6

7

6 und 7 aufdringliche Schaufensterwerbung

# Werbung am Gebäude

## Schaufensterwerbung

Die Schaufenster sind das Gesicht einer jeden Einkaufsstraße. Das gilt auch für die gesamte „Talachse Innenstadt". Über die Schaufenster laden die Geschäfte zum unverbindlichen Anschauen ein, sie locken die Kunden mit besonderen Angeboten, und sie animieren zum Eintreten. Schaufenster werden als schön gestaltet, unangenehm aufdringlich oder auch nur informativ empfunden. Auf jeden Fall lenken sie sofort den Blick auf sich, mehr als alle anderen Fassadenelemente. Sie prägen ein Gebäude, und sie bestimmen mit ihrem Erscheinungsbild das Image einer ganzen Straße.

Wenn die Schaufensterfläche großflächig für Werbezwecke genutzt wird, mag das auch Kunden anlocken, aber vor allem entsteht schnell ein minderwertiger Eindruck. Großformatige Drucke sprengen häufig den Maßstab der Umgebung und erdrücken optisch die angrenzenden Gebäude und Läden. Dauerhaft zugeklebte Fenster wirken regelrecht abweisend. Auch Fenster in den Obergeschossen, die z.B. als Lager- oder Sozialräume genutzt werden, sollten sich zum Straßenraum offen und ansprechend präsentieren.

Eine attraktive Einkaufsstraße lebt nicht zuletzt vom freien Blick auf die Schaufensterauslagen und das Innere der Geschäfte. Der ist gewährleistet, wenn Firmenlogo oder Namenschriftzug lediglich dezent auf die Scheibe montiert sind, wenn auf Sonderangebote nur zeitlich begrenzt hingewiesen wird, die Schaufenster nur für die kurze Zeit eines Umbaus oder einer neuen Dekoration verhängt und Fensterflächen nicht dauerhaft verklebt werden. Dann kann eine Einkaufsstraße auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten für Besucher interessant sein und die Innenstadt mit Leben füllen.

**Empfehlenswert**

*Logos und Namensschriftzüge auf Fensterscheiben zurückhaltend ausführen.*

–

*Hinweise auf zeitlich befristete Aktionen ansprechend gestalten.*

–

*Schaufensterwerbung über max. 15 % der Glasfläche.*

**Ungünstig**

*Groß- und vollflächig abgeklebte Fensterflächen.*

–

*Schrille Farben und große Schriftzüge als dauerhafte Schaufensterwerbung.*

1 und 2 zurückhaltende Warenauslage
3 und 4 ansprechende Warenpräsentation

5 und 6 unattraktive Warenpräsentation

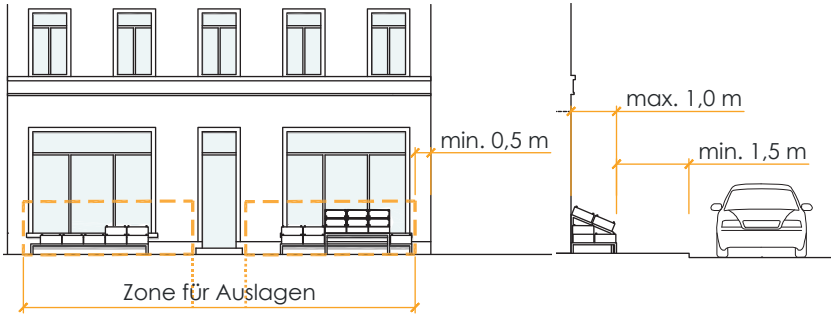
# Werbung vor dem Gebäude

## Warenpräsentation

Die Präsentation ausgewählter Waren vor den Geschäften ist heute eine weit verbreitete Form der Werbung. Warenauslagen im öffentlichen Raum können die Erlebnisqualität der Innenstadt erhöhen oder auch das Gegenteil bewirken. Sie entscheiden darüber, ob die Einkaufsstraße als „hochwertig“ oder „billig“ empfunden wird.

Eine Aneinanderreihung von Warenauslagen, große Mengen von Sonderangebotsware, anspruchslose und mobile Warenständer aus Kunststoff sowie Verkaufsdisplays der Hersteller beeinträchtigen das Erscheinungsbild einer ganzen Straße. Auch in der Stolberger Innenstadt wird der öffentliche Straßenraum durch Warenpräsentationen nicht nur bereichert. Immer wieder stören großflächige Warenauslagen den Weg und das Blickfeld.

Ziel muss es sein, auch über die Art und Menge der Warenpräsentation vor den Geschäften die Talachse wieder attraktiver zu gestalten. Das belebt nicht nur die Innenstadt, sondern auch das Geschäft der Einzelhändler. Und es gelingt, wenn Waren auf einer begrenzten Fläche anspruchsvoll dargeboten werden, auf Präsentationsmöbeln, die zum Stil des Ladens passen.




*Für Warenpräsentation empfohlener Bereich*

**Empfehlenswert**

*Ausgewähltes Warensortiment ansprechend und nur direkt vor dem Geschäft.*

–

*1 m² Verkaufsfläche pro Meter Ladenfront, max. 1,0 m tief über höchstens 75% der Ladenfront unter Einhaltung einer Gehwegbreite von min. 1,5 m.*

–

*Abstand zu Gebäudeaußenecken 0,5 m.*

–

*Witterungsschutz nur durch Vordächer und/oder Markisen.*

**Ungünstig**

*Billig wirkender Verkauf von der Palette*

–

*Restwaren oder Sonderposten in großen Mengen, präsentationsunwürdige Waren.*

–

*Zusätzliche Sonnenschirme.*

**Hinweis**

*Nutzung des öffentlichen Straßenraums nur mit Sondererlaubnis. Informationen unter „Hinweise und Ansprechpartner“.*

1 bis 5 ansprechende Werbeträger im Bereich der Gastronomie

6 zu viele Aufsteller auf engem Raum

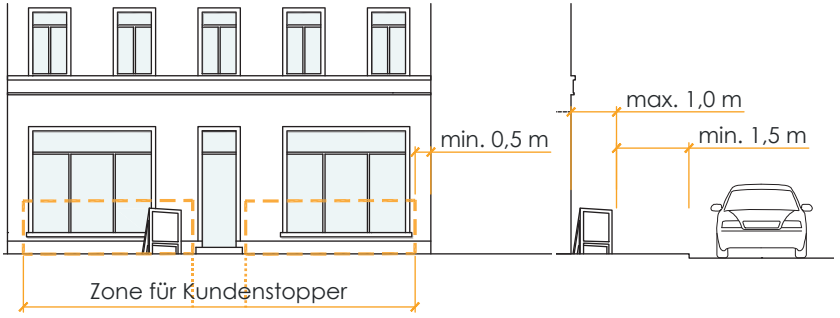
7 Aufsteller mit aufgesetzter Werbung und Werbefahne

# Werbung vor dem Gebäude

## Mobile Werbeträger

Schilder, Fahnen oder ganze Objekte sind als mobile Werbeträger weitere Elemente, die zum Bild von Einkaufsstraßen gehören und auch in der Stolberger Innenstadt zunehmend ein Problem sind. Hohe Dichte und aufdringliche Gestaltung werden als unangenehm empfunden. Sie beinträchtigen das Straßenbild, behindern die Fußgänger und nötigen sie zum Anhalten oder Umlaufen. Selbst gut gestaltete Schaufensterfronten werden durch sogenannte "Kundenstopper" gestört.

Eine gestalterische Aufwertung der Innenstadt muss die mobilen Werbeträger mit einbeziehen. Sie sollten in Material, Farbe und Abmessung auf die Umgebung abgestimmt werden, nur unmittelbar vor dem beworbenen Laden stehen und auf einen Werbeträger pro Laden beschränkt bleiben. Schöne Beispiele sind mit Kreide individuell beschriftete Tafeln, die auf Sonderangebote oder besondere Speisen hinweisen. Besonders störend im öffentlichen Raum und nicht selten regelrecht im Weg sind Werbefahnen und überdimensionierte Dekorationselemente wie "Eistüten" oder "Plastikhandys". Grundsätzlich vermieden werden sollten bei allen Objekten grelle Farben, billig wirkende Materialien und Produktwerbung.




*Empfohlener Bereich für Kundenstopper*

**Empfehlenswert**

*Maximal ein Aufsteller und in einem 1,0 m breiten Streifen unmittelbar vor dem Geschäft unter Einhaltung einer Gehwegbreite von min. 1,5 m.*

–

*Abstand zu Gebäudeaußenecken 0,5 m.*

–

*Temporäre Aufstellung (tage- oder stundenweise) mit zeitlich begrenzten Angeboten.*

–

*Keine Fremd- oder Produktwerbung.*

**Ungünstig**

*Mobile Werbefahnen.*

–

*Grelle Farben.*

–

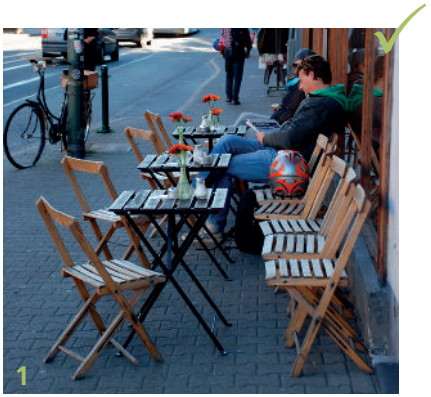
*Überdimensionierte Dekorationselemente z.B. "Eistüten" oder "Plastikhandys".*

–

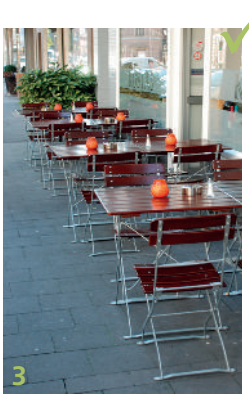
*Abgenutzte und verblichene Werbeträger.*

–

*Private Fahrradständer und Abfallbehälter, die gestalterisch nicht abgestimmt sind.*



1 bis 5 einladende Möblierung



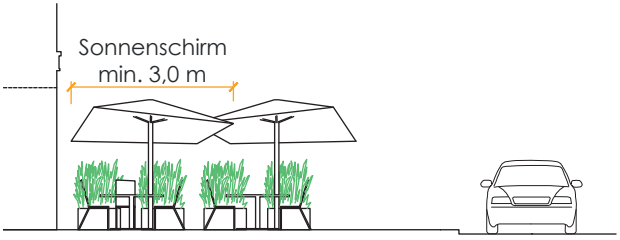
6 billig wirkende Kunststoffmöbel

7 schwer und fest installiert wirkende Möblierung

# Aussengastronomie
## Möblierung

Vor allem in der wärmeren Jahreszeit trägt Außengastronomie zur Belebung der Innenstädte bei und prägt maßgeblich das Bild von Straßen und Plätzen. Die Außenmöblierung mit Tischen, Stühlen, Sonnenschirmen ist die Visitenkarte der Gastronomiebetriebe und wird von Besuchern als erstes wahrgenommen. Entlang der Talachse konzentriert sich Außengastronomie in der Fußgängerzone (Steinweg) sowie im Bereich der Salmstraße mit ihren platzartigen Aufweitungen. Das Erscheinungsbild ist sehr unterschiedlich und in Teilen verbesserungsbedürftig.

Eine Außengastronomie, die sich gut in das Stadtbild einfügt, erhöht zweifellos die Attraktivität der Innenstadt. Die Menschen kommen und bleiben. Ziel sollte daher auch für die Talachse ein gelungenes Zusammenspiel zwischen Gebäudefassaden, Eingangsbereichen und dem öffentlichen Raum sein. Dabei ist eine qualitativ hochwertige Ausführung der Möblierung ebenso wünschenswert wie ein abgestimmtes Möblierungskonzept für räumlich zusammenhängende Bereiche, z. B. am Kaiserplatz oder am Bastinsweiher. Die geplanten städtebaulichen Umbaumaßnahmen können hier Anreize sein, das örtliche Gastronomieangebot zu erweitern und zu verbessern. Die Talachse wäre um zwei besondere Anziehungspunkte reicher.




*Dimensionierung von Sonnenschirmen*

**Empfehlenswert**

*Leicht wirkende Möblierung aus hochwertigen Materialien (Holz, Metal, hochwertiger Kunststoff).*

–

*Einheitliches Möblierungskonzept für räumlich zusammenhängende Bereiche.*

–

*Textilschirme in Naturfarben oder gedeckten Farben mit einem Mindestdurchmesser von 3,0 m.*

**Ungünstig**

*Auffällige Produktwerbung an Sitzmöbeln und Sonnenschirmen.*

–

*Ampelschirme und Partyzelte aller Art.*

–

*Preiswerte Plastikstapelstühle, z.B. "Monobloc".*

1 offen gestaltete Außengastronomie mit Pflanzkübeln an den Außenecken

2 mobiler Absperrpfosten mit Kordel

3 und 4 „grüne“ Abgrenzung

4 Abtrennung mit dominanter Werbung

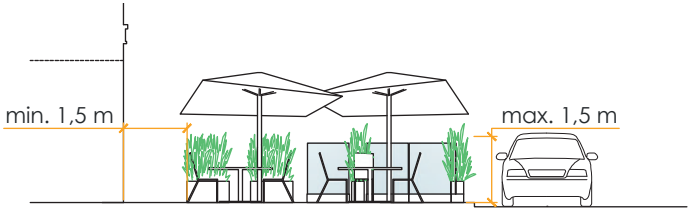
5 mauerartige Abgrenzung

# Aussengastronomie
## Abgrenzung

Mitten im Leben sitzen, sehen und gesehen werden, das macht den Reiz von Straßencafés aus und ist Teil einer lebendigen Stadt. Viel zu häufig aber werden Café- und Restaurantterrassen gegenüber Nachbarterrassen und dem öffentlichen Raum deutlich abgegrenzt. Solche Abgrenzungen wirken einer offenen und kommunikativen Atmosphäre entgegen, sie können den Fußgängerverkehr einschränken und den Gesamteindruck von Straßen und Plätzen stören.

Abgrenzungen von Gastronomiebereichen sollten sparsam eingesetzt werden, möglichst offen gestaltet sein und zur Außenmöblierung passen. Hier eignen sich "natürliche Abgrenzungen" mit Pflanzgefäßen aus Ton, Beton oder Metall. Als Windschutz können transparente Elemente aus filigranen Stahl-Glas-Konstruktionen gewählt werden, gestalterisch auf das Gebäude abgestimmt. Begrenzungselemente, die einen freien Blick verhindern, sollten nicht zum Einsatz kommen. Dazu gehören Holzzäune und großflächig für Werbezwecke genutze Glas- oder Kunststoffabtrennungen. Bodenbeläge wie Kunstrasen und Podeste nehmen Straßen- und Platzräumen ebenfalls die Großzügigkeit. Erst die sanften Übergänge zwischen einzelnen Zonen machen Straßen und Plätze zu begehrten Aufenthaltsorten.

Immer sollte die Gestaltung des Außenraumes mit dem Erscheinungsbild des Gebäudes und seiner Umgebung ein harmonisches Ganzes bilden.




*Empfohlene Maße für Abgrenzungen*

**Empfehlenswert**

*„Wände“ als Windschutz nur aus filigranen Stahl-Glas-Konstruktionen, max. 1,5 m Höhe.*

–

*Natürliche Abgrenzungen mit Pflanzgefäßen, max. 1,5 m Höhe.*

–

*Passende Pflanzgefäße aus hochwertigen Materialien.*

–

*Durchgangsbreite von 1,5 m beachten.*

–

*Abgrenzung höchstens partiell und mit Bezug zu den Tischgruppen.*

**Ungünstig**

*Geschlossene Abtrennungen.*

–

*Abgrenzung durch Podeste, Zäune, Teppiche und Kunstrasen.*

–

*Abtrennungen als Werbeträger.*

Stolberg
Kupferstadt im Aachener Land
Quartiersbüro
Quartiersbüro
Stolberg
Quartiersmanagement Talachse Innenstadt

# Besondere Hinweise

**FASSADENPROGRAMM** Im Zuge des Projektes „Talachse Innenstadt“ wird sich das Erscheinungsbild der Innenstadt in den nächsten Jahren deutlich verändern. Das wird umso mehr gelingen, je besser sich öffentliche und private Maßnahmen ergänzen. Hierzu hat die Stadt Stolberg unter anderem ein Fassadenprogramm aufgelegt, das private Eigentümerinnen und Eigentümer unterstützt, wenn sie ihre Fassaden und Innenhöfe verändern und aufwerten möchten. Zu den förderfähigen Maßnahmen gehören die Modernisierung und Instandsetzung von Gebäuden für Wohnen, Dienstleistungen und Gewerbe, Maßnahmen zur Fassadenverbesserung sowie Maßnahmen an Außenwänden und Dächern. Damit sind die im vorliegenden Gestaltungshandbuch empfohlenen Maßnahmen zur Fassadengestaltung grundsätzlich förderfähig. Eine Förderung ist schon bei Sanierungskosten ab 1.000 Euro möglich. Bis Ende 2018 können für Gebäude, die innerhalb des Stadtumbaugebietes liegen, Anträge auf finanzielle Unterstützung gestellt werden. Die Vergaberichtlinien und das Antragsformular sowie weitere Informationen rund um das Fassadenprogramm stehen auf der Internetseite „Talachse Innenstadt Stolberg“ zum Download bereit. Darüberhinaus bietet das Quartiersbüro „Talachse Innenstadt“ jederzeit Hilfe an.

**ANSPRECHPARTNER** Erster Ansprechpartner in allen Fragen rund um das Projekt „Talachse Innenstadt“ ist das Quartiersbüro im Steinweg. Selbstverständlich können sich Bürgerinnen und Bürger auch an das Amt für Stadtentwicklung und Umwelt im Rathaus wenden.

**Quartiersbüro**

*Quartiersmanagement*
*Talachse Innenstadt*

*Dipl. Ing. Arch. Elsbroek und Team*
*Steinweg 73*
*02402.13-660*
*quartiersmanagement@stolberg.de*

**Rathaus**

*Amt für Stadtentwickung*
*und Umwelt*

*Andreas Pickhardt*
*02402.13-441*
*andreas.pickhardt@stolberg.de*

*Bauordnung / Untere Denkmalbehörde*

*Gerd Schön*
*02402.13-233*
*gerd.schoen@stolberg.de*

**Internet**

*Talachse Innenstadt Stolberg*

*www.stolberg.talachse-innenstadt.de*

**HERAUSGEBER** Kupferstadt Stolberg

**KONZEPTION UND GESTALTUNG** stadtraum Architektengruppe

**REDAKTION** stadtraum Architektengruppe

**BILDNACHWEIS** Seite 3, Bild rechts - Kupferstadt Stolberg | Seite 10, Bild oben rechts - Kupferstadt Stolberg | Seite 10, Bild mitte links - Kupferstadt Stolberg | Seite 10, Bild unten links - Kupferstadt Stolberg | Seite 32, Bild 1 - iStock.com/ipogressman | Seite 32, Bild 2 - iStock.com/Mainzahn | Seite 32, Bild 3 - iStock.com/Arpad Benedek | Seite 34, Bild - Kupferstadt Stolberg | übrige Fotos - stadtraum Architektengruppe

**GRAFIKNACHWEIS** Alle Grafiken - stadtraum Architektengruppe

Kupferstadt Stolberg
Amt für Stadtentwicklung und Umwelt
Rathausstraße 11 - 13
52222 Stolberg

02402 | 13 0
info@stolberg.de
www.stolberg.de

stadtraum Architektengruppe

Dipl. -Ing. Bernd Strey
Dipl. -Ing. Martin Rogge
Düsselstraße 11
40219 Düsseldorf

0211 | 393055
info@stadtraum-architekten.de
www.stadtraum-architekten.de

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

STÄDTEBAU-FÖRDERUNG
von Bund, Ländern und Gemeinden

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

Cafe des A