



GESTALTUNGSSATZUNG UND GESTALTUNGSHANDBUCH

Lebenswerte Innenstadt Mayen



ENTWURF

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Gestaltungssatzung.....	4
Die Innenstadt gemeinsam neugestalten	11
Handbuch zur Gestaltung	11
Der Innenstadtring.....	12
Fassaden.....	13
Materialien und Farben.....	13
Markisen und Vordächer	14
Werbeanlagen	15
Allgemeines	15
Schriftzüge und Ausleger	16
Schaufenster Beklebung.....	17
Gestaltungsvorschläge Schaufensterbeklebung.....	18
Warenpräsentation.....	19
Werbeträger	20
Außengastronomie	21
Allgemeines	21
Gestaltungsvorschläge	21
Stühle – Empfehlungen	22
Umsetzung und Finanzierungsmöglichkeiten	23
Wichtige Fragen und Antworten	24
Gestaltungsfragen.....	24
Nutzung des öffentlichen Raums (Außengastronomie/Sondernutzung)	24
Bauordnungs- und Denkmalrecht	24
Bestandschutz.....	24



Vorwort

Warum eine Gestaltungssatzung für die Innenstadt von Mayen?

Mayen kann auf eine mehr als 700-jährige Stadtgeschichte zurückblicken. Bereits im Jahr 1291 erhielt Mayen durch Rudolf von Habsburg die Stadtrechte.

Die zum Teil noch erhaltene Stadtbefestigung mit ihren Türmen und der Stadtmauer erinnert bis heute an die lange Stadtgeschichte von Mayen.

Neben den noch erhaltenen Stadttoren und Fachwerkhäusern, insbesondere des Brückenviertels, prägen auch insbesondere die Genovevaburg oberhalb des Marktplatzes und das Alte Rathaus das historische Stadtbild.

Trotz zahlreicher Zerstörungen, davon erstmals 1689, konnten viele der Wahrzeichen wieder aufgebaut und erhalten werden. Die historische Altstadt von Mayen hat demnach einen schutzwürdigen Wert, der auch aufgrund seines wichtigen geschichtlichen Hintergrundes für zukünftige Generationen zu erhalten ist.

ENTWURF



Gestaltungssatzung

Satzung der Stadt Mayen über besondere Anforderungen an die Gestaltung der baulichen Anlagen, der Werbeanlagen und der Verkehrsflächen im Bereich der Innenstadt (Gestaltungs- und Werbesatzung der Innenstadt von Mayen)

Rechtgrundlagen:

§ 88 Landesbauordnung RLP

§ 34, 35, 41, 47 Landesstraßengesetz RLP

Erster Abschnitt: Ziele und Abgrenzungen

§ 1 Zielsetzung/Allgemeines

- (1) Die Gestaltungssatzung soll dazu dienen, das Stadtbild der Mayener Innenstadt zu verbessern. Die Festsetzungen dieser Satzung streben einen Ausgleich an zwischen den berechtigten Interessen der Werbenden einerseits und andererseits dem Anspruch der Allgemeinheit zur Nutzbarkeit des öffentlichen Raums und auf die Sicherung städtebaulicher Qualitäten und verträglicher Nachbarschaften.
- (2) Am Tag der Rechtskraft dieser Satzung bestehende Anlagen bleiben von den Vorschriften unberührt.
- (3) Die Bestimmungen zu den Warenauslagen gem. § 9 und den Werbeträgern gem. § 10 gelten mit der Rechtskraft der Gestaltungssatzung auch für bereits bestehende Warenauslagen und Werbeträger.
- (4) Diese Satzung ersetzt nicht die Regelungen der Sondernutzungssatzung der Stadt Mayen. Auch sonstige rechtliche Regelungen aus sonstigen Normen wie Landes- und Bundesgesetzen müssen beachtet werden und bedürfen darüber hinaus weiterer Verwaltungsverfahren.
- (5) Unberührt bleiben Bestimmungen in Bebauungsplänen.

§ 2 Geltungsbereich

- (1) Diese Satzung gilt für die Mayener Innenstadt. Die Grenzen des Geltungsbereichs sind in einer Karte dargestellt. Diese Karte ist Bestandteil der Satzung (Anlage 1).
- (2) Bestimmungen sind anzuwenden, sobald innerhalb des räumlichen Geltungsbereiches bauliche Anlagen, Werbeanlagen oder sonstige Straßenmöblierungen verändert oder neu errichtet werden. Weiterhin sind die Bestimmungen anzuwenden soweit die Gestattung einer Sondernutzung erteilt werden soll.

§ 3 Allgemeine Anforderungen an die Gestaltung

- (1) Bauliche Anlagen, Werbeanlagen und sonstige Straßenmöblierungen sind so anzuordnen, zu errichten, aufzustellen, anzubringen und zu gestalten, dass sie nach Form, Maßstab, Gliederung, Material und Farbe den architektonischen Charakter des jeweiligen Gebäudes und die städtebauliche Gestalt der Innenstadt nicht beeinträchtigen.



§ 4 Anforderungen an die Gestaltung von Fassaden

- (1) Bei Umbauten, Renovierungen o.ä. Maßnahmen sind Material- und Farbwahl auf die vorhandene architektonische Gestaltung des Gebäudes abzustimmen. Bei Neubauten sind Material und Farbwahl auf die architektonische Gestaltung der Umgebungsbebauung abzustimmen. Grundsätzlich gilt, dass die Gesamtfassade in ihrer Materialzusammenstellung harmonisieren muss und der Platzraum als Ensemble nicht beeinträchtigt wird.

Hinweis: Für Maßnahmen an Baudenkmälern ist eine denkmalrechtliche Erlaubnis erforderlich.

- (2) Unzulässig sind:
- „Thekenschaufenster“ d.h. eine Reduzierung des Erdgeschosses auf eine reine Verkaufstheke mit Straßenverkauf
 - Schaufenster in den Obergeschossen, wenn die Obergeschosse nicht als Verkaufsstätte genutzt werden
 - Fensterscheiben aus Milchglas, in reflektierender bzw. verspiegelter Art oder mit Abklebungen mit mehr als 20 % der Fensterfläche; Fluchttüren können in Milchglas ausgeführt werden.
 - Fensterscheiben der Einzelhandelsnutzungen, von Dienstleistungsunternehmen aller Art und von freien Berufen die mittels Scheibengardinen, Jalousien etc. komplett zugehängt werden
 - Anbringung von Leuchtschlangen, Leuchtketten, Leuchtbändern und Leuchtkonturen
 - Flackernde Beleuchtung
 - Bestrahlung des öffentlichen Straßenraums
 - Bewegte Werbung durch Anstrahlen der Fassade oder Fassadenteilen
 - In und an der Fassade angebracht Bildschirme oder Screens
- (3) Beleuchtungen sind an das Beleuchtungskonzept der Stadt Mayen anzupassen.

§ 5 Markisen und Vordächer

- (1) Markisen müssen sich in Farbe, Form und Anbringungsart der Architektur des Gebäudes anpassen und dürfen benachbarte bauliche Anlagen nicht beeinträchtigen. Sie sind unifarben und in Stoff auszuführen. Dürfen dabei aber keine glänzende bzw. reflektierende Oberfläche besitzen.
Für ein ansprechendes Aussehen ist Sorge zu tragen.
- (2) Markisen dürfen max. 1,50 m ausragen. Eine senkrechte Vorderkante (Volant) darf eine Höhe von höchstens 0,20 m haben. Grundsätzlich muss eine lichte Höhe von 2,50 m Straßenfläche eingehalten sein.
- (3) Vordächer sind im Brüstungsbereich zwischen Erdgeschoss und 1.OG anzubringen. Die maximale Auskragung ist auf XX m begrenzt. Grundsätzlich muss eine lichte Höhe von 2,50 m zur Straßenfläche eingehalten sein.
- (4) Eine untergeordnete Eigenwerbung auf Markisen oder Vordächern ist nur auf dem Volant zulässig.
- (5) Vordächer sind nur als transparente Konstruktionen aus Glas oder durchsichtigem Kunststoff zulässig.



Dritter Abschnitt: Anforderungen an Werbeanlagen

§ 6 Begriff Werbeanlage

Werbeanlagen im Sinne dieser Satzung sind alle ortsfesten Einrichtungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Straßenraum aus sichtbar sind. Hierzu zählen insbesondere Schilder, Beschriftungen, Bemalungen, Lichtwerbungen, Schaukästen sowie für Zettel und Bogenanschläge (Plakate) bestimmte Säulen, Tafeln und Flächen.

§ 7 Allgemeine Anforderungen an Werbeanlagen

- (1) Werbeanlagen an Gebäuden sind so zu gestalten bzw. anzubringen, dass sie sich nach Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart in das Erscheinungsbild der baulichen Anlagen, mit denen sie verbunden sind, das Erscheinungsbild der sie umgebenden baulichen Anlagen und das Straßen- und Platzbild einfügen.
- (2) Werbeanlagen sind grundsätzlich nur an Gebäudefassaden (an der Stätte der Leistung) zulässig.
- (3) Zulässig ist nur Werbung für das eigene Geschäft. Zusätzliche Werbung mit Produktmarken oder bildlichen Darstellungen sind zulässig, sofern diese zwingend zum Logo gehören.
- (4) Grundsätzlich muss die Größe der Werbeanlage in einem angemessenen Verhältnis zur Gliederung des Gebäudes und zum jeweiligen Nutzungsanteil stehen. Überschneidungen mit Architekturteilen (z.B. Fenster, Türen, Gesimse, Balkone) sind zu vermeiden. Davon ausgenommen sind Werbeanlagen im Sinne des § 8 Abs. 6 dieser Satzung.
- (5) Für Werbeanlagen sind Neonfarben und folgende Leuchtfarben entsprechend dem RAL-Farberegister ausgeschlossen
- (6) Auf die besonderen Belange der Vorgaben für Werbeanlagen (hinsichtlich der farblichen Gestaltung) von Unternehmensketten/Franchise-Ketten („Corporate Design“) ist Rücksicht zu nehmen.

§ 8 Anforderungen an die Gestaltung von Werbeanlagen

- (1) Je Geschäftsbetrieb bzw. gewerblicher Nutzungseinheit ist ein Werbeträger auf der Hauswand zulässig, bei Eckgebäuden je einen Werbeträger auf beiden Fassadenseiten. Je Gebäude ist ein Ausleger zulässig, bei Eckgebäuden auf jeder Fassadenseite einer.
- (2) Die gesamte Werbeanlage muss in einem angemessenen Verhältnis zur Gebäudebreite stehen und darf höchstens 50 % der Gebäudebreite bedecken. Bei Gebäuden mit einer Straßenfront unter 4 m Breite kann die Größe einer Werbeanlage bis zu 75 % der Gebäudebreite betragen.
- (3) Eine eventuelle Hinterlegung der Werbeanlagen muss in Material und Farbe mit der Fassade harmonieren. Auf die besonderen Belange der Vorgaben der Unternehmensketten/Franchise-Unternehmen („Corporate Design“) ist Rücksicht zu nehmen.
- (4) Die Werbeanlage (Schriftzug) im Erdgeschoss ist zwischen Oberkante Schaufenster und Unterkante Fensterbrüstung des 1. Obergeschosses anzubringen.
- (5) Ausleger dürfen wie folgt ausgeführt werden:
 - In Schildformat
 - Dekupierte (ausgeschnittene) und hinterleuchtete Schriftzeichen
 - Schriftuntergrund nicht leuchtend, nur Schriftzug leuchtend
- (6) Ausleger dürfen inklusive der Befestigungen höchstens 0,80 m vor die Bauflucht ragen, eine Gesamtfläche von 0,50 m² (ohne Halterung) nicht überschreiten und müssen untereinander einen seitlichen Zwischenraum von mindestens 4,00 m einhalten. Sie sind zwischen der Oberkante Schaufenster und Unterkante Fensterbrüstung des 1. OG anzubringen, höchstens aber bis zu einer lichten Höhe von 4,00 m. Eine lichte Höhe von 2,50



m zur Straßenfläche und ein Abstand von 0,50 m zur Nachbargrenze muss eingehalten werden.

- (7) Schaufenster dürfen nur mit maximal 20 % der Fensterfläche (einschließlich der darin integrierten Glastüren) für Produktwerbung oder Werbung für Leistungen des Geschäfts verwendet werden. Darüber hinaus ist das Bekleben, Überdecken und Übermalen von Fenstern (einschließlich Schaufenstern) und Glastüren nicht zulässig.
Für Schaufensterwerbflächen, die auf Grundlage eines ganzheitlichen Gestaltungskonzeptes entwickelt sind, können im Einzelfall hinsichtlich der maximal zu gestaltenden Fensterfläche Ausnahmen gem. § 13 dieser Satzung zugelassen werden, sofern die Zielsetzung der Satzung (§ 1) gewahrt bleibt und die allgemeinen Anforderungen an Werbeanlagen (§7) berücksichtigt werden.
- (8) Schaukästen, die nicht Bestandteil der Fassaden bzw. Schaufenstergestaltung sind, müssen bündig zur Hauswand angebracht werden.
- (9) Bewegliche (laufende), blinkende und Wechsellichtwerbung, akustische und mit Spiegeln unterlegte Werbeanlagen, Lichtwerbeanlagen und Leuchtgasen sind nicht zulässig. Dies gilt auch für Leuchtketten, Leuchtbänder und Leuchtkonturen außerhalb der Weihnachtszeit.

Vierter Abschnitt: Gestaltung und Nutzung der öffentlichen Verkehrsflächen ([Rechtsgrundlage LStrG](#))

§ 9 Warenpräsentation

- (1) Warenauslagen oder Warenständer sind bis zu einem Abstand von maximal 1 m vor den Geschäften zulässig. Dabei muss eine Durchgangsbreite von mind. 1,8 m verbleiben.
- (2) Je Fassadenseite und angefangene 6,00 m Erdgeschossfront ist ein Warenständen oder eine Warenauslage mit einer max. Höhe von 1,50 m und einer Grundfläche von max. 1,50 m² zulässig. Zusätzliche Aufbauten der Schilder dürfen nicht über dieses Maß hinausragen. Die Gesamtlänge der Warenauslagen/Warenständer darf max. 50 % der gesamten Fassadenlänge betragen, die Eingangsbereiche sind in jedem Fall frei zu halten. Zur Nachbargrenze ist ein Abstand von mindestens 0,50 m einzuhalten.
- (3) Warenständer mit einer Grundfläche von bis zu 0,25m² können die Höhe von 1,50 m überschreiten.
- (4) Die Warenpräsentation von Blumenläden ist darüber hinaus zulässig, sofern eine Durchgangsbreite des Gehweges von mind. 1,80 m verbleibt.

§ 10 Werbeträger und sonstiges bewegliches Mobiliar

- (1) Das Aufstellen von sonstigem beweglichem Straßenmobiliar (Papierkörbe, Fahrradständer, sonstige Hinweisschilder, Bänken) obliegt ausschließlich der Stadt Mayen und ist Dritten untersagt.

Insbesondere ist unzulässig das Aufstellen von:

- Gehwegaufstellern (z.B. Einzelständer, Klappständer, Dreifachständer, Beach Banner, Werbesäulen, Bannersysteme, Staffeleien)
- Warenautomaten
- Verkaufsboxen
- Auf den Boden aufgebrachte Werbung
- Privaten Papierkörben
- Privaten Fahrradständern
- Sonstigen Hinweisschildern

- (2) Alternativ zu Warenständern/Auslagen kann die Aufstellung eines Klappständers pro Gewerbeeinheit in den Maßen (max. 0,70 m Breite, 1,20 m Höhe (DIN A1)) zugelassen werden bis zu 1,20 m vor der Gebäudefront, soweit Geschäfte aufgrund ihrer



Produktpalette keine Warenausleger/Warenständer auf die öffentliche Verkehrsfläche stellen können, dabei ist sicherzustellen, dass eine Gehwegbreite von 1,80 m verbleibt.

Dies gilt insbesondere für Nutzer, die ihre Geschäftsräume ausschließlich im 1. OG haben sowie für Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

Daneben gelten die Vorschriften der Sondernutzungssatzung.

§ 11 Außengastronomie

- (1) Außengastronomieflächen sollen einen offenen, einladenden Charakter haben. Dazu können innerhalb der genehmigten Fläche Pflanzkübel (aus Naturmaterialien, Metall oder hochwertigem Kunststoff) mit natürlichen Pflanzen mit einer Gesamthöhe von 1,50 m aufgestellt werden. Diese sind durch den Eigentümer zu pflegen und regelmäßig neu zu bepflanzen. Bei Aufgabe oder dauerhafter witterungsbedingter Einstellung der Außengastronomie sind nicht genutzte Abgrenzungen/Möbiliar zu entfernen.
- (2) Außengastronomieflächen müssen zur Nachbargrenze einen Abstand von 1,00 m einhalten, sofern es sich bei der Nachbarnutzung nicht um eine weitere gastronomische Nutzung handelt. Bei der Gebäudebreite von weniger als 6,00 m ist kein Abstand zur Nachbargrenze erforderlich. Rettungswege sind stets frei zu halten.
- (3) Speisekarten oder Tagesangebote können gesondert auf einer Hinweistafel innerhalb der genehmigten Fläche aufgestellt oder an der Hauswand befestigt werden.
- (4) Innerhalb einer Außengastronomie ist jeweils nur ein Stuhl-, Tisch-, oder Schirmtyp eines Fabrikats zulässig. Es ist eine qualitätvolle Ausführung der Möblierung auszuwählen. Als Material ist bei Tischen und Stühlen Holz, Metall oder eine hochwertige Kunststoffkonstruktion zu verwenden.
- (5) Erfolgt die Beschattung der Außengastronomiefläche durch Schirme, ist die Größe des Schirms dem Ort anzupassen. Die Größe und Form der Schirme sind dabei abhängig von der räumlichen Situation. Die Sonnenschirme dürfen die genehmigte Fläche nicht überragen. Die Schirme sind unifarben, in Stoff auszuführen. Bodenverankerungen dürfen nur in Absprache mit der Stadt Mayen eingebaut werden.
- (6) Das Aufstellen von Schanktheken und ähnlichen Vorrichtungen ist nur ausnahmsweise bei Sonderveranstaltungen nach vorheriger Genehmigung durch das Marktamt im Rahmen der Sondernutzung möglich.
- (7) Unzulässig sind
 - Das Verlegen von Kunstrasen, Teppichböden oder anderen Belägen auf den öffentlichen Flächen
 - Zelte und zeltartige Auf- und Umbauten
 - Podestartige Aufbauten
 - Folien oder Planen zum Wind-, Sonnen- oder Regenschutz der Außengastronomie
 - Das Aufstellen von konstruktiv zusammenhängenden Tisch-Stuhl-Kombinationen, Sofagruppen und Polstermöbeln
- (8) Das Nichtbeachten der Inhalte und Nebenbestimmungen der Sondernutzungserlaubnis kann zum jederzeitigen Widerruf der Sondernutzungserlaubnis führen. Eine Ahnung im Wege des Bußgeldverfahrens bleibt unberührt.



Fünfter Abschnitt: Genehmigungspflicht, Ausnahmen und Ordnungswidrigkeiten

§ 12 Genehmigungspflicht

- (1) Nach In-Kraft-Treten dieser Gestaltungssatzung ist eine Genehmigung für das Errichten, Anbringen oder Ändern von Werbeanlagen an Gebäuden, auch für die nach der LBauO RLP genehmigungsfreien Werbeanlagen (...) durch die Bauaufsichtsbehörde erforderlich.

§ 13 Ausnahmen

- (1) Auf Antrag können Ausnahmen im Einzelfall genehmigt werden, insbesondere wenn
- Die Einhaltung der Vorschriften an den konstruktiven und räumlichen Gegebenheiten der Gebäude oder des Außenraums scheitert
Oder
 - Die Architektur der Gebäude und der Charakter der Straße dies zulassen
Oder
 - Es sich um Innovationen handelt, die zum Zeitpunkt der Erstellung der Satzung noch nicht bekannt waren und somit nicht berücksichtigt werden konnten
Oder
 - Die Einhaltung der Vorschriften zu einer offenbar nicht beabsichtigten Härte führen würde

Die Erteilung einer Ausnahme ist schriftlich unter Darlegung der Gründe und unter Beifügung eines Lageplans bei der Stadt Mayen zu beantragen.

Die Genehmigung aufgrund einer beantragten Ausnahme wird schriftlich erteilt. Sie kann mit Nebenbestimmungen/Auflagen verbunden werden.

Nachbarliche und öffentliche Belange dürfen nicht beeinträchtigt werden. Die Zielsetzung der Satzung muss gewahrt werden.

§ 14 Ordnungswidrigkeiten

- (1) Ordnungswidrig im Sinne der §§ 34, 41 Landesstraßengesetz (LStrG RLP) handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig
- 1) Entgegen § 11 Abs. 2 Satz 3 den rettungsweg versperrt
 - 2) Entgegen § 9 Abs. 1 Satz 1 Warenauslagen und Warenstände weiter als zulässig in den Straßenraum hineinstellt,
 - 3) Entgegen § 9 Abs. 2 die zulässige Anzahl von Warenständen oder Warenauslagen sowie deren zulässige Höhe, Grundfläche oder Gesamtlänge überschreitet, Eingangsbereiche nicht freihält oder den Abstand zur Nachbargrenze nicht einhält.
 - 4) Entgegen § 10 Abs. 1 sonstiges bewegliches Straßenmobiliar oder Gegenstände aufstellt,
 - 5) Entgegen § 11 Abs. 2 Satz 1 und 2 die erforderlichen Abstände für die Außengastronomieflächen nicht einhält,
 - 6) Entgegen § 11 Abs. 3 eine oder mehrere Hinweistafeln außerhalb der genehmigten Fläche oder mehr als eine Hinweistafel im Bereich der genehmigten Fläche aufstellt oder an der Hauswand befestigt bzw. die maximale Größe der Tafel überschreitet.
 - 7) Entgegen § 11 Abs. 4 Satz 3 Tische und Stühle aus anderem Material als Holz, Metall oder einer hochwertigen Kunststoffkonstruktion verwendet
 - 8) Entgegen § 11 Abs. 5 Satz 5 Bodenverankerungen ohne Absprache mit der Stadt Mayen einbaut,
 - 9) Entgegen § 11 Abs. 6 Schanktheken ohne vorherige Genehmigung aufstellt,



- 10) Entgegen § 11 Abs. 7 durch Aufstellung der dort genannten Gegenstände den Straßenraum beansprucht
- (2) Ordnungswidrig im Sinne des § 88 Abs. 1 LBauO RLP handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig
 - 1) entgegen § 4 Abs. 1 keine Abstimmung der Material- und Farbwahl vornimmt,
 - 2) eine nach § 4 Abs. 2 unzulässige Maßnahme vornimmt,
 - 3) entgegen § 5 Abs. 1 Satz 2 sowie Abs. 2 Markisen anbringt bzw. ausführt
 - 4) entgegen § 5 Abs. 4 Fremdwerbung an jeglicher Stelle der Markise, Werbung an anderer Stelle als im Randbereich der Markisen (Volant) oder Eigenwerbung im Randbereich der Markisen (Volant) nicht untergeordnet anbringt.
 - 5) die Vorschriften des § 5 Abs. 3 und Abs. 5 über Größe, Material, Anbringungsart und -ort bei Vordächern nicht einhält,
 - 6) Werbeanlagen ohne Genehmigung nach § 12 an Gebäuden errichtet, anbringt oder ändert,
 - 7) entgegen § 7 Abs. 2 und 3 Werbeanlagen errichtet,
 - 8) entgegen § 8 Abs. 1 und Abs. 5 Werbeträger bzw. Ausleger anbringt,
 - 9) entgegen § 8 Abs. 2 die Werbeanlage um mehr als 50 %, bei einer Straßenfront von weniger als 4 m um mehr als 75 %, der Geschäftsbreite überschreitet
 - 10) entgegen § 8 Abs. 5 und Abs. 6 Ausleger ausführt,
 - 11) entgegen § 8 Abs. 7 mehr als 20 % der Fensterfläche (einschließlich der darin integrierten Glastüren) beklebt, überdeckt oder übermalt,
 - 12) entgegen § 8 Abs. 8 Schaukästen nicht bündig zur Hauswand anbringt,
 - 13) eine nach § 8 Abs. 9 unzulässige Werbung vornimmt.
- (3) Die Ordnungswidrigkeiten kann in den Fällen des Abs. 1 mit einer Geldbuße bis zu 1.000 €, in den Fällen des Abs. 2 gemäß § 89 LBauO mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € geahndet werden.
- (4) Unberührt bleibt die Ahndung von Ordnungswidrigkeiten nach bundes- und landesrechtlichen Bestimmungen.

Sechster Abschnitt: Inkrafttreten

§ 15 Inkrafttreten



Die Innenstadt gemeinsam neugestalten

Handbuch zur Gestaltung

„Erlebnis Mayen“ – der Besuch der Innenstadt mit all ihren historischen Gebäuden, der vielfältigen Gastronomie und dem Einzelhandel untermalt von dem unverwechselbaren regionalen Charme der Eifel – all dies macht das einzigartige Gesicht unserer schönen Heimatstadt aus.

Die Gestaltungssatzung der Stadt Mayen und dieses Handbuch sollen dazu beitragen das Stadtbild in seiner einmaligen Form aufrecht zu erhalten.

Eine attraktive Warenpräsentation und schicke Fassaden und Schaufenster, die zum Verweilen einladen. Gemütliche Cafés und Restaurants und Treffpunkte für die ganze Familie.

Die Gestaltungssatzung soll nicht alles bis ins Detail regeln, sondern einen Rahmen abstecken, Möglichkeiten aufzeigen und Maßnahmen benennen.

- ➔ Förderprogramm
- ➔ Werbegemeinschaft (Einzelhandelskonzept?)
- ➔ Beteiligung der Öffentlichkeit



Der Innenstadtring

Beschreibung der Innenstadt und ihres besonderen Charmes anhand ausgewählter historischer Denkmäler und Straßenzüge (z.B. Marktstraße, Brückenviertel und Markplatz)



Fassaden

Materialien und Farben

- ➔ Bestandaufnahme der Fassaden in der Innenstadt (z.B. glatter Putz, Naturstein etc.)
- ➔ Farbschema der Innenstadt (Einbindung eines Planungsbüros) z.B. helle Naturtöne

Bei der Farbgestaltung an Neubauten, bei Renovierungen und Instandhaltung/Instandsetzung und Umgestaltung vorhandener Gebäude ist die einzelne Fassade genauso zu berücksichtigen wie die Gesamtwirkung des Straßenraums, damit ein harmonisches Gesamtbild erzeugt wird.



Naturstein/historisches Material erhalten –
Naturtöne – Schaufenster einsehbar –
harmonisches Gesamtbild



Markisen und Vordächer


Als Markisen gelten sämtliche an der Gebäudefassade angebrachte, bewegliche Konstruktionen, die dem Sonnen- oder Witterungsschutz dienen.

Markisen dienen zur Verschattung der Schaufenster oder der Außengastronomie. Aufgrund ihrer Größe und Auskrägung in den Straßenraum sind sie besonders auffällig und können durch eine unangepasste Form und Farbgebung auch die Fassadengestaltung und damit den Gesamteindruck eines Gebäudes erheblich beeinträchtigen.

- ➔ Auskrägung bis 1,50 m bei einer lichten Höhe von mindestens 2,50 m
- ➔ Werbung: nicht länger als 50 % der Markisenbreite und nur auf Volant

Vordächer schützen Eingangs- und Schaufensterbereiche und betonen diese. Dies gelingt dann besonders gut, wenn sie sich als transparente Einzelelemente, zum Beispiel aus Stahl und Glas, nur über Fenster und Türen befinden und eine maximale Auskrägung von 1m haben.



Textile Bespannung – unifarben – 
ordentliches
Erscheinungsbild/Sauberkeit – passt
sich ins Gesamtgefüge ein

Werbeanlagen

Allgemeines

Der Trend zeigt leider, dass dort, wo zunächst punktuell Werbung größer, greller und aggressiver wird, ein Schneeballeffekt eintritt und aus Angst, nicht mehr wahrgenommen zu werden, die gesamte Umgebung nachzieht.

Gleichzeitig ist festzustellen, dass in den wenigsten Fällen ein Rückschluss zwischen der baulichen Größe von Werbeanlagen und den Umsatzzahlen zu ziehen ist. Im Gegenteil, häufig wird durch diese Entwicklung ein Straßenzug langfristig entwertet, wodurch die Qualität der Geschäfte als auch die möglichen Mieteinnahmen sinken.

Bei einer großen Anzahl an Werbung und der damit verbundenen Reizüberflutung ist das Resultat, dass der Inhalt der Werbung gar nicht mehr wahrgenommen wird.

Hier ein Beispiel Bild einfügen

Das Motto sollte lauten: weniger ist mehr! Nur wenn sich alle an die gleichen Spielregeln halten, ist die Chancengleichheit gewahrt.

Werbeanlagen und sonstige Straßenmöblierungen sollen einen Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität leisten und vermitteln, dass in diesem Bereich ein erhöhter Anspruch an Gestaltung, Material und Ausführung gestellt wird. Der öffentliche Raum soll ein Ort werden, an dem sich jeder gerne aufhält und der dazu einlädt, wiederzukommen.



Schriftzüge und Ausleger

An jeder Fassade soll maximal nur ein Schriftzug und ein Ausleger am Erdgeschoss angebracht werden.

Ausleger wirken hauptsächlich in der Straßensicht und sind daher im Bereich der Fußgängerzone von besonderer Bedeutung.

In der Gestaltungssatzung wurde dabei genau festgelegt in welcher Größe Ausleger angebracht werden dürfen und wie weit sie von der Bauflucht ragen dürfen.

Eine Werbeanlage ist dann als gelungen zu bezeichnen, wenn sie gut lesbar ist und so angebracht wurde, dass sie sich nach Form, Größe, Gliederung, Material, Farbe und Anbringungsart in das Erscheinungsbild des Gebäudes, der sie umgebenen baulichen Anlagen und in das Straßen- und Platzbild einfügt.



Ein Schriftzug und ein Ausleger an der Fassade – Naturfarben/historisches Design – harmonisches Gesamtbild

Schaufenster Beklebung

Schaufenster sollen erlebbar bleiben. Dies schließt aus, dass die Scheiben groß- oder vollflächig beklebt werden. Als Schaufenster bezeichnet man (großflächige) Fenster eines Handelsbetriebs oder einer Einrichtung, hinter denen Waren von außen sichtbar zur Schau gestellt werden oder auf Dienstleistungen hingewiesen wird.

Die Regelungen für Schaufenster sind ebenso auf alle Fensterflächen anzuwenden, die sich zum öffentlichen Raum und somit zu den Passanten orientieren. Die Schaufenstergestaltung sollte in regelmäßigen Abständen verändert werden, um nicht monoton und somit abschreckend zu wirken.

Wenn zu wenig Veränderung bei der Schaufenstergestaltung stattfindet, wirkt dies eher demotivierend. Auch bei Schaufenstern, in denen keine Waren angeboten werden, ist für attraktive und regelmäßig wechselnde Gestaltung Sorge zu tragen. Das Schaufenster als Präsentationsfläche, ist die Visitenkarte des geschäfts-/Dienstleistungsbetriebs/Ladenlokals bzw. der Praxis.

Ein mit Werbung zuglebstes Fenster erweckt schnell den Eindruck eines „Ramschladens“. Schaufenster sollen zum Anschauen der Verkaufsprodukte einladen und die Waren entsprechend präsentieren. Großformatige Drucke sprengen in der Regel den Maßstab der Umgebung und erdrücken optisch die anliegenden Läden und Gebäude. Bei besonderen Anlässen, für einen kurzen, überschaubaren Zeitraum, kann dies aber natürlich mal möglich sein.



Schaufenster sollten nicht vollständig beklebt werden (max. 20 % der Fensterfläche) und abwechslungsreich gestaltet werden



Gestaltungsvorschläge Schaufensterbeklebung

Schaufenster z.B. überall freiwillig ein Band der Innenstadtsympathie anbringen, wie damals bei 700 Jahrfeier 1991 (Stadtfarben mit einheitlichem Logo. Das sorgt auch das WIR-Gefühl in Mayen aller Beteiligten.

Hier Beispiele und Ideen aufführen



Warenpräsentation

Warenauslagen des Einzelhandels stellen in ihrer Häufung und der zum Teil „marktschreierischen Präsentation“ eine Behinderung des Fußgängerverkehrs und eine Reizüberflutung im Straßenraum dar, sowie in ihrer Vielgestaltigkeit und Ungeordnetheit eine gestalterische Beeinträchtigung.

Hier sollte die Devise „Qualität statt Quantität“ lauten. Die Warenauslagen sollen ansprechend gestaltet sein und so zu einem Besuch des jeweiligen Ladenlokals einladen.

Warenauslagen sind bis zu einem Abstand von maximal 1m vor den Geschäften zulässig. Wichtig ist, dass eine Durchgangsbreite des Gehwegs von mind. 1,80 m verbleibt. Die maximale Höhe darf 1,50 m betragen.

Sie sollten nicht durch ihre bloße Menge die stadtgestalterische Qualität überdecken und nicht zum stadtraumprägenden Element werden.

Auch bei der Warenpräsentation gilt: Qualität vor Quantität. Deshalb sind Warenauslagen in Form von Paletten, Kartons und sonstigen Transportbehältnissen unzulässig.

Für jede Nutzung des öffentlichen Straßenraums ist eine Sondernutzungserlaubnis notwendig. Diese ist beim Marktamt der Stadt Mayen zu beantragen.



Weniger ist mehr – Zurückhaltung/ nicht „zu viel“ – ansprechende und attraktive Gestaltung – max. bis 1m vor Geschäft



Werbeträger

Zu den Werbeträgern gehören u.a. die Werbeständer, auch Werbestopper oder Kundenstopper genannt.

Die Festlegungen beziehen sich auf Anzahl, Ort und Art der Werbeständer. Ziel ist es, die Menge zu reduzieren und die Größe der Werbeständer zu begrenzen. Die direkte räumliche Zuordnung der Werbeständer zu einem Betrieb dient der Ordnung im Straßenraum, erleichtert dem Passanten die Zuordnung der Werbebotschaft zum Betrieb und stärkt so die Betriebsidentität.

Allgemeines:

- Werbeständer sind grds. unzulässig, außer bei Geschäften, die aufgrund ihrer Produktpalette keine Warenausleger/Warenständer auf die öffentliche Verkehrsfläche stellen können (z.B. gastronomische Betriebe, Bäckereien, Reisebüros...)
- Als Werbeständer gelten alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden und mobilen Konstruktionen (Klapptafeln, Hinweisschilder, Menütafeln usw.) die der Geschäfts- und Produktwerbung dienen.
- Pro Einzelhandels- oder Gastronomiebetrieb ist nur ein Werbeständer zulässig
- Der Werbeständer darf nur in unmittelbarer Nähe, d.h. in einem Abstand von 1,20 m, vor der Stätte der Leistung aufgestellt werden. Dies allerdings nur unter der Bedingung, dass eine verbleibende Gehwegbreite von 1,80 m verbleibt.
- Die maximale Größe von Werbeständern ist auf das Format DIN A 1 (594 mm x 841 mm) beschränkt. Aufsätze sind nicht zulässig.



Nur ein Werbeträger pro Geschäft – DIN A 1 Größe -
max. bis 1,20 m vor Geschäft - Einheitlichkeit

Außergastronomie

Allgemeines

Die Außergastronomie als Sondernutzung des öffentlichen Raums trägt zur Belebung der Innenstadt bei und entspricht dem Gedanken einer urbanen, vitalen Stadt.

Die Sondernutzung soll sich aber auch den Anforderungen an eine qualitätvolle Gestaltung der Innenstadt priorisiert anpassen. Sie hat dem Charakter der Umgebung zu entsprechen und darf die Nutzung und „Gebrauchsfähigkeit“ des Umfeldes nicht beeinträchtigen.

Die Nutzung hat sich in das Gesamtbild der Innenstadt einzufügen. Das gilt insbesondere für Art und Umfang der Außenbestuhlung, Art und Größe eines möglichen Sonnenschutzes und für die Maßnahmen zur „Attraktivierung“ der Flächen z.B. mit Pflanzen.

Eine Bewirtung im Außenraum in geeigneten Bereichen in der Mayener Innenstadt ist ausdrücklich erwünscht. Sie bestimmt maßgeblich die Atmosphäre im Straßenraum und trägt zu einem positiven Stadtimage bei. Oft führen jedoch Vielgestaltigkeit und mangelnde Gestaltqualität der Möblierung zu einem minderwertigen Eindruck.

Ziel ist es daher, durch einen Katalog von aufeinander abgestimmten, qualitätvollen Objekten im Straßenraum ein ruhiges, harmonisch gestaltetes Ambiente zu vermitteln.

Die Festlegungen geben einen Rahmen vor, lassen aber gleichzeitig der individuellen Gestaltung und somit der Wiedererkennbarkeit und Kennzeichnung des einzelnen Betriebs den notwendigen Raum.

Gestaltungsvorschläge

Das Außenmobiliar stellt sich heute in einigen Bereichen ansprechend dar, in anderen Bereichen besteht Verbesserungsbedarf. So wirkt sich z.B. eine (farblich) dominante Außenmöblierung nachteilig auf das Erscheinungsbild der Stadt aus, unter dem letztlich auch die Gastronomie leidet. Insgesamt wird deshalb für den Innenstadtbereich eine attraktive Gestaltung des Außenmobiliars auch im Hinblick auf die Selbstdarstellung der Gastronomen angestrebt.

Bei der Zusammenstellung der Empfehlungen und des Modellkatalogs wurde darauf geachtet, dass gestalterische und funktionale Aspekte Berücksichtigung finden.



Stühle – Empfehlungen

Gestaltung

- Die Stühle sollen je Betrieb ein einheitliches, schlichtes und zeitloses Design besitzen
- Stühle und Tische sind gestalterisch aufeinander abzustimmen
- Es sollen keine Bierbänke und feste Kombinationen aus Bank und Tisch aufgestellt werden

Material

- Sitz- und Rückenfläche: Holz bzw. Geflecht Imitat
- Gestell: Edelstahl bzw. Aluminium

Farbe:

- Sitz- und Rückenfläche: Natur(Holz)Töne
- Gestell: silberfarben

Tische – Empfehlungen

Schirme – Empfehlungen

Bepflanzungen – Empfehlungen



Umsetzung und Finanzierungsmöglichkeiten

Umsetzung und Finanzierung ist noch zu klären, entweder bei Zuschussgeber bezüglich neuem Programm Fragen, LEAP oder gemeinschaftliche Finanzierung auf sonstige Art (Sponsoring, Verfügungsfond etc.).

ENTWURF



Wichtige Fragen und Antworten

Gestaltungsfragen

Kontaktdaten

Nutzung des öffentlichen Raums (Außengastronomie/Sondernutzung)

Kontaktdaten

Bauordnungs- und Denkmalrecht

Kontaktdaten

Bestandsschutz

Die vorhandenen genehmigten Werbeanlagen (an Gebäuden), sowie Markisen und Vordächer genießen Bestandsschutz und müssen daher nicht geändert werden. Die (mobilen) Werbeanlagen im öffentlichen Raum (wie z.B. Werbestopper) und die Warenauslagen sind auf ihre Vereinbarkeit mit der Gestaltungssatzung hin zu überprüfen.

