

WÄLLE



**GESTALTUNGS-
LEITLINIEN
FÜR DIE KREFELDER
INNENSTADT**

START 2015

KREFELD GESTALTEN

DIE IDEE

Ein Einkaufsbummel entlang der Stadtachse, speisen im modernen Königsviertel, Mokka trinken im Hansaviertel, Krefeld entdecken im authentischen Innenstadtquartier oder spazieren im Grünen entlang der Wälle - Krefelds Innenstadtbereiche sind vielfältig und haben eine Menge zu bieten. Gemeinsam mit Ihnen macht sich die Stadt Krefeld auf den Weg, diese besondere Vielfalt zum Aushängeschild der Stadt zu machen.

Denn neben dem städtebaulichen Rahmen und der Architektur sind es vor allem die Geschäfte und Lokale, die das Gesicht der Innenstadt prägen. Wer ein Produkt oder einen Service in der Innenstadt anbieten und erfolgreich vermarkten möchte, als Händler, Dienstleister oder Gastronom, wird sich sicherlich nicht nur Gedanken über sein Warenangebot und seine Innenausstattung machen. Auch die Außenraumgestaltung will bedacht sein.

Im Auftrag der Stadt Krefeld hat die Hochschule Niederrhein unter Beteiligung zahlreicher Innenstadtakeure ein neues »Identitätsstiftendes Gestaltungskonzept für die Krefelder Innenstadt« entwickelt. Im Rahmen dieses Konzeptes sind gestalterische Maßnahmen formuliert worden, welche die Innenstadt aufwerten und die Besonderheiten der einzelnen Quartiere stärker herausstellen. Die Innenstadt ist dafür in verschiedene Gestaltungsbereiche unterteilt, die es ermöglichen sollen, die unterschiedlichen Stärken der Bereiche zu fördern. Hier finden Sie die genaue Lage Ihres Ladenlokals und den dazugehörigen Bereich.

STADTACHSE
KÖNIGSVIERTEL
HANSAVIERTEL
INNENSTADTQUARTIER
OSTWALL
WÄLLE

Wie mache ich den Passanten auf mein Geschäft aufmerksam?

Wie kann ich mein Produkt optimal nach außen bewerben und präsentieren?

Wie empfangen meine Kunden freundlich?



Wir wollen Sie dazu ermutigen, Ihr eigenes Umfeld mitzugestalten. Dabei ist es wichtig, dass alle an einem Strang ziehen. Ganz ohne Vorgaben geht es dabei nicht. Die hier festgehaltenen Leitlinien sollen die grundsätzlichen Gestaltungsregeln der Innenstadt anschaulich vermitteln. Daneben bietet eine kostenfreie Gestaltungsberatung der Stadt Krefeld Hilfestellung bei gestalterischen Unsicherheiten.

IHRE CHANCE

DER ERSTE EINDRUCK ZÄHLT!

Ihr Unternehmen strahlt, für jedermann sichtbar, in den Straßenraum hinein und ist damit Teil des ganzen Straßenzuges. Sie gestalten Ihr direktes Umfeld maßgeblich mit.

EINE GROSSE VERANTWORTUNG - UND EINE GROSSE CHANCE ZUGLEICH.



WÄLLE

BEREICH

Die vier, die Innenstadt von Krefeld begrenzenden Wälle, sind 1819 von Adolph von Vagedes geplant und in mehreren Etappen realisiert worden. Während die Wälle im 19. und 20. Jahrhundert eine Promenadenfunktion mit Lindenalleen, Bänken und Springbrunnen übernahmen, haben sie heute vielseitige Funktionen wie Parkraum, Verkehrsweg oder Grünfläche.

Sie haben städtebaulich eine herausragende Bedeutung, da sie einen einzigartigen Stadtgrundriss formen, der nirgends vergleichbar zu finden ist. Die klare Strukturierung der Innenstadt und die gute Orientierung sind eben dieser Struktur zu verdanken. Zudem verdichten sie das Zentrum zu einem kompakten Quartier.

Der Westwall hat das Potential, zu einem Wall mit vielseitiger Quartiersatmosphäre zu wachsen, die nicht nur an Markttagen, sondern über die gesamte Woche präsent ist. Mit der Wiedereröffnung des Kaiser-Wilhelm-Museums besteht die Chance, auf dem Westwall private Quartiersqualitäten mit einer wichtigen öffentlichen Kulturinstitution zu verbinden.

Der Südwall hat seine Funktion darin, eine grüne Zäsur in der Stadtachse zu bilden und auf attraktive Art in das Innenstadtquartier bis zum Westwall zu führen. In dieser Qualität muss er weiter ausgebaut und aufgewertet werden. Weitere Anreize zum Aufenthalt sollen Passanten in Richtung Westen leiten.

Gestalterisch sollten die Wälle eine Einheit bilden, um als Ensemble zu wirken. Denn neben der Architektur und dem grünen Wall sind es die Geschäfte und Lokale, die das Gesicht der Wälle prägen. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





GESTALTUNGSLEITLINIEN

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen die Gestaltungsleitlinien vor, die mit anschaulichen Beispielen aus Krefeld und anderen Städten bebildert sind. Die Gegenüberstellung des untenstehenden Fotos »Heute« und der Fotomontage »In Zukunft« zeigt, wie sich die Atmosphäre des Straßenraumes durch nur wenige Eingriffe ändert.

HEUTE



FOTOMONTAGE KOMPETENZENTRUM SOCIAL DESIGN



IN ZUKUNFT

Die Qualität des Straßenraumes soll aufgewertet werden. Deshalb müssen Auslagen hochwertig sein. **Begrünung und Dekoration**, die zum Produkt passen, sind erwünscht. Damit das direkte Entlangflanieren an den Schaufenstern wieder möglich ist, werden **keine Kundenstopper** und sonstige Werbeträger genehmigt.

Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich Werbeanlagen sowie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden nur **freistehende Einzelbuchstaben** genehmigt. Es werden nur solche Werbeanlagen genehmigt, die **keine Fremdwerbung** darstellen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

IM DETAIL



SCHILDER UND BESCHRIFTUNGEN

Wie viele?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Die Größe der Werbefläche ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern ist auch eine Werbeanlage in jede Richtung möglich, jedoch mit gleicher Gestaltung, Größe und Lage. Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, **weniger ist oft mehr**.

Wo?

Das **Erdgeschoss** ist in der Innenstadt der angemessene Ort für Werbeanlagen. Hier werden sie gemeinsam mit den Schaufenstern optimal wahrgenommen und fügen sich zu einem harmonischen Gesamtbild zusammen. Werbung oberhalb des Erdgeschosses ist nur erlaubt, wenn sich in den darüber liegenden Etagen separate Geschäfte oder andere Einrichtungen befinden.

Die Lage der Werbeanlage ist auf die vorhandene Fassadengliederung sowie das Geschäft abgestimmt. Sie trennt das Erdgeschoss optisch nicht von den oberen Geschossen ab. Plastische und ästhetisch wertvolle Elemente der Architektur werden durch die Werbeanlage nicht verdeckt.

Befinden sich mehrere Geschäfte in einem Gebäude, sind ihre **Werbeanlagen auf einer Höhe angebracht**. Aussteckschilder sind auf den Nachbarn und den Straßenzug abgestimmt. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN AN DEM HAUS

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf die Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge. Dies können Einzelzeichen, Schriften aus Einzelbuchstaben, zusammenhängende Schriftzüge oder auch nur ein Logo sein.

In jedem Fall bleibt die Architektur so sichtbar wie möglich. **Planen, Fahnen und Transparente werden vermieden**. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung. Alle Schilder sind in Größe und Ausführung zurückhaltend, integrieren sich in die Architektur und ergänzen sich bestmöglich. An architektonisch wertvollen Fassaden, aber auch in historischem Umfeld, sind Werbeanlagen besonders zurückhaltend gestaltet.

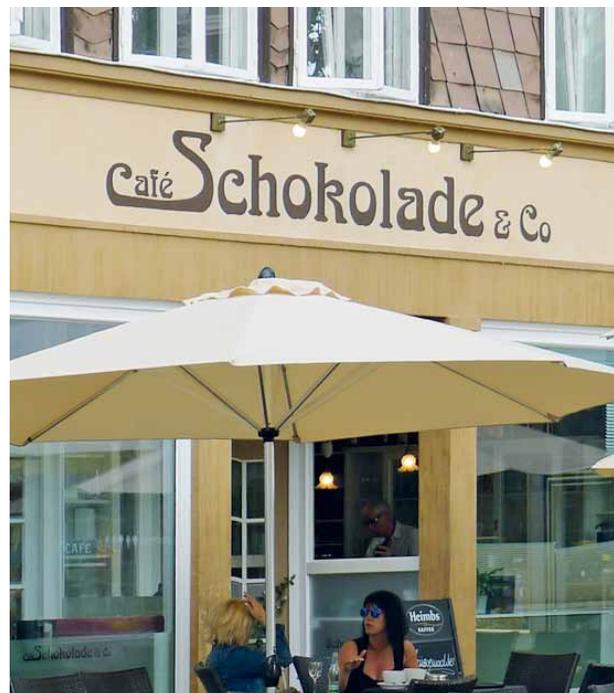
Die Hinterausgänge der Geschäfte sind mitgestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

Grelle Farbtöne werden nicht verwendet (z.B. Leucht-, Reflex- oder Signalfarben). Eine Abweichung von diesem Gestaltungsanspruch kann nur bei nachvollziehbarer Begründung genehmigt werden.

Wie lange?

Bei Aufgabe des Betriebes müssen alle Werbeelemente entfernt werden. Wird dies nicht erfüllt, kann die Demonstration nachträglich in Rechnung gestellt werden.

(Immobilienbesitzern wird empfohlen, die Mietkaution dahingehend zu erhöhen.)





SCHAUFENSTER

Schaufenster sind transparente Elemente der Architektur und werden aus diesem Grunde **nicht verhängen, zugeklebt oder anderweitig verschlossen**. Eigenwerbung taucht nur im oberen oder unteren Viertel des Fensters auf. Ihre Schaufenster dienen der Präsentation von Produkten Ihres Geschäftes. Nutzen Sie hier die Gelegenheit, Ihre Auslage optimal in Szene zu setzen.

LEUCHT- UND SCHAUKÄSTEN, VITRINEN UND WARENAUTOMATEN

Leuchtkästen und Warenautomaten (Zigaretten-, Kaugummiautomaten etc.) **sind in vorhandene Nischen der Fassade oder in die Fassadenstruktur integriert**. An architektonisch wertvollen oder denkmalgeschützten Fassaden sind sie nicht zulässig.

VORDÄCHER UND MARKISEN

Vordächer und Markisen **fügen sich optisch in die Fassade ein** und unterstreichen die **Qualität und Sauberkeit** Ihres Geschäftes in Form, Materialität und Farbigkeit. Auf Markisenvorderseiten können aufgedruckte Schriftzüge sowie Logos zur Eigenwerbung stehen.

GESTALTUNGS- VORSCHRIFTEN VOR DEM HAUS

AUSLAGEN

Warenauslagen tragen mit ihrer Anmutung und Materialität ganz erheblich zur Atmosphäre des Straßenraumes bei. Ähnlich den Möbelstücken in der eigenen Wohnung richten sie den Raum ein und geben ihm Charakter. Mit der Möblierung des Straßenraumes durch Bänke, Leuchten und Gehwegpflaster ist dieser Charakter bereits vorgegeben. Deswegen werden Warenauslagen weitestgehend vermieden und **bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt** (z.B. Wühltische). Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommesstüten etc.) **sind nicht mehr zugelassen**. In Ausnahmefällen werden Werbetafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt.

Hochwertige, den Straßenraum aufwertende und zum Produkt passende **Dekoration und Begrünung sind erwünscht**.



MOBILIAR

Stuhl ist nicht gleich Stuhl. Möbel können sehr unterschiedlich wirken. Möblierungselemente haben verschiedene Formen und Farben. Die Materialität und die Anordnung tragen zum Charakter einer Außengastronomie bei.

Mobiliar wirkt als Ensemble. Das heißt, dass die Tische zur Bestuhlung passen. Der Charakter der Gastronomie wird durch die Möblierung unterstrichen.

Ihr Mobiliar steht im Straßenraum – meist vor einem Haus. Deswegen ist es **mit der Umgebung abzustimmen** (z.B. der Architektur oder der Nachbarbebauung). **Das Mobiliar steht direkt auf dem Boden** – nicht auf Podesten.

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen wie **Wind-, Lärm- und Sichtschutz bedürfen einer besonderen Prüfung** und sollten – falls unumgänglich – so transparent wie möglich sein.



KONTAKT UND BERATUNG

Sie wollen mit einer guten Gestaltung Ihres (Laden-) Lokals zu einem positiven Erscheinungsbild der Innenstadt beitragen? Dann sind Sie bei uns richtig. Mit Blick auf die neuen Gestaltungsleitlinien für die Innenstadt beraten wir Sie gerne.

Gestaltungsberater:

Markus Bernthaler
Fachbereich Stadtplanung
Parkstr. 10
47829 Krefeld
Tel. 02151 | 3660-3739
markus.bernthaler@krefeld.de

Citymanagerin:

Dr. Christiane Gabbert
Fachbereich Marketing und Stadtentwicklung
Von-der-Leyen-Platz 1
47798 Krefeld
Tel. 02151 | 86-1504
ch.gabbert@krefeld.de

Danach stellen Sie einen schriftlichen Antrag – spätestens 3 Wochen vor der beabsichtigten Ausübung der Sondernutzung – bei der Stadt Krefeld, Fachbereich Tiefbau. Dem Antrag sind Pläne oder Skizzen, sowie Prospekte oder Fotos über die geplante Sondernutzung beizufügen.

Ihre Ansprechpartner:

Beantragung Außengastronomie:

Claudia Moesgen-Albrecht
Fachbereich Tiefbau
Uerdinger Str. 204
47799 Krefeld
Tel. 02151 | 3660-4204
moesgen-albrecht@krefeld.de

Werbeanlagen:

Lars Streeck
Fachbereich Bauaufsicht
Parkstraße 10
47829 Krefeld
Tel. 02151 | 3660-3941
lars.streeck@krefeld.de

Beantragung Sondernutzungen :

Straßen A-K
Edelgard Dettmann
Fachbereich Tiefbau
Uerdinger Straße 204
47799 Krefeld
Tel. 02151 | 3660-4267
edelgard.dettmann@krefeld.de

Straßen L-Z
Barbara Giesberts
Fachbereich Tiefbau
Uerdinger Straße 204
47799 Krefeld
Tel. 02151 | 3660-4321
barbara.giesberts@krefeld.de



Stadt Krefeld / Der Oberbürgermeister

Fachbereich Marketing und Stadtentwicklung

Von-der-Leyen-Platz 1

47798 Krefeld

