




ERFTSTADT-CENTER GESTALTUNGSLITFADEN

Auf die Satzung über Erlaubnisse und Gebühren für Sondernutzungen an öffentlichen Straßen im Gebiet der Stadt vom 25.07.2019 (Sondernutzungssatzung) wird verwiesen.

INHALT

ANLASS UND ZIEL	3
WERBUNG VOR DEM GEBÄUDE	
Warenpräsentation	5
Mobile Werbeträger	7
AUSSENGASTRONOMIE	
Tische und Stühle	9
Sonnenschirme	11
Abgrenzungen	13
GASTRONOMIESTANDORTE	14



-  Geltungsbereich des Gestaltungsleitfadens
-  Gastronomiestandorte 2018

ANLASS UND ZIEL

Erftstadt-Liblar besteht aus zwei Siedlungsbereichen, einem historischen Kern und einer südwestlichen Siedlungserweiterung, die mit dem Bergbau entstanden ist. Am äußeren Rand dieser Erweiterung sollte ein zentraler Versorgungsbereich entwickelt werden, und so wurde 1978 das Erftstadt-Center gebaut. In das damals moderne Dienstleistungszentrum wurden das Rathaus, ein Einkaufszentrum mit heute rund 40 Geschäften, 3 Gaststätten und ein Hallenbad integriert.

Wie viele Stadtteilzentren leidet auch das Erftstadt-Center unter den Folgen des Strukturwandels im Einzelhandel, verbunden mit demografischen Veränderungen. Zunehmender Leerstand, eine Verlagerung zum niedrigpreisigen Warenssegment, Investitionsstau und mangelnde Aufenthaltsqualität kennzeichnen heute das Stadtteilzentrum.

Schon im "Integrierten Handlungskonzept Erftstadt-Liblar" aus dem Jahr 2009 wurde für das Versorgungszentrum aus den 70er Jahren dringender Handlungsbedarf gesehen. Weitere Untersuchungen und Konzepte mündeten schließlich im "Masterplan Erftstadt-Liblar" (2016). Das Erftstadt-Center ist hier neben der Carl-Schurz-Straße einer von zwei Schwerpunktbereichen.

Seit dem Frühjahr 2019 ist der fußläufige Bereich rund um das Erftstadt-Center neu gestaltet. Ergänzend ist auch privates Engagement gefragt. Werbung und Außenterrassen bestimmen im Übergangsbereich zwischen "öffentlich" und "privat" entscheidend die Aufenthaltsqualität und das Einkaufserlebnis.

Ziel dieses Gestaltungsleitfadens ist es nun, den ansässigen Geschäften und Gastronomiebetrieben eine Orientierungshilfe für den Umgang mit Werbeelementen und Außengastronomie an die Hand zu geben. Gute Gestaltung lockt Kundenschaft an und lädt zum Verweilen ein, ein Gewinn für alle.



- 1 Ansprechende Warenpräsentation.
- 2 Dezente Warenauslage.
- 3 Schlichte hochwertige Warenständer.
- 4 Verkauf von der Palette und dichtes Nebeneinander ganz unterschiedlicher Artikel.
- 5 Warenpräsentation gegenüber dem zugeordneten Geschäft.

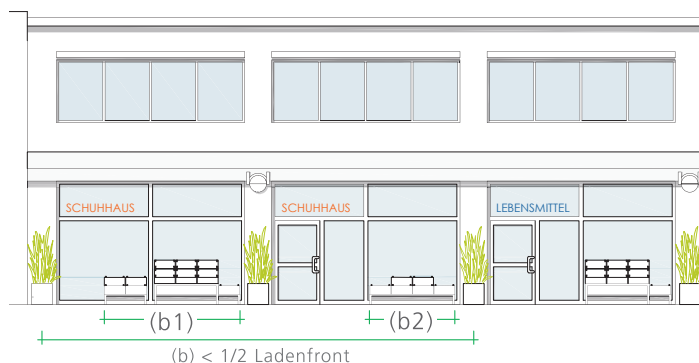


WERBUNG VOR DEM GEBÄUDE WARENPRÄSENTATION

Warenstände vor den Geschäften sind ein beliebtes Mittel, um potentielle Kundschaft zum Stehenbleiben und Kaufen zu animieren. Sie können Atmosphäre und Image einer Einkaufszone in jede Richtung beeinflussen und entscheiden mit darüber, ob sie "hochwertig" oder eher "billig" erscheint.

Auf eine Aneinanderreihung von Warenauslagen, optisch aufdringlich angebotene Sonderangebotsware, mobile Warenstände aus Kunststoff und Verkaufsd Displays der Hersteller trifft man auch im Bereich des Erftstadt-Centers. Immer wieder unterbrechen großflächige Warenauslagen den Weg und den Blick. Erst recht, wenn sie in zwei Reihen hintereinander oder mit einer "Gasse" zum Durchlaufen arrangiert sind. Die Verkaufsfläche wird gerne dauerhaft in den öffentlichen Raum ausgedehnt. Dabei scheint sich unter den Geschäften eine Art Wettbewerb zu entwickeln.

Ziel muss es sein, den öffentlichen Raum rund um das Erftstadt-Center auch über einen zurückhaltenderen Umgang mit Warenpräsentationen attraktiver zu machen. Das schafft Platz und beruhigt das Auge. Wenn es gelingt, Waren auf einer begrenzten Fläche anspruchsvoll darzubieten, auf Präsentationsmöbeln, die zum Stil des Ladens passen, kann das nicht nur Straßen und Plätze beleben, sondern auch dem Einzelhandel zugute kommen.

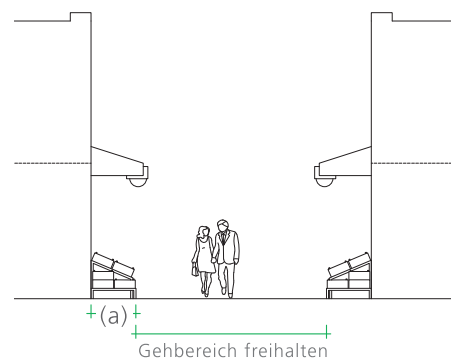


Empfehlenswert

- ✓ Ausgewähltes Warensortiment, ansprechend und nur direkt vor dem Geschäft präsentiert. Es gilt: Qualität vor Quantität!
- ✓ Warenträger aus einer gestalterischen Produktfamilie.
- ✓ 1,5 m² Verkaufsfläche je Meter Ladenfront, max. 1,5 m tief (a) über höchstens 50% der Ladenfront (b).
- ✓ Abstand zu Gebäudeaußenecken 0,5 m.
- ✓ Witterungsschutz nur durch Vordächer oder Markisen.

Ungünstig

- ✗ Verkauf von der Palette, "Lagerung" statt "Präsentation".
- ✗ Zusätzliche Sonnenschirme.
- ✗ Restwaren oder Sonderposten in großen Mengen, präsentationsunwürdige Waren, Wühltische.
- ✗ Grelle Farben und Ausleuchtung.
- ✗ Teppiche und Kunstrasen als Untergrund.





1



2



3



4



5

- 1 Ansprechender Werbeträger in der Gastronomie.
- 2 Übergroßes Werbeelement.
- 3 Störende Werbefahnen.
- 4 Zu viele mobile Werbeträger auf engem Raum.
- 5 Hochwertiger Aufsteller unmittelbar vor dem Geschäft.

WERBUNG VOR DEM GEBÄUDE MOBILE WERBETRÄGER

Aus den Einkaufsstraßen sind Schilder, Fahnen oder ganze Objekte als mobile Werbeträger nicht mehr wegzudenken. Sie werden aber zunehmend zum Problem, auch rund um das Ertftstadt-Center. Hohe Dichte und aufdringliche Gestaltung empfinden Passant_innen häufig als unangenehm. Es entsteht schnell ein minderwertiger Eindruck. Selbst gut gestaltete Schaufensterfronten werden manchmal durch sogenannte "Kundenstopper" verdeckt. Werbeträger können darüber hinaus insbesondere für Menschen mit Mobilitätseinschränkung oder Eltern mit Kinderwagen ein regelrechtes Hindernis sein.

Ziel sollte es sein, die mobilen Werbeträger im Bereich des Ertftstadt-Centers in Qualität und Quantität auf ein vertretbares Maß zu reduzieren, auch mit Blick auf die Barrierefreiheit. Sie sollten gestalterisch auf die Umgebung abgestimmt sein, nur unmittelbar vor dem beworbenen Geschäft stehen und auf einen Werbeträger pro Laden beschränkt werden.

Werbefahnen und überdimensionierte Dekorationselemente wie "Eistüten" oder "Plastikhandys" sind im öffentlichen Raum besonders störend und sollten nicht eingesetzt werden. Grundsätzlich vermieden werden sollten auch grelle Farben, billig wirkende Materialien und reine Produktwerbung.

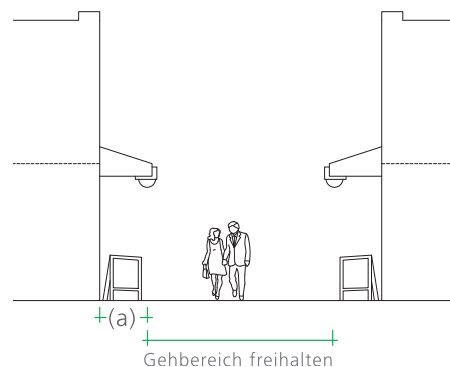


Empfehlenswert

- ✓ Maximal ein Aufsteller in einem 1,5 m breiten Streifen (a) unmittelbar vor dem Geschäft, max. Größe: DIN A1.
- ✓ Hochwertige Materialien wie Aluminium, Holz und Schiefer.
- ✓ Abstand zu Gebäudeaußenecken 0,5 m, nicht vor Pflanzkübeln.
- ✓ Temporäre Aufstellung (tage- oder stundenweise) mit zeitlich begrenzten Angeboten.
- ✓ Keine Fremdwerbung.

Ungünstig

- ✗ Mobile Werbefahnen aller Art.
- ✗ Übergroße Dekorationselemente wie „Eistüten“ und aufblasbare oder sich drehende Werbeelemente.
- ✗ Fest verankerte oder angekettete Werbeträger.
- ✗ Grelle Farben.
- ✗ Abgenutzte, verblichene Werbeträger, Rechtschreibfehler.





- 1 Einladender Sitzbereich in Rattan-Optik mit Stühlen und "Sofas".
- 2 Billig wirkende Sitzmöbel aus Kunststoff, Typ "Monobloc".
- 3 Qualitativ hochwertiger Stehtisch.
- 4 Ansprechende Sitzplätze in Aluminium-Holz-Optik.



AUSSENGASTRONOMIE TISCHE UND STÜHLE

Eine ansprechende und hochwertige Möblierung von Café- und Restaurantterrassen kann wesentlich dazu beitragen, die Aufenthaltsqualität und -dauer im Erftstadt-Center zu erhöhen. Kaum etwas wirkt weniger einladend als eine bunt gemischte Möblierung von minderer Qualität.

Bei der Möblierung von Außenbereichen ist es empfehlenswert, ein schlichtes Design sowie hochwertige Materialien in Stahl-, Aluminium-, Holz- oder Rattan-Optik zu wählen. Dabei sollten zurückhaltende Farben wie Anthrazit, Schwarz, Beige oder auch Aluminium- und Holzöne gewählt werden. Leuchtende und unharmonische Farben sowie eine Mischung aus unterschiedlichen Materialien und Konstruktionen sind ungünstig. Aufmerksamkeit verdienen auch Decken, Tischdecken, Kissen und Dekorationselemente. Sie sollten sich farblich an der Möblierung und an den Sonnenschirmen orientieren. Auf auffällige Produktwerbung sollte verzichtet werden.

Bei der Möblierung ist darauf zu achten, dass Gaststätten in räumlich zusammenhängenden Bereichen sich untereinander abstimmen. Hier werden Tische und Stühle aus einem Anbieterprogramm empfohlen. Insbesondere die in Spritzgussfertigung hergestellten Kunststoffmöbel (Monoblocs) wirken wenig hochwertig und sollten nicht zum Einsatz kommen.

Für Rettungs- und Feuerwehrfahrzeuge ist eine ausreichende Durchfahrtsbreite sicherzustellen.



Empfehlenswert

- ✓ Einheitliches Möblierungskonzept für räumlich zusammenhängende Bereiche.
- ✓ Hochwertige Materialien in Stahl-, Aluminium-, Holz- oder Rattan-Optik.
- ✓ Barhocker, Stehtische und Sitzmöbel aus demselben Anbieterprogramm.
- ✓ Zurückhaltende Farben: z.B. Anthrazit, Schwarz, Beige sowie Aluminium- und Holzöne.
- ✓ Sitzkissen und Tischdecken sollten sich farblich an der Möblierung und an den Sonnenschirmen orientieren.
- ✓ Schlichtes, zurückhaltendes Design.

Ungünstig

- ✗ Ein Mix aus unterschiedlichen Materialien und Konstruktionen.
- ✗ Billig wirkende Kunststoffmöbel.



1 und 2 Auf die Möblierung abgestimmte Sonnenschirme.
3 und 4 Sonnenschirme mit auffälliger Werbung.



AUSSENGASTRONOMIE SONNENSCHIRME

Sonnenschirme auf Außenterrassen sind weithin sichtbare Elemente im öffentlichen Raum. Mehr als andere Elemente machen sie auf eine Gaststätte aufmerksam und haben damit neben Sonnen- und Regenschutz auch eine werbende Funktion. Sie haben großen Einfluss auf das Erscheinungsbild von Straßen und Plätzen. Sind die Sonnenschirme in Farbe, Größe und Material ansprechend gestaltet, können sie zu einem insgesamt einladenden Stadtraum beitragen. Sind sie zu sperrig, zu bunt oder mit auffälliger Fremdwerbung bedruckt, wirkt der Außenraum schnell überfrachtet und unharmonisch. Darüber hinaus können ungünstig positionierte Sonnenschirme die Fußgänger_innen sowie Zulieferer und vor allem die Feuerwehr in ihrer Bewegungsfreiheit einschränken.

Sonnenschirme sind möglichst in rechteckiger Form und in Farben zu wählen, die zu der gebauten Umgebung passen. Am Rand kann dezent der Name des Betriebes aufgedruckt sein. Grelle, glänzende oder reflektierende Farben sind genauso ungünstig wie auffällige Produktwerbung. Für räumlich zusammenhängende Außenterrassen unterschiedlicher Betriebe werden aufeinander abgestimmte Schirme empfohlen. Sie sollten grundsätzlich nicht in den Bewegungsbereich der Fußgänger_innen hineinreichen.

Ideal ist die Verankerung der Schirme in Bodenhülsen, die in Absprache mit der Stadt möglich ist. Große oberirdische Schirmständer stören die Bewegungsfreiheit von Gästen und Fußgänger_innen und können zu Stolperfallen werden.



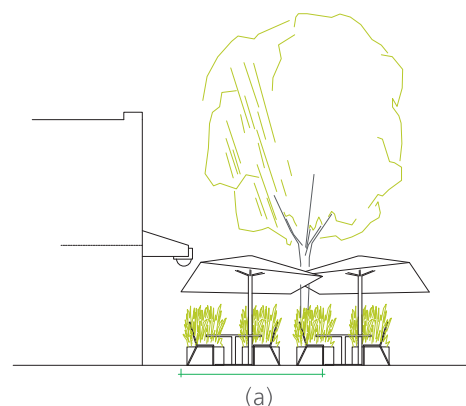
Mögliche Farben: Sand, Grau, Bordeauxrot.

Empfehlenswert

- ✓ Einfarbige rechteckige Textilschirme in passenden Farben bis zu einer Größe von 4 x 4 m (a).
- ✓ Einheitliche Schirme in räumlich zusammenhängenden Bereichen.
- ✓ Betriebsname nur dezent und am seitlichen Rand.
- ✓ Verankerung in Bodenhülsen (in Abstimmung mit der Stadt).
- ✓ Heizstrahler nur unauffällig integriert.

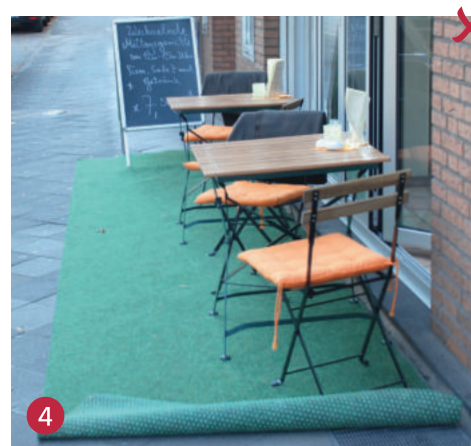
Ungünstig

- ✗ Ampelschirme und Zelte aller Art.
- ✗ Grelle, glänzende oder reflektierende Farben, Signal- oder Primärfarben.
- ✗ Auffällige Produktwerbung, z.B. von Getränkepartnern.
- ✗ Oberirdische Schirmständer.
- ✗ Sonnenschirme, die über den genehmigten Außenbereich hinausragen.
- ✗ Verschmutzte und verblichene Schirme.





- 1 Terrassenbegrenzung mit hochwertigen Pflanzgefäßen.
- 2 Weitgehend geschlossene Abtrennung mit auffälliger Werbung.
- 3 Gläserner Windscreen ohne optische Trennwirkung.
- 4 Terrassenbegrenzung mit Kunstrasenteppich



AUSSENGASTRONOMIE ABGRENZUNGEN

Außenterrassen werden in Mitteleuropa auch außerhalb der warmen Jahreszeit immer beliebter. Draußen sitzen, sehen und gesehen werden, das macht den Reiz von Straßencafés aus und gehört zu einem lebendigen öffentlichen Raum. Nicht selten werden die Außenbereiche gastronomischer Betriebe gegenüber Nachbarterrassen und dem öffentlichen Raum bewusst abgegrenzt. Das wirkt einer offenen und kommunikativen Atmosphäre entgegen, kann die Bewegungsfreiheit einschränken und den Gesamteindruck des Stadtbildes stören. Auch auffällige Produktwerbung auf den Abgrenzungselementen und ein ungepflegter Zustand beeinträchtigen das Straßenbild und nicht zuletzt den wirtschaftlichen Erfolg des Gastronomiebetriebs.

Abgrenzungen von Außenterrassen sollten sparsam erfolgen, möglichst offen gestaltet sein und zur Möblierung passen. Es eignen sich "natürliche Abgrenzungen" mit Pflanzgefäßen aus Eternit, Metall, hochwertigem Beton oder Kunststoff. Ist ein Windschutz erforderlich, können transparente Elemente aufgestellt werden. Begrenzungselemente, die einen freien Blick verhindern, sind ungünstig.

Auch Bodenbeläge wie Kunstrasen und Podeste nehmen Straßen- und Platzräumen die Großzügigkeit. Erst die sanften Übergänge zwischen "öffentlich" und "privat" machen autofreie Zonen und Plätze zu beliebten Aufenthaltsorten. Die Gestaltung des Außenraumes sollte immer mit dem Erscheinungsbild des Gebäudes und seiner Umgebung harmonieren.

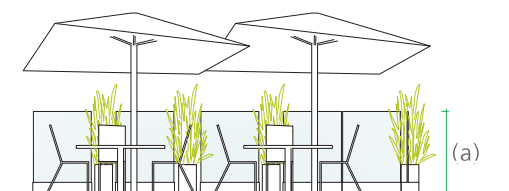


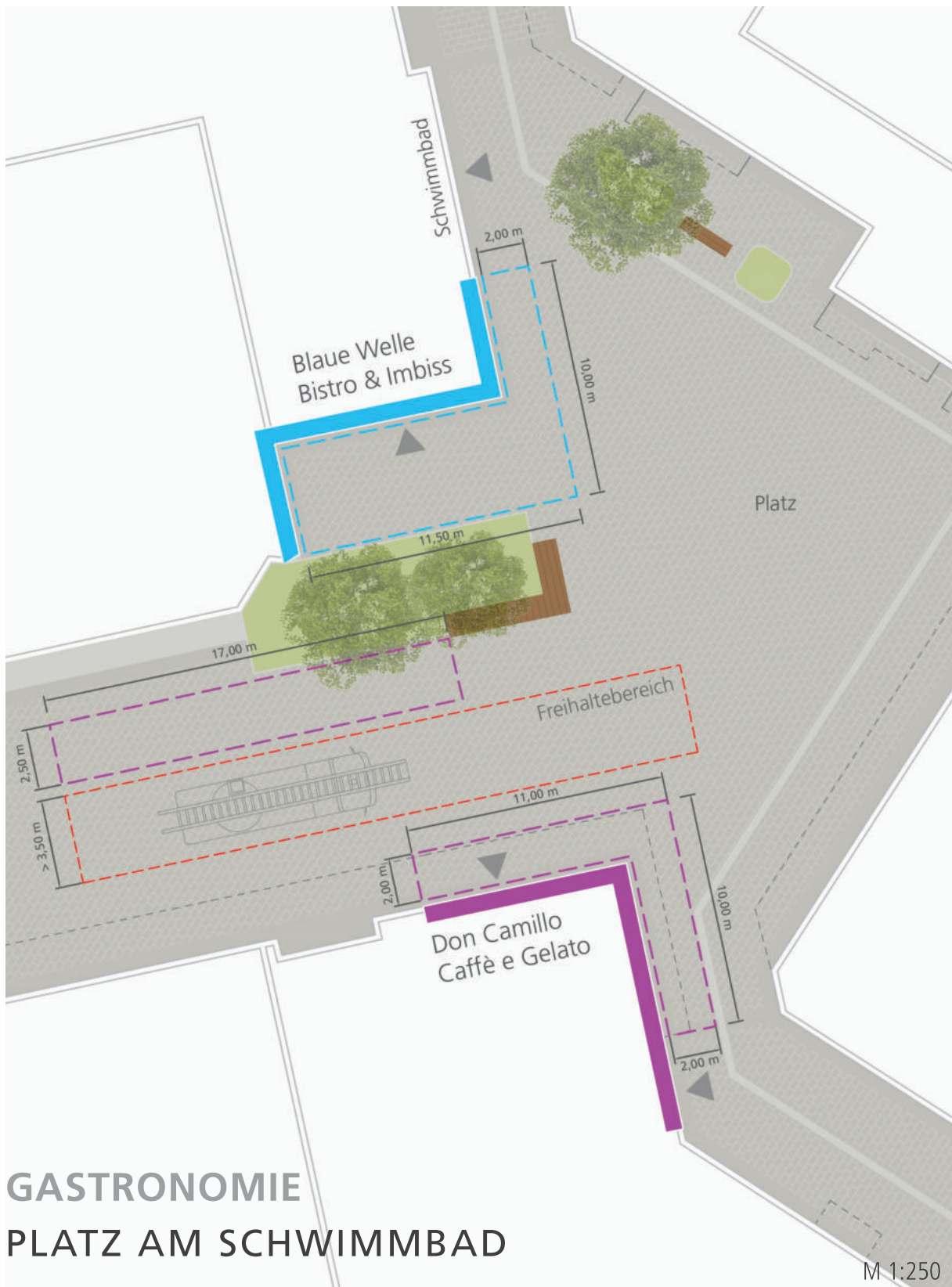
Empfehlenswert

- ✓ Natürliche Abgrenzungen mit Pflanzgefäßen.
- ✓ Runde oder rechteckige Pflanzgefäße in Anthrazit aus Metall, Eternit sowie hochwertigem Kunststoff oder Beton.
- ✓ Sofern gewünscht, weitgehend verglaste „Wände“ als Windschutz, filigran konstruiert und max. 1,5 m hoch (a).
- ✓ Abgrenzung höchstens partiell und mit Bezug zu den Tischgruppen.

Ungünstig

- ✗ Geschlossene oder offene Zelte.
- ✗ Abgrenzung durch Podeste, Zäune, Teppiche und Kunstrasen.
- ✗ Pflanzgefäße aus Waschbeton o. ä.
- ✗ Als Werbeträger genutzte Terrassenabtrennungen.







**GASTRONOMIE
PLATZ AM RATHAUS**

HINWEIS

Um die Vielfalt im Bereich der Geschlechter und Geschlechtsidentitäten auszudrücken, wird der Gender Gap "_" verwendet. Dieser soll verdeutlichen, dass alle Geschlechtsidentitäten einbezogen sind.

HERAUSGEBER Stadt Erfstadt

KONZEPTION, GESTALTUNG, BEARBEITUNG stadtraum Architektengruppe

Bernd Strey, Jens Hoppstädter, Sylvia Winkel

BILDNACHWEIS

Seite 2 Luftbild: Stadt Erfstadt | Seite 8 Bild 3: VEGA Gastronomiebedarf GmbH | Seite 9 v.l. Bilder 1 bis 3: Jan Kurtz GmbH, VEGA Gastronomiebedarf GmbH, HAY A/S, M24 Morgat GmbH

Seite 13 v.l. Bilder 1 und 2: Eternit Österreich GmbH, Eastwest Trading GmbH | **übrige Fotos** stadtraum Architektengruppe

GRAFIKNACHWEIS

Seiten 14 und 15 Stadt Erfstadt, bearbeitet | **übrige Grafiken** stadtraum Architektengruppe

August 2019



Stadt Erfstadt
Abteilung Stadterneuerung
Rathaus Liblar, Holzdammm 10
50374 Erfstadt

Telefon: 02235 | 409540
E-Mail: stadterneuerung@erftstadt.de
www.erftstadt.de

QUARTIERSMANAGEMENT

Carl-Schurz-Straße 111
50374 Erfstadt

Telefon: 02235 | 9894924
E-Mail: info@mein-liblar.de
www.mein-liblar.de



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

Telefon: 0211 393055
E-Mail: office@stadtraum-architekten.de
www.stadtraum-architekten.de

