

2015

Gestaltungsleitlinien für die Sondernutzung öffentlicher Flächen in der Historischen Altstadt Schwerin



Fachbereich Stadtentwicklung und
Wirtschaft
Landeshauptstadt Schwerin

Vorwort

Liebe Gewerbetreibende der Schweriner Innenstadt,

der vorliegende Gestaltungsleitfaden der Landeshauptstadt Schwerin ist das Ergebnis des Arbeitskreises „Werbung und Warenauslagen in den Geschäftsstraßen“ und gilt für die ZONE 1.

Alle am Prozess beteiligten Vertreter aus Handel, Gastronomie, IHK zu Schwerin, Einzelhandelsverband Nord e.V. und der Stadtverwaltung Schwerin wollen gemeinsam an dem großen Ziel mitwirken, die Gestaltungsqualitäten unserer Altstadt weiter zu verbessern und damit nicht nur den Schwerinerinnen und Schwerinern gerecht zu werden, sondern auch den Menschen, die die Landeshauptstadt Schwerin besuchen. Die Geschäftsstraßen im Quartier Historische Altstadt sollen durch ansprechende Warenauslagen und Gestaltungselemente noch einladender und schöner werden, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und somit den Wirtschaftsstandort Schwerin weiter zu stärken.

Die Landeshauptstadt Schwerin hat mehrere Instrumente, um den Schutz des Ortsbildes und des Erscheinungsbildes des öffentlichen Raums zu sichern: Erhaltungssatzungen zur Erhaltung der städtebaulichen Eigenart der Innenstadt Schwerin aufgrund der städtebaulichen Gestalt (§ 172 BauGB), eine Satzung über die Gestaltung von Außenwerbeanlagen und Warenautomaten zur Wahrung und Pflege des Stadtbildes (Werbesatzung nach § 86 LBauO M-V) und die „Charta für Baukultur Schwerin“, die die Stadtvertretung Schwerin als selbstverpflichtenden Handlungsleitfaden beschlossen hat.

Neben diesen Instrumenten der Stadt- und Ortsbildpflege hat die Stadt Schwerin ein Tourismusedwicklungskonzept beschlossen, in dem die Belange zur Pflege und zum Schutz des historischen Stadtbildes Schwerin für die touristische Entwicklung betont werden.

In diesem Kontext sind die Vorschriften über die „Gestaltung der Geschäftsstraßen im Quartier Historische Altstadt“ in der Sondernutzung notwendig, damit die Bemühungen der Stadt zum Schutz und zur Pflege des historischen Stadtbildes nicht durch eine Häufung von Werbeanlagen, Warenauslagen und ähnlichem im öffentlichen Raum konterkariert werden. Neben der Anzahl der Gegenstände im öffentlichen Raum ist das Ziel der ortsbildschützenden Vorschriften in der Sondernutzungssatzung die Gestaltung der Werbeanlagen in die baurechtlichen Vorschriften zur äußeren Gestaltung der Gebäude einzuordnen.

Diese Leitlinien regeln die Warenpräsentation und das optische Erscheinungsbild in den Geschäftsstraßen.

Generell gilt: Qualität geht vor Quantität. Weniger ist mehr.

Bei Warenauslagen soll grundsätzlich darauf geachtet werden, dass diese den Blick auf das dekorative Schaufenster nicht verwehren.

Warenauslagen müssen an der Stätte der Leistung aufgestellt werden und sollen insgesamt 2 m² nicht überschreiten. Bei der Stätte der Leistung handelt es sich ausschließlich um den Ort, an dem die Ware verkauft oder die Dienstleistung erbracht wird.

Warenauslagen sollen grundsätzlich an der Gebäudewand aufgestellt werden und dürfen nicht mehr als 60 cm in den Gehweg hineinragen.

Der Gewerbetreibende soll entscheiden, ob er mit einer Warenauslage ODER einer Werbeanlage (z.B. ein Klappständer) (max. 60 cm breit und DIN A1) für sein Geschäft wirbt.

Sonnenschirme sollen unifarben und ohne Fremdwerbung sein. Bei einer Neuanschaffung ist darauf zu achten. Die Gestaltung der Markisen regelt die Werbesatzung.