

IDENTITÄTSSTIFTENDES GESTALTUNGSKONZEPT



Unterlagen zur Vorbereitung der „Neuen Gestaltungsleitlinien für die Innenstadt Krefeld“.

VORWORT	3
LEXIKON	4
QUARTIERSÜBERSICHT	6
STADTACHSE	7
KÖNIGSVIERTEL	12
HANSAVIERTEL	18
INNENSTADTQUARTIER	23
OSTWALL	28
WÄLLE	33
IMPRESSUM	38

NEUE GESTALTUNGS- LEITLINIEN FÜR DIE KREFELDER INNENSTADT

Die Krefelder Innenstadt ist das Aushängeschild der Stadt. Die Gestaltung des öffentlichen Raums trägt zur Identitätsstiftung bei und ist für die Attraktivität der gesamten Stadt ebenso wichtig, wie das Erscheinungsbild der Geschäfts- und Wohngebäude. Flair und Atmosphäre des Stadtraumes sind wesentliche Faktoren für die Lebensqualität in einer Stadt und stärken die Konkurrenzfähigkeit gegenüber benachbarten Kommunen.

Im Auftrag der Stadt Krefeld hat die Hochschule Niederrhein unter Beteiligung zahlreicher Innenstadttakteure ein neues „Identitätsstiftendes Gestaltungskonzept für die Krefelder Innenstadt“ entwickelt. Im Rahmen dieses Konzeptes sind gestalterische Maßnahmen formuliert worden, die die Innenstadt aufwerten und die Besonderheiten der einzelnen Quartiere stärker herausstellen.

Ein Einkaufsbummel entlang der Stadtachse, Speisen im modernen Königsviertel, Mokka trinken im Hansaviertel, Krefeld entdecken im authentischem Innenstadtquartier oder Spazieren im Grünen entlang der Wälle - Krefelds Innenstadt ist vielfältig und hat eine Menge zu bieten. Diese besondere Vielfalt macht sie zum Aushängeschild der Stadt. Neben dem städtebaulichen Rahmen und der Architektur sind es vor allem die Geschäften und Lokalen, die das Gesicht der Innenstadt prägen. Wer ein Produkt oder einen Service in der Innenstadt anbieten und erfolgreich vermarkten möchte, gleich ob als Einzelhändler oder als Gastronom, wird

sich sicherlich nicht nur Gedanken über sein Warenangebot und seine Innenausstattung machen. Auch die Außenraumgestaltung will bedacht sein. Wie mache ich den Passanten auf mein Geschäft aufmerksam, wie kann ich mein Produkt optimal nach außen bewerben und präsentieren? Und wie kann ich meine Kunden freundlich empfangen?

Nicht nur in zwischenmenschlichen Beziehungen gilt: **Der erste Eindruck zählt.**

Dieser erste Eindruck entsteht, noch bevor der Kunde das Geschäft überhaupt betreten hat. Er strahlt, für jedermann sichtbar, in den Straßenraum hinein, wird Teil des ganzen Straßenzuges und gestaltet so sein direktes Umfeld maßgeblich mit.

Eine große Verantwortung - und eine große Chance zugleich.

Wir wollen Sie - als Händler und Gastronomen - dazu ermutigen, ihr eigenes Umfeld mitzugestalten. Dabei ist es wichtig, dass alle an einem Strang ziehen. Ganz ohne Vorgaben geht es dabei nicht. Damit eine durchgängige Basis guter Gestaltqualität geschaffen werden kann, bedarf es zunächst einiger grundsätzlicher Gestaltungsregeln. Die hier festgehaltenen Leitlinien sollen diese neuen Regeln anschaulich vermitteln und bei gestalterischen Unsicherheiten Hilfestellung leisten.

PROZERE

WIR SETZEN AUF BERATUNG

BEGRIFFSERKLÄRUNGEN

Mit dieser Übersicht wollen wir es Ihnen vereinfachen, die vielen Begriffe rund um die neuen Gestaltungsleitlinien und deren Bedeutung zu verstehen. Zu allen Fragen rund um die Gestaltung ihres Ladenlokals bietet die Stadt Krefeld einen kostenlosen Beratungsservice an. Nutzen Sie die Gelegenheit offene Fragen zu stellen und wertvolle Hinweise zu erhalten, um ihr Ladenlokal in Krefeld optimal zu platzieren.

Werbeanlagen

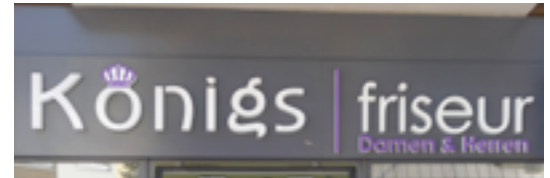
Werbeanlagen sind ortsfeste Anlagen, die der gewerblichen Ankündigung oder als Hinweis auf ein Gewerbe dienen, wie zum Beispiel Aussteckschilder, Flachschilder, Einzelbuchstaben, Beschriftungen auf einer festen Markise, aufgemalte Schriften und Embleme an der Fassade und Standwerbung wie Fahrradständer. Alle Werbeanlagen sind genehmigungspflichtig.



Aussteckschild

Ein Aussteckschild ist eine von der Wand abstehende Werbeanlage vorzugsweise im Erdgeschoss und wird an der Fassade montiert. Den häufigsten Einsatz finden diese Schilder im Bereich Shop- und Filialwerbeanlagen als Blickfang für Fußgänger (Einkaufszone) und Autofahrer (Straße).

Aussteckschilder sind so platziert, dass sie sich in die Architektur integrieren und mit der vorhandenen Fassade in Bezug auf Größe und Form abgestimmt sind. Lassen Sie sich von uns beraten.



Flachschild

Beim Flachschild handelt es sich um eine Werbeanlage, die flach auf der Wand montiert wird. Flachschilder oder auch Bandanlagen werden im Regelfall bei Shop- und Filialwerbeanlagen eingesetzt. Das Flachtransparent ist in quadratischer, rechteckiger, ovaler oder fast jeder anderen Bauform erhältlich.

Flachschilder sind so platziert, dass sie sich in die Architektur integrieren und mit der vorhandenen Fassade in Bezug auf Größe und Form abgestimmt sind. Lassen Sie sich von uns beraten.



Einzelbuchstaben

Diese Bauart integriert sich harmonisch in jede Fassade. Einzelbuchstaben ermöglichen es, Logos oder Schriftzüge hochwertig und prägnant in den Kontext vorhandener Architektur zu platzieren und damit das jeweilige Haus und die Straßenansicht aufzuwerten. Die Buchstabenkörper können aus verschiedensten Materialien gefertigt werden wie z.B. Aluminium, Edelstahl, Messing, Kupfer oder Plexiglas. Einzelbuchstaben sind so platziert, dass sie sich in die Architektur integrieren und mit der vorhandenen Fassade in Bezug auf Größe und Form abgestimmt sind. Lassen Sie sich von uns beraten.



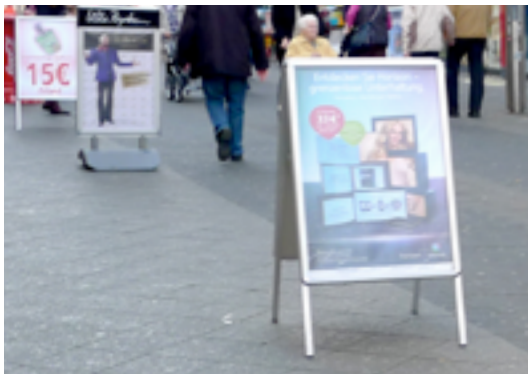
Werbetafel

Die Hauptaufgabe von Werbetafeln ist es, auf ein Highlight oder etwas Besonderes aufmerksam zu machen, und die Neugierde bzw. Vorfreude der Kunden zu wecken. Werbetafeln sind Hand beschrieben und weisen auf tagesaktuelle Angebote hin.



Fremdwerbung

Werbung eines Geschäftes für andere Unternehmen, die neben den eigenen Produkten für andere Marken und Labels wirbt. Markisen, Sonnenschirme und andere mit Fremdwerbung versehene Objekte im öffentlichen Raum sind nicht genehmigungsfähig.



Gehwegaufsteller/Kundenstopper

Ein Gehwegaufsteller (auch bekannt als Kundenstopper oder Plakatständer) ist ein Klapp-Aufsteller, in dem Plakate angebracht werden. Die Gehwegaufsteller dienen der Werbung auf den Gehwegen vor den Läden. Allerdings verhindern sie das Entlanglaufen an gut gestalteten Schaufenstern. Sie sind daher nicht mehr zeitgemäß und werden zukünftig nicht mehr genehmigt.



Warenauslagen

Waren oder Produkte die außerhalb ihres Geschäftes (im öffentlichem Raum) präsentiert werden, können zu einem hochwertigen Straßenbild beitragen. Als Warenauslagen sind sie genehmigungspflichtig und werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt.



Eigenwerbung

Werbung eines Geschäftes für sich selbst, die die angepriesene Produktpalette in den Mittelpunkt stellt.

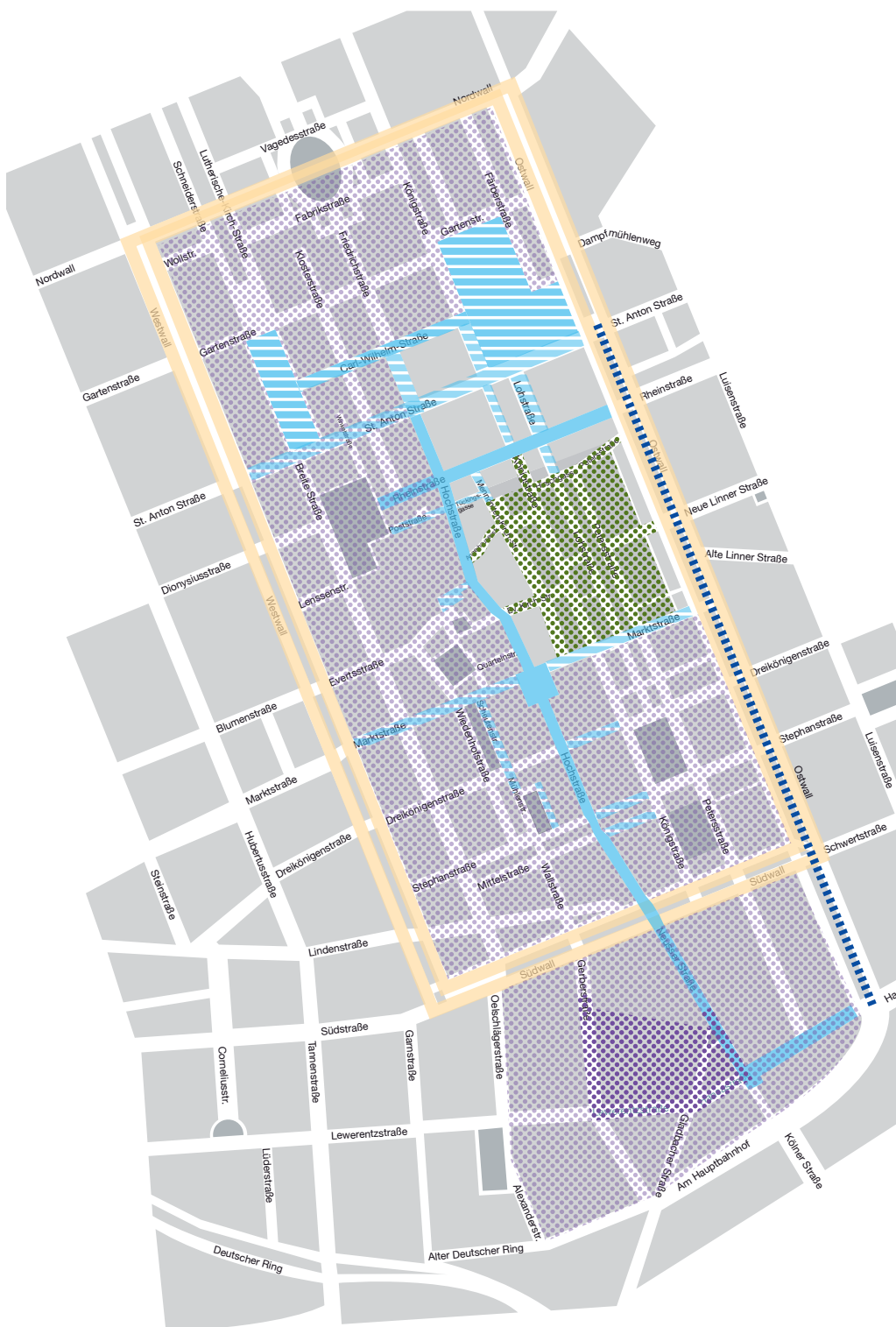
Gestaltqualität

Die Gestaltqualität ist eine Bezeichnung für eine Eigenschaft, die nur an der Gesamtheit einer Gestalt (und nicht an dessen Einzelteilen) erkannt wird.

Fassade

Die Fassade ist ein Teil der sichtbaren Hülle oder Außenhaut eines Gebäudes.

GESTALTUNGSBEREICHE



STADTACHSE

KÖNIGSVIERTEL

HANSAVIERTEL

INNENSTADTQUARTIER

OSTWALL

WÄLLE

Aus den Analysen, Beobachtungen und Gesprächen mit verschiedenen Innenstadtextperten resultieren folgende Gestaltungsbereiche für die Krefelder Innenstadt. Die genaue Lage Ihres Ladenlokals und das dazugehörige Quartier entnehmen Sie bitte den nächsten Seiten.



STADTACHSE

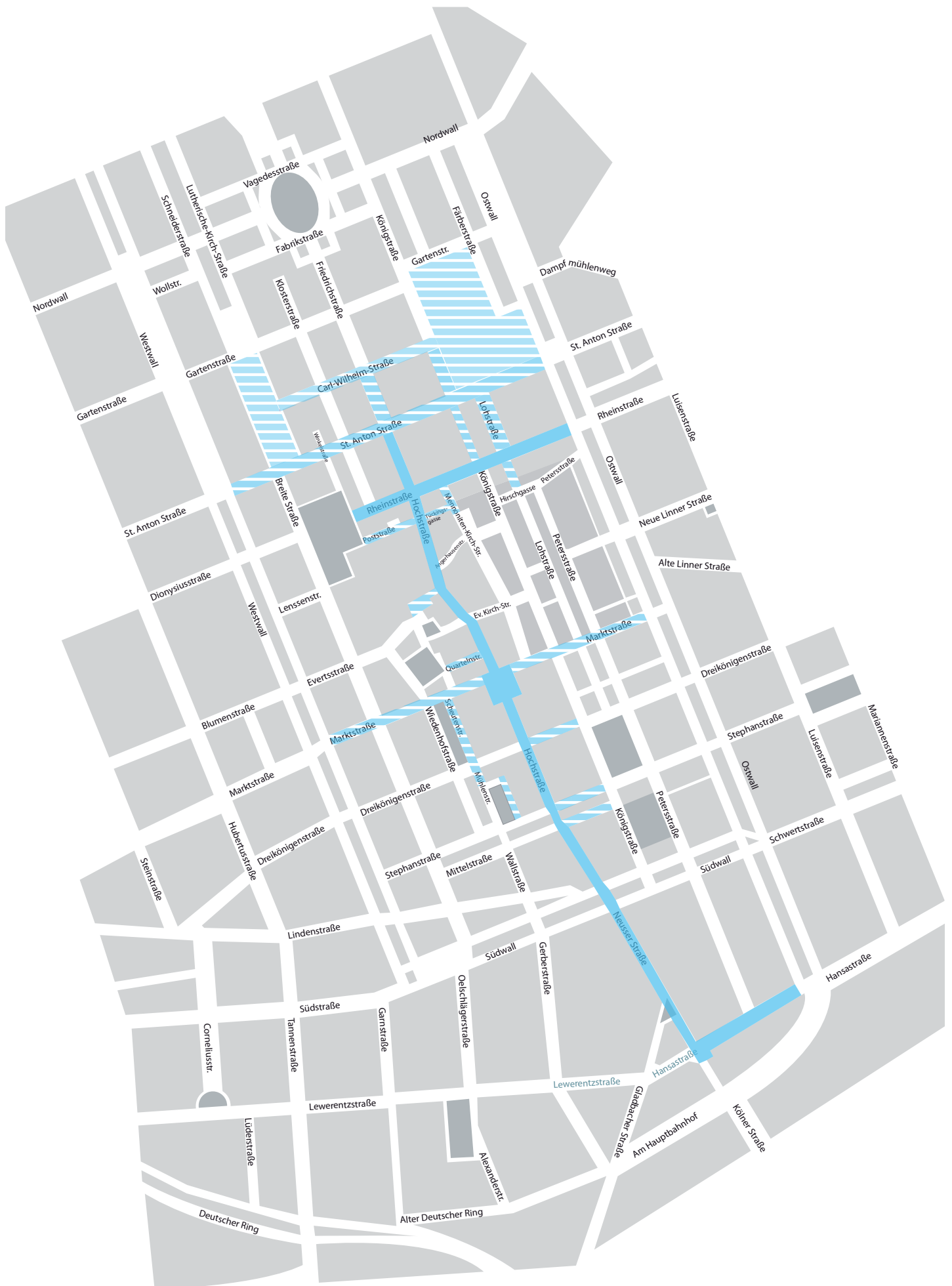
Die Stadtachse, die sich vom Hauptbahnhof mit dem Eingang Hansastraße als Linie durch die Innenstadt zieht, umfasst die Neusser Straße, die Hochstraße, Friedrichstraße und die Rheinstraße. Immer wieder wird die Achse von kleineren Platzaufweitungen unterbrochen, wie dem Neumarkt oder dem Schwanenmarkt. Über seitlich abgehende Gassen leitet die Stadtachse zu verschiedenen Krefelder Plätzen.

Filialisten und Franchise-Unternehmen prägen mit ihren Marken und Labels den Gesamteindruck. Vereinzelt existieren inhabergeführte und traditionelle Krefelder Geschäfte. Der südliche Bereich ist geprägt von preisorientierten Einzelhandelsbetrieben und Geschäften von Betreibern mit kultureller Vielfalt.

Die Stadtachse ist eine weite und helle, vom Verkehr befreite Einkaufsmeile. Ausgenom-

men der Neusser Straße, wo vorwiegend historische Gebäudeformen vorkommen, bildet die Stadtachse eine Kette mit typischer Einkaufsarchitektur unterschiedlicher Jahrzehnte. Die Highlights sind die an den Eingängen und in den Sichtachsen besonders ansehnlichen Gebäude des frühen 20. Jahrhunderts. Sie bilden die Perlen zwischen einer austauschbaren, nicht ortsspezifischen Architektur und dokumentieren Krefelder Geschichte, wie das „Sinn Haus“ auf der Neusser Straße, das ehemalige „Café Decker“ am Neumarkt oder das „Dhein Haus“, wo heute Thalia sitzt.

Neben dieser wertvollen Architektur sind es vor allem Geschäfte und Lokale, die das Gesicht der Stadtachse prägen. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Passanten auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen, Ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





NEU IST:

Die Stadtachse ist die Einkaufsmeile von Krefeld mit regionaler Strahlkraft und besonderer Vielfalt. Deshalb ist es wichtig, unbedingt auf Einhaltung der allgemeinen Gestaltungsregeln hinsichtlich Werbung acht zu geben.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

Bitte gestalten Sie auch die Hinterausgänge mit. Die Zugänge zu den Krefelder Plätzen und die Nebenstraßen sollen dazu einladen, sich in Krefeld umzuschauen. Dazu gehören die Hinterseiten ebenfalls.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstoppfern und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflanieren an den Schaufenstern wieder möglich.

(In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Auslagen sollen hochwertig sein und den Straßenraum aufwerten. Begrünung und Dekoration, die zum Produkt passen, sind erwünscht.

GESTALTUNGSLAITLINIE

STADTACHSE

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN - AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viel?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.



Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.



Vordächer und Markisen

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

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.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt (z.B. Wühltische). Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommestüten 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 ist erwünscht.



Mobiliar

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



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

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

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.

Hinterausgänge

Die Hinterausgänge der Lokale auf der Stadtachse sind mitgestaltet.

Die Zugänge zu den Krefelder Plätzen und die Nebenstraßen sollen dazu einladen, sich in Krefeld umzuschauen. Dazu gehören die Hinterseiten ebenfalls.

Fotomontage Kompetenzzentrum Social Design





KÖNIGSVIERTEL

Das Königsviertel wird gebildet von verschiedenen Straßenabschnitten in der nordöstlichen Innenstadt. Prägende Zentren sind die Königstraße, der Stadtmarkt mit dem Bereich rund um das Behnischhaus und die Angerhausenstraße. Die Angerhausenstraße und die Königstraße bieten vor allem hochpreisigen Einzelhandel. Daneben hat sich Dank der Initiierung des Stadtmarktes ein Gastronomieschwerpunkt entwickelt, der Tages- und Abendgastronomie beherbergt. Die gastronomischen Außenbereiche rund um das Behnischhaus werden von großzügigen Sitzinseln und bequemem Loungemobiliar geprägt.

Neben modernen Gebäuden wie dem Behnischhaus und der Bebauung auf der Angerhausenstraße existiert vereinzelt die Architektur der Nachkriegszeit in Form von eingeschossigen Übergangsbauten.

Die Königstraße ist im Gegensatz zu allen anderen wichtigen Einkaufslagen für den Individualverkehr befahrbar und mit einem Glasdach überstellt.

Neben der modernen Architektur sind es vor allem Geschäfte und Lokale, die das Gesicht des Königsviertels prägen. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Passanten auf Ihr Geschäft aufmerksam zu machen, ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





NEU IST:

Die verwendeten Elemente im Königsviertel strahlen ein Gespür für Gestaltung aus. Es sind die individuellen Gestaltungen, die die Atmosphäre prägen. Der zurückhaltende Einsatz von Werbung, die aufeinander abgestimmte Gestaltung von Aussteckschildern sowie die ausschließliche Verwendung von Einzelbuchstaben sind nur einige dieser Maßnahmen. In der Qualität sollen alle Straßenzüge eine ähnliche Ausstrahlung erhalten, deswegen sind die Regularien besonders anspruchsvoll. Denn auch zukünftig soll das Königsviertel für Exklusivität stehen.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

Bitte gestalten Sie auch die Hinterausgänge mit. Die Zugänge zu den Krefelder Plätzen und die Nebenstraßen sollen dazu einladen, sich in Krefeld umzuschauen. Dazu gehören die Hinterseiten ebenfalls.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstopperrn und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflaniern an den Schaufenstern wieder möglich.

(In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Um auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen, sind zum Produkt passende Dekoration und Begrünung erwünscht. Ebenso erfreulich ist es, wenn stilvolle Architekturbegrünung und moderne, frische Bepflanzungen von Blumenkübeln das Viertel schmücken.

Die gastronomisch genutzten Flächen im Königsviertel strahlen eine hochwertige Qualität aus und sind in lockerer Atmosphäre angeordnet. Die Bestuhlung soll sich zum Raum hin öffnen und zum Verweilen einladen.

Neben dem Material soll die Qualität des Königsviertels durch ein zurückhaltendes Farbspektrum und edel anmutenden Farben unterstrichen werden.

GESTALTUNGSLAITLINIE KÖNIGSVIERTEL

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viel?

Wie viele?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, wenn sich in den darüber liegenden Etagen separate Geschäfte oder andere Einrichtungen befinden.

Werden in Kooperation von Straßengemeinschaften andere Standardhöhen vereinbart, können hier Ausnahmen gemacht werden. Ziel aller Maßnahmen ist es, dass Straßenzüge als gestalterisch zusammengehörend wahrgenommen werden können.

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 wert-

volle 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.





Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.

Vordächer und Markisen

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

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.

Hinterausgänge

Hinterausgänge sind im Königsviertel besonders sensibel gestaltet. Insbesondere in dem Bereich Petersstraße und Lohstraße und rund um das Behnischhaus herum verhindern schlecht gestaltete Rückansichten eine hochwertige Atmosphäre für die umliegende Gastronomie und deren Gäste.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt (z.B. Wühltische). Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommestüten 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 ist erwünscht.

Mobiliar

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



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

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

Insbesondere im Königsviertel werden besonders hochwertige Materialien und Mobiliarvariationen verwendet, also keine Standard Stapelstühle mit Aluminiumgestell oder sonstige billig anmutenden Stühle. Die Sonnenschirme des Königsviertels haben helle Farben ohne Musterung. Auch Markisen passen sich diesem Farbspektrums an oder sind analog zu den Markisen des Stadtmarktes in Grün-Weiß-gestreift.

Die Anordnung des Mobiliars ist großzügig und lässt viel Raum. Kleinere Sitzinseln schaffen einen Loungecharakter.

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.

Farbigkeit

Es werden zurückhaltende und Edel anmutende Farben verwendet, wie Schwarz-, Weiß- und Graunuancen. Akzente, zum Beispiel durch Sitzkissen oder andere Dekoration, kommen in gedeckten Farben wie Dunkelgrün, Dunkelrot oder edel anmutenden Farben wie Silber und Gold vor.



Bepflanzung

Stilvolle Architekturbegrünung und moderne, frische Bepflanzungen von Blumenkübeln und -ampeln (z.B. durch Gräser, Bambus, Palmen etc.) unterstützen das moderne Flair des Königsviertels.

Eingänge ins Königsviertel

Alle Eingangswege ins Königsviertel (also ausgehend von Ostwall, Rheinstraße, Hochstraße und Dreikönigenstraße) sollen, dem Quartier entsprechend, hochwertig inszeniert werden. Hierzu zählen alle Ecksituationen und Zuwege, wie beispielsweise der Torbogen am Ostwall oder die Durchgangsstraßen vom Dr.-Hirschfelder-Platz aus.

Im Zeichen der Krefelder Tradition, einer Stadt mit Anspruch an Baukultur, sollte Kunst im öffentlichen Raum hier eine besondere Rolle übernehmen.

Fotomontage Kompetenzzentrum Social Design





HANSAVIERTEL

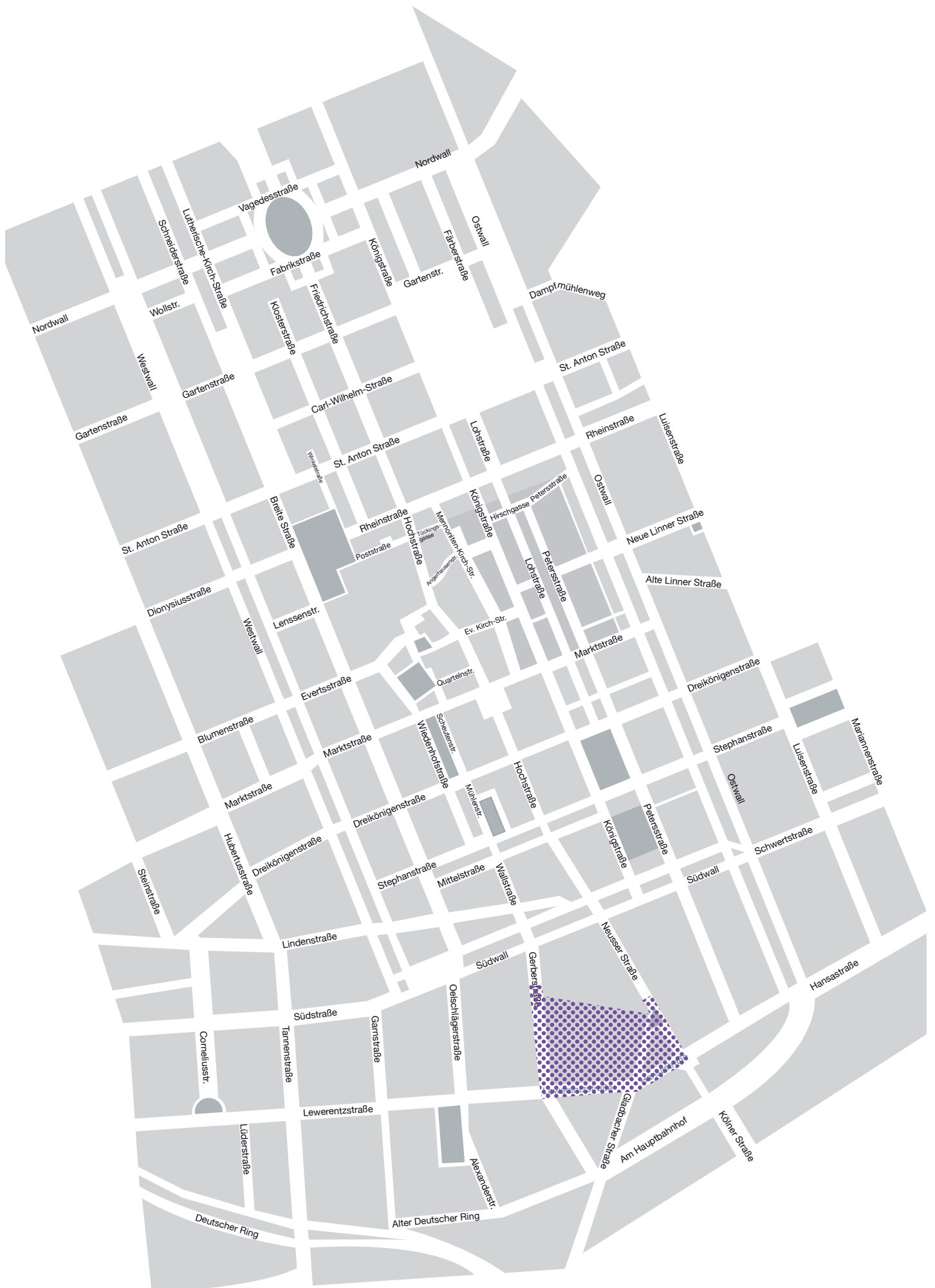
Das Hansaviertel wird gebildet durch den unteren Teil der Neusser Straße, die Gladbacher Straße und die HansasträÙe. Die Lewerentzstraße und die Gerberstraße gehören ebenfalls dazu.

Hält man sich einige Zeit im Hansaviertel auf, erkennt man nicht nur die wunderbaren historischen Fassaden, sondern spürt die lebendige Atmosphäre, die in den Straßen herrscht. Insbesondere der Aspekt Gastfreundschaft und kulturelles Leben werden im Straßenraum sichtbar. Diese emotionalen Gesten sollen durch entsprechende Einrichtung von Ausstattungselementen weiterentwickelt werden. Auch die noch kleine Marktsituation, die sich auf der Gladbacher Straße gebildet hat, trägt hierzu bei. Sie soll stärker gefördert werden, als Nahversorgungsstandort mit südländischer Atmosphäre.

Gerade weil die Architektur hier nicht beliebig ist, sondern die meisten Fassaden eine historische Formensprache haben, sind die Ladenbesitzer aufgefordert, dementsprechenden Umgang zu pflegen.

Da die Neusser Straße auch Teil der Stadtachse ist, müssen die architektonischen Perlen wie das „Sinn Haus“, das alte Glockenspiel und der Springbrunnen auf dem Südwall als solche sichtbar werden.

Neben der historischen Architektur sind es vor allem Geschäfte und Lokale, die das Gesicht des Hansaviertels prägen. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Passanten auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen, ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





NEU IST:

Das Hansaviertel entwickelt sich rund um die Gladbacher Straße. Damit hier ein einladender Aufenthaltsraum entstehen kann, sind Experimente der Aneignung und Initiativen zur Ansiedelung von Gastronomie erwünscht. Deswegen können auf der Gladbacher- und HansasträÙe Sonderausstattungen vorgesehen werden, die einen individuellen Charakter verstärken.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstoppem und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflaniem an den Schaufenstern wieder möglich.

(In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Auslagen sollen hochwertig sein und den Straßenraum aufwerten. Begrünung und Dekoration, die zum Produkt passen, sind erwünscht.

GESTALTUNGSLITLINIE HANSAVIERTEL

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viele?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.



Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.

Vordächer und Markisen

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

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.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden 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 ist erwünscht.



Mobiliar

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

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

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

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.



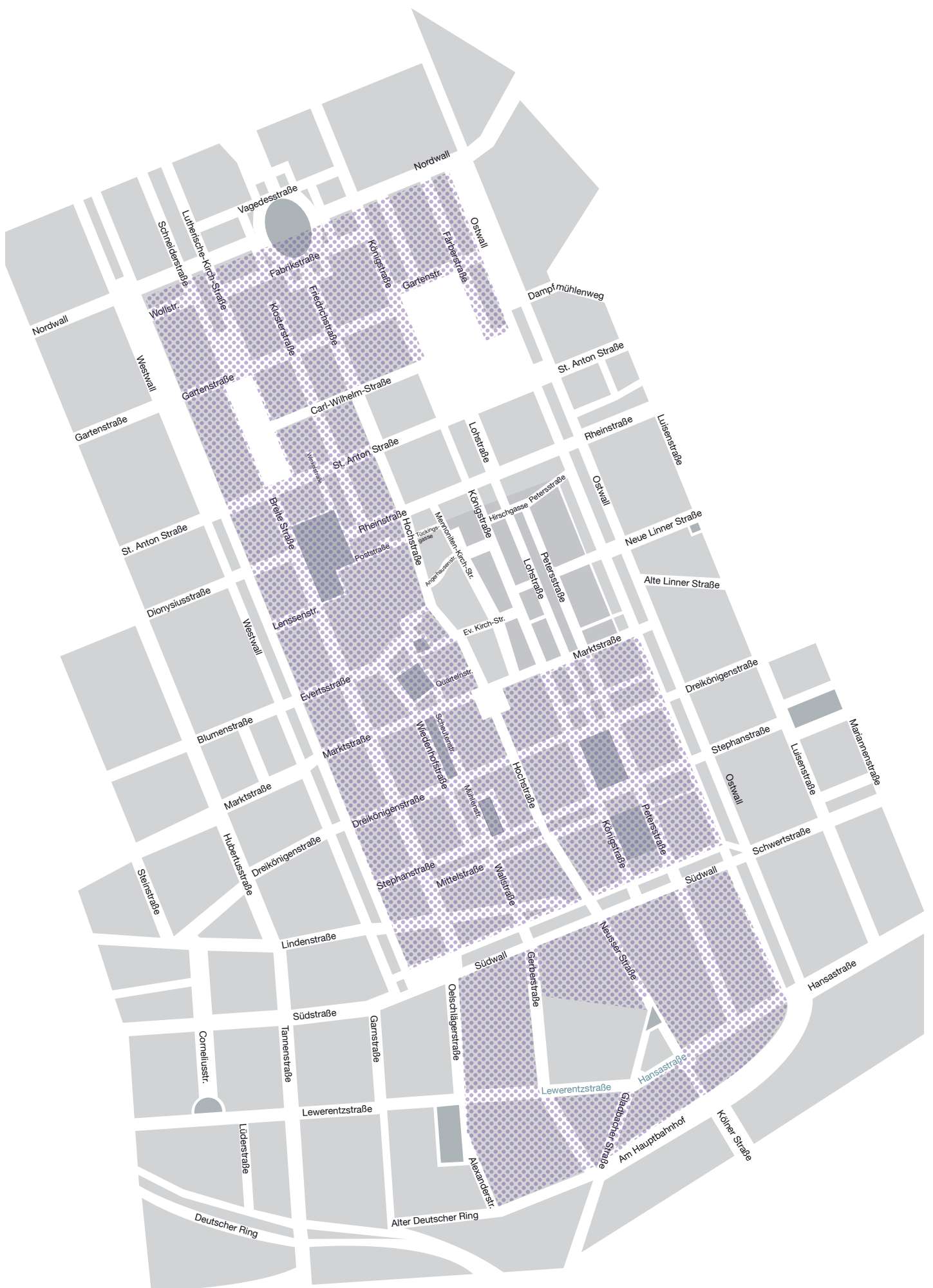
INNENSTADTQUARTIER

Innerhalb der vier Wälle und rund um den Hauptgeschäftsbereich liegt das Innenstadtquartier. Die angrenzenden Wohnstraßen und vielen Plätze wie der Anne-Frank-Platz, der Willy-Göldenbachs-Platz oder der Platz an der Alten Kirche sorgen für einen lebendigen Nutzungsmix in der Krefelder Innenstadt. Neben der Wohnfunktion befindet sich im Innenstadtquartier lokaler Facheinzelhandel und vor allem Abendgastronomie.

Besucht werden diese Orte meist von Krefeldern selbst oder Krefeldkennern aus dem Umland. Die meist individuellen Geschäfte und unkonventionell gestalteten Cafés stehen für das Krefeldtypische. In der Regel sind es Ortsansässige, die hier ihre Geschäfte haben. Besonders beliebt bei den Krefeldern ist der Wochenmarkt auf dem Westwall, der als größter und ältester Wochenmarkt der Stadt gilt.

Das architektonische Gesamtbild des Bereiches ist geprägt vom Krefelder Haus, einer Bauart aus den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts. Im nördlichen Teil der Innenstadt ist die Blockrandbebauung durch Nachkriegsbauten aufgebrochen. Die Struktur prägen kurze Wege und ein erhebliches Maß an Grünflächen. Fußläufig zu erreichen sind diverse Einrichtungen wie das Rathaus, die VHS, die Mediothek, das Theater und das Kaiser-Wilhelm-Museum.

Neben den Wohnbebauungen und den öffentlichen Einrichtungen prägen Geschäfte und Lokale das Gesicht des Innenstadtquartier. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Passanten auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen, ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





NEU IST:

Die vielen Möglichkeiten und individuellen Gestaltungsansätze im Innenstadtkern sollen gefördert werden. Vielfalt geht vor Einheit.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

Bitte gestalten Sie auch die Hinterausgänge mit. Die Zugänge zu den Krefelder Plätzen und die Nebenstraßen sollen dazu einladen, sich in Krefeld umzuschauen. Dazu gehören die Hinterseiten ebenfalls.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstoppnern und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflaniieren an den Schaufenstern wieder möglich.

(In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Auslagen sollen hochwertig sein und den Straßenraum aufwerten. Begrünung und Dekoration, die zum Produkt passen, sind erwünscht.

GESTALTUNGSLEITLINIE INNENSTADTQUARTIER

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viel?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.



Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.

Vordächer und Markisen

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

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.

Hinterausgänge

Auch Hinterausgänge sind im Innenstadtkwartier mitgestaltet. Denn die Zugänge zu den Krefelder Plätzen und die Nebenstraßen sollen dazu einladen, sich in Krefeld umzuschauen. Dazu gehören die Hinterseiten ebenfalls.

Fotomontage Kompetenzzentrum Social Design



GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt (z.B. Wühltische). Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommestüten 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 ist erwünscht.

Mobiliar

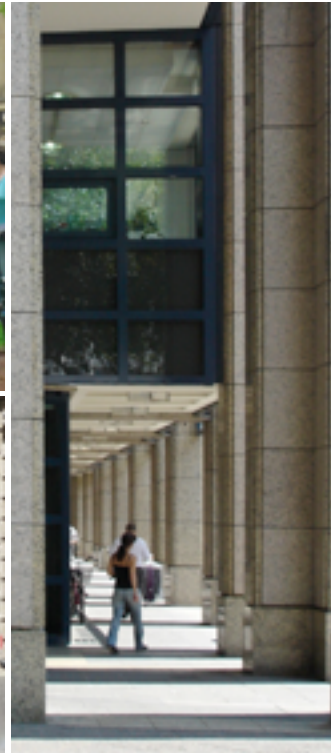
Stuhl ist nicht gleich Stuhl, und Lokale können sehr unterschiedlich wirken. Möblierungselemente haben verschiedene Formen, Farben und Muster. Die Materialität und die Anordnung tragen zum Charakter einer Außengastronomie bei.



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

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

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.



OSTWALL

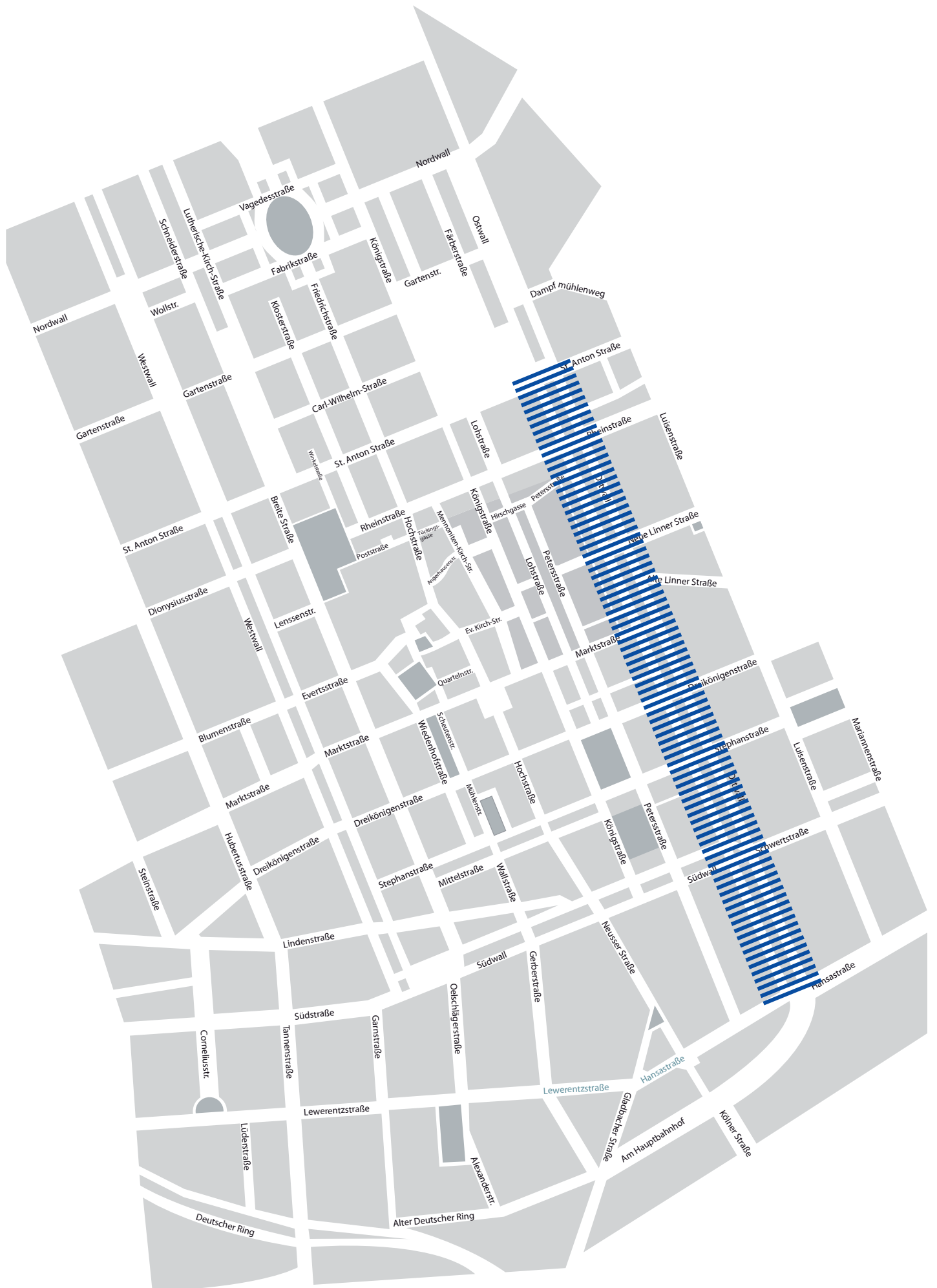
Der Ostwall stellt eine lebendige, gemischt genutzte Geschäftsstraße dar, die stark durch ihre Funktion als innerstädtische Eingangs- und Ringstraße geprägt ist.

Vom Bahnhof aus kommend bildet der Ostwall einen Eingang in die Innenstadt. Über diverse Parkflächeneinfahrten auf dem Ostwall gelangen Besucher in das Zentrum der Stadt. Zudem sorgen die hier lokalisierten Straßenbahnhaltestellen für gute Erreichbarkeit und hohe Passantenfrequenz.

Auf der westlichen Straßenseite findet sich überwiegend kleinteiliger Einzelhandel. Die traditionsreiche Geschäftsstraße mit typi-

schem Krefelder Handel hat sich in den letzten Jahren verstärkt zu einem Dienstleistungsstandort entwickelt. Insbesondere das Bankwesen ist hier heute stark vertreten.

Neben der Architektur und dem grünen Wall sind es vor allem Geschäfte und Lokale, die das Gesicht des Ostwalles prägen. Deshalb wollen wir Sie dabei unterstützen, Passanten auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen, ihre Produkte optimal zu präsentieren und Kunden freundlich zu empfangen.





NEU IST:

Der Ostwall ist das Eingangstor in die Krefelder Innenstadt. Deshalb ist es wichtig, unbedingt auf Einhaltung der allgemeinen Gestaltungssatzung hinsichtlich Werbung acht zu geben.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstoppnern und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflanieren an den Schaufenstern wieder möglich. (In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Auslagen sollen hochwertig sein und den Straßenraum aufwerten. Begrünung und Dekoration, die zum Produkt passen, sind erwünscht.

GESTALTUNGSLITLINIE OSTWALL

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viele?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.



Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.

Vordächer und Markisen

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

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.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt (z.B. Wühltische). Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommestüten 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 ist erwünscht.

Mobiliar

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

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

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

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.



WÄLLE

Die vier, die Innenstadt von Krefeld begrenzenden, Wälle sind 1819 von Adolph von Vagedes geplant und in mehreren Etappen realisiert worden. Übernahmen die Wälle insbesondere im 19. und 20. Jahrhundert eine Promenadenfunktion mit Lindenalleen, Wegen, Bänken und Springbrunnen, decken sie heute verschiedene Funktionen wie Parkraum für Pkws, Flanierstreifen, Fahrspur der Straßenbahnen oder schlicht Grünfläche ab. 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, son-

dern über die gesamte Woche präsent ist. Mit der baldigen Neueröffnung des Kaiser-Wilhelm-Museums besteht die Chance, auf dem Westwall privatere 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. Durch Anreize zum Aufenthalt sollte eine Sogwirkung Richtung Westen entstehen.

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.





NEU IST:

Die Krefelder Wälle sind städtebauliches Alleinstellungsmerkmal der Stadt und als Rahmen stadtbildprägend. Sie stehen für Krefeld und seine Bewohner und bieten vielfältige Aufenthaltsangebote.

FÜR IHR GESCHÄFT

Mit ihrem Geschäft und dessen Ausstrahlung in den Stadtraum werben Sie für Ihre Produkte. Damit Ihr Geschäft optimal wirken kann, ist es notwendig, dass es sich in die vorhandene Architektur integriert. Um die Sichtbarkeit der Architektur zu gewährleisten, sollen sich die Werbeanlagen, wie Aussteckschilder und Einzelbuchstaben, in Größe und Form dem Gebäude unterordnen. Für die Beschriftung werden, bis auf zu begründende Ausnahmen, nur freistehende Einzelbuchstaben genehmigt.

Es sind nur Werbeanlagen bewilligbar, die der Eigenwerbung dienen. Dies gilt ebenso für Möblierungselemente und Sonnenschirme.

Wenn Sie in ein neues Ladenlokal umziehen oder schließen, müssen Sie die alten Werbeanlagen nach dem Auszug demontieren.

FÜR UNSERE STRASSE

Der Straßenraum soll von der erheblichen Anzahl an Gehwegaufstellern, Kundenstopperrn und sonstigen Werbeträgern befreit werden. Hierdurch wird das direkte Entlangflaniern an den Schaufenstern wieder möglich.

(In Ausnahmefällen können Aufstelltafeln für tagesaktuelle Angebote der Gastronomie genehmigt werden.)

Auslagen sollen hochwertig sein und den Straßenraum aufwerten. Begrünung und Dekoration, die zum Produkt passen, sind erwünscht.

GESTALTUNGSLAITLINIE

WÄLLE

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – AM HAUS

Schilder und Beschriftungen

Wie viele?

Jedes Geschäft kann für sich mit einem Aussteckschild und Einzelbuchstaben auf der Fassade werben. Dies ist abhängig von der Fassadenbreite. Bei Eckhäusern auch eines in jede Richtung, jedoch mit gleicher Gestaltung, Maße und Lage.

Vermeiden Sie bitte unnötige Wiederholungen, weniger ist 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 sinnvoll, 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 in Abstimmung zum Nachbarn, oder im bestem Fall zum Straßenzug, angebracht. An Hinterausgängen sind keine Aussteckschilder angebracht, gerne aber flache Schriftzüge.

Wie?

Bevorzugt werden direkt auf der Fassade oder das Schaufenster aufgebrachte Schriftzüge in Einzelbuchstaben. 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, Transparente werden vermieden. Werbeanlagen enthalten ausschließlich Eigenwerbung.

Alle Schilder sind in Größe und Ausführung angemessen, 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 mit gestaltet und werden wahlweise als Schaufenster genutzt.

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

Wie lange?

Bei einem Auszug werden alle Werbeelemente entfernt! Wird dies nicht erfüllt, kann die Demontage nachträglich in Rechnung gestellt werden.



Schaufenster

Schaufenster sind als transparentes Element der Architektur und sind schon 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.

Vordächer und Markisen

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

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.

GESTALTUNGSVORSCHRIFTEN – VOR DEM HAUS

Auslage

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 werden bei mangelnder Gestaltqualität abgelehnt (z.B. Wühltische).

Ständige Ausnahmen bilden hier die Märkte in der Innenstadt.

Gehwegaufsteller und sonstige Werbeträger (Eis-, Pommestüten 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 ist erwünscht.

Mobiliar

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



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

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

Die Räume der Innenstadt sollen offen gestaltet sein und eine einladende Geste vermitteln. Begrenzungen, sprich Wind, Lärm- und Sichtschutze, werden deshalb vermieden und bedürfen einer besonderen Prüfung. Falls jedoch ein Schutz unumgänglich ist, ist er so transparent wie möglich zu halten.

Hochschule Niederrhein
Fachbereich Design
Kompetenzzentrum Social Design

Frankenring 20
D-47798 Krefeld
www.hs-niederrhein.de
<http://socialdesign.hs-niederrhein.de>

im Auftrag von:
Stadt Krefeld, Fachbereich Marketing
und Stadtentwicklung und Fachbereich
Stadtplanung

Die Gestaltungsleitlinien für die Krefelder
Innenstadt sind unter Beteiligung zahlrei-
cher Innenstadtakteure im Frühjahr 2014
entwickelt worden. Die Erarbeitung des
Gestaltungskonzeptes für die Krefel-
der Innenstadt entstand im Auftrag
der Stadt Krefeld/Fachbereich Marketing
und Stadtentwicklung und Fachbereich
Stadtplanung 2012.