

**Große Kreisstadt Winnenden**  
**Rems-Murr-Kreis**



**Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum**

---

**ENTWURF**





## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. Ausgangslage und Aufgabenstellung</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Begriffsbestimmungen</b> .....	<b>1</b>
<b>3. Vorgehensweise</b> .....	<b>2</b>
<b>4. Bestandsanalyse</b> .....	<b>3</b>
<b>5. Leitfaden zu Sondernutzungen in Winnenden</b> .....	<b>8</b>
5.1 Räumlicher und sachlicher Geltungsbereich .....	8
5.2 Allgemeine Grundsätze.....	9
5.3 Warenauslagen .....	9
5.4 Werbeständer (Kundenstopper) und Werbefahnen.....	10
5.5 Außengastronomie und Möblierung .....	11
5.6 Sonnen- und Wetterschutz, Überdachungen .....	11
5.7 Begrünungselemente.....	12
5.8 Zeitlich befristete Hütten für gastronomische Angebote .....	12
5.9 Sonstige Elemente.....	13
5.10 Ausnahmen .....	13
<b>6. Glossar</b> .....	<b>14</b>





## 1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

Angesichts des kommunalen Wettbewerbs, der Filialisierung im Einzelhandel und der damit einhergehenden zunehmenden Uniformität der Einkaufsstraßen, der Bedeutung der, i. d. R. verkehrsgünstig gelegenen, Einkaufsstandorte außerhalb der Innenstädte und des ansteigenden Onlinehandels, kommen dem Stadtbild, der Aufenthaltsqualität und Atmosphäre einer Innenstadt besondere Bedeutung zu. Besucher, die die innerstädtischen Einkaufsstraßen dem Einkaufen im Internet oder in nicht integrierten Fachmärkten vorziehen, schätzen in der Regel die besondere Einkaufsatmosphäre und die Aufenthaltsqualität in einer Innenstadt.

Einen wichtigen Einfluss auf die Außenwirkung und Attraktivität einer Fußgängerzone haben u. a. Werbeanlagen. Ebenfalls prägen Sondernutzungen im öffentlichen Raum, wie z. B. Kundenstopper oder die Möblierung der Außengastronomie, das Erscheinungsbild der Innenstadt.

Unzureichende Regelungen hinsichtlich der Gestaltung von Werbeanlagen und Sondernutzungen können zu einer Überfrachtung und zu störenden Fehlentwicklungen führen, die das Stadtbild negativ beeinflussen und die Standortqualität mindern.

Um den privaten und öffentlichen Interessen gerecht zu werden, ist ein verbindliches Regelwerk zur konzeptionellen Steuerung von Werbeanlagen und Sondernutzungen erforderlich. Bei der Zulassung von Werbeanlagen und Sondernutzungen sind zukünftig vor allem auch gestalterische und städtebauliche Aspekte zu berücksichtigen.

Das Büro Dr. Acocella hat für die Erarbeitung einer Werbeanlagenkonzeption für die Stadt Winnenden eine Bestandserhebung durchgeführt.

Die Werbeanlagenkonzeption besteht aus den folgenden drei Abhandlungen:

- Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt
- Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum
- räumliche Steuerung von Fremdwerbung im Stadtgebiet

Die vorliegende Abhandlung umfasst das den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum. Die beiden weiteren Abhandlungen werden jeweils in einer separaten Abhandlung behandelt.

Die Stadt Winnenden möchte die positive Innenstadtentwicklung unterstützen und ist deshalb bestrebt mit einem Leitfaden für Sondernutzungen den öffentlichen Raum zu ordnen. Ziel ist es, dass sich sämtliche Sondernutzungen in das Straßen- und Stadtbild einfügen und dieses nicht beeinträchtigen.

## 2. Begriffsbestimmungen

Werbeanlagen (z. B. in Form von Kundenstoppnern, Warenauslagen) und sonstige Nutzungen (z. B. in Form von Möblierung durch Außengastronomie), die auf öffentlicher Verkehrsfläche aufgestellt sind, stellen gemäß Straßengesetz Sondernutzungen dar. Eine Sondernutzung ist nur nach vorheriger Erlaubnis durch das Amt für öffentliche



Ordnung zulässig. In § 16 des Straßengesetzes für Baden-Württemberg sind die Regelungen zu Sondernutzungen enthalten.

Im Gegensatz dazu gelten örtlich gebundene Werbeanlagen wie z. B. Schilder, Beschriftungen und Bemalungen, die der Ankündigung oder Anpreisung oder als Hinweis auf Gewerbe oder Beruf dienen und vom öffentlichen Verkehrsraum aus sichtbar sind als bauliche Anlage und sind entsprechend § 2 Abs. 9 der Landesbauordnung für Baden-Württemberg (LBO) definiert.

Darüber hinaus gibt es Werbeanlagen zur Fremdwerbung, wie z. B. Werbetafeln, Säulen, Pylone, die oftmals an Stadteingängen und in Gewerbegebieten zu finden sind. Werbeanlagen zur Fremdwerbung sind im Bauplanungsrecht als sonstige nicht störende Gewerbeanlage eine eigenständige Hauptnutzung.

Die vorliegende Abhandlung beschäftigt sich mit den Sondernutzungen im öffentlichen Raum.

### 3. Vorgehensweise

Zur Bewertung der Bestandssituation führten Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella im März 2018 eine intensive Begehung der Innenstadt von Winnenden durch. Dabei wurden die verschiedenen Werbeanlagen und Sondernutzungen im öffentlichen Raum fotografiert und bewertet.

Der Stadt Winnenden war es wichtig, die örtlichen Akteure möglichst früh in den Prozess der Erstellung der Werbeanlagenkonzeption einzubeziehen. Am 23. April 2018 wurde aus diesem Grund ein Stadtspaziergang durch die Innenstadt von Winnenden mit anschließender Bürgerwerkstatt durchgeführt. Im Rahmen der ersten Bürgerwerkstatt hatten die Teilnehmer die Gelegenheit ihre Ideen und Vorschläge bezüglich der künftigen Regelung der Werbeanlagen und Sondernutzungen im öffentlichen Raum zu formulieren. Erste Regelungsvorschläge in Bezug auf Werbeanlagen in der Innenstadt und Sondernutzungen im öffentlichen Raum wurden festgehalten.

Im Rahmen des Workshops wurde das Thema Sondernutzungen im öffentlichen Raum von einer der beiden Arbeitsgruppen diskutiert. Grundsätzlich waren sich die Teilnehmer einig, dass im Sinne einer attraktiven Innenstadt eine "Entrümpelung" des Straßenraumes erforderlich ist und grundsätzlich hochwertige Materialien für jegliche Sondernutzungen verwendet werden sollen. Je konkreter mögliche Regelungsvorschläge wurden, umso so schwieriger wurde es jedoch, gemeinsame, von allen getragene, Lösungen zu finden.

Folgende Aspekte wurden u. a. von den Teilnehmern genannt:

- Kundenstopper einheitlich
- Kundenstopper ohne Aufsatz
- Anzahl, Größe, Form von Kundenstoppern regeln
- grundsätzlich keine Kundenstopper in der Marktstraße
- Anzahl, Größe, Ort von Warenauslagen regeln



- dezente, einheitliche und werbefreie Sonnenschirme
- hochwertige Materialien bei der Außengastronomie
- Entrümpelung
- Blumenkästen optisch schön gestalten (Viehmarktplatz)

Am 22. Oktober 2018 wurden den anwesenden örtlichen Gewerbetreibenden und interessierten Bürgerinnen und Bürger die Entwurfsergebnisse für die Werbeanlagensatzung für die Innenstadt und den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum vorgestellt. Zusammen mit den anwesenden Einzelhändlern und Bürgerinnen und Bürgern wurden die einzelnen Regelungsinhalte diskutiert und ergänzende Anregungen festgehalten. Die drei Berichtsentwürfe für die Werbeanlagenkonzeption für die Stadt Winnenden lagen vom 12. November 2018 bis 12. Dezember 2018 beim Stadtentwicklungsamt der Stadt Winnenden öffentlich aus und konnten auf der städtischen Internetseite der Stadt Winnenden abgerufen werden. Am 28. Januar 2019 wurde eine zweite Bürgerwerkstatt durchgeführt, um den Gewerbetreibenden und den Bürgerinnen und Bürgern erneut die Möglichkeit zu geben, an der Erarbeitung der Werbeanlagenkonzeption mitzuarbeiten. In zwei Gruppen aufgeteilt, bei der sich eine Gruppe mit den Regelungsinhalten für eine Werbeanlagensatzung für die Innenstadt und eine zweite Gruppe mit den Regelungsinhalten für einen Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum beschäftigte, wurden ergänzende Regelungsinhalte gesammelt und auf Moderationskarten geschrieben. Alle drei Veranstaltungsformate wurden durch das Stadtentwicklungsamt der Stadtverwaltung Winnenden organisiert und moderiert. Im Rahmen eines Vortrages wurden bei der ersten Bürgerwerkstatt durch das Büro Dr. Acocella Positiv- und Negativbeispiele für Werbeanlagen und Sondernutzungen im öffentlichen Raum vorgestellt.

#### **4. Bestandsanalyse**

Nachfolgend werden beispielhaft, die im Rahmen der Begehung im März 2018 aufgenommenen Sondernutzungen in der Innenstadt dargestellt.

##### **Sondernutzungen in der Innenstadt**

Auffällig ist insbesondere die hohe Anzahl an Kundenstoppfern in der Marktstraße. Darüber hinaus weisen einzelne Geschäfte veraltete, überdimensionierte und qualitativ minderwertige Warenauslagen auf. Sowohl die vielen Kundenstopper (z. T. mehrere pro Geschäft), als auch einige Warenauslagen beeinträchtigen das historisch geprägte Straßenbild der Marktstraße. Außerdem schränken die Kundenstopper und Warenauslagen die Einsehbarkeit der Geschäfte (Zugänge und Schaufenster) ein und verengen den Straßenraum für Kunden und Besucher.



Foto 1: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 2: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 3: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 4: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 5: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 6: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 7: Viehmarktplatz

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018



Foto 8: Sondernutzungen Marktstraße

Quelle: Büro Dr. Donato Acocella, März 2018

Die Begehung hat verdeutlicht, dass die hohe Anzahl und die Gestaltung der Sondernutzungen die angesehene Innenstadt von Winnenden beeinträchtigen. In der Innenstadt wurden in der Vergangenheit erhebliche Investitionen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes getätigt (u. a. Bereich Markthaus). Dieser attraktiv gestaltete öffentliche Raum ist jedoch auf Grund der Fülle, Dimension und mangelnden Qualität von Kundenstoppnern, Warenauslagen, etc. in Teilen nur eingeschränkt wahrnehmbar. Im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung wird hier ein entsprechender Handlungsbedarf deutlich.

Wie die Begehung auch deutlich macht, besteht insbesondere am Viehmarktplatz und in der Marktstraße, im Abschnitt zwischen dem Schwaikheimer Torturm und dem Kronenplatz, Handlungsbedarf hinsichtlich der Entrümpelung des öffentlichen Raumes. Dies sollte unabhängig von den Regelungen zu Sondernutzungen und Werbeanlagen möglichst kurzfristig angegangen werden.

## 5. Leitfaden zu Sondernutzungen in Winnenden

Im Hinblick auf eine attraktive Innenstadt werden nachfolgend Vorschläge für den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum gemacht:

Der Leitfaden dient als ergänzendes Beurteilungsinstrument bei der Erteilung einer Sondernutzungserlaubnis, womit die vom Amt für öffentliche Ordnung für eine Beurteilung herangezogenen Kriterien (z. B. Verkehrssicherheit) zukünftig auch um gestalterische Aspekte ergänzt werden können.

### 5.1 Räumlicher und sachlicher Geltungsbereich

Für den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum wird der folgende Geltungsbereich festgelegt:

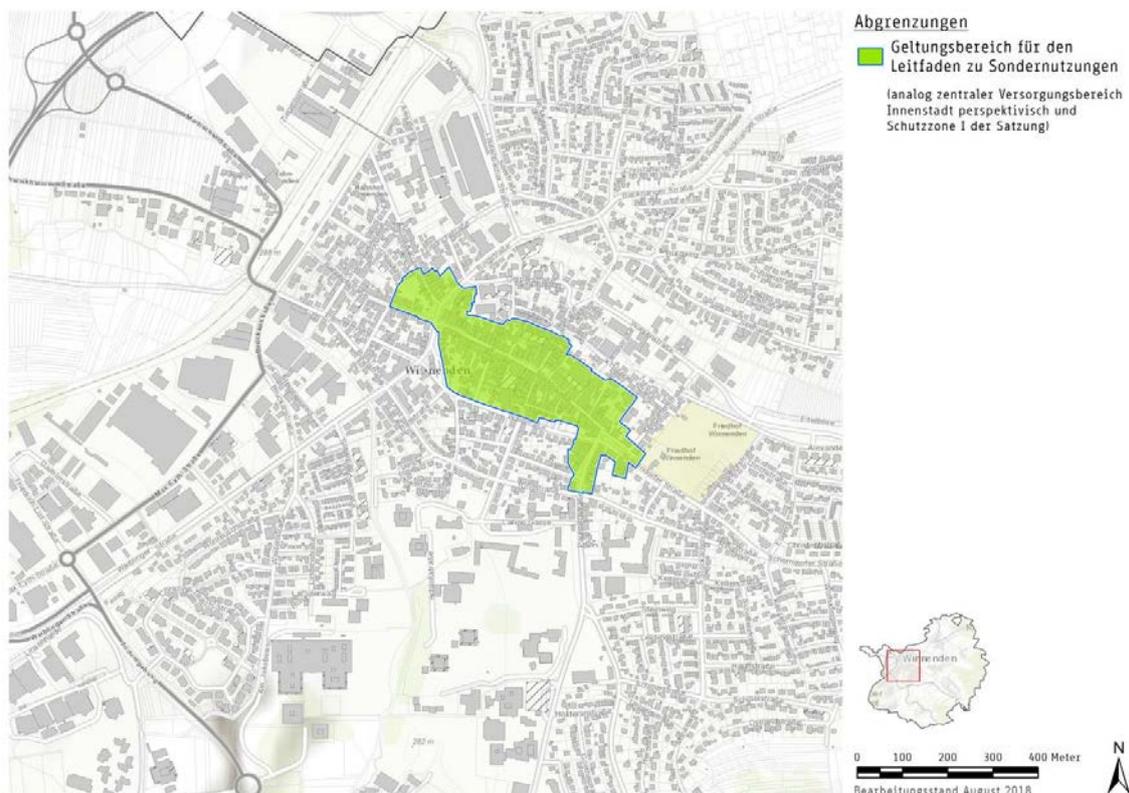


Abb. 1: Geltungsbereich für den Leitfaden für Sondernutzungen im öffentlichen Raum



Die Abgrenzung deckt sich u. a. mit der des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (gemäß Einzelhandelskonzept) bzw. der Schutzzone I der Satzung zur Regelung von Werbeanlagen in der Innenstadt.

## 5.2 Allgemeine Grundsätze

Zeitlich befristete Aktionen oder Veranstaltungen (Geschäftseröffnungen, besonderes mehrjähriges Geschäftsjubiläum, verkaufsoffener Sonntag, Stadtfeste und sonstige städtische Veranstaltungen), **deren jeweilige Dauer fünf Tage hintereinander und insgesamt 14 Tage im Jahr nicht überschreiten**, sind von den Bestimmungen des Leitfadens für Sondernutzungen im öffentlichen Raum nicht berührt.

Ein Rechtsanspruch auf Erteilung oder Aufrechterhaltung einer Sondernutzungserlaubnis besteht nicht. Die Erlaubnis kann versagt oder eingeschränkt werden, wenn zwar die gestalterischen Anforderungen entsprechend diesem Leitfaden erfüllt sind, jedoch die beabsichtigte Nutzung öffentliche Belange (z. B. Verkehrssicherheit) beeinträchtigt.

Für bereits genehmigte Sondernutzungen, die diesem Leitfaden nicht entsprechen, wird eine auskömmliche Frist vom Amt für öffentliche Ordnung der Stadtverwaltung Winnenden festgelegt, bis wann die bestehenden Sondernutzungen noch genutzt werden können.

## 5.3 Warenauslagen

Zu den Warenauslagen im Sinne dieses Leitfadens zählen alle Elemente, die der Anpreisung, der Präsentation oder dem direkten Verkauf von Ware dienen (z. B. Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken). Warenauslagen bestehen in der Regel aus dem Warenträger und der darin angebotenen Ware.

Warenauslagen sind in Farbe, Form und Material aufeinander abzustimmen. Es ist ausschließlich eine zurückhaltende Farbgebung zulässig. Eine hochglänzende oder grelle optische Wirkung ist nicht zulässig.

Es sind maximal zwei Arten der Warenpräsentation pro Gewerbeeinheit zulässig (z. B. Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken).

Ungestaltete Warenauslagen mit Lagercharakter und minderwertige Transportverpackungen (z. B. Europaletten, Pappkartons, Einkaufswagen, Wäschekörbe aus Plastik etc.) sind nicht zulässig.

Holzkisten und Körbe sind in Form einer ansprechenden Warendekoration zulässig (z. B. für Obst, Kunst und Antiquitäten).

Bei Gebäuden mit einer Fassadenbreite von kleiner als 7,0 m dürfen die Warenauslagen auf maximal zwei Drittel und bei Gebäuden mit einer Gebäudefront ab 7,0 m auf maximal der Hälfte der an den öffentlich zugänglichen Bereich angrenzenden Fassadenfront aufgestellt werden. Die Außenabmessung der Warenauslagen darf insgesamt



maximal 1,5 m breit und maximal 1,0 m tief, gemessen vom Niveau des öffentlich zugänglichen Bereiches, sein.

Warenauslagen dürfen bei einer Grundfläche kleiner als 1,0 m<sup>2</sup> maximal 2,0 m und bei einer Grundfläche größer gleich 1,0 m<sup>2</sup> maximal 1,5 m hoch sein.

Warenauslagen müssen zu Nachbargeschäften einen Mindestabstand von 0,5 m einhalten.

Zusätzlich angebrachte Elemente an Warenauslagen (z. B. Ballons, Beleuchtung, Fahnen) sind nicht zulässig.

#### 5.4 Werbeständer (Kundenstopper) und Werbefahnen

Zu den Werbeständern (Kundenstopper) im Sinne dieses Leitfadens zählen alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden und mobilen Konstruktionen, die der Geschäfts- oder Produktwerbung dienen (z. B. Klapptafeln, Hinweisschilder und Werbefahnen).

Werbeständer (Kundenstopper) dürfen ausschließlich vor die an einen öffentlich zugänglichen Bereich angrenzende Fassade mit einem Abstand von maximal 1,5 m, gemessen von der Gebäudeaußenwand der Stätte der Leistung, aufgestellt werden. **Die Anzahl der Werbeständer ist je Gewerbeeinheit auf einen Werbeständer beschränkt.** Eine Gewerbe- bzw. Funktionseinheit liegt vor, wenn unter den Gesichtspunkten eines gemeinsamen Nutzungskonzepts, der Ergänzung der Sortimente und der Nutzung von Synergieeffekten eine Gewerbeeinheit in der Außenwirkung vorliegt. In diesen Fällen ist die Anzahl der Werbeständer je Gewerbe- bzw. Funktionseinheit auch auf einen Werbeständer beschränkt.

Werbestände dürfen maximal 0,7 m breit, 1,2 m hoch und 0,8 m tief sein. Diese Außenabmessung entspricht einem Werbeständer DIN A1 mit einer Plakatfläche von rund 0,5 m<sup>2</sup>.

Es ist ausschließlich eine zurückhaltende Farbgebung zulässig, vorzugsweise die Eigenfarbe des Materials, bei Beschichtungen z. B. schwarz, anthrazit, grau, beige oder weiß. Eine grelle und aufdringliche Farbgebung, hochglänzende bzw. polierte Oberflächen und eine dadurch erzeugte auffällige Wirkung sind nicht zulässig.

Zusätzlich angebrachte Elemente an Werbeständer (z. B. Ballons, Beleuchtung, Fahnen) sind nicht zulässig.

Werbefahnen (z. B. Beachflag) sind nicht zulässig.

Sich drehende Werbeständer und Werbeständer mit wechselnder Darstellung oder Laufschrift sind nicht zulässig.

Sonderformen, aufblasbare und kompressorbetriebene Werbeständer, Skulpturen und übergroße Darstellungen von Produkten und Objekten (z. B. Eistüten oder Riesentelefone) sind nicht zulässig.



## 5.5 Außengastronomie und Möblierung

Im Sinne dieses Leitfadens sind unter dem Begriff "Außengastronomie" alle möblierten und bewirtschafteten Freiflächen im öffentlichen gewidmeten Straßenraum zu verstehen, die Gastronomiebetrieben zuzuordnen sind.

Die gesamte Möblierung, Wetterschutzelemente sowie das entsprechende Zubehör und Dekoration eines außergastronomischen Betriebs sind in Stilrichtung, Form, Material und Farbgebung aufeinander abzustimmen.

Für Tische, Stühle und Bänke und sonstiges Mobiliar sind Materialien wie Holz, Stoffe, Aluminium, Edelstahl oder ähnliches zu wählen.

Es ist ausschließlich eine zurückhaltende Farbgebung zulässig, vorzugsweise die Eigenfarbe des Materials, bei Beschichtungen z. B. schwarz, anthrazit, grau, beige oder weiß. Eine grelle und aufdringliche Farbgebung, hochglänzende bzw. polierte Oberflächen und eine dadurch erzeugte auffällige Wirkung sind nicht zulässig.

Reine Kunststoffmöbel sind nur ausnahmsweise in hochwertiger Gestaltung zulässig. Kunststoffmobiliar einfacher Bauart und einfache Monoblock-Kunststoffmöbel sind nicht zulässig.

Auf Stühlen, Tischen und Bänken sind Aufdrucke, Aufkleber, Folien oder andere angebrachte Elemente (z. B. Eigen- und Fremdwerbung) nicht zulässig.

Einzelne Bänke und Tische dürfen maximal 2,0 m lang sein. Einfache Biertischgarnituren sind nicht zulässig.

Die Grundfläche von Außentheken, Vitrinen, Grills, Kühltruhen und Kühlschränke und mobile Anrichten darf insgesamt maximal **2,0 m<sup>2</sup>** Fläche im öffentlichen Raum in Anspruch nehmen. **Freistehendes Mobiliar ist entsprechend zu verblenden.**

Zusatzmobiliar wie Teppiche, Kunstrasen, Zäune, Windschutzeinrichtungen (z. B. Besspannungen und Glasscheiben), Raucherzelte und Gasbrenner (sogenannte Heizpilze) sind nicht zulässig.

Aus besonderen Anlässen (Geschäftseröffnungen, besonderes mehrjähriges Geschäftsjubiläum, verkaufsoffener Sonntag, Stadtfeste und sonstige städtische Veranstaltungen) können zeitlich befristete (maximal fünf Tage und maximal an insgesamt 14 Tage im Jahr) Abweichungen zu den Anforderungen an die Außengastronomie zugelassen werden.

## 5.6 Sonnen- und Wetterschutz, Überdachungen

Überdachungen sind Schirme, Markisen, Segel und vergleichbare Konstruktionen, die dem Sonnen- bzw. Wetterschutz dienen.

Außenbewirtschaftungen und Warenauslagen dürfen aus Gründen des Sonnen- und Wetterschutzes überdacht werden.

Es sind für ein Gewerbebetrieb bzw. ein Gastronomiebetrieb nur solche Sonnen- und Wetterschutzkonstruktionen zulässig, die ein einheitliches Erscheinungsbild haben.



Eine einfarbige, matte und textile bzw. textilähnliche Bespannung ist zwingend. Grelle Farben sind nicht zulässig.

Für das Gestell ist die Eigenfarbe des Materials bzw. bei Beschichtungen eine zurückhaltende Farbgebung, z. B. schwarz, anthrazit, grau, beige oder weiß, zulässig.

Beschriftungen auf den Sonnen- und Wetterschutzanlagen, z. B. für Eigenwerbung, sind nur in Form von dezenten Schriftzügen auf der bespannten Fläche zulässig. Fremdwerbung auch in Verbindung mit Produktwerbung, ist nicht zulässig (z. B. Sonnenschirme mit dem Logo von Getränkeherstellern).

Das Aufhängen von Waren an Überdachungen ist nicht zulässig.

Einhausungen, Pavillons, Zelte, horizontale sowie vertikale Planen bzw. Bespannungen und vergleichbare Konstruktionen sind nicht zulässig.

## 5.7 Begrünungselemente

Begrünungselemente müssen einheitlich gestaltet sein und aus einem optisch ansprechenden und hochwertigen Material (z. B. Keramik, Ton, Metall) bestehen. Die Verwendung von grellen Farben für Pflanzkübel ist nicht zulässig.

Pflanzbehälter sind inklusive der Bepflanzung bis zu einer Höhe von maximal 1,5 m und einem Mindestabstand zum Nachbargeschäft von 0,5 m zulässig.

Pflanzbehälter aus Vollkunststoff und Waschbeton sowie eine Verkleidung mit diesen Materialien sind nicht zulässig. Die Verwendung von Betonringen und Palisaden sowie künstliche Pflanzen und Kunstrasen ist nicht zulässig.

Das Anbringen von zusätzlichen Elementen (z. B. Fahnen, Werbung) ist nicht zulässig.

Dekoratives weißes Licht und weiße Lichterketten dürfen an Bepflanzungen angebracht werden, wenn die Lichtstärke entsprechend gering ist, dass sich die Beleuchtung deutlich unterordnet. Durch die Beleuchtung darf es zu keinen Beeinträchtigungen (z. B. der Verkehrsteilnehmer und Passanten) kommen. Farbiges und blinkendes Licht bzw. Lichterketten sind nicht zulässig.

## 5.8 Zeitlich befristete Hütten für gastronomische Angebote

Für zeitlich befristete und besondere gastronomische Angebote darf ausnahmsweise eine Wetterschutzhütte, die ausschließlich der Warenpräsentation und dem Aufenthalt einzelner Angestellter des gastronomischen Betriebs dient, aufgestellt werden. Die Befristung zur Aufstellung einer Hütte für besondere gastronomische Angebote beträgt jährlich maximal drei Monate. Eine längere zeitliche Aufstelldauer ist nicht zulässig.

Die Hütte darf maximal 5,0 m lang, 5,0 m breit und 3,5 m hoch sein. Die Grundfläche darf maximal 25,0 m<sup>2</sup> betragen.



## 5.9 Sonstige Elemente

Private Fahrradabstellanlagen sind nicht zulässig. Die Stadt stellt einheitliche Fahrradabstellanlagen im öffentlichen Raum zur Verfügung.

Private Abfall- und Aschebehältnisse müssen in Form- und Farbgebung schlicht ausgeführt werden. Die Verwendung von grellen Farben (z. B. Neonfarben, Signalfarben) ist nicht zulässig. Eine zusätzliche Beklebung oder Beschriftung (z. B. mit Eigen- oder Fremdwerbung) ist nicht zulässig.

Elektrisch betriebene, sich bewegende Kinderspielautomaten sind nicht zulässig.

Sonderformen, aufblasbare und kompressorbetriebene Werbeständer, Skulpturen und Darstellungen von Produkten und Objekten (z. B. übergroße Eistüten oder Telefone) sind nicht zulässig.

## 5.10 Ausnahmen

Offensichtlich positive Gestaltungselemente, welche in diesem Leitfaden noch nicht berücksichtigt sind, können in Ausnahmefällen zugelassen werden.



## 6. Glossar

**Fachmärkte** sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z. B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z. B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z. B. Drogeriemarkt, werden überwiegend zentrale Lagen in der Innenstadt gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

**Filialisierung** bezeichnet die Verdrängung inhabergeführter Geschäfte des Einzelhandels durch Filialen größerer Handelsunternehmen. Ortstypische Geschäfte werden aufgegeben, da ihre Inhaber die geforderten Mieten nicht mehr bezahlen können. An ihre Stelle treten Filialen national oder international operierender Großunternehmen, die aufgrund ihrer Marktmacht, rationellerer Geschäftsprozesse und weiterentwickelter Geschäftskonzepte trotz hoher Mieten Gewinne machen können.

Unter **Werbeständer** (Kundenstopper) zählen alle auf dem Boden stehenden, selbsttragenden und mobilen Konstruktionen, die der Geschäfts- oder Produktwerbung dienen (z. B. Klapptafeln, Hinweisschilder, Menütafeln, Werbefahnen etc.). Der Kundenstopper soll den Erstkontakt zu neuen Kunden, insbesondere zur Laufkundschaft herstellen bzw. die Kunden informieren. Kunden, die sich in der Nähe des Verkaufsortes befinden, sollen im übertragenen Sinne "gestoppt" und auf Produkte und Dienstleistungen aufmerksam gemacht werden.

Als **Warenauslagen** im Sinne dieses Leitfadens sind alle Elemente zu verstehen, welche der Anpreisung, der Präsentation oder dem direkten Verkauf von Ware dienen, wie z. B. Wühltische, Warenkörbe, Kleiderständer, Auslagen auf dem Boden, Warenautomaten, mobile Vitrinen, Drahtcontainer und Ausstellung von Einzelstücken.

Gefertigt:

Winnenden, den 01.10.2018 / 18.11.2019

Weiß / Schlecht  
Stadtentwicklungsamt