



SCHÖNE WILHELMSTADT

Gestaltungsempfehlungen für die
Ladenzonen der Spandauer Wilhemstadt

**Sanierungsgebiet der
Spandauer Wilhelmstadt
entlang der Pichelsdorfer Straße**



WILLKOMMEN!

Seit 2011 ist die Wilhelmstadt in Berlin-Spandau als Sanierungsgebiet förmlich festgelegt und soll in der Fördergebietskulisse des Bund-Länder-Programms Aktive Stadt- und Ortsteilzentren als urbanes Stadtteilzentrum und attraktiver Wohnort mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten weiterentwickelt werden.

Die **Gestaltungsempfehlungen für die Ladenzonen der Spandauer Wilhelmstadt** richtet sich an Einzelhändler, Gastronomen, Handwerker und Dienstleister der Spandauer Wilhelmstadt. Die Broschüre gibt Anregungen für geeignete Gestaltungsmöglichkeiten für Läden in der Erdgeschosszone. Sie dient als Inspiration und unterstützt den sinnvollen Einsatz von Werbeanlagen.

Gelungen gestaltete Ladenzonen steigern die Attraktivität des Straßenbildes und stärken die wirtschaftliche Anziehungskraft.



Unvorteilhafte Ladengestaltung: Es gibt zu viele Reize und Informationen



Gelungene Ladengestaltung: hochwertige und natürliche, aufgeräumte Gestaltung

EMPFEHLUNGEN FÜR EINE ATTRAKTIVE AUSSEN- DARSTELLUNG

1. **Gebäude und Erdgeschosszone**
2. **Fassadenschilder und Beschriftungen**
3. **Ausleger und Fahnen**
4. **Aufsteller und Werbeobjekte**
5. **Warenauslagen und Warenpräsentation**
6. **Schaufensterbeklebung und
Schaufenstergestaltung**
7. **Werbung für Gewerbe und Läden in
Hinterhöfen und Remisen**
8. **Markisen**
9. **Gastronomische Aussenanlagen**

1. Gebäude und Erdgeschosszone

Fassade, Außenwerbung, Schaufenster und Warenauslagen sind die Elemente, die bei der Gestaltung der Ladengeschäfte in den Erdgeschosszonen mit dem gesamten Gebäude in Einklang gebracht werden müssen. Sie sollen als gestalterische Einheit wahrnehmbar sein und sich so darstellen, dass sie mit den Nachbargebäuden und dem atmosphärischen Gesamtbild der Straße harmonisieren.

- ✓ Farbe und Material des Erdgeschossbereichs, in dem das Ladenlokal liegt, sollen auf die gestalterische Ausprägung des Gebäudes und des Straßenverlaufs abgestimmt werden und sich harmonisch integrieren.
- ✓ Gebäude mit Ladengeschäften verfügen in der Regel über konkret vorgesehene Fassadenbereiche, die Platz für Außenwerbung bieten. Diese dienen als Rahmen, den es zu respektieren gilt (siehe Bild rechte Seite).
- ✓ Abstände der Werbung zu darüber, daneben und darunter liegenden Fassadenelementen, Türen und Fenstern etc. müssen individuell eingehalten werden und sich der baulichen Struktur des Gebäudes unterordnen.

Vermieden werden soll:

- ✗ Eine unangemessene Häufung von Werbeanlagen an der Fassade.
- ✗ Eine großflächige Schaufensterbeklebung.
- ✗ Werbeanlagen sollen sich nicht auf Obergeschosszone erstrecken.
- ✗ Jedwede Art von Werbeanlagen, Beschriftungen oder sonstigen untergeordneten baulichen Nebenanlagen, die außerhalb der Erdgeschosszone liegen.
- ✗ Durchgehende Werbeanlagen, Schilder o.ä. ohne Abstand zwischen Schaufenstern, Türen oder sonstigen Fassadenöffnungen.



Die Gestaltung der Ladenzone im Erdgeschossbereich integriert sich harmonisch in die bauliche Gesamtstruktur des Gebäudes



Außenkanten von Fenstern und Balkonen als Rahmen für Gestaltung des Außenbereichs der Ladenlokale nutzen

Erdgeschosszone und Obergeschosse sind farblich aufeinander abgestimmt

Die Sockelzone ist aus anderem Material bzw. aus anderer Farbe

2. Fassadenschilder und Beschriftungen

Fassadenschilder und Beschriftungen dienen der Orientierung und geben Informationen zum Gewerbe oder zur Dienstleistung im Gebäude. Eine künstlerische Umsetzung, sowie ein ausgeglichene Maß von Werbung und Gestaltung bereichern das Stadtbild.

✓ Farbe, Material, Form, Größe und Anbringungsart sollen sich, abgestimmt auf die Gebäudearchitektur, einordnen, der Gesamtfassade unterordnen und harmonisch in die Nachbarschaft einfügen.

✓ Beschriftungen, Schilder o.ä. an der Fassade sollen so angebracht werden, dass immer noch Wandfläche sichtbar ist bzw. ein wahrnehmbarer Abstand zu anderen Fassadenelementen und -öffnungen (Fenster, Türen) oder Gebäudekanten verbleibt.

✓ Je Ladenlokal nur eine Geschäftsbezeichnung.

✓ **Zulässige Varianten:** Einzelbuchstaben und Logos, die an der Fassade befestigt sind, und:

1. von auskragenden Spots beleuchtet werden,
2. oder selber leuchten,
3. oder hinterleuchtet sind.

Es ist darauf zu achten, dass diese Beleuchtung nicht übermäßig hell und übermäßig kaltweiß ist.

✓ Ein aufgemalter Schriftzug in sorgfältiger Umsetzung ist ein einfaches Mittel der Fassadenbeschriftung.

✓ Möglich ist es auch Einzelbuchstaben auf eine Platte anzubringen und diese Platte in der Gesamtheit an der Fassade anzubringen (siehe Bild oben „Spreheidi“).

Vermieden werden soll:

✗ Der Einsatz von Leuchtkästen.

✗ Der permanente Einsatz von Bannern, die für den temporären Einsatz bestimmt sind (bedruckte und geklebte LKW-Folien, Mesh und Textilien).



Auf Platte befestigte Einzelbuchstaben



Ausgelaserte Buchstaben in Metallplatte



Leuchtende Einzelbuchstaben

✗ LED-Leuchten:

1. im großen Umfang,
2. mit grellem Licht,
3. mit fixer oder beweglicher Beschriftung und Beleuchtung mit frontal oder seitlich einsehbaren LED Leuchtpunkten,
4. farbenwechselnde LEDs in jedweder Form.

✗ Fremdwerbung auf Fassadenschildern und in Beschriftungen sind unzulässig.

Architektonische Besonderheiten, denkmalgeschützte und historische Gebäude müssen gesondert behandelt und Gestaltungsideen geprüft werden.



Einzelbuchstaben an der Fassade



professionell aufgemalter Schriftzug

Maße
maximal 60 cm Breite (Tiefe)
x 80 cm Höhe.
Inklusive Konstruktion insge-
samt maximal 100 cm Tiefe.



Durchgangshöhe
mindestens 250 cm

Beispiel: schlichter Leuchtkasten

3. Ausleger, Aufstecker und Fahnen

Anders als Fassadenbeschriftungen wirken senkrecht zur Fassade angebrachte, herauskragende Schilder hauptsächlich in der Straßenflucht.

- ✓ Nur ein Ausleger pro Ladenlokal.
- ✓ Einfache Formen sollen gewählt werden (siehe Beispiele in den Bildern rechts).
- ✓ Ein unaufdringlicher, schlichter Leuchtkasten ist empfehlenswert (siehe Beispiel im Bild links).
- ✓ Fahnen sind nur in hochwertiger Ausführung gewünscht (siehe Beispiel im Bild rechts unten).
- ✓ Ausnahmen für künstlerische oder handwerklich hochwertige Ausleger können nach Absprache gewünscht sein und das Gesamtbild des Straßenbilds bereichern.
- ✓ Eine Durchgangshöhe von mindestens 250 cm unter dem Ausleger muss vorhanden sein.
- ✓ Die Schildfläche von maximal 60 cm Tiefe x 80 cm Höhe (ohne Konstruktion) ist nicht zu überschreiten.

Vermieden werden soll:

- ✗ Ein Ausleger mit fixer LED-Beleuchtung.
- ✗ Ein Ausleger mit beweglicher LED-Beleuchtung.
- ✗ Farbenwechselnde LEDs in jedweder Form.
- ✗ Der Einsatz von **auffälligen** Leuchtkästen.
- ✗ Der permanente Einsatz von Bannern, die für den temporären Einsatz bestimmt sind (bedruckte und beklebte LKW-Folien, Mesh und Textilien).
- ✗ Fremdwerbung auf Auslegern ist unzulässig



harmonisches Gesamtbild



schlichte Kunststoffplatte



hochwertige Fahne

4. Aufsteller und Werbeobjekte

Gehwegaufsteller dienen dazu die Passanten optisch anzusprechen und auf Warenangebote und Dienstleistungen hinzuweisen. Hier gilt jedoch „Weniger ist mehr“ und nicht „Viel hilft viel“. Werbeobjekte können informativ und eine gelungene Bereicherung für das Stadtbild sein.

Grundsätzlich braucht der Gewerbetreibende für alles, was er auf das öffentliche Straßenland stellt, eine Ausnahmegenehmigung nach der Straßenverkehrsordnung. Die erteilt die Straßenverkehrsbehörde. (Adresse siehe Seite 22)

- ✓ Nur ein Aufsteller (maximale Werbefläche 1 m²).
- ✓ Ein Fahrradständer (maximale Werbefläche 25 cm Höhe x 100 cm Breite, keine Fremdwerbung).
- ✓ Pflanzkübel (maximaler Durchmesser 60 cm) müssen in einem gepflegten Zustand sein.
- ✓ Alle Werbeobjekte, Aufsteller, Fahrradständer, und Blumenkübel können auf einer Fläche bis maximal 1,50 m Tiefe von der Fassade entfernt aufgestellt werden, wenn sie den Fußgängerverkehr nicht behindern.
- ✓ Nach Geschäftsschluss sind die in Anspruch genommenen Flächen vollständig zu räumen und zu säubern.

Alle vorgenannten Nutzungen müssen beantragt werden und sind genehmigungspflichtig.

Unzulässig sind:

- ✗ Mehrere Aufsteller, Beachflags und Fahnen.
- ✗ Leuchtende oder blinkende Werbeelemente.
- ✗ Eistüten aus Kunststoff, aufblasbare Werbeelemente, Kinder-Fahrautomaten o. ä. und zu große Objekte (Maße siehe oben)



hochwertiger, mit Schrift beklebter Klappständer



farbig gestrichene Informationstafel



Fahrradständer mit Werbefläche



Gepflegte Begrünung



„Weniger ist mehr“ heißt die besten Produkte auswählen und übersichtlich präsentieren



Individuell gestaltete Warenauslage

5. Warenauslagen und Warenpräsentation

Warenauslagen zeigen gemeinsam mit dem Schaufenster das Angebot des jeweiligen Ladens. Eine sorgfältige Präsentation der Waren vor dem Ladenlokal kann die Aufmerksamkeit der Passanten lenken und das gesamte Bild der Straße positiv beeinflussen und gestalten.

✓ Die Präsentation der Waren sollte übersichtlich und sortiert sein und es sollen eher ausgewählte Produkte aus dem Sortiment anstelle von Sonderangeboten präsentiert werden.

✓ Die Präsentationsfläche kann bis maximal 1,50 m Tiefe direkt an der Gebäudewand angeordnet werden, wenn sie den Fußgängerverkehr nicht behindert. Je nach Örtlichkeit reduziert sich die Fläche für Warenauslagen auch aufgrund der Gehwegbreiten.

✓ Die genutzten Warentische, Kleiderständer und Objekte für die Außenpräsentation sollten hochwertig im Design und Material sein.

✓ Nach Geschäftsschluss sind die in Anspruch genommenen Flächen vollständig zu räumen und zu säubern.

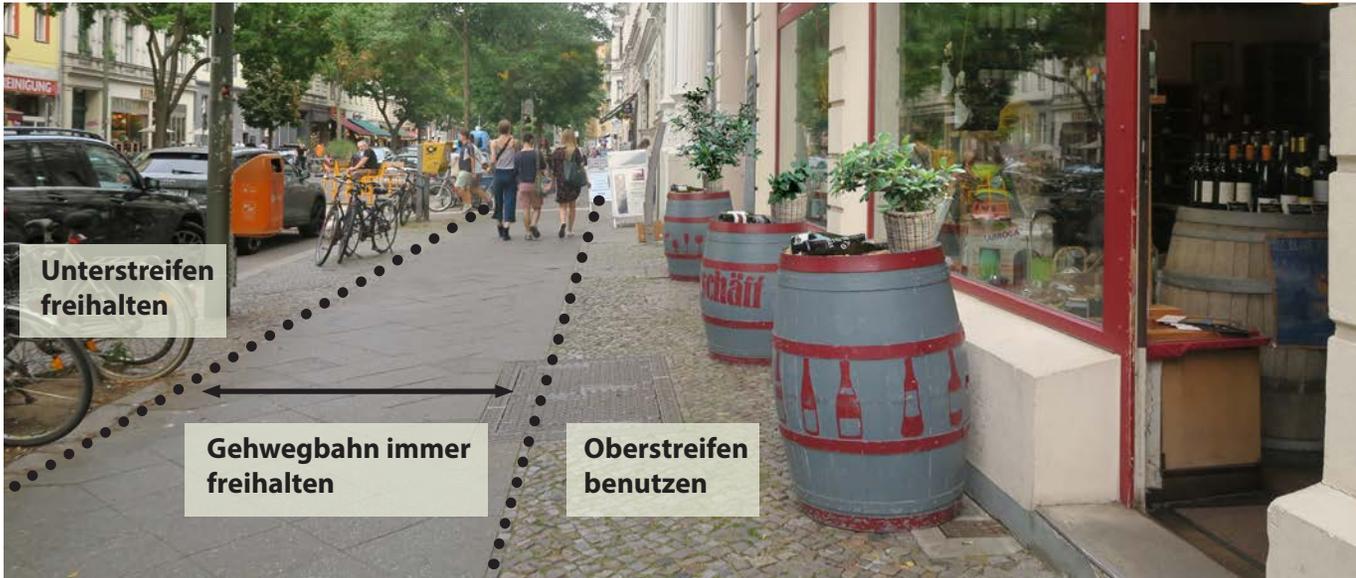
Für alle vorgenannten Nutzungen ist eine Ausnahmegenehmigung der Straßenverkehrsbehörde erforderlich. (Adresse siehe Seite 22)

Unzulässig sind:

✗ Der Weg zu benachbarten Schaufenstern und Ladeneingängen darf nicht versperrt werden.

✗ Separate Kassen, Theken, Kühlgeräte, Getränke- und Warenautomaten, Transportwagen, Paletten, Kartons, Container und Vorratsbehälter.

✗ Das Aufstellen von Sonnenschirmen im Zusammenhang mit Warenausstellungen.



Präsentation direkt an der Gebäudewand anordnen

6. Schaufensterbeklebung und Schaufenstergestaltung

Das Schaufenster wird nicht umsonst die „Visitenkarte des Ladengeschäftes“ genannt.

Es ist ein wirkungsvoller Rahmen, Ihre Waren ins rechte Licht zu rücken und dem Fenster Ihre persönliche Note und Atmosphäre zu verleihen.

Das Ladenlokal und den Bereich davor passend zu saisonalen Begebenheiten zu dekorieren belebt das Straßenbild und trägt zu einem lebendigen Stadtteil bei. Themen sind z.B. Weihnachten, Ostern, Fußball -WM, Straßenfeste usw.

✓ Es gilt Qualität vor Quantität. Die Gestaltung soll inspirierend und sorgfältig gewählt und nicht überladen und wahllos sein.

✓ Eine klare und übersichtliche Beschriftung, die gut lesbar ist soll gewählt werden. Einzelbuchstaben sind empfehlenswert.

✓ Es soll eine aktuelle d.h. dem Angebot und der Jahreszeit entsprechende Schaufensterpräsentation sein.

✓ Die Dekoration soll ordentlich und regelmäßig gesäubert sein.

✓ Eine Beklebung von max. ca. 25 % der gesamten Fläche ist empfehlenswert.

Vermieden werden soll:

✗ Eine stark beklebte Fläche, die nichts oder sehr wenig vom Innenraum erkennen lässt (außer gesetzlich vorgeschrieben z.B. bei Spielhallen).

✗ Eine massive Ansammlung von Aufklebern.

✗ Ein ungepflegter, schmutziger Zustand außen und innen, sowie vergilbte Werbeanlagen und Aufkleber.

✗ LED Schilder wie z. B. OPEN und alle bewegten LED-Banner, sowie eine grelle Farbgebung.

✗ Fremdwerbung ist unzulässig.



Saisonales, herbstliches Schaufenster



Qualität vor Quantität

cashmere

sisters

**Einzelbuchstaben
wirken wertig und
sind daher flächigen
Beklebung vorzu-
ziehen**

**Maximal 25 % der
Schaufensterfläche
bekleben**

7. Werbung für Gewerbe und Läden, die sich in Hinterhöfen und Remisen befinden

Gewerbe und Läden in Hinterhöfen werden anders/ unterschiedlich beschildert.

Die Beschilderung soll Orientierung bieten. Deshalb empfiehlt sich die Position der Beschilderung je nach Fassadensituation an oder über dem direkten Duschgang in den Hinterhof anzubringen.

- ✓ Die Beschilderung muss kleiner als die Beschilderung der zur Straße anliegenden Ladengeschäfte ausgebildet sein.
- ✓ Das Schild muss die Abstände zu bestehenden Fassadenelementen respektieren und soll als einzeln stehendes Schild, welches nicht in Kombination mit anderen Schildern steht, erkennbar sein.
- ✓ Stelltafeln (maximale Werbefläche 1 m²) für Gewerbetriebe im Hof dürfen höchstens direkt vor der Hofeinfahrt aufgestellt werden, nicht z. B. an der nächsten Straßenecke.

Aufsteller können den Weg in die Hinterhöfe weisen. Hier gelten die Regeln wie unter Punkt 4 beschrieben. Sie benötigen immer eine Ausnahmegenehmigung der Straßenverkehrsbehörde. (Adresse siehe Seite 22)



Aufsteller zeigt eindeutig den Weg zum Hinterhof



Einfarbige Markise über Fenster und Tür



Harmonisches Gesamtbild von Beschilderung und Markise

8. Markisen

Markisen dienen als Sonnenschutz der Schaufenster oder des Freisitzes und sollen sich harmonisch in Form und Farbe an die Fassade anpassen.

- ✓ Ein ausreichender Abstand zum Nachbargebäude muss gewährleistet werden.
- ✓ Die Markise soll einfarbig sein.
- ✓ Eigenwerbung soll nur untergeordnet am Volant angebracht sein.
- ✓ Markisen sind in Ihren Maßen auf den Bereich des Schaufenster und des Eingangs zu beschränken.
- ✓ Eine Durchgangshöhe von mindestens 250 cm unter der Markise muss vorhanden sein.
- ✓ Eine Auskragung von maximal 150 cm ist möglich.

Unzulässig sind:

- ✗ Eine Bedruckung der Markise oben auf der Verschattungsfläche.
- ✗ Grelle Farben.
- ✗ Die Befestigung von Transparenten, Schildern, Lichterketten o.ä. Ausschmückungen an der Markise.
- ✗ Freistehende Markisen und Seitenteile an den Markisen (Einhausungen).

9. Gastronomische Aussenanlagen

Freisitzanlagen, das heißt die Aussenbereiche von Cafés und Restaurants mit Tischen, Stühlen und Schirmen sorgen für ein lebendiges Straßenbild und prägen die Atmosphäre des öffentlichen Raums.

Sie benötigen immer eine Ausnahmegenehmigung der Straßenverkehrsbehörde. (Adresse siehe Seite 22)

- ✓ Nur die Breite des Ladenlokals kann maximal für den Freisitz genutzt werden.
- ✓ Das Material der Möblierung sollte vorzugsweise Holz, Metall oder Rattan sein und einen gepflegten und einheitlichen Eindruck machen.
- ✓ Schirme sollten einfarbig sein und ohne Fremdwerbung. Die Größe der Schirme darf die Fläche der erlaubten Außenbestuhlung nicht überschreiten. Es sollte je Freisitz nur eine Art von Schirmen verwendet werden.
- ✓ Pflanzkübel (maximal 60 cm Durchmesser) können punktuell aufgestellt werden. Sie sollen aus hochwertigem Material mit gepflegte Pflanzen sein.



einfarbige Schirme derselben Art

- ✓ Sämtliche zusätzliche Gegenstände zu den Tischen und Stühlen, wie Schirme, Blumenkübel, Stelltafel müssen innerhalb der erlaubten Nutzungsfläche aufgestellt werden.
- ✓ Nach Geschäftsschluss sind die in Anspruch genommenen Flächen vollständig zu räumen und zu säubern.
- ✓ Nach Saisonende muß die Außenmöblierung aus dem Straßenraum zum Überwintern entfernt werden.

Unzulässig sind:

- ✗ Zäune, heckenartig angeordnete Pflanzen, Geländer, mobile Trennwände und Windschutzwände.
- ✗ Zelte, Pavillons, zeltartige An-, Auf- und Umbauten, Planen und Bespannungen.
- ✗ Podeste, großflächige Teppiche, Kunstrasen oder andere Bodenbeläge.
- ✗ Heizpilze oder Heizstrahler.



hochwertige Möblierung aus Holz



**Aussen-
Sitzbereich an
Ladenbreite
anpassen**

**Farblich ein
harmonisches
Gesamtbild**

**Möbliering ist
farblich
abgestimmt**

gepflegte Pflanzen

einheitliche Möbliering

ANSPRECHPARTNER

Informationen zu Genehmigungen und weitere Hinweise

Einige der vorgenannten Gestaltungsmöglichkeiten sind genehmigungspflichtig. Denkmalgeschützte und historische Gebäude müssen individuell betrachtet werden. Im folgenden sind Ansprechpartner aufgeführt, die Ihnen eine individuelle Beratung zu Ihren geplanten Maßnahmen und konkrete Empfehlungen geben können.

Sanierungsgebiet Wilhelmstadt

Bezirksamt Spandau von Berlin
Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Stadtplanung
Carl-Schurz-Straße 2/6, 13597 Berlin

Kerstin Schröder

Tel: 030/90279 3573, Fax: 030/90279 2947
E-Mail: kerstin.schroeder@ba-spandau.berlin.de

Genehmigung von Bauvorhaben

Bezirksamt Spandau von Berlin
Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Bau- und Wohnungsaufsicht
Carl-Schurz-Straße 2/6, 13597 Berlin

Bärbel Hartung

Tel: 030/90279 2481, Fax: 030/90279 2088
E-Mail: bauaufsicht@ba-spandau.berlin.de

Bitte informieren Sie sich vor der Anbringung einer Werbeanlage bei folgenden Ansprechpartnern.

Genehmigung von Werbeanlagen

Bezirksamt Spandau von Berlin
Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Bau- und Wohnungsaufsicht
Carl-Schurz-Straße 2/6, 13597 Berlin

Thomas Möller

Tel: 030/90279 2580, Fax: 030/90279 2088

Denkmalschutz

Bezirksamt Spandau von Berlin
Untere Denkmalschutzbehörde
Carl-Schurz-Straße 2/6, 13597 Berlin

Dr. Dieter Nellessen

Tel: 030/90279 2469, Fax: 030/90279 2947
E-Mail: stadtplanung@ba-spandau.berlin.de

Planungsrechtliche Bauberatung

Bezirksamt Spandau von Berlin
Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Stadtplanung
Carl-Schurz-Straße 2/6, 13597 Berlin

Sabine Ebert

Tel: 030/90279 2723, Fax: 030/90279 2947
E-Mail: sabine.ebert@ba-spandau.berlin.de

Ausnahmegenehmigungen für Straßenland-Sondernutzungen

Das Herausstellen von Waren, Stehtischen oder Tischen und Stühlen, Veranstaltungen oder Märkte, Fahrradstände, Pflanzenbehälter, Verkaufs- und Informationsstände stellt eine Sondernutzung des öffentlichen Straßenlandes dar und bedarf einer Ausnahmegenehmigung.

Diese Genehmigung ist bei der Straßenverkehrsbehörde einzuholen (siehe nachstehende Adresse)

Bezirksamt Spandau von Berlin
Straßen- und Grünflächenamt
Straßenverkehrsbehörde
030/90279-2721 (Geschäftszimmer)
Dienstgebäude „Webtower“
Otternbuchtstraße 35, 13599 Berlin
Tel: 030/90279-2721 (Geschäftszimmer),
Fax: 030/90279-2069
E-Mail: sga@ba-spandau.berlin.de
oder: strassenverkehrsbehoerde@ba-spandau.berlin.de

In bestimmten Fällen ist auch eine Sondernutzungserlaubnis der **Straßenbaubehörde** erforderlich, diese wird jedoch amtsintern durch die Erlaubnisbehörde eingeholt.

Zum Weiterlesen verweisen wir auf die Gestaltfibel für Eigentümer und Interessierte „Schöne Wilhelmstadt“. Die Broschüre bietet Erläuterungen zur Geschichte der Bebauung und gibt Hinweise zum Verständnis der Fassadenarchitektur und der Gestaltung der Erdschosse. Sie finden sie im Downloadbereich unter Sanierungsgebiet auf der Website www.wilhelmstadt-bewegt.de

Impressum

Herausgeber

Bezirksamt Spandau
Abteilung Bauen, Planen und Gesundheit

Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Stadtplanung
Carl-Schurz-Straße 2/6
13597 Berlin

WILHELMSTADT. *bewegt*

Weitere Beratungsmöglichkeiten allgemein und zu Förderprogrammen:

Stadtteilladen

Adamstraße 39
13595 Berlin
Telefon: +49 (0)30 301 246 97
Fax: +49 (0)30 375 927 22
Mobil: +49 (0)178 352 38 01
gsm@wilhelmstadt-bewegt.de
www.wilhelmstadt-bewegt.de

Konzeption, Redaktion und Gestaltung

ALBERT CONCEPTS BERLIN
INTERIOR ARCHITECTURE
Johannes Albert
+49 (0) 30 246 151 01
www.albertconcepts.com
Fotos: Albert Concepts

Diese Broschüre ist klimaneutral auf 100% Altpapier mit Biofarben und durch erneuerbare Energien gedruckt.

Berlin, November 2020

