

Stadtplanungsamt

Gestaltungsleitfaden für eine attraktive Innenstadt

Für Eigentümer/innen, Einzelhandel, Gewerbetreibende und Gastronomie



Inhalt

5	Vorwort
6	Anlass und Ziele
10	Geltungsbereich
12	Warenauslagen
14	Aufsteller
16	Bodenauslagen
18	Freisitzanlagen
22	Vordächer
24	Ansprechpartnerinnen/ Anprechpartner
26	Satzung
32	Richtlinien
39	Impressum

Vorwort



Sehr geehrte Damen und Herren,

das Gesicht der Kieler Innenstadt wird sich in den kommenden Jahren erheblich wandeln. Mithilfe einer Vielzahl von Bau- und Entwicklungsprojekten wird das Herz der Landeshauptstadt Kiel epochal umgestaltet.

Öffentliche Baumaßnahmen, wie der bereits erneuerte Klosterplatz, der geplante Kleine Kiel-Kanal oder der noch neu zu gestaltende Kirchplatz im rückwärtigen Teil der Sankt Nikolaikirche sind Beispiele dafür, wie die Weiterentwicklung unserer Innenstadt voranschreitet.

Ein aufgewerteter öffentlicher Raum zieht in der Regel zahlreiche Neubauvorhaben nach sich. Mit der Bebauung der Alten Feuerwache, des Schlossquartiers und des C & A-Blocks wird die Innenstadt ein lebendiger Ort des Wohnens, Arbeitens und Einkaufens.

Um diesen Weg einer attraktiveren Innenstadt zu unterstützen, wurde die „Gestaltungsoffensive Innenstadt“ ins Leben gerufen. Dieses breite Bündnis unterschiedlichster Akteurinnen und Akteure aus dem Forum Innenstadt, dem Arbeitskreis Einzelhandel, dem Förderkreis Altstadt und der Landeshauptstadt Kiel hat sich zum Ziel gesetzt, das Erscheinungsbild der Innenstadt zu verschönern.

In einem breit angelegten Beteiligungsprozess wurden hierzu gemeinsame Planungsleitlinien entwickelt und damit die Grundlagen für die Anpassung der Sondernutzungsrichtlinien gelegt. Diese Initiative wurde vom Stadtmarketingforum Schleswig-Holstein positiv aufgegriffen und mit dem Preis „Ausrufezeichen 2014“ ausgezeichnet.

Der Ihnen vorliegende Gestaltungsleitfaden ergänzt die überarbeiteten Sondernutzungsrichtlinien. Wenige klare Regeln für alle und viele anschauliche Empfehlungen und Beispiele sollen Sie bei der künftigen Gestaltung des öffentlichen Raums unterstützen.

Ich hoffe, dass die im Gestaltungsleitfaden dargestellte Bestandsanalyse bald der Geschichte angehört. Dieser Leitfaden soll dazu anregen, eine attraktive Innenstadt mit hoher Aufenthaltsqualität für die Kielerinnen und Kieler sowie für die Gäste der Landeshauptstadt Kiel zu schaffen.

A handwritten signature in black ink, reading "P. Todeskino". The signature is written in a cursive, slightly stylized script.

Peter Todeskino
Bürgermeister

Anlass und Ziele

INITIATIVE VON:

Verbänden

Forum Innenstadt,
Kiel-Marketing,
IHK,
EHV,
DeHoGa,
Altstadt Förderkreis

Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern

Arbeitskreis Einzelhandel
der IHK,
Jahrestreffen Kiel-Marketing

Landeshauptstadt Kiel

Stadtplanungsamt,
Tiefbauamt,
Bürger- und Ordnungsamt

PLANUNGSLEITLINIEN ALS FUNDAMENT DER DISKUSSION MIT:

OBR Mitte,
Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern

Gewerbetreibenden,
Schaustellerinnen und Schaustellern

Beirat für Menschen
mit Behinderungen,
Politik

MASSNAHMENPAKET

Satzung,
Richtlinien

Gestaltungsleitfaden

Gestaltungsberatung

Die Innenstadt Kiels wird aktuell den Ansprüchen an eine vitale Mitte einer Landeshauptstadt nicht gerecht. Zunehmend präsentieren sich Bereiche im Zentrum nicht mehr optimal. Neben nicht mehr zeitgemäßen, teilweise verunstalteten Immobilien zeigt der öffentliche Raum erhebliche Defizite. Dabei kommt der baulichen Gestaltung der Straßen, Wege und Plätze, aber vor allem deren Nutzung eine wesentliche Bedeutung zu. Handel und Gastronomie haben die öffentlichen Flächen stark vereinnahmt. Durch eine Vielzahl von Werbeelementen und Warenauslagen versucht der Einzelhandel die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken und die Kundinnen und Kunden anzusprechen. Der Kampf um Aufmerksamkeit führt zu immer größerer, immer mehr und immer auffälligerer Werbung. Durch Freisitzanlagen erweitert die Gastronomie ihre Flächen, Verkaufsbuden oder -wagen besetzen zusätzliche Positionen. Derzeit sind die Besucherinnen und Besucher der Innenstadt zu einem Slalomlauf zwischen diesen Elementen gezwungen, der einem attraktiven Einkaufs- und Flaniererlebnis abträglich ist. Untersuchungen haben gezeigt, dass diese Orte am Ende gegenteilige Wirkungen haben und eher weglenken statt anziehen. Massive Vordächer verdunkeln die Ladenfronten zusätzlich und führen damit zu einem negativen Gesamteindruck.

Zukünftig sollen die Besucherinnen und Besucher der Kieler Innenstadt freier flanieren, einkaufen und genießen können. Dabei gilt es das Erscheinungsbild deutlich zu verbessern und, auch im Interesse der Kaufleute und Gastronominnen und Gastronomen, die Attraktivität der Innenstadt zu erhöhen. Auf Initiative des „Arbeitskreises Einzelhandel“ wurde die „Gestaltungsoffensive Innenstadt“ zur Verbesserung der Innenstadt ins Leben gerufen und zusammen mit der Landeshauptstadt Kiel weiterentwickelt. Aufgrund der Vielzahl der Beteiligten und der unterschiedlichen Vorstellungen zum Erscheinungsbild der Innenstadt hat die Landeshauptstadt Kiel einen breiten dialogbasierten Gestaltungsprozess angestoßen, der neue Perspektiven im Umgang mit dem Stadtmobiliar in der Innenstadt gemeinsam entwickeln sollte. In zwei Stufen wurde mit Kiel-Marketing, dem Forum Innenstadt, den Einzelhandelsverbänden (EHV, IHK), den Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern, Gewerbetreibenden und Dienstleisterinnen und Dienstleistern Planungsleitlinien und ein gemeinsames Positionspapier erarbeitet. Das Ziel der „Gestaltungsoffensive Innenstadt“ war es, ein Gleichgewicht zwischen einigen wenigen, klar verbindlichen Regeln für alle und praxisorientierten Empfehlungen zu schaffen.

Slalomlauf im Schilderwald

Aufsteller vor den Geschäften werden zunehmend als Ärgernis empfunden – Stadt und Einzelhändler im Gespräch

Kiel. Sie versprechen günstige Angebote oder weisen auf Neuheiten hin: Die viereckigen Aufsteller – auch Passantenstopper genannt – sollen Kunden in die Geschäfte locken. Doch immer öfter werden sie in Kiels Fußgängerzone zum Ärgernis, da sie die Menschenströme von den Läden eher fernhalten und den ohnehin knappen öffentlichen Raum weiter verengen. Nun will die Stadt zusammen mit den Einzelhändlern eine Lösung für das Problem finden.

Von Birthe Herbst-Gehrking

„Zurzeit beginnen die Gespräche mit den Kaufleuten zu diesem Thema“, sagt Arne Gloy, Sprecher der Stadt. Dabei gehe es nicht um ein generelles Verbot der Schilder, sondern um eine Aufwertung der Innenstadt, betont er. „Die aktuelle Situation ist an manchen Stellen einfach nicht ideal“, sagt auch Dierk Böckenholt, Geschäftsführer des Einzelhandelsverbands Nord. Was damit gemeint ist, erklärt er gerne: „Die Anzahl und die Standorte sind ein Problem. Besonders wenn die Aufsteller gestaffelt im Raum stehen.“ Denn dann würden die meisten Kunden, wenn auch unterbewusst, nur noch die Mitte der Einkaufsstraße nutzen. „Weniger ist in diesem Fall mehr“, findet Böckenholt.

Die Situation in der mittleren Holstenstraße auf der Höhe der Holstenbrücke ist beispielhaft für das Missverhältnis. Mehrere Schilder stehen hier genau nebeneinander. Schon nach wenigen Sekunden Beobachtung fällt ein älteres Paar auf. Sie sitzt im Rollstuhl. Er schiebt. Auf der betroffenen Seite ist kein Durchkommen. Vorsichtig



Hält die Kunden eher von den Schaufenstern fern als dass es sie in die Läden zieht: Stopper-Wand in der Holstenstraße. Fotos Nawe

manövriert der Mann den Rollstuhl durch den Schilderwald. „Die Menschen fangen früh an auszuweichen oder meiden die Seiten der Straße komplett. Viel öffentlicher Raum wird so aufgegeben“, erklärt Dierk Böckenholt die alltägliche Situation.

Petra Pommerenke ist Reiseberaterin im Thomas Cook-Reisebüro an der Holstenstraße. Auch hier sollen potenzielle Kunden mit einem Schild von der Straße in das Büro gelockt werden. Funktioniert so etwas überhaupt? „Bei uns klappt das sehr gut“, erzählt die 55-Jährige. Bei guten Reiseangeboten seien die Kunden

sofort im Laden. „Wenn wir unser Schild nicht mehr aufstellen könnten, würde das unser Geschäft schon beeinträchtigen“, sagt sie.

„Das ist eher Slalomlaufen als alles andere“, sagt Siegfried Förster. Der 53-jährige Kieler empfindet die vielen Schilder in der Fußgängerzone als störend. „Mich locken sie in keinsten Weise in ein Geschäft. Ich gehe gezielt einkaufen. Da interessiert mich nicht, was angepriesen wird.“ Besonders an Tagen, an denen in der Innenstadt ein reges Treiben herrscht, werden die Schilder schnell zum Hindernis. Auch Joan Harp ist es

schon einmal passiert, dass sie über einen der Stopper gestolpert ist. Das gibt die 19-jährige Kielerin lachend zu. Ansonsten stört die Schülerin sich nicht an den Aufstellern: „Sie gehören ja auch zur Innenstadt. Ich würde etwas vermissen, wenn sie komplett verschwinden würden.“

Uwe König, Sprecher des Förderkreises Altstadt, sieht das etwas anders. „Die Werbeaufsteller stören den Kundenstrom“, sagt er. Durch sie werde oft die Hälfte der Straße blockiert und die Kunden von den Schaufenstern ferngehalten. „Hier muss die Stadt zusammen mit den

Kaufleuten eine einvernehmliche Lösung finden.“ Ein erster Schritt ist gemacht: Bei einem Treffen des Forums Innenstadt stellte die Kieler Stadtplanung jetzt das Problem vor und traf bei den Anwesenden auf offene Ohren. „Alle haben Handlungsbedarf bei diesem Thema gesehen“, sagt Dierk Böckenholt. Nach dieser ersten Bestandsaufnahme sollen nun Hand in Hand konkrete Maßnahmen erarbeitet werden. „Wir stehen erst am Anfang der Gespräche, sind uns aber sicher, dass von einer Reduzierung der Schilder Händler wie Passanten profitieren werden.“

Als Ergebnis dieses Verfahrens wurden die „Richtlinien für die Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen (Sondernutzungsrichtlinien)“ überarbeitet. Ergänzt werden die Richtlinien durch den vorliegenden Gestaltungsleitfaden, in dem die Regeln illustriert und mit positiven Beispielen verdeutlicht werden. Durch empfehlende Fallbeispiele mit Vorbildcharakter und Erläuterungen soll dieser Leitfaden vor allem der Kaufmannschaft, der Gastronomie und den Gewerbetreibenden als Leitlinie dienen.

THESE

PLANUNGSLEITLINIEN

- 1** Straßen und Plätze sollen so gestaltet sein, dass sie ohne Hindernisse vollständig genutzt werden können.
- 2** Ein Haus sollte sich in die Erscheinung des gesamten Stadtraumes einordnen.
- 3** Der öffentliche Raum muss so gestaltet sein, dass er möglichst ganzheitlich wahrgenommen werden kann.
- 4** Marktstände und Märkte sollten gezielt strategisch wichtige Orte der Innenstadt aufwerten.
- 5** Schaufenster und Warenauslagen sollten so präsentiert werden, dass sie weder Nachbargeschäfte noch den öffentlichen Raum beeinträchtigen.
- 6** Freisitzanlagen dürfen sich nicht vom öffentlichen Raum abgrenzen. Material und Gestaltung des Mobiliars muss den hohen Ansprüchen an den öffentlichen Raum angemessen sein.

Planungsleitlinien, entwickelt von Verbänden, Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern sowie der Landeshauptstadt Kiel

Geltungsbereich



Das im nebenstehenden Plan gekennzeichnete Gebiet der Innenstadt ist in die Schutzzonen 1 und 2 gegliedert.

Der Geltungsbereich der Schutzzone 1 umfasst den Kernbereich der Innenstadt: die Hauptachse zwischen Bahnhofplatz über die Fußgängerzone, den Alten Markt bis einschließlich der Dänischen Straße.

Der Geltungsbereich der Schutzzone 2 umfasst die Innenstadt, die Altstadt wie auch die Vorstadt. Die Regelungen dieses Leitfadens gelten für die Schutzzonen 1 und 2, soweit nicht besondere Festlegungen getroffen werden.

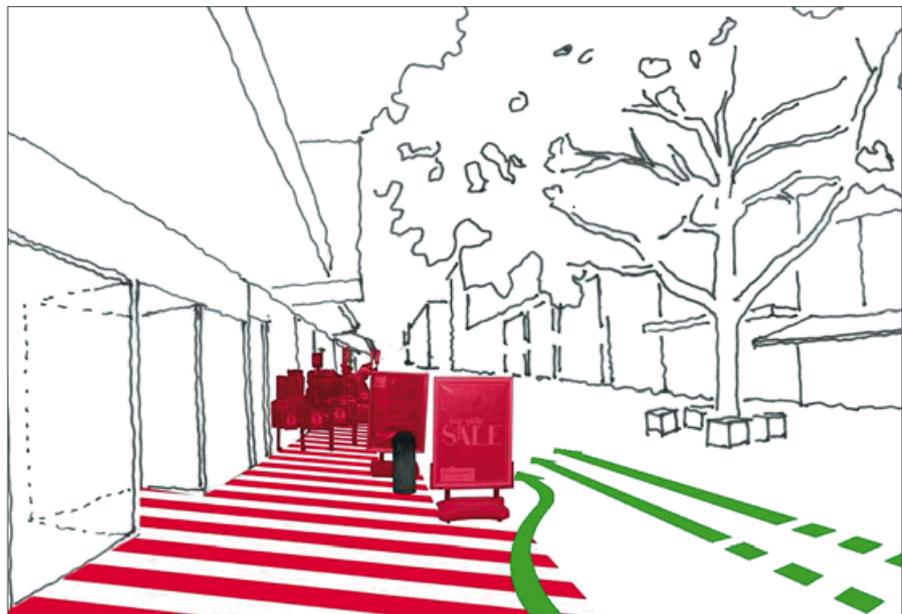
Geltungsbereich
Schutzzone 1 und 2

- ① Alter Markt
- ② Holstenbrücke
- ③ Asmus-Bremer-Platz
- ④ Holstenplatz
- ⑤ Bahnhofsvorplatz

Warenauslagen

Negatives Beispiel

- Kein freies Flanieren am Schaufenster möglich, Passantinnen und Passanten werden in die Mitte der Straße gedrängt
- Fehlende Wirkung durch gegenseitige Überdeckung der Warenauslagen und Werbemittel



Positives Beispiel

- + geordnete Situation
- + wenige raumgreifende Warenauslagen, untergeordnet im Verhältnis zur Schaufensterbreite
- + geringe Tiefe



Begründung

Warenauslagen sind wesentlicher Teil eines vitalen Handels. Neben den Schaufenstern bilden sie das Aushängeschild jedes Geschäftes. Sie zeigen die aktuellen Angebote des Ladens, wodurch sich auf den ersten Blick entscheidet, ob eine Kundin oder ein Kunde das Geschäft betritt oder nicht.

Warenauslagen, die unübersichtlich oder chaotisch wirken, halten mögliche Kundinnen oder Kunden davon ab, sich mit dem Angebot intensiver zu beschäftigen. Außerdem versperren sie den potentiellen Käuferinnen und Käufern den Weg und erschweren die Zugänge zu den Schaufenstern und in die Läden selbst.

Regelung

Warenauslagen und Anliegerverkaufsstände dürfen in einer maximalen Tiefe von 1,20 m ab Hauswand direkt vor dem eigenen Ladengeschäft aufgestellt werden. Es muss hierzu jedoch eine Gehwegbreite von mindestens 1,50 m eingehalten werden. Eine Aufstellung, losgelöst von der Hauswand in der Straße/Fußgängerzone oder auf einem Platz, ist nicht gestattet.

Die Höhe darf maximal 1,50 m betragen.

In der Schutzzone 1 dürfen die Warenauslagen und Anliegerverkaufsstände nur 30 Prozent der Gesamtladenfront einnehmen. In der Schutzzone 2 gibt es diese Beschränkung nicht.

Ausnahmen

Von der Beschränkung der Tiefe kann in begründeten Einzelfällen abgewichen werden.

Postkartenstände dürfen höher als 1,50 m sein.

Aufsteller

Negatives Beispiel

- Slalomlauf durch die Einkaufsstraßen
- Eingänge und Schaufenster zugestellt
- Werbemittel überdecken sich gegenseitig und verlieren ihre Wirkung



Positives Beispiel

- + Schaufenster und Einkaufsstraßen sind frei zugänglich
- + die Werbung in den Schaufenstern kann ihre Wirkung entfalten



Begründung

Die Werbung eines Geschäftes dient dazu, Kundinnen und Kunden in den Laden zu locken, um dort einzukaufen. Mit den Werbemitteln steht und fällt der erste Eindruck des Ladens und somit auch seine Attraktivität.

Gehwegaufsteller, Beachflags etc. behindern das Flanieren durch die Einkaufsstraßen und versperren den Kundinnen und Kunden den Zutritt zu den Geschäften und Schaufenstern.

Regelung

Gehwegaufsteller sind in der Schutzzone 1 nicht erlaubt.

In der Schutzzone 2 ist ein mobiler Gehwegaufsteller pro Ladengeschäft unmittelbar am Ort der Leistung zulässig. Der Aufsteller darf eine Größe von 90 cm in der Breite und 140 cm in der Höhe nicht überschreiten.

Die Aufstellung darf nur an der Hauswand des jeweiligen Geschäfts erfolgen. Sie kann auch senkrecht zur Hauswand ausgerichtet sein. Die Aufstellung von Beachflags, Werbefahnen, Werbebannern, ladeneigenen Fahrradständern und Mülleimern ist unzulässig.

Besondere Belange der nicht am Weg liegenden Geschäfte (Hinterlieger) werden zukünftig durch ein einheitliches Hinweissystem berücksichtigt.



Hinweissystem für Hinterlieger

Ausnahmen

Bei Geschäftsumbauten ist während der Bauphase ein Gehwegaufsteller pro Ladengeschäft zulässig, um auf geänderte Eingänge etc. hinweisen zu können. Der Aufsteller darf eine Größe von 90 cm in der Breite und 140 cm in der Höhe nicht überschreiten.

Gastronomiebetrieben ist für tagesaktuelle Angebote jeweils ein Gehwegaufsteller („Menütafel“) unmittelbar am Ort der Leistung erlaubt. Der Aufsteller darf eine Größe von 60 cm in der Breite und 85 cm in der Höhe (DIN A1) nicht überschreiten. Die Aufstellung darf nur an der Hauswand erfolgen. Sie kann auch senkrecht zur Hauswand des jeweiligen Betriebes erfolgen.

Bodenauslagen

Negatives Beispiel

- Unansehnlichkeit durch Schmutz
- eventuelle Stolperfalle
- Überschreitung der Geschäftsfläche



Positives Beispiel

- + hochwertiges, ansehnliches Material
- + Sauberkeit
- + einladender Geschäftseingang



Begründung

Die Schmutzfangmatten in den Eingängen sind zusammen mit den Schaufenstern und den Warenauslagen ausschlaggebend für den ersten Eindruck des Ladens und dessen Qualität. Da die Bodenauslagen ganzjährig der Witterung ausgesetzt sind, ist es von großer Bedeutung, dass das Material hochwertig ist und den Wetterverhältnissen Stand hält.

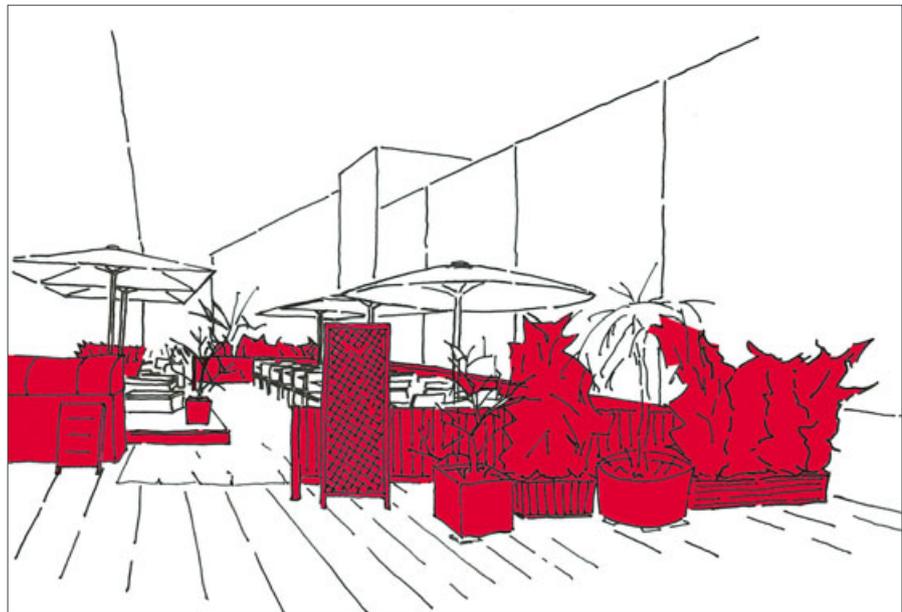
Regelung

Schmutzfangmatten sind vor Ladengeschäften zulässig. Sie dürfen sowohl die Breite des Geschäftseinganges als auch eine maximale Tiefe von 80 cm nicht überschreiten. Es muss jedoch die Verkehrssicherheit gewährleistet sein (keine Stolperfallen, keine Rutschgefahr, etc.). Andere Bodenbeläge, Beklebungen oder Bemalungen sind nicht zulässig.

Freisitzanlagen

Negatives Beispiel

- ungepflegter Eindruck
- Abschottung vom öffentlichen Raum
- Behinderung des freien Durchblicks
- Pflanzenwildwuchs



Positives Beispiel

- + einheitliches, hochwertiges Mobiliar
- + Keine räumliche Abtrennung des Sitzbereiches





Begründung

Cafés und Restaurants tragen ganz wesentlich zu einer lebendigen Innenstadt bei. Außenbereiche dieser Cafés mit Tischen, Stühlen und Sonnenschirmen werden als „Freisitzanlagen“ bezeichnet. Sie sind Anziehungspunkte für die Besucherinnen und Besucher der Innenstadt und erfreuen sich seit Jahren wachsender Beliebtheit.

Um die Attraktivität des gastronomischen Angebots und damit die Anziehungskraft der Innenstadt weiter zu steigern, ist die Gestaltung der Freisitzbereiche von besonderer Bedeutung. Die Freisitze müssen sich in den öffentlichen Raum integrieren und ihm ein gewisses Flair verleihen. Sie dürfen sich nicht von diesem abschotten und behindernd wirken.



Die Freisitzanlagen sollen einen hochwertigen Eindruck vermitteln. Für das Mobiliar sind qualitativ hochwertige Materialien zu bevorzugen. Es bieten sich Holz, Rattan oder Metall an, um witterungsbeständige und ansehnliche Möbel zu erhalten. Die Verwendung von Kunststoffmöbeln wird diesem Anspruch nicht gerecht. Auch Sonnenschirme und Pflanzkübel sollten aus hochwertigen Materialien bestehen. Gut platzierte Pflanzkübel können einen bestimmten Bereich markieren und einrahmen ohne eine direkte Trennung zu bewirken. Zelte, Pavillons, zeltartige An-, Auf- und Umbauten, Podeste, Teppiche, Kunstrasen oder andere Bodenbeläge dagegen tragen zur Privatisierung des öffentlichen Raumes bei und widersprechen dem Anspruch, den Freisitzanlagen einen einladenden Charakter zu geben.



Regelung

Die Möblierung kann aus Tischen und Stühlen bestehen. Es sollte je Betrieb der gleiche Typ verwendet werden. Bänke sind ebensowenig erlaubt wie konstruktiv zusammenhängende Tisch-Stuhl-Kombinationen, Sofagruppen oder Polstermöbel. Es sind hochwertige Materialien zu verwenden.

Strandkörbe müssen so aufgestellt werden, dass sie den freien Durchblick durch die Freisitzanlage nicht stören.

Positive Beispiele für Möblierung

Die Freisitzanlage darf nicht fest mit dem Boden verbunden sein. Die öffentliche Fläche darf nicht beschädigt, überbaut oder verändert werden. Bodenhülsen für Sonnenschirme können nach vorheriger Abstimmung mit dem Tiefbauamt eingebaut werden.



Positives Beispiel für eine Freisitzanlage

Außerhalb der Betriebszeiten der Außengastronomie sind Tische, Stühle, Pflanztöpfe und Sonnenschirme zusammenzustellen und nach Saisonende aus dem Straßen-/Platzraum zu entfernen.

Einfriedungen wie Zäune, Ketten, heckenartig angeordnete Pflanzen oder Wände sind ebensowenig erlaubt wie Windschutzwände.

Zur Markierung der Fläche einer Freisitzanlage können an deren Ecken Pflanzkübel bis zu einer Höhe von 40 cm und einem Durchmesser von 60 cm, bzw. einer Grundfläche von 50 x 50 cm aufgestellt werden. Es sind hochwertige Pflanzgefäße aus Terracotta, Holz oder ähnlichem Material zu verwenden. Die Pflanzen sind in einem gesunden Zustand zu halten.

Schankanlagen, Getränkewagen, Verkaufstresen, Zelte, Pavillons, zeltartige An-, Auf- und Umbauten, Planen oder Folien sind nicht erlaubt.

Sonnenschirme bis zu einer Größe von 4,00 x 4,00 m dürfen aufgestellt werden. Je Freisitzanlage soll nur ein Schirmtyp Verwendung finden. Freistehende Markisen sind nicht gestattet. Die Sonnenschirme und das Mobiliar dürfen nicht mit Werbung bedruckt sein.

Podeste, Teppiche, Kunstrasen oder andere Bodenbeläge sind nicht erlaubt.

Freisitzflächen dürfen nicht beschallt werden und müssen ausreichend beleuchtet sein. Wechselndes Licht, grelles Licht, Lichtskulpturen oder Lichterketten sind nicht gestattet.

Heizpilze oder Heizstrahler sind nicht erwünscht.

Eine restliche Gehwegbreite von mindestens 2,50 m muss gewährleistet sein. In der Fußgängerzone und auf Plätzen sind deutlich größere Breiten einzuhalten, die nach der räumlichen Situation individuell durch das Bürger- und Ordnungsamt festgelegt werden. In der Fußgängerzone und auf Plätzen sind zwischen zwei benachbarten Freisitzanlagen Durchgänge von mindestens 2,50 m freizuhalten.

Bevor eine Freisitzanlage erstmalig aufgestellt oder das Mobiliar einer bestehenden Anlage verändert oder erneuert werden soll, bedarf die Gestaltung der schriftlichen Zustimmung durch das Stadtplanungsamt.

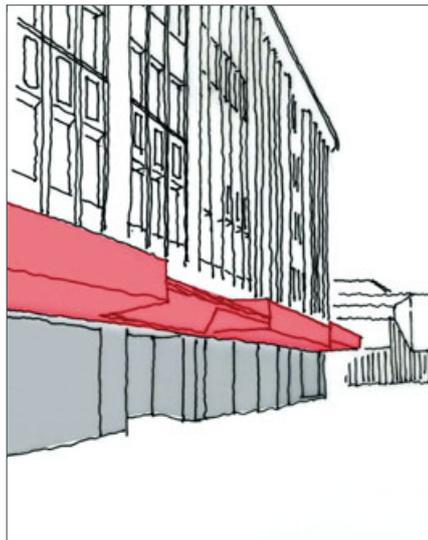


Positive Beispiele für Pflanzkübel

Vordächer

Negatives Beispiel

- optische Trennung des Gebäudes in Ober- und Erdgeschoss
- Verschattung des Erdgeschosses durch massive Vordachkonstruktionen



Positives Beispiel

- + Keine optische Trennung des Erdgeschosses von den darüberliegenden Geschossen durch verglaste Vordächer
- + Verminderung der Verschattung durch einziehbare Markisen oder verglaste Vordächer



Begründung

Vordächer tragen erheblich zur Erscheinung eines Gebäudes bei. Je nach Ausführung können sie einen ganzen Straßenraum prägen. Eine optische Trennung des Gebäudes in ein Ober- und Untergeschoss durch ein massiv wirkendes Vordach sollte vermieden werden. Massiv wirkende, stark verschattende Vordächer können dazu führen, dass die Passantinnen und Passanten die Einkaufsstraße nicht mehr als Ganzes wahrnehmen können und nur noch den lichten Teil in der Mitte – entfernt von den Geschäftseingängen – nutzen.

Leicht wirkende Glasvordächer oder die Verwendung einziehbarer Markisen, die farblich an die Fassade angepasst sind, werten das Gebäude und die Geschäfte in der Erdgeschosszone auf.

Das Stadtplanungsamt Kiel bietet eine kostenfreie Erstberatung an, wenn Sie sich über mögliche Veränderungen hinsichtlich Ihres Vordaches informieren wollen.

Regelung

Eine Auskragung von 1,50 m darf nicht überschritten, eine lichte Höhe von 2,50 m nicht unterschritten werden.

Ansprechpartnerinnen/ Ansprechpartner

Für die Benutzung der öffentlichen Straßen, Wege und Plätze über den Gemeingebrauch hinaus ist eine Sondernutzungserlaubnis notwendig. Im folgenden Diagramm sind der Ablauf der Genehmigung einer Sondernutzung dargestellt und die Ansprechpartner/Ansprechpartnerinnen benannt.

ANTRAGSTELLUNG

zur Erteilung einer
Sondernutzungserlaubnis
(Ausnahme Freisitzanlagen)

zur Erteilung einer
Sondernutzungserlaubnis
für Freisitzanlagen

zur Genehmigung
von Vordächern

ANSPRECHPARTNERINNEN / ANSPRECHPARTNER

Tiefbauamt
Sachbereich
Gestattungsverträge,
Sondernutzungen
Katharina Wulf-Kettig
0431/901-2608

Bürger- und Ordnungsamt
Sachbereich Marktwesen,
Sondernutzungserlaubnisse,
Flohmärkte
Simone Sievers
0431/901-2587

**Amt für Bauordnung,
Vermessung und
Geoinformationen**
Sachbereich Bauaufsicht
Nordwest
Angela von Pein-Holst
0431/901-2606

FREIGABE GESTALTUNG

Stadtplanungsamt
Projektgruppe Innenstadt,
Stadtgestaltung
Matthias Koep 0431/901-2559,
Gerald Krysta 0431/901-2674

GENEHMIGUNG

durch
Tiefbauamt

durch
Bürger- und Ordnungsamt

durch
**Amt für Bauordnung,
Vermessung und
Geoinformationen**

Satzung

über die Sondernutzung an öffentlichen Straßen in der Landeshauptstadt Kiel (Sondernutzungssatzung) vom 21.04.2009

Aufgrund des § 4 der Gemeindeordnung für Schleswig-Holstein (GO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28.02.2003 (GVOBl. Schl.-H. 2003, S. 57, zuletzt geändert durch Gesetz vom 30.06.2008 (GVOBl. Schl.-H. 2008, S. 310), §§ 20 – 23, 28, 62 des Straßen- und Wegegesetzes des Landes Schleswig-Holstein (StrWG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 25.11.2003 (GVOBl. Schl.-H. 2003 S. 631), berichtigt 2004 S.140 und des § 8 des Bundesfernstraßengesetzes (FStrG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28.06.2007 (BGBl. I S. 1206), wird nach Beschlussfassung durch die Ratsversammlung vom 19.03.2009 folgende 5. Nachtragssatzung erlassen:

§ 1 Geltungsbereich

Diese Satzung gilt für Sondernutzungen und Nutzungen nach bürgerlichem Recht an folgenden, dem öffentlichen Verkehr gewidmeten Straßen, Wegen und Plätzen (öffentliche Straßen):

1. Ortsdurchfahrten im Zuge von Bundesstraßen
2. Ortsdurchfahrten im Zuge von Landesstraßen
(Landstraßen I. Ordnung)
3. Kreisstraßen (Landstraßen II. Ordnung)
4. Gemeindestraßen
5. Sonstige öffentliche Straßen

§ 2 Gemeingebrauch und erlaubnispflichtige Sondernutzungen

- (1) Gemeingebrauch ist der jedermann im Rahmen der Widmung und der Straßenverkehrsvorschriften offenstehende Gebrauch der öffentlichen Straßen zum Verkehr. Kein Gemeingebrauch liegt vor, wenn die öffentlichen Straßen nicht zu dem bestimmungsgemäßen Zwecken benutzt werden, und/oder ein Verhalten vorliegt, durch das andere gefährdet werden oder der Mitgebrauch anderer erheblich beeinträchtigt oder ausgeschlossen wird. Der Mitgebrauch anderer wird zum Beispiel durch ein Niederlassen erheblich beeinträchtigt oder ausgeschlossen, wenn dadurch andere nicht mehr passieren können, das Passieren unzumutbar behindert wird oder infolgedessen Passanten in unzumutbarer Weise belästigt werden. Dies gilt insbesondere auch dann, wenn dabei Alkohol oder andere Rauschmittel konsumiert werden.
- (2) Sondernutzung ist jede über den Gemeingebrauch hinausgehende Benutzung der in § 1 dieser Satzung öffentlichen Straßen.
- (3) Soweit in dieser Satzung nichts anderes bestimmt ist, bedarf die Sondernutzung an den in § 1 dieser Satzung genannten öffentlichen Straßen der Erlaubnis (Sondernutzungserlaubnis) durch die Landeshauptstadt Kiel.

§3 Erteilung und Erlöschen der Sondernutzungserlaubnis

- (1) Die Sondernutzungserlaubnis ist bei der Landeshauptstadt Kiel zu beantragen. Sie soll schriftlich beantragt werden.
Folgende Unterlagen sollen dem Antrag beigelegt werden:
1. eine maßstabsgerechte Zeichnung,
 2. eine textliche Beschreibung,
 3. Angaben, wie den Erfordernissen der Sicherheit und Leichtigkeit des Verkehrs sowie dem Schutz der Straße Rechnung getragen wird.
- (2) Die Sondernutzungserlaubnis wird auf Zeit oder auf Widerruf erteilt; es können Bedingungen und Auflagen festgesetzt werden. Sie ist ohne Zustimmung der Landeshauptstadt Kiel nicht übertragbar.
- (3) Die Sondernutzungserlaubnis erlischt
1. durch Einziehung der genutzten öffentlichen Straße,
 2. durch Zeitablauf,
 3. durch Widerruf,
 4. wenn der/die Erlaubnisnehmer/in oder sein/ihr Rechtsnachfolger/in von ihr drei Monate hindurch keinen Gebrauch gemacht hat.
- (4) Eine Sondernutzungserlaubnis wird nicht erteilt für das Betteln. Geduldet wird das von einem selbstgewählten Standort ausgehende Betteln ohne Passanten anzusprechen, zu behindern, verbal oder körperlich zu bedrohen oder auch nur zu berühren.
- (5) Eine Sondernutzungserlaubnis ist nicht erforderlich für künstlerische Darbietungen, wie z. B. Pflastermalerei, nicht elektronisch verstärkte Instrumentalmusik und Kleinkunstaktionen.
- (6) Untersagt ist die Verunreinigung öffentlicher Straßen, Wege und Plätze durch Abfall, Kot und Urin.

§4 Gebühren

Für Sondernutzungen werden Gebühren nach einer besonderen Gebührensatzung erhoben. Es ist zulässig, die Erlaubnis zur Sondernutzung von einer Sicherheitsleistung abhängig zu machen.

§ 5 Sondernutzungserlaubnis in besonderen Fällen

- (1) Die Erlaubnis für nachstehende Sondernutzungen gilt als erteilt, wenn die dafür vorgesehenen baulichen Anlagen baurechtlich genehmigt oder – bei nur anzeigepflichtigen Anlagen – dem Bauordnungsamt angezeigt sind:
1. Vordächer, Sonnendächer (Markisen), Gesimse, Balkone, Erker, Fensterbänke in einer Höhe von mindestens 2,50 m über öffentlichen Gehwegen,
 2. Hinweisschilder auf öffentliche Gebäude und Gottesdienste,
 3. Wartehallen und ähnliche Einrichtungen für den öffentlichen Personennahverkehr
- (2) Erweist sich eine nach Absatz 1 erlaubte Sondernutzung als nicht gemeinverträglich, so kann die Sondernutzungserlaubnis widerrufen werden.

§ 6 Nutzung nach bürgerlichem Recht

- (1) Die Nutzung der in § 1 dieser Satzung genannten öffentlichen Straßen über den Gemeingebrauch hinaus richtet sich nach bürgerlichem Recht, sofern
1. durch die Nutzung der Gemeingebrauch nicht beeinträchtigt wird oder
 2. die Nutzung der öffentlichen Versorgung dient.
- (2) Die über die in Absatz 1 genannten Fälle hinausgehende Nutzung der im § 1 Nr. 5 genannten Straßen richtet sich nach öffentlichem Recht, soweit nicht im Einzelfall zivilrechtliche Verträge geschlossen werden.
- (3) Für Überbauungen öffentlicher Gehwege durch Wärmedämmungen werden zivilrechtliche Verträge geschlossen. Nach der Überbauung muss eine Gehwegrestbreite von mindestens 1,50 Metern verbleiben. Ein Nutzungsentgelt wird für die Überbauung nicht erhoben. Grundlage ist das von der Ratsversammlung am 15.05.2008 beschlossene Kieler Energie- und Klimaschutzkonzept 2008, 4. Titel: Planen Bauen Sanieren; Arbeitsfeld 8: Platz für Klimaschutzdämmung auf Kieler Wegen.

§ 7 Erstattung von Mehrkosten

(1) Muß wegen der Art des Gebrauchs durch einen anderen eine öffentliche Straße verändert oder aufwendiger hergestellt werden, als es dem regelmäßigen Verkehrsbedürfnis entspricht (z. B. besondere Befestigung von Straßenteilen, Anlegung zusätzlicher Fahrstreifen, Absenkung von Hochborden, Verrohrung von Gräben, Verkehrssicherungseinrichtungen), so wird die Herstellung von der Landeshauptstadt Kiel durchgeführt oder veranlaßt.

Der/Die Veranlasser/in hat der Landeshauptstadt Kiel die Mehrkosten für die Herstellung und die Unterhaltung innerhalb eines Monats nach Abschluß der Arbeiten zu erstatten. Die Landeshauptstadt Kiel kann Vorschüsse und Sicherheiten verlangen.

(2) Wird die aufwendigere Herstellung der Straße im Zusammenhang mit der Errichtung einer Grundstücksüberfahrt erforderlich, so sind die baulichen Maßnahmen nach Abstimmung mit dem Tiefbauamt auf Kosten des/der Anlieger(s)/in von einer durch den/die Erlaubnisnehmer/in beauftragten und vom Tiefbauamt der Landeshauptstadt Kiel anerkannten Fachfirma durchzuführen.

(3) Wer eine öffentliche Straße im Rahmen der Sondernutzung beschädigt oder verunreinigt, hat die Beschädigung oder Verunreinigung ohne Aufforderung unverzüglich zu beseitigen. Anderenfalls kann die Landeshauptstadt Kiel die Beschädigung oder Verunreinigung auf seine/ihre Kosten beseitigen oder beseitigen lassen.

§ 8 Haftung

Für die Erfüllung von Ansprüchen, die der Landeshauptstadt Kiel oder Dritten aus einer Sondernutzung entstehen, haften der/die Antragssteller/in, Erlaubnisinhaber/in oder sein/ihre Rechtsnachfolger/in und derjenige/diejenige, der/die die Sondernutzung ausübt oder in seinem/i ihrem Interesse ausüben läßt, als Gesamtschuldner.

§ 9 Sonstige Bestimmungen

Für die Benutzung von Märkten im Sinne der Marktordnung (z. B. Wochenmärkte und Jahrmärkte) gilt die Marktsatzung der Landeshauptstadt Kiel in der jeweils gültigen Fassung.

§ 10

Diese Satzung tritt 14 Tage nach der Veröffentlichung in den Kieler Nachrichten in Kraft. Gleichzeitig tritt die Satzung über die Sondernutzung an öffentlichen Straßen in der Stadt Kiel vom 28.12.1972 außer Kraft.

Die Genehmigung gemäß § 23 Abs. 1 des Straßen- und Wegegesetzes des Landes Schleswig-Holstein wurde mit Erlaß des Ministers für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein vom 24.05.1989 erteilt.

Kiel, den 02.05.1989
Der Oberbürgermeister
In Vertretung
gez. Hochheim / Stadtsiegel
Bürgermeister

Für die 3. Nachtragssatzung
Kiel, den 18.03.2003
i. V. Klein-Knott / Stadtsiegel
Der Oberbürgermeister

Für die 1. Nachtragssatzung:
Kiel, den 28.11.1994
Dr. Kelling / Stadtsiegel
Der Oberbürgermeister

Für die 4. Nachtragssatzung
Kiel, den 04.07.2005
Angelika Volquartz / Stadtsiegel
Die Oberbürgermeisterin

Für die 2. Nachtragssatzung:
Kiel, den 08.12.2000
Gansel / Stadtsiegel
Der Oberbürgermeister

Für die 5. Nachtragssatzung
Kiel, den 21.04.2009
Angelika Volquartz / Stadtsiegel
Die Oberbürgermeisterin

Die Landeshauptstadt Kiel legt für die Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen über die Sondernutzungssatzung hinaus zur einheitlichen Ausübung des Ermessens durch die Verwaltung folgende

Richtlinien

für die Sondernutzungen an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen

fest. Für die Benutzung der öffentlichen Straßen, Wege und Plätze über den Gemeingebrauch hinaus – Sondernutzung – ist eine Erlaubnis des Trägers der Straßenbaulast (Landeshauptstadt Kiel) Voraussetzung. Diese Richtlinien gelten für das gesamte Stadtgebiet, Ausnahmen sind extra aufgeführt. Die Regelungen für die Schutzzonen 1 und 2 (siehe Anlage) entsprechen den Anforderungen der Gestaltungsoffensive Innenstadt. Diese Richtlinien gelten nicht für Veranstaltungen wie z. B. Kieler Woche, Kieler Umschlag, Weihnachtsmarkt, Flohmärkte, Wochenmärkte, Straßenfeste u. a. Für die Werbung der politischen Parteien während der gesetzlich vorgeschriebenen Wahlwerbezeit gelten besondere Richtlinien.

§ 1 Formen der Sondernutzung

(1) Folgende Sondernutzungen werden grundsätzlich erlaubt, wenn es die räumlichen und verkehrlichen Verhältnisse zulassen und stadtgestalterische Gründe nicht dagegensprechen:

a) **Warenauslagen und Anliegerverkaufsstände für Speisen und alkoholfreie Getränke**

(keine Sachartikel) direkt vor eigenen Ladengeschäften mit einer max. Tiefe ab Hauswand von

- 1,00 m in der Holtenauer Straße
- 1,20 m in Fußgängerzonen und in den übrigen Bereichen wobei eine Restgehwegbreite von mind. 1,50 m gewährleistet werden muss (in Einzelfällen kann von den Maßen abgewichen werden)

sowie mit einer max. Höhe von

- 1,50 m (mit Ausnahme von Postkartenständern)

und einer max. Länge von

- 30 % der Gesamtladenfront in der Schutzzone 1

b) **Gehwegaufsteller**

Innerhalb der Schutzzonen 1 ist das Aufstellen von Gehwegaufstellern nicht erlaubt. Für Oberlieger wird nach Inkrafttreten dieser Richtlinie eine einjährige Übergangsfrist – befristet bis zum 31.12.2016 – eingeräumt.

Außerhalb der Schutzzonen 1 wird je ein ständiger mobiler Gehwegaufsteller pro Ladengeschäft unmittelbar am Ort der Leistung mit einer max. Größe von

- 0,90 m Breite und 1,40 m Höhe zugelassen.

Außerhalb der Schutzzonen 1 kann in besonderen Fällen an abzweigenden Stichstraßen auf Hinterlieger in „versteckter Lage“ mit je einem Gehwegaufsteller hingewiesen werden, soweit keine zentrale Werbeanlage im Umfeld zur Verfügung steht.

Ausnahmen: Innerhalb der Schutzzonen 1 wird die Aufstellung von Gehwegaufstellern

- für den temporären Baustellenbetrieb von Geschäftsumbauten;
- für tagesaktuelle Angebote (Menütafeln) von Gastronomiebetrieben mit einer max. Größe von ca. 60 cm Breite und 85 cm Höhe (DIN A1) erlaubt.

Der Plan „Geltungsbereich Schutzzone 1 und 2“ ist Gegenstand dieser Richtlinien.

c) **Hinterliegerschilder**

Innerhalb der Schutzzonen 1 können an folgenden Standorten ortsfeste Hinweisschildmasten aufgestellt werden und auf Hinterlieger in „versteckter Lage“ im

- Bereich Holstenstraße / Schevenbrücke,
- Bereich Holstenstraße / Asmus-Bremer-Platz / Hafenstraße,
- Bereich Holstenstraße / Holstenbrücke / Berliner Platz,
- Bereich Holstenstraße / Faulstraße,
- Bereich Holstenstraße / Alter Markt,
- Bereich Alter Markt / Kehdenstraße / Küterstraße hingewiesen werden.

Die einzelnen Schilder sollen eine Größe von ca. 800 mm Breite und 150 mm Höhe nicht überschreiten. Größe und Design werden von der Stadt vorgegeben.

d) Verkaufswagen, -stände und -pavillons, die unabhängig von direkten Anliegernutzungen betrieben werden, können im Einzelfall mit besonderer Vereinbarung zugelassen werden. In der Fußgängerzone der Innenstadt nur auf folgenden Plätzen:

- Asmus-Bremer-Platz
- Berliner Platz
- Holstenplatz
- Klosterplatz
- Schevenbrücke
- Bootshafen

Dauerhafte mobile Verkaufspavillons außerhalb von Veranstaltungen sollen in Form der „Kieler Kiste“ erscheinen.

- e) **mobile Verkaufseinrichtungen (keine Anhänger)**, die ohne Motor- kraft von einer Person bewegt werden können, für den Verkauf von Speisen und alkoholfreien Getränken (keine Sachartikel) außerhalb der Schutzzone 1.

Innerhalb der Schutzzone 1 werden an folgenden Standorten/ Abschnitten max. zwei mobile Verkaufseinrichtungen erlaubt:

- Bereich Holstenstraße / Schevenbrücke
- Bereich Holstenstraße / Asmus-Bremer-Platz / Hafestraße

Bewerbungsfrist für das darauffolgende Kalenderjahr ist jeweils der 31.08. eines Jahres.

- f) **Freisitzanlagen und Stehtische in Fußgängerzonen und auf Bürgersteigen**

- Die Möblierung und Gestaltung ist vor Erlaubniserteilung mit dem Stadtplanungsamt abzustimmen.
- Auf § 5 Abs. 3 dieser Richtlinien wird ausdrücklich verwiesen.

- g) Verkaufsstände für karitative Zwecke,
- h) Grabschmuck- und Tannenbaumverkauf,
- i) Informationsstände/-mobile und -veranstaltungen,
- j) Werbeaktionen über die aktuellen Vertragspartner der LH Kiel, z. Zt. die Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH,
- k) Hinweisschilder für Gewerbebetriebe in Gemeinschaftsanlagen an den Zufahrten der Gewerbegebiete über die aktuellen Vertragspartner der LH Kiel, z. Zt. die Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH,
- l) Werbe-/Stellschilder und Plakate für Veranstaltungswerbung über die aktuellen Vertragspartner der LH Kiel, z. Zt. die Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH,
- m) Hinweisschilder auf Geschäfte während Bauarbeiten an öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen,
- n) Geschäftscontainer während Umbauarbeiten,
- o) Baustelleneinrichtungen, Bauschuttcontainer, Hubsteiger u. ä.
- p) Altkleidercontainer gem. Aufstellungskonzept/Standortliste
- q) Großzirkusse (max. zwei Gastspiele im Jahr auf dem Wilhelmplatz),

Andere Formen der Sondernutzung können zugelassen werden, wenn keine räumlichen, verkehrlichen oder stadtgestalterischen Gründe dagegensprechen.

(2) Grundsätzlich nicht erlaubt wird das

- a) Aufstellen sonstiger Hinweisschilder außerhalb des Wegweisungskonzeptes;
- b) Aufstellen von Gehwegaufstellern in den Schutzzonen 1;
- c) ständige/dauerhafte Aufstellen von Werbefahnen (Beachflags);
- d) Aufstellen von Werbefahrrädern und -anhängern;
- e) Aufstellen von Imbiss- und Getränkeständen (z. B. Schwenkgrill, Bierwagen u. ä.) außerhalb von Veranstaltungen.

§ 2 Standorte

(1) Grundsätzlich sind Sondernutzungen auf allen öffentlich gewidmeten Flächen möglich.

(2) Auf den folgenden Flächen werden Sondernutzungen nicht zugelassen:

- a) Verkehrs- und Haltestelleninseln
- b) Marktflächen während der Marktzeiten
- c) Flächen vor Zufahrten und Zugängen von Gebäuden und Treppen (Mindestabstand 3,50 m)
- d) Rettungsgassen (Mindestbreite 3,50 m)
- e) an und auf Brücken (Ausnahmen: besonders publikumsintensive Großveranstaltungen)

§ 3 Werbeaktionen

(1) Großwerbeaktionen der aktuellen Vertragspartner der LH Kiel, z. Zt. die Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH (§ 1 Abs. 1 Nr. j)) sollen nur im Bereich der Holstenstraße / Schevenbrücke und der Holstenstraße / Asmus-Bremer-Platz / Hafenstraße durchgeführt werden.

(2) Kleinere Werbeaktionen (Vor-Shop-Werbeaktionen) können auch direkt vor Ladengeschäften durchgeführt werden, wenn es die verkehrlichen Verhältnisse zulassen.

§ 4 Stellschilder- / Plakatwerbung

(1) Werbung für kommerzielle Veranstaltungen durch Stellschilder/Plakate wird grundsätzlich durch die aktuellen Vertragspartner der LH Kiel, z. Zt. die Ströer Deutsche Städte-Medien GmbH durchgeführt.

- (2) Darüber hinaus dürfen in Absprache mit dem Tiefbaumt Stellschilder/Plakate aufgestellt werden von:
- a) Politischen Parteien, Gewerkschaften,
 - b) Kandidatinnen und Kandidaten zur Oberbürgermeisterinnen- und Oberbürgermeisterwahl,
 - c) Initiativen für Volks- oder Bürgerbegehren/Bürgerentscheid gem. § 16 g GO S-H,
 - d) Kirchen und religiöse Vereinigungen,
 - e) Zirkussen an festgelegten Straßenzügen und
 - f) Ämtern und Betrieben der Landeshauptstadt Kiel.
- (3) Vereine, Vereinigungen, Bürgerinitiativen und ähnliche Zusammenschlüsse mit gemeinnützigem Charakter dürfen für Veranstaltungen von örtlicher Bedeutung (Stadtteilstefte, Theateraufführungen, Vorträge u. ä.) max. 30 Stellschilder/Plakate im Umkreis von max. einem Kilometer vom Veranstaltungsort aufstellen.
- (4) Jeder Antragsteller gem. § 4 Abs. 2 erhält nicht mehr als 80 Stellschilder/Plakate. Die Stellschilder/Plakate dürfen im gesamten Stadtgebiet aufgestellt werden.
- (5) Stellschilder und Plakate sind grundsätzlich nur zugelassen in den farblich gekennzeichneten Straßen des Generalverkehrsplanes mit Ausnahme der Straßen außerhalb der Straßenbaulast der LH Kiel (u. a. Bundesautobahnen, Olof-Palme-Damm, Konrad-Adenauer-Damm, L 318, B 503, B 404 südlich Hofteichstraße, B 502 nördlich Schönkirchener Straße) sowie mit Ausnahme der B 502 zwischen Franziusallee und Schönkirchener Straße und des Theodor-Heuss-Ringes.
- (6) Für jede Veranstaltung darf höchstens 14 Tage durchgehend geworben werden. Wenn eine Veranstaltung länger als 14 Tage beworben werden soll, muss eine Unterbrechung von mind. 7 Tagen erfolgen.
- (7) Alle Stellschilder/Plakate müssen spätestens zwei Tage nach Ablauf der Erlaubnis abgeräumt sein. Nicht abgeräumte Stellschilder/Plakate werden auf Kosten der Veranstalter/Verursacher entfernt.
- (8) Neben der Werbung durch Stellschilder und Plakate ist für Großveranstaltungen auch eine Wegweisung zum Veranstaltungsort zulässig. Einzelheiten hat der Veranstalter u. U. mit dem Bürger- und Ordnungsamt abzustimmen.

§ 5 Erlaubniserteilung

- (1) Die Sondernutzungserlaubnis wird auf schriftlichen Antrag grundsätzlich befristet erteilt.
- (2) Für mobile Verkaufseinrichtungen in der Fußgängerzone (§ 1 Abs. 1 e)) wird die Sondernutzungserlaubnis auf schriftlichen Antrag im Einzelfall wie folgt erteilt:
 - a) Die Zahl der Verkaufsstände richtet sich nach § 1 Abs. 1 e)
 - b) Liegen mehr Bewerbungen für Standorte innerhalb der Schutzzone 1 vor als im § 1 Abs. 1 e) festgelegt, entscheidet das Los.
- (3) Für die Erlaubniserteilungen nach § 1 Abs. 1, Buchstabe a), b) c) und f) sind die Regelungen des Gestaltungshandbuchs „Öffentlicher Raum“ Innenstadt des Stadtplanungsamtes maßgeblich.
- (4) Der Plan „Geltungsbereich Schutzzone 1 und 2“ ist Gegenstand dieser Richtlinie.

§ 6 Widerruf und Ausschluss

- (1) Die Erlaubnis wird unter Vorbehalt des Widerrufs erteilt.
- (2) Der Widerruf kann ausgesprochen werden, wenn
 - a) Auflagen nicht erfüllt werden oder
 - b) durch die Sondernutzung sonstige öffentliche Interessen oder die Allgemeinheit gefährdet werden.
- (3) Bei Widerruf der Erlaubnis besteht kein Anspruch auf Schadenersatz oder die Zuweisung anderer Flächen.
- (4) Wenn der/die Erlaubnisnehmer/in Auflagen der Sondernutzungserlaubnis trotz Abmahnung nicht erfüllt, erhält er/sie grundsätzlich mindestens ein Jahr lang keine neuen Sondernutzungserlaubnisse.
- (5) Werden vorsätzlich und wiederholt unerlaubt Sondernutzungen ausgeübt, werden ebenfalls grundsätzlich ein Jahr lang keine weiteren Sondernutzungserlaubnisse erteilt.
- (6) Unerlaubte Sondernutzungen werden als Ordnungswidrigkeiten verfolgt.

§ 7 Räumung öffentlicher Flächen bei unerlaubter Sondernutzung

(1) Unerlaubt aufgestellte Gegenstände werden unverzüglich auf Kosten der Verantwortlichen entfernt.

(2) Gegenstände werden kostenpflichtig entfernt, wenn

- a) sie ohne Erlaubnis aufgestellt bzw. angebracht wurden oder
- b) nicht fristgerecht abgeräumt wurden oder
- c) der Aufforderung zur Räumung nicht unverzüglich nachgekommen worden ist.

(3) Die abgeräumten oder entfernten Gegenstände werden erst herausgegeben, wenn die angefallene Sondernutzungsgebühr, die Räumungskosten und die voraussichtlichen Bußgelder bezahlt bzw. entsprechende Sicherheiten geleistet wurden.

§ 8 Inkrafttreten

Diese Richtlinien treten zum 01. Januar 2016 in Kraft.

Aktuelle Fassungen der Satzung und der Richtlinien können Sie unter www.kiel.de/gestaltungsoffensive einsehen

Impressum

Herausgeberin:

Landeshauptstadt Kiel
Fleethörn 9
24103 Kiel
www.kiel.de

Verantwortlich:

Bürgermeister Peter Todeskino,
Felix Schmuck (Projektleitung),
Referat II,
Matthias Koep
(Projekt Innenstadt),
Stadtplanungsamt

Redaktion:

Gerald Krysta, Stadtplanungsamt
Dana Redmer, Stadtplanungsamt
Matthias Kolbe, Tiefbauamt

Fotos:

Landeshauptstadt Kiel

Layout

www.neuekoordinaten.de

Druck

Druck: Schmidt & Klaunig, Kiel

Auflage 1.000, Dezember 2015

Vervielfältigung, Speicherung und
Nachdruck – auch auszugsweise –
ist ohne schriftliche Genehmigung
des Herausgebers und der
Redaktion nicht gestattet.

ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID 11070-1511-1003

