

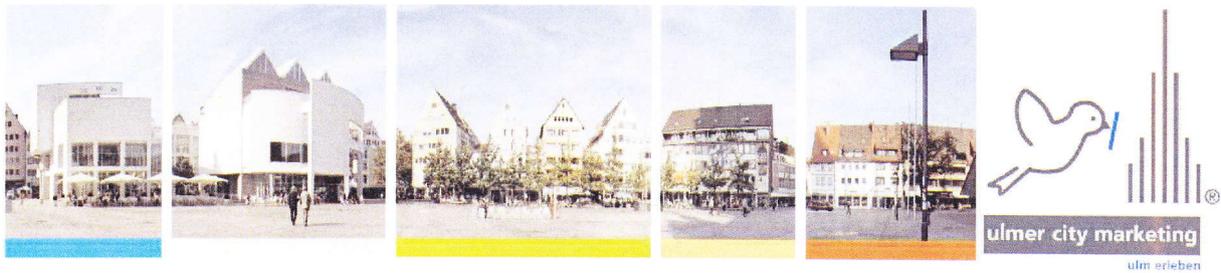
Leitfaden

Anlage 2

Sondernutzungen
von Flächen
im öffentlichen Raum



Herausgeber
Ulmer City Marketing e.V.
Radgasse 15
89073 Ulm



Inhalt

| | |
|--|----|
| 1. Einführung..... | 4 |
| 2. Gastronomische Nutzung / Außenbewirtschaftung | 5 |
| 3. Warenauslagen / Warenträger | 6 |
| 4. Plakatträger / Passantenstopper | 7 |
| 5. Pflanzen / Pflanzkübel..... | 8 |
| 5.1 Empfehlungen für Pflanzensorten | 9 |
| 5.2 Aktion „ulm blüht“ | 11 |
| 6. Veranstaltungen / Feste / Märkte | 12 |
| 7. Musikdarbietungen..... | 13 |
| 7.1 Musiknutzung bei Veranstaltungen..... | 13 |
| 7.2 Straßenmusik | 13 |
| 8. Straßenreinigung / Schneeräumung | 14 |
| 9. Anlagen..... | 18 |
| 9.1 Gebührensatzung der Stadt Ulm für Sondernutzungen..... | 18 |
| 9.2 Muster Antrag auf Sondernutzungserlaubnis..... | 20 |
| 9.3 Muster Antrag auf Gestattung eines vorübergehenden Gaststättenbetriebs . | 21 |



1. Einführung

Der öffentliche Raum gibt den europäischen Städten ihre Struktur, ihr Gesicht und ihre Identität. Straßen, Plätze und Parks sind die Bühne für soziales, wirtschaftliches und kulturelles Leben, Schauplätze von Arbeit und Konsum, von Armut und Reichtum, von Festen und politischen Aktionen.

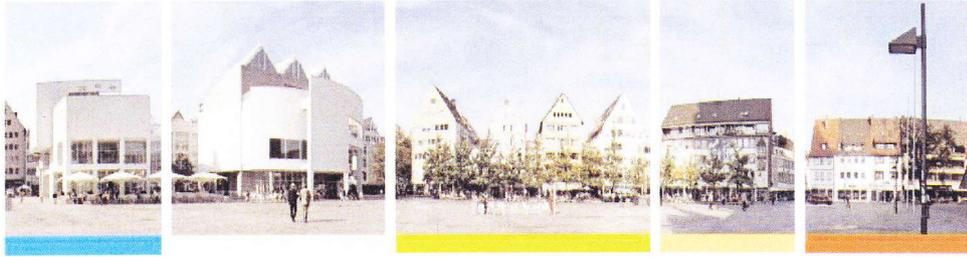
Der öffentliche Raum und seine Nutzung stecken jedoch voller Konflikte: Filialisierung gegen Alltagsqualität, Werbung gegen Stadtgestaltung, Kommerz gegen Kultur, Autofahrer gegen Flaneure, Demonstranten gegen Touristen, private Nutzung gegen allgemeine Verfügbarkeit, spontane, zeitlich begrenzte Aneignung gegen dauerhafte Ordnung und Gestaltung. Diese widersprüchlichen Erwartungen an den öffentlichen Raum sind Ausdruck der zunehmenden Heterogenität unserer städtischen Gesellschaft.

Eine Stadt, die sich nicht um ihre öffentlichen Räume kümmert, wird nicht nur Nachteile im Städtewettbewerb haben, sondern auch eine bedeutende Chance zur Stärkung der Identität und Integration ihrer Bürgerinnen und Bürger ungenutzt lassen.

Entsprechend gibt es Handlungsbedarf. Dabei geht es nicht um einheitliche Regeln von Nutzung und Gestaltung öffentlicher Räume, nicht um die Illusion einer perfekten und durchgängigen Planbarkeit. Es geht vielmehr um Kriterien für soziale und ästhetische Qualität, um das jeweils Angemessene, das in jeder Stadt und in jedem Quartier im Dialog mit Anliegern, Nutzerinnen und Nutzern und mit der Öffentlichkeit zu erarbeiten und auszuhandeln ist.

(Quelle: <http://www.staedtetag.de/10/schwerpunkte/artikel/00008/zusatzfenster20.html>)

Zielsetzung dieses Kompendiums ist es, den Verantwortlichen einen Leitfaden im Bezug auf Sondernutzungen im öffentlichen Raum zur Verfügung zu stellen, um somit die Gestaltqualität zu verbessern und für die Stadt Ulm ein einheitliches Stadtbild und somit auch ein positives Image zu sichern. Nicht strikte Vorschriften sollen vermittelt werden, sondern Richtlinien um gestalterische Aspekte bereits im Vorfeld abzustimmen. Im konkreten Fall ersetzen diese Empfehlungen nicht die individuelle Abstimmung mit den Bürgerdiensten und dem Stadtbild-Architekten, jegliche Nutzung des öffentlichen Raums muss beantragt und genehmigt werden.



2. Gastronomische Nutzung / Außenbewirtschaftung

Nicht empfohlen wird:

- Die Verwendung von Sitzbänken oder Liegestühlen.
- Die Entstehung eines Lounge-Charakters.
- Die Verwendung von Voll-Plastikstühlen.
- Das Aufstellen von Schirmen, bei denen Werbung übergeordnet wahrgenommen wird.
- Die Verwendung von Sonnenschirmen in grellen Farbtönen.

Positive Beispiele:

- Ein neutraler Farbton, beispielsweise helles Beige, ergibt einen ausgewogenen harmonischen Ausdruck der sich ideal in die Umgebung einfügt.
- Die Werbung drängt sich nicht als beherrschendes Element auf.
- Die Bestuhlung wirkt einheitlich harmonisch im Stadtbild, obwohl es sich um zwei benachbarte und unterschiedliche Betriebe handelt.
- Abgrenzung zum öffentlichen Raum (siehe auch 5. Pflanzkübel)

