

Gestaltungskonzept für das Stadtumbaugebiet Innenstadt Hilden / Umsetzung des Integrierten Handlungskonzeptes für die Innenstadt

Protokoll

In Zusammenhang mit der Aufstellung eines Gestaltungskonzeptes für das Stadtumbaugebiet Innenstadt Hilden wurde am 28.04.2015 eine Informations- und Beteiligungsveranstaltung durchgeführt (**Forum 2**).

Datum: Dienstag, den 28.04.2015
Ort: Cafeteria des Bürgerhauses, Mittelstraße 40, Hilden

Anwesend waren
von der Stadt: Herr Groll und Herr Stuhlträger
vom Büro Hamann, Köln: Herr Hamann und Herr Lunkenheimer (als Protokollant)

sowie die erschienen Personen (siehe Anwesenheitsliste).

Zu der Veranstaltung eingeladen waren (mit Schreiben vom 07.04.2015) Einzelhändler/-innen aus den Bereichen des Stadtumbaugebietes Innenstadt, für die es heute noch keine Gestaltungsplanung gibt und in denen noch keine städtische „Gestaltungssatzung für Werbeanlagen, Sonnendächer...“ gilt.

Verlauf

Um 19:05 begrüßte Herr Groll die Teilnehmer, die der Einladung zum Forum gefolgt waren. Er versicherte, dass er das Forum trotz der geringen Beteiligung gerne durchführe. Die Einladung hatte sich an 35 Einzelhändler im Stadtumbaugebiet der Hildener Innenstadt gerichtet. Herr Groll erklärte kurz, dass für das Projekt im Zeitraum bis August 2015 noch weitere Foren für andere Teilöffentlichkeiten folgen werden und dass das Projekt zum Ziel hat, die erfolgreichen Gestaltungsregeln für Werbeanlagen im Bereich der Mittelstraße räumlich auszudehnen.

Herr Groll stellte die oben genannten Personen vor und erkundigte sich nach den Geschäften der beiden Teilnehmer. Einer der Teilnehmer fragte, ob der Schwerpunkt der Veranstaltung auf „Reklame“ läge. Dies wurde bejaht. Herr Groll sagte jedoch, dass er für andere Fragen, die die Gestaltung der Innenstadt betreffen, offen sei und gab kurzen Einblick in weitere Gestaltungsvorhaben bis 2019.

Um 19:15 ergriff Herr Hamann das Wort, und wies zunächst darauf hin, dass seine vorbereitete Präsentation für den unerwartet familiären Rahmen sehr didaktisch sei. Die Präsentation wurde eingeleitet mit dem Leitsatz „*Gutes besser machen*“. Der Geltungsbereich des Handlungskonzeptes wurde an einer Karte der Hildener Innenstadt verdeutlicht.

Herr Hamann erläuterte zu Beginn die Elemente, die den öffentlichen Raum prägen und sagte, dass sich daher folgende Arbeitsschritte für das *Gestaltungskonzept Innenstadt* ergeben:

1. die Gestaltung der Werbeanlagen und Vordächer,
2. die Gestaltung der Fassaden und ggf. Höfe,
3. die Nutzung des öffentlichen Raums durch den Einzelhandel und die Gastronomie.

In Bezug auf den Leitsatz „*Gutes besser machen*“ wurde ein Exkurs in die Stadtgeschichte eingeleitet.

Fazit des Exkurses war, dass das wichtigste Potential der Hildener Innenstadt das reizvolle Nebeneinander qualitätvoller Bebauung aus allen Epochen der Stadtgeschichte sei. Ziele der Gestaltungskonzepte seien daher die Sichtbar- oder Widersichtbarmachung der guten Architektur und die Aufwertung mittelmäßiger Architektur durch gut gestaltete Werbeanlagen und Vordächer.

Zusätzlich würden auch ein Fassadenprogramm erarbeitet und eventuell zu einem späteren Zeitpunkt Ortssatzungen erlassen werden.

Ein Teilnehmer fragte, inwiefern die Richtlinien des Fassadenprogrammes zu Einschränkungen führten. Daraufhin erklärten Herr Groll und Herr Stuhlträger, dass nur Umgestaltungen, die den Richtlinien entsprächen, im Rahmen des IHK finanziell gefördert werden könnten. Damit würden Anreize geschaffen.

Herr Hamann setzte seine Präsentation fort mit einem Einblick zum gegenwärtigen Stand der Arbeit. Dabei wurden verschiedene Zonen im Untersuchungsgebiet erläutert, die unterschiedlich präzise Gestaltungskonzepte erlauben.

Die Methodik wurde beschrieben als Ablauf von Bestandsaufnahme, Analyse und Konzeptentwicklung.

Die Vorgehensweise, Fassadenabwicklungen zu erstellen, wurde erläutert und historische Aufnahmen präsentiert, um Impressionen des früheren Stadtbildes zu vermitteln und um Zeugnisse über die ursprüngliche Gestalt der Gebäude zu haben. Ein Fazit der Bestandsaufnahme war, dass im Stadtbild, das durch das Nebeneinander von Bauten verschiedener Zeiten geprägt wird, keine übergeordneten Strukturelemente zu finden sind.

Am prägendsten seien Gründerzeitbauten mit ihren vielfältigen Gliederungselementen. Diese Gebäude verfügen im Gegensatz zu jüngeren Gebäuden oft über breite Brüstungsbänder, die für die Anbringung von Werbung besonders geeignet seien. Die Gebäude, die seit den achtziger Jahren in Hilden entstanden sind, seien sehr zergliedert und würden eine Herausforderung für die konzeptionelle Arbeit darstellen. Beispielhaft wurden Fassadenabwicklungen einiger Straßenzüge präsentiert, in denen die Gliederungselemente der Fassaden dargestellt waren.

Folgende Ziele und erste Konzepte wurden vorgestellt:

- Vordächer und Werbeanlagen sollen die Gliederungselemente der Fassaden nicht überdecken oder überschneiden
- Sie müssen genügend Abstand von den wichtigen Fassadenelementen haben.
- Werbeanlagen sollen in Größe und Zahl begrenzt werden.
- Vordächer sollen transparent, einschalig und nicht kastenförmig sein.

Diese Ziele wurden teilweise präzisiert:

Fassadenparallele Werbeanlagen sollen waagrecht sein, genügend Abstand (z.B. 10 cm) zu anderen Fassadenelementen haben, und maximal 60 cm hoch sein.

Vordächer sollen unter ihnen angebracht werden, flach geneigt sein und dem Wetter-

schutz dienen. Ausleger sollen am Gesims oder an der Brüstung über den Schaufenstern angebracht werden. Sie sollen einen Mindestabstand von 10 cm von der Fassade und anderen Gliederungselementen haben. Ihre Ausladung soll begrenzt werden. Ausleger im OG sollen in der Höhe begrenzt werden. Ihr Abstand zu Wohnungsfenstern soll mindestens 2,0 m betragen.

Herr Groll und Herr Stuhlträger betonten, dass Gestaltungsrichtlinien den Wettbewerb der Händler, sich gegenseitig mit der Größe der Werbung zu übertrumpfen, eindämmen würden ohne den Werbegedanken zu unterlaufen. Durch weniger und kleinere Werbeanlagen könne gewährleistet werden, dass jede Werbung gesehen werde.

Eine Teilnehmerin fragte nach den großdimensionierten Werbeanlagen von Adler und Saturn.

Herr Groll erklärte, dass Saturn ursprünglich noch größere Werbeanlagen inklusive Fahnen auf dem Dach anbringen wollte und die Stadt in langen Diskussionsprozessen schon manches habe herunterhandeln können. Herr Stuhlträger fügte hinzu, dass es zu diesem Zeitpunkt noch keine Gestaltungssatzung gegeben hat, die eine Argumentationsgrundlage geliefert hätte. Darum sei es wichtig, die Gestaltungssatzung, wie geplant, räumlich auszuweiten.

Herr Hamann berichtete von seiner Erfahrung, dass große Filialisten in der Regel ohne weiteres auf Gestaltungsrichtlinien eingehen. Probleme gäbe es vor allem bei kleinen, oft finanzschwächeren Unternehmen.

Schlussendlich informierte er die Teilnehmer über den Zeitplan des Projektes und die Termine der noch folgenden Beteiligungs-Foren und bedankte sich um 20:00 Uhr bei den Teilnehmern.

Eine Teilnehmerin fragte an, wen sie sich wenden müsste, wenn sie ihre Werbeanlage umgestalten wollte. Ihr wurde geantwortet, dass dies die Bauaufsicht der Stadt sei.

Es wurde besprochen, dass die vorgestellten Gestaltungsrichtlinien zurzeit noch nicht gelten, sondern erst durch ein folgendes Sitzungsaufstellungsverfahren mit Beschlussfassung durch den Rat der Stadt rechtskräftig werden.

Ein Teilnehmer bekundete seinen Unmut, dass „über alles“ Vorschriften erlassen würden. Es wurde erklärt, dass Werbeanlagen, die den Richtlinien entsprechen, keineswegs teurer seien als andere Werbeanlagen. Folglich würde niemand benachteiligt. Probleme entstünden nur, wenn man bei einer Umgestaltungsmaßnahme nicht rechtzeitig nachfragt.

Es folgte ein lockeres Gespräch über Gestaltungsmaßnahmen in Hilden, die nicht in Zusammenhang mit dem vorgestellten Projekt stehen, beispielsweise die Erhöhung der Laufkundschaft am Warringtonplatz durch Ansiedlung attraktiver Geschäfte.

Um 20:20 wurde die Veranstaltung beendet.