

Gestaltungsrichtlinien Wochenmarkt Hauptmarkt

Inhaltsverzeichnis

<i>Gestaltungsrichtlinien für den Wochenmarkt Hauptmarkt</i>	<i>2</i>
<i>Bezug zur Marktsatzung</i>	<i>2</i>
<i>Arten von Verkaufseinrichtungen.....</i>	<i>2</i>
<i>Räumliche Zonierung am Hauptmarkt</i>	<i>3</i>
<i>Richtlinien.....</i>	<i>3</i>
Gestaltungselemente	4
1. <i>Überdachungen</i>	<i>4</i>
2. <i>Markisen</i>	<i>7</i>
3. <i>Seitenwände / Rückwände /Trennwände</i>	<i>8</i>
4. <i>Sockelzone</i>	<i>12</i>
5. <i>Warenauslagen.....</i>	<i>16</i>
6. <i>Farbgestaltung.....</i>	<i>20</i>
7. <i>Werbung.....</i>	<i>21</i>
8. <i>Möblierung.....</i>	<i>33</i>
9. <i>Nachtaspekt.....</i>	<i>35</i>
10. <i>Sonderfall Tagesplatzhändler mit Verkaufsmobil</i>	<i>39</i>

Gestaltungsrichtlinien für den Wochenmarkt Hauptmarkt

Bezug zur Marktsatzung

Die Marktsatzung ist Vertragsgrundlage zwischen Stadt und Markthändler. Einige wesentliche Fragen der Gestaltung sind hier bereits geregelt

§ 10

Auf- und Abbau

- (1) Stände, Verkaufswagen und Zubehör müssen nach den Anordnungen der Stadt aufgestellt oder aufgebaut werden.
- (2) Die Regularien des Auf- und Abbaus werden vom Marktamt vorgegeben. Zurückgelassene Gegenstände werden grundsätzlich als Abfall behandelt.

§ 11

Verkaufseinrichtungen

- (1) Auf dem Hauptmarkt dürfen nur Verkaufseinrichtungen aufgestellt werden, die als in die historische Umgebung passend zugelassen und mit dem Marktamt abgestimmt wurden. Auch auf den übrigen Wochenmarktplätzen können Auflagen bezüglich der Gestaltung von Verkaufseinrichtungen erteilt werden.
- (2) Vordächer von Verkaufseinrichtungen dürfen die zugewiesene Grundfläche nur nach der Verkaufsseite und nur höchstens 1 m überragen. Sie müssen mindestens eine lichte Höhe von 2,10 m, gemessen ab Straßenoberfläche, haben.
- (3) Verkaufseinrichtungen müssen standfest sein und dürfen nur in der Weise aufgestellt werden, daß die Marktoberfläche nicht beschädigt wird. Sie dürfen ohne Erlaubnis der Verwaltung weder an Bäumen und deren Schutzvorrichtungen noch an Verkehrs-, Energie-, Fernsprech- oder ähnlichen Einrichtungen befestigt werden.
- (4) Die Standinhaber haben an ihren Verkaufsständen an gut sichtbarer Stelle das ihnen vom Marktamt ausgehändigte Schild mit Namen und Vornamen des Zulassungsinhabers anzubringen.
- (5) Das Anbringen von anderen als in Abs. 4 genannten Schildern, Anschriften und Plakaten sowie jede sonstige Reklame ist nur innerhalb der Verkaufseinrichtungen in angemessenem, marktüblichem und auf das Marktgeschäft des Standinhabers bezogenem Rahmen zulässig.
- (6) In den Gängen und Durchfahrten darf nichts abgestellt werden; die Grenzen der zugewiesenen Verkaufsplätze sind sichtbar einzuhalten.

Auszug Wochenmarktsatzung

Arten von Verkaufseinrichtungen

Schirmstände / klassische Marktstände: offene Stände mit Schirmüberdachung, tagsüber allseitig offen.

offene Verkaufsanhänger / moderne Marktstände: mobile Anhänger, tagsüber allseitig offen, nachts komplett geschlossen.

geschlossene Verkaufsanhänger: mobile Anhänger, mindestens einseitig geschlossen (nachts komplett geschlossen).

Selbstfahrer / Verkaufsmobile: selbstfahrende Fahrzeuge, dreiseitig geschlossen. Die Fahrzeuge beschicken wechselnde Marktstandorte und stehen nachts nicht auf dem Hauptmarkt

Schirmstände, offene und geschlossene Verkaufsanhänger dürfen von Montag bis Samstagnachts stehen bleiben, wenn sie sich verpflichten, die ganze Woche am Markt teilzunehmen. **Verkaufsmobile** stehen nachts nicht auf dem Hauptmarkt.

Räumliche Zonierung am Hauptmarkt

a) Fester Bereich

Der östliche Bereich des Hauptmarktes und der nördliche Bereich südlich des Schönen Brunnens ist den Marktkaufleuten vorbehalten, die sich dazu verpflichten, an sechs Tagen pro Woche am Markt teilzunehmen. Verkaufseinrichtungen dürfen nachts stehen bleiben.

b) Variabler Bereich

Der südwestliche Bereich des Hauptmarktes ist von den Marktkaufleuten belegt, die nur an bestimmten Tagen teilnehmen. Auch Marktkaufleute, die weiterhin täglich auf- und abbauen möchten, sind hier verortet.

Die südliche Doppelreihe des variablen Bereichs ist für Verkaufsstände in Form dreiseitig geschlossener Verkaufsanhänger (dürfen nachts stehen bleiben) und selbstfahrender Verkaufsfahrzeuge vorgesehen. (Werden künftig zugelassen, dürfen nachts nicht stehen bleiben.)

c) Aufenthaltsbereich

Im zentralen Aufenthaltsbereich sind Tische und Stühle in kleineren Einheiten vorhanden.

Richtlinien

Artikel 1

Geltungsbereich der Richtlinien

- 1) Die vorliegenden Gestaltungsrichtlinien gelten für alle Verkaufseinrichtungen auf dem Wochenmarkt am Nürnberger Hauptmarkt.
- 2) Ausnahmen sind möglich bei Verkaufsmobilen und Tagesplatzzulassungen.
- 3) Lebensmittelrecht geht den Gestaltungsrichtlinien vor.

Artikel 2

Verfahren

- 1) Die Gestaltung der Verkaufseinrichtungen auf dem Wochenmarkt ist mit dem Marktamt der Stadt Nürnberg auf Grundlage dieser Gestaltungsrichtlinien abzustimmen. Stadtplanungsamt Abteilung Stadtgestaltung und Untere Denkmalschutzbehörde stehen dem Marktamt beratend zur Seite.
- 2) Die Richtlinien bilden die Grundlage für die stadtgestalterische Beurteilung der Verkaufseinrichtungen. Ihre Einhaltung ist zwingende Voraussetzung für deren Zulassung.

(es folgen die ausformulierten Regeln zu den Gestaltungselementen, die auf den nächsten Seiten bebildert dargelegt werden)

Legende



Positivbeispiel, bezogen auf das vorliegende Gestaltungselement



Negativbeispiel, bezogen auf das vorliegende Gestaltungselement

Gestaltungselemente

1. Überdachungen

textile Schirmüberdachung, rund, rechteckig oder quadratisch
Abspannung mit Gewichten
Volanten / Schabracken mit geradem Abschluss oder wellenförmig
Keine Pagodendächer



Abb. 1: Volante mit wellenförmigem Abschluss



Abb. 2: Volante mit geradem Abschluss





Abb. 3: Ausklappbare Überdachung



Abb. 4: Überdachung mit ausklappbaren Seitenteilen





Abb. 5: massive Überdachung mit ausklappbarer Front als Vordach



Abb. 6: Pagodendächer nicht erlaubt



2. Markisen

Textile Plane

Volant / Schabracke mit geradem Abschluss oder wellenförmig
wenn erforderlich zusätzlicher seitlicher Sonnenschutz mit textiler Plane



Abb. 7: Markise mit Sonnenschutz hinten



Abb. 8: Markise



3. Seitenwände / Rückwände /Trennwände

abhängig vom Stellplatz und Aufstellung (Rücken an Rücken oder alleinstehend)
freistehend, ohne Seitenwände, allseitig offen



Abb. 9: Schirmstand ohne Seiten- und Rückwände



Seitenwände und Rückwand textile Plane
Alle Textilien senkrecht rotweiß gestreift, gleichmäßige Streifenbreite



Abb. 10: Schirmstand mit Rückwand



Wetterschutz und Durchsichtigkeit im Winter, auch Lkw-Plane als Material zulässig
Sockel senkrecht rotweiß gestreift oder einfarbig oder grau



Abb. 11: Schirmstand mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz



Abb. 12: Schirmstand mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz



😊 Abb. 13: Verkaufsanhänger mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz (Empfehlung: der Abschluss der Planen sollte anstatt braun in den Farben rotweiß oder grau gehalten sein)



☹️ Abb. 14: Plane ohne senkrechte rotweiße Streifen



Seitenwände und Rückwand massiv
alle Seitenwände senkrecht rotweiß gestreift, gleichmäßige Streifenbreite



Abb. 15: Massive Seitenwände mit gleichmäßigen senkrechten rotweißen Streifen



Abb. 16: Rotweiße Streifen zu breit



4. Sockelzone

Sockelzone offen: Metall- oder Holzgestell, Holzkisten, traditioneller bäuerlicher Gemüsewagen, Gemüsekisten aus Holz oder Plastik

😊 Abb. 17: Saubere, offene Sockelzone aus Metall



😊 Abb. 18: Saubere, offene Sockelzone aus Holz





Abb. 19: Saubere, offene Sockelzone aus Gemüseboxen



Abb. 20: Saubere Sockelzone mit unterschiedlichen Elementen (Gemüseboxen aus Holz und Plastik, zusätzlich traditioneller bäuerlicher Gemüsewagen)



Sockelzone geschlossen: textile Schürzen senkrecht rotweiß gestreift



Abb. 21: Textile, senkrecht rotweiß gestreifte Schürzen



Abb. 22: Sockelzone teils nicht rotweiß, Streifen teils horizontal anstatt vertikal, Abschluss nicht bündig





Abb. 23: horizontale, statt vertikale rotweiße Streifen



5. Warenauslagen

Kunststoff-Gemüseboxen, Obstboxen aus Holz, portionierte Verkaufsschalen (Präsentation der Ware wie angeliefert)



Abb. 24: Warenauslage in Gemüseboxen



Abb. 25: Unterschiedliche Warenauslagen, u.a. in Gemüseboxen und portionierten Schalen





Abb. 26: Warenauslage in Gemüseboxen (wie angeliefert)



Abb. 27: Warenauslage in Blumenboxen (wie angeliefert)



als Unterlage für die Warenauslage Verkleidung der Gestelle mit grünem Kunststoffteppich möglich, sauberer Abschluss wichtig



Abb. 28: grüner Kunststoffteppich als Warenunterlage



Abb. 29: Warenunterlage in Rot, ohne sauberen Abschluss



Warenpräsentation hinter Glastheke als Spuckschutz, Kühlung

😊 Abb. 30: Warenpräsentation hinter Glastheke



😊 Abb. 31: Warenpräsentation hinter Glastheke





Abb. 32: Kühlmöglichkeit als Zusatzmodul möglich



6. Farbgestaltung

Textilien und Planen senkrecht rotweiß gestreift, gleichmäßige Streifenbreite

RAL Töne rot 3000 bzw. 3001

RAL Töne weiß 9016

Streifenbreiten 8,5 cm; max. Abweichung von 0,5 cm; weitere Abweichungen nur nach vorheriger Absprache mit dem Marktamt

Sockelfarbe Lkw-Plane rotweiß oder grau

7. Werbung

Angemessene Größe im Verhältnis zur Verkaufseinrichtung bzw. Wandfläche

Werbung an und in der Verkaufseinrichtung begrenzt auf insgesamt zwei Schilder pro drei laufenden Metern Verkaufsfront

Nur Werbung für den eigenen Geschäftsbetrieb, Firmenlogos möglich

Neben dem Marktamtsschild sind pro drei laufenden Metern Verkaufsfront maximal erlaubt (Zusammenfassung ist möglich):

1. Werbung für den Betrieb (z.B. das Logo des Geschäftsbetriebs; entweder a) rechteckig 84 x 60, oder b) oval 100 x 70)
2. ein Schild mit Produktinformationen, z.B. Bildspeisekarte, saisonale Ware (rechteckig 84 x 60, oval 100 x 70)

Werbereiter (Kundenstopper) nicht zulässig

7.1 Werbung in und an Schirmständen und offenen Verkaufsanhängern

Werbung innerhalb der Verkaufseinrichtung mit Schilder oder Banner

Abb. 33: 3 m-Front, rechteckiges Schild im Querformat, Größe bis max. DIN A1 (84 x 60 cm)

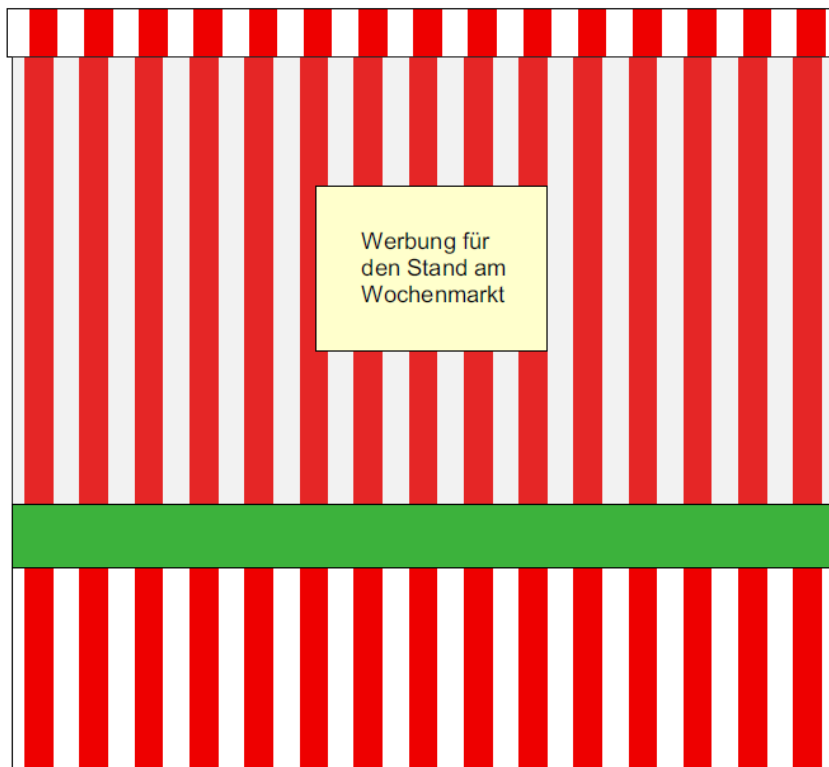


Abb. 34: 3 m-Front, ovales Schild im Querformat, Größe bis max. 100 x 70 cm



Abb. 35: 6 m-Front, rechteckiges Schild im Querformat, Größe bis max. DIN A1 (84 x 60 cm) (oder 1 großes Schild im Querformat, Größe max. 168 x 60 cm)

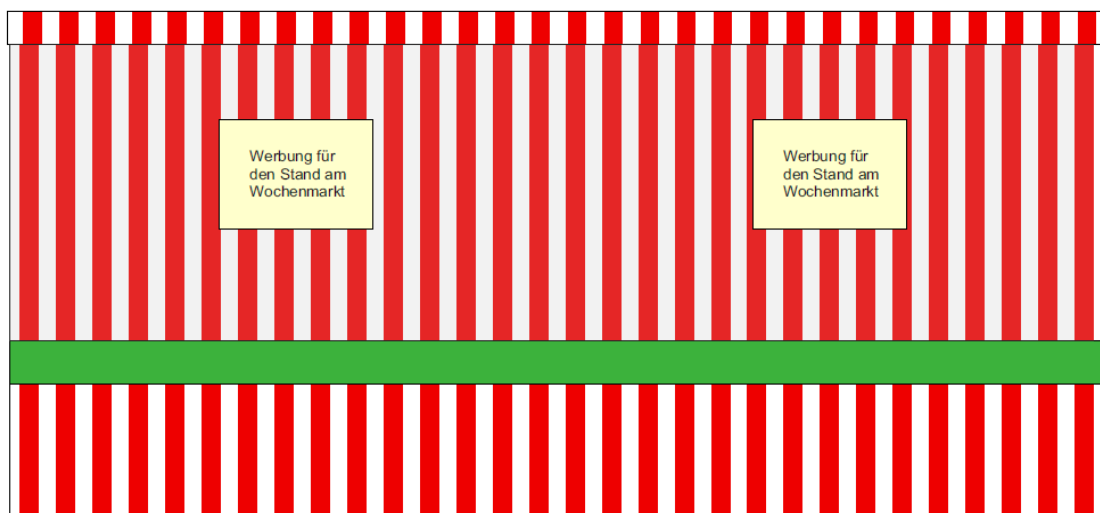
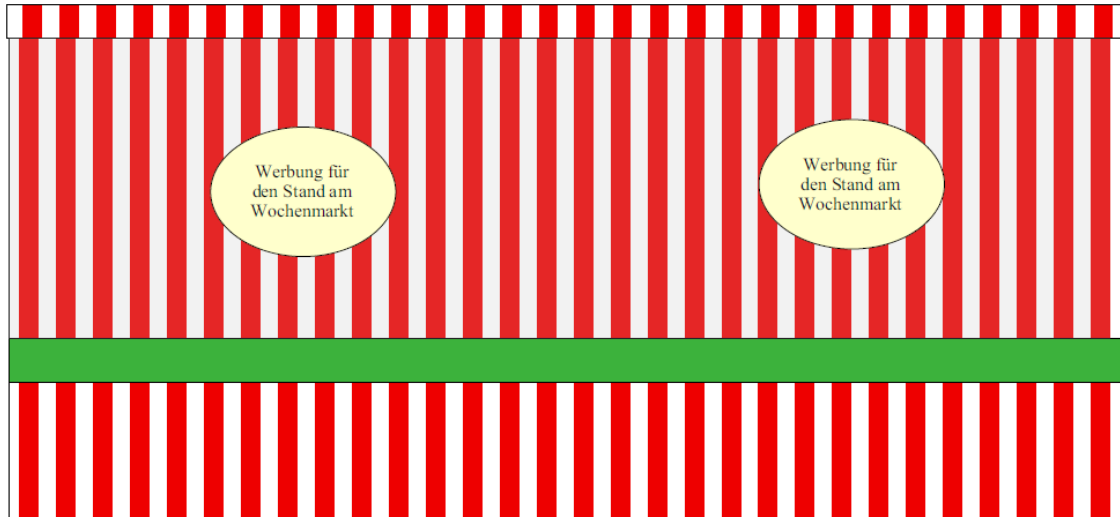


Abb. 36: 6 m-Front, ovales Schild im Querformat, Größe bis max. 100 x 70 cm



Zurückhaltende Auszeichnung der Ware innerhalb der Verkaufseinrichtung



Abb. 37: Betreiberschild innerhalb des Stands



😊 Abb. 38: Marktamtsschild



Banner und Produktinformation für saisonale Ware nur im Innern des Verkaufsstandes, nicht als Sonnenschutz einsetzbar

☹ Abb. 39: Werbung an der Außenseite des Schirms als zusätzlicher Sonnenschutz





Abb. 40: Werbung an der Außenseite des Vordachs als zusätzlicher Sonnenschutz



Abb. 41: Werbung zu groß und auf der Rückseite



☹ Abb. 42: Werbung an der Außenseite des Schirms



☹ Abb. 43: Werbung an der Außenseite des Schirms als zusätzlicher Sonnenschutz und zu groß



☹ Abb. 44: Werbung am Sockel



☹ Abb. 45: Werbung an Sockel und Vordach



7.2 Werbung in und an geschlossenen Verkaufsanhängern

zurückhaltende Außenwerbung

Vordächer, Sockel-, und Rückwände in der Regel ohne Werbung

Bildspeisekarte als Sichtschutz zur Deichsel möglich

Werbereiter (Kundenstopper nicht zulässig)

konstruktiv bedingte Werbefläche am Vordach möglich, max. Höhe 30 cm

zusätzliche Werbung für den eigenen Betrieb (z.B. Logo des Geschäftsbetriebs) an der Vorderseite des Vordachs möglich, maximale Länge: 1/3 der Verkaufsfront, maximale Höhe: bis zum oberen Ende der Verkaufseinrichtung



Abb. 46: zurückhaltende Werbung innerhalb des Standes mit (Bild-) Speisekarte



☹ Abb. 47: Werbung an der äußeren Seitenwand erlaubt, jedoch zu groß



☹ Abb. 48: Werbung zum Verdecken der Deichsel erlaubt, hier jedoch zu groß (Maximalmaße sind einzuhalten)





Abb. 49: konstruktiv bedingte Werbefläche am Vordach möglich



Abb. 50: keine seitlich angebrachten Werbereiter am Vordach



😊 Abb. 51: Bildspeisekarte mit Maximalmaßen an einer äußeren Seitenwand
(Blickrichtung ins Innere des Verkaufsanhängers)



☹️ Abb. 52: Werbung zu groß und zu häufig





Abb. 53: Sonderfall Fahrrad-Verkaufsmobil mit Markisenaufdruck



8. Möblierung

auch bei Kulinarik: keine Bistrotische und keine Abfallbehälter



Abb. 54: keine Möblierung außerhalb der Aufenthaltsfläche



Abb. 55: Stehtische vor der Verkaufseinrichtung



Möglich: Tischverkleidung der Anhängerdeichsel



Abb. 56: Tischverkleidung der Anhängerdeichsel inkl. Plane (senkrecht rotweiß gestreift)



Abb. 57: Tischverkleidung der Anhängerdeichsel inkl. Plane (senkrecht rotweiß gestreift)



9. Nachtaspekt

klassische Marktstände: Schirmüberdachung bleibt stehen, allseitig geschlossen mit textilen Planen oder offen. Leere Warenauslagen abgedeckt mit rotweiß gestreifter Plane oder offen



Abb. 58: Schirmstand offen ohne Verkaufsf Flächen



Abb. 59: Schirmstand offen, mit Planen verdeckte Verkaufsf Flächen





Abb. 60: Schirmstand verschlossen, undurchsichtige Planen



Abb. 61: Schirmstand verschlossen, durchsichtige Planen



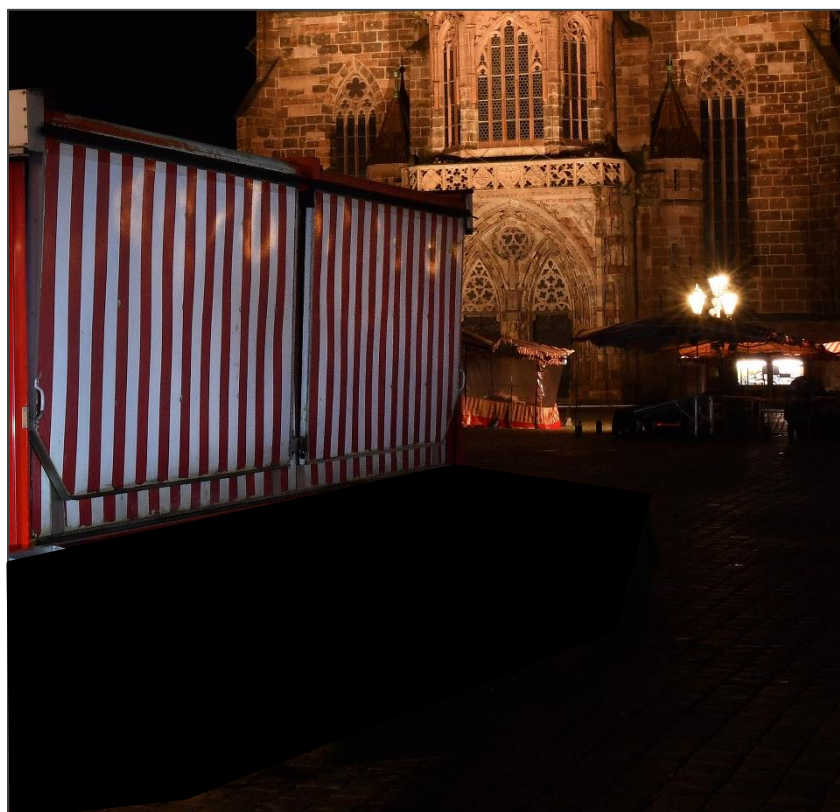
Offene Verkaufsanhänger: allseitig geschlossener Wagen, senkrecht rotweiß gestreift



Abb. 62: Offener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen



Abb. 63: Offener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen



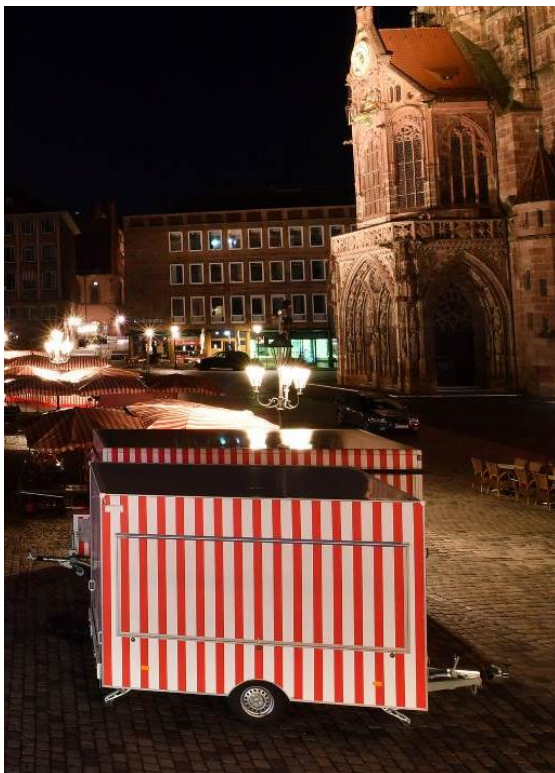
Geschlossene Verkaufsanhänger: allseitig geschlossener Wagen



Abb. 64 Geschlossener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen



Abb. 65: Offene Verkaufsanhänger, komplett verschlossen



10. Sonderfall Tagesplatzhändler mit Verkaufsmobil

Gestaltungsrichtlinien nicht anwendbar



Abb. 66: Verkaufsmobil ohne Möblierung und Kundenstopper



Abb. 67: Verkaufsmobil ohne Möblierung und Kundenstopper



aufgestellt: Nürnberg, 27.07.18, überarbeitet 12.10.18 / 02.11.18 / 20.12.18 / 10.01.2019 / 04.04.2019

Topos team, Stadt Nürnberg Marktamt und Landwirtschaftsbehörde, Stadtplanungsamt, Bauordnungsbehörde, CityManagement



Topos team

Hochbau-, Stadt- und Landschaftsplanung GmbH
Theodorstr. 5 ■ 90489 Nürnberg
Telefon 0911 - 815 80 10 ■ Telefax 0911 - 815 80 12
d.blase@toposteam.de

Abbildungsverzeichnis

😊	Abb. 1: Volante mit wellenförmigem Abschluss	4
😊	Abb. 2: Volante mit geradem Abschluss.....	4
😊	Abb. 3: Ausklappbare Überdachung	5
😊	Abb. 4: Überdachung mit ausklappbaren Seitenteilen	5
😊	Abb. 5: massive Überdachung mit ausklappbarer Front als Vordach	6
😞	Abb. 6: Pagodendächer nicht erlaubt.....	6
😊	Abb. 7: Markise mit Sonnenschutz hinten	7
😊	Abb. 8: Markise	7
😊	Abb. 9: Schirmstand ohne Seiten- und Rückwände	8
😊	Abb. 10: Schirmstand mit Rückwand	8
😊	Abb. 11: Schirmstand mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz	9
😊	Abb. 12: Schirmstand mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz	9
😊	Abb. 13: Verkaufsanhänger mit durchsichtigen Seiten- und Rückwänden als Wetterschutz (Empfehlung: der Abschluss der Planen sollte anstatt braun in den Farben rotweiß oder grau gehalten sein).....	10
😞	Abb. 14: Plane ohne senkrechte rotweiße Streifen	10
😊	Abb. 15: Massive Seitenwände mit gleichmäßigen senkrechten rotweißen Streifen	11
😞	Abb. 16: Rotweiße Streifen zu breit.....	11
😊	Abb. 17: Saubere, offene Sockelzone aus Metall	12
😊	Abb. 18: Saubere, offene Sockelzone aus Holz	12
😊	Abb. 19: Saubere, offene Sockelzone aus Gemüseboxen	13
😊	Abb. 20: Saubere Sockelzone mit unterschiedlichen Elementen (Gemüseboxen aus Holz und Plastik, zusätzlich traditioneller bäuerlicher Gemüsewagen)	13
😊	Abb. 21: Textile, senkrecht rotweiß gestreifte Schürzen	14
😞	Abb. 22: Sockelzone teils nicht rotweiß, Streifen teils horizontal anstatt vertikal, Abschluss nicht bündig	14
😞	Abb. 23: horizontale, statt vertikale rotweiße Streifen	15

☺ Abb. 24: Warenauslage in Gemüseboxen	16
☺ Abb. 25: Unterschiedliche Warenauslagen, u.a. in Gemüseboxen und portionierten Schalen	16
☺ Abb. 26: Warenauslage in Gemüseboxen (wie angeliefert)	17
☺ Abb. 27: Warenauslage in Blumenboxen (wie angeliefert)	17
☺ Abb. 28: grüner Kunststoffteppich als Warenunterlage	18
☹ Abb. 29: Warenunterlage in Rot, ohne sauberen Abschluss	18
☺ Abb. 30: Warenpräsentation hinter Glastheke	19
☺ Abb. 31: Warenpräsentation hinter Glastheke	19
☺ Abb. 32: Kühlmöglichkeit als Zusatzmodul möglich	20
Abb. 33: 3 m-Front, rechteckiges Schild im Querformat, Größe bis max. DIN A1 (84 x 60 cm)	21
Abb. 34: 3 m-Front, ovales Schild im Querformat, Größe bis max. 100 x 70 cm	22
Abb. 35: 6 m-Front, rechteckiges Schild im Querformat, Größe bis max. DIN A1 (84 x 60 cm)	22
Abb. 36: 6 m-Front, ovales Schild im Querformat, Größe bis max. 100 x 70 cm	23
☺ Abb. 37: Betreiberschild innerhalb des Stands	23
☺ Abb. 38: Marktamtsschild	24
☹ Abb. 39: Werbung an der Außenseite des Schirms als zusätzlicher Sonnenschutz	24
☹ Abb. 40: Werbung an der Außenseite des Vordachs als zusätzlicher Sonnenschutz	25
☹ Abb. 41: Werbung zu groß und auf der Rückseite	25
☹ Abb. 42: Werbung an der Außenseite des Schirms	26
☹ Abb. 43: Werbung an der Außenseite des Schirms als zusätzlicher Sonnenschutz und zu groß	26
☹ Abb. 44: Werbung am Sockel	27
☹ Abb. 45: Werbung an Sockel und Vordach	27
☺ Abb. 46: zurückhaltende Werbung innerhalb des Standes mit (Bild-) Speisekarte	28
☹ Abb. 47: Werbung an der äußeren Seitenwand erlaubt, jedoch zu groß	29
☹ Abb. 48: Werbung zum Verdecken der Deichsel erlaubt, hier jedoch zu groß (Maximalmaße sind einzuhalten)	29
☺ Abb. 49: konstruktiv bedingte Werbefläche am Vordach möglich	30

☹	Abb. 50: keine seitlich angebrachten Werbereiter am Vordach	30
😊	Abb. 51: Bildspeisekarte mit Maximalmaßen an einer äußeren Seitenwand (Blickrichtung ins Innere des Verkaufsanhängers)	31
☹	Abb. 52: Werbung zu groß und zu häufig	31
😊	Abb. 53: Sonderfall Fahrrad-Verkaufsmobil mit Markisenaufdruck	32
😊	Abb. 54: keine Möblierung außerhalb der Aufenthaltsfläche	33
☹	Abb. 55: Stehtische vor der Verkaufseinrichtung	33
😊	Abb. 56: Tischverkleidung der Anhängerdeichsel inkl. Plane (senkrecht rotweiß gestreift)	34
😊	Abb. 57: Tischverkleidung der Anhängerdeichsel inkl. Plane (senkrecht rotweiß gestreift)	34
😊	Abb. 58: Schirmstand offen ohne Verkaufsflächen	35
😊	Abb. 59: Schirmstand offen, mit Planen verdeckte Verkaufsflächen	35
😊	Abb. 60: Schirmstand verschlossen, undurchsichtige Planen	36
😊	Abb. 61: Schirmstand verschlossen, durchsichtige Planen	36
😊	Abb. 62: Offener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen	37
😊	Abb. 63: Offener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen	37
😊	Abb. 64 Geschlossener Verkaufsanhänger, komplett verschlossen	38
😊	Abb. 65: Offene Verkaufsanhänger, komplett verschlossen	38
☹	Abb. 66: Verkaufsmobil ohne Möblierung und Kundenstopper	39
☹	Abb. 67: Verkaufsmobil ohne Möblierung und Kundenstopper	39