

Gestaltungskonzept für Außengastronomie, Sondernutzung und Werbung



für das Erhaltungssatzungsgebiet
Domplatz und südliches Stadtzentrum Magdeburg

Band 2 – Gestaltungskonzept

Auftraggeberin

Landeshauptstadt Magdeburg
Fachbereich Stadtplanung und Vermessung
Fachdienst Freiraumplanung und Stadtgestaltung
An der Steinkuhle 6
39128 Magdeburg

www.magdeburg.de
stadtplanung@magdeburg.de

Inhaltliche Erarbeitung, Redaktion & Gestaltung

Stand 15. Juni 2026



Am Neuen Markt 19
28199 Bremen
lehmann@proloco-bremen.de

Franziska Lehmann
Cornelia Dirks

BRENNE ARCHITEKTEN



Rheinstraße 45
12161 Berlin
janna.lipsky@brenne-architekten.de

Fabian Brenne
Janna Lipsky

**Gestaltungskonzept für Außengastronomie,
Sondernutzung und Werbung
für das Erhaltungssatzungsgebiet
Domplatz und südliches Stadtzentrum Magdeburg
Band 2 – Gestaltungskonzept**

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	2
1.	Präambel	4
2.	Räumlicher Geltungsbereich	6
3.	Aufbau des Gestaltungskonzepts	7
4.	Allgemeine Empfehlungen für Werbung	12
5.–10.	Detaillierte Vorgaben für Werbung:	16–33
5.	Flachwerbung	18
6.	Ausstecker	22
7.	Aufsteller	24
8.	Werbefolien	26
9.	Digitale Werbung	28
10.	Weitere Werbeanlagen	30
11.	Allgemeine Empfehlungen für Außengastronomie	34
12.–19.	Detaillierte Vorgaben für Außengastronomie:	36–51
12.	Mobiliar	40
13.	Sonnenschutz	42
14.	Pflanzgefäße	44
15.	Beleuchtung	45
16.	Abgrenzung der Außengastronomie	46
17.	Parklet	48
18.	Bodenfläche	50
19.	Temporärer Charakter der Außengastronomie	51
20.	Warenauslagen	52
	Genehmigungsprozess	54
	Abbildungsverzeichnis	58

Vorwort

Die Stadt Magdeburg hat das vorliegende Gestaltungskonzept für Außengastronomie, Sondernutzung und Werbung für das Erhaltungssatzungsgebiet Domplatz und südliches Stadtzentrum Magdeburg im Jahr 2025 erarbeiten lassen. Ziel des Gestaltungskonzepts ist, dem ästhetischen Wert des historisch bedeutsamen Raums und der hohen städtebaulichen Qualität gerecht zu werden. Gleichzeitig gilt es, eine gute Balance zwischen den Anforderungen an die Gestaltung und den Interessen der Gewerbetreibenden zu finden.

Die Erarbeitung war von Beginn ein kooperativer Prozess. In einer begleitenden Projektgruppe fand der Austausch u.a. mit Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Fachbereiche der Stadtverwaltung statt. Bei einer Passantenbefragung vor Ort und einer online-Umfrage konnten Bürgerinnen und Bürger sich informieren und ihre Einschätzungen, Anmerkungen und Ideen einbringen. Gewerbetreibende im Gebiet haben ihre Meinung, Kritik und Anmerkungen zur Außengastronomie, Werbung und den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts sowohl bei einer online-Umfrage als auch auf einem Workshop formuliert.

Die vor Ort verwendete Werbung und die Gestaltung der Außengastronomie entsprechen oftmals bereits heute im Großen und Ganzen den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts. Es gibt schon viele positive Beispiele für Werbeanlagen, die im Einklang mit der historisch bedeutsamen Bausubstanz und dem Stadtbild stehen, aber auch für Außengastronomie, die den öffentlichen Raum unter Berücksichtigung seiner vielfältigen Funktionen belebt. Beides trägt zur Attraktivität

des Gebiets bei, die mit dem Gestaltungskonzept erhalten und weiter gesteigert werden soll. Von dieser Entwicklung werden die Bürgerinnen und Bürger, der Tourismus und die Wirtschaft profitieren. Für alle bestehenden, genehmigten Anlagen besteht Bestandsschutz.

Das Gestaltungskonzept berücksichtigt die Belange der Sondernutzungssatzung, des Bauordnungsrechts, des Denkmalschutzes, der Wirtschaftsförderung und des Straßenverkehrsrechts sowie die Anforderungen an die Barrierefreiheit und die Sicherheit. Darüber hinaus baut es auf den Leitzielen des Rahmenplans Innenstadt Magdeburg 2035+ auf. Das Gestaltungskonzept besitzt empfehlenden Charakter und ist keine verbindliche Gestaltungssatzung. Sollte es vom Stadtrat beschlossen werden, würde es für zukünftige Genehmigungsanträge als verwaltungsinterne Empfehlung angewendet werden.

Die städtebauliche und architektonische Entwicklung im Gebiet wird seit 1991 durch verschiedene Instrumente stufenweise gesteuert:

1. Stufe: Erhaltungssatzung für das Erhaltungssatzungsgebiet Domplatz und südliches Stadtzentrum (seit 1991).
2. Stufe: Gestaltungskonzept für Außengastronomie, Sondernutzung und Werbung (2026).
3. Stufe: Gestaltungssatzung (in Planung).

Für die Überführung des Gestaltungskonzepts in eine rechtlich verbindliche Gestaltungssatzung ist ein stufenweises Vorgehen im Gespräch, wobei eine Evaluierung von Steuerungswirkung, Zumutbarkeit und Praktikabilität im Genehmigungsverfahren jeweils eine Grundlage für eine nachfolgende Stufe sein soll.

✓ Positive Beispiele für Werbung und Außengastronomie



Offen gestaltete Außengastronomie mit Tischen, Stühlen und Sonnenschirmen am Hasselbachplatz, 2025.



Kleine, offen gestaltete Außengastronomie mit Tischen, Stühlen und Sonnenschirmen in der Sternstraße, 2025.



Werbung und Außengastronomie in Einklang mit der Architektur in der Liebigstraße, 2025.



Belebter Gehweg im Breiten Weg mit offen gestalteter Außengastronomie, 2025.



Die Werbung entspricht weitestgehend dem Gestaltungskonzept: Empfohlen wird der Verzicht auf Flachwerbung (Beschriftungen) auf Fassaden.



Die Werbung und Außengastronomie entsprechen weitestgehend dem Gestaltungskonzept: Empfohlen ein größerer Abstand und eine geringere Breite bei Pflanzgefäßen.

1. Präambel

Das Erhaltungssatzungsgebiet Domplatz und südliches Stadtzentrum Magdeburg ist geprägt durch gründerzeitliche Stadtentwicklung und das historische Stadtzentrum rund um den Dom. Es weist eine hohe Dichte an Baudenkmälern auf und nimmt eine herausgehobene Rolle zur Identitätsstiftung für die Stadt ein. Gleichzeitig gibt es im Gebiet eine Konzentration von Handel und Dienstleistungen, Gastronomie, Verwaltung, Kultur und Tourismus aber auch Wohnen. Das Gestaltungskonzept vereint die verschiedenen Belange des Gebiets bestmöglich.

Werbung und Außengastronomie wirken in und prägen den öffentlichen Raum. Werbeanlagen sind Bestandteil der Fassaden und des Stadtbildes. Das Gestaltungskonzept für das Erhaltungssatzungsgebiet bietet einen ausgewogenen Gestaltungsrahmen für Werbeanlagen an der Stätte der Leistung sowie für Außengastronomie, der die besonderen Belange und die Qualität des öffentlichen Raums in dem Gebiet anerkennt und stärkt. Gleichzeitig wird das Anliegen der Ge-

schäftsleute, auf ihr Gewerbe hinzuweisen und Kundinnen und Kunden anzusprechen berücksichtigt. Individuelle Gestaltungen von Werbeanlagen und Außengastronomie werden ermöglicht, solange sie im Einklang mit der Architektur, dem Stadtbild und der Qualität des öffentlichen Raums stehen. Andere Belange wie Barrierefreiheit, Sicherheit und Verkehr finden ebenfalls Berücksichtigung.

Die im Gestaltungskonzept formulierten Empfehlungen und Vorgaben basieren auf einer detaillierten Analyse der vielfältigen Gegebenheiten im Gebiet. Die ermittelten Steuerungsbedarfe und Begründungen sind im ersten Band (Grundlagen und Analyse) nachzulesen.



Der Breite Weg ist die traditionsreichste Einkaufsstraße in Magdeburg. Das Gestaltungskonzept ermöglicht lebendige und vielfältig gestaltete Erdgeschosszonen im Einklang mit der wertvollen, historischen Bausubstanz. Breiter Weg mit Blick zum Hasselbachplatz, 2025.

» Leitziele für die Empfehlungen

Das Gestaltungskonzept ...

Aufenthalts-
qualität
erhöhen!

- erhöht die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums durch eine ausgewogene Gestaltung und ein gepflegtes Erscheinungsbild der Werbeanlagen und Außengastronomie. Die höhere Aufenthaltsqualität steigert die Attraktivität des Gebiets für Magdeburger Bürgerinnen und Bürger, für Touristinnen und Touristen sowie für Gewerbetreibende.

Stadt-
gemeinschaft
stärken!

- stärkt den öffentlichen Raum als gemeinschaftlichen Ort der Stadtgesellschaft unter Berücksichtigung der Anliegen der Gewerbetreibenden vor Ort.

Historisches
Stadtbild
erhalten!

- sichert und steigert die Qualität des historischen Stadtbildes, indem es die städtebauliche und architektonische Gestaltung bei der Planung und Umsetzung von Werbeanlagen und Außengastronomie berücksichtigt.

Barrierefreie
Innenstadt!

- leistet einen Beitrag zur Barrierefreiheit im öffentlichen Raum durch die Wahrung von Zugängen und Vermeidung von Hindernissen.

Klima und
Umwelt
schützen!

- fördert die Begrünung des Gebiets, indem Außengastronomie verstärkt mit Pflanzgefäßen gestaltet wird.

Sicherheits-
gefühl
erhöhen!

- erhöht das Sicherheitsgefühl im Gebiet, beispielsweise durch eine offen gestaltete Außengastronomie und durch eine angenehme, blendfreie Beleuchtung der Werbeanlagen und Außengastronomie sowie durch Einsehbarkeit und Sichtachsen im öffentlichen Raum.

Planungs-
sicherheit
für alle!

- setzt einen verbindlichen und nachvollziehbaren Rahmen für die Gestaltung von Werbeanlagen und Außengastronomie und gibt damit Orientierung und Planungssicherheit bei gleichzeitiger Bewahrung von Gestaltungsspielräumen.

Vorbild sein
für ganz
Magdeburg!

- ist ein Vorbild für die zukünftige Gestaltung der Werbeanlagen und Außengastronomie in ganz Magdeburg.

2. Räumlicher Geltungsbereich

2.1 Der räumliche Geltungsbereich des Gestaltungskonzepts umfasst das Gebiet der Erhaltungssatzung Domplatz/Südliches Stadtzentrum und damit sowohl das historische Stadtzentrum als auch das südlich davon gelegene, bis heute gründerzeitlich geprägte Stadtviertel Magdeburgs.

Für das Gestaltungskonzept gibt es punktuelle Anpassungen zur Arrondierung des Geltungsbeereiches:

2.2 Alle Straßen gehören mit der Bebauung auf beiden Straßenseiten zum Gebiet des Gestaltungskonzepts.

2.3 Das Gebiet um die Grüne Zitadelle gehört zusätzlich zum Geltungsbereich des Gestaltungskonzepts.

2.4 Das Gebiet Kavalier Scharnhorst gehört nicht zum Geltungsbereich des Gestaltungskonzepts.

2.5 Aufgrund des besonderen historischen Werts der Bebauung und der Bedeutung als Wahrzeichen der Stadt sieht das Gestaltungskonzept für den Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ punktuell spezifische Empfehlungen vor.



Der Hasselbachplatz ist das städtebauliche Zentrum im südlichen Teil des Geltungsbereichs. Blick vom Hasselbachplatz in den Breiten Weg, 2025.



Der Domplatz ist das städtebauliche Zentrum im nördlichen Teil des Geltungsbereichs. Blick auf den Dom und den Domplatz, 2025.



3. Aufbau des Gestaltungskonzepts

3.1 Empfehlungen für Werbung:

Allgemeine Empfehlungen:

Im ersten Teil werden prägnant und kurz die übergeordneten Festlegungen beschrieben. Begleitet werden diese von Skizzen und Visualisierungen, die optisch eine gute Umsetzung von jeder Festlegung zeigen.

Detaillierte Vorgaben:

Im zweiten Teil werden alle detaillierten Vorgaben zu den übergeordneten Festlegungen aufgelistet. Dazu gehören Maßangaben, Material- und Farbangaben. Die Vorgaben werden mit Texten, Zeichnungen und/oder Fotografien dargestellt.

3.2 Empfehlungen für Außengastronomie:

Die Empfehlungen für Außengastronomie sind gleich aufgebaut wie die Empfehlungen für Werbung: Einem ersten Teil mit allgemeinen Empfehlungen folgen die detaillierten Vorgaben.

3.3 Bestandsschutz:

Für die vorhandene, genehmigte Außengastronomie, Sondernutzung und Werbung besteht im Geltungsbereich Bestandsschutz. Bei einem Betreiberwechsel oder bei genehmigungspflichtigen Änderungen der Außengastronomie, der

Sondernutzung oder der Werbung soll das Gestaltungskonzept im Genehmigungsprozess unverbindlich angewendet werden. Entspricht der Genehmigungsantrag den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, ist eine Genehmigung zu erwarten, sofern übergeordnete Gesetze oder Verordnungen nicht entgegenstehen. Wird das Gestaltungskonzept zu einem späteren Zeitpunkt in eine Gestaltungssatzung überführt, ist diese rechtlich bindend.

3.4 Fortschreibung:

Das Gestaltungskonzept wird fortgeschrieben, wenn neue Formen der Werbung oder der Außengastronomie dies erfordern.

3.5 Kennzeichnung der Leitziele:

Zur Begründung der Empfehlungen werden diese mit ihren zugehörigen Leitzielen gekennzeichnet. Die Leitziele sind:

Aufenthaltsqualität erhöhen!

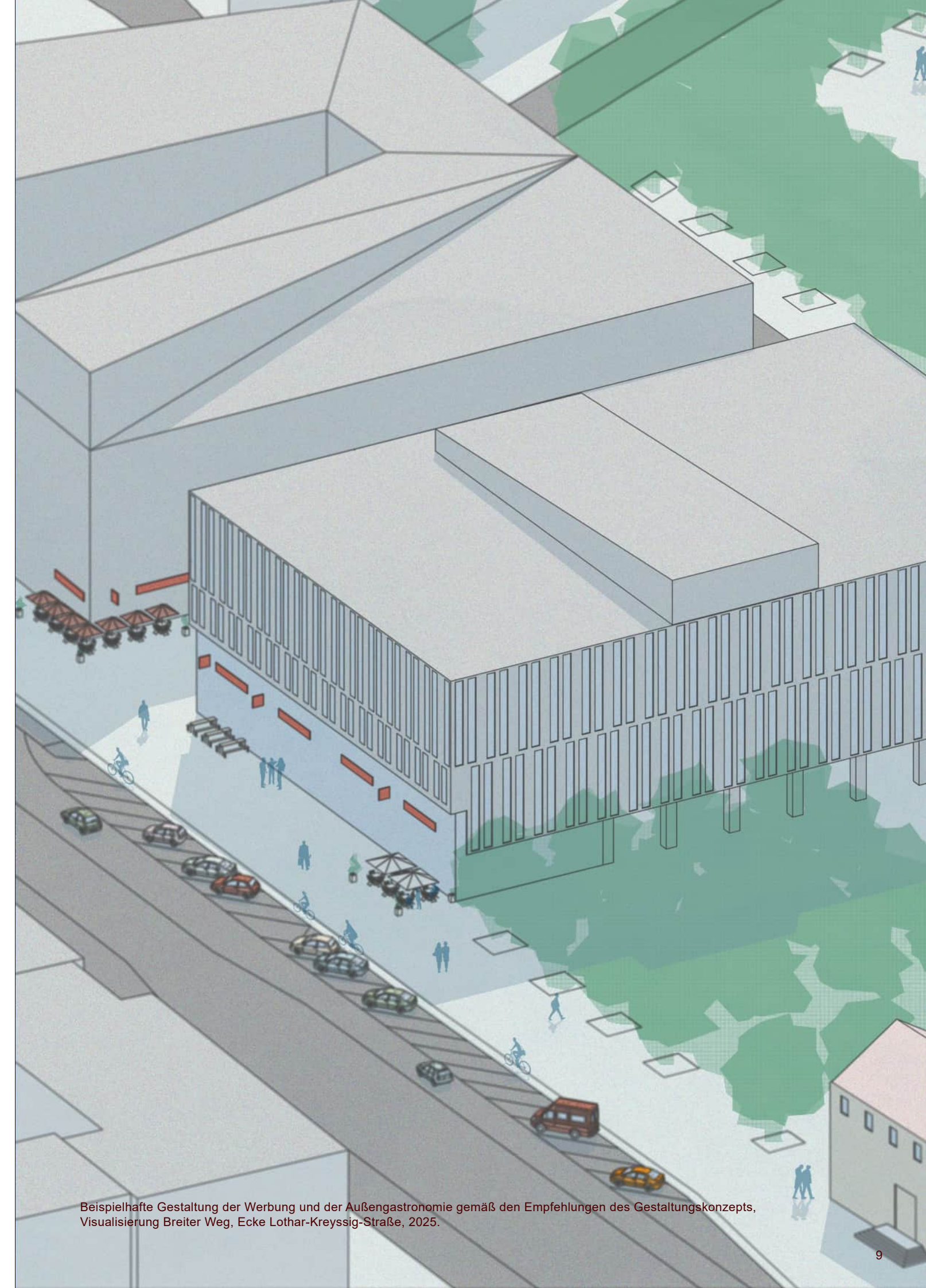
Stadtgemeinschaft stärken!

Historisches Stadtbild erhalten!

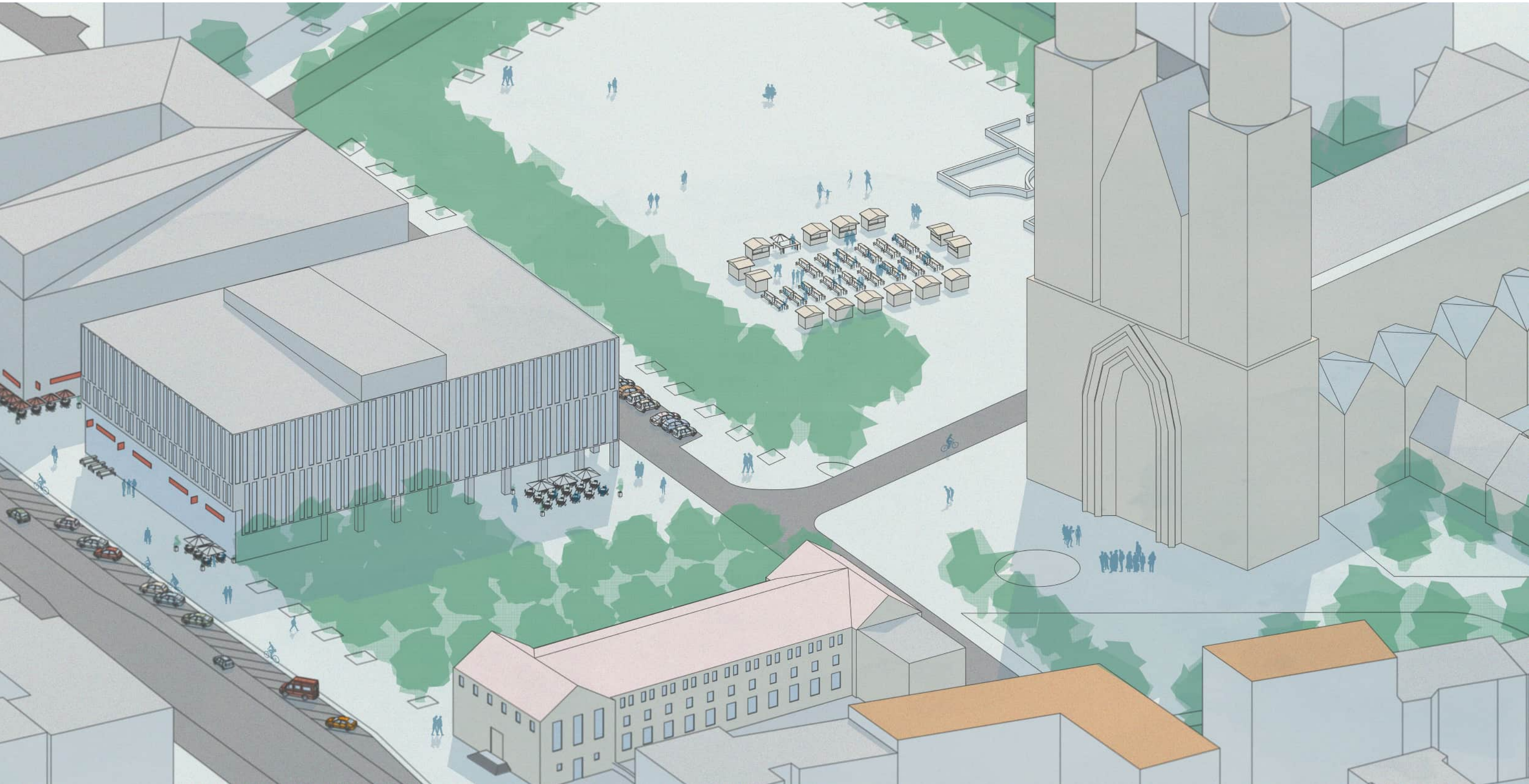
Barrierefreie Innenstadt!

Klima und Umwelt schützen!

Sicherheitsgefühl erhöhen!



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Breiter Weg, Ecke Lothar-Kreyssig-Straße, 2025.



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung des Bereichs „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“, 2025.

4. Allgemeine Empfehlungen für Werbung

Die Werbung fügt sich in die Gestaltung der Architektur und ihrer Umgebung ein. Bei der Gestaltung von Werbeanlagen sind beispielsweise die Fassadengliederung und das Fassadenmaterial zu berücksichtigen. Zudem sollen die Werbeanlagen mit ihrem Format und ihren Proportionen die Maßstäblichkeit des Gebäudes aufnehmen. Die Werbeanlagen einer Gewerbeeinheit sollen mit den Werbeanlagen der benachbarten Gewerbeeinheiten harmonisieren, sodass ein ansprechendes Straßenbild entsteht.

4.1 Werbeanlagen dürfen nur in der festgelegten Werbezone angebracht werden. Die Werbezone umfasst die Fassade im Bereich des Erdgeschosses bis max. 1,5 m oberhalb der Fenster und Türen des Erdgeschosses. Aufgrund der Fassadengestaltung, beispielsweise mit Gesimsen, Sockelgeschossen oder Materialwechseln, und der Belange des Denkmalschutzes kann die Werbezone von dieser Fläche abweichen.

4.2 Zulässige Abweichungen von der Werbezone sind in den detaillierten Vorgaben geregelt (siehe 5., 6., 8.).

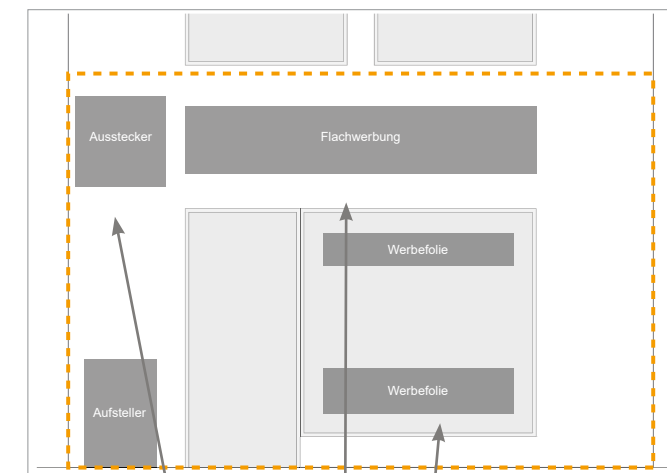
4.3 Von der gesamten Werbezone dürfen max. 20 % der Fläche mit Werbeanlagen bestückt werden. Im Einzelfall auch weniger, wenn die Fassadengestaltung nur weniger Fläche zulässt. Alle Werbeanlagen, beispielsweise auch Ausstecker, Aufsteller und digitale Werbung sowie genehmigungsfreie Anlagen unter 1 m² werden mit angerechnet. Bei Werbeanlagen mit Vorder- und Rückseite wird die einfache Ansichtsfläche berechnet.



Beispiel für die Werbezone: Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen der Werbezone auf der Fassade, Breiter Weg, 2025.



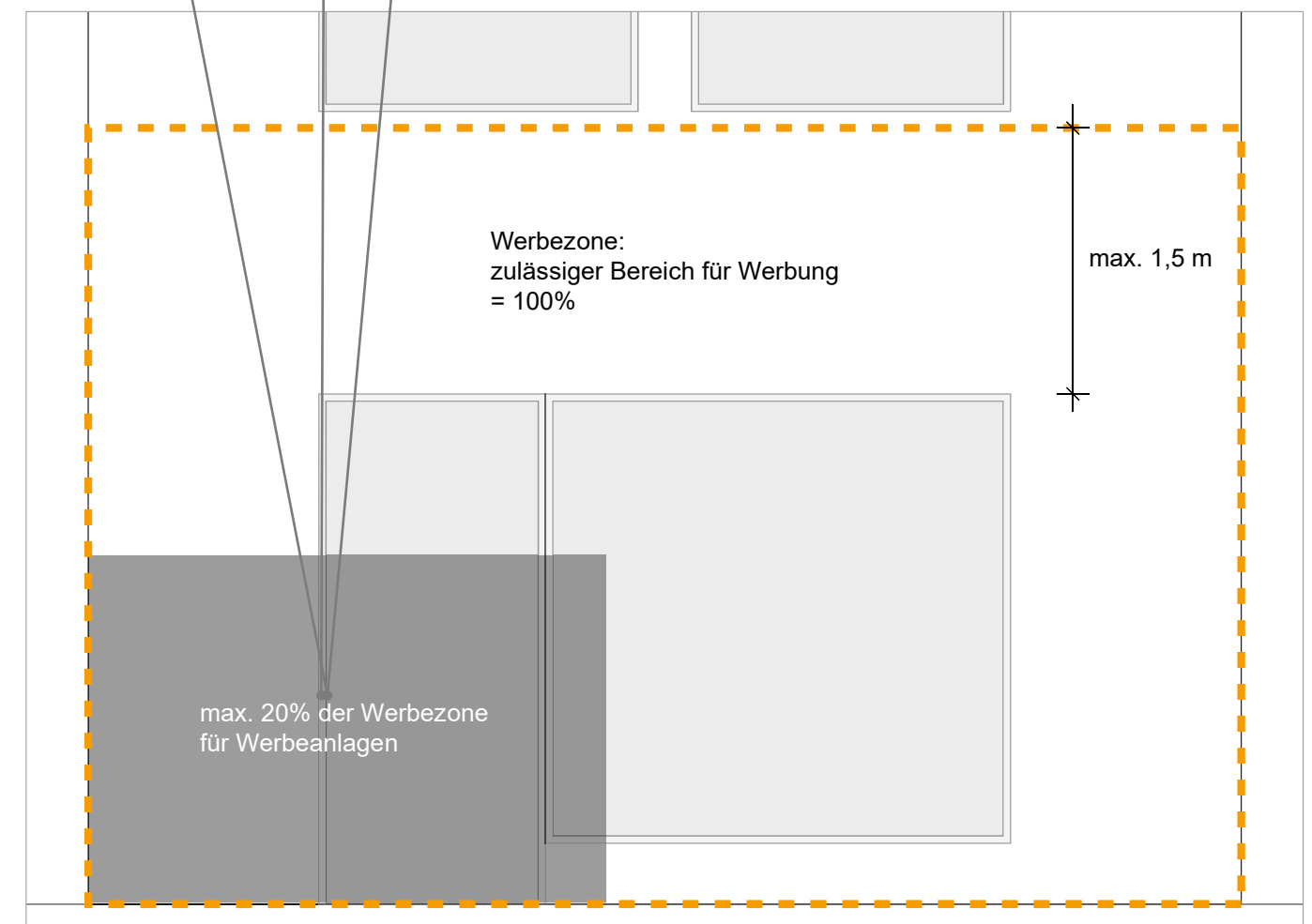
Beispiele für die Werbezone: Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen der Werbezone auf der Fassade, die durch die Fassadengestaltung definiert werden, Leibnizstraße, 2025.



Die Zeichnung zeigt beispielhaft, wie 20 % der Fläche der Werbezone auf die Werbeanlagen Aufsteller, Ausstecker, Flachwerbung und Werbefolie aufgeteilt werden könnten.

Werbezone

- Bereich des Erdgeschosses bis max. 1,5 m oberhalb der Fenster und Türen
- Ggf. abweichende Höhe aufgrund der Fassadengestaltung
- Max. 20 % der Werbezone für Werbeanlagen nutzen



Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen der Werbezone auf der Fassade an. In diesem Bereich ist Werbung auf der Fassade zulässig. Die Werbung darf maximal 20 % der Werbezone bedecken.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

4.4 Pro Gewerbeeinheit sind maximal vier Typen von Werbeanlagen zulässig, beispielsweise

- Aufsteller, Ausstecker, Flachwerbung, und Werbefolie im Fenster oder
- Aufsteller, digitale Werbung, Flachwerbung und Werbefolie im Fenster oder
- Aufsteller, Ausstecker und Werbefolie im Fenster.

4.5 Tagesleuchtfarben¹, Reflexfarben², Metallicfarbtöne und Farben mit Glitzereffekten sind bei Werbeanlagen unzulässig.

4.6 Beleuchtung der Werbung:

Die maximal tolerable Leuchtdichte der leuchtenden Fläche darf tagsüber den Wert von 1500 cd/m² nicht überschreiten. Sie ist darüber hinaus der Umgebungsleuchtdichte anzupassen. Ab Einsetzen der Dämmerung und bei Dunkelheit darf ein Wert von 500 cd/m² nicht überschritten werden. Eine Abstrahlung nach oben ist unzulässig. Das Anstrahlen von Werbung ist nur bei Flachwerbung für Schilder zulässig. Farbwechsel, Blinken oder jegliche Art von Beleuchtungseffekten sind unzulässig. Bei begründeten Beschwerden über Lichtemissionen durch Anwohnerinnen und Anwohner ist die Beleuchtung

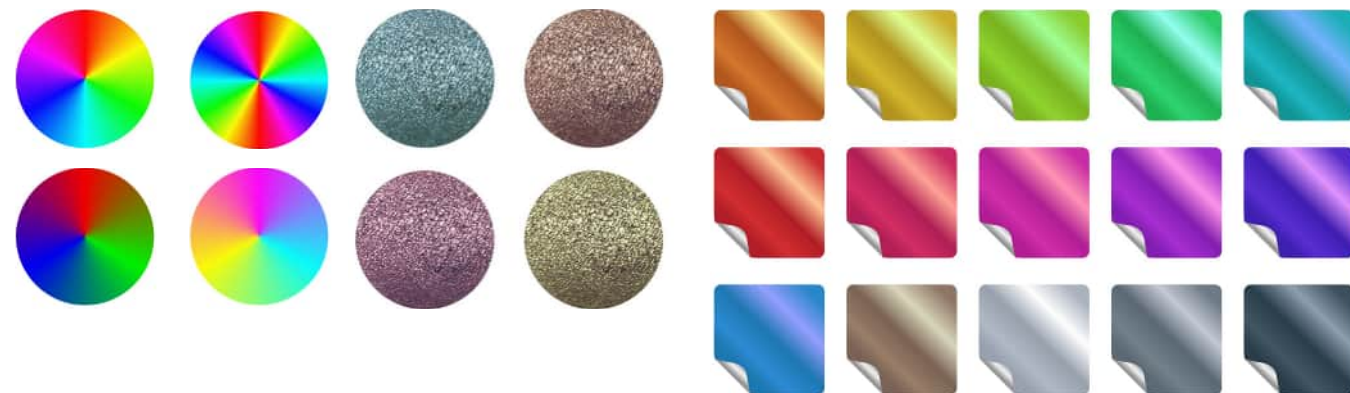
einzelner Standorte in Bereichen mit Wohnbebauung zeitlich einzuschränken, beispielsweise durch Ausschalten zwischen 22 und 7 Uhr.

4.7 Eigenwerbung und die Bewerbung verkaufter Produkte an der Stätte der Leistung sind zulässig. Fremdwerbung ist unzulässig.

4.8 Erleichterungen und Abweichungen sind möglich, wenn ein Gestaltungskonzept für ein größeres Ensemble erstellt wird, beispielsweise für die Gebäudefassaden eines Gebäudeblocks oder für einen Stadtplatz.

¹ Tagesleuchtfarben: fluoreszierende Farben, welche bereits durch das normale Tageslicht zum Leuchten angeregt werden. (www.coates.de/images/Service-Support/Fachartikel/fachartikel_pdf/farbmatrik/agesleuchtfarben.pdf)
² Reflexfarben: spezielle Farbsysteme, die einen hohen Reflexionsgrad aufweisen und bei Lichteinstrahlung eine retroreflektierende Wirkung besitzen. (www.printcolor.ch/upload/cms/user/Reflexfarben_Produktinformation_09-2021.pdf)

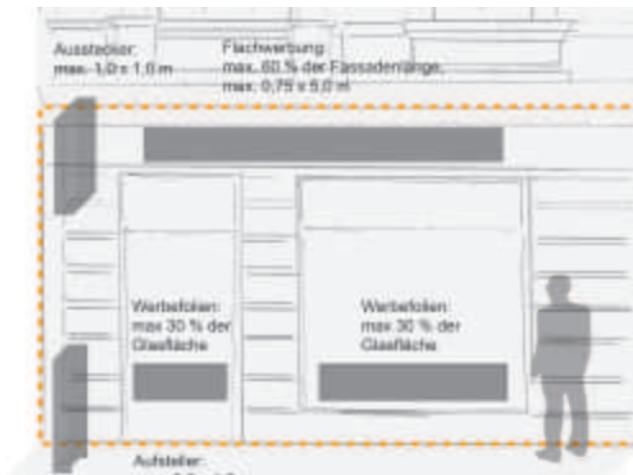
✗ Beispiele für unzulässige Farbtöne



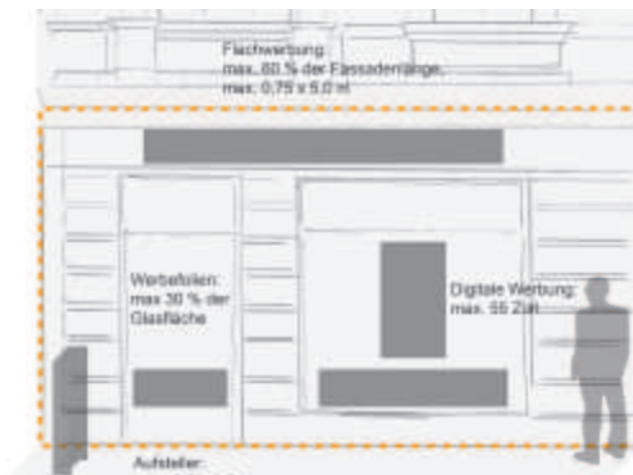
Beispielhafte Darstellung von Tagesleucht- bzw. Neonfarben (links), und Farben mit Glitzereffekten (rechts), die für Werbeanlagen nicht verwendet werden sollen.

Beispielhafte Darstellung von Metallicfarbtönen, die für Werbeanlagen nicht verwendet werden sollen.

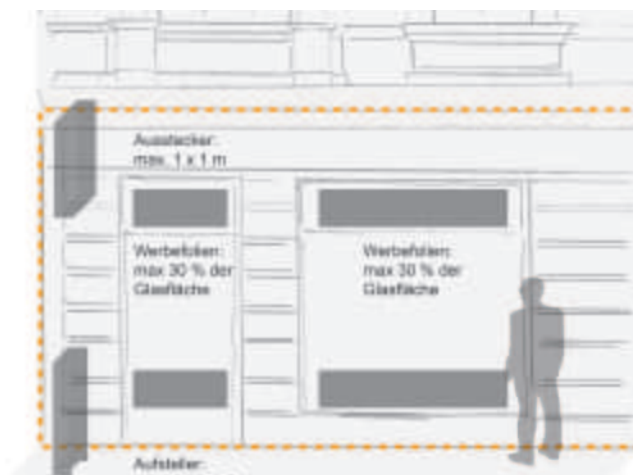
✓ Beispiele für die Kombination von Werbeanlagen-Typen



Beispiel 1: 20 % der Werbezone genutzt.



Beispiel 2: 19 % der Werbezone genutzt.



Beispiel 3: 19,5 % der Werbezone genutzt.

Die Zeichnungen zeigen beispielhaft, wie maximal 20 % der Fläche der Werbezone auf drei bis vier verschiedene Typen von Werbeanlagen aufgeteilt werden könnten.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

- Max. vier verschiedene Werbeanlagen-Typen
- Nur Eigenwerbung
- Erleichterungen und Abweichungen mit einem Gestaltungskonzept für größeres Ensemble
- Keine Neonfarben, Metallic- oder Glitzereffekte
- Bei Dunkelheit Blendwirkung vermeiden, z.B. durch Dimmen oder Verwendung eines Tag- und Nachtmodus

Detaillierte Vorgaben für Werbung

5.	Flachwerbung	18
6.	Ausstecker	22
7.	Aufsteller	24
8.	Werbefolien	26
9.	Digitale Werbung	28
10.	Weitere Werbeanlagen	30



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Einsteinstraße, Ecke Leibnizstraße, 2025.

5. Flachwerbung

» Begriffsbestimmung

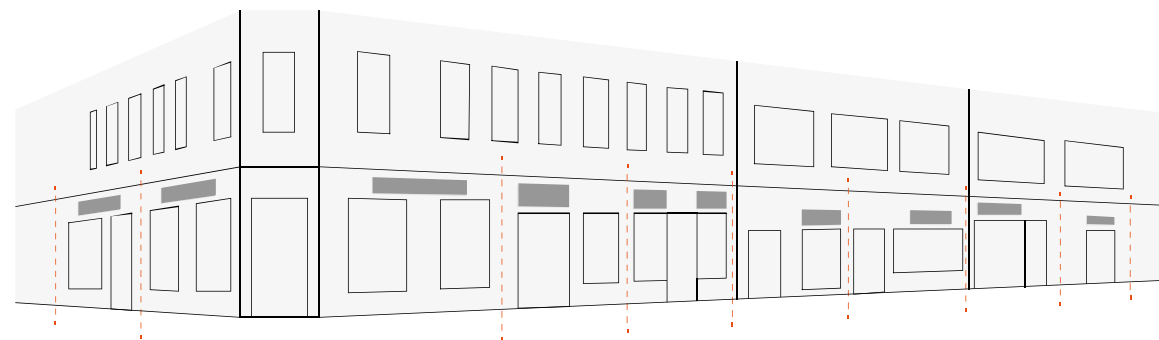
Schild mit Schriftzug und ggf. Logo oder Schriftzug aus Einzelbuchstaben und ggf. Einzellogo auf der Fassade.

5.1 Flachwerbung ist in der Werbezone bis max. 1,5 m oberhalb der Fenster und Türen des Erdgeschosses zulässig. Außerhalb dieser Fläche ist Flachwerbung unzulässig. Die Flachwerbung sollte die Gestaltungselemente einer Fassade wie beispielsweise Pfeiler, Gesimse, Stützen, Ornamente, Lisenen nicht überdecken.

5.2 Pro Gewerbeeinheit ist eine Flachwerbung zulässig. Bei Gewerbeeinheiten in Eckgebäuden mit zwei Straßenfassaden sind zwei Flachwerbungen zulässig.

5.3 Gibt die Fassade keine Abmessungen vor, gelten folgende maximale Abmessungen:

- Maximale Höhe: 75 cm
- Maximale Länge: 60 % der Fassadenlänge der Gewerbeeinheit, maximale Länge pro Flachwerbung 5 m



Pro Gewerbeeinheit ist eine Flachwerbung zulässig. Bei Gewerbeeinheiten in Eckgebäuden mit zwei Straßenfassaden sind zwei Flachwerbungen zulässig. Um die Symmetrie der Fassadengestaltung aufzunehmen, kann die Flachwerbung beispielsweise in zwei Teile aufgeteilt werden.

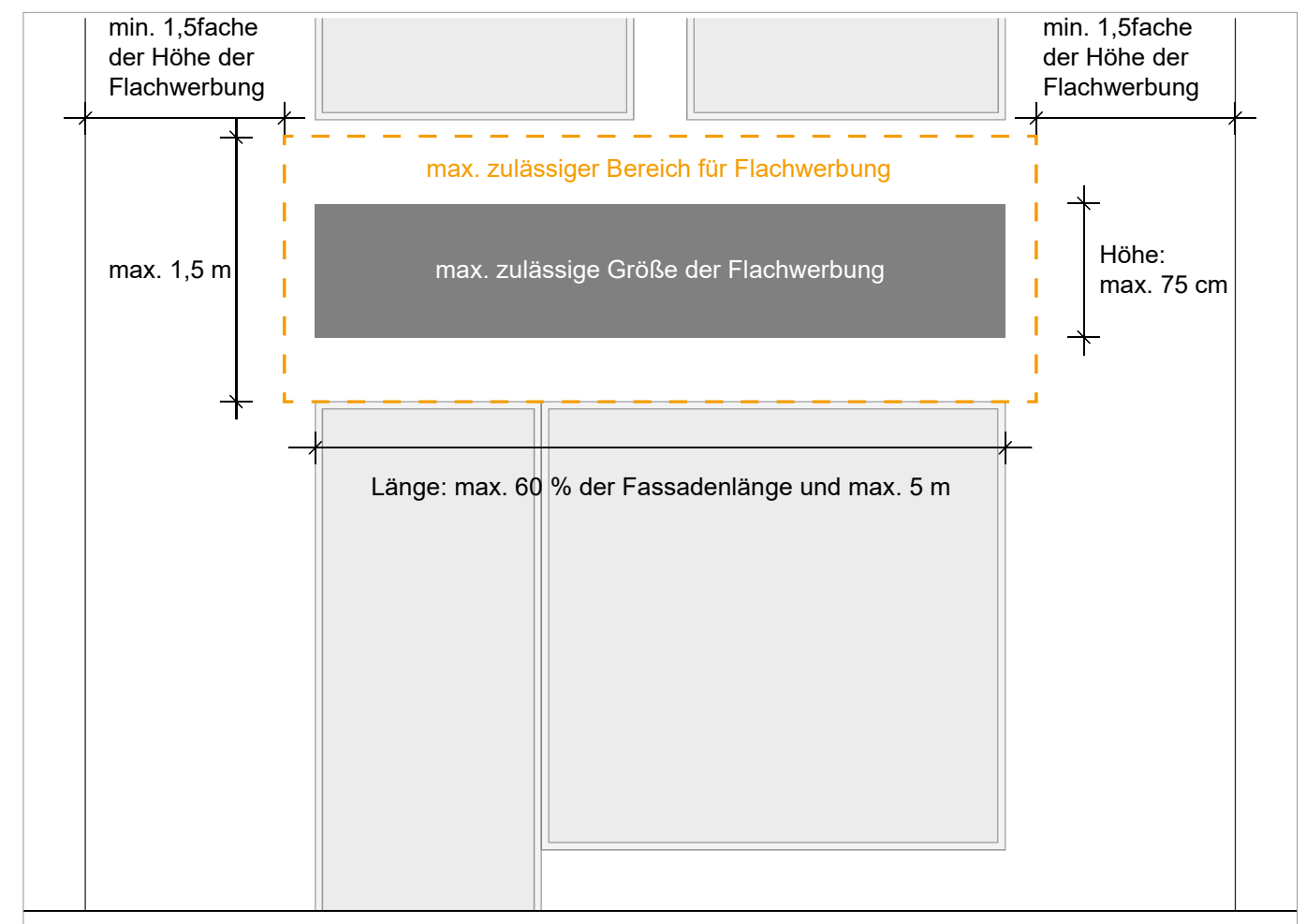
- Mindestabstände: Zur Gebäudekante bzw. zur Grenze der Gewerbeeinheit sowie zwischen zwei Flachwerbungen mindestens das 1,5fache der Höhe der Flachwerbung.
- Maximale Tiefe von Schildern: 5 cm
- Maximale Tiefe von Einzelbuchstaben: 15 cm

Von diesen Maßen darf abgewichen werden, um formale Bezüge der Fassadengestaltung aufzunehmen, wie beispielsweise Fensterachsen, Werbefelder als Teil der Fassadengestaltung und Gesimse. Um die Symmetrie der Fassadengestaltung aufzunehmen, kann die Flachwerbung in mehrere Teile mit einer Gesamtlänge aller Teile von maximal 5 m aufgeteilt werden.



Positives Beispiel für Flachwerbung als Einzelbuchstaben, Breiter Weg, Ecke Einsteinstraße, 2025.

- Max. eine Flachwerbung, bei Eckgebäuden ggf. zwei
- Max. Höhe: 75 cm
- Max. Länge: 60 % der Fassadenlänge und max. Länge 5 m
- Mindestabstand zum Nachbar: 1,5fache der Höhe der Flachwerbung
- Max. Tiefe von Schildern: 5 cm
Max. Tiefe von Einzelbuchstaben: 15 cm



Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen des zulässigen Bereichs für Flachwerbung auf der Fassade an. Die Flachwerbung, darf maximal 75 cm hoch und 5 m lang sein, wobei maximal 60% der Fassadenlänge von der Flachwerbung bedeckt werden dürfen.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

5.4 Die Anbringung von 3D-Objekten jeder Art ist unzulässig. Ausgenommen hiervon sind Ausstecker gemäß Kapitel 6.

5.5 Einzelbuchstaben können selbstleuchtend oder hinterleuchtet sein, angestrahlte Einzelbuchstaben sind unzulässig. Schilder können angestrahlt werden, wenn die Beleuchtung integraler Bestandteil des Schildes ist, selbstleuchtende oder hinterleuchtete Schilder sind unzulässig.

5.6 Aufgrund der Fassadengestaltung, beispielsweise mit Gesimsen, Bossierungen oder Materialwechsel, und der Belange des Denkmalschutzes sind im Einzelfall gegebenenfalls nur Einzelbuchstaben zulässig.

5.7 Im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ (siehe 2.) sind Einzelbuchstaben zulässig. Schilder sind im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ unzulässig.

✗ Beispiele für unzulässige Flachwerbung



Das Schild ist zu groß und überdeckt Gestaltungselemente der Fassade.



3D-Objekte jeder Art sind unzulässig.



Es sind zu viele Schilder, die sich zudem außerhalb des zulässigen Bereichs für Flachwerbung befinden.



Digitale Schilder, beispielsweise LED-Laufschriften, sind unzulässig, siehe hierzu 9. Digitale Werbung.

✓ Beispiele für zulässige Schilder



Beispielhaftes Schild innerhalb des zulässigen Bereichs (gelb gestrichelter Rahmen), Größe entsprechend den Vorgaben des Gestaltungskonzepts.



Positives Beispiel für ein unbeleuchtetes Schild, Otto-von-Guericke-Straße, 2025.



Positives Beispiel für ein angestrahltes Schild, Beleuchtung ist integraler Bestandteil des Schildes, Keplerstraße, 2025.

✓ Beispiele für zulässige Einzelbuchstaben



Beispielhafte Einzelbuchstaben mit Logo innerhalb des zulässigen Bereichs (gelb gestrichelter Rahmen), Größe entsprechend den Vorgaben des Gestaltungskonzepts.



Positives Beispiel für Einzelbuchstaben mit Logo, Breiter Weg, 2025.



Positives Beispiel für Einzelbuchstaben, Breiter Weg, 2025.



Positives Beispiel für aufgemalte Einzelbuchstaben, Einsteinstraße, 2025.

Leitziele für die Empfehlungen

■ Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

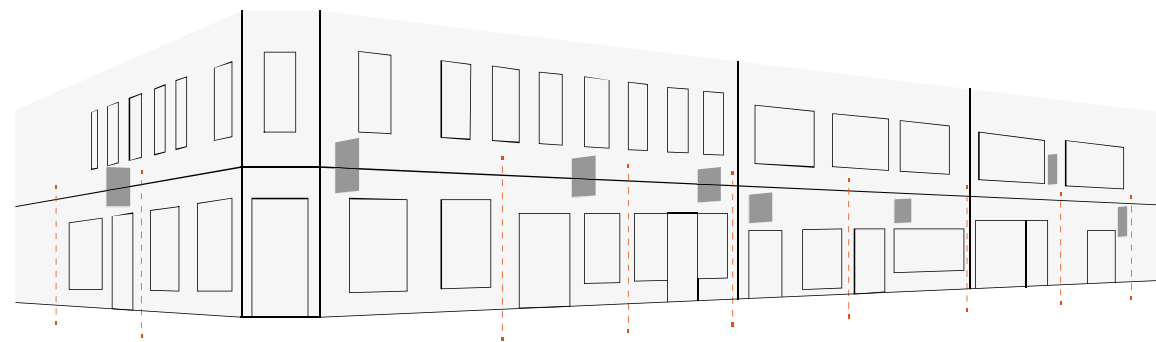
6. Ausstecker

» Begriffsbestimmung

Schild, das senkrecht zur Fassade montiert ist.

- | | |
|---|--|
| <p>6.1 Pro Gewerbeeinheit ist ein Ausstecker auf der Fassade zulässig. Ausstecker dürfen über die Werbezone hinaus maximal bis zur Oberkante der Fenster des 1. Obergeschosses reichen. In der Regel definiert die Fassadengestaltung die Position des Aussteckers.</p> <p>6.2 Für Ausstecker gelten folgende maximale Abmessungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Maximale Höhe: 1 m – Maximale Breite: 1 m inklusive der Befestigung – Maximale Tiefe: 25 cm | <p>6.3 Ausstecker müssen eine lichte Höhe von mindestens 2,5 m (gemessen ab Unterkante) über dem Straßenniveau einhalten.</p> <p>6.4 Die Anbringung von 3D-Objekten jeder Art ist unzulässig.</p> <p>6.5 Der Ausstecker kann selbstleuchtend oder hinterleuchtet sein.</p> |
|---|--|

Die Fassadengestaltung kann geringere Abmessungen vorgeben.

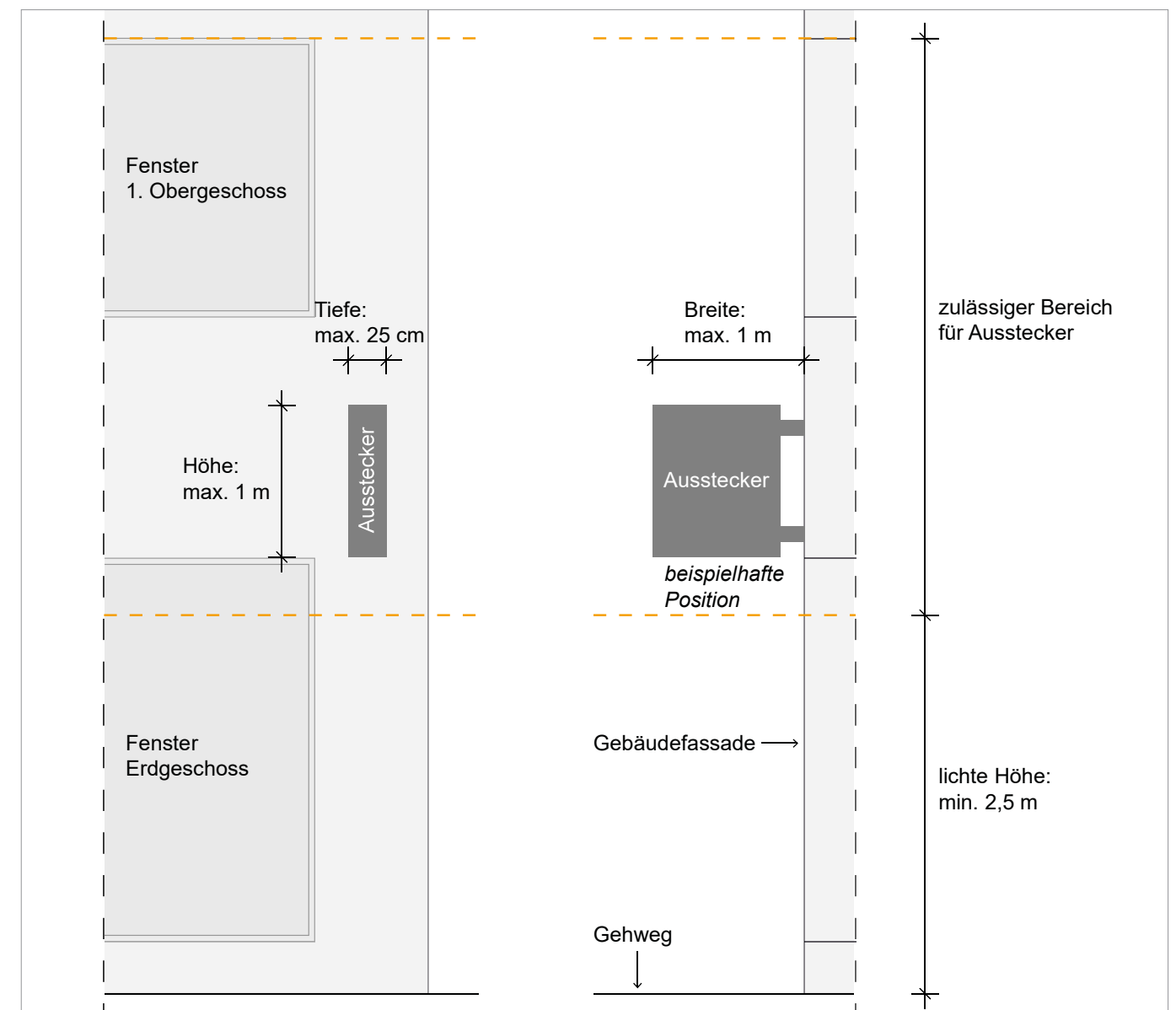


Pro Gewerbeeinheit ist ein Ausstecker auf der Fassade zulässig.



Positive Beispiele für Ausstecker, Liebigstraße, 2025.

- Max. ein Ausstecker
- Position: Erdgeschoss oberhalb von 2,5 m bis Oberkante Fenster 1. Obergeschoss
- Max. Höhe: 1 m
- Max. Breite: 1 m inklusive der Befestigung
- Max. Tiefe: 25 cm



Vorderansicht (links) und Seitenansicht (rechts) einer Fassade mit beispielhafter Größe und Position eines Aussteckers. Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen des zulässigen Bereichs für Ausstecker an.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

7. Aufsteller

» Begriffsbestimmung

Plakataufsteller zum Klappen oder mit Fuß, Pylon, sonstige Aufsteller.

7.1 Pro Gewerbeeinheit ist ein Aufsteller zulässig.

7.2 Es gelten folgende maximale Abmessungen:

- Maximale Höhe: 1,2 m
- Maximale Breite: 80 cm
- Maximale Tiefe: 80 cm

7.3 Die verbleibende Gehwegbreite im Bereich des Aufstellers soll mindestens 2,5 m und in beengten Bereichen mindestens 1,8 m betragen. Die Aufsteller verschiedener Gewerbe-

einheiten sollten innerhalb eines Straßenabschnitts in einer Achse stehen.

7.4 Digitale oder beleuchtete Aufsteller sind unzulässig.

7.5 Beach Flags, Fahnen und 3D-Objekte sind unzulässig.

❌ Beispiele für unzulässige Aufsteller

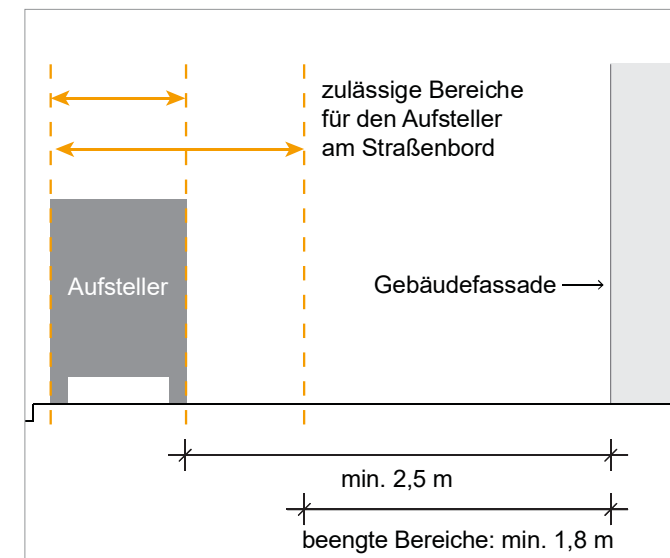


3D-Objekte, beispielsweise aufblasbare Werbefiguren (links), Eistüten-Aufsteller (Mitte), und Beach Flags/Fahnen zum Aufstellen (rechts) sind unzulässig.

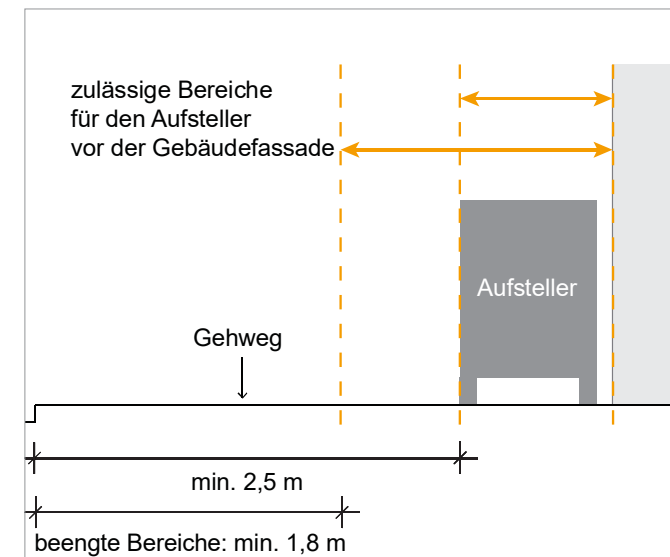
✅ Beispiele für zulässige Aufsteller



Positive Beispiele für Aufsteller im Geltungsbereich, 2025.

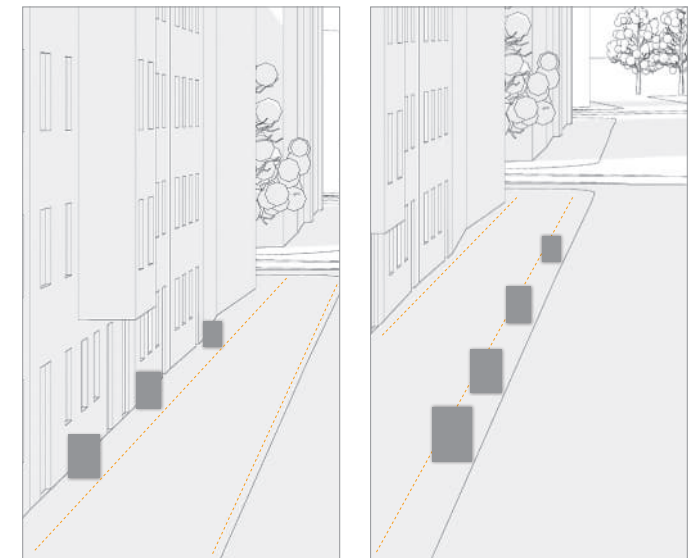


Die gestrichelten Linien und Pfeile zeigen den zulässigen Bereich für Aufsteller am Straßenbord an.

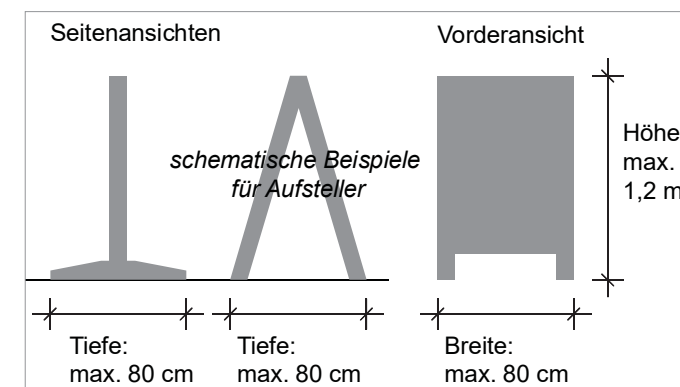


Die gestrichelten Linien und Pfeile zeigen den zulässigen Bereich für Aufsteller vor der Gebäudefassade an.

- Max. ein Aufsteller
- Max. Höhe: 1,2 m
- Max. Breite: 80 cm
- Max. Tiefe: 80 cm
- Min. verbleibende Gehwegbreite: 2,5 m, 1,8 m in beengten Bereichen
- Einheitlich in einer Achse aufstellen



Die Aufsteller verschiedener Gewerbeeinheiten sollten innerhalb eines Straßenabschnitts in einer Achse stehen, entweder direkt an der Gebäudefassade (links) oder am Straßenbord (rechts).



Maximal zulässige Abmessungen für Aufsteller, entsprechend den Vorgaben des Gestaltungskonzepts.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

8. Werbefolien

» Begriffsbestimmung

Klebefolierungen mit Werbemotiven, Fensteraufkleber, geklebte Schaufensterbeschriftungen.

8.1 Auf Schaufenstern und den Glasscheiben von Türen im Erdgeschoss können 30 % der Glasfläche mit Werbefolien gestaltet werden. Auf der sonstigen Fassadenfläche einschließlich der Fenster- und Türrahmen sind Werbefolien unzulässig.

8.2 In den Obergeschossen sind Werbefolien unzulässig.

8.3 Werbefolien sind nur von innen an der Glasscheibe zu befestigen. Vom Rahmen ist ein Mindestabstand von 5 cm einzuhalten.

8.4 Im Rahmen von Baumaßnahmen oder bei gesetzlich erforderlichem Sichtschutz sind vollflächige, monochrome Beklebungen mit einem maximalen Werbeaufdruck von 30 % der Glasflächen von Fenstern und Türen zulässig.

❌ Beispiele für unzulässige Werbefolien



Eine vollflächige Beklebung (oben) sowie der Einsatz von Werbefolien an den Außenwänden (unten) sind nicht zulässig.

✅ Beispiele für zulässige Werbefolien

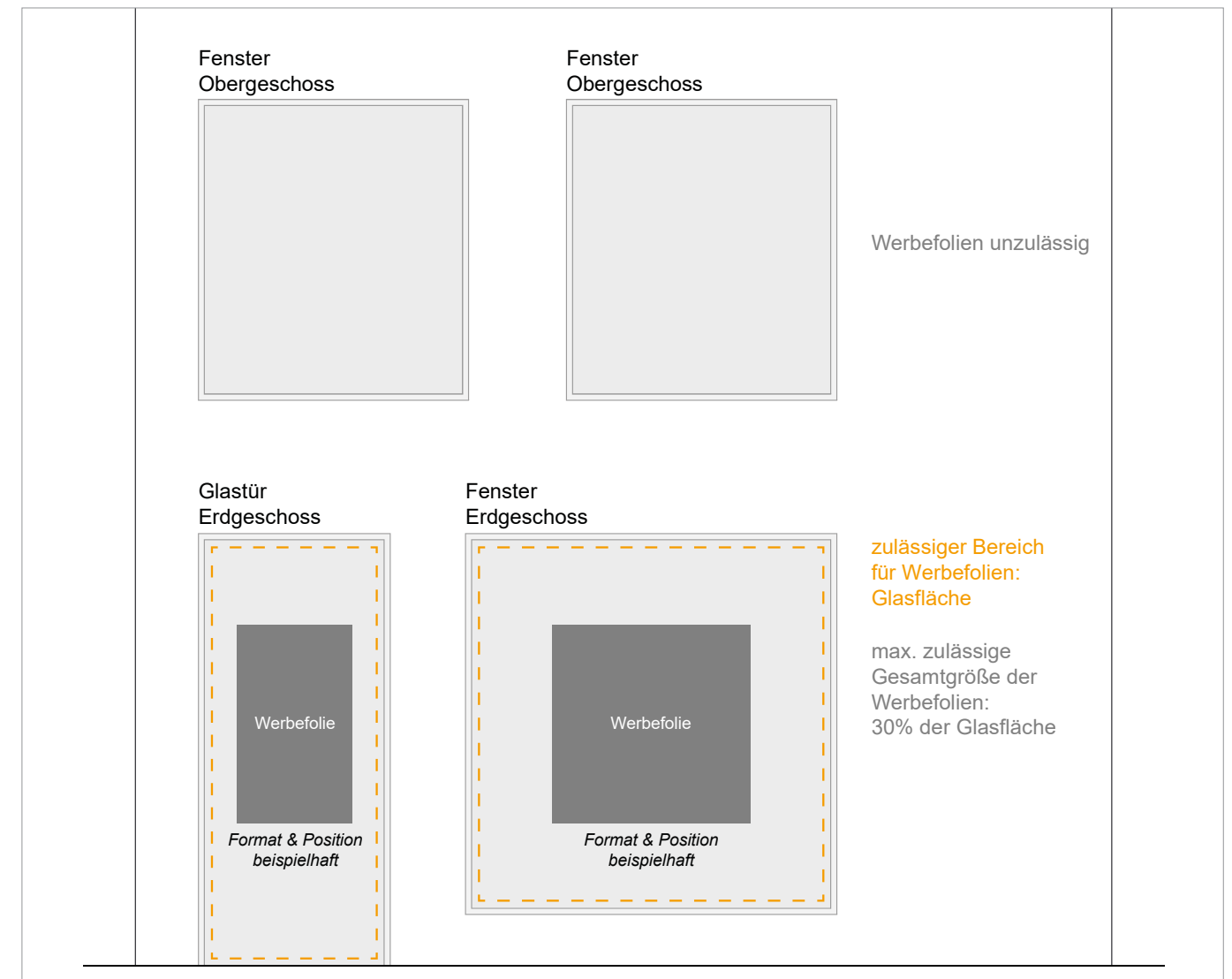


Beispielhafte Positionierung und Größe von Werbefolien auf den zulässigen Glasflächen (gelb gestrichelter Rahmen), entsprechend den Vorgaben des Gestaltungskonzepts.



Positive Beispiele für Werbefolien, Hegelstraße (links), Einsteinstraße (rechts), 2025.

- Max. 30 % der Glasflächen für Werbefolien
- In den Obergeschossen keine Werbefolien
- Min. 5 cm Abstand zum Rahmen
- Werbefolien von innen befestigen



Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen des zulässigen Bereichs für Werbefolien auf der Fassade an. Im Erdgeschoss dürfen Werbefolien insgesamt maximal 30 % dieses Bereichs bedecken, in den Obergeschossen sind Werbefolien unzulässig.

Leitziele für die Empfehlungen

■ Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

9. Digitale Werbung

» Begriffsbestimmung

Mobile Monitore in Schaufenstern.

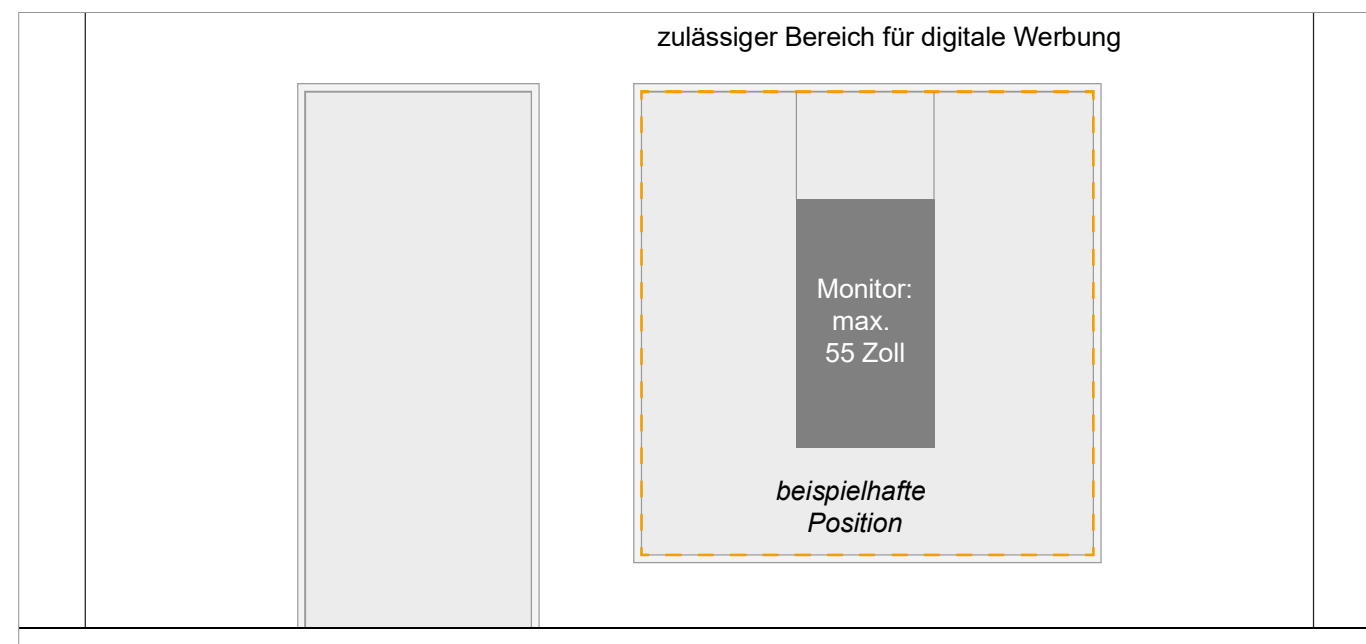
9.1 An der Fassade und im Außenraum ist jede Form digitaler Werbung unzulässig.

9.2 Pro Gewerbeeinheit ist ein Monitor für digitale Werbung mit einer maximalen Größe von 55 Zoll im Schaufenster zulässig. Ebenfalls zulässig sind mehrere kleine Monitore mit einer Gesamtfläche von maximal 0,75 m², beispielsweise sechs Monitore im Format A3.

9.3 Es sind ausschließlich Eigenwerbung und die Bewerbung verkaufter Produkte zulässig.

9.4 Filme, bewegte Bilder, Laufschrift, Blinken oder schnelle Bildwechsel sind unzulässig. Die Standzeit eines Motivs muss mindestens zehn Sekunden betragen.

9.5 Auf eine ordnungsgemäße Einstellung der Digitalanlage ist zu achten. Die Beleuchtungsstärke ist der Umgebungslichtstärke blendfrei anzupassen. Sie muss automatisch erfolgen. Zwischen 22 und 7 Uhr muss die Digitalanlage ausgeschaltet werden.



Die gelb gestrichelten Linien zeigen die Grenzen des zulässigen Bereichs für digitale Werbung im Schaufenster an. Die zulässige Fläche für Monitore im Schaufenster entspricht der eines 55-Zoll-Monitors. Es ist entweder ein Monitor mit maximal 55 Zoll zulässig oder mehrere kleinere Monitore mit einer maximalen Gesamtfläche von 55 Zoll.

✓ Beispiele für zulässige Monitore



Beispielhafte Positionierungen und Größen von digitaler Werbung im Schaufenster.

- Digitale Werbung nur im Schaufenster
- Max. ein Monitor
- Oder mehrere kleine Monitore, z.B. sechs A3-Monitore
- Bildschirmdiagonale: max. 55 Zoll
- Standbilder oder langsamer Bildwechsel
- Monitore zwischen 22 und 7 Uhr ausschalten
- Keine Fremdwerbung

✗ Beispiele für unzulässige Monitore



Mehrere große Monitore im Schaufenster (oben) sowie Monitore auf den Außenwänden oder in Türen (unten) sind unzulässig.



LED-Folien jeder Art sind unzulässig.



Laufschriften sowie Filme, bewegte Bilder, Blinken oder schnelle Bildwechsel sind unzulässig.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

10. Weitere Werbeanlagen

10.1 Schirme und Markisen:

Die Schirme oder Markisen einer Gewerbeeinheit müssen einheitlich und einfarbig gestaltet sein.

20 % der Fläche eines Schirmes oder einer Markise können mit Werbung gestaltet werden. Zulässig sind Schriftzüge und Logos zur Eigenwerbung oder zur Bewerbung verkaufter Produkte.

Im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ (siehe 2.) sind einfarbige Schirme und Markisen in natürlichen, gedeckten Farbtönen zulässig. Die Werbung darauf sollte dezent sein und bevorzugt auf dem Volant platziert werden.

- Einheitliche und einfarbige Gestaltung
- Max. 20 % der Fläche für Werbung
- Im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“: nur natürliche, gedeckte Farbtöne



Positives Beispiel für Werbung auf Schirmen, Danzstraße, 2025.



Positives Beispiel für Werbung auf Markisen, Breiter Weg, 2025.

10.2 Firmenschilder:

Für jede Nutzungseinheit in einem Gebäude ist ein Firmenschild je Eingang an der Fassade zulässig.

In Vorgärten oder auf Vorplätzen auf Privatgrundstücken sind Stelen für Firmenschilder zulässig.

Mehrere Firmenschilder sind zusammenzufassen und hinsichtlich Größe, Farbe und Material einheitlich zu gestalten.

Firmenschilder können selbstleuchtend oder hinterleuchtet sein, angestrahlte Firmenschilder sind unzulässig. Firmenschilder können angestrahlt werden, wenn die Beleuchtung integraler Bestandteil des Schildes ist. Bei der Positionierung und Gestaltung sind die Gestaltungselemente der Fassade zu berücksichtigen. Firmenschilder sollten die Gestaltungselemente einer Fassade wie beispielsweise Pfeiler, Gesimse, Stützen, Ornamente, Lisenen nicht überdecken.

Es gelten folgende maximale Abmessungen je Firmenschild:

- Rechteck oder Quadrat im Quer- oder Hochformat mit einer maximalen Fläche von 0,25 m²
- Maximale Tiefe: 3 cm

- Ein Firmenschild pro Firma und je Eingang
- Stelen auf Privatgrundstücken zulässig
- Einheitliche Gestaltung
- Größe: max. 0,25 m² als Rechteck oder Quadrat
- Max. Tiefe: 3 cm



Positives Beispiel für Firmenschilder, Danzstraße, 2025.

Leitziele für die Empfehlungen

Aufenthaltsqualität Stadtgemeinschaft Historisches Stadtbild Barrierefreiheit Klima- und Umwelt Sicherheitsgefühl

10.3 Werbung auf Baustelleneinrichtungen:
Werbung auf Baustelleneinrichtungen ist während der aktiven Bauzeit mit folgenden Werbeformen zulässig:

- Großformatige Planen mit Werbeaufdruck
- Eigenwerbung an Bauwagen/Containern
- Eigenwerbung an Bauzäunen und Gerüsten

Selbstleuchtende, hinterleuchtende oder digitale Werbung an Baustelleneinrichtungen ist nicht zulässig.

10.4 Fahrradständer:
Mobile Fahrradständer ansässiger Betriebe mit Eigenwerbung sind zulässig.

10.5 Sonderaktionen:
Sonderaktionen zum Werben, beispielsweise Luftballons zur Geschäftseröffnung, sind temporär zulässig; Formate, Formen und Dauer müssen im Einzelfall geprüft werden.

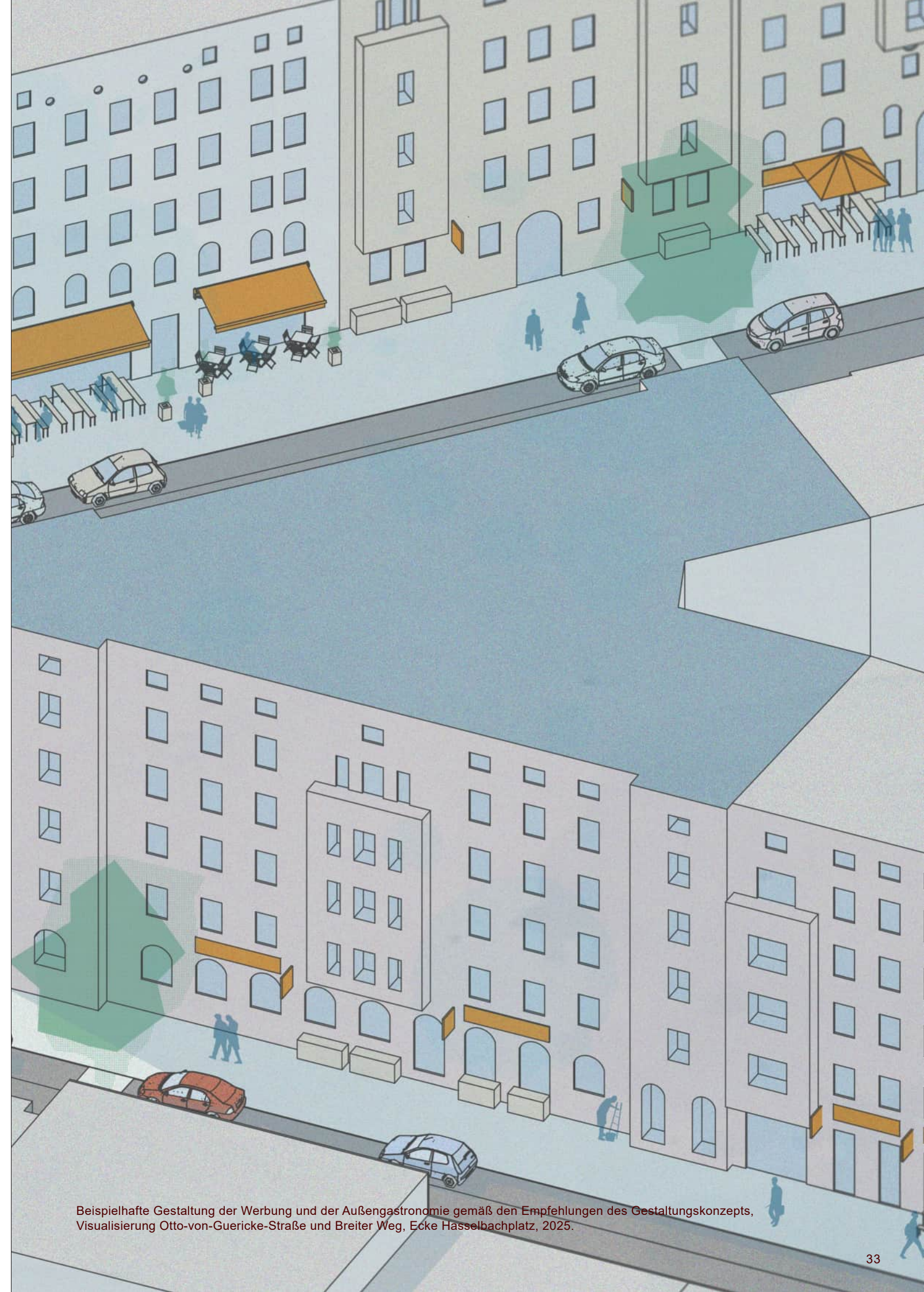
10.6 Die Zulässigkeit von Werbeanlagen, die nicht Gegenstand des Gestaltungskonzepts sind, muss im Einzelfall geprüft werden.

10.7 Unzulässige Werbeformen:

- Werbung auf Giebelfassaden oder auf Brandwänden.
- Werbung an Zäunen und anderen Grundstücksbegrenzungen
- Mobile Werbeanlagen im öffentlichen Raum außer Aufsteller (siehe 7.), beispielsweise Werbeanlagen auf dauerhaft geparkten Fahrzeugen oder abgestellten Objekten sowie Beachflags
- Werbung an Schaltkästen, Papierkörben oder anderem Stadtmobiliar
- Jede Form digitaler Werbung an der Fassade und im Außenraum
- Freistehende digitale Werbung auf privaten Grundstücken, beispielsweise Megalights, LED-Pylone

Leitziele für die Empfehlungen

Aufenthaltsqualität Stadtgemeinschaft Historisches Stadtbild Barrierefreiheit Klima- und Umwelt Sicherheitsgefühl



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Otto-von-Guericke-Straße und Breiter Weg, Ecke Hasselbachplatz, 2025.

11. Allgemeine Empfehlungen für Außengastronomie

Eine individuelle Gestaltung der Außengastronomie ist belebend für das Stadtbild. Das Gestaltungskonzept sieht daher keine Uniformität für die Gestaltung der Außengastronomie vor. „Die Gestaltung lebendiger Erdgeschosse und öffentlicher Räume erhöht die Multifunktionalität und die Möglichkeiten für Begegnung und Interaktion.“³

Die Gestaltung der Außengastronomie muss barrierearm sein. Die Materialität und die Verarbeitung der Ausstattung müssen qualitativ und gepflegt sein. Durch eine angenehme Gestaltung wird die Verweildauer erhöht und dadurch der öffentliche Raum stärker belebt.⁴

Eine Beeinträchtigung von Fuß- und Radverkehr durch die Außengastronomie ist zu vermeiden und daher die Außengastronomie auf ein angemessenes Ausmaß zu begrenzen.

11.1 Die Außengastronomie muss aufgrund ihres „Gaststatus“ im öffentlichen Raum in Größe, Dichte, Möblierung und Gestaltung einen temporären Charakter haben.

Die Gestaltungselemente der Außengastronomie sind beweglich, leicht, durchlässig und funktional.

Die Fläche der Außengastronomie kann mit Pflanzgefäßen gestaltet, begrünt und begrenzt werden.

11.2 Tagesleuchtfarben⁵, Reflexfarben⁶, Metallicfarbtöne und Farben mit Glitzereffekten sind bei allen Gestaltungselementen der Außengastronomie unzulässig.

11.3 Flächen der Außengastronomie und ggf. Hinweismedien (Aufsteller) für die Außengastronomie sollen eine Gehwegbreite von mindestens 2,5 m freilassen. In beengten Bereichen sollen es mindestens 1,8 m sein. Die Stadt kann in Einzelfällen eine größere Gehwegbreite verlangen. Aus Gründen der Verkehrssicherheit sollte die Außengastronomie vorzugsweise an der Gebäudedefassade und nicht am Straßenbord aufgestellt werden. Der Mindestabstand zur Fahrbahn oder Parktasche muss 50 cm, zu Radwegen 30 cm betragen.

³ Rahmenplan Innenstadt Magdeburg 2035+, August 2024, S. 78.

⁴ Vgl. ebd. S. 69.

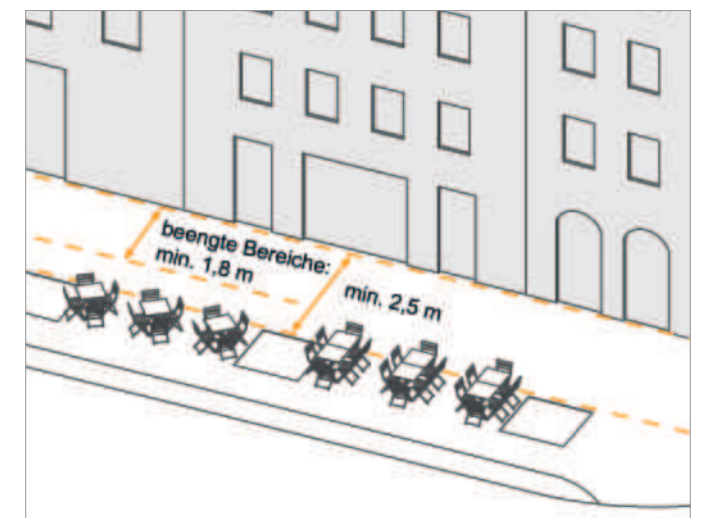
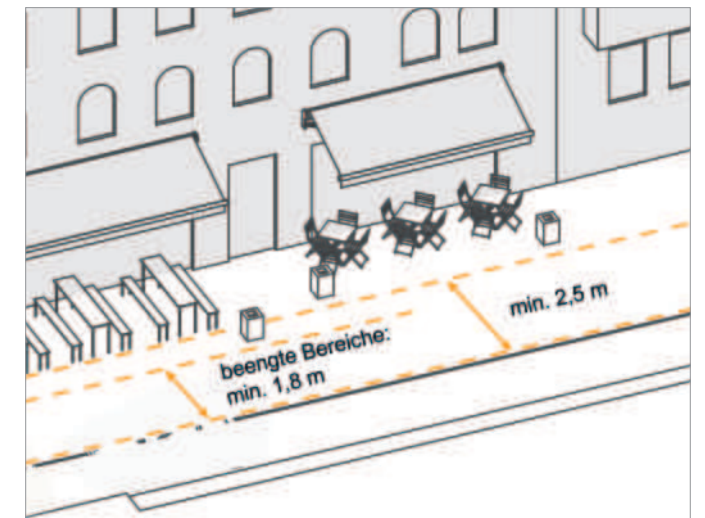
⁵ Tagesleuchtfarben: fluoreszierende Farben, welche bereits durch das normale Tageslicht zum Leuchten angeregt werden. (www.coates.de/images/Service-Support/Fachartikel/fachartikel_pdf/farbmatrik/agesleuchtfarben.pdf)

⁶ Reflexfarben: spezielle Farbsysteme, die einen hohen Reflexionsgrad aufweisen und bei Lichteinstrahlung eine retro-reflektierende Wirkung besitzen. (www.printcolor.ch/upload/cms/user/Reflexfarben_Produktinformation_09-2021.pdf)

✓ Gestaltungsvorschläge für die Außengastronomie



- „Lebendige Erdgeschosse“, individuelle Gestaltung, keine Uniformität
- Barrierearme Gestaltung
- Gestaltung mit temporärem Charakter
- Pflanzgefäße zur Begrünung nutzen
- Keine Neonfarben, Metallic- oder Glitzereffekte
- Min. verbleibende Gehwegbreite: 2,5 m, 1,8 m in beengten Bereichen



Positive Beispiele für die Außengastronomie, Danzstraße (oben), Berlin (Mitte), Hamburg (unten), 2025.

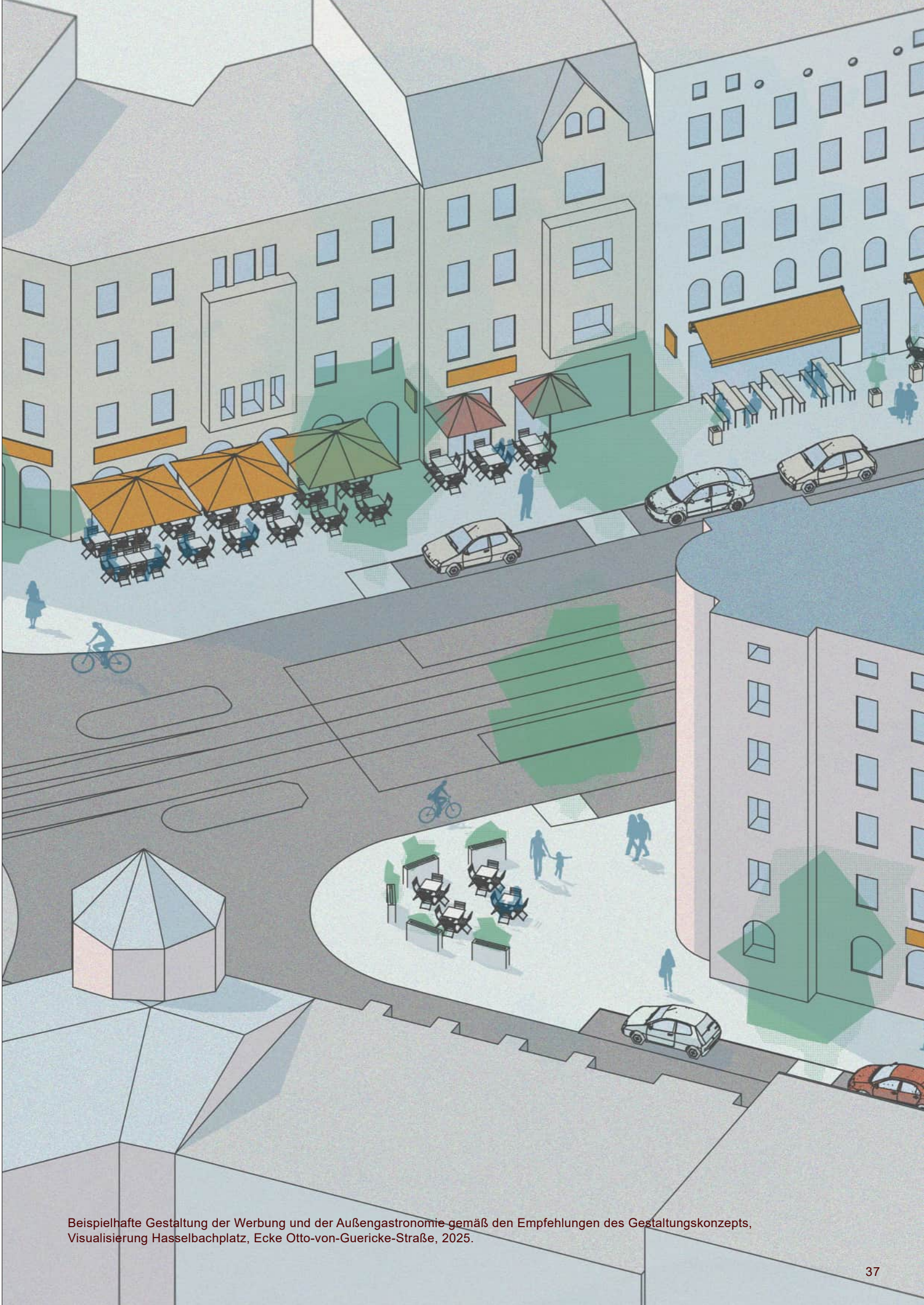
Die Außengastronomie soll eine Gehwegbreite von min. 2,5 m freilassen, in beengten Bereichen min. 1,8 m. Aus Gründen der Verkehrssicherheit sollte die Außengastronomie vorzugsweise an der Gebäudedefassade und nicht am Straßenbord aufgestellt werden.

Leitziele für die Empfehlungen

Aufenthaltsqualität Stadtgemeinschaft Historisches Stadtbild Barrierefreiheit Klima- und Umwelt Sicherheitsgefühl

Detaillierte Vorgaben für Außengastronomie

12.	Mobiliar	40
13.	Sonnenschutz	42
14.	Pflanzgefäße	44
15.	Beleuchtung	45
16.	Abgrenzung der Außengastronomie	46
17.	Parklet	48
18.	Bodenfläche	50
19.	Temporärer Charakter der Außengastronomie	51



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Hasselbachplatz, Ecke Otto-von-Guericke-Straße, 2025.



Beispielhafte Gestaltung der Werbung und der Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Hasselbachplatz, 2025.

12. Mobiliar

» Begriffsbestimmung

Alle nicht-ortsfesten Gegenstände, die auf der Fläche der Außengastronomie aufgestellt werden sowie an der Fassade montierte Markisen, Bänke und Speisekartenkästen sowie in Bodenhülsen fest montierte Schirme.

12.1 Folgendes Mobiliar für die Fläche der Außengastronomie ist zulässig:

- Tische
- Stehtische
- Stühle
- Bänke an Tischen mit einer maximalen Länge von 2,2 m

- Bänke an der Fassade
- Freistehende Sonnenschirme (detaillierte Vorgaben siehe 13.)

- An der Fassade montierte Markisen (detaillierte Vorgaben siehe 13.)

- Pflanzgefäße (detaillierte Vorgaben siehe 14.)

- Anrichten mit folgenden Abmessungen:
 - Maximale Höhe und Breite: je 1 m
 - Maximale Tiefe: 60 cm

- Ständer für Speisekarten mit folgenden Abmessungen:
 - Maximale Höhe: 1,2 m
 - Maximale Breite und Tiefe: je 80 cm

Die Ständer können selbstleuchtend oder unbeleuchtet sein.

- Schaukästen für Speisekarten an der Fassade mit folgenden Abmessungen:
 - Maximale Höhe und Breite: je 80 cm
 - Maximale Tiefe: 5 cm
 Die Schaukästen können selbstleuchtend oder unbeleuchtet sein. Sie dürfen die Gestaltungselemente einer Fassade nicht überdecken.

Andere Arten von Mobiliar, beispielsweise Polstermöbel, Heizpilze oder Podeste, sind unzulässig.

12.2 Werbung auf Elementen des Mobiliars ist unzulässig. Ausnahmen gelten für Sonnenschirme und Markisen (siehe 13.).

12.3 Im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ (siehe 2.) sind einzeln stehende Tische und Stühle zulässig. Bänke an Tischen sind im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ unzulässig.



Positive Beispiele für das Mobiliar der Außengastronomie, Breiter Weg, 2025.

- Mobiliar sind alle nicht-ortsfesten Gegenstände
- Zulässiges Mobiliar: Tische, Stühle, Bänke, Schirme, Markisen, Pflanzgefäße, Anrichten, Speisekartenständer/-kästen
- Andere Arten von Mobiliar sind unzulässig
- Individuelle Gestaltung, keine Vorgaben bezüglich Form, Material oder Größe
- Werbung nur auf Schirmen und Markisen

✓ Gestaltungsvorschläge für das Mobiliar



Das Mobiliar der Außengastronomie ist individuell zu gestalten. Das Gestaltungskonzept sieht keine Vorgaben bezüglich Form, Material oder Größe des Mobiliars vor, lediglich Polstermöbel sind unzulässig (Beispiele aus verschiedenen Städten).

Leitziele für die Empfehlungen

■ Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

13. Sonnenschutz

» Begriffsbestimmung

Alle Maßnahmen zur Beschattung der Außengastronomiefläche.

13.1 Als Elemente des Sonnenschutzes sind zulässig:

- Freistehende Sonnenschirme
- An der Fassade montierte Markisen

Alle anderen Formen des Sonnenschutzes sind unzulässig.

13.2 Sonnenschirme dürfen einen maximalen Durchmesser bzw. eine maximale Kantenlänge von 5 m haben.

13.3 Sonnenschirme sind vorzugsweise in Bodenhülsen zulässig. Ein statischer Nachweis für die Fundamente ist zu erbringen. Schirme mit standfestem eigenem Ständer sind auch zulässig. Bei der Montage in Bodenhülsen muss die Bodenhülse gut übergebar und barrierefrei sein, wenn der Sonnenschirm entfernt ist.

13.4 Die Schirme oder Markisen einer Gewerbebeeinheit müssen einheitlich und einfarbig gestaltet sein (zu Werbung auf Sonnenschirmen und Markisen siehe 10.1).

13.5 Im Bereich „Dom und Kloster Unser Lieben Frauen“ (siehe 2.) sind einfarbige Schirme und Markisen in natürlichen, gedeckten Farbtönen

zulässig. Die Werbung darauf sollte dezent sein und bevorzugt auf dem Volant platziert werden.

13.6 Markisen sind als an der Fassade montierte Elemente zulässig. Freistehende Markisen oder andere Konstruktionen sind unzulässig.



Markisen sind ein traditioneller Sonnenschutz. In der Vergangenheit säumten sie den Breiten Weg, fast jedes Geschäft war mit einer Markise ausgestattet, Breiter Weg, 1937.



Positives Beispiel für den Sonnenschutz der Außengastronomie, Hasselbachplatz, 2025.

- Zulässiger Sonnenschutz: Freistehende Sonnenschirme und Markisen an der Fassade
- Max. Durchmesser bzw. max. Kantenlänge: 5 m
- Einheitliche Gestaltung
- Werbung möglich
- Schirme vorzugsweise in Bodenhülsen
- Markisen nur an der Fassade

✓ Gestaltungsvorschläge für den Sonnenschutz



Sonnenschirme und Markisen sind einheitlich und einfarbig zu gestalten. Schriftzüge und Logos zur Eigenwerbung oder zur Bewerbung verkaufter Produkte sind auf 20 % der Fläche von Schirmen und Markisen zulässig (Beispiele aus verschiedenen Städten).

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

14. Pflanzgefäße

» Begriffsbestimmung

Alle Gefäße für natürliche Pflanzen.

14.1 Die Pflanzgefäße einer Gewerbeeinheit müssen einheitlich gestaltet sein.

14.2 Kunstpflanzen jeglicher Art sind unzulässig.

14.3 Für Pflanzgefäße gelten folgende maximale Abmessungen:

- Maximaler Durchmesser bzw. maximale Kantenlänge: 60 cm
- Maximale Höhe: 80 cm
- Mindestabstand zwischen zwei Pflanzgefäßen: 3facher Durchmesser bzw. 3fache Kantenlänge des Pflanzgefäßes
- Maximale Bewuchshöhe: 1,5 m

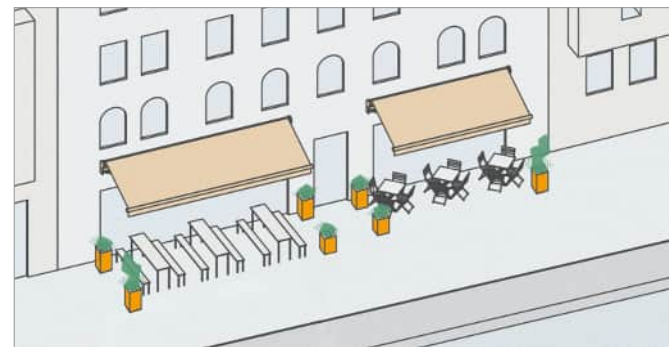
- Einheitliche Gestaltung
- Nur natürliche Pflanzen
- Max. Durchmesser oder max. Kantenlänge: 60 cm
- Max. Höhe: 80 cm
- Mit Abstand zueinander aufstellen

✓ Gestaltungsvorschläge für Pflanzgefäße



Positive Beispiele für Pflanzgefäße, Berlin/Magdeburg, 2025.

✓ Beispiele für die Aufstellung von Pflanzgefäßen



Beispielhafte Verwendungen von Pflanzgefäßen um die Fläche der Außengastronomie einzufassen, ohne sie abzuschotten.

15. Beleuchtung

» Begriffsbestimmung

Alle Leuchtkörper, die die Außengastronomiefläche beleuchten.

15.1 Tischleuchten und Lichterketten in der Lichtfarbe Warmweiß sind zulässig. Lichtschläuche und Lichtbänder sind unzulässig.

15.2 Andere Arten von Leuchtkörpern und Beleuchtungen sind unzulässig.

15.3 Ausnahmen sind zulässig, wenn keine öffentliche Beleuchtung vorhanden ist.

- Nur Tischleuchten und Lichterketten
- Ausnahmen bei fehlender öffentlicher Beleuchtung

✓ Gestaltungsvorschläge für die Beleuchtung



Positive Beispiele für die Beleuchtung der Außengastronomie, neben kleinen Leuchten oder Kerzen auf Tischen (Mitte) eignen sich Ketten mit Glühbirnen an der Markise (links) oder an einem Schirm (rechts) für die Beleuchtung der Außengastronomie (Beispiele aus verschiedenen Städten).

Leitziele für die Empfehlungen

Aufenthaltsqualität Stadtgemeinschaft Historisches Stadtbild Barrierefreiheit Klima- und Umwelt Sicherheitsgefühl

16. Abgrenzung der Außengastronomie

» Begriffsbestimmung

Elemente, die der Abgrenzung der Außengastronomiefläche vom umgebenden öffentlichen Raum (Fahrbahn, Radweg, Gehweg, Stadtplätze, Grünflächen) dienen.

16.1 Eine offen gestaltete Einfassung der Außengastronomie mit Pflanzgefäßen ist zulässig. Hierfür gelten die Vorgaben unter 14. Pflanzgefäße, beispielsweise:

- Maximaler Durchmesser bzw. maximale Kantenlänge: 60 cm
- Maximale Höhe: 80 cm
- Mindestabstand zwischen zwei Pflanzgefäßen: 3facher Durchmesser bzw. 3fache Kantenlänge des Pflanzgefäßes
- Maximale Bewuchshöhe: 1,5 m

16.2 Die durchgängige Abgrenzung der Außengastronomie ist grundsätzlich unzulässig.

16.3 Ausnahmen sind aus Gründen der Verkehrssicherheit zwischen Außengastronomie und Fahrbahn, Parktasche oder Radweg zulässig.

16.4 Die Abgrenzung der Außengastronomie zu Fahrbahn, Parktasche oder Radweg ist nur mit Geländern, Glaskonstruktionen oder großformatigen Pflanzgefäßen zulässig. Geländer und Glaskonstruktion müssen feingliedrig und durchlässig sein. Textil oder Plattenmaterial jeglicher Art dürfen für Abgrenzungen nicht verwendet werden.

Der Mindestabstand zur Fahrbahn oder Parktasche muss 50 cm, zu Radwegen 30 cm betragen.

16.5 Für Abgrenzungen gemäß 16.4 als Geländer oder Glaskonstruktion gelten folgende Abmessungen:

- Maximale Höhe: 1,2 m
- Maximale Länge eines Einzelelements: 1,5 m

16.6 Für Abgrenzungen gemäß 16.4 aus Pflanzgefäßen gelten folgende Abmessungen:

- Maximale Höhe: 80 cm
- Maximale Länge eines Einzelelements: 1,5 m
- Maximale Tiefe: 50 cm
- Maximalabstand zwischen zwei Pflanzgefäßen: 1/3 des Durchmessers bzw. der Kantenlänge des Pflanzgefäßes
- Maximale Bewuchshöhe: 1,5 m

16.7 Aus Gründen der Verkehrssicherheit können im Einzelfall andere Abmessungen und Abstände bei Abgrenzungen erforderlich sein.

16.8 Eine Abgrenzung der Außengastronomie durch beispielsweise Wände, Palisaden, Ketten, Werbebanden, Bänder, Eingangsportale ist unzulässig.

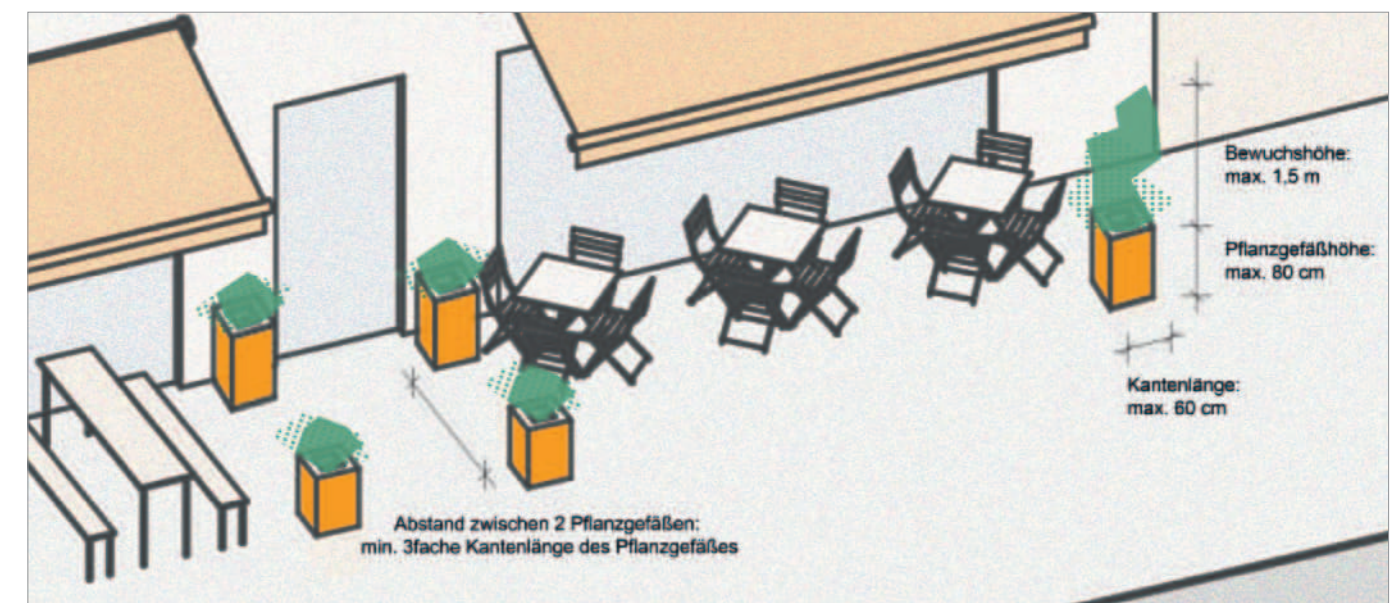
✗ Beispiele für unzulässige Abgrenzungen



Eine Abgrenzung der Außengastronomie durch dicht gestellte Pflanzgefäße, Wände jeglicher Art oder Werbebanden ist unzulässig.

- Offen gestaltete Einfassung der Außengastronomie mit Pflanzgefäßen
- Keine durchgängige Abgrenzung der Außengastronomie
- Keine Wände, Palisaden, Ketten, Werbebanden, Bänder oder Eingangsportale
- Ausnahmen aus Gründen der Verkehrssicherheit

✓ Beispiel für eine zulässige Abgrenzung mit Pflanzgefäßen



Eine offen gestaltete Einfassung der Außengastronomie mit Pflanzgefäßen ist zulässig. Die Abbildung zeigt die Abmessungen und Mindestabstände der Pflanzgefäße (siehe 16.1). Für Abgrenzungen zu Fahrbahn, Parktasche oder Radweg gelten andere Abmessungen (siehe 16.5–16.7).

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
 ■ Stadtgemeinschaft
 ■ Historisches Stadtbild
 ■ Barrierefreiheit
 ■ Klima- und Umwelt
 ■ Sicherheitsgefühl

17. Parklet

» Begriffsbestimmung

Stadtmöbel, das durch Aufbauten die temporäre Umnutzung einer straßenbegleitenden Parkfläche für die Außengastronomie ermöglicht.

17.1 Bei der Genehmigung von Parklets sind vorliegende Nutzungen, wie beispielsweise Flächen für die Feuerwehr, Anwohnerparkplätze, Liefer- und Ladezonen, Behindertenstellplätze sowie Taxistellplätze, vorrangig zu behandeln.

17.2 Parklets für die Außengastronomie können in Straßen mit straßenbegleitenden Parkflächen beantragt werden. Die Genehmigungsfähigkeit von Parklets wird unter Berücksichtigung der vorliegenden Nutzungen und Belange im Einzelfall geprüft.

17.3 Pro Außengastronomie können maximal zwei straßenbegleitende Parkflächen für ein Parklet genutzt werden. Ist die Fassade der

Gewerbeeinheit schmäler als zwei Parkflächen, gilt die Fassadenlänge der Gewerbeeinheit als Maximallänge.

17.4 Für die Abgrenzung von Parklets gelten die Vorgaben für Abgrenzungen (siehe 16.).

17.5 Um das Parklet vom Gehweg aus barrierefrei zugänglich zu machen, sind Bodenaufbauten ausnahmsweise zulässig.

17.6 Sämtliches Mobiliar innerhalb des Parklets, beispielsweise Sonnenschirme und Pflanzgefäße, dürfen die Sicherheit, Leichtigkeit und Durchlässigkeit des Kfz-, Rad- und Fußverkehrs nicht beeinträchtigen.

✓ Gestaltungsvorschläge für Parklets



Positive Beispiele für die Gestaltung von Parklets für die Außengastronomie. Die Abgrenzungen zum fließenden Verkehr sind jeweils deutlich und trotzdem visuell durchlässig (Beispiele aus verschiedenen Städten).

- Max. ein Parklet
- Max. Größe: zwei Parkflächen
- Einfassungen gemäß „16. Abgrenzung der Außengastronomie“
- Vorliegende Nutzungen vorrangig
- Fließenden Verkehr nicht beeinträchtigen
- Einzelfallprüfung



Beispielhafte Gestaltung für Parklets, Werbung und Außengastronomie gemäß den Empfehlungen des Gestaltungskonzepts, Visualisierung Sternstraße, 2025.

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

18. Bodenfläche

» Begriffsbestimmung

Bodenfläche und -belag im Bereich der Außengastronomie.

18.1 Als Bodenfläche der Außengastronomie muss das vorhandene Bodenmaterial bzw. das vorhandene Straßenniveau genutzt werden.

18.2 Podeste, Teppiche, Läufer, Matten, Holzbeplankungen, Kunstrasen und jegliche Bedeckungen oder Erhöhungen der Bodenfläche sind unzulässig.

18.3 Ausnahmen sind zulässig zur barrierefreien Erschließung von Innenräumen oder Parklets.

- Bodenbelag nicht überdecken
- Keine Podeste, Matten, o.ä.
- Ausnahmen für die barrierefreie Erschließung



Die Bodenbeläge im Untersuchungsgebiet sind in der Regel eben und für die Aufstellung von Mobiliar für die Außengastronomie geeignet. Bedeckungen oder Erhöhungen sind für die Funktionalität nicht erforderlich, Haeckelstraße (links), Hasselbachplatz (rechts), 2025.

19. Temporärer Charakter der Außengastronomie

» Begriffsbestimmung

Die Außengastronomie und ihr Mobiliar sind grundsätzlich temporär. Genehmigungen werden grundsätzlich befristet erteilt.

19.1 Das Mobiliar, zulässige Abgrenzungen und Parklets der Außengastronomie sind in betriebsfreien Zeiten (temporäre Schließung in den Wintermonaten oder aus anderen Gründen) zu entfernen.

19.2 Nach Ende der Genehmigungsfrist sind alle Einrichtungen und alles Mobiliar der Außengastronomie dauerhaft zu entfernen. Der ursprüngliche Zustand ist wiederherzustellen.

- Befristete Genehmigung
- In betriebsfreien Zeiten Außengastronomie abbauen

Leitziele für die Empfehlungen

Aufenthaltsqualität Stadtgemeinschaft Historisches Stadtbild Barrierefreiheit Klima- und Umwelt Sicherheitsgefühl

20. Warenauslagen

» Begriffsbestimmung

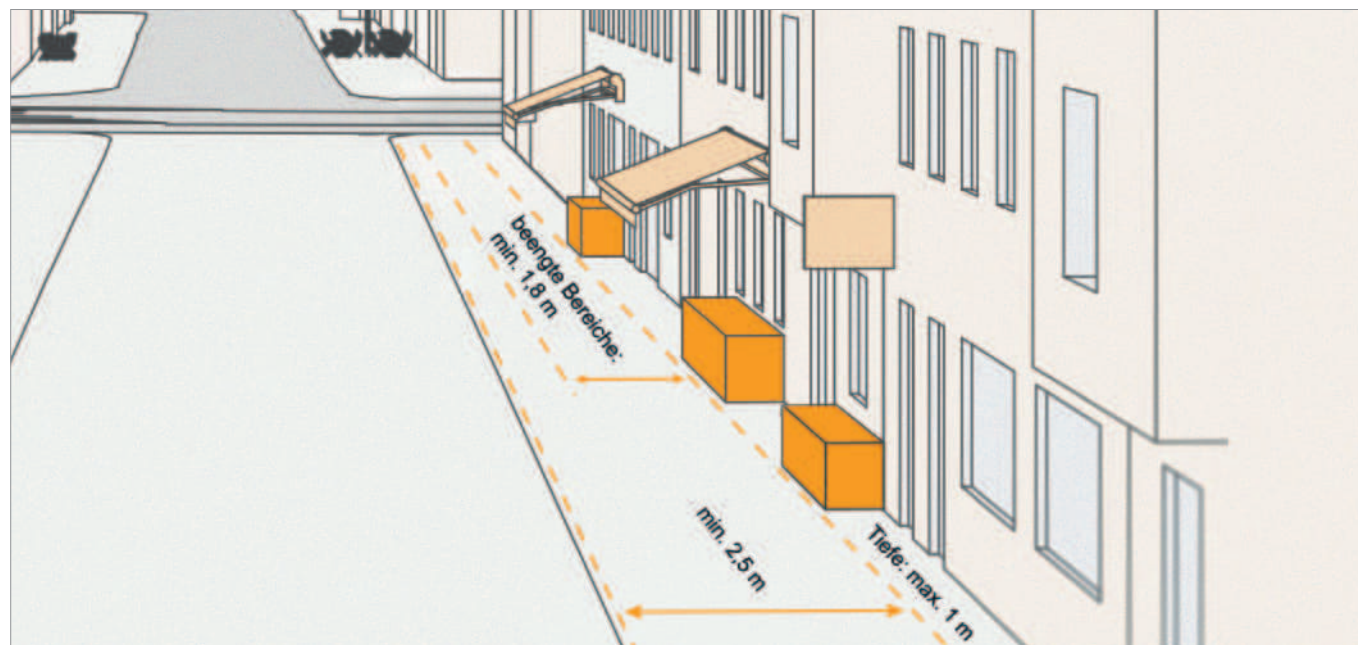
Mobile Warenauslagen oder Warenstände auf dem Gehweg vor der Gewerbeeinheit.

20.1 Warenauslagen sind zulässig, wenn sie nicht mehr als 1 m in den Gehweg hineinragen und die verbleibende Gehwegbreite 2,5 m und in beengten Bereichen mindestens 1,8 m beträgt.

20.2 Für Warenauslagen und Warenstände gelten folgende maximale Abmessungen:

- Maximale Breite: Fassadenbreite der Gewerbeeinheit
- Maximale Höhe: 1,5 m
- Maximale Tiefe: 1 m

20.2 Die Warenauslage muss sich in die Gestaltung der Architektur und ihrer Umgebung einfügen. Die Fassadengliederung ist zu berücksichtigen. Zudem soll die Warenauslage mit ihrem Format und ihren Proportionen die Maßstäblichkeit des Gebäudes aufnehmen. Die Warenauslagen einer Gewerbeeinheit sollen mit den Warenauslagen der benachbarten Gewerbeeinheiten harmonisieren, sodass ein ansprechendes Straßenbild entsteht.



Warenauslagen dürfen max. 1 m tief und 1,5 m hoch sein. Sie können die gesamte Fassadenlänge der Gewerbeeinheit in Anspruch nehmen. Die Warenauslage muss eine Gehwegbreite von min. 2,5 m freilassen. In beengten Bereichen müssen es min. 1,8 m sein.

✓ Beispiele für zulässige Warenauslagen



Positive Beispiele für Warenauslagen, Breiter Weg (oben, Mitte), Liebigstraße (unten), 2025.

- Max. Länge: Fassadenlänge der Gewerbeeinheit
- Max. Tiefe: 1 m
- Max. Höhe: 1,5 m
- Min. verbleibende Gehwegbreite: 2,5 m, 1,8 m in beengten Bereichen

Leitziele für die Empfehlungen

- Aufenthaltsqualität
- Stadtgemeinschaft
- Historisches Stadtbild
- Barrierefreiheit
- Klima- und Umwelt
- Sicherheitsgefühl

Genehmigungsprozess für Werbung

Art des Genehmigungsantrags			Antrag im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung	Antrag im Rahmen der Erhaltungssatzung			Antrag auf Baugenehmigung	Antrag auf Sondernutzungserlaubnis	Antrag auf denkmalrechtliche Genehmigung	Antrag im Rahmen des Bundes-Immissionsschutzgesetzes
Genehmigende Behörde			Fachbereich Stadtplanung und Vermessung	Fachbereich Stadtplanung und Vermessung			Untere Bauaufsichtsbehörde	Untere Straßenverkehrsbehörde	Untere Denkmalschutzbehörde	Untere Immissionsschutzbehörde
Werbung	Ansichtsfläche	Hineinragen in den Gehweg		Betrifft alle ortsfesten Anlagen					Betrifft nur Denkmäler oder Gebäude in einem Denkmalbereich	Betrifft nur beleuchtete Anlagen
5. Flachwerbung, 8. Werbefolien, 9. Digitale Werbung im Schaufenster	≤ 1 m²	≤ 30 cm	✓	✓			✗	✗	✓	✓
	> 1 m²	≤ 30 cm	✓	✓			✓	✗	✓	✓
6. Ausstecker	≤ 1 m²	≤ 30 cm	✓	✓			✗	✗	✓	✓
	≤ 1 m²	> 30 cm	✓	✓			✗	✓	✓	✓
	> 1 m²	≤ 30 cm	✗			Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig				
	> 1 m²	≥ 30 cm	✗			Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig				
7. Aufsteller	≤ 1 m²	≤ 30 cm	✓	✗			✗	✗	✓	✗
	≤ 1 m²	> 30 cm	✓	✗			✗	✓	✓	✗
	> 1 m²	> 30 cm	✗			Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig				
10.2 Firmenschilder	≤ 1 m²	≤ 30 cm	✓	✓			✗	✗	✓	✓
	> 1 m²	≤ 30 cm	✗			Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig				

✓ Genehmigung erforderlich

✗ Genehmigung nicht erforderlich

Behörde an die der Genehmigungsantrag zu stellen ist. Alle notwendigen Genehmigungen werden im Rahmen der Antragsstellung von dieser Behörde geklärt.

Genehmigungsprozess für Sondernutzungen

Art des Genehmigungsantrags				Antrag im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung	Antrag im Rahmen der Erhaltungssatzung			Antrag auf Baugenehmigung	Antrag auf Sondernutzungs-erlaubnis	Antrag auf denkmalrechtliche Genehmigung	Antrag im Rahmen des Bundes-Immis-sionsschutzgesetzes
Genehmigende Behörde				Fachbereich Stadtplanung und Vermessung	Fachbereich Stadtplanung und Vermessung			Untere Bauaufsichtsbehörde	Untere Straßenverkehrs-behörde	Untere Denkmalschutz-behörde	Untere Immissionsschutzbe-hörde
10.3 Werbung auf Bau-stelleneinrichtungen	> 1 m²	≤ 30 cm		✓	✓			✓	✗	✓	✗
Außengastronomie	Mobil / Ortsfest				Betrifft alle ortsfesten Anlagen					Betrifft nur Denkmäler oder Gebäude in einem Denkmalbereich	Betrifft nur beleuchtete Anlagen
12. Mobiliar, 13. Sonnenschutz, 14. Pflanzgefäße 16. Abgrenzung,	Mobile Anlagen			✓	✗			✗	✓	✓	✓
	Ortsfeste Anlagen			✓	✓			✓	✓	✓	✓
15. Beleuchtung	Mobile Anlagen			✓	✗			✗	✗	✗	✗
17 . Parklet	Mobile und ortsfeste Anlagen			✓	✓			✓	✓	✓	✗
Warenauslagen	Mobil / Orts-fest	Hineinra-gen in den Gehweg	Verblei-bende Gehweg-breite								
20. Warenauslagen	Mobile Anla-gen	≤ 1 m	> 2,5 m bzw. > 1,8 m	✓	✗			✗	✗	✓	✗
	Mobile Anla-gen	≤ 1 m	< 2,5 m bzw. < 1,8 m	✗	Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig						
	Mobile Anla-gen	> 1 m		✗	Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig						
	Ortsfeste Anlagen			✗	Keine Angaben, da im Rahmen einer zukünftigen Gestaltungssatzung unzulässig						

Abbildungsverzeichnis

S. 14, links	Designed by Davidzydd / Freepik
S. 14, Mitte	Designed by Freepik
S. 14, rechts	Designed by Freepik
S. 20, unten rechts	iStock, Bildnachweis: Happy_vector
S. 24, links	iStock, Bildnachweis: Paha_L, Bildbearbeitung: © proloco & Brenne Architekten, 2025
S. 24, 3. von links	Bildnachweis: www.vecteezy.com
S. 29, oben rechts	iStock, Bildnachweis: Robert Way
S. 29, unten rechts	iStock, Bildnachweis: Happy_vector
S. 35, unten links	© Dani K., Café Klippkroog, Hamburg
S. 41, Mitte links	iStock, Bildnachweis: nickmos
S. 41, Mitte 2. von rechts	iStock, Bildnachweis: curtoicurto
S. 41, Mitte rechts	iStock, Bildnachweis: Natallia Photo
S. 41, unten links	© Robyn Lee, Taverna Locanda Verde, New York
S. 41, unten 2. von links	iStock, Bildnachweis: Igor Ploskin
S. 41, unten 2. von rechts	Bildnachweis: Caravita
S. 42	Stadtarchiv Magdeburg
S. 43, Mitte links	iStock, Bildnachweis: Anastasiia Akh
S. 43, unten links	Bildnachweis: Caravita
S. 43, unten rechts	iStock, Bildnachweis: Baloncici
S. 45, 2. von rechts	iStock, Bildnachweis: Heinz-Juergen Sommer
S. 45, rechts	iStock, Bildnachweis: Bspalyi
S. 47, oben und Mitte	Schematische, KI-generierte Beispielperspektiven. Erstellung: Brenne Architekten mit ChatGPT / OpenAI, 2026.
S. 48, links	© Pavel Bendov/ArchExplorer, www.pavelbendov.com, project by FXCollaborative, Parklet an der Columbia University, New York
S. 48, 2. von links	© Meristem Design, Parklet im Wilton Way, Hackney, London
S. 48, 2. von rechts	© Vestre GmbH, SOLA Studio Oslo Landskapsarkitekter, Parklets 2.0 in Oslo
S. 48, rechts	© Evandro Nunes de Oliveira, Parklet in der Rua Coronel Emídio Piedade-Pari, São Paulo
Alle übrigen Abbildungen:	© proloco & Brenne Architekten, 2025

