

IHK-Regionalgeschäftsstelle | Uferweg 9 | 88131 Lindau

Stadt Lindau  
z. Hd. Sylvia LiebmannBregenzer Straße 8  
88131 Lindau (B)**Ihr Ansprechpartner**  
Markus Anselment**E-Mail**  
markus.anselment@schwaben.ihk.de**Tel.**  
08382 9383-44**Fax**  
08382 9383-73

07.02.2022

## Stellungnahme zur Gestaltungsrichtlinie für Sondernutzungen

Die IHK Schwaben war ab Juni 2021 in die Erarbeitung einer Gestaltungsrichtlinie für Sondernutzungen in der Stadt Lindau eingebunden. Wir bedanken uns für die Möglichkeit einer abschließenden Stellungnahme und möchten Ihnen folgende Belange der Gewerbetreibenden für die Beschlussfassung mitgeben:

### 1. Grundsätzliche Anmerkungen

Generell wird eine Gestaltungsrichtlinie für Sondernutzungen des öffentlichen Raums als sinnvoll erachtet. Ein Mindestmaß an gestalterischen Vorgaben kann dazu beitragen, die Wirkung von Warenauslagen sowie Außenbewirtschaftung zu harmonisieren und die Aufenthaltsqualität zu steigern. Zudem bindet die Gestaltungsrichtlinie die städtische Verwaltung in ihren Einzelfallentscheidungen und gewährleistet so die Gleichbehandlung aller Antragsteller.

Sehr strikte Vorgaben, wie die zur Warenauslage des Einzelhandels, schränken jedoch die Gestaltungsmöglichkeiten der Gewerbetreibenden ein. Dabei sind diese auf eine ansprechende Gestaltung und individuelle Präsentation von Waren angewiesen, um einen Kaufimpuls bei Passanten zu erzielen. Für Kunden und Besucher generiert dies einen Teil des Einkaufserlebnis und trägt dazu bei, dass die Stadt Lindau nicht austauschbar wahrgenommen wird. Die Gestaltungssatzung verfolgt das Ziel, die Aufenthaltsqualität auf der Insel und deren städtebauliche Qualität zu sichern. Ein lebendiges und pulsierendes Stadtzentrum wird Lindau aber v.a. durch attraktiven Handel und Gastronomie.

### 2. Warenauslagen

Die Beschränkung auf maximal zwei Formen der Warenauslage (1.a.) wird überwiegend unkritisch gesehen. Einzelfalllösungen müssen in begründeten Fällen ermöglicht werden. Die Verwendung von gestalterisch hochwertigen Materialien wird mitgetragen, sofern es sich bei der Formulierung um eine Empfehlung handelt.

Für Waren, die aufgrund ihrer Art und Eigenschaften nur auf dem Boden präsentiert werden können (1.c.) gibt es keine Alternative. Wir empfehlen deshalb das Wort „ausnahmsweise“ zu entfernen.

Die Untersagung von knalligen (Neon-) Farben (1.e.) ist nachvollziehbar. Ausnahmen für das Corporate Design des Unternehmens müssen zugelassen werden.

Die IHK Schwaben spricht sich entschieden gegen die Untersagung von Gegenständen wie Stühlen, Figuren/Skulpturen, Kleiderpuppen und Ähnlichem zur Warenpräsentation (1.g.) aus. Zahlreiche Beispiele (siehe Anlage) zeigen, dass diese Art der Warenpräsentation sehr gezielt und verhältnismäßig eingesetzt wird. Statt einem Verbot empfehlen wir deshalb eine Beschränkung der Anzahl bzw. Größe. Auch gestalterische Elemente wie Podeste, Teppiche etc. (1.d.) sollten im Rahmen von Aktionen zeitlich begrenzt zugelassen werden.

Die Bestimmungen zur Größe der Warenauslage (1.1.) sind bereits das Ergebnis eines Kompromisses und werden als angemessen eingeschätzt.

Mit den Vorgaben zu Bepflanzung (1.2.), Sonnenschutz (1.3.) und Sonstiges (1.4.) besteht Einverständnis.

### **3. Außenbewirtschaftung**

Mit den Ausführungen zu Mobiliar (2.1.) und Ausstattung (2.2.) besteht überwiegend Einverständnis. Das Stapeln (2.1. j.) von Tischen und Stühlen ist in bestimmten Fällen (z.B. aufgrund von Markttagen) nicht vermeidbar. Hier müssen Ausnahmeregelungen gewährt werden.

#### **Überdachung (2.3.)**

Die Vorgabe einer lockeren Aufstellung von Schirmen und die Untersagung von angehängten Bahnen (2.3.a.) erschwert die Außenbewirtschaftung bei unsicherer Witterung. Wir lehnen diese Vorgaben ab, da im Falle von Niederschlag nur in Reihe gestellte Schirme mit Verbindungsbahnen die weitere Bewirtung ermöglichen. Viele Gastronomen bekommen aufgrund der hohen Anschaffungskosten die Sonnenschirme von den Brauereien gestellt. Das Verbot von Werbung (2.3.e.) ist deshalb praxisfern. Stattdessen schlagen wir vor, eine dezente Werbung vorzugeben.

Die Genehmigung von Heizstrahlern (4.g.) sollte zeitlich begrenzt möglich sein, um kühleren Perioden während der Saison begegnen zu können.

### **4. Bepflanzung**

Mit den Empfehlungen zur Bepflanzung (2.4.) besteht Einverständnis.

### **5. Werbeständer**

Werbeständer sind für die Gewerbetreibenden ein wichtiges Instrument zur Bewerbung von Angeboten und zur Wegbeschreibung. Auch Unternehmer in den Hauptachsen Maximilianstraße und Cramergasse haben uns deren Notwendigkeit mitgeteilt. Ein Werbeständer pro Geschäft muss auch dort ermöglicht werden, wenn er innerhalb einer genehmigten Sondernutzungsfläche aufgestellt wird. Der ergänzenden Regelung für Gastronomiebetriebe (3.b.) wird zugestimmt. Zur Wegweisung in die Nebengassen sind gemeinsame Lösungen in den Kreuzungsbereichen der Hauptachsen notwendig, die im Dialog mit den Gewerbetreibenden erarbeitet werden müssen.

### **6. Übergangsregelung**

Die Gewerbetreibenden sind auf eine angemessene Übergangsfrist vor Inkrafttreten der Gestaltungsrichtlinie angewiesen. Der Zeitraum von drei Jahren für die gastronomische Bestuhlung und zwei Jahre für alle sonstigen bisher genehmigten Sondernutzungen wird als angemessen bewertet. Um eine umfassende Information der Gewerbetreibenden wird nach Inkrafttreten der Gestaltungsrichtlinie gebeten. Ein beratender Ansatz hierzu könnte helfen, Kontrollen und Abmahnungen zu minimieren. Zielführend wären freiwillige Beratungsgespräche mit den Einzelhändlern bzw. Gastronomen vor Ort.

#### Fazit:

- Für Stühle, Figuren/Skulpturen, Kleiderpuppen und ähnliche Gegenstände braucht es pragmatische Lösungen. Die Kreativität der Gewerbetreibenden prägt das Lindauer Einkaufserlebnis positiv.
- Nur in Reihe gestellte Schirme mit Verbindungsbahnen ermöglichen die Außenbewirtung auch bei unsicherer Wetterlage. Gastronomiebetriebe sind darauf angewiesen, Gäste profitieren von ausreichendem Platzangebot.
- Das Verbot von Werbung auf Sonnenschirmen ist praxisfern. Dezenzte Werbung muss erlaubt bleiben, damit Brauereien weiterhin Schirme stellen.
- Werbeständer wecken Aufmerksamkeit und lösen Kaufimpulse aus. Dieses wirksame Verkaufsmittel muss allen Gewerbetreibenden zur Verfügung stehen.
- In begründeten Fällen, abhängig von Sortiment und Standort, müssen individuelle Lösungen im konstruktiven Dialog erarbeitet werden.

Mit freundlichen Grüßen

Industrie- und Handelskammer Schwaben



Markus Anselment

#### Anlage: Beispiele für ansprechende Warenpräsentation mit Gegenständen (1. g.)

