

PositionsPAPIER

Attraktive Innenstädte mit Zukunft: Ein 12-Punkte-Plan für den bayerischen Einzelhandel

Handelsverband Bayern e.V.
Brienner Straße 45
80333 München

Simone Streller
Telefon 089 55118-112
Fax 089 55118-114
E-Mail streller@hv-bayern.de
Internet www.hv-bayern.de

Stand 01/2022

Aktuelle Situation

Die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen treffen den bayerischen Einzelhandel und somit die Leitbranche der bayerischen Innenstädte massiv. Es ist mit einer großen Zahl von Geschäftsaufgaben zu rechnen und es besteht die Angst vor einer Kettenreaktion, wenn selbst Magnetbetriebe in Innenstädten schließen müssen. Insbesondere nach den Lockdowns waren der Frequenzrückgang in den Innenstädten und die Kaufzurückhaltung der Konsumenten im stationären Handel sehr deutlich spürbar und die Gründe dafür vielfältig.

Zur Stärkung der Resilienz der Innenstädte bedarf es nicht nur wirksamer Erste-Hilfe-Maßnahmen durch finanzielle Unterstützung zur direkten Überbrückung der Corona-Krise, sondern Ideen und Konzepte für eine nachhaltige Stabilisierung des Kulturgutes Innenstadt.

Mit einem jährlichen Umsatz von über 70 Milliarden Euro und rund 330.000 Beschäftigten ist der bayerische Einzelhandel ein Konjunkturmotor und nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftszweig. Durch die Sicherung von Wachstum und Wohlstand leistet der Handel einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität. So steht der stationäre Handel für eine gute Versorgung der Bürger mit Waren aller Art und ist mit über 50 Millionen persönlichen Kundenkontakten pro Tag ein wichtiger Begegnungspunkt sowie ein Stück Heimat für die Kunden.

Dringender Handlungsbedarf besteht aus unserer Sicht in folgenden Punkten:

1. Stärkung des Handels als Leitfunktion der Innenstädte und Förderung der Nutzungsvielfalt

Vor der Corona-Krise wurden über 90 Prozent des Einzelhandelsumsatzes im stationären Handel erzielt. Trotz steigender Online-Anteile wird der innerstädtische Handel weiterhin die Leitfunktion der Innenstädte beibehalten. Wenn jedoch die Funktionsvielfalt der Innenstädte mit Handelsschwerpunkt das Wesen der mitteleuropäischen Innenstadt ausmachen soll, dann muss diese gewünschte Nutzungsmischung ermöglicht werden. Es wird z.B. keine Rückkehr der (smarten) Produktion bzw. urbanen Manufaktur als zusätzlicher Nutzer und Frequenzbringer in den Innenstädten geben können, wenn nicht die tolerierbaren Lärmwerte in den Innenstädten sachgerecht angepasst werden. Die Gemengelage gehört zum Wesen der Innenstädte und ist Teil der Urbanität. Die unmittelbare Nähe von Wohnen und Gewerbe muss wieder einen größeren Stellenwert in der DNA der Innenstädte erhalten.

2. Sicherstellung der Erreichbarkeit der Innenstädte

Der Handelsstandort Innenstadt ist auf eine bedarfsgerechte Erreichbarkeit durch Kunden- und Lieferverkehre angewiesen. Die Zunahme an Transportleistungen bringt das bestehende Verkehrssystem allerdings schon heute an seine Grenzen. Daher fordert der Handel die Ertüchtigung aller Verkehrsträger auf Grundlage gesamtstädtischer Mobilitätskonzepte inklusive innovativer Logistiksysteme. Die einseitige Benachteiligung des motorisierten Individualverkehrs durch Fahrverbote und sonstige Beschränkungen ohne den vorherigen Ausbau von attraktiven Alternativen ist abzulehnen. Nicht zuletzt zeigt die Corona-Krise die Notwendigkeit der Erreichbarkeit der Innenstädte, insbesondere der Großstädte, für den motorisierten Individualverkehr zur Sicherung der zentralen Handelsstandorte.

3. Einbindung aller innerstädtischen Akteure

Im Zuge der an vielen Standorten nachlassenden Sogwirkung des Handels wird die Kooperation mit anderen Innenstadtakteuren, wie z.B. Gastronomie oder Immobilieneigentümern, immer wichtiger. Gleichmaßen nimmt deren Verantwortung für die Entwicklung der Innenstädte zu. Dies gilt auch für das City- und Stadtmarketing, zu dessen Aufgaben es gehört, gemeinsam mit allen Beteiligten neue Möglichkeiten der Standortsicherung und -profilierung sowie der Attraktivitätssteigerung der Innenstädte, auch mit Blick auf jüngere Bevölkerungsgruppen, zu erarbeiten. Hierfür ist die Professionalisierung und Aufwertung des bestehenden und bewährten Instruments des City- und Stadtmarketings erforderlich.

4. Aufbau eines standardisierten digitalen Leerstandskatasters zur beschleunigten Nachnutzung

Zur Vermeidung eines dauerhaften, strukturellen Leerstands, müssen leerstehende und freiwerdende Handelsflächen schnell erfasst und die Wiedernutzungsmöglichkeiten anhand bundesweit einheitlicher Kriterien auf Basis eines digitalen Leerstandskatasters analysiert werden. Erst durch ein solches Frühwarnsystems kann eine zuverlässige Beurteilung der momentanen Situation und eine Ableitung der notwendigen Maßnahmen für eine zügige Nachnutzung im Sinne eines attraktiven Branchenmixes erfolgen.

5. Analyse und Verbesserung des Branchenmix durch eine aktive Ansiedlungspolitik

Die Nutzung der Kenntnisse aus dem digitalen Leerstandskataster in Verbindung mit einer verbesserten Kommunikation der Innenstadtakteure vor Ort müssen das Ziel verfolgen, einen für alle Altersgruppen attraktiven und nachhaltigen Branchenmix in den Innenstädten zu gewährleisten. Die Verbesserung des Branchenmix muss dabei über den Handel hinausgehen, wenngleich die Hauptanziehungskraft Prognosen zufolge nach wie vor vom Handel ausgehen wird. Indem andere Funktionen und Branchen in den Innenstädten ihren Stellenwert erhalten oder wieder in die Innenstädte zurückkommen, werden sich die Nutzungskopplungen auch positiv auf den stationären Handel auswirken. Hier müssen die Kommunen in Zusammenarbeit mit dem Handel dazu in die Lage versetzt werden, diesen Prozess aktiver zu managen. Ansonsten ist die Attraktivität durch das innerstädtische Angebot nicht gewährleistet und die Zukunft der Stadtzentren gefährdet.

6. Miteinander von Immobilieneigentümern und Handel

Sinkende Umsätze im stationären Handel führen nicht erst seit der Corona-Krise bei gleichbleibenden oder steigenden Fixkosten immer häufiger zu Leerständen in den Innenstädten. Eine Ursache sind die vielfach starren Mieten für Ladenlokale, die in Zeiten von Umsatzverlusten einzelner Handelsbranchen nicht mehr in die Zeit passen. Handel und Immobilieneigentümer müssen deshalb wieder zu einer Mietpartnerschaft zusammenfinden.

7. Entwicklung einer hybriden Innenstadt – Symbiose von Offline & Online

Jeder Lockdown verdeutlicht einmal mehr, dass der Vertriebskanal Online-Handel eine relevante Größe im Einzelhandel darstellt. Deshalb ist es umso wichtiger, neben der analogen Infrastruktur auch eine leistungsfähige digitale Infrastruktur für den stationären Handel und die gesamte Innenstadt zu realisieren. So erleichtern z.B. lokale oder landesweite Online-Plattformen den Kunden die Suche nach Produkten und Dienstleistungen schon bei der Planung des Innenstadtbesuchs. Ergänzend dazu bedarf es eines Digitalisierungsprogramms, das nicht nur Investitionen in die Digitalisierung fördert, sondern auch die Qualifizierung der Einzelhändler und die direkte Unterstützung bei der Umsetzung vor Ort gewährleistet.

8. Erhöhung der städtebaulichen Qualität

Erfolgreiche Innenstädte zeichnen sich durch ein attraktives Erscheinungsbild aus. Gestalterisch attraktive Architektur und qualitätsvolle öffentliche Räume sind die bauliche Grundlage für ein hohes Maß an Verweilqualität und Wohlfühlatmosphäre. Der Handel allein kann die bauliche Gestaltung einer Innenstadt jedoch nicht bewältigen. Hierzu braucht es das Bewusstsein von Behörden, Immobilieneigentümern und Projektentwicklern für die Bedeutung der Stadtgestaltung und die Verbesserung der Aufenthaltsqualität für Besucher und Kunden. Der Einsatz der Städtebauförderung muss jedoch durch die Einbindung des Handels dessen Bedürfnisse berücksichtigen und nicht zur Schaffung von leeren Plätzen führen.

9. Verlässliche Sonntagsöffnungen/Einkaufsabende

Im Gegensatz zum Online-Handel müssen die stationären Geschäfte an Sonntagen geschlossen bleiben. Vor allem in der Corona-Krise können verkaufsoffene Sonntage einen Gegenpol zum virtuellen Standort Internet darstellen und das Einkaufen in entspannter Atmosphäre und dem städtebaulichen Ambiente der Innenstädte zu einem besonderen Erlebnis machen. Gleiches bieten Einkaufsabende während der Woche. Nach der aktuell geltenden Regelung sind in Bayern vier verkaufsoffene Sonntage möglich. Hierzu bedarf es jedoch stets eines besonderen

Anlasses wie etwa einer Messe. Die Anforderungen der Verwaltungsgerichte sind mittlerweile so hoch, dass die Kommune kaum noch rechtssichere Genehmigungen erteilen. Der HBE fordert seit langem den Wegfall der Anlassbindung und die rechtssichere Durchführung von maximal vier verkaufsoffenen Sonntagen sowie die Zulässigkeit von Einkaufsabenden in maßvoller Zahl für den stationären Handel.

10. Kulturfonds Innenstadt

Zur Belebung der Innenstädte und Steigerung der Attraktivität können mittels eines Kulturfonds des Staatsministeriums für Kultur und Medien flankierende Maßnahmen z.B. während der verkaufsoffenen Sonntage und Einkaufsabende finanziell unterstützt werden. Hierdurch werden zusätzliche Anreizeffekte für einen Innenstadtbesuch erzeugt, denn Innenstadt ist nicht nur Handel, sondern auch Kultur und Identifikation.

11. Konsequente Umsetzung des Vorrangs der Innenentwicklung

Der Vorrang der Entwicklung integrierter Standorte vor einer Ausweisung peripherer Flächen am Stadtrand muss Priorität haben. Dies gilt insbesondere für Vorhaben mit überwiegenden Sortimenten des Innenstadtbedarfs. Erforderlich sind Festsetzungen von zulässigen und auszuschließenden Sortimenten sowie Verkaufsflächen in den Bebauungsplänen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche und zur Verhinderung unerwünschter Entwicklungen. Ältere Bebauungspläne müssen deshalb an das geltende Baurecht angepasst werden. Zielführend ist eine kommunale Gesamtstrategie für die künftige planungsrechtliche und räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, vorzugsweise im Rahmen eines sog. Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes.

12. Nutzung der gesetzlichen Möglichkeiten im Genehmigungsverfahren für Nahversorger

Die Nahversorgung stellt die Grundversorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln sicher. Großflächiger Lebensmittelhandel an städtebaulich integrierten Standorten hat regelmäßig keine negativen städtebaulichen Auswirkungen und kann bei einem sachgerechten Vollzug des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BaUNVO) durch die Ansiedlungskommune genehmigt werden. Hier gilt es für die Kommunen, die gesetzlichen Möglichkeiten auszuschöpfen und damit die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu ermöglichen.