Handelsverband Bayern HBE

Positions PAPIER

Gute Politik für attraktive Innenstädte
10-Punkte-Programm 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: 02/2020

Aktuelle Situation
Der bayerische Einzelhandel ist ein Konjunkturmotor und mit einem jährlichen Umsatz von über 70 Milliarden Euro und rund 330.000 Beschäftigten nach Industrie und Handwerk der drittgrößte Wirtschaftszweig in Bayern. Der Handel leistet durch die Sicherung von Wachstum und Wohlstand einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität in Bayern. 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.
Ein zweistelliges Wachstum im Online-Handel und die demografische Entwicklung stellen den stationären Handel jedoch vor große Herausforderungen und führen bereits heute zu spürbaren Frequenzverlusten in vielen Innenstädten. Um diesen Wandel erfolgreich bewältigen zu können, benötigt der Handel geeignete Rahmenbedingungen. Für Handel und Kommunen sind attraktive, erreichbare und sichere Stadtzentren daher eine Überlebensfrage.

Dringender Handlungsbedarf besteht aus unserer Sicht in folgenden Punkten:

1. Stärkung des Handels als Leitfunktion der Innenstädte
Noch werden fast 90 Prozent des Einzelhandelsumsatzes im stationären Handel erzielt. Damit der Handel weiterhin seine Leitfunktion in den Innenstädten erfüllen kann, müssen die Auswirkungen von wichtigen städtebaulichen Maßnahmen (Verkehrsführung, Baustellen, Ansiedlung von Frequenzbringern, Verbesserung der Aufenthaltsqualität etc.) konsequent auf den Handel und somit die Versorgung der Bevölkerung hin untersucht werden.

2. Sicherstellung der Erreichbarkeit des Standortes Innenstadt

Der Handelsstandort Innenstadt ist auf eine gute 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 Benachteiligung des motorisierten Individualverkehrs durch Fahrverbote ohne den vorherigen Aufbau von attraktiven Alternativen ist abzulehnen.

3. Aufbau digitaler Infrastruktur

Die Kunden des Handels erwarten im Erlebnisraum Innenstadt eine schnelle Internetverbindung. Und auch der Handel selbst kann nur dann an der Digitalisierung partizipieren und den Kunden neue innovative Serviceleistungen anbieten, wenn eine funktionierende Breitbandanbindung sichergestellt ist.

4. Miteinander von Immobilieneigentümern und Handel

Sinkende Umsätze im stationären Handel werden bei gleichbleibenden oder steigenden Fixkosten zukünftig immer häufiger zu Leerständen in den Innenstädten führen. 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.

5. Aufstellung und Aktualisierung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten

In der Regel berücksichtigen bestehende kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte nicht die Umsatzabflüsse des stationären Handels zugunsten des Online-Handels. In Folge dessen sind die abgeleiteten Annahmen in Bezug auf die Raumentwicklung fehlerhaft. Die Überprüfung und Anpassung der Konzepte muss daher zur Standardaufgabe der Kommunen werden. Zielführend ist eine kommunale Gesamtstrategie für die künftige planungsrechtliche und räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, vorzugsweise im Rahmen eines sog. Integrierten Stadtentwicklungskonzepts.

6. Konsequente Umsetzung des Vorrangs der Innenentwicklung

Der Vorrang der Entwicklung integrierter Standorte vor 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 an das geltende Baurecht angepasst werden.

7. 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.

8. Einbindung aller innerstädtischen Akteure

Im Zuge der an vielen Standorten nachlassenden Sogwirkung des Handels wird die Kooperation mit anderen Innenstadtakteuren wie z.B. Gastronomie, Immobilieneigentümer immer wichtiger. Gleichermaßen nimmt deren Verantwortung für die Entwicklung der Innenstädte zu. Dies gilt auch für das City- und Stadtmarketing, dessen Initiator häufig der Einzelhandel ist. Aufgabe der Kommunen muss es sein, gemeinsam mit allen Beteiligten neue Möglichkeiten der Standortsicherung, der Standortprofilierung und Attraktivitätssteigerung der Innenstädte zu erarbeiten.

9. Sinnvolle Maßnahmen der Städtebauförderung

Erfolgreiche Innenstädte zeichnen sich durch ein attraktives Erscheinungsbild aus. Der Handel allein kann die bauliche Gestaltung einer Innenstadt jedoch nicht bewältigen. Hierzu braucht es das Bewusstsein der Kommunen für die Bedeutung der Stadtgestaltung und die 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 „Plätzen des himmlischen Friedens“, d.h. ohne Verkehr und Frequenz führen.

10. Verlässliche Sonntagsöffnungen

Das Verbraucherverhalten hat sich grundlegend verändert und der Kunde ist nicht mehr auf den stationären Handel angewiesen. Im Gegensatz zum Online-Handel müssen die stationären Geschäfte an Sonntagen geschlossen bleiben. 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 für den stationären Handel.