

# PositionsPAPIER

## **Attraktive Innenstädte mit Zukunft: Ein 12-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](mailto:streller@hv-bayern.de)  
Internet [www.hv-bayern.de](http://www.hv-bayern.de)

02/2021

### **Aktuelle Situation**

Die Corona-Pandemie und der damit verbundene zweite Lockdown trifft 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.

Bereits nach dem ersten Lockdown waren die Frequenz in den Innenstädten und die Kaufzurückhaltung der Konsumenten sehr deutlich spürbar und die Gründe dafür vielfältig.

Zur Stärkung der Resilienz der Innenstädte bedarf es nicht nur 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 Erhöhung 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 Stadtteilmarketings erforderlich.

### **4. Aufbau eines standardisierten digitalen Leerstandskatasters zur beschleunigten Nachnutzung**

Es gibt aktuell keine systematische, bundesweit einheitliche Erfassung der Leerstände in den zentralen Handelslagen. Es bedarf eines bundesweiten Leerstandskatasters, um die Situation in den Innenstädten zu verbessern und sie zielgerichtet durch geeignete Programme zu unterstützen. Nur auf Basis eines solchen Frühwarnsystems kann eine zuverlässige Beurteilung der momentanen Situation und eine Ableitung der notwendigen Maßnahmen für eine zügige Nachnutzung erfolgen.

## 5. Analyse und Erhöhung des Branchenmix durch 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, wengleich 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 die sog. Nutzungskopplungen auch positive Effekte auf den stationären Handel haben. 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 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, z.B. durch Digital-Coaches, 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 „Plätzen des himmlischen Friedens“ 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.