



Einzelhandelsverband Nord-Ost e.V.

Handelsverband BAG

Verband der Mittel- und Großbetrieb des Einzelhandels in Schleswig-Holstein e.V.

Positionspapier:

Innenstädte in Schleswig-Holstein stärken

Die strukturelle Entwicklung des Einzelhandels ist seit Jahren geprägt von dem Trend zur Ansiedlung großflächiger Verkaufseinrichtungen auf der „Grünen Wiese“. Der Wandel wurde durch Änderungen des Verbraucherverhaltens, die zunehmenden Verkehrsprobleme in den Innenstädten und die Ausweitung der Sortimente begünstigt. So entstanden in Schleswig-Holstein im Verlauf des vergangenen Jahrzehnts 85 Prozent der gesamten neuen Einzelhandelsflächen außerhalb der Innenstädte; bundesweit wuchsen in den letzten zehn Jahren die Verkaufsflächen in den mittleren und kleineren Städten außerhalb der Innenstädte sechs- bis siebenmal so schnell wie in den Zentren. Dies führte zu beträchtlichen Überkapazitäten, die allein in Schleswig-Holstein zwischen 30 und 40 Prozent liegen. Während in dem gesamten Zeitraum von 1992 bis 2003 die Einzelhandelsumsätze in den westdeutschen Großstädten insgesamt um nur zwei bis drei Prozent stiegen, sanken sie in demselben Zeitraum bezogen auf die Innenstädte um sieben bis zehn Prozent! Infolgedessen hat sich der Marktanteil der Innenstädte am gesamten Einzelhandelsumsatz inzwischen auf weniger als ein Drittel verringert. In Zahlen: seit 1994 ist der Umsatz in deutschen Innenstädten um jährlich 1,5 Milliarden Euro gesunken, die Besucherfrequenz um 25 Prozent zurückgegangen und die Aufenthaltsdauer ist auf unter eine Stunde gesunken.

Begleitet wird diese Entwicklung von einem heftigen Konzentrationsprozess zu Lasten des mittelständischen Einzelhandels mit allen negativen Auswirkungen auf Arbeitsplätze und Angebotsvielfalt. Zu den Verlierern gehören aber auch die Innenstädte selbst, denn ihre Vitalität und ihre urbane Vielfalt hängen entscheidend von der Leistungsfähigkeit des innerstädtischen Einzelhandels ab. Ohne Einzelhandel büßen die Innenstädte den wichtigsten Besuchsanlass ein. Deutliche Anzeichen dieser negativen Entwicklung sind die zunehmen-

den Leerstände von Geschäftsgebäuden in der Innenstadt bzw. deutliche Qualitätsverluste bei der Wiedervermietung. Die Banalisierung des Angebotes und die Verödung der Citys wird dadurch weiter beschleunigt.

Die Krise des KarstadtQuelle-Konzerns und der geplante Verkauf der „kleineren“ Karstadt-Häuser haben die seit Jahren bestehenden und auch drängenden Probleme des innerstädtischen Einzelhandels schlagartig in den Mittelpunkt gerückt. Um einen weiteren Verfall unserer Innenstädte zu verhindern, ist es unerlässlich, die innerstädtischen Handelsstandorte durch ein Bündel von Maßnahmen zu stärken:

1. Das Planungsrecht zur räumlichen Steuerung großflächigen Einzelhandels muss verschärft und präzisiert werden. Deshalb begrüßen die Unterzeichner ausdrücklich die Teilfortschreibung des Landesraumordnungsplans. Insbesondere das städtebauliche Integrationsgebot ist ein wichtiger Schritt zur Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels. Ebenso wichtig ist die konsequente Anwendung des Planungsinstrumentariums durch Kommunalpolitik und Kommunalverwaltung sowie eine effektive Kontrolle der genehmigten innenstadtrelevanten Sortimentsbereiche. Die Verbesserung der Steuerungsmöglichkeiten der Landesplanung in den Oberzentren bleibt indes weiter auf der Tagesordnung.
2. Die Städte werden aufgefordert, verlässliche Rahmendaten für den innerstädtischen Einzelhandel, aber auch für die Investoren an der Peripherie von Städten, u. a. in Form von langfristig wirksamen Einzelhandelsentwicklungskonzepten zu schaffen. Solche verlässlichen Leitlinien sind unerlässliche Voraussetzungen sowohl für Neu- als auch für Erhaltungsinvestitionen in Immobilien und Ladenbau. Ziel muss es sein, zu einem dichten Netz von Einzelhandels- und Stadtentwicklungskonzepten in Schleswig-Holstein zu kommen, um immer wieder auftretende Ungleichgewichte zwischen planenden und nicht planenden Gemeinden vermeiden zu können. Auf diese Weise kann auch die interkommunale Abstimmung über die regionale Einzelhandelsentwicklung zu einem erreichbaren Ziel werden.
3. Die Städte werden aufgefordert, der Bestandspflege der innerstädtischen Geschäftsquartiere Priorität zu geben. Damit wird ein wichtiger Beitrag geleistet, um den hohen Risiken innerstädtischer Einzelhandelsinvestitionen mit ihren langen Kapitalrückflusszeiten Rechnung zu tragen. Funktionsfähige Stadtregionen brauchen starke Zentren. Eine Stadt wird ihre Attraktivität nur dann halten, wenn sie die Dienstleistungen von Einzelhandel, Tourismus, Freizeitwirtschaft und das Kulturangebot der Stadt zu einem Produkt verschmelzen und positionieren kann. Der innerstädtische Einzelhandel nimmt in diesem Geflecht eine unverzichtbare Leitfunktion ein. Er versorgt die Stadt und schafft Arbeits- und Ausbildungsplätze. Er prägt das Stadtbild und ist mit seiner Anziehungskraft verbindendes Element der städtischen Funktionen.
4. Die Erreichbarkeit der Innenstädte muss verbessert werden. Zahlreiche Beschränkungen insbesondere des Individualverkehrs stammen aus einer Zeit, in der der

innerstädtische Einzelhandel sich noch nicht mit der Konkurrenz an leistungsfähigen Ausfallstraßen und mit zahlreichen Pkw-Stellplätzen auseinandersetzen musste. Auch der Ausbau eines leistungsfähigen ÖPNV, der auf geänderte Öffnungszeiten Rücksicht nehmen muss und gerade für Berufspendler unverzichtbar ist, trägt zum Abbau struktureller Nachteile bei.

Die Erreichbarkeit der Innenstädte wird auch durch neue, völlig überzogene Umweltstandards der EU bedroht. So sind die jetzt geforderten Obergrenzen für Feinstaubimmissionen viel zu niedrig festgelegt worden. Bei Überschreitungen der Werte drohen Verkehrssperrungen, die die Existenz insbesondere der publikumsorientierten Innenstadtbetriebe unmittelbar gefährden würden.

Die Verpflichtung zur Schaffung von Park- und Garagenplätzen dient der Erreichbarkeit des Standortes Innenstadt. Eine kommunale Ablösepraxis, die primär die Erzielung von Einnahmen und nicht die Verbesserung des Parkraumangebotes zum Ziel hat, ist unzumutbar und benachteiligt die Geschäfte in der City. Die Unterzeichner fordern die Landesregierung daher auf, die Rechtsgrundlage für die Erhebung von Ablösebeträgen zu streichen.

Die Parkplatzsituation in Innenstädten kann nicht nur durch die Schaffung neuer Stellplätze, sondern auch durch eine verbesserte Information über die bestehenden Angebote optimiert werden. Die Einführung dynamischer Parkleitsysteme vor allem in den größeren Städten ist kundenorientiert, reduziert die Suchverkehre und stärkt das Erreichbarkeitsimage von Innenstädten.

Gebührenstruktur und Parkzeitregelung haben einen starken Einfluss auf die Erreichbarkeit des Einzelhandels durch den PKW-Kunden. Die Festlegung der Gebührenhöhe darf nicht den Kämmerern zur Verbesserung der Haushaltslage überlassen werden. Parkgebühren müssen vielmehr als flexibles Instrument zur räumlichen und zeitlichen Beeinflussung der Nachfrage eingesetzt werden. Die beste aller Alternativen ist die gebührenfreie Bewirtschaftung mit Parkscheibe.

5. Auflagen, Nutzungsgebühren und bürokratische Belastungen engen den innerstädtischen Handel ein. Deregulierung und Verwaltungsvereinfachung sind geboten. Überzogene Ansprüche der Stadtgestaltung und des Denkmalschutzes belasten den innerstädtischen Einzelhandel und richtet sich im Ergebnis gegen die Stadt selbst. Er schränkt den Aktionsradius bei Fassadengestaltung, Gestaltung der Geschäftsräume und Außenwerbung ein. Beim Denkmalschutz muss ein Ausgleich zwischen dem Ziel der Erhaltung historische Bausubstanz und der Notwendigkeit, betriebswirtschaftlich erforderliche Gebäudefunktionen aufrecht zu erhalten, gefunden werden.
Maßnahmen zur Stadtsanierung haben regelmäßig sehr gravierende Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb der Anlieger. Daher ist es zwingend erforderlich, die Maßnahmenplanung und die Kostenverteilung einvernehmlich mit Immobilieneigentümern und Einzelhändlern abzustimmen.
6. Ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Einzelhandelsentwicklung ist die Initiierung professioneller Stadtmarketingprozesse, die idealerweise Innenstadt und Peripherie einschließen. Primäres Ziel von Stadtmarketing ist, die Innenstadt als

Erlebnisraum zu stärken. Auch die Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch ein Mehr an Sicherheit und Sauberkeit ist wichtig. Dabei ist es die Rolle des innerstädtischen Facheinzelhandels, seine ureigensten Stärken wie Sortimentsniveau, Beratungskompetenz und Service gezielt in Marketingaktivitäten einfließen zu lassen. Stadtmarketing ist jedoch ein gemeinsamer Prozess von Wirtschaft und Verwaltung, der ohne öffentliche Unterstützung nicht denkbar und nicht finanzierbar ist.

7. Modellversuche mit modernen Instrumenten zur Steigerung der Attraktivität städtischer Quartiere (z. B. Business Improvement Districts (BID), d. h. Selbstverpflichtungserklärungen von Immobilienwirtschaft, Grundstückseigentümern und Gewerbetreibenden in Form von Public Private Partnership) sollen auch in Schleswig-Holstein ermöglicht werden. In einer ganzen Reihe von schleswig-holsteinischen Städten gibt es Initiativgruppen zu diesem Thema, die bislang auf wenig Unterstützung durch die Landesregierung getroffen sind. Ohne eine Rahmensetzung durch ein Landesgesetz ist aber die Entwicklung von BIDs nicht möglich. Daher besteht dringender Handlungsbedarf.

Der Deutsche Städtetag hat zur Entwicklung des Einzelhandels jüngst ausgeführt, diese Entwicklung nehme für die Städte zerstörerische Formen an. Es liegt an Politik und Verwaltung, dieser vielerorts schon weit fortgeschrittenen Entwicklung konsequent und rasch Einhalt zu gebieten. Der novellierte Landesraumordnungsplan ist ein richtungweisender Schritt. Darüber hinaus bedarf es aber vor allem des entschiedenen Willens aller politisch Verantwortlichen, die rechtlichen Steuerungsmöglichkeiten für die räumliche Entwicklung des großflächigen Einzelhandels konsequent zu nutzen. Wenn dies nicht geschieht, steht nicht nur der innerstädtische Einzelhandel, es stehen unsere Innenstädte auf dem Spiel.

Stadtentwicklung bleibt ungeachtet dieser klaren Verantwortungszuweisung eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, an der die Wirtschaft engagiert mitwirken wird.

Kiel, den 26. Januar 2005