

Positionspapier der Wirtschaftlichen Vereinigung Geesthacht e.V. (WVG) zur **schriftliche Anhörung des Innen- und Rechtsausschusses des Schleswig-Holsteinischen Landtags zum Antrag: Trendwende für die Innenstädte und Ortszentren in Schleswig-Holstein einleiten - Zukunftsräume und kommunale Identitätsanker schaffen!**

Antrag der Fraktion der SPD - Drucksache 19/2344

Hierbei sind insbesondere folgende Aspekte und Schwerpunkte zu berücksichtigen:

- 1. Die Zukunft der Innenstädte und Ortszentren wird nicht allein durch den Einzelhandel bestimmt, sondern durch eine attraktive Mischung von Angeboten und Nutzungen. Es braucht eine kluge Verbindung von Wohnen, Kultur, Gastronomie und Handwerk, Dienstleistungen und sozialen Angeboten, Mobilität und Verkehr, Stadtgestaltung und Baukultur, Erholungs- und Grünflächen. Eine Stärkung der Funktionsvielfalt des Zukunftsraumes Ortszentrum kann dabei nur über breite Beteiligung, Mitwirkung und Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden.*

Zu 1. Dieser These ist vollumfänglich zuzustimmen und zu ergänzen.

Die hier angesprochene „breite Beteiligung“ muss die unterschiedlichen Interessen der Bürger, der Wirtschaft, Jung und Alt berücksichtigen. Die Mitwirkung dieser heterogenen Gruppen sind auf allen verfügbaren Foren zu ermöglichen. Sinnvollerweise sind die bestehenden Gruppen ebenso unterschiedlich, wie aktiv durch z.B. eigens geschulten Kümmerer motivierend anzusprechen.

- 2. Die Investitionen in die Innenstädte und Ortszentren müssen gestärkt werden. Kluge Konzepte und mit ihnen verbundene Investitionen können dafür sorgen, dass wieder zunehmend auch private Investitionen ausgelöst werden. Hierfür gibt es bereits zahlreiche Erfolgsbeispiele wie den Kleinen-Kiel-Kanal, den Großflecken in Neumünster oder die Stadtentwicklung in Eutin. Um das zu erleichtern, müssen die bestehenden Möglichkeiten der Städtebauförderung ausgeschöpft und gegebenenfalls erweitert werden. Das Gesetz über die Einrichtung von Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen aus dem Jahr 2006 muss zudem aktualisiert werden.*

Zu 2. Dieser These ist überwiegend zuzustimmen und zu ergänzen.

Die Situation der Mittelzentren ist hierbei gesondert zu betrachten. Die hier angesprochenen *Partnerschaften zur Attraktivierung von City-, Dienstleistungs- und Tourismusbereichen aus dem Jahr 2006* (PACT) müssen auch hinsichtlich ihrer Ausrichtung auch mehr auf die Belange der Klein- und Mittelstädte und hier insbesondere auch auf die Mittelzentren angepasst werden. Hier gälte es mehr Flexibilität zu erreichen. Diese Flexibilität sollte PACT – Cluster ermöglichen, die nicht

alleine nur auf die sogenannten Innenstadt-Bereiche zugeschnitten sind. Darüber hinaus benötigen Klein- und Mittelstädte zusätzliche Mittel, damit nicht die einbehaltenen (PACT-)Mittel alleine schon durch Gehaltszahlungen aufgebraucht werden.

Hinzu kommen „kluge“ Partnerschaften mit private Bauherren, die etwa in Innenstadtnahe Dienstleistungen investieren wollen, wie z.B. Gesundheitszentren, die zugleich auch Frequenzbringer für die Innenstadt(geschäfts-)lagen sein können.

- 3. Die Aufenthaltsqualität in den Innenstädten und Ortszentren kann durch mehr sogenannte „Dritte Orte“ gesteigert werden. Neben dem Zuhause (Erster Ort) und dem Arbeitsplatz (Zweiter Ort) sind dies Lebensräume, an denen sich Menschen vorübergehend zu Hause fühlen und sich vor allem in ihrer Freizeit gerne und häufig aufhalten. Das können und müssen der Handel und die Gastronomie nicht alleine leisten. So können auch öffentliche Orte wie z.B. Bibliotheken und Kunst- oder Sozial-Cafés mit günstigen Preisen und hoher Aufenthaltsqualität einen Beitrag leisten und für viele Besucherinnen und Besucher auch von außerhalb als Magnet wirken.*

Zu 3. Dieser These ist vollumfänglich zuzustimmen und zu ergänzen.

Dieser „Dritte Ort“ formt zugleich den Charakter jeder Stadt. Hier gilt es immer auch den Ausgleich zwischen einzelnen Bereichen und Gruppen zu finden. So könnten gekennzeichnete Bereiche für Straßenmusik und outdoor Vergnügen vorgesehen werden und andere Bereiche, die eher den Ruhebedürfnissen der Anwohner entsprechen.

- 4. Die Städte und Gemeinden dürfen mit der Aufgabe, ihre Zentren zu beleben, nicht alleine gelassen werden. Die Landesregierung muss deshalb eine Beratungsstruktur für die Innenstadt- und Ortskernentwicklung schaffen, die bei der städtebaulichen Neuausrichtung berät und unterstützt. Diese soll auch die für den Erfolg jeder Maßnahme unerlässliche Beteiligung der Bürgerinnen und Bürgern begleiten und unterstützen. Die bereits vorhandenen Stadtmarketing-Initiativen müssen zudem gestärkt und weiter vernetzt werden.*

Zu 4. Dieser These ist vollumfänglich zuzustimmen und zu ergänzen.

Ergänzend gilt aber auch hier, dass wir immer auch die „Umgebung“ der Städte mitdenken müssen. Der „Nahversorger am Stadtrand“ kann zu dicht am Nahversorger der Nachbarorte oder -städte liegen. Soll heißen; die hohe Eigenständigkeit der einzelnen Kommunen wirken sich insbesondere in der Nähe von Mittel- und Großzentren häufig eher ungünstig auf die Stadtentwicklungen aus, wenn es nicht gelingt interkommunale Planbündnisse zu schaffen. Diese sollten auch und gerade nicht an Kreis- und Landesgrenzen enden. Hier ist beispielhaft die

Metropolregion Hamburg zu erwähnen. Im südöstlichen Bereich sind hier an vorstellbaren Projekten bis zu 4 Bundesländer involviert.

- 5. Online und Offline schließen sich in modernen Stadt- und Ortszentren nicht aus. Denn auch viele kleinere, lokale Einzelhändler verfügen gemeinsam über eine erhebliche Marktmacht. Die hohe Qualität und Kompetenz vor Ort muss stärker gebündelt und mit einer höheren Online-Kompetenz verbunden werden. Das Land muss deshalb – nicht zuletzt aus der Erfahrung der Corona-Krise – Initiativen für kooperative Online-Portale lokaler Unternehmen unterstützen, auf denen diese sich gemeinsam präsentieren und ihre Waren und Dienstleistungen online auch zur Lieferung und Abholung anbieten können. So können viele kleine Unternehmen gemeinsam ihre Reichweite erheblich steigern und am Markt als lokale Anbieter teilhaben. Darüber hinaus ist auf allen politischen Ebenen zu prüfen, wie die Benachteiligungen des lokalen Einzelhandels gegenüber dem Online-Handel bei der Besteuerung und in den Tarifstrukturen aufgehoben werden können.*

Zu 5. Dieser These ist überwiegend zuzustimmen und zu ergänzen.

Tatsächlich gilt insbesondere bei der Online-Kompetenz-Stärkung ein kurzfristiges Augenmerk zu legen. In klugem Zusammenwirken, insbesondere der Logistik- und Lieferstrukturen, gilt es hier umgehend Lösungen zu organisieren. In wieweit eine höhere Besteuerung oder „andere Tarifstrukturen“ hier hilfreich sein sollen, ist uns nicht erkennbar. Vielmehr muss der stationäre Handel seine Stärken der Kompetenz, dem Einkaufserleben und der Präsenz klug ausspielen und die Vorteile des Online-Handels integrieren. Die Organisation der Lieferdienste „der letzten Meile“ muss daher die Domäne des stationären Handels und der Dienstleister werden.

Darüber hinaus fordert die WVG die Aufgabe der fortschrittsfeindlichen Regelung, dass es immer eine bestimmte Quote zum Ausbau einer Gigabit-Glasfaserleitung bis in die Wohnung geben muss. Ein solcher Ausbau muss – wie Wasser-, Abwasser- und Stromversorgung – zur Grundausstattung gehören und OHNE Quote auszubauen. Dort wo die Kosten höher sind, wie die möglichen Einnahmen muss sozial verträglich gedeckelt werden. Dergleichen gilt auch für den zügigen Ausbau des 5G Netzes – vor allem auf dem „flachen Lande“.

- 6. Hohe Mieten, Leerstände und Spekulationsobjekte machen Innenstädte und Ortszentren für neue Ansiedlungen unattraktiv. Um dieser Entwicklung zu begegnen, brauchen der Einzelhandel und Gastronomie Unterstützung bei den Verhandlungen mit Vermietern. Das Ziel ist, eine Mietpartnerschaft zwischen Gewerbetreibenden, Mietern und Vermietern für die Innenstädte und Ortszentren zu erreichen. Dabei hilft die Einführung von Mietspiegeln auch für den Einzelhandel. Zudem soll die*

Möglichkeit geschaffen werden, leerstehende Objekte nach einem Jahr für öffentliche Zwecke wie Ausstellungen oder Versammlungsräume zu nutzen.

Zu 6. Dieser These ist überwiegend zuzustimmen und zu ergänzen.

Dieser beschriebenen Unattraktivität muss mit allen Mitteln begegnet werden. Hilfreich sind hier Städtebauliche Leitlinien, die wo immer möglich in Verordnungen umgesetzt werden sollten. Beispielhaft gilt hier der Hinweis auf die unter These 3 entsprechend deklarierten „Dritten Orte“, sowie mögliche „Parkplatz-Nachweise je Wohnung“. Einem Investor sind 0,5 Parkplatz immer lieber, weil dann mehr vermietbarer Raum entstünde. Der Stadt und dem Bürger stünden hier jedoch die mögliche Parknot entgegen. Unabhängig davon ob und in welcher Weise die Innerort-Verkehre grundsätzlich geregelt werden sollen.

- 7. Um diese vielfältigen Aufgaben bewältigen zu können, bedarf es auch einer angemessenen finanziellen Ausstattung der Kommunen. Die Aufgabe der Reaktivierung, Neugestaltung und Stärkung der Innenstädte und Ortszentren muss daher auch in den Finanzbeziehungen zwischen Land und Kommunen Niederschlag finden und sich auch im FAG widerspiegeln.*

Zu 7. Dieser These ist vollumfänglich zuzustimmen und zu ergänzen.

Der Trend zum Wachsen der Ränder in Großstadtnähe ist hier genauso Rechnung zu tragen, wie die Ausgestaltung der Stadtzentren in der Fläche, weit ab der großen Städte. Hier gilt es insbesondere die öffentlichen Nah- und Fernverkehre zu einem Norddeutschen Bund auszuweiten. Beispielhaft sei hier wieder die Metropolregion genannt. Wir brauchen hier einen länderübergreifenden öffentlichen Nah- und Fernverkehr ÖNFV.

Begründung:

Innenstädte und Ortszentren stehen schon lange unter Druck. Leerstände, zurückgehende Besucherzahlen und einbrechende Umsätze stellen den lokalen Einzelhandel, die Gastronomie und Dienstleister in den Zentren vor wachsende Herausforderungen. Die Entwicklung hat sich durch die Corona-Krise und geplante Schließungen großer Filialbetriebe noch weiter verschärft. Dadurch wächst die Gefahr, dass Innenstädte und Ortszentren ihre wichtige Funktion als Aufenthalts-, Begegnungs- und Erlebnisraum verlieren. Die Ursachen hierfür sind vielfältig. Neben einer Verlagerung in größere Einkaufszentren in der Peripherie tragen unter anderem ein geändertes Konsumverhalten, die weiter wachsende Bedeutung des Online-Handels und vielerorts anhaltend hohe Gewerbemieten und Spekulationsobjekte zum Negativ-Trend für die Innenstädte und Ortszentren bei. Die Entwicklung der vergangenen Jahre und Jahrzehnte betrifft dabei Städte und Gemeinden unterschiedlicher Größe, Struktur und aus allen Regionen des Landes gleichermaßen – von den ländlichen Gemeinden über die Klein- und Mittelstädte bis hin zu den Großstädten.

Dieser Entwicklung muss Rechnung getragen werden. Es braucht eine Trendwende für die Zentren unserer Städte und Gemeinden, damit sie als Zukunftsräume, als Wohn- und Lebensräume, Zentren der Wirtschaft, des Handels und des Tourismus sowie als kommunale Identitätsanker erhalten, wiederbelebt und ausgebaut werden können. Hierzu ist eine Fülle verschiedener Maßnahmen notwendig, um jeweils vor Ort passende Lösungen zu entwickeln. Das Land darf die Kommunen dabei nicht alleine lassen.

Zusammenfassend und Ergänzung:

Corona hat es noch einmal sehr deutlich gezeigt: wer nicht agil reagiert und sich nicht jetzt auf die Zeit nach Corona vorbereitet, wird verlieren. Insbesondere die kluge Kombination der Präsenz- und Onlinewelten spielen eine immer größer werdende Rolle. Hierbei werden auch die coworking spaces eine bedeutende Rolle spielen, wenngleich an Ihnen sogleich deutlich wird, dass es immer noch an viel zu vielen Orten am Ausbau des Glasfasernetzes mangelt. Homeoffice im ländlichen Raum, sogar in unseren Klein- und Mittelstädten gleicht immer noch einem Zufall und Glück „wenn es klappt“. Bedauerlich wäre es auch aus Sicht der Wirtschaft, wenn es nicht zu einem intensiven und abgestimmten Austausch und zur Zusammenarbeit an den Orts-, Stadt-, Regions- und Landesgrenzen käme. Im übrigen vergessen viele Akteure das www wirklich weltweit bedeutet.

Gez. Jürgen Wirobski
Vorstand WVG

Geesthacht, 16. November 2020

Ergänzend

***Antwort auf das Positionspapier zur schriftlichen Anhörung
des Innen- und Rechtsausschusses des Schleswig-Holsteinischen Landtags
zum Antrag „Trendwende in den Innenstädten und Ortszentren in Schleswig-Holstein –
Zukunftsräume und kommunale Identitätsanker schaffen“***

Die derzeitige Situation wird einen weiteren Niedergang des lokalen Einzelhandels erwarten lassen.

Begründung:

1. Ein vielerorts nicht vorhandenes oder nicht mehr zeitgemäßes Einzelhandels-/Standortgutachten, welches keinen Aufschluss bietet über vorhandene Potenziale, unzureichende Entwicklungen etc. und daraus resultierend den Weg in eine zukünftige Neuausrichtung aufzeigt.
2. Keine gekonnte Abwehr des zunehmenden Online-Handels durch einen gemeinsamen Auftritt einer lokalen Online-Kompetenz.

3. Hausbesitzer/Vermieter wünschen naturgemäß einen hohen Mietertrag, welchen zumeist nur solvente Anbieter (Filialbetriebe etc.) leisten können. Dadurch Verdrängung von kleineren finanziell schwächeren Betreibern mit „Nischen-Angeboten“, mit der Konsequenz, dass sich zur belebenden Vielfalt kein interessanter Branchen-Mix mehr anbietet. Insofern sind Einkaufsstraßen/Ortszentren mit ihrem Einzelhandel und seiner geringen Vielfalt miteinander vergleichbar, verlieren insgesamt an Attraktivität und bieten somit keine erforderlichen lokalen Alleinstellungsmerkmale.
4. Vorhandene Betriebsflächen für einen interessanten Branchen-Mix werden von kaum frequentierten Anliegern wie Banken/Sparkassen, Handy-Läden etc. (oftmals in einer Einkaufsmeile mehrfach vorhanden) besetzt.
5. Oftmals fehlt ein gemeinsamer wirkungsvoller Auftritt des lokalen Einzelhandels durch Werbe-/City-Gemeinschaften gegenüber der städtischen/örtlichen Verwaltung. Somit keine Interessenbündelung bei geplanten Veränderungen beim Standortgeschehen/der Funktionsvielfalt/von Baumaßnahmen etc.
6. Uneinigkeit unter den Geschäftsbetreibern in einer Fußgängerzone/Innenstadtbereich/Marktplatz bezüglich einer gemeinsamen Öffnungszeit (Kernöffnungszeit).
7. Nicht mehr zeitgemäße Ansammlung/Anreihung verschiedener Geschäfte (Ladenstraße) ohne eine Bereicherung zusätzlicher Aufenthaltsqualität mit entsprechend angenehmer Verweildauer.

Neuausrichtung/Trendwende:

1. Mit der Auswertung eines aktuellen Einzelhandels-/Standortgutachtens werden sich unterstützende Maßnahmen aufzeigen für eine Trendwende (Punkt 2 – 7) zum Zukunftsraum Ortsmitte.
2. Es bedarf eines gemeinsamen Online-Auftritts sämtlicher Betreiber, welcher die aktuelle Angebots-Präsenz einfach zugänglich, deutlich und interessant aufzeigt.
3. Über ein Quartiersmanagement (BID)*, welches alle Hausbesitzer/Vermieter verpflichtend einbindet, kann ein für alle Besucher/Kunden interessanter Branchen-Mix erreicht werden. Grundlage ist die vergleichende Betrachtung der Mieten/räumlichen Kosten der umsatz-/renditestarken Partner mit den vorhandenen und neuen, umsatz-/renditeschwächeren Partnern, welche die Angebotsvielfalt optimal ergänzen. Über einen „Umlage-Schlüssel*“ würden diese gestützt und auch neu angesiedelt werden können. So kann es auch nicht im Interesse der Hausbesitzer/Vermieter liegen, dass wie schon mancherorts geschehen, sich eine Verödung (Spielhallen, 1-€-Shops, Shisha-Bars etc.) im Innenstadtbereich bzw. in der Ortsmitte bis zum etwaigen Leerstand entwickelt.
(*PACT in SH)
4. Aufgabe o. g. Quartiersmanagements wäre es zudem, frei werdende Verkaufsflächen und Flächen von nur mäßig frequentierten Anliegern nach einem etwaigen Wechsel mit entsprechend einem konsumorientierten Angebots-Mix und weiterer Funktionsvielfalt neu zu beleben.
5. Nur eine starke Vertretung der anliegenden Betreiber (City-Gemeinschaft) positioniert sich mit ihren Anliegen gegenüber der städtischen/örtlichen Verwaltung, den lokalen Institutionen und den im Umkreis befindlichen konkurrierenden Innenstädten und Ortszentren.
6. nur eine deutlich kommunizierte gemeinsame Öffnungszeit (Kernöffnungszeit) aller Anlieger veranlasst Besucher/Kunden zum zeitlich umfänglichen Verweilen.

7. Ein/e Innenstadtbereich/Ortsmitte/Fußgängerzone mit nur mit einer Anreihung verschiedener (langweiliger) Läden bietet dem Besucher/Kunden nur ein schnelles Einkaufen ohne den Wunsch nach einer weiteren Verweildauer.

Dieser o. g. Bereich muss eine Kernfunktion als lokales „Wohnzimmer“ erreichen mit hoher Einkaufs-/Angebotsvielfalt, zusätzlicher Innen- und Außengastronomie, mit Ausstellungen, Bibliotheken, unterhaltsamen Events, entsprechender Straßenmöblierung usw. Auch mit einer Kita (verkehrsberuhigte Zone) oder einem Senioren-Treff etc. und natürlich einer Vielzahl an Wohnungen würde miteinander in bester Funktionsvielfalt ein lebenswerter Aufenthaltsraum geschaffen und zum Verweilen einladen.

*ein derartiger „Umlage-Schlüssel“ findet erfolgreiche langjährige Anwendung z. B. in den ECE (Otto-Group)-Einkaufsmetropolen.

Detlef Kruse

2002 – 2018 Vorstandsmitglied der Wirtschaftlichen Vereinigung Geesthacht
Mitglied im Wirtschaftsbeirat der Stadtverwaltung Geesthacht