

# Stellungnahme

---

Öffentliche Anhörung des Ausschusses  
für Bau, Wohnen, Stadtentwicklung und  
Kommunen

Innenstädte



Die Lage der deutschen Innenstädte ist prekär.

Die deutschen Innenstädte als Musterbeispiele der international vielbeachteten mitteleuropäischen Innenstadt sind in einem stetigen Wandlungsprozess. Daher haben sich die Innenstädte immer den aktuellen Trends und Erfordernissen angepasst. Die Umformungen waren teilweise sehr einschneidend, wenn man allein an das Leitmotiv der autogerechten Stadt denkt.

Die Innenstädte waren aber zu aller Zeit Zentren der städtischen Kommunikation, des Austausches von Informationen und Waren sowie Identifikationskerne der Bürger. Innenstädte als „Konzentration hochrangig zentraler Funktionen“ wurden bisher nie in Frage gestellt. Im Zuge der derzeitigen Pandemie ist die Innenstadt aber bewusst nicht mehr der Ort des Austausches und der Kommunikation. Die Innenstädte sind derzeit weitestgehend funktional entleert – sie können ihrer Funktion zurzeit nicht gerecht werden

Zudem zeigt die Digitalisierung, dass diese „Konzentration der hochrangig zentralen Funktionen“ als Wesensmerkmal der mitteleuropäischen Stadt keine unumstößliche Gesetzmäßigkeit ist. Der Lockdown hat sich zu einem echten Katalysator des Online-Handels entwickelt und das Homeoffice zeigt, dass auch die Nutzung von Bürogebäuden für die Zukunft zu hinterfragen ist.

Dies sind aber in der Hauptsache die Funktionen einer Innenstadt, die tagtäglich viele Menschen in die Innenstadt locken und somit für die hohen Frequenzen sorgen, von der weitere Funktionen bzw. Nutzungen profitieren. Dies ist ein wesentlicher Garant dafür, dass die sogenannte „Aktivitätenkopplung“ als wesentlicher Standortvorteil für die innerstädtischen Funktionen/ Unternehmen/ Institutionen funktioniert.

Für die Zukunft muss also die Frage gestellt werden, welchen Vorteil – welchen Sinn eine Innenstadt für die Bürger und die wirtschaftlichen und kulturellen Akteure einer Innenstadt stiftet.

Zudem muss gefragt werden, welchen Stellenwert die Gesellschaft und Politik den Innenstädten als zentrale Versorgungsstandorte der Bevölkerung mit Waren aller Art in Zukunft zuschreibt.



Nach Ausfaltung des Handelsverband Deutschland sind und bleiben die Innenstädte der Standort Nummer 1 in Bezug auf die Versorgung der Bevölkerung, aber auch für Kultur, Freizeit, Bildung und Wohnen. Die dauerhaft nachlassende Sogwirkung des Handels für viele Innenstädte, z.B. durch ein verändertes Verbraucherverhalten, wird die Rahmenbedingungen nachhaltig verändern. Dies sollte jedoch für alle Innenstadttakteure als Chance begriffen werden, die Metamorphose der Innenstadt für eine verbesserte Multifunktionalität der Innenstädte zu nutzen. Dazu sind folgende Maßnahmen zentral:

## 1. Sonderprogramm zur Innenstadtstabilisierung

Für eine Laufzeit von fünf Jahren sollte ein Sonderprogramm „Innenstadtstabilisierung“ mit jährlich mindestens 500 Millionen Euro aufgelegt werden.

### a. Sonderfonds zur Aktualisierung und Standardisierung von Einzelhandelskonzepten

Ohne Einzelhandelskonzepte sind die Kommunen nicht in der Lage, die anstehenden Entscheidungen sachgerecht zu treffen. Diese sollten aktuell als Innenstadtkonzepte erstellt werden. Es gilt, ganzheitlich darüber nachzudenken, wie die Herzen der Städte attraktiv und lebendig gestaltet werden können. Der Handel wird dabei auch in Zukunft oft die dominante Funktion sein. Hierzu ist es erforderlich, auch alternative Nutzungen in Betracht zu ziehen, die in vielen Innenstädten nicht mehr üblicherweise zu finden sind, wie z.B. KITAS und Grundschulen. Daneben wird man teilweise feststellen, dass nicht alle Städte „normale“ Einkaufsinnenstädte haben können - die meisten müssen sich spezialisieren und dazu am Profil arbeiten. Immobilien- und Digitalthemen werden eine größere Rolle spielen.

### b. Sonderfonds zur Analyse der Leerstandssituation und Aufbau eines standardisierten digitalen Leerstandskatasters zur beschleunigten Nachnutzung

Derzeit gibt es keine systematische, bundesweit einheitliche Erfassung der Leerstände. Bevor den Innenstädten in der Krise zielgerichtet geholfen werden kann, muss ein bundesweites Leerstandskataster aufgebaut werden. Erst dann kann man zuverlässig beurteilen, wo die Probleme liegen und wo etwas getan werden muss.



### **c. Sonderfonds zur Analyse und Erhöhung des Branchenmixes durch aktive Ansiedlungspolitik**

Die Kommunen brauchen regelmäßige Austauschformate mit dem Handel und den Immobilieneigentümern. In begründeten Einzelfällen sollten die bestehenden Möglichkeiten des Vorkaufsrechts in den förmlich festgelegten Sanierungsgebieten besser ausgeübt werden können, um den Branchenmix abzurunden. Eine gesunde Innenstadt braucht einen gesunden Branchenmix. Hier muss aktiver gemanagt werden. Ansonsten ist die Zukunft der Stadtzentren in Gefahr.

## **2. Erhöhung der städtebaulichen Qualität durch mehr Baukultur**

Gestalterisch attraktive und qualitätsvolle Architektur und öffentliche Räume sind die bauliche Grundlage für Verweilqualität und Wohlfühlatmosphäre und bilden in Symbiose mit der Funktionsmischung attraktive Anziehungspunkte in den Innenstädten. Dies muss Hand in Hand gehen mit einer ansprechenden, leistungsfähigen, umweltfreundlichen und stadtverträglichen Mobilität sowie einer qualitativ hochwertigen Durchgrünung. Dafür ist eine hohe Baukultur innerstädtischer Immobilien und der öffentlichen Räume von besonderer Bedeutung und muss bei der Stärkung und Belebung der Zentren prioritär sein.

## **3. Verbesserte Kommunikation der Innenstadtakteure**

Zur lokalen Beratung und Vernetzung von kleinen Geschäftsleuten, Gastronomen und Gewerbetreibenden sollten Angebote geschaffen oder ausgebaut werden. Diese dienen sowohl der Professionalisierung, Attraktivitätssteigerung und zukunftsfähigen Ausrichtung sowie der Erhöhung der innerstädtischen Aufenthaltsqualität. Zur Überwindung des aktuellen Bedeutungsverlustes der Innenstädte sollten hier vermehrt auch Kulturveranstaltungen gefördert werden. Hilfreich ist in diesem Zusammenhang die Professionalisierung und Aufwertung des bestehenden und bewährten Instruments des City- und Stadtteilmarketings.

## **4. Digitalisierungsfonds für einen beschleunigten innerstädtischen Multichannel-Handel**

Es ist notwendig, eine leistungsfähige Digitalisierung des stationären Handels und der gesamten Innenstädte zu realisieren, um offline mit online zu verbinden und z.B. dem Kunden schon bei der Planung seines Besuchs einer Innenstadt die Suche nach



Produkten und Dienstleistungen zu erleichtern (z.B. durch lokale und landesweite Online-Plattformen, Click & Collect, lokaler Logistik). Es kommt darauf an, analog zur Unternehmensvielfalt im stationären Handel, die Wettbewerbsintensität durch Anbietervielfalt auch im Online-Bereich zu gewährleisten. Um den innerstädtischen Handel bei der Digitalisierung zu unterstützen, ist ein Digitalisierungsfonds in Höhe von 100 Millionen Euro aufzulegen.

## **5. Verbesserung des planungsrechtlichen Instrumentariums**

Innenstädte sollten als Sonderzonen für Handel und weitere innenstadtrelevante, frequenzbringende Funktionen in Form kommunaler Satzungen räumlich abgegrenzt und festgesetzt werden, in denen die Kommune gezielte Entwicklungs- und Stabilisierungsmaßnahmen durchführen kann und dazu zum einen besondere Privilegierungen (Steuerbefreiungen, Sonderförderung), zum anderen auch Auflagen und Beschränkungen sowie gezielte, erweiterte Eingriffsmöglichkeiten nutzen kann.

***Zur Umsetzung erforderlicher Maßnahmen ist, auch in Fortsetzung der Arbeit des BMI-Beirates Innenstadt, eine schlagkräftige Organisationsstruktur erforderlich, die über ausreichend personelle und finanzielle Ressourcen verfügt. Daher sollte die bereits im Jahr 2016 vom DStGB sowie vom Handelsverband Deutschland (HDE) gegründete „Allianz für Innenstädte“ zu einer Stiftung mit Vereinsstruktur „Deutsche Stiftung Allianz für Innenstädte (BStAI) e. V.“ weiterentwickelt werden.***

***Das für den Bereich Stadtentwicklung und Kommunen zuständige Bundesministerium sollte geborenes Vorstandsmitglied und maßgeblicher finanzierender Partner sein. Weitere Informationen können dem gesonderten Papier „Deutsche Stiftung Allianz für Innenstädte e. V.“ entnommen werden, welches als Anlage beigefügt ist.***

## Abbildungen zur Stellungnahme

Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Bau, Wohnen, Stadtentwicklung und Kommunen

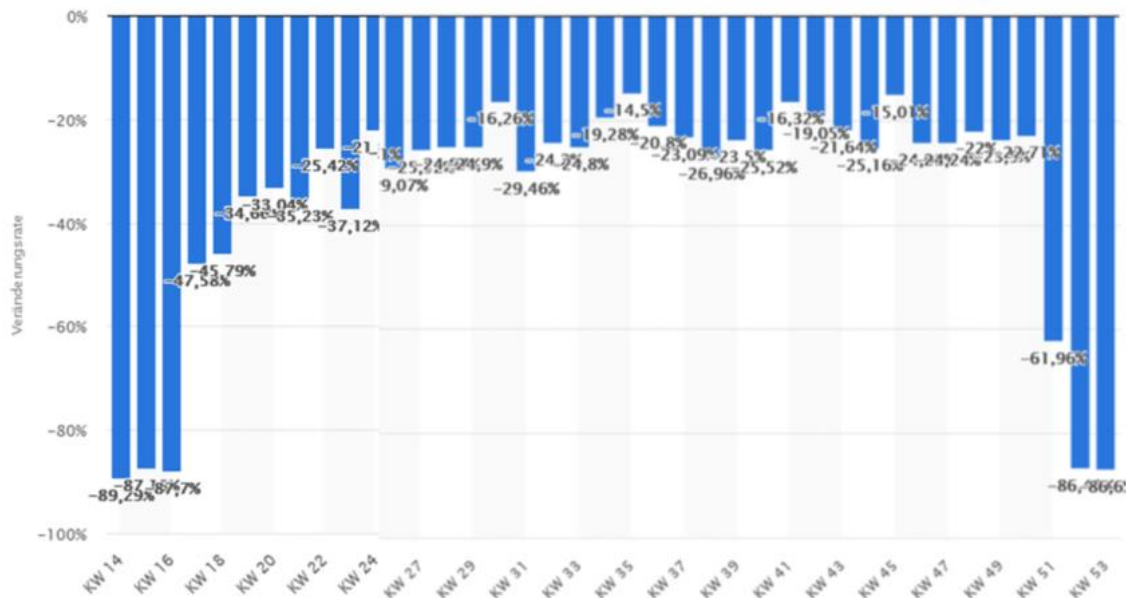
Innenstadt

**Stefan Genth**    **Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland**

**13. Januar 2021**

## Besuchfrequenz in den deutschen Innenstädten ggü. dem Vorjahr

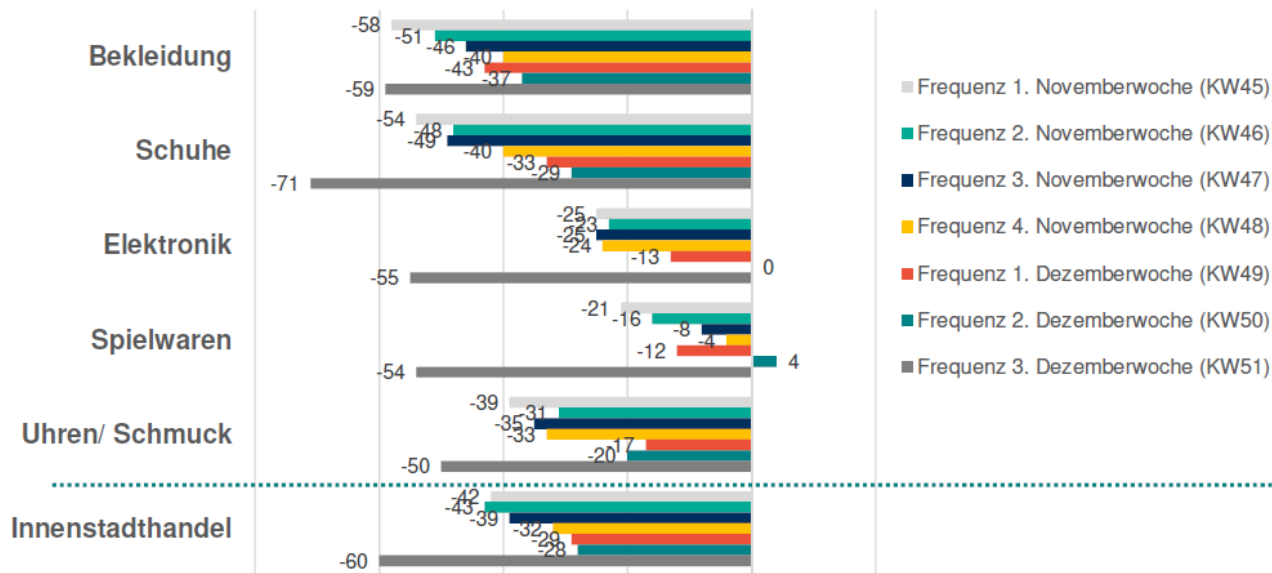
Frequenzen waren im ganzen Jahr unterdurchschnittlich.



# Auswirkungen Lockdown „light“ zum Weihnachtsgeschäft

## Frequenz in % zu Vorjahr in den Geschäften

Frequenzen gerade in den innenstadttypischen Geschäften  
sehr schlecht

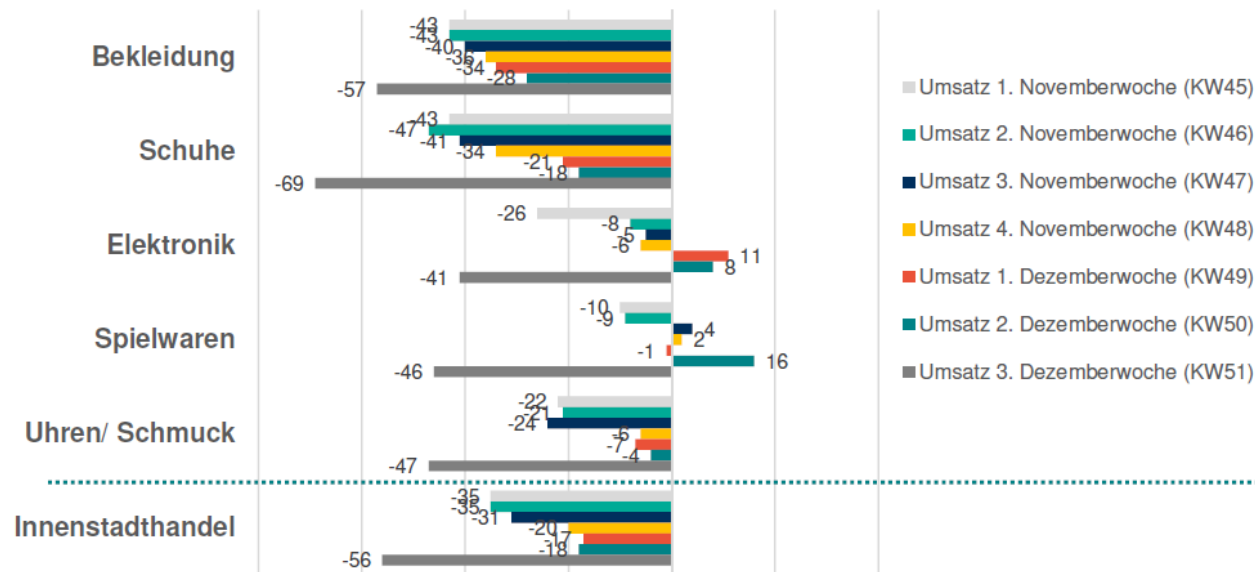




## Auswirkungen Lockdown „light“ im Weihnachtsgeschäft

### Umsatz in % zu Vorjahr in den Geschäften

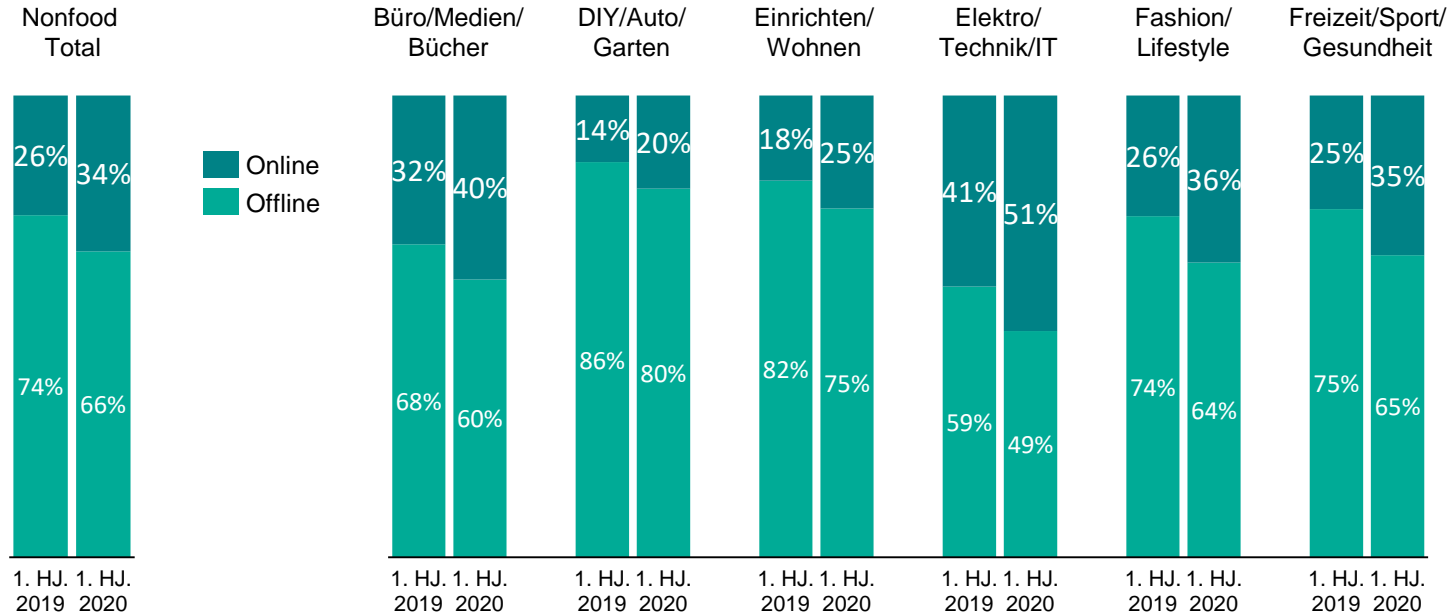
Umsätze gerade in den innenstadttypischen Geschäften sehr schlecht | Innenstadt gesamt: bis zu minus 56%



# Ausgaben-Entwicklung nach Nonfood-Warenkörben Online vs. Offline in %

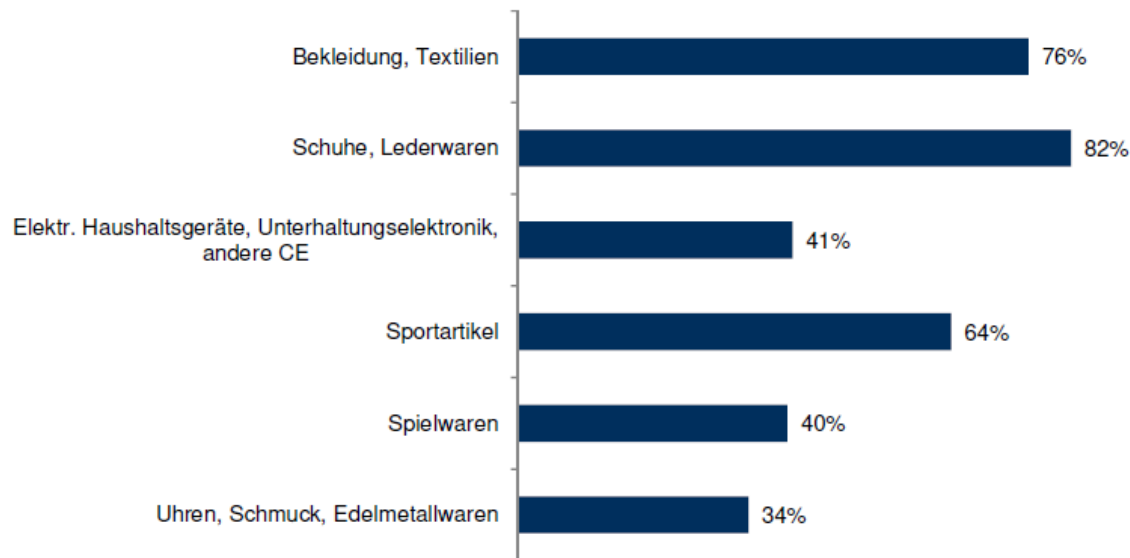
Nonfood Online-Anteil steigt im 1. Halbjahr deutlich.

Situation im Lockdown I



## HDE-Umfrage: Sehen Sie derzeit Ihre unternehmerische Existenz aufgrund der Corona-Krise bedroht?

Über die Hälfte der Innenstadthändler bedroht = eine Straßenseite jeder Fußgängerzone vor dem Aus



**64% der  
Innenstadthändler  
sehen ihre  
Existenz bedroht.**

■ ja

## Hilfen reichen nicht für Lockdown-Branchen im Einzelhandel

Die umfassenden Überbrückungshilfen kommen nicht an.

**75 %** der Unternehmen geben an, dass die staatlichen Hilfen nicht ausreichen, um die Existenz zu sichern.

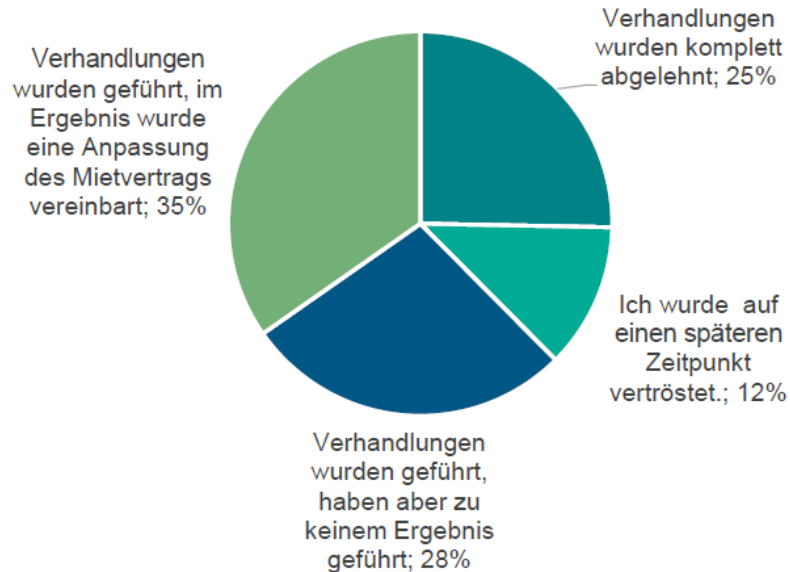
**29 %** der Unternehmen haben aktuell Hilfen beantragt.

**78 %** der Unternehmen haben seit Beginn der Krise staatliche Unterstützungshilfen erhalten.

# Mietvertragsverhandlungen

Reaktion der Vermieter auf Aufforderung des Einzelhandels, wegen der Covid-19-Krise über eine Anpassung ihres Mietvertrags zu verhandeln/ Gespräche zu führen

**Klarstellung des § 313 BGB „Verlust der Existenzgrundlage“ ist sachgerecht.**



## Anzahl stationärer Geschäfte

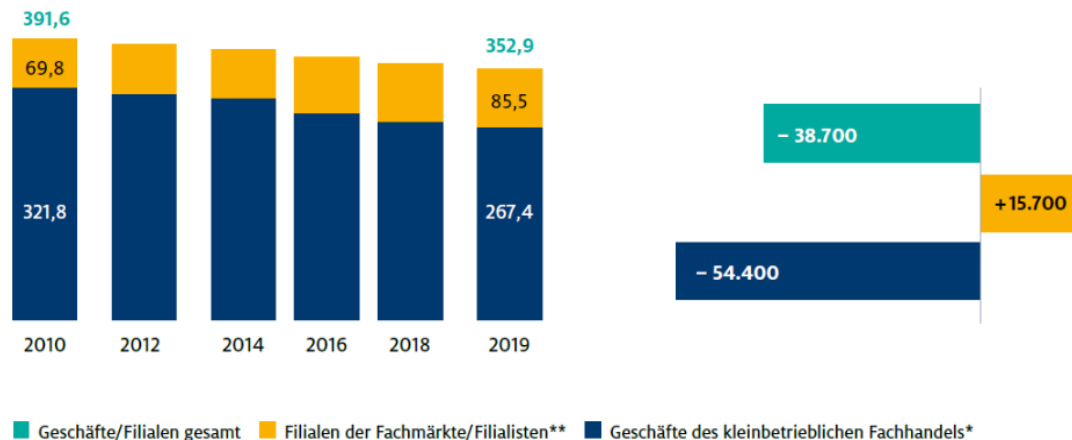
2010 bis 2019: minus 39.000 Geschäfte

2021: minus 50.000 Geschäfte prognostiziert (> als in letzten 10 Jahren)

Deutschland büßt seit Jahren Versorgungsdichte ein – insbesondere bei kleinbetrieblichen Fachhandel.

### Anzahl Geschäfte/Filialen\*

in Tausend

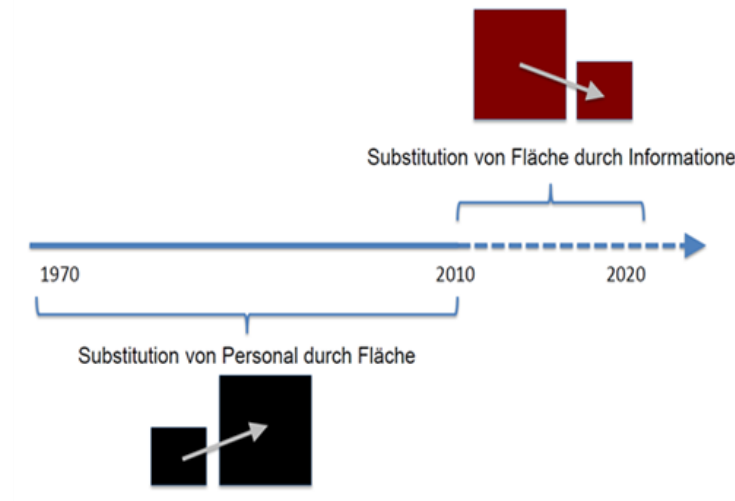
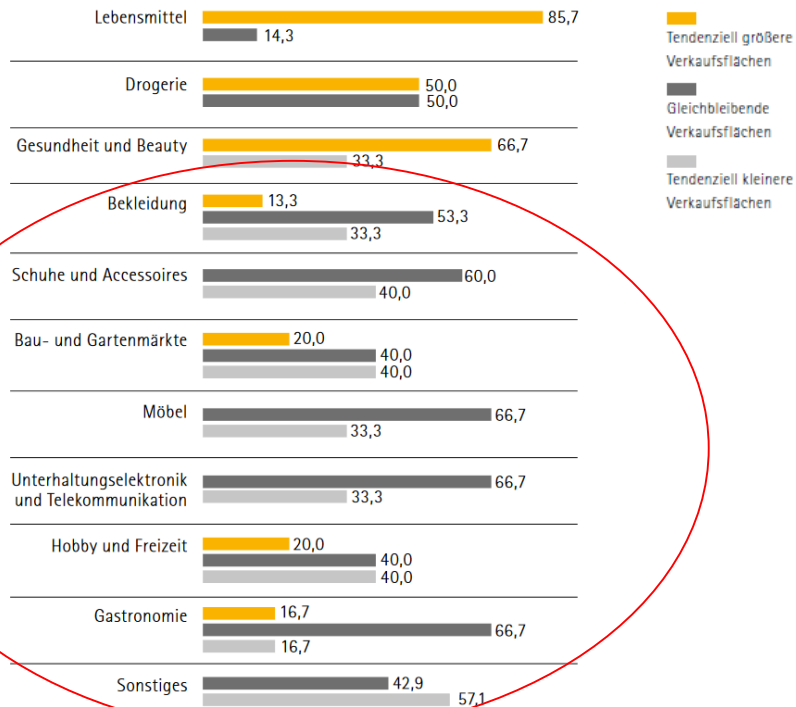


\* > 50 Tsd. Euro Umsatz/Jahr; \*\* > 10 Mio. Euro Umsatz/Jahr; 2019: Hochrechnung

# Erwartete Verkaufsflächenentwicklung nach Branchen

Die Flächennachfrage sinkt – mit Auswirkungen auf die Innenstädte.

Situation vor der Corona-Krise



## Innenstädte 2022 - Städtebau

### Veränderungen werden zu neuem Denken führen - müssen

- Verantwortlichen wird zunehmend klar, dass Innenstädte auf Verschleiß gefahren wurden
- Städtebauliche Attraktivität nimmt an Bedeutung zu (Erlebnisraum Stadt)
- Lange Planungs- und Realisierungszeiten verschieben die Aufbesserungen
- Innerstädtischer Handel hat weiterhin sinkende Umsätze bei gleichzeitiger Durchführung von Baumaßnahmen zu verkraften

#### Perspektive





### Immobilienmarkt muss reagieren – Mieten müssen sinken.

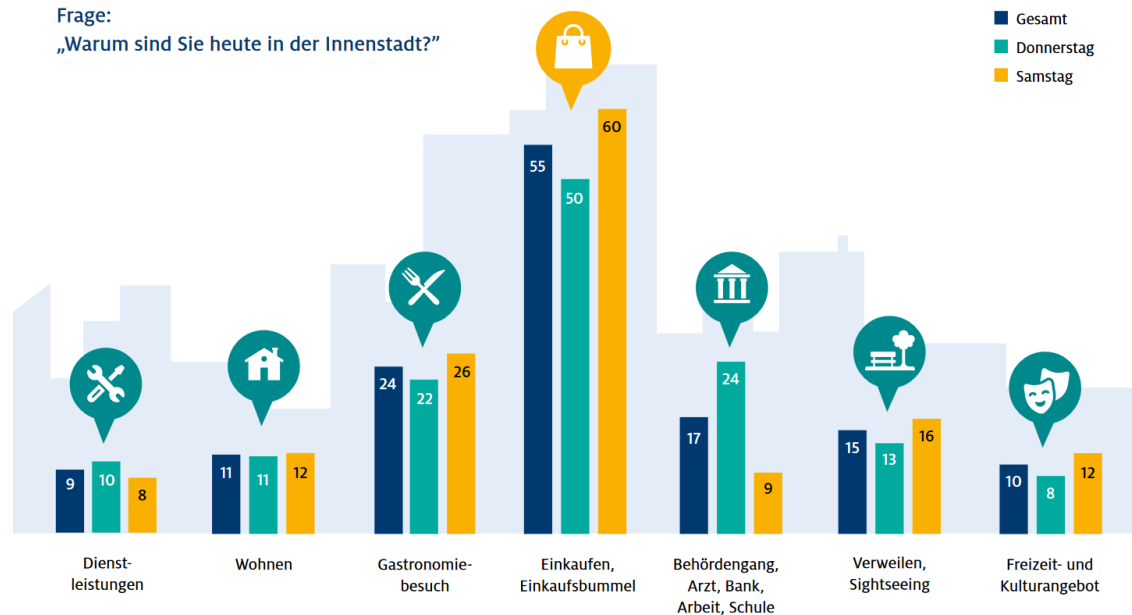
- Konzentration des Eigentums nimmt zu
- Gewerbemieten entwickeln sich nach unten
  - „Betongold“ immer noch wertvoll, aber auf einem anderen Niveau
- Nutzungsmischung nimmt zu / Vermieter suchen alternative Konzepte
  - Zunahme der Gemengelagen - Gesetzgeber muss nachbessern
  - Innenstädte profitieren aber von Nutzungsmischung und Dichte
- Probleme mit (innerstädtischen) Großimmobilien
  - Darunter: Handelsimmobilien (u.a. Warenhäuser, Shopping-Center)
  - bisher Frequenzanker: städtebauliches Problem
- Markt muss auf Veränderungen rechtzeitig/ angemessen reagieren (Online-Handel; Homeoffice)

#### Perspektive



## Handel bleibt Frequenzbringer Nummer 1 = ohne einen funktionierenden Handel haben Innenstädte noch größere strukturelle Probleme.

Perspektive



# Vielen Dank

**Stefan Genth**

Hauptgeschäftsführer

Handelsverband Deutschland (HDE)

Am Weidendamm 1 A, 10117 Berlin

# Deutsche Stiftung

## Allianz für Innenstädte e. V.

### (DStAI)



**„Es muss das gemeinsame Ziel sein, Wege aus der Krise zu finden und die Innenstädte vital und lebenswert zu erhalten.“**

## HINTERGRUND

Der Deutsche Städte- und Gemeindebund und der Handelsverband Deutschland (HDE) haben im Jahr 2016 die Initiative „Stadt und Handel – Allianz für Innenstädte“ ins Leben gerufen. Im Rahmen dieser Allianz haben sich die Partner mit verschiedenen Aktivitäten dem Thema „Zukunft der Stadt- und Handelsentwicklung“ gewidmet. Seit 2016 wurden bundesweit bereits zahlreiche Fachtagungen mit mehr als 1000 Teilnehmern zu vorstehendem Thema durchgeführt. Aufgrund des weiter zunehmenden Online-Handels sowie der gravierenden Folgewirkungen der Corona-Pandemie stehen Kommunen und Handel derzeit vor besonderen Herausforderungen.

Die Innenstädte und Ortskerne in Deutschland stehen vor einem gewaltigen Umbruch. Nicht nur die Schließung von über 50 Karstadt/ Kaufhof-Filialen wird das Gesicht der Städte nachhaltig verändern. Nach Expertenschätzung sind bis zu 50.000 weitere Schließungen im stationären Handel zu befürchten. Dies wird unweigerlich zum Ausbluten der Innenstädte, einem Attraktivitätsverlust sowie zu wirtschaftlichen Einbußen führen.

Es ist daher an der Zeit, dass wir uns gemeinsam mit weiteren Partnern verstärkt der Frage widmen, welche Impulse zur Rettung und Stabilisierung der Innenstädte und Ortskerne erforderlich sind. Es muss das gemeinsame Ziel sein, Wege aus der Krise zu finden und die Innenstädte vital und lebenswert zu erhalten. Kommunen, Handel, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer, aber auch Kultur- und Bildungseinrichtungen, Start-ups und alle Bürgerinnen und Bürger müssen gemeinsam Zukunftsprojekte für attraktive Innenstädte entwickeln.

Dabei muss klar sein, dass es nicht darum gehen kann, Entwicklungen aufzuhalten oder nur zu bremsen. Notwendig sind vollkommen neue Wege, um die Innenstädte und Ortskerne zukunftsfest zu machen.

**Hierzu sollte die bereits bestehende „Allianz für Innenstädte“ inhaltlich neu ausgerichtet werden. Es gilt, Themenschwerpunkte zu identifizieren und im Rahmen eines gemeinsamen Projekts innovative Schulungs- und Informationsangebote zu entwickeln.**

## PROJEKTLAUFZEIT

Die vorbeschriebene Problemlage der Innenstädte und Ortskerne ist nicht temporär, sondern wird Städte- und Gemeinden langfristig beschäftigen. Auch nach dem Ende der Corona-Pandemie wird es sehr schwierig, die sich nun abzeichnenden Entwicklungen aufzuhalten. Die angedachte Kooperation sollte auf Dauer angelegt werden.

**„Rettet  
unsere  
Mitte“**

## INITIATOREN DER KÜNFTIGEN „ALLIANZ FÜR INNENSTÄDTE“

Bereits im Jahr 2016 haben sich mit dem [Handelsverband Deutschland](#) und dem [Deutschen Städte- und Gemeindebund](#) zwei Spitzenverbände in der „Allianz für Innenstädte“ zusammengefunden. Beide Partner vereinen die gesamte deutsche Handelslandschaft und eine große Bandbreite kommunaler Akteure in ihren jeweiligen Organisationen.

Die zwei Initiatoren vereinen das gebündelte praktische Wissen der Innenstadtentwicklung, von Städten und Handel in Deutschland. Sie repräsentieren einen zwischen Städten und Gemeinden, Handel und Fachwelt ausgewogenen Interessenmix und sind Kompetenzträger in wesentlichen innerstädtischen Handlungsfeldern.

### **Die Idee: „Deutsche Stiftung Allianz für Innenstädte e. V.“**

Die Covid-19-Pandemie und der digitale Wandel erfordern jetzt kurzfristig eine schlagkräftige Organisationsstruktur, die über ausreichend personelle und finanzielle Ressourcen verfügt.

- Die „Allianz für Innenstädte“ wird weiterentwickelt zu einer Stiftung mit Vereinsstruktur „[Deutsche Stiftung Allianz für Innenstädte \(DStAI\)](#)“ e. V. Das für den Bereich Stadtentwicklung und Kommunen zuständige Bundesministerium ist geborenes Vorstandsmitglied und maßgeblicher finanzierender Partner. Die fachliche Aufsicht erfolgt über ein Kuratorium. Über das Kuratorium wird auch das für Wirtschaft zuständige Bundesministerium sowie der Deutsche Bundestag durch Mitglieder der Ausschüsse für Stadtentwicklung und Kommunen sowie Wirtschaft eingebunden. Die Organisationsform Verein (e. V.) bietet die nötige Grundlage für ein institutionell verankertes breites Netzwerk von weiteren Partnern der Allianz.
- **Zentrales Ziel** des Vereins muss sein, Wege aus der Krise zu finden und die Innenstädte resilient, vital und lebenswert zu erhalten. Dies erfolgt über die Entwicklung, Initiierung und Verbreitung von Projekten, Technologien, Maßnahmen und Know-how zur Rettung und Stärkung der Innenstädte, Orts- und Quartierszentren. Die Hilfe soll in Form von Know-how direkt im Sinne einer „[Hilfe zur Soforthilfe](#)“ bei Städten, Gemeinden, Handel sowie weiteren Innenstadtakteuren vor Ort und in der Fläche ankommen.
- Die operative Arbeit kann durch eine durch die Allianz gemeinsam eingesetzte Geschäftsstelle mit entsprechendem fachlichen Know-how erfolgen.
- Die inhaltliche Abstimmung und Steuerung erfolgt durch einen Beirat der Partner und Mitglieder.

## SCHWERPUNKTTHEMEN

Ziel der Kooperation ist es, Fragen der nachhaltigen Stadt- und Handelsentwicklung im Kreis von kommunalen Verantwortungsträgern, dem Handel, Wirtschaftsförderern sowie allen weiteren relevanten Innenstadtakteuren zu diskutieren und konkrete Lösungen anzubieten. Die rasche Realisierung und „Hilfe vor Ort“ bildet einen zentralen Leitgedanken der Kooperation. **Eine besondere Bedeutung sollte hierbei insbesondere folgenden Themen zukommen (exemplarisch):**

- ♦ **Aufbereitung und Darstellung „Guter Beispiele“** (Strategien der Nutzungsmischung; Interkommunale Ansätze etc.)
- ♦ **Einzelhandels- & Innenstadtkonzepte** (Worauf kommt es an? Nutzerperspektive und Kundenerlebnis)
- ♦ **Aufbau eines bundesweit skalierbaren Leerstandsmanagements** (u. a. als Frühwarnsystem zum präventiven Gegensteuern)
- ♦ **Aufbau einer bundesweiten Interessentenbörse zur aktiven Nachnutzung** ehemaliger Handelsflächen (Schaffung von „Kommunikationsbrücken“ zwischen Kommune, Immobilienbesitzern, Gewerbe und weiteren Nutzergruppen)
- ♦ **Unterstützung bei der Digitalisierung der Innenstädte** (u. a. Realisierung der kundenorientierten Verknüpfung von stationärem Handel und Online-Konzepten)
- ♦ **Unterstützung der Kommunen bei der Schaffung neuer Erlebnisräume** (Innenstädte als Orte der Kommunikation)
- ♦ **Unterstützung der Arbeit des Stadt- & Standortmarketing** (einschl. Tourismus – analog und digital)
- ♦ **Integration von Maßnahmen im Rahmen des Mobilitätswandels in innerstädtischen Entwicklungskonzepten** (u. a. zur Senkung des Konfliktpotenzials bei den betroffenen Nutzungen)
- ♦ **Stadtgestaltung** (Erlebnisraum Innenstadt durch hohe Aufenthaltsqualität gewährleisten)
- ♦ **Unterstützung von privaten Initiativen und Kollaborationen** der Stadtentwicklung (auch CM, BID, ISG etc.)
- ♦ **Service, Sicherheit & Sauberkeit** im öffentlichen Raum

