

# Einkaufsregion Niederrhein – Handeln für lebendige Städte

Strategiepapier der IHK Mittlerer Niederrhein bis 2021



Existenzgründung und Unternehmensförderung

[www.mittlerer-niederrhein.ihk.de](http://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de)



Industrie- und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein

## EINLEITUNG

### Bedeutung von Innenstädten



Die Mitte steht für das Ganze. Funktionierende Zentren sind die Visitenkarte und das Aushängeschild einer Stadt – prägend weit über die Stadtgrenzen hinaus. Sie sind ein nicht zu unterschätzender Imagefaktor, denn eine lebendige und attraktive Innenstadt ist ein wichtiges Element für die Investitionsbereitschaft von Unternehmen und für die Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter. Attraktive Innenstädte sind Magneten für Handel, Dienstleistung, Tourismus und Investoren.

### Strukturwandel im Einzelhandel



Die Konsummärkte in Deutschland sind gesättigt. Kaum eine Branche verzeichnet noch Zuwächse und dennoch befinden sich der Einzelhandel und die Dienstleistungen in einem stetigen Wandel. Weiterhin anwachsende Einzelhandelsflächen bei stagnierenden Umsätzen und sinkenden Beschäftigtenzahlen zeugen von einem unvermindert harten Verdrängungswettbewerb. Einkaufszentren, ob auf der grünen Wiese oder in die Zentren integriert – wirken als Kundenmagneten und nehmen Einfluss auf die klassischen Einzelhandelslagen. Discounter zur Nahversorgung oder Fachmärkte ziehen mit ihren zentrenrelevanten Randsortimenten Kaufkraft aus der City in die Randlagen ab (Quelle: HDE). Der im Onlinehandel erzielte Umsatz wächst stetig und wird zu einer immer größeren Konkurrenz für den stationären Handel. Nebeneffekt dieser Entwicklung: wer schon im Netz gekauft hat, sucht für diesen Artikel nicht mehr die Stadt auf; wer Bankgeschäfte und Versicherungen online erledigt hat, kommt auch nicht mehr in die Stadt. Die Folge ist: Die Frequenz lässt nach.

Aus diesen Veränderungen auf der Angebots- aber auch auf der Nachfrageseite ergeben sich zwangsläufig städtebauliche Auswirkungen in den Städten, Stadtteilen und insbesondere auch kleineren Ortslagen.



## Aufgabenstellung der IHK

Im Raumordnungsgesetz des Bundes (ROG) heißt es im § 2 Abs.2 Nr. 3: „Die Versorgung mit Dienstleistungen und Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, insbesondere die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung für alle Bevölkerungsgruppen, ist zur Sicherung von Chancengerechtigkeit in den Teilräumen in angemessener Weise zu gewährleisten; dies gilt auch in dünn besiedelten Regionen.“

Damit umschreibt der Gesetzgeber eine Zielvorstellung, die auch aus unternehmerischer Sicht zu unterstützen ist. Im Leitbild der IHK-Vollversammlung ist es deshalb das vereinbarte Ziel, die Innenstädte und Stadtteilzentren in der Region Mittlerer Niederrhein attraktiv zu gestalten und die Vielfalt der Zentren zu fördern.

Dabei gibt es zahlreiche Faktoren, die Einfluss auf diese Entwicklung nehmen. Beispielsweise seien genannt der demografische Wandel, gesetzliche Rahmenbedingungen insbesondere zum Planungsrecht aber auch zu den Öffnungszeiten, die Energie- und Verkehrspolitik, die Konzentration im Markt oder die Entwicklung des Onlinehandels; all dies sind wichtige Determinanten der Handelsentwicklung, mit denen sich auch eine IHK beschäftigt. Dieses Papier soll eine Grundlage für die IHK Mittlerer Niederrhein zur Positionierung in diesen Feldern aus Sicht des Einzelhandels sein.

## EINLEITUNG

### Verlust an innerstädtischer Individualität



Die Kaufleute am Mittleren Niederrhein stehen im Wettbewerb mit benachbarten Einkaufsregionen wie Düsseldorf, Duisburg und Köln oder dem Einzelhandelsangebot in den Niederlanden – allen voran das FOC in Roermond. Trotz der Erfolge einiger neuer innerstädtischer Einkaufszentren am Niederrhein stellt deren Ansiedlung aufgrund ihrer Sogwirkung kein Allheilmittel dar, wenn die Innenstadt an Individualität und Flair zu verlieren droht. Funktionierende Innenstädte leben von ihrer Nutzungsvielfalt von Handel, Gastronomie, Kultur, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen. Zu diesem Nutzungsmix gehört auch das Wohnen.

### Verkehr und Parken als Konfliktfelder



Die Erreichbarkeit der Innenstädte und Einkaufslagen bleibt eine sehr wichtige Grundlage für eine vielfältige und lebendige Handelslandschaft. Der Kunde ist mobil und ist gewohnt, möglichst nah und komfortabel an den Einkaufsmöglichkeiten zu parken. Während sich Bund, Länder und Kommunen einerseits für die Belebung der Innenstädte einsetzen, werden diese Bemühungen häufig durch verkehrsplanerische Maßnahmen erschwert. Diskussionen über Luftreinhaltung, Lärminderung oder Parkraumbewirtschaftung führen zum Image der „schwer erreichbaren Innenstädte“ und konterkarieren städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen.

Bei allen Diskussionen zu diesen und anderen Themen dürfen die Auswirkungen auf den innerstädtischen Handel und die Gastronomie nicht außer Acht gelassen werden, denn eine Innenstadt die nicht erreichbar ist, ist keine attraktive Innenstadt.



## Fehlende Finanzkraft der öffentlichen Hand

Die finanzielle Situation von vielen Städten ist besorgniserregend. Die hohe Verschuldung führt zu vielfältigen Sparmaßnahmen und Ausgabenkürzungen. Dies ist wichtig und notwendig, um die kommunalen Haushalte dauerhaft zu sanieren. Bei allen Sparbemühungen dürfen die Investitionen in unsere

Städte jedoch nicht vergessen werden. Die Substanz ist vielerorts verzehrt und ein Werterhalt nur über Investitionen zu erreichen. Aber auch die Pflege und Unterhaltung bestehender Nutzungen und Gebäude muss ordentlich geplant sein.

Dabei spielen Kombinationen aus öffentlichen und privaten Investitionen in der Zukunft sicherlich eine immer wichtigere Rolle. Dies setzt die Bereitschaft aller Akteure auf öffentlicher und privater Seite voraus, aufeinander zuzugehen und nach intelligenten Wegen der Stadtentwicklung und -gestaltung zu suchen.

## IHK-POSITIONEN – 10 FORDERUNGEN

### Digitalisierung des Handels fördern

Die Digitalisierung des stationären Handels ist die Herausforderung für die nächsten Jahre; sei es auf den Feldern der Information, der Kommunikation oder der POS-Technik. Der Handel muss sich den sich ändernden Ansprüchen der Konsumenten anpassen und nicht nur lernen, mehrere Kommunikations- und Vertriebskanäle zu nutzen, sondern ein umfassendes Einkaufs- und Markenverständnis zu entwickeln. Diese Aufgabe muss insbesondere der inhabergeführte, stationäre Handel annehmen; aber er bedarf dabei der Unterstützung durch die Warenhersteller und durch die Förderung von Modellprojekten durch die öffentliche Hand.

Auch die Ausbildungsberufe im Einzelhandel müssen deshalb eine Digital-Kompetenz als zentralen Bestandteil der Ausbildung beinhalten. Mit dem neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau im E-Commerce ist man da auf einem guten Weg.

### Neue Handelsflächen aktiv steuern

Die Handelslandschaft ist schon heute übersättigt. Trotz fehlender Konsumimpulse ist aber das Wachstum bei den Handelsflächen ungebrochen. Dabei sind es häufig Neuan siedlungen in nicht-integrierten Lagen, die zu Verschiebungen in der Zentrenstruktur führen. Diese Entwicklung ist nur durch eine konsequente Anwendung der vorhandenen Planungsinstrumente aufzuhalten. Durch die Definition „zentraler Versorgungsbereiche“ und von „Sortimentslisten“ besteht die Möglichkeit, den Wettbewerb im Handel aktiv zu steuern. Diese Möglichkeit muss von den Kommunen aktiv genutzt werden.

Dabei sind die Konzepte nicht nur auf die eigene Kommune zu begrenzen, sondern sollten durch regionale Kooperationen unterstützt werden. Das regionale Einzelhandelskonzept für den Kreis Viersen zeigt, wie es geht.



## Einkaufszentren in die Stadtmitte bringen

Einkaufszentren können einen Beitrag zur Belebung von Innenstädten leisten, wenn sie städtebaulich gut integriert sind und über eine geeignete Größe verfügen. Außerdem sollte ihr Sortimentsmix den örtlichen Handelsbesatz ergänzen und nicht ersetzen.

Unter diesen Voraussetzungen können Einkaufszentren einen wichtigen Beitrag zur Attraktivierung oder Restrukturierung von Citylagen in großen und auch kleineren Städten leisten.



## Nutzungsvielfalt bewahren und Lauflagen lebendig halten

Innenstädte leben von ihrer Vielfalt. Einzelhandel, Dienstleister, Restaurants, Kneipen und Bistros, Kultur und Entertainment, Rathäuser, Ärzte, Post oder Arbeitsagenturen ziehen Kunden an und gehören in die Zentren! Nur durch die Bündelung zahlreicher öffentlicher und privater Dienstleistungen und Angebote aber auch durch die Etablierung des Wohnens mit einer adäquaten Nahversorgung in den Städten, bleiben die Innenstädte lebendig. Urbanität ist das einzige Mittel, um sich vom Marktplatz Internet erfolgreich abzugrenzen.

Allerdings ist in diesem Zusammenhang auch fortlaufend zu überprüfen, ob die Lauflagen in ihren heutigen Dimensionen noch den Innenstädten gerecht werden. Denn der anhaltende Strukturwandel im Handel wirkt sich auf das Stadtbild aus und der Rückbau von nicht mehr marktgängigen Handelslagen darf kein Tabu sein.

## IHK-POSITIONEN – 10 FORDERUNGEN

### Starkes Stadtmarketing etablieren



Das kommunale Stadt- und Citymarketing muss ausgebaut und professionalisiert werden. Stadtmarketing ist für viele Städte und Gemeinden ein bedeutendes Thema und gehört in vielen Kommunen längst zur geübten Praxis. Allerdings gehen die zunehmenden Handlungsanforderungen einher mit sinkenden finanziellen Kapazitäten. Dies wird bei den Themen „Sicherheitskonzepte“ und „verkaufsoffene Sonntage“ derzeit sehr deutlich.

Umso wichtiger ist es, das Engagement der Händler und Unternehmer zu nutzen und gemeinsam mit ihnen kooperativ zusammenzuwirken. Denn nicht nur der Handel hat ein Interesse an einer funktionierenden Innenstadt, sondern die Stadt selbst auch. Daher müssen Stadt und Handel auch gemeinsam die Verantwortung für die Standorte übernehmen und dies ist seitens der Städte nur mit einer geeigneten Personal- und Finanzausstattung zu erreichen.

Ebenso ist das Leerstandsmanagement in den Kommunen in Abstimmung mit den örtlichen Immobilienmaklern zu professionalisieren. Da die Kommunen dazu in vielen Fällen überfordert sind, wäre eine finanzielle Förderung durch das Land sinnvoll. Zusätzlich sollten Immobilieneigner aktiv in den Prozess mit eingebunden und in die Pflicht genommen werden, um leerstehende Immobilien für eine zukünftige Nutzung attraktiv zu gestalten. Für relevante Lagen in der Innenstadt kann gegebenenfalls eine „Leerstandsabgabe“ in Betracht gezogen werden. Denn Leerstände zu bekämpfen, bedeutet Städte zu entwickeln.

## Innenstädte müssen erreichbar bleiben

Die Innenstadt muss sowohl mit PKW, mit Öffentlichen Verkehrsmitteln und für den übrigen Individualverkehr erreichbar sein und es muss ausreichender Parkraum in Nähe der Geschäfte zur Verfügung stehen. Umweltzonen, Lärmschutzzorgaben und Parkgebühren dürfen die Kunden nicht von den Innenstädten fernhalten und die ÖPNV-Verbindungen sind konsequent auf die Innenstädte auszurichten.

Für das Hauptverkehrsmittel Auto sind ausreichende und intelligente Parkraumkonzepte zu entwickeln. Dabei sollte die Qualität des Parkplatzangebotes mit den Parkgebühren im Einklang stehen. Aber auch für die übrigen Verkehrsteilnehmer ist die bequeme und sichere Erreichbarkeit der Innenstädte von großer Bedeutung. Fahrradfreundlich und barrierefrei sind in diesem Zusammenhang wichtige Attribute für die Stadt- und Verkehrsplanung. Das erfordert auch ein Konzept für Fahrrad-Parkplätze.

## Private Initiativen unterstützen

Ohne ehrenamtliches Engagement und ohne private Initiativen würde das Gemeinschaftsleben vor Ort erheblich an Qualität und Vielfalt verlieren. Dies hat nicht zuletzt die IHK-Studie „Handel<sup>3</sup> – die dreidimensionale Bedeutung des Einzelhandels“ gezeigt. Daher ist das Ehrenamt zu stärken und die Arbeit von Werbegemeinschaften und Gewerbevereinen zu unterstützen.

Diese Wertschätzung beschränkt sich nicht nur auf den Handel, sondern sollte die Immobilieneigentümer mit umfassen. Denn Immobilieneigner sind wichtige Partner für die Stadtentwicklung. Sie entscheiden über die Nutzung, den Mieter und den Zustand der Gebäude. Der Zusammenschluss in Immobilien- und Standortgemeinschaften erfordert den Willen zum gemeinsamen Handeln und ist ein effektives Instrument zur Attraktivierung eines Quartiers. Die IHK wird die Immobilien- und Standortgemeinschaften beratend unterstützen. Sie fordert die Städte auf, partnerschaftlich mit Immobilien- und Standortgemeinschaften zusammenzuarbeiten.

## IHK-POSITIONEN – 10 FORDERUNGEN

### Profil der Städte schärfen durch Gestaltung, Sauberkeit und Sicherheit

Die Städte am Niederrhein müssen ihr unverwechselbares Profil stärken und gestalten. Die europäische Stadt ist Mittelpunkt des Handels, des Wohnens, der Arbeit, der Freizeit und der Kultur. Ein ausgewogenes Verhältnis der Sortimente, Ladengrößen, Konzepte und Serviceangebote fördert den Wettbewerb und ist damit die Grundlage für Wandel und Fortschritt. Die Städte der Region Mittlerer Niederrhein zeichnen sich aus durch ihre architektonische, wirtschaftliche und kulturelle Individualität. Gestalterische Regelungen für Werbeanlagen und Gebäude können ein wirksames Instrument sein, den Qualitätsanspruch in der Stadtgestaltung zu sichern. Ein sauberes, sicheres und atmosphärisch ansprechendes Einkaufsklima ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Stadt, Händlern und Eigentümern. Auch barrierefreie Innenstädte und kurze Wege werden für die zukünftig immer älter werdende Bevölkerung ausschlaggebend sein, in welcher Stadt sie leben wollen. Öffentliche Sanitäreanlagen müssen ausreichend und im gepflegten Zustand vorhanden sein.



### Gestaltungsspielraum für den Handel erhalten

Die IHK setzt sich in Rechtssetzungsverfahren dafür ein, dass der stationäre Handel weitmöglichsten Gestaltungsspielraum wie zum Beispiel bei der Festlegung von Öffnungszeiten und von Sonderwerbeveranstaltungen hat, um unbürokratisch und flexibel im Markt agieren zu können – dies schließt die rechtssichere Umsetzung von verkaufsoffenen Sonntagen mit ein. Auch auf EU-Ebene setzt sich die IHK-Organisation für wettbewerbsfähige und bürokratiearme Regelungen im Kaufrecht, Handelsrecht und Verbraucherrecht ein.



## Investitionen in den Städten fördern

Viele Innenstädte haben einen jahrelangen Substanzverzehr hinter sich. Vielerorts sind daher nicht nur Instandhaltungsmaßnahmen, sondern umfangreiche Sanierungen notwendig. In diesem Zusammenhang spielen natürlich auch neue Investitionen in die Citylagen eine besondere Bedeutung. Sie sind wichtig, um den Gebäudebestand an heutige Ansprüche des Handels anzupassen und die Innenstädte so attraktiv zu halten. Um private Investitionen in den Innenstädten zu fördern ist es notwendig, die Städtebauförderung zu flexibilisieren. Durch stärkere direkte Investitionsanreize könnten trotz der hohen baurechtlichen Regelungsdichte im Bestand weitere Investitionen gefördert werden. Die Kommune sollte diese Anreize durch eine Flexibilisierung der Regelungen zur Stellplatzablöse unterstützen. Dies sind wichtige Rahmenbedingungen, um das Bauen im innerstädtischen Bestand wieder attraktiv zu machen.



**Industrie- und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein**

Bismarckstraße 109  
41061 Mönchengladbach

IHRE ANSPRECHPARTNER:

**Andree Haack**

Telefon: 02161 241-130 | Fax: 02151 635-44130

E-Mail: [haack@moenchengladbach.ihk.de](mailto:haack@moenchengladbach.ihk.de)

**Matthias Pusch**

Telefon: 02161 241-137 | Fax: 02151 635-44137

E-Mail: [pusch@moenchengladbach.ihk.de](mailto:pusch@moenchengladbach.ihk.de)

[www.mittlerer-niederrhein.ihk.de](http://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de)



Industrie- und Handelskammer  
Mittlerer Niederrhein