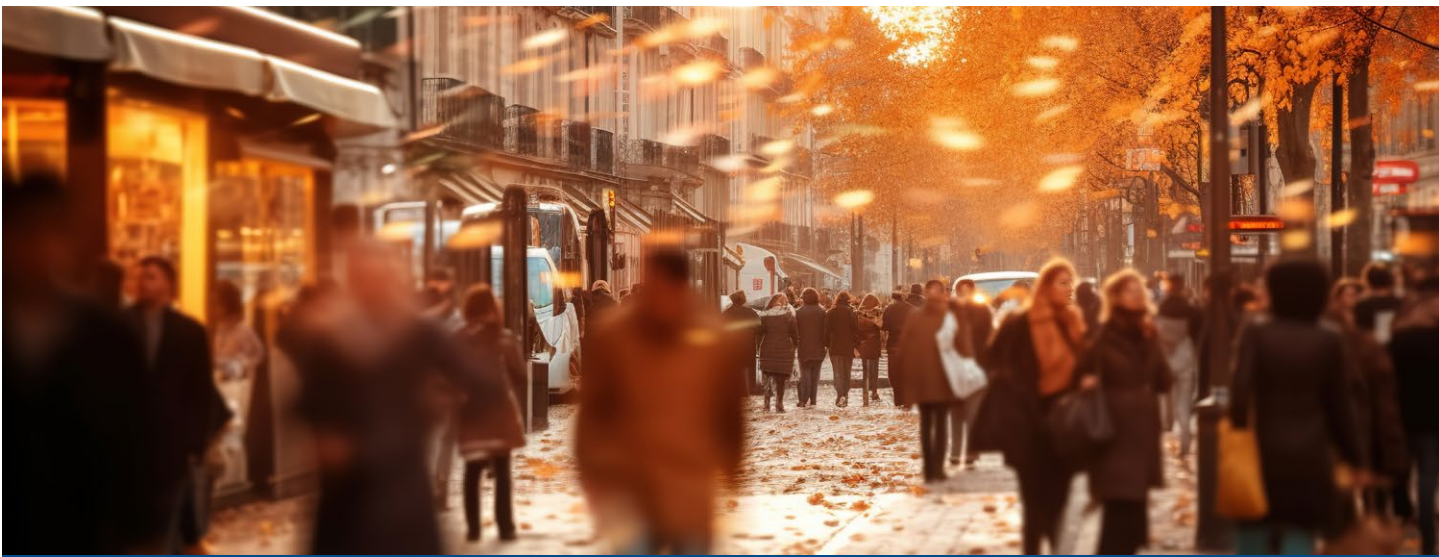




Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld



Attraktive Innenstädte trotz vielfältiger Herausforderungen

Handelspolitische Positionen der
IHK Ostwestfalen zu Bielefeld

Prolog

In diesem handelspolitischen Positionspapier widmen wir uns eingehend den komplexen Themen, die unsere Städte prägen und verändern werden. Wir können davon ausgehen, dass ein florierendes Zentrum nicht mehr allein auf Handel beschränkt ist. Dennoch bleibt der Handel, neben Gastronomie und Kultur, der zentrale Frequenzbringer, um unsere Zentren attraktiv und lebenswert zu gestalten. Unser Ziel ist es, die urbanen Räume unserer Städte so zu gestalten, dass sie gleichermaßen wirtschaftlich lebendig, ökologisch nachhaltig und sozial inklusiv sind. Daran müssen wir mit der Kraft aller Akteure arbeiten.

Die Verknüpfung von Mobilität und Handel wird zukünftig für die Zentren noch wichtiger werden. „Handel und Verkehr zusammendenken“ bekommt eine neue Bedeutung. Wir müssen innovative Lösungen finden, um die Mobilität nachhaltiger und effizienter zu gestalten, ohne die Erreichbarkeit unserer Städte zu verschlechtern.

Unsere Städte und Kommunen werden nicht nur durch ihre Gebäude und Straßen geprägt, sondern vor allem durch die Menschen, die in ihnen leben, arbeiten und einkaufen. Die Attraktivität der Innenstadt hängt eng mit der Zufriedenheit und dem Wohlstand ihrer Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besucherinnen und Besucher zusammen. Daher ist es unsere Aufgabe, die Bedürfnisse und Wünsche der Bürgerinnen und Bürger in den Mittelpunkt unserer Planungen zu stellen.

Aktive Stadtentwicklung ist Markenpflege für unsere Zentren und zahlt auf das Image der gesamten Region ein. Wir müssen sicherstellen, dass unsere urbanen Räume eine breite Palette von Aktivitäten und Angeboten bieten, um die Bedürfnisse der Menschen zu erfüllen und unsere Städte als einzigartige Marken zu positionieren.

Mit unseren neun Handlungsfeldern möchten wir die konstruktive Diskussion zwischen den innerstädtischen Akteuren, der Verwaltung und Politik, den Investorinnen und Investoren sowie Immobilienbesitzerinnen und Immobilienbesitzern fördern und zu einer konsensuellen und wirtschaftsfreundlichen Stadtentwicklung beitragen.

Unsere Städte und Gemeinden sind das pulsierende Herz Ostwestfalens. Ihre Handelslandschaften sind von zentraler Bedeutung für die Lebensqualität der Menschen. Der Handel fungiert nicht nur als Arbeitgeber, sondern auch als Ausbilder für die Fachkräfte der Zukunft und leistet mit seiner Wertschöpfung einen erheblichen Beitrag zur Gewerbesteuer. Als Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld vertreten wir die Interessen der regionalen Wirtschaft. Dazu gehört auch die aktive Unterstützung zum Erhalt unserer urbanen Räume, um diese zukunftsfähig aufzustellen.

Jörn Wahl-Schwentker
IHK-Präsident

Rainer Döring
Vorsitzender IHK-Handelsausschuss

Handlungsfeld 1

Flächenentwicklung für ein attraktives Zentrum – Handel, Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur als lebendige Elemente

Ein lebendiges und attraktives Zentrum ist der pulsierende Mittelpunkt einer jeden Stadt und Gemeinde und trägt zur Lebensqualität ihrer Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besucherinnen und Besucher bei. Es ist ein Ort, an dem Menschen – von der Zielsetzung her barrierefrei – zusammenkommen, um einzukaufen, Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, zu essen, zu entspannen und Kultur zu genießen. Um diese Zentren als Handels- und Erlebnisorte zu erhalten und zukunftsfähig aufzustellen, ist eine sorgsame Flächenentwicklung von entscheidender Bedeutung. Gewerbegrundstücke sollten dem produzierenden Gewerbe und den Dienstleistungsbetrieben vorbehalten bleiben. Nichtintegrierte, d. h. fußläufig schwer erreichbare Handelsansiedlungen nahversorgungs- und zentrenrelevanter Branchen an den Einfallstraßen stellen einen vermeidbaren Wettbewerb mit den „Magnetbetrieben“ in den zentralen Versorgungsbereichen dar.

Die Weiterentwicklung von Innenstadtf lächen zu multifunktionalen Orten für den und mit dem zentrenprägenden Handel, den Dienstleistenden, der Gastronomie, der Tourismuswirtschaft und der Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein wichtiger Aspekt bei der Schaffung eines attraktiven Stadtzentrums. Der Handel bietet eine Produkt- und Dienstleistungsvielfalt mit persönlicher Beratung, die online ihresgleichen sucht. Diese Entwicklung stärkt die Gesamtheit der lokalen Wirtschaft, sichert und schafft Arbeitsplätze. Diese Durchmischung sorgt für eine Neuausrichtung des Zentrums – hin zu einem Erlebnisort – mit neuen sozialen Treffpunkten. Um diese Kraft zu entfalten, benötigt die lokale Wirtschaft die Unterstützung der Stadtgesellschaft.

Die „neue Mitte“ bietet ihren Nutzerinnen und Nutzern die Möglichkeit, sich auf verschiedenen Ebenen zu begegnen. Das trägt nicht nur zur wirtschaftlichen Entwicklung bei, sondern bereichert auch die kulturelle Vielfalt. Durch die Schaffung von Flächen für kulturelle und kreative Einrichtungen wird das Stadtzentrum zu einem Anziehungspunkt, der Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besucherinnen und Besucher begeistert, das Zentrum belebt und die lokale Wirtschaft stärkt.

Diese Entwicklung erfordert eine ganzheitliche Planung und Zusammenarbeit von Politik, Verwaltung, Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümern und der lokalen Wirtschaft. Hierbei ist es wichtig, die Bedürfnisse und Wünsche der verschiedenen Akteure zu berücksichtigen, um ein ausgewogenes und vielfältiges Angebot zu schaffen. Die Einbeziehung aller Innenstadtakteure schafft eine vielfältige, individuelle und lebendige Atmosphäre mit hoher Aufenthaltsqualität.

Forderungen

- Zukunftsgerichtete Stadtentwicklung als Pflichtaufgabe annehmen: Stadtentwicklung ist kein „nice to have“. Dazu gehört auch, bestehende Bebauungspläne an das aktuelle Zeitgeschehen anzupassen und somit an den Strategien der städtischen Entwicklung auszurichten.
- Es ist die Aufgabe der Politik und Verwaltung, das Thema aktiv anzugehen, zu begleiten und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen und umzusetzen.
- Die zentralen Versorgungsbereiche sind zu stärken. Hierzu ist die Aufstellung, regelmäßige Aktualisierung sowie konsequente Umsetzung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten unerlässlich. Die Neuansiedlung und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben sind in Gewerbegebieten zu vermeiden.

Handlungsfeld 2

Nutzungsvielfalt ermöglichen – Individualität fördern: Neue Konzepte für die lebendigen Innenstädte der Zukunft

In den Innenstädten der Zukunft ist die Förderung von Nutzungsvielfalt und Individualität unerlässlich. Traditionelle Konzepte der Stadtplanung müssen auch neue Ideen zulassen, um lebendige und attraktive Zentren zu schaffen. Der Raum für Kreativität und Innovation muss erweitert werden, indem neue Konzepte entwickelt und zugelassen werden, die den Bedürfnissen einer sich wandelnden Gesellschaft gerecht werden.

Die Innenstädte der Zukunft sollten Orte sein, an denen die Menschen unterschiedliche Bedürfnisse erfüllen können. Zukünftig wird es auf die Durchmischung in den Zentren ankommen. Der Handel kann auch zukünftig ein Treiber von vielem sein. Neue Flächen sollten aber für alternative Nutzungen wie „Wohnen in der Mitte“, kreative Büros und Co-Working-Spaces, Veranstaltungsorte für Start-ups und Pop-up-Stores bereitstehen und unbürokratisch der neuen Nutzung zugeführt werden können.

Die neuen Konzepte bieten Raum für innovative Ideen und schaffen die Möglichkeit für junge Unternehmerinnen und Unternehmer, individuell erfolgreich zu sein und die Zentren multifunktional zu beleben. Hierbei sind abgängige Handelslagen mit zu berücksichtigen.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Flexibilisierung der Flächennutzung. Die Innenstädte der Zukunft sollten sich anpassungsfähig und wandlungsfähig zeigen, um den geänderten Bedürfnissen ihrer Bewohnerinnen und Bewohner gerecht zu werden. Dies erfordert eine Aufhebung starrer Vorschriften und die Schaffung von Spielräumen für die neuen Konzepte. Politik und Verwaltung sollten sich offen zeigen für Experimente und bereit sein, temporäre Nutzungskonzepte unbürokratisch zuzulassen. Eine Anpassung der Genehmigungsverfahren und die Vereinfachung von Genehmigungsprozessen werden den Weg für innovative Ideen ebnen.

Um eine höhere Akzeptanz in der Bevölkerung zu schaffen, sind partizipative Prozesse wichtig. Partizipationsverfahren und Bürgerbeteiligung ermöglichen es den Menschen, ihre Ideen einzubringen und das städtische Leben aktiv

mitzugestalten. Dies fördert eine höhere Identifikation der Bewohnerinnen und Bewohner mit ihrer Stadt oder Kommune.

Forderungen

- Mehr Nutzungsvielfalt sollte zukünftig ermöglicht werden. Dazu gehört der Abbau von bürokratischen Hürden und die Beschleunigung kommunaler Planungs- und Genehmigungsverfahren auf der einen, aber auch der grundsätzliche politische Wille einer aktiven Stadtgestaltung auf der anderen Seite.
- Neue Konzepte sollten zeitlich begrenzt zugelassen werden, um so das Zentrum immer wieder neu zu beleben und neue Impulse zu setzen. Erfolgreiche Konzepte sollten langfristig unbürokratisch integriert werden.
- Neue Flächen sollten für alternative Nutzungen wie „Wohnen in der Mitte“, kreative Büros und Co-Working-Spaces, Veranstaltungsorte für Start-ups und Pop-up-Stores bereitstehen und unbürokratisch der neuen Nutzung zugeführt werden können.
- Zur Erreichung der Ziele bedarf es der Flexibilität von Politik und Verwaltung im Sinne einer Ermöglichungsbehörde.

Handlungsfeld 3

Nahversorgung zukünftig gewährleisten – ein ausgewogener Betriebstypenmix für eine bedarfsgerechte Versorgung

Die Sicherstellung der Nahversorgung ist ein entscheidender Faktor für die Lebensqualität der Menschen, insbesondere außerhalb der Zentren. Durch die Schaffung eines ausgewogenen Betriebstypenmixes und die Berücksichtigung der individuellen Bedürfnisse der Bevölkerung kann eine bedarfsgerechte Versorgung gewährleistet und die Lebensqualität auch in ländlichen Gebieten verbessert werden.

Im Rahmen der Landesplanung ist es wichtig, Maßnahmen zu ergreifen, um eine ausreichende Versorgung der Bevölkerung in ländlichen Gebieten zu gewährleisten. Ein ausgewogener Sortimentsmix deckt den Bedarf an Lebensmitteln, den Bedarf an Gütern des täglichen Bedarfs und notwendigen Dienstleistungen, wie medizinische Versorgung oder Gastronomie. Ein ausgewogener Betriebstypenmix umfasst beispielsweise Vollsortimenter, Discounter, Fachgeschäfte, Apotheken, Bäckereien und weitere Dienstleistungsanbieter. In ländlich geprägten Regionen ohne ausreichende Verkehrsinfrastruktur für den ÖPNV kann auch die Zulassung von Erweiterungen an einem autokundenorientierten Standort eine sinnvolle und notwendige Lösung sein, sofern zentrale Versorgungsbereiche in den (Nachbar-)Kommunen nicht negativ beeinträchtigt werden.

Bei der Standortwahl sollte die Vermeidung von Leerständen und die Nutzung bestehender Infrastrukturpriorität im Vordergrund stehen, um eine nachhaltige Stadtentwicklung zu fördern.

Um ein Nahversorgungsnetz zukünftig zu gewährleisten, ist die enge Abstimmung zwischen den Akteuren erforderlich. Gleichzeitig ist es wichtig, innovative Ansätze wie digitale Lösungen und Lieferdienste für eine moderne und flexible Nahversorgung zu ermöglichen.

Forderungen

- Zur Sicherstellung einer standortgerechten und fußläufigen Nahversorgung sind Lebensmittelmärkte i. d. R. in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.
- Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollten zudem auch in städtebaulich integrierten Lagen zur Versorgung des Gebietes zugelassen werden.
- Im Falle von Neuansiedlungen und Erweiterungen sind funktionsschädigende Auswirkungen auf bestehende Strukturen zu vermeiden. Verträgliche Größenordnungen können durch Einzelfallanalysen ermittelt werden.
- Versorgungslücken im ländlichen Raum sind mit marktkonformen Lösungen zu schließen.

Handlungsfeld 4

Verkehrswende planvoll gestalten – Erreichbarkeit der Innenstädte sichern und Wirtschaftsverkehre berücksichtigen

Die Gestaltung einer nachhaltigen Verkehrswende erfordert eine sorgfältige Planung, insbesondere in Bezug auf die Erreichbarkeit der Innenstädte für die Bevölkerung und die Besucherinnen und Besucher sowie die Gewährleistung der Wirtschaftsverkehre (z. B. Anlieferungsverkehr für den innerstädtischen Einzelhandel). Nur durch die umfassende Betrachtung aller Verkehrsträger kann eine Verkehrswende erfolgreich gelingen. Hierbei sind die Bedürfnisse aller Verkehrsteilnehmenden zu berücksichtigen.

Ziel einer funktionierenden Verkehrswende ist, die verkehrsbedingten Emissionen in der Innenstadt zu reduzieren, ohne dabei den Handel und die Wirtschaft zu schädigen, und ein attraktives Zentrum zu schaffen. Die maßvolle Reduzierung des Autoverkehrs kann durch die Schaffung von verkehrsberuhigten Zonen, Park-and-ride-Zonen und den Ausbau des öffentlichen Personennahverkehrs erreicht werden. Elementar ist der Einsatz intelligenter Verkehrsleitsysteme, um eine optimale Verkehrslenkung zu gewährleisten, ohne dabei die Wirtschaftskraft der Innenstadt zu schmälern. Der geschaffene Raum sollte für die Attraktivierung der Innenstadt genutzt werden. Gerade in ländlichen Regionen Ostwestfalens bleibt der PKW jedoch für die Bevölkerung das wichtigste Verkehrsmittel. Diese Tatsache gilt es bei der zukünftigen Planung zu berücksichtigen.

Bei der Planung der Verkehrswende sind die Bedürfnisse der Wirtschaftsverkehre zu berücksichtigen. Warentransport und Lieferlogistik spielen eine entscheidende Rolle für die Versorgung der Innenstädte, für innenstadtnahe Gewerbebetriebe und somit für die Funktionsfähigkeit der Wirtschaft. Innovative Lösungen wie die Förderung der urbanen City-Logistik mit Elektrofahrzeugen, die Einrichtung von Mikrodepots und die Bündelung von Lieferungen können helfen, den Lieferverkehr zukunftsfähig zu gestalten. Auch die Einrichtung einer Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge und die Förderung von umweltfreundlichen Antrieben für den Wirtschaftsverkehr sind für eine nachhaltige Versorgung der Zentren entscheidend. Gleichmaßen müssen die Pendlerverkehre der Beschäftigten mitgedacht werden.

Viele Mitarbeitende pendeln zu ihrem Arbeitsplatz, häufig mit dem PKW, weil die Alternativen – vor allem im länd-

lichen Raum – fehlen. Für die Unternehmen ist die Erreichbarkeit der Unternehmensstandorte mit allen Verkehrsmitteln daher wichtig, um als Arbeitgeberin und Arbeitgeber attraktiv zu sein. Die Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs durch Erweiterung des Streckennetzes, die Verbesserung der Taktung und attraktivere Tarife sind im Sinn der Verkehrswende zwingend mitzudenken.

Die Förderung aller Verkehrsträger, die Integration neuer Mobilitätskonzepte und die Stärkung des öffentlichen Personennahverkehrs sind entscheidende Schritte auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Mobilität. Für eine erfolgreiche Verkehrswende müssen die Bedürfnisse der Menschen und der Wirtschaft in Einklang gebracht werden und es muss Akzeptanz für die Maßnahmen geschaffen werden. Nur so können Ziele erreicht werden, die ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltig sind.

Forderungen

- Verbotsorientierte Politik und Verwaltungsansätze sind abzulehnen. Restriktive Maßnahmen, die die Erreichbarkeit der Innenstädte einschränken, sollten erst geprüft werden, wenn attraktive Alternativen zum motorisierten Individualverkehr (MIV) in ausreichendem Maße vorhanden sind (vgl. auch in „Mobilitätsvielfalt stärken – Positionspapier für die Innenstädte Ostwestfalen“, 2022).
- Die Erreichbarkeit der Innenstädte und Zentren muss multimodal auf hohem Niveau erhalten werden. Untersuchungen zeigen, dass die beiden Verkehrsträger PKW und ÖPNV von der Bevölkerung am intensivsten genutzt werden. Aus diesem Grund ist der MIV auch zukünftig weiter in alle Verkehrskonzepte mit einzubeziehen und die Leistungsfähigkeit der Hauptverkehrsachsen muss erhalten bleiben.
- Zukunftsgerichtete und leistungsfähige, multimodale Verkehrssysteme sind unter Einbeziehung der Wirtschaft zu entwickeln, sodass die Erreichbarkeit der ostwestfälischen Innenstädte gewährleistet bleibt. Hierbei sind die Lieferverkehre in die Zentren, aber auch die Lieferverkehre der Wirtschaft zu den Kundinnen und Kunden hin mit zu berücksichtigen.

Handlungsfeld 5

Digitalisierung als Standortfaktor – Kundenansprüche durch die Verbindung von stationären und Online-Aktivitäten umsetzen

Die Digitalisierung hat sich zu einem entscheidenden Standortfaktor entwickelt. Die Corona-Pandemie hat im stationären Einzelhandel zu einem bedeutenden Digitalisierungsschub geführt. Neben der Sichtbarkeit und Auffindbarkeit im Netz ist die Verbindung von stationären und Online-Aktivitäten von entscheidender Bedeutung.

Die Kundenansprüche haben sich in den letzten Jahren verändert. Heute werden nicht nur eine breite Produktauswahl und attraktive Preise erwartet, sondern auch ein komfortables und personalisiertes Einkaufserlebnis. Durch die Integration von Online-Plattformen, Webshops oder digitalen Zahlungsmethoden können Händlerinnen und Händler ihren Kundinnen und Kunden eine Vielzahl von Möglichkeiten bieten. Kundinnen und Kunden können online recherchieren, Verfügbarkeiten checken, Preise vergleichen und Bestellungen aufgeben, während sie gleichzeitig die Möglichkeit haben, die Produkte stationär abzuholen. „Click & Collect“ oder „Same-Day-Delivery“ sind Vorteile, die der stationäre Handel nutzen kann.

Durch den Einsatz neuer digitaler Technologien lassen sich in den Unternehmen Lagerverwaltung und Bestellprozesse optimieren und führen zu einer höheren Produktverfügbarkeit, kürzeren Lieferzeiten und einer verbesserten Servicequalität. Personalisierte und individuelle Käuferlebnisse sind durch die Analyse von Kundendaten möglich und tragen zu einer intensiven und loyalen Kundenbindung bei.

Neben der Auswahl der passenden Systeme und Technologien ist die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden in diesem Bereich unerlässlich. Nur so lässt sich die Digitalisierung als Standortfaktor vollumfänglich nutzen und als Wettbewerbsvorteil einsetzen. Unternehmen, die diese Chancen nutzen und die Herausforderungen bewältigen, sind gut positioniert, um erfolgreich in die Zukunft zu gehen.

Forderungen

- Kommunen müssen sich der digitalen Weiterentwicklung stellen und Digitalisierung als Standortfaktor vorantreiben. Dazu gehört der Ausbau der digitalen Infrastruktur in den Zentren. Der Ausbau von 5G als Mobilfunkstandard benötigt ein engmaschigeres Ausbaunetz und in diesem Zusammenhang mehr Flächen für Funkzellen. Zusammen mit der Wirtschaft können die Wirtschaftsförderungen vor Ort die Suche geeigneter Flächen und den Ausbau aktiv und positiv begleiten.
- Der Ausbau des Glasfasernetzes muss weiter mit mehr Geschwindigkeit vorangetrieben werden. Die Bereitstellung von Förderprogrammen aus Landes- oder Bundesmitteln unterstützen den Digitalisierungsprozess.
- Verwaltungsprozesse sind im Sinn des Smart-City-Ansatzes durch Politik und Verwaltung schnellstens voranzutreiben. Dazu müssen Behörden und Verwaltungen ihre Prozesse konsequent digitalisieren.

Handlungsfeld 6

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte aktuell halten und umsetzen – Planungssicherheit für Unternehmen durch aktuelle Konzepte

Um eine nachhaltige Entwicklung des Einzelhandels und der Zentren zu gewährleisten, ist es von zentraler Bedeutung, die Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der Städte und Kommunen in Ostwestfalen regelmäßig zu überprüfen, anzupassen und konsequent umzusetzen. Kommunen ohne diese Konzepte sollten sich zum Ziel setzen, diese Steuerungsinstrumente zu nutzen und sich mit deren Erstellung zu beschäftigen. Im Idealfall erfolgt dies in einem konsensuellen Verfahren mit den Nachbarkommunen.

Mit dem Beschluss des Rates werden Einzelhandels- und Zentrenkonzepte als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB bindend und entfalten bei konsequenter Anwendung zugleich größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit in der Bauleitplanung und Genehmigungspraxis der Kommunen in Ostwestfalen.

Die aktuelle Situation fordert von den Unternehmen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, um den Herausforderungen des Marktes gerecht zu werden. Nur durch die Schaffung eines sicheren Rahmens für verlässliche Planungs- und Investitionssicherheit können Unternehmen sich für die Zukunft aufstellen und erfolgreich entwickeln. Nicht nur Händlerinnen und Händler haben sich den neuen Herausforderungen des Marktes und der Zeit zu stellen, auch Städte und Kommunen müssen dieses tun. Dazu gehört u. a. das Leerstandsmanagement, der Blick auf einen ausgewogenen Branchen- und Sortimentsmix, die Zulassung und Umsetzung neuer Geschäftskonzepte unter Berücksichtigung von gewerblicher Vielfalt, die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung und die Möglichkeit der Umnutzung von freien Gewerbeimmobilien.

Die Umsetzung der Einzelhandels- und Zentrenkonzepte erfordert eine koordinierte und gemeinschaftliche Anstrengung aller beteiligten Interessengruppen (u. a. Werbegemeinschaften, Citymanagement, Stadtmarketing), um den sich wandelnden Bedürfnissen gerecht zu werden und eine nachhaltige Entwicklung der Zentren zu gewährleisten.

Forderungen

- Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind alle fünf Jahre zu prüfen und den aktuellen Entwicklungen anzupassen.
- Kommunen ohne Konzepte sollten zeitnah die Erstellung nachholen. Die definierten zentralen Versorgungsbereiche sind Positivräume für die Entwicklung und Ansiedlung neuer Einzelhandelsflächen.
- Eine Abweichung von den im Einzelhandels- und Zentrenkonzept enthaltenen Inhalten sollte vermieden werden.

Handlungsfeld 7

Großflächenwachstum kontrollieren – Stärkung gewachsener Strukturen mit dem Fokus auf vorhandene Zentren

Die kontrollierte Entwicklung des Großflächenwachstums ist von entscheidender Bedeutung, um die Qualität und Attraktivität der Zentren langfristig zu sichern. Ziel sollte es sein, sich zukünftig auf die vorhandenen Zentren zu konzentrieren und die gewachsenen Strukturen zu stärken und zu sichern. Durch gezielte Maßnahmen wie Revitalisierung, Aufwertung der Infrastruktur, Förderung lokaler Unternehmen und Schaffung von attraktiven öffentlichen Räumen können diese Bereiche weiterentwickelt und attraktiver gestaltet werden.

Eine kontrollierte Entwicklung von Großflächenwachstum schützt wertvolle Natur- und Freiflächen und ist ein wichtiger Schritt in Richtung nachhaltiger Stadtentwicklung.

Durch die Konzentration auf die vorhandenen Zentren entstehen lebenswerte und zukunftsresiliente Zentren. Gewachsene Strukturen sind ressourcenschonend und vermitteln ein Gefühl von Identität und Gemeinschaft.

Forderungen

- Zukünftige Großprojekte müssen mit Augenmaß beurteilt werden. Sofern interkommunale Auswirkungen zu erwarten sind, sind diese entsprechend zu beurteilen und abzuwägen. Aufgrund gesättigter Märkte führt die Ausweisung neuer Standorte oft nicht zu den gewünschten Effekten einer besseren Versorgung der Bevölkerung. Der Fokus sollte auf der Förderung von gewachsenen Strukturen liegen.

Handlungsfeld 8

Einfluss der Energiewende – Energiepreise, neue Technologien und eine veränderte Nachfrage

Die Energiewende stellt den Handel vor große Herausforderungen. Der Green Deal der EU, der Klimaneutralität bis 2050 vorsieht, wird Auswirkungen auf die Stadtentwicklung der nächsten Jahre haben. In diesem Zusammenhang muss neben der notwendigen Erreichbarkeit der Zentren und den verschiedenen Mobilitätslösungen auch das Thema Stadtklima (Belüftung, Verschattung und Kühlung) und Ausbau der erneuerbaren Energien mitgedacht werden.

Einzelne Kommunen haben ambitionierte Nachhaltigkeitsziele formuliert, die eine Klimaneutralität deutlich früher erreichen möchten. Die Diskussion wird in vielen Städten hierzu zunehmend emotional geführt.

Die Entwicklung der Energiepreise macht dem Handel zu schaffen und wirkt sich auf die Wettbewerbsfähigkeit aus. Um die Energiewende erfolgreich zu meistern, den Übergang zu erneuerbaren Energien und die Reduzierung von CO₂-Emissionen voranzutreiben, besteht die Notwendigkeit zur Einführung neuer Technologien. Staatliche Förderprogramme setzen den Anreiz, in nachhaltige Energietechnologien und energieeffiziente Lösungen zu investieren.

Mit zunehmendem Bewusstsein für den Klimawandel und Umweltfragen sind Verbraucherinnen und Verbraucher bereit, ihre Einkaufsgewohnheiten anzupassen und verstärkt nachhaltige Produkte zu konsumieren. Neue Zielgruppen können angesprochen und die Marktposition kann so gestärkt werden. Händlerinnen und Händler, die ihre Konzepte anpassen, können von diesem wachsenden Marktsegment profitieren. Zusätzliche Dienstleistungen, wie z. B. Ladestationen für Elektromobilität am Standort, machen den Einzelhandel attraktiver.

Unternehmen sollten die Chancen der Energiewende nutzen, indem sie nachhaltige Geschäftspraktiken implementieren und sich auf diese Weise als Vorreiter im Bereich der Nachhaltigkeit und des ressourcenschonenden Energieverbrauchs positionieren.

Forderungen

- Um die Energiewende gemeinschaftlich zu schaffen, sollten Anreize für die Wirtschaft geschaffen und Verbote vermieden werden. Die Herausforderungen sind effizient anzugehen.
- Staatliche Förderprogramme und/oder Steuervergünstigungen sollten bei der Umstellung auf erneuerbare Energien unterstützend wirken. Bestehende Angebote müssen stärker in die Zielgruppe getragen werden.
- Zur Unterstützung und Verbesserung des Mikroklimas in den Zentren sind kommunale Maßnahmen erforderlich, bei deren Umsetzung die Gewerbetreibenden vor Ort und die Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer von vornherein eingebunden werden müssen.
- Mit der Umstellung aller Systeme auf Strom benötigen Handel und Dienstleistung ausreichend Strom zu einem günstigen Preis.

Handlungsfeld 9

Stärkung der Zentren als Gemeinschaftsaufgabe begreifen – Einbindung aller Innenstadtakteure, Politik und Verwaltung

Die Stärkung der Zentren ist eine zentrale Herausforderung, die als Gemeinschaftsaufgabe verstanden werden muss. Um erfolgreich zu sein, ist es wichtig, die innerstädtischen Verkehrspositionen der Industrie- und Handelskammer (IHK) einzubeziehen und die Wirtschaft (IHK, Handelsverband, DEHOGA, Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer und die regionalen Kaufmannschaften und Werbegemeinschaften) frühzeitig in die geplanten Entwicklungsmaßnahmen einzubinden. Ebenso wichtig ist ein aktives Citymanagement und -marketing, und das nicht nur in den Ober- und Mittelzentren.

Die frühzeitige Einbindung aller Akteure ermöglicht es, deren Bedürfnisse zu kennen und in einem konstruktiven Prozess zu berücksichtigen. Die Unternehmen sind wichtige Akteure in den Zentren und spielen eine entscheidende Rolle als Arbeitgeber, als Anbieter von Produkten und Dienstleistungen und als Gewerbesteuerzahler. Durch den Dialog mit der Wirtschaft können zielgerichtete Maßnahmen ergriffen werden, um die Rahmenbedingungen in den Zentren zu verbessern und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

Ein aktives Citymanagement und -marketing ist ein weiterer Schlüssel zur Stärkung der Zentren. Hierbei geht es um die Koordination und Steuerung verschiedener Akteure wie Händlerinnen und Händler, Immobilieneigentümerinnen und Immobilieneigentümer, Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie die Stadtverwaltung. Das Citymanagement hat die Aufgabe, die Voraussetzung für eine zukunftsfähige und attraktive Innenstadt zu schaffen – durch gezielte Maßnahmen wie Veranstaltungen, Aktionen zur Belebung des öffentlichen Raums, Verbesserung der Infrastruktur, Kontrolle der innerstädtischen Hygienefaktoren und Förderung der Zusammenarbeit der Innenstadtakteure. Eine starke und einheitliche Stadtmarkenidentität weckt das Interesse der Bewohnerinnen und Bewohner sowie Besucherinnen und Besuchern und schafft Sichtbarkeit.

Nur wenn Zentrenentwicklung als Gemeinschaftsaufgabe begriffen wird, können die Kräfte gebündelt werden und nachhaltige Veränderungen bewirken.

Forderungen

- Ein kontinuierlicher Austausch zwischen allen Innenstadt-Akteuren ist durch geeignete Formate zu etablieren und zu verstetigen. Das schafft eine gemeinsame Identität und für die Stadt und Kommune ein Profil, das für Bewohnerinnen und Bewohner, Besucherinnen und Besucher, aber auch neue Zielgruppen interessant ist. Durch aktives Leerstandsmanagement sind gemeinschaftlich Konzepte und Formate zu entwickeln, die neue Chancen für die Innenstadtentwicklung eröffnen.

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
Ostwestfalen zu Bielefeld
Elsa-Brändström-Str. 1-3,
33602 Bielefeld
Telefon: +49 521 554-0
Telefax: +49 521 554-119
www.ostwestfalen.ihk.de

Satz und Gestaltung

Tilo Sommer (IHK)

Bildnachweis

www.stock.adobe.com
Titelbild: arhendrix

Redaktion und Kontakt

Götz Dörmann, Daniela Becker,
Dr. Gerald Staacke und Marco Rieso
IHK Ostwestfalen

Das Positionspapier wurde erarbeitet durch die
Mitglieder des IHK-Handelsausschusses

Rainer Döring, *EXPERT Döring GmbH & Co. KG*
Axel Janik, *Grabenhorst EDV-Zubehör-Vertrieb GmbH*
Olaf Klötzer, *Klötzer GmbH & Co. KG*
Andreas Mamerow, *ANDERSKARTIG GmbH*
Matthias Mense, *Mense GmbH*
Richard Reichelt, *Reichelt Handelsagentur e.K.*
Rainer Schorcht, *Foto Schorcht „fototronic“ GmbH*

Stand

4. Dezember 2023