



Arbeitsgemeinschaft
Hessen

ERGEBNISSE EINER
IHK-ONLINEBEFRAGUNG
DER HESSISCHEN KOMMUNEN

KOMMUNALE EINZELHANDELSKONZEPTE

Inhalt

VORWORT	4
1. EXECUTIVE SUMMARY	6
2. WOFÜR BENÖTIGEN KOMMUNEN EIN EINZELHANDELSKONZEPT UND WAS KANN ES LEISTEN?	8
3. TYPISCHE INHALTE QUALIFIZIERTER EINZELHANDELSKONZEPTE	10
4. UMFRAGEERGEBNIS UND KOMMENTIERUNG	12
5. EMPFEHLUNGEN AN DIE HESSISCHEN KOMMUNEN ZUM UMGANG MIT EINZELHANDELSKONZEPTEN AUF DER BASIS DER UMFRAGEERGEBNISSE	29
IMPRESSUM	31
ANSPRECHPARTNER	Rückseite

Vorwort

Innenstädte und Ortszentren sind in Deutschland bisher traditionell multifunktionale Mittelpunkte von Städten und Gemeinden. Aus der Perspektive der Wirtschaft sind sie der Standort für unterschiedlichste Branchen, seien es Handwerksbetriebe, andere Gewerbetreibende oder Freiberufler. Logistisch gesehen ist es sinnvoll, möglichst viele solcher Unternehmen in einem Stadtteil zu konzentrieren, um Wege für die Kunden zu diesen Betrieben zu reduzieren. Auch für die Unternehmen selbst bringt deren Konzentration an einem Ort Synergien mit sich. Alle werden für eine große Zahl an Passanten leicht sichtbar und die Kundenakquise dadurch einfacher. Am stärksten wird der Einzelhandel frequentiert, der damit eine entscheidende Funktion für die Attraktivität und Lebendigkeit in den Innenstädten und Ortsteilzentren hat.

Seit Jahren finden in dieser Branche gravierende strukturelle Veränderungen statt, die eine Konzentration bei den Anbietern zur Folge haben und kleinere Marktteilnehmer zur Aufgabe zwingen. Von dieser Entwicklung sind überproportional kleine und in etwas geringerem Umfang mittelgroße Kommunen betroffen. Die Zahl der Einzelhandelsunternehmen nimmt ab, die Attraktivität schwindet in einem sich selbst beschleunigenden Prozess. Die Folge: sterbende Ortszentren ohne Einzelhandel. Damit einhergehend ist der Verlust an Attraktivität der betroffenen Kommunen: weder ein Ort zum Einkaufen noch ein Ort für Bürger, an dem man sich trifft und austauscht.

Diese Entwicklung zu verlangsamen und - wo möglich - aufzuhalten, ist Gegenstand vieler Initiativen, seien es staatliche Förderprogramme, Stadtmarketinginitiativen, Business Improvement Districts (BIDs, in Hessen wird der Name des entsprechenden Gesetzes mit INGE abgekürzt) oder städtische Investitionen, um attraktive, großflächige Einzelhandelsimmobilien zu errichten. Ein unerlässliches Instrument, um strukturiert und auf einer Analyse basierend den Einzelhandel in einer Kommune zu fördern und weiterzuentwickeln, sind kommunale Einzelhandelskonzepte. Die hessischen IHKs haben alle Kommunen im Bundesland gebeten, sich an einer Umfrage über die Verbreitung und die Handhabung von kommunalen Einzelhandelskonzepten zu beteiligen. Erfreulicherweise hat sich gut die Hälfte der hessischen Kommunen an dieser Befragung beteiligt.

Wir bedanken uns sehr herzlich für dieses große Engagement und hoffen, mit den Befragungsergebnissen und einigen ergänzenden Informationen für kommunale Einzelhandelskonzepte als Entwicklungsinstrument für den örtlichen Einzelhandel auf diesem Weg werben zu können.

Matthias Gräble

Geschäftsführer

**Arbeitsgemeinschaft hessischer
Industrie- und Handelskammern**

1. Executive Summary

Die in der Arbeitsgemeinschaft hessischer Industrie- und Handelskammern zusammengeschlossenen IHKs haben 2015 in Hessen eine flächendeckende Umfrage bei allen 426 Kommunen zum Thema kommunale Einzelhandelskonzepte durchgeführt. Beteiligt haben sich an der Erhebung 56 % der befragten Kommunen.

60 % der antwortenden Kommunen haben die konzeptionellen Bestandteile ihrer Einzelhandelskonzepte von ihren Gemeindevertretungen beschließen lassen.

Die Umfrage hat ergeben, dass eine deutliche Minderheit, nämlich 30 % der antwortenden Kommunen, über ein kommunales Einzelhandelskonzept verfügt und weitere 7 % planen, ein solches Konzept erarbeiten zu lassen.

Etwas mehr als zwei Drittel der Einzelhandelskonzepte weisen zentrale Versorgungsbereiche aus.

60 % der antwortenden Kommunen haben die konzeptionellen Bestandteile ihrer Einzelhandelskonzepte von ihren Gemeindevertretungen beschließen lassen.

Als Konsequenz aus den Ergebnissen eines Einzelhandelskonzeptes stimmen 58 % neu aufzustellende B-Pläne mit dem Einzelhandelskonzept ab. 33 % passen, soweit erforderlich, bereits aufgestellte B-Pläne an, um großflächigen Einzelhandel nur in den dafür vorgesehenen Bereichen zuzulassen.

Knapp ein Drittel antwortete, im unbeplanten Innenbereich an das Einzelhandelskonzept angepasste B-Pläne aufgestellt zu haben, sofern dort, in städtebaulich unerwünschter Lage, großflächiger Einzelhandel zulässig gewesen wäre. Gut 20 % antworteten, dies noch vorzuhaben.

Fazit dieser Untersuchung ist, dass ein zu geringer Anteil der antwortenden Kommunen über Einzelhandelskonzepte verfügt. Auch wenn 70 % der antwortenden Kommunen in ihren Einzelhandelskonzepten zentrale Versorgungsbereiche haben ausweisen lassen, so ist dieses Ergebnis nicht befriedigend. Dieses zentrale, inhaltliche Element, das für die wirkungsvolle Stadtplanung nicht zu unterschätzen ist, sollte in allen kommunalen Einzelhandelskonzepten zwingender Bestandteil sein.

Bei der Verbindlichkeit von Einzelhandelskonzepten zeigen sich Defizite. Wenn nur 60 % der Kommunen die konzeptionellen Bestandteile ihres Einzelhandelskonzeptes mit selbstbindender Wirkung beschlossen haben, so müssen bei den verbleibenden 40 % Zweifel am Umsetzungswillen aufkommen. Auch der Anteil der Kommunen, der die notwendigen Schlussfolgerungen aus den Einzelhandelskonzepten zieht, ist zu gering.

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass es bei der Akzeptanz des Planungsinstruments „kommunales Einzelhandelskonzept“, seiner inhaltlichen Ausgestaltung sowie der Umsetzung der Ergebnisse in der Kommunalpolitik bzw. der Verwaltungspraxis Handlungsbedarf gibt.

Die hessischen Industrie- und Handelskammern empfehlen daher den Kommunen, die noch über einen Mindestbestand an Einzelhandel verfügen, aber kein aktuelles Einzelhandelskonzept haben, dringend:

- Ein Einzelhandelskonzept erarbeiten zu lassen und im Bedarfsfall fortzuschreiben
- Zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen
- Das Einzelhandelskonzept von der Gemeindevertretung beschließen zu lassen
- Flächen nach unerwünschten Standorten für großflächigen Einzelhandel zu analysieren
- Bebauungspläne für die Flächen aufzustellen oder anzupassen, die städtebaulich für Einzelhandel ungeeignet sind

Die Bedeutung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadtentwicklung muss bei den meisten Kommunen Hessens noch stärker bewusst werden. Für seine Erarbeitung und entsprechende Umsetzung werben die hessischen Industrie- und Handelskammern, wozu auch diese Umfrageergebnisse und ihre Erläuterungen einen Beitrag leisten sollen.

Bei der Verbindlichkeit von Einzelhandelskonzepten zeigen sich Defizite. Wenn nur 60 % der Kommunen die konzeptionellen Bestandteile ihres Einzelhandelskonzeptes mit selbstbindender Wirkung beschlossen haben, so müssen bei den verbleibenden 40 % Zweifel am Umsetzungswillen aufkommen.

2. Wofür benötigen Kommunen ein Einzelhandelskonzept und was kann es leisten?

Nahezu alle Kommunen treibt die Frage um: Wie geht es weiter mit unserem Einzelhandel als dem stimulierenden Element der Innenstädte und Ortszentren? Lediglich für solche Kommunen, die bereits über keinen nennenswerten Einzelhandel mehr verfügen, stellt sich diese Frage in der Regel nicht mehr.

Neben dem unerlässlichen permanenten unternehmerischen Agieren der Einzelhändler sehen es viele Kommunen als ihre Aufgabe an, die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel zu optimieren. In der seit geraumer Zeit schwierigen Situation für die Branche ist klar, dass nur gemeinsam durch unterschiedliche Initiativen der Gewerbetreibenden selbst, der Kommunalpolitik und Verwaltung inklusive Wirtschaftsförderung, der Immobilieneigentümer, der Gewerbevereine, des Handelsverbandes und der IHK die Entwicklung positiv zu beeinflussen ist.

Neben dem unerlässlichen permanenten unternehmerischen Agieren der Einzelhändler sehen es viele Kommunen als ihre Aufgabe an, die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel zu optimieren.

Ein grundlegendes Instrument hierfür ist ein kommunales Einzelhandelskonzept. Solche Konzepte haben mehrere Effekte. Zum einen sind alle Interessengruppen einzubinden, was den Dialog untereinander fördert. Die Politik, die Verwaltung, die Unternehmen, die Wirtschaftsorganisationen, die Bürger und die Immobilieneigentümer sind aufgerufen, sich intensiv mit der Einzelhandelssituation und ihren Erwartungen in der jeweiligen Kommune auseinanderzusetzen. Hierdurch entsteht auch die Chance, das Wir-Gefühl zu stärken, was ein gemeinsames Agieren erleichtert.

Ein grundlegendes Instrument hierfür ist ein kommunales Einzelhandelskonzept.

Der Einzelhandelsbestand, das heißt das Einzelhandelsangebot, wird in einem solchen Konzept untersucht und durch Fakten belegt dokumentiert. Kennzahlen für die Nachfragesituation, die Kaufkraftbindung durch den vorhandenen Einzelhandel und andere Daten werden erhoben. Die Siedlungsstruktur, die demographische Entwicklung und die Verflechtungssituation in der Region werden analysiert. Diese Faktensammlung trägt wesentlich zur Objektivierung der Situationsbeschreibung und zur Vergleichbarkeit bei.

Ferner wird die planungsrechtliche Situation dargestellt und die Trends im Einzelhandel werden beschrieben. Neben der Analyse ist der zweite wesentliche Teil des kommunalen Einzelhandelskonzeptes eine Konzeption für die Stadtplanung, um die Einzelhandelsentwicklung unterstützend zu begleiten. Hierzu ist es erforderlich, eine Ansiedlungsstrategie zur Hand zu haben, zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen und eine Sortimentsliste zu erarbeiten, um die Förder- und Schutzmechanismen des Baugesetzbuches anwenden zu können. Wichtig sind auch Hinweise und Empfehlungen für die Bauleitplanung.

Nach Erarbeitung und breiter Diskussion eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes ist es wichtig, seine konzeptionellen Elemente mit selbstbindender Wirkung von der Gemeindevertretung beschließen zu lassen. Dies verdeutlicht allen Akteuren, dass das Einzelhandelskonzept eine verbindliche Handlungsorientierung für die jeweilige kommunale Einzelhandelsentwicklung ist.

Neben der Analyse ist der zweite wesentliche Teil des kommunalen Einzelhandelskonzeptes eine Konzeption für die Stadtplanung, um die Einzelhandelsentwicklung unterstützend zu begleiten.

3. Typische Inhalte qualifizierter Einzelhandelskonzepte

1. Trends im Einzelhandel und deren Bedeutung für die zu untersuchende Kommune

2. Grundlagen und Rahmendaten

Strukturdaten der zu untersuchenden Kommune

- Bevölkerungsstruktur
- Erwerbstätigkeit
- Pendlerverflechtungen
- Tourismus

3. Planungsrechtliche Grundlagen für die Kommune

4. Analyse und Bewertung des Einzelhandelsstandortes

- Einzelhandelsbesatz der Kommune in allen Stadt- oder Ortsteilen, quantitativ und qualitativ
- Leerstandsanalyse
- Nah- und Grundversorgungssituation in der gesamten Kommune
- Weiterer Branchenbesatz in den Einkaufsbereichen
- Einzugsgebiet / Verflechtung
- Kaufkraft
- Einzelhandelszentralität
- Bewertung der Entwicklungspotentiale des Einzelhandels in der Kommune, differenziert nach seinen Branchen und Betriebstypen bezüglich fehlender Angebote und des Verkaufsflächenangebotes

- Bewertung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels / Lagequalität
- Bewertung der Stadtentwicklungsplanung hinsichtlich des Einzelhandels
- Bewertung aktueller Ansiedlungsplanungen für großflächigen Einzelhandel
- Analyse der Flächensituation für großflächige Einzelhandelsstandorte

5. Konzeptentwicklung auf der Basis der Einzelhandelsanalyse

- Abgrenzung und Herleitung zentraler Versorgungsbereiche
- Hierarchisierung der zentralen Versorgungsbereiche
- Herleitung der ortsspezifischen Sortimentsliste
- Definition der Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung
- Ansiedlungskriterien für großflächigen Einzelhandel
- Städtebauliches Entwicklungskonzept für den Einzelhandel und insbesondere für die zentralen Versorgungsbereiche und potentiell zusätzliche Standorte
- Bewertung potentieller Entwicklungsstandorte
- Kriterien für die Bauleitplanung
- Vorbereitung einer Beschlussvorlage zur Entscheidung der Gemeindevertretung über den konzeptionellen Teil des Einzelhandelskonzeptes

4. Umfrageergebnis und Kommentierung

Es wurden alle 426 hessischen Kommunen über die regionalen IHKs angeschrieben und gebeten, sich an der Umfrage über kommunale Einzelhandelskonzepte zu beteiligen.

Teilgenommen haben an der Umfrage 240 hessische Kommunen, das entspricht einer Quote von rund 56 %.

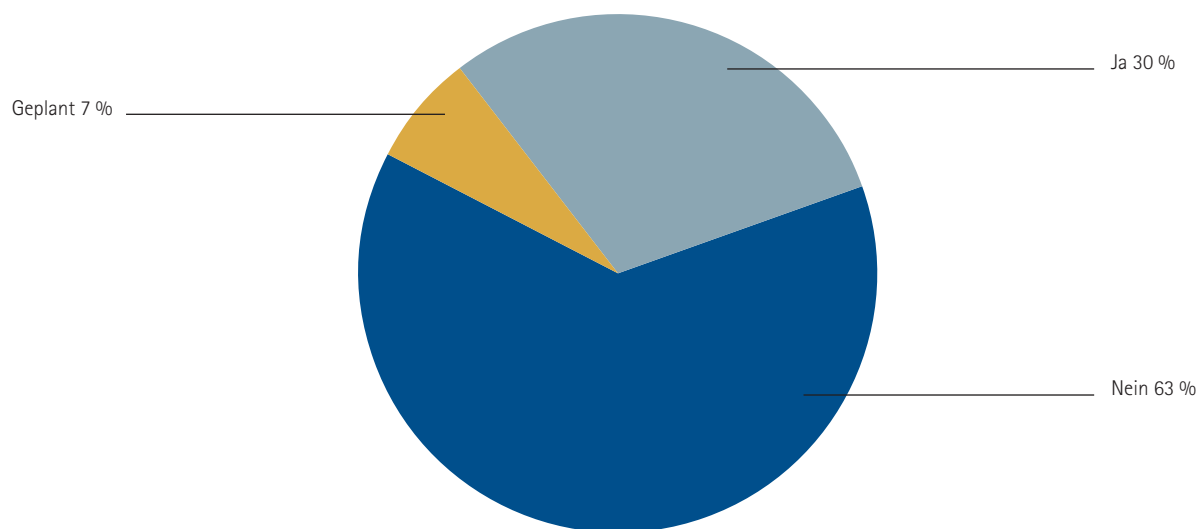
Die hohe Beteiligung der Kommunen an der Umfrage gewährt einen guten Einblick, inwieweit und mit welcher Konsequenz Einzelhandelskonzepte in den Gemeinden Hessens als Erkenntnisquelle und Planungsinstrument eingesetzt werden.

Zu dem Umfrageergebnis im Einzelnen:

1. Eine Minderheit verfügt über ein Einzelhandelskonzept

37 % der Kommunen, die an der Befragung teilgenommen haben, verfügen über ein Einzelhandelskonzept oder wollen ein solches erarbeiten lassen.

IST FÜR DIE KOMMUNE EIN EINZELHANDELSKONZEPT ERARBEITET WORDEN?

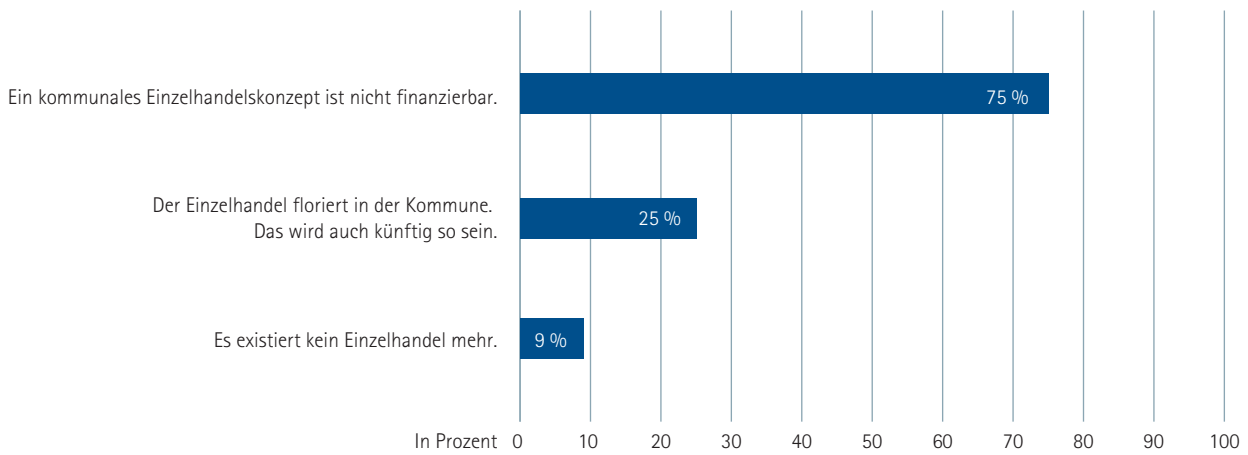


1.1 Antwort: „Nein, es wurde kein Einzelhandelskonzept erarbeitet“

Die 63 % der Kommunen, die antworteten, dass sie kein Einzelhandelskonzept haben, wurden ferner gefragt:

WARUM WURDE KEIN KOMMUNALES EINZELHANDELSKONZEPT ENTWICKELT?

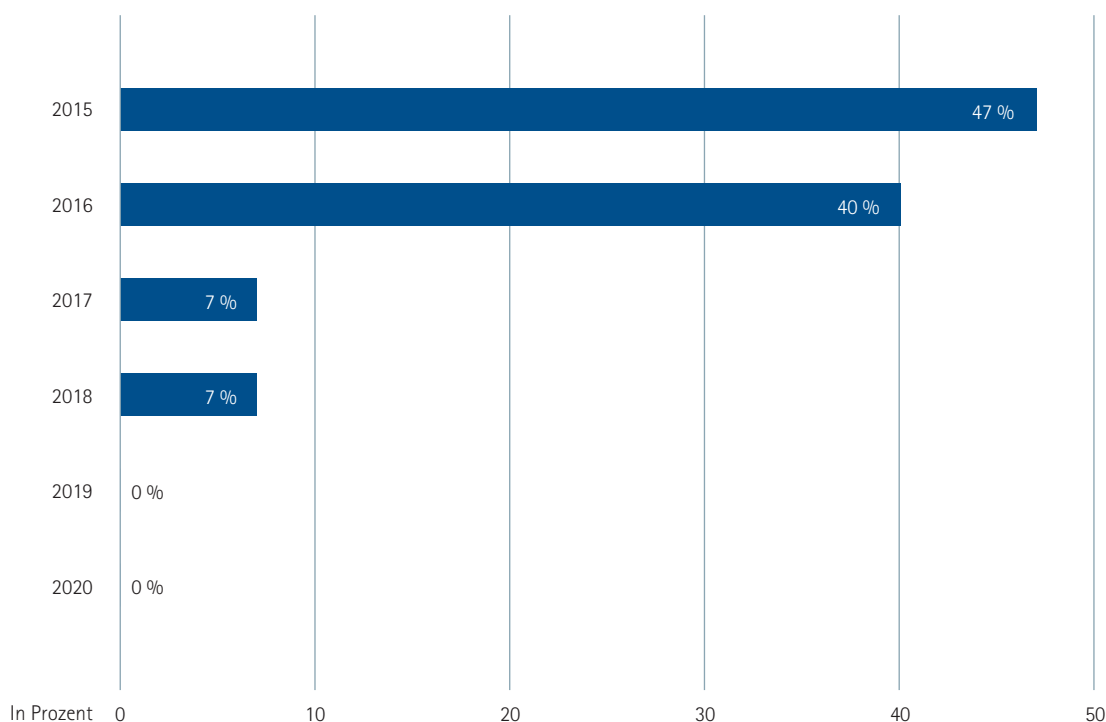
(Mehrere Antworten waren hier möglich)



1.2 Antwort: „Die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzepts ist geplant“

7 % antworteten auf die Frage 1, dass ein Einzelhandelskonzept künftig erarbeitet werden soll. Diese Gruppe wurde darüber hinaus gebeten, folgende Angaben zu machen:

BITTE GEBEN SIE AN, IN WELCHEM JAHR SIE EIN EINZELHANDELSKONZEPT ERARBEITEN WOLLEN



Der Anteil der an der Umfrage teilnehmenden Gemeinden, die ein Einzelhandelskonzept bereits erarbeitet haben, liegt bei 30 %. Zählt man die Gemeinden hinzu, die beabsichtigen, ein solches Konzept erstellen zu lassen, so erhöht sich die Quote auf 37 %. Sieht man sich die Begründung an, warum solche Konzepte nicht eingesetzt werden, so antworten Dreiviertel der Umfrageteilnehmer, dass ein solches Konzept nicht finanzierbar ist. Dieses Argument ist angesichts der Folgen für Einkaufsbereiche beziehungsweise Innenstädte zu hinterfragen, zumindest, wenn der Einzelhandel dort rückläufig ist, was oft bei kleineren Kommunen leider der Fall ist. Hat eine solche Entwicklung erst einen kritischen Punkt überschritten, ist sie kaum noch aufzuhalten. Die Folgen für Innenstädte oder andere Einkaufsbereiche sind dann häufig einschneidend.

Daher ist es besonders wichtig, frühzeitig negativen Entwicklungen entgegenzuwirken, wofür kommunale Einzelhandelskonzepte gute Ideengeber sind. In den Freitext-Anmerkungen einzelner Gemeinden wurden ergänzend folgende Hinweise gegeben, die zwar kein quantitatives, aber ein qualitatives Schlaglicht darstellen:

- Man ist hilflos angesichts der Einzelhandelsentwicklung
- Man hat sich noch nicht mit dem Thema beschäftigt
- Es gibt keinen Anstoß der lokalen Einzelhändler
- Einzelhandelskonzepte sind bisher nicht als Entscheidungshilfe im Blick gewesen
- Es gibt kein Interesse an dem Instrument
- Es fehlt der politische Wille
- Man ist Schutzschirm-Gemeinde und darf daher keine neuen freiwilligen Ausgaben tätigen

Diese Äußerungen deuten eine gewisse Unsicherheit bei der einen oder anderen Kommune hinsichtlich der Chancen an, die mit diesem Planungsinstrument verbunden sind.

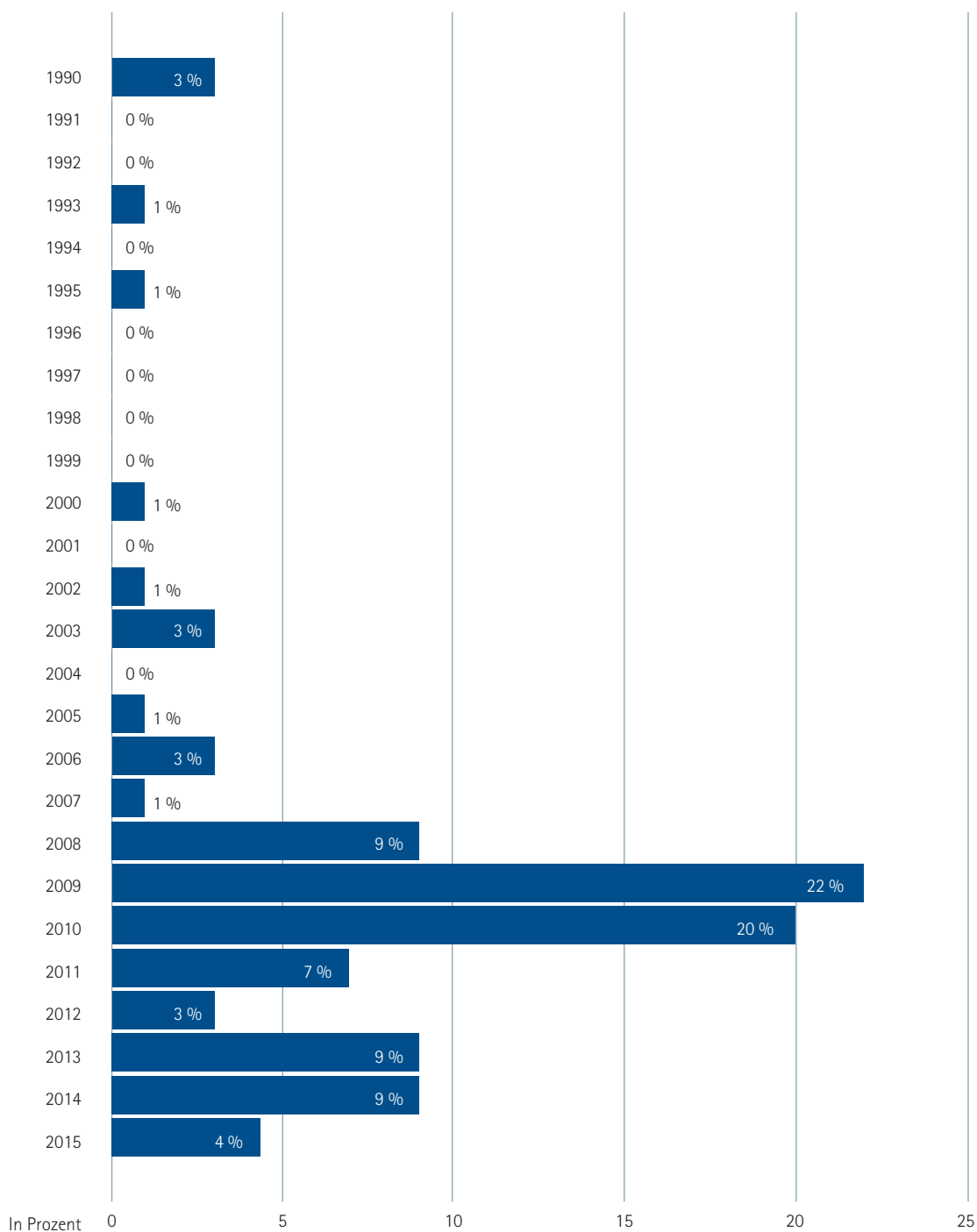
9 % der Kommunen führen das Argument an, dass bereits heute kein Einzelhandel mehr existiert, und daher eine solche Untersuchung entbehrlich ist. Wenn fast 10 % der antwortenden Gemeinden schon über keinen Einzelhandel mehr verfügen, ist das ein deutliches Zeichen dafür, welche Entwicklung in den Kommunen seit Jahren stattfindet.

Ein weiteres Viertel der Antwortenden begründet das Nichtvorliegen eines Einzelhandelskonzeptes damit, dass der Einzelhandel in der eigenen Kommune floriert, was sich auch in der Zukunft voraussichtlich so fortsetzen wird. Bei dem relativ hohen Anteil derer, die dieses Argument für die Nichterarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes anführt, stellt sich in Zeiten des anhaltenden Strukturwandels im Einzelhandel, auch angesichts des wachsenden Onlinehandels, die Frage, ob die Auswirkungen dieser Entwicklungen immer richtig eingeschätzt werden. Die Zahl der Innenstädte, die heute die Folgen dieser anhaltenden Veränderungen noch nicht wahrnehmen, ist eher klein. Selbst in den Großstädten sind die Passantenfrequenzen rückläufig, wenngleich sie noch verkraftbar sind. Für mittelgroße und insbesondere kleinere Städte sind die Veränderungen wesentlich deutlicher spürbar. Bei dieser Gruppe der Antwortenden ist in einigen Fällen eine zu optimistische Einschätzung zu vermuten.

1.3 Antwort: „Ja, es wurde ein Einzelhandelskonzept erarbeitet“

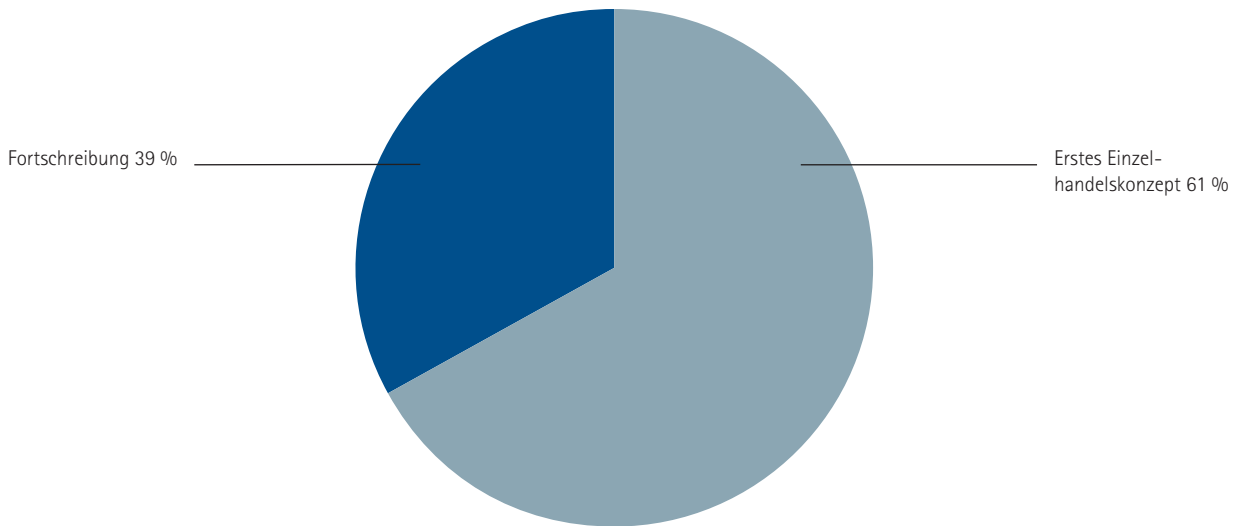
Die nun folgenden Fragen richteten sich ausschließlich an die 30 % der antwortenden Kommunen, für die bereits Einzelhandelskonzepte erarbeitet wurden.

2. WANN WURDE IHR EINZELHANDELSKONZEPT ERARBEITET?



3. Aktualisierung der Einzelhandelskonzepte

IST DIES IHR ERSTES EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE KOMMUNE, ODER WURDEN ZUVOR SCHON EINES ODER MEHRERE ERARBEITET?

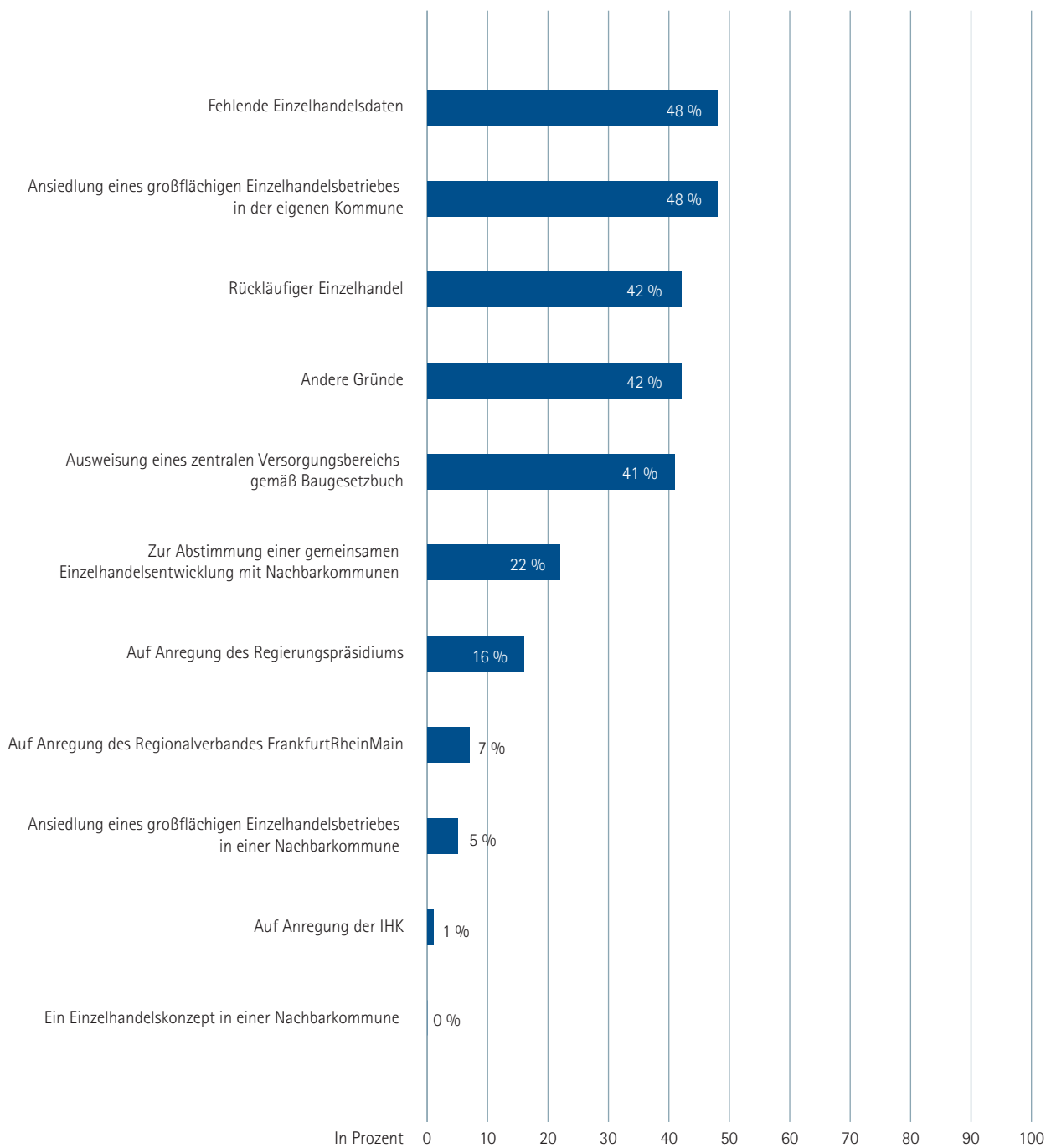


39 % der antwortenden Kommunen geben an, dass sie über ein Einzelhandelskonzept verfügen und dieses nach ein paar Jahren haben aktualisieren lassen. Dieser erneute Aufwand, den diese Kommunen betreiben, ist ein deutliches Indiz dafür, dass sie das Instrument als hilfreich für ihre Stadt- und Einzelhandelsentwicklung ansehen. Wichtig ist die Fortschreibung der Einzelhandelskonzepte. Dies gilt insbesondere, wenn spürbar ist, dass sich die Einzelhandelsstruktur in der Kommune oder die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel generell verändern.

4. Motive für die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes

WELCHE VERANLASSUNG GAB ODER GIBT ES, EIN KOMMUNALES EINZELHANDELSKONZEPT ZU ERARBEITEN?

(Mehrere Antworten waren hier möglich)



Mit am häufigsten werden als Grund für die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzepts fehlende Einzelhandelsdaten genannt (48 %). Basisdaten über die aktuelle Situation des örtlichen Einzelhandels zu gewinnen, hat üblicherweise den Grund, dass von der Kommunalpolitik nachteilige Veränderungen in der Innenstadt wahrgenommen werden, die eine Beschäftigung mit der Branche notwendig erscheinen lässt, um Maßnahmen zu ergreifen, damit der Prozess positiv beeinflusst wird.

Als weitere Beweggründe werden die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs (48 %), rückläufiger Einzelhandel (42 %) oder die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches gemäß Baugesetzbuch (41 %) genannt. Diese Motive haben unmittelbar die konkrete Sorge um den Standort als Hintergrund.

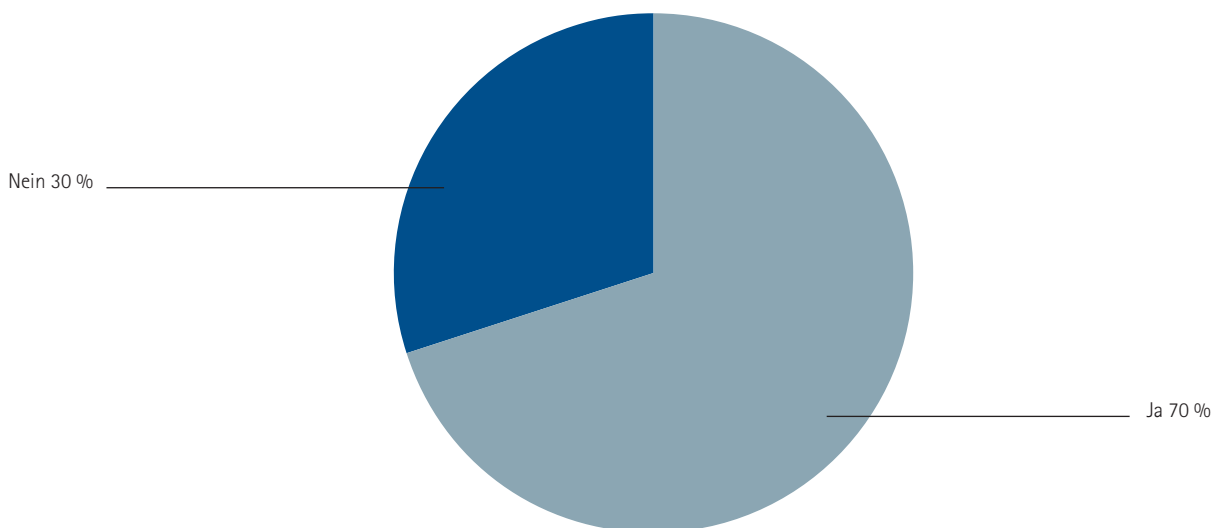
Weniger defensiv ist der Beweggrund einer gemeinsamen Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung mit Nachbarkommunen, den 22 % der Antwortenden nennen. Mit diesem Ansatz wird gewöhnlich versucht, durch Kooperation mit benachbarten Gemeinden das Einzugsgebiet für die Anbieter zu vergrößern und gegebenenfalls unterschiedliche Angebote auf mehrere Gemeinden zu verteilen und dadurch Synergien zu nutzen.

16 % haben auf Anregung ihres zuständigen Regierungspräsidiums als Planungsbehörde ein solches Konzept erarbeiten lassen. In diesen Fällen ist die Planungsbehörde als Ideengeber aktiv geworden, um der jeweiligen Kommune ein Instrument an die Hand zu geben, mit dem sie sich mit den allgegenwärtigen Veränderungen auseinandersetzen kann.

Mit einem Wert von unter 10 % werden der Regionalverband FrankfurtRheinMain und die IHKs als Ideengeber genannt.

5. Ausweisung zentraler Versorgungsbereiche:

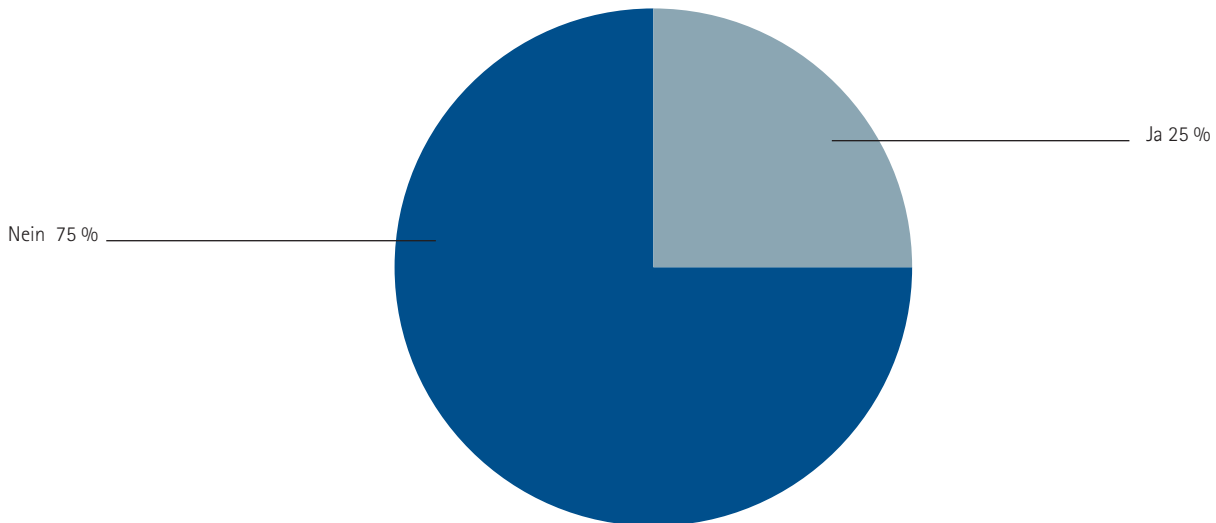
BEINHALTET DAS EINZELHANDELSKONZEPT DIE ABGRENZUNG EINES ODER MEHRERER ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICHE IM SINNE DES BAUGESETZBUCHES?



Ewas mehr als zwei Drittel (70 %) der Kommunen, die über ein Einzelhandelskonzept verfügen, haben darin auch zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Eine solche Abgrenzung ist wichtig, um die Entwicklungs- und Schutzmechanismen des § 9 Abs. 2a und § 34 Abs. 3 des Baugesetzbuchs einfacher auf die Einkaufsbereiche einer Gemeinde anwenden zu können. Die Ausweisung solcher zentraler Versorgungsbereiche ist daher dringend zu empfehlen.

6. Interkommunale Abstimmung von Einzelhandelskonzepten

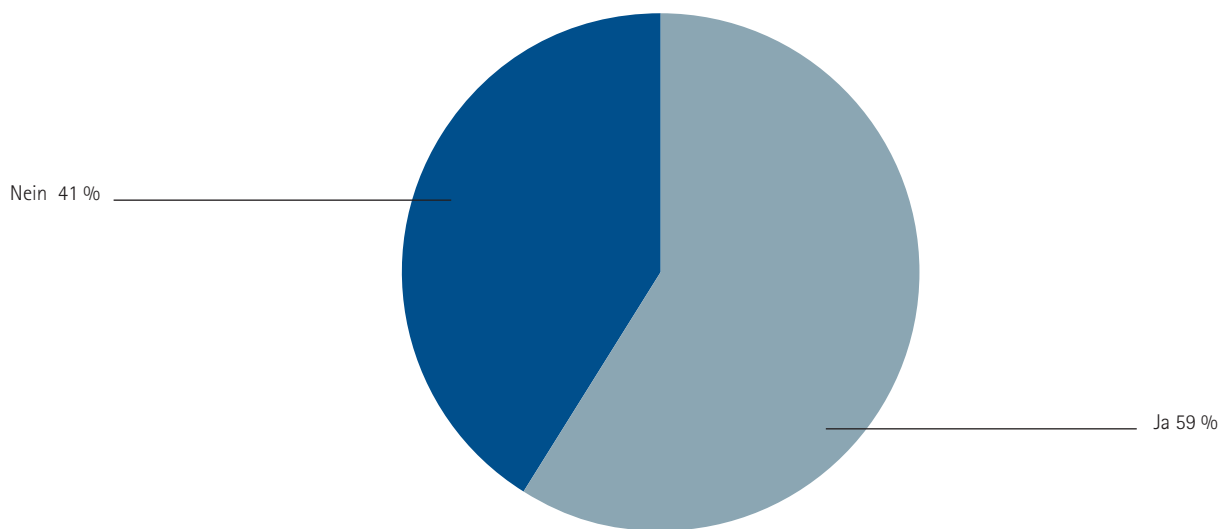
IST DAS KOMMUNALE EINZELHANDELSKONZEPT MIT DEN NACHBARGEMEINDEN ABGESTIMMT WORDEN?



Von der Chance, die Einzelhandelsentwicklung mit benachbarten Kommunen abzustimmen, haben 25 % der antwortenden Kommunen Gebrauch gemacht. Hier wäre ein deutlich höherer Wert wünschenswert. Kooperation bei der strategischen Entwicklung des Einzelhandels zwischen benachbarten Kommunen kommt allen Beteiligten zugute. Sie kann Konflikte vermeiden und Synergien ermöglichen. Diese Sichtweise sollte sich stärker durchsetzen.

7. Abstimmung mit regionalen Einzelhandelskonzepten

IST DAS EINZELHANDELSKONZEPT MIT EINEM – GEGEBENFALLS EXISTIERENDEN – ÜBERÖRTLICHEN, REGIONALEN EINZELHANDELSKONZEPT ABGESTIMMT WORDEN?

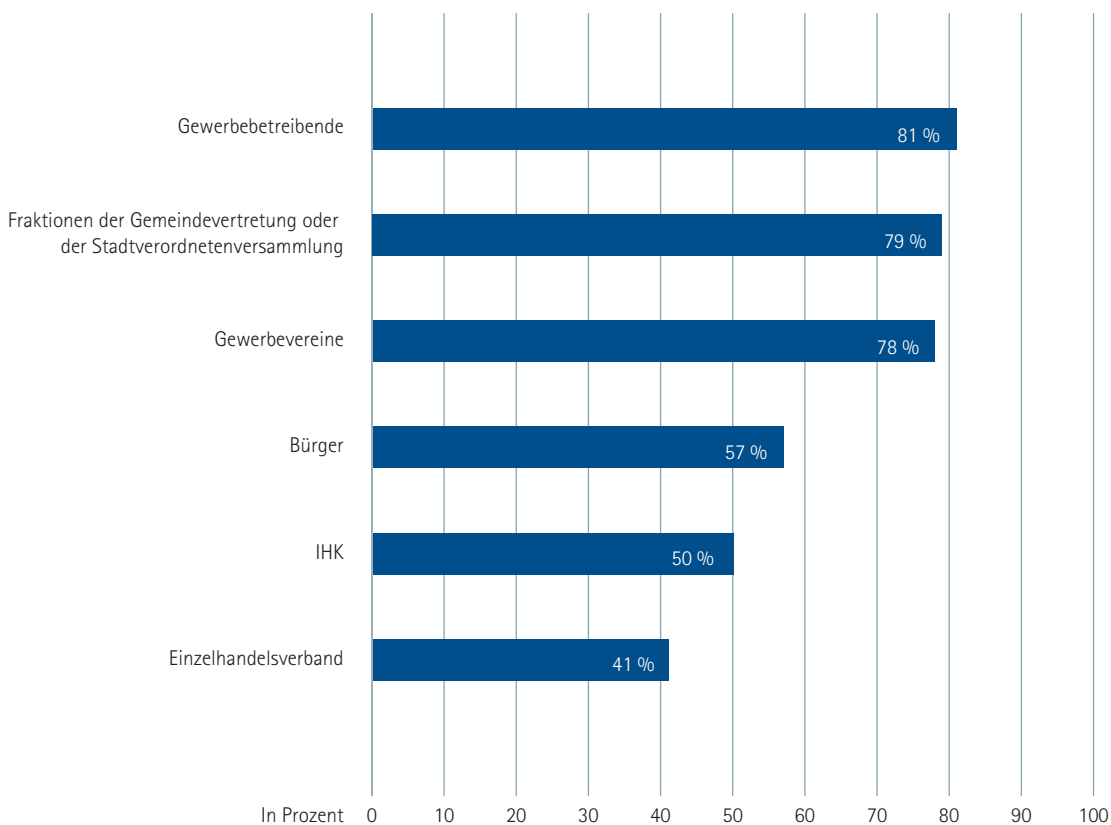


59 % geben an, die Einzelhandelskonzepte mit überörtlichen Konzepten abgeglichen zu haben, sofern es für die jeweilige Region ein solches Konzept gibt. Eine derartige Abstimmung ermöglicht eine auf allen Ebenen stringente Einzelhandelsentwicklungspolitik in der Region. Die städtebauliche Maxime, innenstadtrelevante Sortimente in integrierten Lagen zu lenken, wird durch homogene Planung erst möglich.

8. Beteiligung der Stakeholder bei der Entwicklung von Einzelhandelskonzepten

WELCHE GRUPPIERUNGEN/INSTITUTIONEN WURDEN BEI DER ERARBEITUNG DES KOMMUNALEN EINZELHANDELSKONZEPTE KONSULTIERT/BETEILIGT?

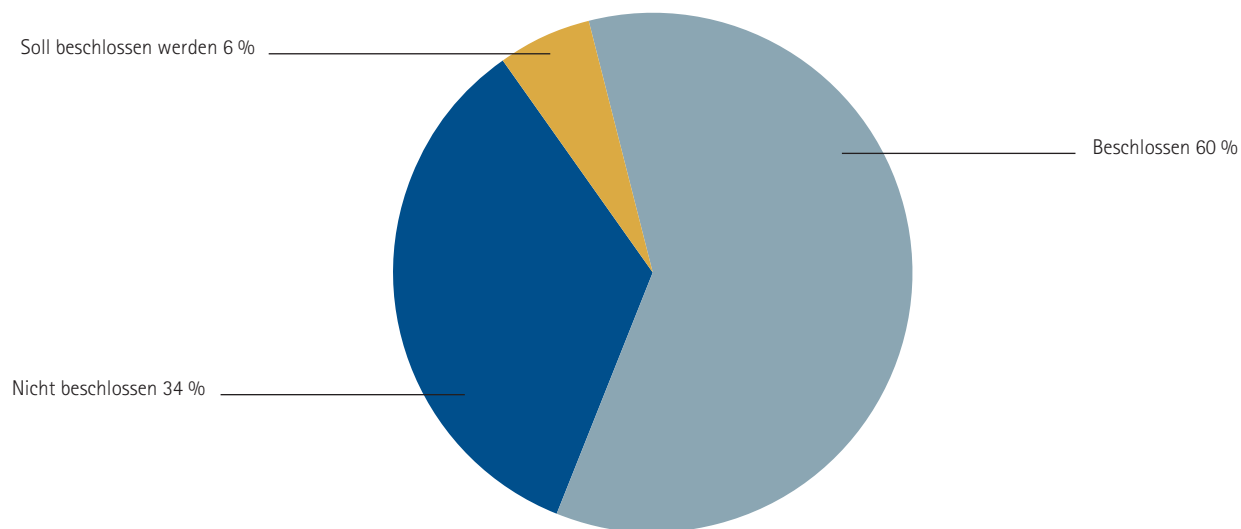
(Mehrere Antworten waren hier möglich)



Das Umfrageergebnis zeigt, dass bei der Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten die verschiedenen Interessengruppen relativ gleichmäßig eingebunden werden. Gewerbetreibende, die Fraktionen der Gemeindevertretung sowie die Gewerbevereine werden primär genannt. Aber auch die Bürger der Kommune, also die Kunden des Einzelhandels, der Einzelhandelsverband und die IHK werden häufig beteiligt. Diese breit angelegte Konsultation führt zu einer in der Regel hohen Akzeptanz des jeweiligen Einzelhandelskonzepts. Eine breit angelegte innergemeindliche Beteiligung der Interessengruppen, kombiniert mit einer Abstimmung mit den Nachbargemeinden und - wo möglich - eine Harmonisierung mit einem regionalen Einzelhandelskonzept, steigert die Qualität des Konzepts erheblich und verbessert seine Wirkung deutlich.

9. Verbindlichkeit des Planungsinstruments Einzelhandelskonzept

WURDE DAS EINZELHANDELSKONZEPT VON DEM KOMMUNALPARLAMENT ALS VERBINDLICH BESCHLOSSEN?



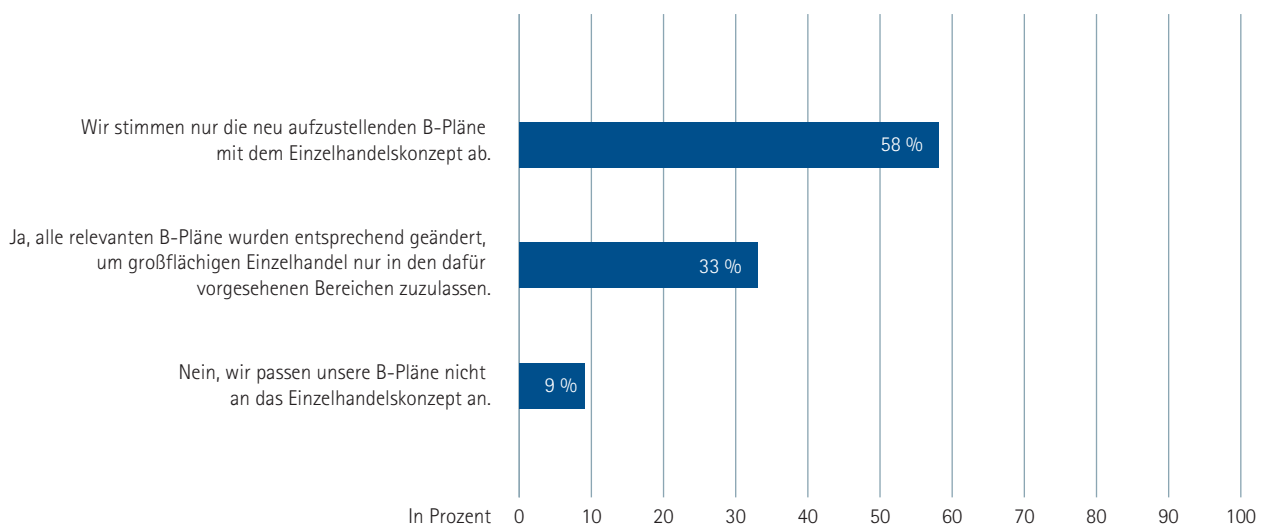
Nur ein umgesetztes Einzelhandelskonzept ist ein hilfreiches Konzept. Auch wenn in der Beteiligungsphase viele Interessengruppen eingebunden waren, so ist es wichtig, Verbindlichkeit durch einen Beschluss über die Umsetzung des Konzeptes seitens des Kommunalparlaments herbeizuführen. Dies hat den Effekt, dass sich die Politik mit der Einzelhandelssituation in der Stadt intensiv befasst und sich durch einen solchen Mehrheitsbeschluss über das Konzept für die Einzelhandelsentwicklung in der Kommune selbst bindet. Ferner ist ein solcher Beschluss verbindliche Orientierung für die Verwaltung in ihrer täglichen Arbeit.

Dass gemäß der vorliegenden Untersuchung 66 % der antwortenden Gemeinden einen solchen Beschluss herbeigeführt haben oder ihn noch herbeiführen wollen, erscheint als zu gering. In den verbleibenden 34 % der Fälle, in denen kein Umsetzungsbeschluss in den Kommunalparlamenten herbeigeführt wurde, bleiben die konzeptionellen Überlegungen unverbindlich, mit der möglichen Folge, dass sie nicht umgesetzt werden.

10. B-Pläne anpassen oder neue B-Pläne aufstellen als mögliche Konsequenz aus den Ergebnissen der Einzelhandelskonzepte

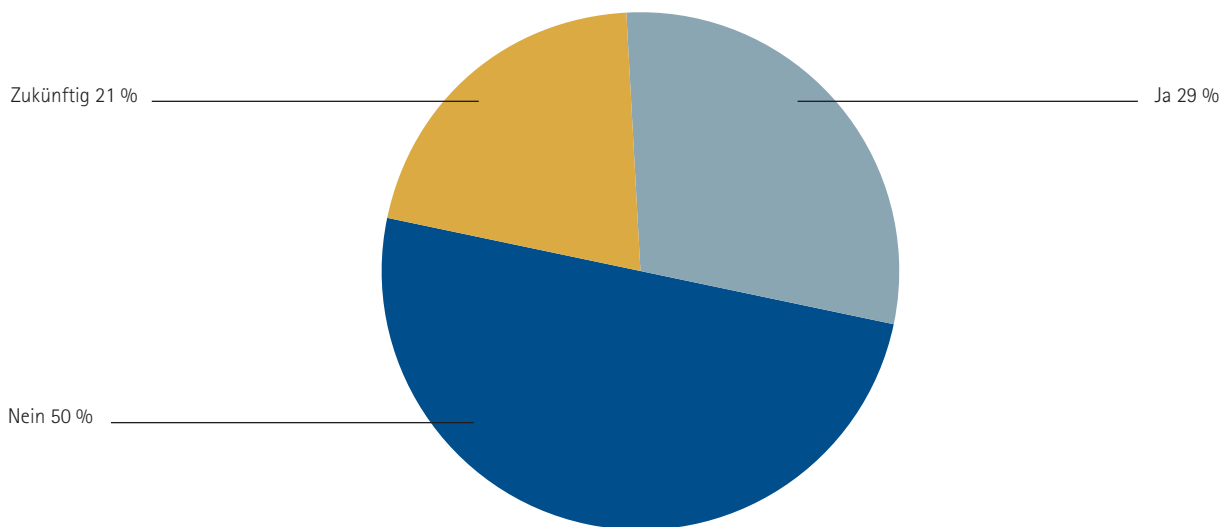
Um den Einzelhandel in städtebaulich geeigneten Stadtbezirken sich entwickeln zu lassen, ist es u. U. erforderlich, in anderen Bereichen die Bauleitplanung anzupassen. Es gibt immer wieder Konstellationen, in denen die Ansiedlung großflächigen Einzelhandels an unterschiedlichen Stellen einer Kommune rechtlich zulässig und hinsichtlich der übrigen Standortkriterien vorstellbar wäre. Nicht jeder Standort ist aber städtebaulich wünschenswert für eine solche Ansiedlung. Um eine vorteilhafte Einzelhandelsentwicklung sicherzustellen, bedarf es einer Analyse der potentiell für Einzelhandelsunternehmen in Frage kommenden Flächen sowie ihres jeweiligen Baurechts. Sollte diese Analyse ergeben, dass unter diesen Standorten auch solche sind, die eine städtebaulich unverträgliche Ansiedlung planungsrechtlich zulassen, bedarf es in diesen Fällen einer Anpassung der Bauleitplanung, um nachteilige Entwicklungen für zentrale Versorgungsbereiche abzuwenden.

HABEN SIE IHRE BEBAUUNGSPLÄNE AN DIE ENTWICKLUNGSZIELE DES EINZELHANDELSKONZEPTES ANGEPASST?



Die Umfrage hat ergeben, dass Anpassungen vorhandener B-Pläne von nur 9 % der antwortenden Kommunen generell nicht vorgenommen werden. 58 % stimmen die neu aufzustellenden B-Pläne mit dem Einzelhandelskonzept ab. Die verbleibenden 33 % passen relevante, bereits aufgestellte B-Pläne an das Konzept an.

HABEN SIE FÜR UNBEPLANTE INNENBEREICHE, IN DENEN GEMÄSS § 34 BauGB GROSSFLÄCHIGER EINZELHANDEL ZULÄSSIG WÄRE, AN DAS EINZELHANDELSKONZEPT ANGEPASSTE B-PLÄNE AUFGESTELLT?

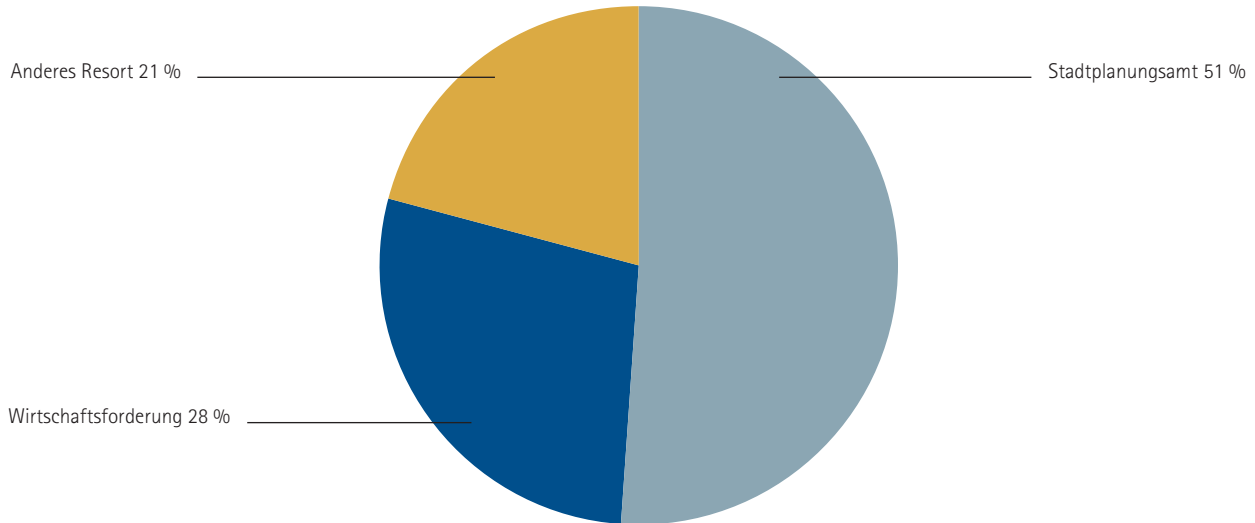


Bei der Frage, ob B-Pläne im unbeplanten Innenbereich im Sinne des § 34 BauGB aufgestellt werden, in denen großflächiger Einzelhandel an städtebaulich ungeeigneter Stelle zulässig wäre, ist das Ergebnis ein deutlich anderes. Hier antworten 29 %, dass in solchen Fällen B-Pläne aufgestellt werden. 50 % reagieren in solchen Situationen gar nicht und 21 % wollen künftig aktiv werden.

Das Ergebnis zeigt eine hohe Sensibilität für die planerische Herausforderung bei gut der Hälfte der antwortenden Kommunen bei neu aufzustellenden B-Plänen, nachdem Einzelhandelskonzepte entwickelt worden sind. Im Einzelfall kann dies aber nicht ausreichend sein, wenn alte B-Pläne nicht angepasst werden oder in entsprechenden unbeplanten Gebieten keine B-Pläne aufgestellt werden, obwohl hier in städtebaulich unerwünschter Lage großflächiger Einzelhandel zulässig wäre. Die Änderung und insbesondere die Neuaufstellung eines B-Plans ist zwar aufwendig und kostenintensiv. Um eine Fehlentwicklung abzuwenden, lohnen sich diese Kosten für eine Gemeinde auf lange Sicht aber immer. Eine nachhaltige Stadtentwicklung erübrigt auf längere Sicht aufwendige Stadtreparaturmaßnahmen.

11. Einzelhandelskonzepte vorwiegend Werkzeug der Stadtplanungsämter

WER BETREUT DAS EINZELHANDELSKONZEPT IN DER KOMMUNE?



Gut zur Hälfte betreuen die Stadtplanungsämter die Erarbeitung der Einzelhandelskonzepte in den Kommunen. 28 % der Kommunen lassen von der Wirtschaftsförderung die Konzepte betreuen. In den verbleibenden 21 % der Fälle sind andere Ämter mit der Aufgabe betraut.

Nach der Zuständigkeit des betreuenden Ressorts hat bei den meisten Kommunen die Stadtentwicklung Priorität. In den Fällen, in denen die Wirtschaftsförderer federführend sind, liegt der Fokus möglicherweise stärker auf der Standortförderung.

5. Empfehlungen an die hessischen Kommunen zum Umgang mit Einzelhandelskonzepten auf der Basis der Umfrageergebnisse

Um die Innenstädte und Ortszentren für die Lebendigkeit und Attraktivität der Kommunen und als Standorte unterschiedlicher unternehmerischer Aktivitäten zu erhalten und zu stärken, sollten sich die Kommunen in Hessen strategisch mit ihrem lokalen Einzelhandel auseinandersetzen. Die hessischen Industrie- und Handelskammern regen zu diesem Zweck an:

1. Einzelhandelskonzepte erarbeiten

Die hessischen Kommunen sollten, sofern sie noch über einen Mindestbestand an Einzelhandel verfügen, Einzelhandelskonzepte erarbeiten. Diese sollten spätestens bei sich andeutenden, nachteiligen Veränderungen im örtlichen Einzelhandel oder bei allgemeinen strukturellen Veränderungen fortgeschrieben werden.

Einzelhandelskonzepte analysieren die konkrete Situation der Branche in der jeweiligen Kommune und unterbreiten Vorschläge, wie man die Situation auch durch Maßnahmen der Kommune positiv beeinflussen kann. Solche Konzepte schaffen u. a. eine Entscheidungsgrundlage für die Kommunalpolitik, wie mit Ansiedlungsinteressen zielorientiert umgegangen werden kann.

Einzelhandelskonzepte analysieren die konkrete Situation der Branche in der jeweiligen Kommune und unterbreiten Vorschläge, wie man die Situation auch durch Maßnahmen der Kommune positiv beeinflussen kann.

2. Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen

Grundsätzlich sollte Bestandteil jedes kommunalen Einzelhandelskonzeptes die Ausweisung und städtebauliche Begründung zentraler Versorgungsbereiche sein. Die Ausweisung solcher Bereiche erleichtert die Förderung und den Schutz der Einkaufsbereiche in den Kommunen durch die entsprechenden Regeln des Baugesetzbuches.

Im Baugesetzbuch wurden im Laufe der Jahre unterschiedliche Regeln zum Schutz der Einkaufsbereiche und damit der Innenstädte und Ortskerne bzw. der Stadtteil- und Ortsteilzentren entwickelt. Der Begriff im Baugesetzbuch für diese Bereiche ist der „zentrale Versorgungsbereich“. Diese in einem kommunalen Einzelhandelskonzept räumlich abzugrenzen und städtebaulich zu begründen, hilft den Kommunen nicht nur bei der eigenen Willensbildung, sondern auch gegebenenfalls bei gerichtlichen Auseinandersetzungen bei Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsunternehmen in der eigenen oder aber in den benachbarten Kommunen.

3. Einzelhandelskonzepte beschließen

Die konzeptionellen Bestandteile der kommunalen Einzelhandelskonzepte sollten generell von den Kommunalparlamenten selbstbindend für deren künftige politische Entscheidungsfindung sowie den Verwaltungsvollzug ihrer Ämter beschlossen werden.

Werden die konzeptionellen Bestandteile, d. h. Maßnahmenvorschläge für eine strategische Einzelhandelsentwicklung eines solchen Einzelhandelskonzeptes, von der Gemeindevertretung beschlossen, so bindet sie sich zunächst selbst für ihre künftigen Entscheidungen. Dies schafft Klarheit für die eigenen Ämter in der Verwaltung hinsichtlich des politischen Willens in der Kommune und Vorhersehbarkeit von Entscheidungen und damit Rechtssicherheit für Investoren.

Es ist für eine strukturierte Einzelhandelsentwicklung und die Entscheidungen, die dafür zu treffen sind, wichtig, sich einen Überblick zu verschaffen, an welchen Stellen großflächiger Einzelhandel zulässig und wo er städtebaulich vorteilhaft wäre und wo er Nachteile für die bereits vorhandenen Einkaufsbereiche mit sich bringen würde.

4. Flächen nach unerwünschten potentiellen Standorten analysieren

Ihre bebaubaren Flächen sollten Kommunen dahingehend analysieren, wo die Standortkriterien für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe erfüllt sowie die bauleitplanerischen Voraussetzungen gegeben sind, eine Ansiedlung für die Stadtentwicklung jedoch erhebliche Nachteile hätte.

Es ist für eine strukturierte Einzelhandelsentwicklung und die Entscheidungen, die dafür zu treffen sind, wichtig, sich einen Überblick zu verschaffen, an welchen Stellen großflächiger Einzelhandel zulässig und wo er städtebaulich vorteilhaft wäre und wo er Nachteile für die bereits vorhandenen Einkaufsbereiche mit sich bringen würde. Erst danach kann gezielt bauleitplanerisch reagiert werden.

5. Bebauungspläne aufstellen oder anpassen

Werden durch die Analysen Standorte im Sinne des Punktes 3 identifiziert, sollten B-Pläne angepasst beziehungsweise neu aufgestellt werden.

Die Baunutzungsverordnung, mit einem mittlerweile ausgefeilten Schutzkonzept für die vorhandenen Einkaufsbereiche bei der Neuansiedlung von großflächigem Einzelhandel, wurde seit ihrer Einführung 1962 dreimal geändert. Für ältere B-Pläne gilt sie mit ihren weniger wirkungsvollen Schutzkonzepten in ihrer zum Zeitpunkt des Beschlusses des jeweiligen B-Plans geltenden Fassung. Aktualisierungen alter B-Pläne auf den Stand der derzeit geltenden Fassung von 1990 sind daher im konkreten Fall zielführend. Steuerungsmöglichkeiten, in Ausübung des kommunalen städtebaulichen Gestaltungsrechtes, bestehen ferner bei der Aufstellung oder Änderung von B-Plänen im Sinne der Paragraphen 9 Absatz 2a Baugesetzbuch und Paragraph 1 Absatz 5 und Absatz 9 Baunutzungsverordnung.

Impressum

Herausgeber

Arbeitsgemeinschaft hessischer Industrie- und Handelskammern
c/o IHK Frankfurt am Main
www.ihk-hessen.de

Federführung und Koordination

Industrie- und Handelskammer Frankfurt am Main
Geschäftsfeld Standortpolitik
Dr. Alexander Theiss
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main

Redaktionsteam

IHK Frankfurt am Main
Dr. Alexander Theiss (verantwortlich)
Hanns-Peter Laux
Julia Gredel
Svenja Winterheimer

Gestaltung

ZUMIKOdesign, Mainz Kastel

Stand: 2016



Arbeitsgemeinschaft
Hessen

**Arbeitsgemeinschaft hessischer
Industrie- und Handelskammern**

Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main
Telefon 069 2197 - 1384
Telefax 069 2197 - 1448
info@ihk-hessen.de
www.ihk-hessen.de

**Industrie- und Handelskammer
Darmstadt Rhein Main Neckar**

Sebastian Keck
Rheinstr. 89
64295 Darmstadt
Telefon 06151 871 - 224
sebastian.keck@darmstadt.ihk.de
www.darmstadt.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Frankfurt am Main**

Hanns-Peter Laux
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main
Telefon 069 2197 - 1262
h.laux@frankfurt-main.ihk.de
www.frankfurt-main.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Fulda**

Hermann Vogt
Telefon 0661 284 - 20
vogt@fulda.ihk.de
www.ihk-fulda.de

**Industrie- und Handelskammer
Gießen-Friedberg**

Andreas Schwerin
Lonyst. 7
35390 Gießen
Telefon 06031 609 - 20 10
schwerin@giessen-friedberg.ihk.de
www.giessen-friedberg.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern**

Martin Vosseler
Am Pedro-Jung-Park 14
63450 Hanau
Telefon 06181 9290 - 86 10
m.vosseler@hanau.ihk.de
www.hanau.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Kassel-Marburg**

Oliver Stöhr
Kurfürstenstr. 9
34117 Kassel
Telefon 0561 7891 - 322
stoehr@kassel.ihk.de
www.ihk-kassel.de

**Industrie- und Handelskammer
Lahn-Dill**

Claudia Wagner
Am Nebelsberg 1
35685 Dillenburg
Telefon 06441 94 48 - 17 30
wagner@lahndill.ihk.de
www.ihk-lahndill.de

**Industrie- und Handelskammer
Limburg a. d. Lahn**

Michael Hahn
Walderdorffstr. 7
65549 Limburg a. d. Lahn
Telefon 06431 210 - 130
m.hahn@limburg.ihk.de
www.ihk-limburg.de

**Industrie- und Handelskammer
Offenbach am Main**

Frank Achenbach
Telefon 069 8207 - 241
achenbach@offenbach.ihk.de
www.offenbach.ihk.de

**Industrie- und Handelskammer
Wiesbaden**

Dr. Florian Steidl
Wilhelmstr. 24-26
65183 Wiesbaden
Telefon 0611 1500 - 126
f.steidl@wiesbaden.ihk.de
www.ihk-wiesbaden.de

www.ihk-hessen.de