

02.07.2019

## Antrag

**der Fraktion der CDU und  
der Fraktion der FDP**

**Heimat braucht Handel – vitale Innenstädte für die Zukunft des Einzelhandels in Nordrhein-Westfalen erhalten, den stationären Handel bei seinem Weg ins digitale Zeitalter unterstützen**

### **I. Ausgangslage**

Die Innenstädte der Zukunft werden anders aussehen als sie dies heute tun. Wesentlich ist, dass sie noch immer ihre Funktionen erfüllen können: Innenstädte und Stadtteilzentren sind Mittel- und Anziehungspunkt, Freizeit- und Erlebnisraum, oftmals Verbindung zwischen historischer und moderner Stadtgestaltung und nicht zuletzt bieten sie Versorgungs- und Einkaufsfläche. Sie sind entscheidender Standort für den stationären Einzelhandel. Kommunen wie Handel sind von Veränderungsprozessen betroffen, die sich wechselseitig bedingen und verstärken. Dabei gilt es, die Entwicklungen präzise zu beschreiben, mit Konzepten Antworten zu finden und innovativen Ideen zur Umsetzung zu verhelfen.

Der Einzelhandel ist auf attraktive Innenstädte angewiesen, die Besuchsanreize und Aufenthaltsqualität sichern. Die Attraktivität einer Innenstadt wiederum ist gerade von dem Angebot an Ladengeschäften abhängig, die neben dem reinen Versorgungsinteresse auch für Einkaufserlebnisse stehen.

Geänderte Kundenbedürfnisse und Konzentrationsprozesse im Einzelhandel führen zu einem Wandel, der nur gemeinsam gestaltet werden kann: Wer Innenstadtbesucher einlädt, muss Kunden einladen. Wer Kunden einlädt, muss Besucher einladen. Auch in einer zunehmend digitalisierten Welt hat das analoge Einkaufserlebnis dabei Behauptungschancen – erst recht, wenn online und stationär nicht als Gegensätze begriffen werden, sondern sich ergänzen. Es gilt, die Kommunen dabei zu unterstützen, ihre Innenstädte zu stärken, die Kooperation mit dem Einzelhandel zu befördern und den Handel bei seinem Weg ins digitale Zeitalter zu begleiten.

So groß die Bedeutung des Handels ist, so gravierend sind die Auswirkungen dieses Transformationsprozesses. Nordrhein-Westfalen ist als Standort jedes fünften Einzelhandelsunternehmens und mit den insgesamt über eine Million Beschäftigten im bundesdeutschen Vergleich Handelsstandort Nummer eins. Die NRW-Unternehmen und Beschäftigten in diesem

Datum des Originals: 02.07.2019/Ausgegeben: 02.07.2019

Die Veröffentlichungen des Landtags Nordrhein-Westfalen sind einzeln gegen eine Schutzgebühr beim Archiv des Landtags Nordrhein-Westfalen, 40002 Düsseldorf, Postfach 10 11 43, Telefon (0211) 884 - 2439, zu beziehen. Der kostenfreie Abruf ist auch möglich über das Internet-Angebot des Landtags Nordrhein-Westfalen unter [www.landtag.nrw.de](http://www.landtag.nrw.de)

Segment erwirtschaften mit rund 175 Milliarden Euro etwa ein Drittel des gesamten Einzelhandelsumsatzes.

Die Gesamtbetrachtung zeigt eine positive Entwicklung auf: Der Einzelhandel blickt auf zehn Jahre Umsatzwachstum in Folge zurück. Differenziert man jedoch zwischen stationärem und Online-Handel, so ist der Hauptträger dieses Wachstums deutlich identifizierbar. Während der Online-Handel Wachstumsquoten von jährlich zwischen neun und zehn Prozent aufweist, kann der stationäre Handel nur noch im Lebensmittelbereich ein Wachstum verzeichnen. Das geänderte Kaufverhalten setzt innenstadtypische Handelsformate wie Mode und Elektronik unter Druck. In den Dörfern, Klein- und Mittelstädten ist diese Entwicklung besonders ausgeprägt.

Der bereits heute spürbare Wandel wird sich noch verstärken. Die Bedeutung des Online-Handels wird weiter wachsen: Mehr als zwei Drittel der Konsumenten shoppen mittlerweile online – mit steigender Tendenz.

Trends wie Urbanisierung, demographischer Wandel oder verändertes Freizeit- und Konsumverhalten werden die Einzelhandelslandschaft in Nordrhein-Westfalen in den kommenden Jahren noch weiter verändern. Die Studie „Handelsszenarien Nordrhein-Westfalen 2030“ geht davon aus, dass mit einem deutlichen Rückgang an Geschäften zu rechnen ist: Von den rund 108.000 Einzelhandelsgeschäften im Jahr 2018 werden bis 2030 13.000 bis 20.000 aufgeben. Neben den Folgen für die Unternehmen und ihre Beschäftigten trifft dies auch die Kommunen unmittelbar: Die zu erwartenden Leerstände gefährden die Funktionsfähigkeit und die Entwicklung von Innenstädten. Verödung geht mit weiteren Folgeproblemen einher, die in eine Abwärtsspirale zu münden drohen: Die Attraktivität der Ortskerne nimmt ab, damit bleiben weitere Kunden fern. Die Innenstadt verliert an Attraktivität. Schließlich sind neben dem Einzelhandel weitere Wirtschaftsbereiche wie die Gastronomie betroffen. Wir wollen diese Abwärtsspirale verhindern. Auch der Handel muss sich durch neue Konzepte behaupten und die Innenstädte müssen sich als urbane Räume entfalten können.

Die Herausforderungen sind groß - darin liegen aber auch große Chancen. Beispiele zeigen, dass die Umsetzung innovativer Ideen gelingen kann: Wo heute das klassische Ladenlokal dominiert, steht morgen vielleicht ein Showroom. Wo heute Leerstand zu beklagen ist, kann ein Popup-Store die Lücke füllen. Wo weniger Fläche gebraucht wird, kann Raum für neue Nutzungskonzepte, für Wohnen und Freizeit gewonnen werden.

Gerade die Digitalisierung steht für diese neuen Chancen. Die Online-Welt darf nicht nur als Bedrohung betrachtet, sondern muss als Instrument verstanden werden, mit dem neue Kundenbindungen erreicht werden können. Stationärer und Online-Handel sind dann keine Gegensätze, sondern können sich sinnvoll ergänzen. Multi-Channel-Angebote, also Sichtbarkeit, Vertrieb und Marketing on- wie offline, eröffnen stationären Händlern neue Wege zum Kunden. Digitale Services, die Kundenerwartungen entsprechen, sind Wegbereiter in das Geschäft vor Ort. Findet der Kunde den Weg in den Laden, kann der Handel selbstbewusst mit individueller Fachberatung, kurzen Wegen, erlebbarer Auswahl und dem Shopperlebnis als Freizeitgestaltung punkten.

Das Land stellt wichtige Unterstützungsangebote zur Verfügung. Mit dem Programm „Zukunft des Handels“ stehen Mittel bereit, um kleine und mittelständische Händler bei Digitalisierungsprojekten und damit der Sicherung von Wettbewerbsfähigkeit zu unterstützen. Das Programm hilft, neue Geschäftsfelder zu erschließen und Multi-Channel-Angebote in Kooperation mit Kommunen und lokalen Unternehmen aufzubauen. Darüber hinaus hat die NRW-Koalition mit der Bereitstellung entsprechender Haushaltsmittel ein zusätzliches Beratungs- und Transferangebot ermöglicht. Mit der Einführung von Digitalcoaches für den stationären Einzelhandel

sollen zukünftig Ansprechpartner vor Ort für Digitalisierungsprojekte zur Verfügung stehen. Mit den beiden öffentlich zugänglichen Studien „Handelsszenarien NRW 2030“ und „Digitalisierungsatlas Handel NRW“ stehen zudem Analysen, Handlungsempfehlungen und Praxisbeispiele zur Verfügung, aus denen funktionierende Konzepte abgeleitet werden können.

Damit der Handel die beschriebenen Herausforderungen besser bewältigen kann, brauchen alle Beteiligten die gleichen Spielregeln. Dazu gehören weniger Bürokratie und die Freiheit, neue Geschäftsmodelle erproben zu können.

Die Attraktivität einer Stadt für die Menschen wird in besonderer Weise über die Innenstädte und Ortskerne transportiert. Sie sind zentraler Aufenthaltsort, fügen oftmals historische und moderne Elemente zusammen und verbinden Arbeitsplätze, zentrale Funktionen wie Verwaltung, Bildung und Kultur sowie Freizeit- und Einkaufserlebnisse miteinander. Die Gestaltung der Innenstädte ist deshalb eine zentrale Aufgabe der nordrhein-westfälischen Stadtentwicklungspolitik. Die Kommunen müssen mit den Bürgerinnen und Bürgern sowie ihren Partnern zukunftsfähige und ansprechende Lösungen für die Weiterentwicklung ihrer Fußgängerzonen, Plätze, öffentlichen Räume, Gebäude und Wohnungen entwickeln und umsetzen.

Mit der Landesinitiative „Zukunft. Innenstadt. Nordrhein-Westfalen“, die von Partnern der kommunalen Familie, des Handels, der Wohnungswirtschaft, der Baukultur sowie vom Netzwerk Innenstadt und der Arbeitsgemeinschaft Historische Stadt- und Ortskerne getragen wird, hat die NRW-Koalition sich dieses Ziels angenommen. Zusammen mit den Bündnispartnern arbeitet die Landesregierung daran, die Städtebau- und Wohnungspolitik in den Stadtzentren weiterzuentwickeln, Förderschwerpunkte zur Innenstadtentwicklung auszugestalten sowie Stadt- und Ortskerne zu stärken.

Attraktive Innenstädte sind die Visitenkarte des Einzelhandels. Dabei kommen Faktoren wie Ambiente und Flair sowie Erlebnis und Erreichbarkeit eine wachsende Bedeutung zu. Gemeinden und Städte müssen daher ihre Möglichkeiten nutzen, diesen Rahmen für ihr Einzelhandelsangebot zu schaffen und ihre Rolle als Handelsstandort aktiv gestalten. Eine Blaupause für den Erfolg gibt es dabei nicht - Konzepte müssen die unterschiedlichen Gegebenheiten vor Ort berücksichtigen. Es lassen sich jedoch entscheidende Faktoren benennen:

- Erreichbarkeit: Der Besuch in der Innenstadt beginnt mit dem Vertrauen auf ein gutes Ankommen. Für den Einzelhandel ist die Erreichbarkeit der Stadt- und Ortskerne unverzichtbar. Das gilt für die individuelle Mobilität wie für attraktive und moderne ÖPNV-Angebote.
- Leerstandsmanagement: Leerstehende Ladenlokale sind hinsichtlich ihrer Wirkung auf Ästhetik und Vertrauen möglichst kurz zu haltende Zustände. Die Kommunen müssen das Management von leerstehenden Ladenlokalen verbessern.
- Ambiente: Zur Attraktivität einer Innenstadt gehört eine bestimmte Atmosphäre. Zum positiven Empfinden gehören saubere und sichere Innenstädte.
- Events: Besondere Veranstaltungen und begrenzte Sonntagsöffnungen in Innenstädten sind in der Verbindung von Freizeit- und Shopperlebnissen Frequenz- und damit Chancenbringer. Sie müssen organisatorisch und politisch unterstützt werden.
- Nahversorgung: Dem Lebensmittelhandel kommt eine Schlüsselrolle für lebendige Innenstädte zu. Es gilt, Händler und vor allem die großen Lebensmittelketten zu motivieren, innerstädtische Ladenlokale anzumieten und Innenstadtlagen dem Bau neuer Märkte auf der „grü-

nen Wiese“ vorzuziehen. Die vorhandenen Zielkonflikte zwischen Gewerbe und Wohnen müssen dabei, etwa durch Ausweitung erfolgreicher Versuche zur Lärmreduktion in der Nachtlogistik, entschärft werden.

Je lebenswerter sich Gemeinden und Städte präsentieren, desto attraktiver sind sie für den Einzelhandel. Handel findet dort statt, wo Menschen gerne leben und sich aufhalten. Damit Kunden und Kaufkraft zurück in die Gemeinden und Städte kommen und den lokalen Einzelhandel stärken, bedarf es gemeinsamer Anstrengungen aller Akteure aus Politik, kommunaler Wirtschaftsförderung, dem Einzelhandel sowie deren Interessensgemeinschaften. Die NRW-Koalition leistet ihren Beitrag zur Unterstützung lebendiger Innenstädte und Ortskerne, für eine funktionierende Nahversorgung und Entwicklungschancen für den Einzelhandel.

## II. Beschlussfassung

Der Landtag stellt fest:

- Kommunen und Einzelhandel sind mit Wandlungsprozessen konfrontiert, die sie nur gemeinsam positiv gestalten können. Das Land Nordrhein-Westfalen wird sie dabei unterstützen.
- In Veränderungen liegen auch immer Chancen - es muss darum gehen, den Wandel in seinen Auswirkungen zu erkennen und ihm mit innovativen Konzepten zu begegnen. In den Kommunen wie im Handel gibt es zahlreiche neue Ansätze und innovative Ideen, die als Best-Practice-Beispiele starker Wirkung entfalten und damit für eine optimistische, gestaltungsfreudige Haltung werben können.
- Den digitalen Möglichkeiten kommt die Rolle eines Chancengebers zu: Für den stationären Einzelhandel bieten sich in der Verbindung von Online- und analoger Welt, mit digitalen Services und der Kernkompetenz der Beratung vor Ort, neue Chancen der Kundenbindung. Mit den Programmen des Landes werden die Händlerinnen und Händler bei ihrem Weg ins digitale Zeitalter unterstützt.
- Fairer Wettbewerb nutzt Kunden und dem Handel. Wettbewerbsverzerrende Faktoren zwischen Online- und stationärem Handel müssen auf Anpassungsmöglichkeiten geprüft werden. Vor allem müssen rechtliche und bürokratische Hemmnisse für die Entwicklung des stationären Einzelhandels abgebaut werden.
- Landesparlament und Landesregierung müssen mit den Kommunalen Spitzenverbänden und Vertretern des Handels den Dialog zu den Herausforderungen und Chancen, zu den Handlungsmöglichkeiten und -anforderungen, zur Gestaltung von attraktiven Innenstädten und einem reizvollen Handelsangebot intensivieren.

Der Landtag beauftragt die Landesregierung,

- die bestehenden Programme zur Unterstützung des Einzelhandels konsequent fortzuführen und bei Bedarf auszubauen.
- ihren Einsatz für Strategien gegen eine Verödung von Innenstädten fortzuführen. Dafür sollen die Kommunen bei der Erstellung von integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepten weiterhin beraten werden.

- in Abstimmung mit den Kommunalen Spitzenverbänden und Vertretern des Handels zu prüfen, welche gesetzlichen Veränderungen nötig sind, damit die Kommunen integrierte und passgenaue Konzepte entwickeln können, um Innenstadtlagen für den Handel wieder attraktiver zu machen.
- sich auf Bundes- und EU-Ebene für eine Prüfung einzusetzen, inwieweit Anpassungsbedarf hinsichtlich wettbewerbsverzerrender Faktoren zwischen Online-Handel und stationärem Handel besteht.
- sich auf Bundesebene dafür einzusetzen, dass die Verwaltungsvorschrift Technische Anleitung zum Schutz gegen Lärm (TA-Lärm) hinsichtlich einer Entschärfung der Zielkonflikte zwischen Gewerbe und Wohnen unter Wahrung der Umweltstandards und unter Einbeziehung technischer Innovationen überprüft wird.
- weiterhin Fördermöglichkeiten für Kommunen und Akteure des Einzelhandels im Hinblick auf die Steigerung von Transparenz, effektivem Zugang und Flexibilität zu überprüfen.

Bodo Löttgen  
Matthias Kerkhoff  
Daniel Sieveke  
Thorsten Schick  
Henning Rehbaum  
Fabian Schrumpf  
Oliver Kehrl  
Florian Braun

und Fraktion

Christof Rasche  
Henning Höne  
Ralph Bombis  
Stephen Paul  
Bodo Middeldorf

und Fraktion