GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

Planungsrecht als Bremse für die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel?

Dr. Marcus Faber, Zentraler Immobilien Ausschuss e.V.

Senior Referent Handel, Kommunales, Hotel, Logistik und Bürgerbeteiligung

GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

Worum geht es uns?
Wir brauchen neue Rahmenbedingungen zur Zukunft des Handels in der Stadt.

- **Alte Zielstellung:** lebendige Stadt; Versorgung der Bevölkerung
- **Träger:** stationärer Einzelhandel
- **Mittel:** gesetzliche Regulierung

- **Perspektive 1970:** Nullsummenspiel des stationären Einzelhandels

-> Regulierung greift in den Handel gleichmäßig und nicht diskriminierend ein

GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

Die Rahmenbedingungen haben sich geändert. Die Anforderungen des Handels begründen sich in den Wünschen der Menschen, der Kunden.

Schlecker FOR YOU. VOR ORT.

Verkaufsflächengröße? Ist eine Beschränkung noch zeitgemäß?

dm

Worum geht es uns?
Wir brauchen neue Rahmenbedingungen zur Zukunft des Handels in der Stadt.

- **Intervenierende Variablen** heute:

1. Demografischer Wandel

- Bevölkerung nimmt ab -> **Kaufkraftrückgang**, bei gleichbleibend hohen gesetzlichen Standards

- Bevölkerung wir immobiler -> Anteil Distanzhandel steigt; höherer **Platzbedarf** in der Handelsimmobilie

GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

Die Rahmenbedingungen haben sich geändert. Die Anforderungen des Handels begründen sich in den Wünschen der Menschen, der Kunden.

Available at amazon

Werne: Das neue Gebäude soll 175 mal 550 Meter messen und 100.000 Quadratmeter Lagerfläche bieten.
Das entspricht circa 15 Fußballfeldern.

Sortimentsbeschränkung?
„Was ich in der Stadt nicht finde, dass kaufe ich mit einem Klick sofort online via Smartphone. In einer Stunde ist es bei mir.“

Worum geht es uns?
Wir brauchen neue Rahmenbedingungen zur Zukunft des Handels in der Stadt.

- **Intervenierende Variablen** heute:

2. Veränderung der Kundenwünsche

- Differenzierung der Sortimente -> **Platzbedarf**
- Bequemlichkeit und Qualitätsniveau -> „Einmal hin, alles drin“ vs. „Kobe-Rindfleisch“ -> **Platzbedarf** und Ausdifferenzierung zw. Großflächigkeit und Spezialisten
- Erlebnischarakter -> Eventcharakter, Habtik und Service als Alleinstellungsmerkmal des stat. Handels

Worum geht es uns?
Wir brauchen neue Rahmenbedingungen zur Zukunft des Handels in der Stadt.

- **Intervenierende Variablen** heute:

3. Europäische Integration

- Harmonisierung des Binnenmarkts -> Erschwerung nationaler Sonderwege und Marktzugangsbeschränkungen

Worum geht es uns?
Wir brauchen neue Rahmenbedingungen zur Zukunft des Handels in der Stadt.

- **Intervenierende Variablen** heute:

4. Digitalisierung

- hohe Standards im stationären Handel wirken als wirken als Wettbewerbsnachteil für den neuen Vertriebsweg Distanzhandel

➡ **Regulierung ist kein Nullsummenspiel mehr, sondern Brandbeschleuniger für den stationären Handel und lebendige Innenstädte**

- **Neue Zielstellung** muss daher sein:

➡ **Regulierung als Fitmacher** des stationären Handels und **Unterstützer** der lebendigen Innenstadt

➡ **stat. Handel als Träger gesellschaftlicher Aufgaben**, Bsp: Integration

Folgen für:

Verkaufsflächen, Sortimentsbeschränkungen, Ladenöffnungszeiten

politische Dimension / politisches Verständnis?

GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

- **Unsere Antwort an die Politik**:

ZIA-GCSC-Positionspapier „Zur Zukunft des Handels in der Stadt“

- Beschleunigung und Flexibilisierung des Planungsrechts
- Handelsfreundliche Parkraumbewirtschaftung
- Aktualisierte und flexible Sortimentsbeschränkungen
- flexiblere, maßstäbliche, im Einzelfall größere und damit auf Dauer wettbewerbsfähige Verkaufsflächen
- 10 Sonntagsöffnungen im Jahr

GERMAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS

ZIA Die Immobilienwirtschaft

Die Zukunft

Große und kleine **Handelsimmobilien** verstehen sich mehr denn je als **Motor der Stadtentwicklung**, in dem sie den Menschen Räume erhalten, um Gesellschaft zu leben. Der stationäre Handel, ob in Shopping-Centern, Fachmarktzentren oder Innenstädten, bietet moderne, **vielseitige Marktplätze** der Stadt mit guten Voraussetzungen, Online und Offline erfolgreich zu verbinden.