

Abschlusskonferenz VITAL CITIES, 12. Mai 2006, Berlin

Podiumsdiskussion:

„Stadt und Region - Aufbruch durch Kooperation“

Leitthesen von Lovro Mandac, Vorstandsvorsitzender der Kaufhof Warenhaus AG, Köln, und Vorsitzender des Ausschusses Stadt und Handel des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels, Berlin:

1. Wir brauchen heute mehr denn je die Stadt. Die Stadt ist die verbindende und stärkende Keimzelle für Wohnen, Arbeiten, Versorgung und Freizeit. Sie ist nicht nur bauliches Ensemble sondern auch soziales Modell.
2. Die Stadt ist Impulsgeber und Drehscheibe für die Region. Die Europäische Stadt ist ein Kulturgut, dessen gemeinsamer Schutz und Pflege in privatem und öffentlichem Interesse liegt. Für den Einzelhandel müssen die Standorte mit den größten Synergien für Stadt und Region bereitgestellt werden. Dies kann nur gelingen, wenn die Ansiedlungsbedingungen für die Innenstädte entscheidend verbessert werden.
3. Der Kunde lässt sich in seiner Mobilität durch Stadtgrenzen nicht eingrenzen. Regionale und intelligente Kooperationen werden daher zum Erfolgsfaktor im wachsenden Wettbewerb der Regionen.
4. Im Zeichen der wachsenden Globalisierung der Mobilität ist die regionale Kooperation ein wichtiges Instrument zur Schärfung des Standort- und Regionenprofils. Die Kooperation von privaten und öffentlichen Partnern (PPP) ist eine ideale und tragfähige Basis zur Schaffung einer win-win-Situation für alle Beteiligten in Stadt und Region. Zur funktionalen Weiterentwicklung der Städte und ihrer Zentren bedarf es des regionalen Konsenses hinsichtlich der Ansiedlung bzw. der Erweiterung großflächiger Handelsbetriebe. Das schafft auch die Grundlage für klare und verbindliche Investitionsrahmen.
5. Entstehende Lücken oder Schwachstellen im Branchen-Mix sind durch ein flexibles und unbürokratisches Leerstandsmanagement abzubauen.
6. Die Qualität eines innerstädtischen Standortes wirkt sich direkt auf den Wert der Immobilien aus. Daher müssen in Kooperationen in Stadt-, Immobilien- oder Standortgemeinschaften die Eigentümer ihre Eigenverantwortung für das Aufenthalts- und Angebotsniveau der Stadt einbringen. Der Staat muss die Rahmenbedingungen für solche Initiativen verbessern, um sog. Trittbrettfahrer zu verhindern.
7. Der Shopping-Tourismus zählt zu den noch nicht ausgeschöpften Kooperationsfeldern einer Private-Public-Partnership. Die Gewinnung von Tages- oder Wochenend-Touristen sowie die kooperative Aktivierung und Realisierung eines regionalen, überregionalen und internationalen Shopping-Tourismus sind wichtige Impulse für die Erhöhung der Frequenzen in Stadt und Region. Um die Potenziale auch wirtschaftlich und infrastrukturell zu nutzen, müssen die Rahmenbedingungen der Innenstädte internationalen Ansprüchen und Erwartungen entsprechen. Dies betrifft zum Beispiel liberale und lebensstil-orientierte Ladenöffnungszeiten.

EUROPÄISCHE CHARTA „NETZWERK VITAL CITIES“
EUROPEAN CHARTER "NETWORK OF VITAL CITIES"



INTERREG III B CADSES



Europäische Charta „Netzwerk VITAL CITIES“

Die Europäische Union verfolgt mit der Lissabon-Strategie das Ziel, ein Vorbild für den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Fortschritt zu werden. Die Mobilisierung von Wirtschaftspotenzialen in den europäischen Regionen und Städten wird hierzu einen wesentlichen Beitrag leisten. Wir messen hierbei dem Einzelhandel eine hervorgehobene Bedeutung bei.

Wir begrüßen das Bestreben der für Raumentwicklung zuständigen Minister der EU-Mitgliedstaaten zur Fortentwicklung der Lissabon-Strategie um eine territoriale Dimension. Die tragende Rolle des Einzelhandels als ein wichtiger Impulsgeber für eine ausgewogene räumliche Entwicklung sollte Bestandteil dieser territorialen Agenda werden. Dort, wo der Handel dynamisch ist, entwickeln sich kraftvolle Metropolen und Regionalzentren, die auf das Umland ausstrahlen können und so die Partnerschaft zwischen Stadt und Land fördern. Weder die Wirtschaft, noch die Politik allein können eine solche Entwicklung gewährleisten. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der Kooperation aller Akteure.

Insbesondere in den mittel- und osteuropäischen Mitgliedstaaten ist auch in den kommenden Jahren mit einer hohen Wachstumsdynamik des Handels zu rechnen. Aber auch in den übrigen Mitgliedstaaten ist der Handel auf der Suche nach neuen Konzepten und erlebnisorientierten Vertriebsformen, mit denen er den Kundenwünschen stärker als bisher gerecht werden kann. Die Verbreitung von Einkaufszentren wird deshalb weiter anhalten und auch die Tendenz zur Internationalisierung des Einzelhandels wird sich weiter fortsetzen.

So wie die Trends der Handelsentwicklung international sind, bedarf es einer internationalen Vernetzung der Akteure, sowohl der Regionen und Städte, als auch der Einzelhandelsunternehmen. Nach unserer Überzeugung ist es nicht Aufgabe der Politik, in diese Trends einzugreifen. Es stellt sich aber die Frage, an welchen Standorten der vorskizzierte Strukturwandel des Einzelhandels mit seinen neuen Betriebsformen regional und städtebaulich verträglich vollzogen werden kann. Hier muss die Politik eine räumliche Orientierung vorgeben. Die Städte können ihre Funktion der Stärkung der Regionen am besten dann wahrnehmen, wenn die für die weitere Entwicklung des Einzelhandels erforderlichen Flächen innerhalb der Städte zur Verfügung gestellt werden.

Wir erachten eine größere Verantwortung der Regionen und Gemeinden sowie Nicht-Regierungsorganisationen wie Handelskammern und Einzelhandelsverbänden für erforderlich. Regionen, Kommunen, Einzelhändler sowie Wirtschaftsverbände haben ein veritables Interesse an einer raumverträglichen Ansiedlung des Einzelhandels. Teilweise fehlt es jedoch an dem hierzu erforderlichen Steuerungsinstrumentarium. Die Instrumente müssen modernen Anforderungen angepasst und ergänzt werden. Unter Wahrung der in den einzelnen Staaten bestehenden Planungskultur und der jeweils vorhanden rechtlichen Struktur der räumlichen Planung bedarf es neuer Konzepte, die auf die Kooperation aller Beteiligten ausgerichtet sind. Ziel muss es sein, den regionalen und kommunalen Kräften vor Ort mehr Flexibilität einzuräumen und gleichzeitig mehr Verantwortung zu übertragen.

Ein Weg kann hierfür die Pflicht zur Erstellung von verbindlichen intergemeindlichen Einzelhandelskonzepten sein, die die Gemeinden gemeinsam mit Nicht-Regierungsorganisationen wie Handelskammern und Einzelhandelsverbänden zu erarbeiten haben. Angebote der Wirtschaft, sich in den Aushandlungsprozess einzubringen, sollten angenommen werden. Der Aufstellungsprozess solcher Einzelhandelskonzepte sollte durch die regionale Ebene begleitet und überwacht werden. Einzelhandelsvorhaben sollten nur dann an räumlich nicht integrierten Standorten realisiert werden können, wenn die jeweilige Gemeinde nachweisen kann, dass kein besser geeigneter Standort zur Verfügung steht.

Dieser Prozess wird zu einer Stärkung der kommunalen Selbstverwaltung, zu einer Intensivierung der interkommunalen Zusammenarbeit sowie zu einer größeren Einbeziehung des Einzelhandels in die städtebauliche und raumordnerische Entwicklung führen. Und nicht zuletzt wird auch der territoriale Zusammenhalt in Europa durch diesen Prozess gestärkt.

Unterzeichnet in Berlin am 12. Mai 2006

European Charter "Network of VITAL CITIES"

With the Lisbon strategy, the European Union pursues the objective of becoming an example of economic, social and ecological progress. The mobilisation of the economic potential in the European regions and cities will be a major contribution to the attainment of this objective. We regard retailing as having outstanding significance in this respect.

We welcome the endeavours of the ministers of the EU Member States responsible for planning to augment the Lisbon strategy further by a territorial dimension. This agenda will include the crucial role played by retailing as an important motive force for balanced planning development. Where trading is strong, dynamic cities and regional centres develop, radiating life to their surrounding areas and sustaining the partnership between town and country. Neither business nor politics alone can guarantee such a development. The key to success lies in the co-operation between all players.

In the Central and Eastern European Member States, in particular, high rates of trade growth are expected to continue in the coming years. Retailing in the other Member States is also seeking new concepts and forms of entertainment retailing more in tune with the wishes of the customer than before. Shopping centres will therefore continue to multiply and the trend to internationalisation will continue.

Parallel to the international trend in retailing, an international network of regions, cities and retailers is also required. We are convinced that it is not the function of politics to intervene in these trends. The question arises, however, where the changing structure of retailing just described should be carried into effect. Where retailers can implement their new sales' forms in a manner tolerable from the point of view of regional and urban planning, is a political decision. Politics must provide planning orientation in this respect. The cities can best exercise their function of strengthening the regions if the space required for the further development of retailing is provided within them.

We believe that the undertaking of greater responsibility on the part of the regions, communities and non-governmental organisations such as chambers of commerce and retailers' associations is required. Regions, communities, retailers and business associations have a genuine interest in the location of retailing where proper planning indicates. However, the necessary incentive mechanisms are often lacking. These mechanisms must be adapted and supplemented in accordance with modern requirements. New concepts, aimed at co-operation between the parties concerned, while respecting the existing planning culture of individual states and the legal planning structures, are required. The aim must be that regions and communities are granted greater local flexibility while undertaking greater responsibility.

The obligation to establish binding retailing concepts on an inter-community basis, prepared by the communities in co-operation with non-governmental organisations such as chambers of commerce and retailers' associations, may be one way forward. Offers from the business community to contribute to this process should be accepted. The preparation of such retailing concepts should be assisted and monitored at regional level. Retail projects should then be established in locations not integrated into the planning process only if the community concerned can prove that no more suitable location is available.

This process will lead to a strengthening of community self-administration, intensification of inter-community co-operation and increased integration of retailers in urban and regional development planning. Not least, the territorial cohesion within Europe will be strengthened.

Signed in Berlin, May 12th 2006