

Einkaufen mittendrin – Steuerungsinstrumente und Umsetzungsstrategien – Stichworte zum Referat Hermann Vogler

Markt - Stadt- Region

Märkte waren vielfach der Anfang für Stadtgründungen. Auch heute ist der Einzelhandel Partner einer nachhaltigen Orts- und Stadtentwicklung. Er macht Stadtqualität, bringt Frequenz, weckt städtisches Leben, macht neugierig.

Aber nur dann, wenn Städte und Gemeinden ihre Planungshoheit ausschöpfen und dem Markt nicht nur freien Lauf lassen.

Steuerungsinstrumente und Umsetzungsstrategien für eine erfolgreiche Partnerschaft zwischen Städte und Gemeinden und dem Einzelhandel bauen auf drei Ansätzen auf:

- Wie entwickelt sich der Markt mit Angebot und Nachfrage von den Einkaufszentren und Discountern bis zum Hofladen und welche Folgen hat das?
- Was wollen wir, was heißt nachhaltige Nahversorgung.
- Welche Spielräume, Instrumente und Initiativen haben wir und sind wir bereit, diese im Sinn der sozialen Marktwirtschaft einzusetzen.

Ravensburg und die Region

Der tägliche Lebensraum ist längst die **Region** – Wohnen, Arbeiten, Schule und Bildung, Einkaufen, Kultur, Sport, Freizeit und Gesundheit in zumutbarer Entfernung, mit Bus, Bahn und Auto angemessen zu erreichen

Einkaufen mittendrin – mittendrin das sind in der der Region Bodensee-Oberschwaben 640.000 Einwohner in 87 Städten und Gemeinden der Landkreise Bodenseekreis, Ravensburg und Sigmaringen.

- **Ländliche Gebiete**, die noch von der Landwirtschaft geprägt sind –von der Milchwirtschaft im Allgäu bis zum Obstbau in der Bodenseeregion. Eine Kulturlandschaft mit größeren und kleinen Gemeinden, Ortslagen und Weilern. Auch hier hat sich die traditionelle Nahversorgung mit Lebensmitteln und Dienstleistungen auf größere Einheiten und Einzugsgebiete zurück gezogen. Vielfach sind aber vor Ort auch neue Angebote von Bäckereien, Metzgereien bis zu Hofläden entstanden. Es gibt dort noch und wieder lebendige Dorfgemeinschaften, Vereine und kirchliche Gruppen. Aber junge Menschen sind mobil und orientieren sich in Ihrer Freizeit und beim Einkaufen auf die Stadt.
- Geprägt wird die Region von lebendigen **Klein- und Mittelstädten** wie Sigmaringen, Bad Saulgau, Pfullendorf, Überlingen, Bad Waldsee, Wangen, Leutkirch oder Isny - mit vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten für die kurz- und mittelfristige Nachfrage
- **Ravensburg** als geografische Mitte bildet zusammen mit Weingarten und Friedrichshafen sowie Markdorf und Tettnang das gemeinsame **Oberzentrum** der Region - mit 200.000 Einwohnern und 120.000 Arbeitsplätzen im engeren Umfeld der Stadtregion und etwa 400.000 Einwohnern im Einzugsgebiet - eine bevorzugte Wirtschaftsregion mit anhaltend niedriger Arbeitslosigkeit - Dank einem vielseitigen Mix an Branchen in der Industrie, im Handwerk und bei den Dienstleistungen.

Leben in der Region heißt Verstädterung der Lebensformen und der Ansprüche an den Alltag - Leben auf dem Land mit Erwartungen an eine Stadt. Das gilt auch für Einkaufs- und Essgewohnheiten.

Nachhaltige Kommunalpolitik in Ravensburg verlangt auch bei den Entscheidungen zum Einzelhandel regionales Bewusstsein und gegenseitige Rücksichtnahme.

Einkaufen mittendrin in der Innenstadt Ravensburg

Ravensburg ist eine **Stadt der kurzen Wege** mit hoher Erlebnisdichte. Denkmalpflege, gute Architektur und Schönheit der Altstadt erleben wir als wirtschaftlichen Standortvorteil. Die Altstadt als das "pulsierende Herz der Region" ist eine spannende Mischung von Konsum, Kultur, Begegnung und gesellschaftlichen Impulsen im Wechsel der Jahreszeiten. Trotz Mobilität, Multimedia und Internet wollen die Menschen das direkte Erlebnis, sie wollen "sehen, riechen, fühlen".

Die Ravensburger Altstadt und Innenstadt ist **traditionelle Einkaufsstadt** der Region mit einem durchschnittlichen Kaufkraftindex bei etwa 200, mit über 300 Einzelhandelsbetrieben in der Altstadt, davon ca. 65 % inhabergeführt, mit vielseitigen Facheinzelhandel und vergleichsweise geringer Filialisierung.

Am Stadtrand liegen wie in vergleichbaren Städten Einzelhandelsgroßprojekte – Möbel, Baumärkte und Gartenmärkte – überwiegend in integrierten Lagen.

Kultur ist neben dem Einzelhandel zunehmend die zweite Säule der lebendigen Innenstadt. Etwa mit dem Museumsquartier in der Oberstadt mit vier neuen Museen – Museum Humpis-Quartier, seit 2009, Museum der Ravensburger AG ab 2010, Kunstmuseum – Sammlung Selinka und Sparkassenmuseum ab 2012.

Das Einkaufsprofil der Ravensburger Innenstadt ist neben der Versorgung der Erlebniseinkauf und das Erleben der "ganzen Stadt" – "Einkaufen kann man überall, warum gerade in Ravensburg"?

Eine solche Innenstadt ist eine **tägliche Gratwanderung** zwischen Markt und Planung, Eingreifen und Laufenlassen, zu Wenig und zu Viel, kurzfristigem Gewinn und nachhaltigem Ertrag.

Es braucht gemeinsame Visionen und das Aushandeln im Alltag.

Es geht darum die kommunale **Planungshoheit** mit der Dynamik des Marktes im Einzelhandel nachhaltig zu kombinieren.

Seit über 20 Jahren gibt es in Ravensburg keine Genehmigung für Einzelhandelsgroßprojekte auf der "**Grünen Wiese**" mit Schlüsselsortimenten der Innenstadt und keine factory outlets – "Einkaufen mitten drin".

"Der Ravensburger Weg" mit Wirtschaft, Politik und Verwaltung

1988 haben die Vertreter der Betriebe in der Innenstadt mit dem Gemeinderat und der Verwaltung heftig um den künftigen Weg der Stadtentwicklung gerungen. Ein Ergebnis war der Zusammenschluss des Einzelhandels und der Dienstleistungen in der Innenstadt zum "Wirtschaftsforum Pro Ravensburg (Wifo)".

Wirtschaft, Politik und Verwaltung haben sich damals konsequent für den "**Ravensburger Weg**" entschieden: Die Innenstadt als lebendige Mitte der Stadt für Wohnen, Einkaufen und Kultur, für Dienstleistungen und Stadterlebnis – "drinnen vor draußen".

Nach 7 Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit kam es 1995 zur Gründung des gemeinsamen Unternehmens "**Initiative Ravensburg**":

Gemeinsames Marketing für die Innenstadt, Meinungsaustausch zur Stadtentwicklung - Programm, Personal und Budget für die Projekte

Die Erfahrungen aus dem gemeinsamen Stadtmarketing in der Innenstadt haben wir in Ravensburg inzwischen auch auf die Nahversorgung übertragen.

Wo wir heute sind – das hat sich schrittweise entwickelt.

Es gibt keine Patentrezepte. Es geht darum mit einem Leitbild, mit Gespür und fehlerfreundlich in Schritten vorzugehen. Jede Stadt hat ihre eigenen Bedingungen, ihre eigene "Stadtkultur".

Das Einzelhandelskonzept für Ravensburg 2009

Die zweite Fortschreibung des Einzelkonzeptes der Stadt Ravensburg enthält folgende Schwerpunkte:

- **Gesamtkonzept** für die Kernstadt und die Ortschaften als Gestaltungsrahmen und als Begründungs- und Abwägungsunterlage für Stadtentwicklung und Bauleitplanung
- **Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt** mit verbindlicher Abgrenzung für **zentren-relevante** Sortimente (Ravensburger Liste) – Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs gegen die Abwanderung solcher Sortimente an den Stadtrand. Integrierte Lagen werden planungs- und baurechtlich verbindlich festgelegt.

Rechtliche Grundlagen:

Mit der Novellierung des BauGB 2007 wurde im § 1 (6) Nr. 4 der Belang "der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" neu aufgenommen.

Mit dem ebenfalls neu aufgenommenen § 9 (2a) BauGB besteht die Möglichkeit die Zulässigkeit bestimmter Arten von Nutzungen zu regeln, um die Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sicherzustellen. Dabei sind gemäß § 1 (6) 11 BauGB die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes zu berücksichtigen.

- **nicht zentren-relevante Sortimente** auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs – aber auch am Stadtrand nur **in integrierten** Lagen – zum Schutz gegen "Staubsauger-Wirkung" auf das Umland.
- **6 Nahversorgungsbereiche**, die für das unmittelbare Umfeld die Nahversorgung übernehmen – mit ca. 5 bis 12 Geschäften und Dienstleistern.
Keine verbindliche Abgrenzung aber als Orientierung für planungsrechtliche Konsequenzen im Umfeld – auch zur Abwehr, damit der "Markt-Effekt" der wenigen Anbieter erhalten bleibt.
- **Einzelstandorte** Bäckereien, Metzgereien mit Ergänzungsangebot und auch Tankstellen.

Eine Konsequenz aus dem Einzelhandelskonzept ist die weitere **Überarbeitung der Gewerbegebiete** – Umstellung der Bebauungspläne und Überprüfung anhand der 3 Entwicklungskonzepte für Einzelhandel, Gewerbeentwicklung und für Vergnügungsstätten.

Ein **regionales Einzelhandelskonzept** hat der Regionalverband in Zusammenarbeit mit IHK Bodensee-Oberschwaben 2009 vorgelegt. Es enthält Regelungen und Ziele für Einzelhandelsgroßprojekte die dann in die Fortschreibung des Regionalplans übernommen werden - außerdem Grundsätze für die verbrauchernahe Versorgung in der Region. Aber: eine Abstimmung untereinander ist nur mit guter Nachbarschaft und in offener Zusammenarbeit zwischen den verantwortlichen Kommunalpolitikern in der Region erfolgreich.

Nahversorgung in den Stadtteilen und im Umland

Was gehört zur Nahversorgung?

Lebensmittel; Kindergarten und wenn möglich Grundschule;
Allgemeinarzt; Friseur und Drogeriewaren; Busanschluss; lebendige Gemeinschaft vor Ort - .Kirchengemeinde, Vereine, evtl. Ortsverwaltung

Nahversorgung sichern heißt mehr denn je, **aktive Ortsentwicklung**
In Ravensburg werden auch kleinere Bebauungspläne für Wohnen nur noch dort aufgestellt, wo ein Mindestangebot für die Nahversorgung mit Lebensmittel, Busanschluss und nach Möglichkeit mit Kindergarten Chancen hat. Und wo die Flächen möglichst im Eigentum bzw. in Verfügung der Stadt sind .

Mit Abwehrinstrumenten der Bauleit- und Bauplanung allein lässt sich aber die Nahversorgung nicht sicher stellen – sonst bleibt sie ein frommer Wunsch auf geduldigem Papier.

So wie beim Stadtmarketing für die Innenstadt betreibt die Wirtschaftsförderung auch für die Nahversorgung **Initiativen und Aktionen:**

- Regelmäßige Besprechungen mit den Geschäftsinhabern vor Ort – auch darüber ob und wie ein Lebensmittelmarkt mit 800 m² angesiedelt werden soll oder nicht.
- Gemeinsame Werbeaktionen
- Unterstützung bei der Vermietung von Ladenflächen und Vermittlung von Immobilien
- Kombination mit lokaler Gewerbeschau in den Ortschaften
- Geschenkgutscheine für Repräsentation der Ortsverwaltungen - bezogen auf den Einzelhandel und Dienstleistungen vor Ort.

Impulse mit Lebensmitteln aus der Region

Die Vielfalt an Berufen und Bildungsherkunft in der Region bedeutet Vielfalt an Nachfrage, an kulturellen und gesellschaftlichen Interessen – bringt die Bereitschaft mit sich, **neue Wege** mitzugehen beim Umwelt- und Klimaschutz, aber auch bei Lebensmittelversorgung.

Ravensburg ist **ökologische Modellstadt** seit 1996 und **europäische Energieeffizienzstadt** seit 2008.

Ravensburg fördert seit Jahren mit Nachdruck das Interesse an regionalen Produkten aus der Landwirtschaftsregion Bodensee-Oberschwaben. Wir informieren über den Zusammenhang von Landwirtschaft und ländliche Kulturlandschaft.

Ravensburg als Einkaufsstadt mitten in einer großen Landwirtschaftsregion geht neue Wege in der **Partnerschaft Stadt-Land**

- Der **Grüne Pfad** auf der Oberschwabenschau mit jährlich im Oktober mit bis zu 90.000 Besuchern aus der Region,
- **Biomesse** mit den Biohöfen aus der Region mitten in der Altstadt jedes Jahr im September.
- **Bauernmarkt Ravensburg** mitten im Zentrum seit 1993, mit Lebensmitteln aus der Region, aus integriertem und biologischem Anbau.
- Auseinandersetzung mit **Grüner Gentechnik**
Solidarität mit den Landwirten in der Region
- **Hofläden** rund um die Stadt in der Region, **Saisonverkauf** von Früchten in der Stadtmitte.
- **Fair Trade** – Zusammenarbeit mit einem Großhandelsunternehmen in Ravensburg mit deutschlandweiter Versorgung.
Über 30 Initiativen engagieren sich im Agenda Arbeitskreis "Eine Welt" in Ravensburg, sie machen den Zusammenhang zwischen der Region und der Welternährung bewusst.

Nahversorgung vor Ort in den Stadtteilen und "auf dem Land" setzt bewusstes Einkaufen mit Bindungen voraus. Es braucht positive Beziehungen und Emotionen zur örtlichen Gemeinschaft.

Aktuelle regionale Projekte zur Nahversorgung

Die "**Pro Regio**" – Gesellschaft zur Landschafts- und Regionalentwicklung" und "**Plenum**" im Landkreis Ravensburg: kümmern sich auch um die Nahversorgung mit Lebensmitteln aus der Region und sehen im Dorfladen den Mittelpunkt und den Ort für Begegnung.

Zwei Dorfläden im Allgäu wurden auf genossenschaftlicher Basis wieder eröffnet. "Plenum" hat das Betreiberkonzept mitfinanziert und Verbindungen hergestellt zwischen Erzeugern, Verarbeiten und Lieferanten von regionalen Produkten.

Im Dreiländereck gibt es ein **Interregprojekt mit 6 Gemeinden** zur Sicherung bzw. zur Neuentwicklung der Nahversorgung vor Ort.

Die Gemeinden mussten sich bewerben, sie wurden auf der Basis des regionalen Einzelhandelskonzeptes ausgewählt.

"Pro Regio" hat zusammen mit der **Schule für Gestaltung** in Ravensburg für mehrere Dorfläden die Konzeption entwickelt: wie regionale Produkte in den Läden präsentiert und wie das Kundeninteresse auf die regionale Herkunft gelenkt werden kann.

Außerdem wird ein **Logistiksystem** für regionale Produkte zusammen mit dem Berufsbildungswerk Adolf-Aich in Ravensburg aufgebaut – Warenlager, Bestellwesen und Lieferung. Kontrollierbare Qualitätskriterien wurden entwickelt. Lebensmitteläden und Gastronomie sollen verlässlich mit Lebensmitteln aus der Region beliefert werden – Erfahrungen aus Vorarlberg haben uns geholfen.

Die Oberschwäbischen Werkstätten für Behinderte betreiben in der Stadtregion Ravensburg Weingarten zwei **Cap-Märkte** und zwei Kaffeeröstereien.

Der Name leitet sich vom Handicap ab. Cap-Märkte sind eine Supermarktkette mit 72 Märkten in Deutschland mit einem integrativen Konzept – mit 900 Mitarbeitern davon 550 mit Behinderungen.

Die Märkte sind im Ortskern angesiedelt, sie sollen geeignete Arbeitsplätze außerhalb der Werkstatt, auf dem ersten Arbeitsmarkt – für Menschen mit geistiger, psychischer oder körperlicher Behinderung bieten.

Die Märkte sollen in der Nahversorgung mit Versorgungslücken auf kurzem Wege schließen. Sie sind ganz bewusst keine Konkurrenz zu den üblichen Lebensmittelmärkten.

Cap-Märkte sind eine sinnvolle und effiziente Methode um die **Integration** für Menschen mit Behinderung in die Gesellschaft zu ermöglichen, geben Sinn und Anerkennung und das Gefühl gebraucht zu werden.

Das Cap-Markt Konzept wurde im bundesweiten Projekt "**Land der Ideen**" von Bundespräsidenten zum ausgewählten 2008 als einer der Orte ausgezeichnet.

Nahversorgung braucht Engagement und heißt Ideen freien Lauf lassen, Initiativen nachhaltig unterstützen und sich in das regionale Netzwerk des Einzelhandels einfügen – "Einkaufen mitten drin".

- Kurzreferat (Stichworte) bei der Tagung des Wirtschaftsministeriums und des Einzelhandelsverbandes Baden-Württemberg e. V. am 08. März 2010 – "Der Nahversorgung eine Chance"

Hermann Vogler

Oberbürgermeister Stadt Ravensburg
Verbandsvorsitzender des Regionalverbandes