

1
2
3 **Für eine wohnortnahe Versorgung, lebendige Ortskerne**
4 **und ein starkes Gemeinwesen!**
5

6 **Resolution zum Beschluss auf der Kreismitgliederversammlung von B90/Grüne Saarbrücken am 14.**
7 **Juni 2016**
8

9 **Einbringer: Kreisvorstand**
10
11
12

13 Leerstand, Stillstand, schleichende Verödung der Einzelhandelslandschaft – das sind Schlagworte,
14 die nicht nur die Situation des Ortskerns von Saarbrücken-Dudweiler beschreiben. Es ist eine
15 Entwicklung, die deutschlandweit zu erkennen ist – sei es in den Vororten größerer Städte oder
16 aber in Städten und Dörfern des ländlichen Raums.
17

18 **Der Wandel im Einzelhandel – vom Ortskern an den Ortsrand**
19

20 Was die Bürgerinnen und Bürger vor Ort schon lange spüren, ist auch empirisch belegt: Nach
21 Angaben des Eurohandelsinstituts (EHI) ist die Zahl der Verkaufsstellen zwischen 1966 und 2013
22 um fast 75 Prozent von ca. 150 000 auf 38 600 gesunken. Damit geht eine erhebliche Zunahme
23 der durchschnittlichen Verkaufsfläche der verbleibenden Geschäfte einher. In Gewerbegebieten
24 oder am Ortsrand entstehen häufig großflächige Märkte auf der „grünen Wiese“. Dies führt bei
25 gleichbleibender Kaufkraft dazu, dass viele Geschäfte in Ortskernen wie Lebensmittelmärkte,
26 Bäckereien, Metzgereien, Bekleidungsgeschäfte, Elektrofachhandel etc. aufgeben müssen. Diese
27 Verlagerung hat auch Auswirkungen auf die Qualität der Arbeitsplätze, denn sie geht in vielen
28 Fällen zu Lasten guter Arbeit.
29

30 Diese deutschland- und nicht zuletzt saarlandweit zu beobachtende Situation ist in der
31 Landeshauptstadt Saarbrücken noch ausgeprägter als im bundesdeutschen Schnitt: Die
32 Untersuchung zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Saarbrücken aus
33 dem letzten Jahr hat gezeigt, dass die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in Saarbrücken
34 mit 340 qm deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 qm liegt. Fast die Hälfte der
35 gesamtstädtischen Verkaufsfläche liegt in städtebaulich nicht integrierten Lagen und zwei Drittel
36 der Verkaufsfläche entfällt auf großflächige Einzelhandelsbetriebe.
37

38 **Verödung der Ortskerne ist ein soziales Problem**
39

40 Wir Grüne im Kreisverband Saarbrücken sehen diesen Wandel im Einzelhandel mit großer Sorge.
41 Da wo früher Fach- und Einzelhandel mit inhabergeführten Geschäften angesiedelt war, breitet
42 sich Leerstand aus. Im Ergebnis veröden die Ortskerne und mit ihnen das gesellschaftliche Leben
43 im Ort. Denn als Folge der Aufgabe von Geschäften müssen häufig auch gastronomische
44 Angebote und Freizeitangebote schließen. Das Leben im Ort stirbt aus, das Gemeinwesen leidet,

45 der gesellschaftliche Zusammenhalt vor Ort droht zurückzugehen. Der Strukturwandel des
46 Einzelhandels ist deshalb auch ein soziales Problem.

47

48 Dies gilt umso mehr, weil die Verlagerung des Angebots vom Ortskern an den Ortsrand dazu führt,
49 dass eine wohnortnahe Versorgung für viele Menschen schwierig bis unmöglich wird. Hierzu hat
50 das Thünen-Institut im Jahr 2013 berechnet, dass die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland mehr
51 als 1 km zum nächsten Lebensmittelmarkt zurücklegen muss. In den ländlichen Kreistypen ist die
52 Situation noch schlechter: Zwei Drittel der Menschen haben hier kein Lebensmittelangebot im
53 Umkreis von 1 km. In Saarbrücken weisen laut des jüngsten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes
54 die Stadtbezirke West, Dudweiler und Halberg Versorgungsdefizite auf. All das zeigt: Menschen,
55 die nicht mobil sind, weil sie sich kein Auto leisten können oder kein Auto mehr fahren können,
56 haben erhebliche Schwierigkeiten, sich selbst zu versorgen. Dies betrifft insbesondere
57 ältere Menschen mit häufig eingeschränkter Mobilität.

58

59 **Der Wandel im Einzelhandel schafft ökologische Probleme**

60

61 Die Entwicklung im Einzelhandel ist deshalb nicht nur ein soziales, sondern auch ein ökologisches
62 Problem. Sie zwingt die Menschen in das Auto, um ihre täglichen Einkäufe erledigen zu können.
63 Darüber hinaus geht mit ihr ein immenser Flächenverbrauch einher. In Deutschland werden täglich
64 jeden Tag ca. 70 ha für Gewerbe-, Siedlungs- und Infrastrukturmaßnahmen verbraucht; das
65 entspricht einer Fläche von rund 100 Fußballfeldern täglich.

66

67 **Der Verbraucher allein kann es nicht richten**

68

69 Wir Grüne wollen durch Kampagnen das Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger dafür schärfen,
70 dass die vorhandenen Einzelhandelsangebote vor Ort wertvoll sind und es zur Erhaltung der
71 gewachsenen Strukturen wichtig ist, die Einzelhändler vor Ort zu stärken. Alleine das
72 Einkaufsverhalten der Verbraucher kann die Probleme aber nicht lösen. Für lebendige Ortskerne
73 sind die Kommunen, das Land über die Landesplanung und die regionale Wirtschaftsförderung
74 sowie ferner auch die Politik auf Bundesebene gefragt. Sie müssen die Rahmenbedingungen
75 schaffen, die ein Wachsen und Gedeihen des regionalen Einzelhandels ermöglichen.

76

77 **Einzelhandelsplanung gesamtgesellschaftlich denken**

78

79 Die konkrete planungsrechtliche Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandel liegt in kommunaler
80 Hand. Das impliziert, dass die Kommunen untereinander um Ansiedlungsinteressenten
81 konkurrieren. Dieser Wettbewerb wirkt sich auf den beschriebenen Wandel der
82 Einzelhandelslandschaft verschärfend aus. Auch wenn es besser für alle Kommunen wäre, auf
83 eine Ansiedlung am Ortsrand zu verzichten, um das eigene Ortszentrum nicht zu schwächen,
84 scheint es für die einzelne Kommune am besten, die Ansiedlung auf eigenem Gebiet zuzulassen,
85 wenn sie nicht sicher sein kann, dass auch die Nachbarkommune eine Ansiedlung unterlassen
86 wird. Denn die negativen Auswirkungen auf die benachbarten Kommunen und deren Ortszentren
87 werden bei der Entscheidung über die Ansiedlung auf dem eigenen Gemeindegebiet
88 vernachlässigt. Eine sinnvolle Steuerung und Planung von Einzelhandelsansiedlungen muss daher
89 überregional und kooperativ sein.

90

91 **Bund, Land und Kommunen sind gefragt**

92

93 Wir Grüne begrüßen das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Saarbrücken.
94 Es kann eine Orientierung bei der Planung darstellen, um Neuvorhaben, Erweiterungen oder
95 Umnutzungen von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und gesamtstädtischen Kontext
96 zu stellen. Aus Sicht der Grünen im Kreisverband Saarbrücken ist die Beschränkung der
97 Betrachtung auf den Raum der Stadt Saarbrücken aus den beschriebenen Gründen aber nicht
98 hinreichend.

99

100 Vor diesem Hintergrund ist es positiv, dass auch der Regionalverband nun ein Einzelhandels- und
101 Zentrenkonzept erstellen lässt. Da sich dieses aber auf den Raum des Regionalverbands ohne
102 Saarbrücken bezieht, müssen die beiden Konzepte aus Sicht der Grünen im Kreisverband
103 Saarbrücken zwingend miteinander verschränkt werden und sich in einer gemeinsamen
104 Flächennutzungsplanung für den gesamten Regionalverband widerspiegeln. Diese Planung muss
105 aus unserer Sicht auf verbesserte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel vor Ort hinwirken.
106 Hierzu gehört auch eine Berücksichtigung im Landesentwicklungsplan.

107

108 Neben einer Planung, die auf eine Stärkung der Ortskerne ausgerichtet ist, muss das Land auch
109 eine attraktive Förderung für Maßnahmen gegen eine Verödung der Ortskerne bereitstellen. Die
110 vorhandene Förderung geht fehl. So werden bestehende Förderprogramme des Landes, die auf
111 eine nachhaltige Dorfentwicklung abzielen, von den Kommunen nicht abgerufen. Gleiches gilt für
112 einen Großteil der Städtebauförderprogramme des Bundes, weil die Kommunen in vielen Fällen
113 den kommunalen Eigenanteil nicht stemmen können. Hier gilt es, die Förderung attraktiver zu
114 gestalten.

115

116 **Bündnis90/Die Grünen im Kreisverband Saarbrücken fordern:**

117

- 118 - die Landes-, Regional- und Kommunalplanung konsequent auf eine Stärkung des Ortskerns
119 auszurichten, hierfür
- 120 ○ den Landesentwicklungsplan in diesem Sinne zu ergänzen,
 - 121 ○ die beiden Einzelhandelskonzepte der Stadt Saarbrücken und des Regionalverbands in
122 ein gemeinsames Konzept zu überführen und durch eine gemeinsame
123 Flächennutzungsplanung verbindlich umzusetzen,
 - 124 ○ neue Ausweisungen und Erweiterungen von Sondergebieten in Ortsrandlagen nur noch
125 zuzulassen, wenn diese sich nicht nachteilig auf andere Zentren auswirken,
 - 126 ○ eine Nachweispflicht fehlender Innenentwicklungspotentiale bei Aufstellung der
127 Bauleitplanung einzuführen und Privilegierung im Außenbereich zu beschränken.
- 128
- 129 - eine gezielte finanzielle Förderung zur Bekämpfung des Leerstands und zur Verbesserung der
130 Aufenthaltsqualität im Ort zu etablieren, hierfür
- 131 ○ ein Förderkonzept für von Leerständen betroffene Kommunen des Saarlandes im
132 Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr als Teil der regionalen
133 Wirtschaftsförderung zu etablieren,
 - 134 ○ kommunale Leerstandsmanager einzusetzen, die auf die Vermarktung von Leerständen



- 135 zur Qualifizierung und Differenzierung des Einzelhandelsangebots im Ortskern setzen,
136
137 ○ Zwischennutzungen bei Leerstand zu erleichtern wie Bürgerwerkstätten,
138 Nachbarschaftshilfen, Seniorentreffs, Handwerksbetriebe, Cafés, Jugendclubs,
139 Pflegeangebote und innovative junge Unternehmen, die neues Leben in die Innenstadt
140 bringen und hierfür Ansätze solidarischer Ökonomie und Genossenschaften zu stärken,
141 ○ im Rahmen der Städtebauförderung den Rückbau einzelner Gebäude zu ermöglichen,
142 bspw. von innerstädtischem Leerstand oder Gewerbeflächen in Randlagen,
143 ○ bestehende Förderprogramme zur nachhaltigen Dorfentwicklung für die Kommunen
144 attraktiver zu gestalten.
- 145 - das Standortmarketing und die regionale Wirtschaftsförderung der Kommunen des
146 Regionalverbands zu zentralisieren
- 147 ○ Direkt- und Regionalvermarktung zu fördern, so dass innerstädtische Vertriebsstellen
148 Produkte aus der Region in die Städte bringen,
149 ○ mobile (Liefer-)Dienste und Online-Handel, die eine Ergänzung zur bestehenden
150 innerstädtischen Versorgung darstellen und einen wichtigen Beitrag zur Versorgung
151 peripher gelegener Gebiete leisten, zu fördern, wenn sie einen stationären,
152 innerstädtischen Vertrieb starten möchten.