

Willkommen zur Tagung

Tante Emma ist zurück – Nahversorgung ist Lebensqualität

Benvenuti al Convegno

Il commercio di vicinato – qualità di vita



Tante Emma ist zurück –
Nahversorgung ist Lebensqualität

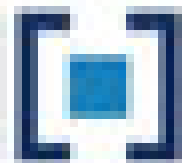
Il commercio di vicinato –
qualità di vita



Unser Laden. Unser Leben.

Nahversorgung halten und stärken

Dr. Werner Frick,
Landesrat für Handel



Ministerium für Wirtschaft
und Innovation - **Landesrat**
Ministerium für Wirtschaft
und Innovation - **Landesrat**

Lückenlose Nahversorgung

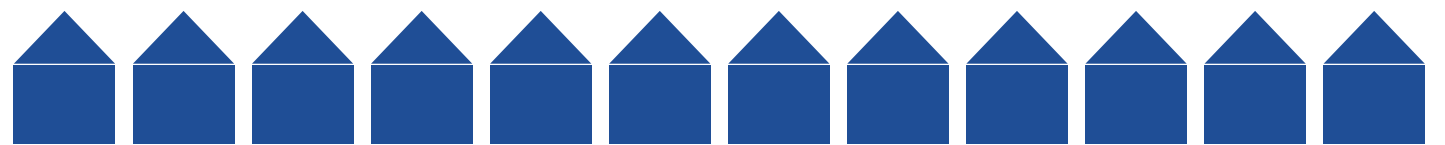
- Südtirol: 7000 Einzelhandelsbetriebe
- 12 % der Gemeinden im Arge Alp –
Raum haben keinen Nahversorger mehr;
alle Gemeinden Südtirols haben einen Nahversorger

Intaktes Nahversorgungsnetz

Anzahl der Geschäfte je 1.000 Einwohner

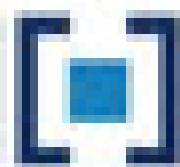
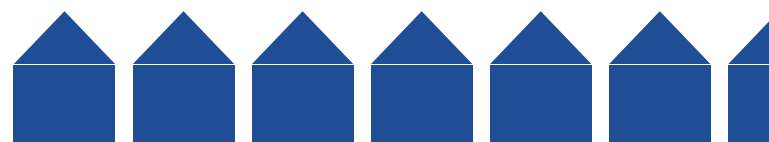
■ Südtirol

12



■ Österreich

6,5



Autonomous Province of South Tyrol
Südtirol
Autonomous Region of South Tyrol
Südtirol

Dynamik im Handel

- Südtirol:
Zunahme der Einzelhandelsbetriebe seit
1998 um **+8,1%**
- Österreich:
Von 1995 – 2004 Abnahme der
Einzelhandelsbetriebe um **-13,7%**

**„Ein Land mit einer intakten
Nahversorgung ist ein Land mit
hoher Lebensqualität.“**

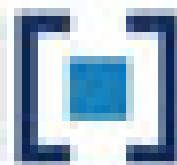
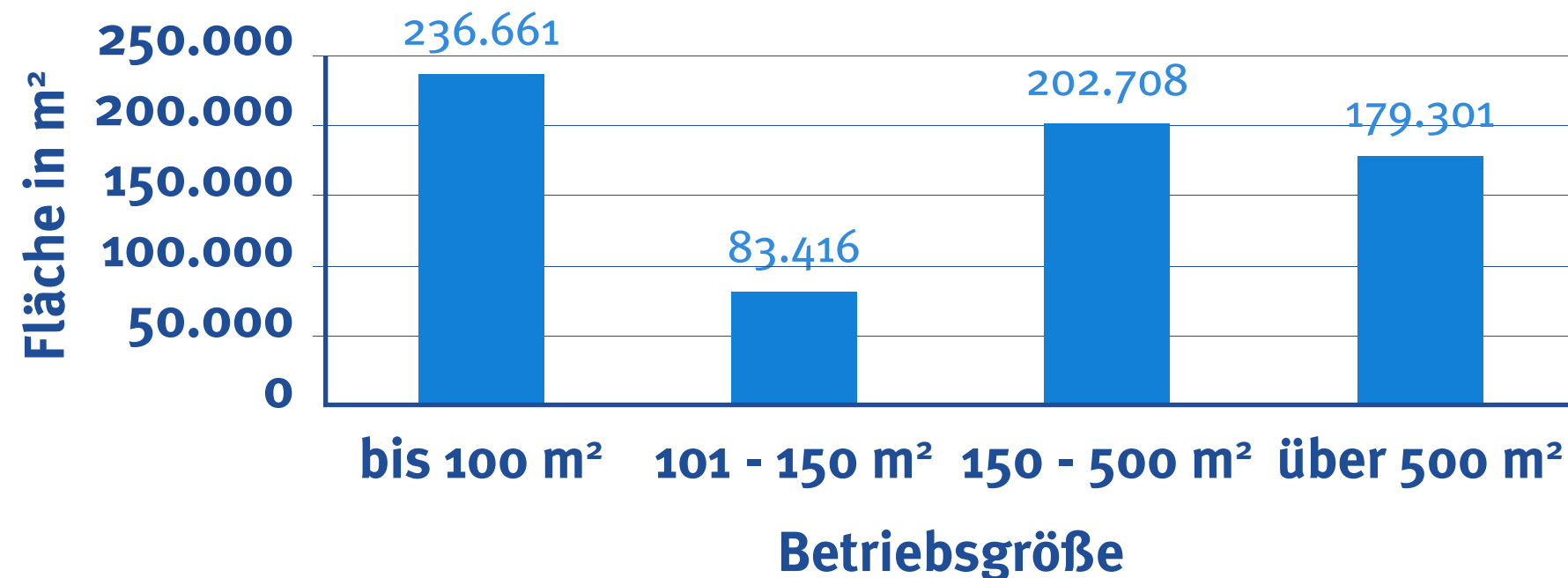
**„Einzelhandel ist nicht nur
Nahversorgung, Einzelhandel ist
auch Kultur.“**

Nahversorgung braucht soliden rechtlichen Rahmen

- Rigide Raumordnung:
Handel im Ort bzw. Stadtzentrum
- Moderne Handelsordnung:
 - a) kleine, mittlere und größere Flächen
 - b) Programmierung
 - c) Liberalisierung bei kleinen Betrieben
 - d) Öffnungszeiten

Handel im Gleichgewicht

Südtirols Handel ist europäisches Vorzeigemodell

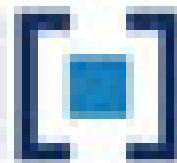


Assessorat für Wirtschaft
und Finanzen - Ufficio
Assessorato dell'economia
e delle finanze - Ufficio
Adm. Adige

Auftrag für die Zukunft: Nahversorgung sichern

- Arge Alp Projekt 2002- 2005:
Pilotprojekte in Gemeinden und Leitfaden für
Gemeinden
- Rahmenbedingungen für Erhalt der Nahversorgung:
 - 1) Raumordnung
 - 2) Handelsordnung
 - 3) Förderung
 - 4) Marketing

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**



Universität für Wirtschaft
und Finanzen – Fachbereich
Wirtschaftswissenschaften
e.V. – HAW – HAW

Tante Emma ist zurück –
Nahversorgung ist Lebensqualität

Il commercio di vicinato –
qualità di vita



„Ohne Handel stirbt der Ort!“ – Ausgangslage – Trends – Lösungsansätze



Nahversorgungstagung
Bozen, 22. November 2005

Mag. Stefan Lettner
CIMA Österreich GmbH.

Ausgangslage

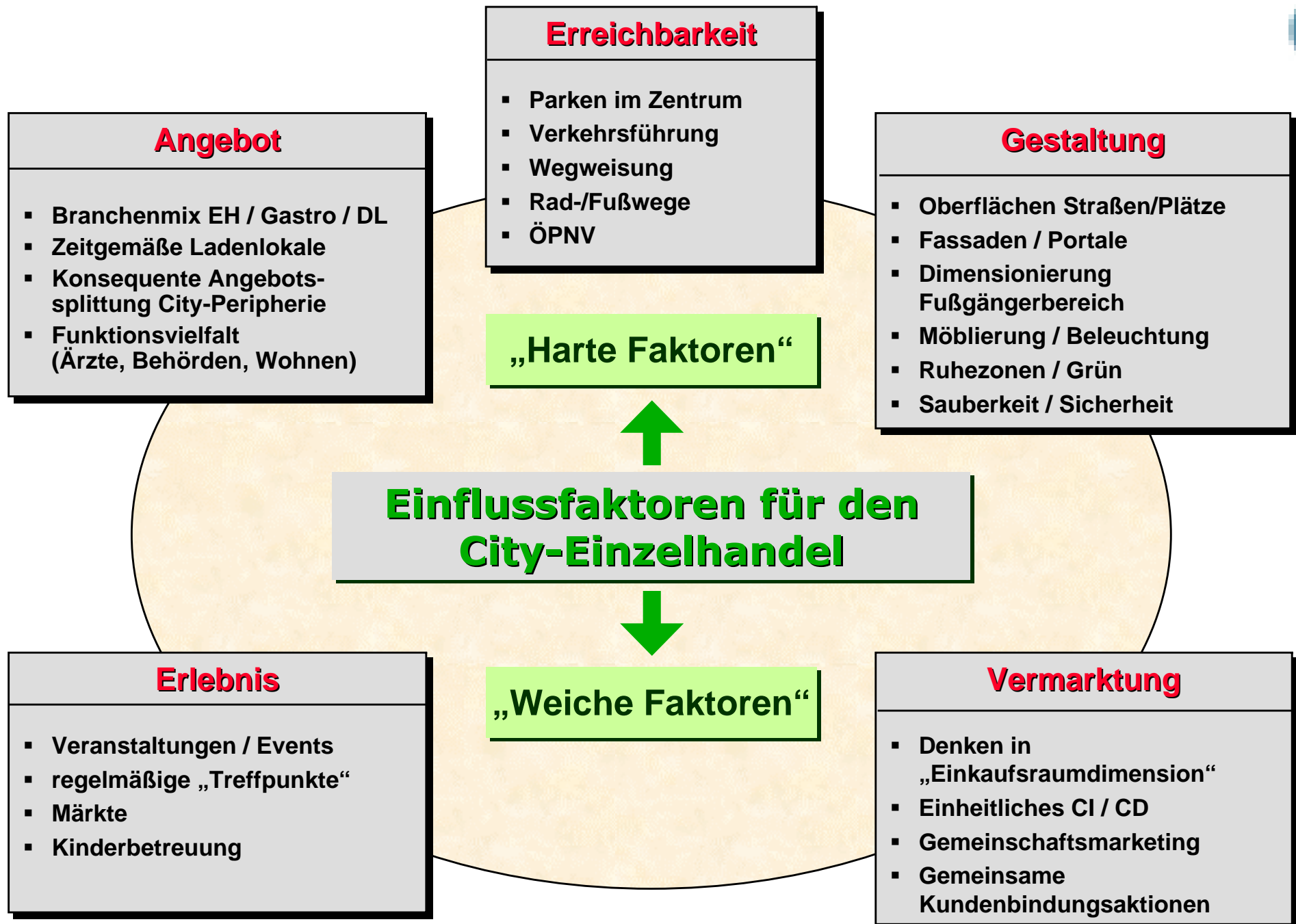
- **Der Einzelhandel befindet sich seit Jahren in einem tiefgreifenden Strukturwandel:**
 - Enormes Wachstum der Verkaufsflächen – überwiegend außerhalb der Ortszentren
 - „Mehrbranchenbetriebe“ decken ein immer breiteres Sortimentsspektrum ab – insbesondere Fachmärkte und Diskonter
 - Neue Vertriebsformen setzen dem klassischen Facheinzelhandel zu (E-Commerce, FOC, Tankstellenshops)
- **Die Lebens- und Konsumgewohnheiten unserer Gesellschaft haben sich deutlich verändert:**
 - Hohe Mobilität sowie z.T. enorme Pendlerquoten (insb. im ländlichen Raum)
 - Stagnation der einzelhandelswirksamen Kaufkraft
 - Verhaltenstrends: „One-Stop-Shopping“, „Erlebniseinkauf“, „Schnäppchen-Shopping“
- **Die Strukturen unserer historisch gewachsenen Ortszentren sind häufig nicht mehr kompatibel mit den Anforderungen an den „modernen Einzelhandel“**
 - Größe, Lage und Ausstattung der Geschäftslokale
 - Fließender und ruhender Verkehr

Ausgangslage

- **Ungleiche Wettbewerbsbedingungen** zwischen Ortszentrums- und „Grüne-Wiese-Lagen“:
 - Grundstücks- und Baukosten
 - Denkmalschutz
 - Möglichkeiten zur Schaffung einer optimalen Verkehrs- und Parkraumsituation
 - „Grüne-Wiese-Lagen“ sind häufig in Nachbargemeinden von Städten situiert
→ Problem: „Standortzentralität - Kommunaleinnahmen“

Auswirkungen

- Rückgang der **Frequentierung und Belebung** der Innenstädte und Ortszentren
- Zunahme von **leerstehenden Geschäftslokalen**
- **Verödung** von Infrastruktur und Bausubstanz („trading down Effekt“)
- Berufsbild „Innenstadt-Kaufmann“ verliert an Attraktivität → **„Nachfolgeprobleme“**
- Verlust von **Arbeitsplätzen**
- Probleme für Menschen mit **eingeschränkter Mobilität**
- Zunahme des **Verkehrsaufkommens** sowie der **Umweltbelastung**



... das Allerwichtigste ist jedoch:

**„Ein Einkaufsraum ist nur so gut
wie seine Unternehmen !“**

... die „Trümpfe der Innenstadt“ müssen sein:

- ✓ **Qualität**
- ✓ **Fachberatung**
- ✓ **Service**
- ✓ **Freundlichkeit**

Lösungsansätze

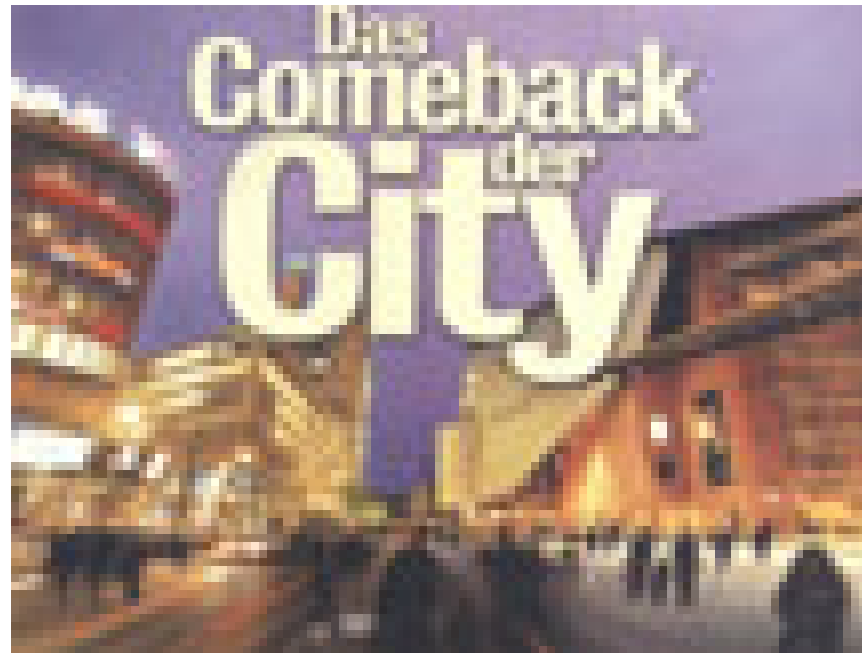
- „Erfolgreiches Agieren benötigt seriöse **Planungsgrundlagen**“ – **Standortentwicklung „nach Plan“** ist gefragt!
 - Einzelhandelsstruktur- und Kaufkraftstromuntersuchungen
 - Durchführung von immobilienwirtschaftlichen Neupositionierungen – Entwicklung von innovativen Angebotskonzepten für die City
 - Planung von Verkehrs-, Parkraum- und Wegweisungssystemen
- „**Kooperation**“ heißt das Zauberwort – „Innenstadtentwicklung ist Gemeinschaftssache!“
 - Aufbau von Orts-/Stadt- und Citymarketing als nachhaltiges Instrument
 - Ausweitung des Aufgabenspektrums – verstärkter Einbezug der Haus- und Liegenschaftseigentümer („Stadtmarketing der 2. Generation)
 - Professionalisierung der Werbegemeinschaften, ohne ehrenamtliche Strukturen zu zerstören
- „Knackpunkt **Finanzierung**“ - „Freiwilligkeit versus Zwangs-instrumentarium“
 - Nutzung bestehender (z.B. Tourismusabgabe) bzw. Umsetzung neuer Finanzierungsmodelle (z.B. Stadtkernabgabe, Lenkungsinstrument Steuer)
 - Aufbau landes- bzw. bundesweiter Förderungsmodelle (z.B. NAFES)

Lösungsansätze

- **Beibehaltung einer restriktiven Raumordnungsgesetzgebung**
 - **Verankerung einer Branchen-Splittung nach „zentrenrelevant“ und „autoaffin“**
 - **Zwingende Überprüfung der regionalen Marktverträglichkeit neuer Flächen**
 - **Ausgleich der Wettbewerbsverzerrungen zwischen Innenstadt und Peripherie (= voll im Einklang mit dem Bekenntnis zur sozialen Marktwirtschaft)**

Schlussfolgerungen

- Deutlich stärkere **Bewusstseinsbildung und Thematisierung** notwendig:
„Was ist uns die Kulturform bzw. der Lebensraum Innenstadt wert?“
 - Faktum ist: „Ohne Handel stirbt die Stadt! – Einzelhandel ist der Belebungs-faktor Nr. 1 für die Innenstadt und durch keine adäquate Nutzungsform kompensierbar!“
 - Das Thema hat nicht nur eine wirtschaftliche sondern vor allem eine gesellschaftspolitische Dimension!
- Erhöhung des **Organisationsgrades** von Orts-/Stadt- und Citymarketing-Aktivitäten
 - auf Orts-/Stadtebene als nachhaltiges Umsetzungs-Instrument
 - auf Landes- oder Bundesebene zur gebündelten Wahrung und Vertretung der Interessen (starke Lobby – ähnlich wie die Vereinigung der EKZ´s in Ö)
- (Infra)Strukturelle **Anpassungen der Innenstädte** an die Erfordernisse des zeitgemäßen Einzelhandels sind zu forcieren:
 - größere Verkaufsflächeneinheiten durch Kooperationen der Hauseigentümer
 - Intelligente Verkehrs- und Parkraumsysteme
 - Neue Finanzierungsmodelle (z.B. PPP)
- Maßnahmen sind **rasch** zu ergreifen! In vielen Innenstädten und Ortszentren ist die Situation bereits problematisch!



**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit !**

Tante Emma ist zurück –
Nahversorgung ist Lebensqualität

Il commercio di vicinato –
qualità di vita

