

Für jede Stadt ein Einkaufszentrum?

Einzelhandel. Innerstädtische Einkaufszentren brauchen einen gut gesteuerten und transparenten Ansiedlungsprozess. Dies war ein Ergebnis einer Tagung des Deutschen Verbands.

Dr. Josef Meyer, Vizepräsident des Deutschen Verbands für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.



Dr. Josef Meyer

In fast jeder Großstadt gibt es mittlerweile mindestens ein innerstädtisches Einkaufszentrum. Die Welle rollt daher seit einigen Jahren verstärkt auf die Mittelstädte zu. Hier zeigen sich Kontroversen um die Auswirkung auf Innenstadtstruktur, Städtebau und Einzelhandel besonders deutlich. Es stellt sich die Frage, unter welchen Voraussetzungen neu angesiedelte Einkaufszentren positive Impulse geben können.

Nachnutzungen für Warenhäuser

In den vergangenen Jahrzehnten haben die Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ und die Probleme der traditionellen Warenhäuser zum Attraktivitätsverlust der Innenstädte geführt. Hier muss die Landesplanung dafür sorgen, dass großflächiger Einzelhandel nur in integrierten Lagen stattfindet. Dafür ist das Zentrale-Orte-System und das Prinzip „Innen vor außen“ konsequent anzuwenden.

Viele Mittelstädte konnten mittlerweile wieder passende Nachnutzungen

für die geschlossenen Warenhäuser finden – teils als kleines oder größeres Shopping Center. Kein leichtes Unterfangen, wie das Netzwerk der „Hertiegeschädigten“ Kommunen zeigt. Dabei gilt es, die Immobilienentwicklung in eine allgemeine Stärkung der Innenstadt einzubinden. Hier können gut geführte Warenhäuser weiterhin wichtige Anziehungspunkte sein. So betreibt das Unternehmerehepaar Wittenberg in Rheinland-Pfalz, Thüringen und Sachsen-Anhalt florierende Warenhäuser und hat sogar einst notleidende Häuser wieder auf Kurs gebracht. Erfolgsfaktoren sind kompetente Mitarbeiter, ein zeitgemäßes Warensortiment, eine angenehme Atmosphäre und Veranstaltungen, die dem Kunden eine emotionale Bindung vermitteln.

Weit stärker als die „Grüne Wiese“ wird sich künftig der Online-Handel auf den Einzelhandel auswirken. Braucht da der Handel noch die Stadt, wenn Waren online jederzeit bestellt und überallhin geliefert werden können? Neue Ansätze sind notwendig, um beim Einzelhandel das herauszustellen, was das Internet nicht bietet: Wohlfühlatmosphäre, Erlebnis und Beratung. Zudem muss der stationäre Handel die Möglichkeiten des Online-Handels stärker für sich nutzen.

Innerstädtische Einkaufszentren können Klein- und Mittelstädte stärken. Das zeigen Centerentwicklungen in Ingelheim und Schwäbisch Hall. Schwäbisch Hall wurde selbst als Projektent-

wickler tätig, nachdem kein Investor für die Umsetzung der städtischen Vorstellungen gefunden wurde. So entstand ein multifunktionaler Standort mit Bildungseinrichtungen, Einkaufszentrum und Bankgebäude. In Ingelheim schuf ein gut eingebundenes Center eine „Neue Mitte“ für die aus verschiedenen Ortsteilen zusammengewachsene Stadt.

Transparenter Prozess

Die oft kontroverse Diskussion über die Auswirkungen von Einkaufszentren sollte vor Ort offen geführt werden. Dabei ist entscheidend, dass eine Stadt ihre Ziele frühzeitig formuliert, wobei ein Einkaufszentrum nur *eine* Option ist. Die Kommunalpolitik sollte geschlossen hinter den vereinbarten Planungen stehen und diese nicht auf Drängen möglicher Investoren aufgeben. Fällt die Entscheidung für ein Einkaufszentrum, ist ein gut gesteuerter und transparenter Ansiedlungsprozess notwendig.

Grundsätzlich gilt: Die Kommunen müssen bei Ansiedlungen „das Heft in der Hand“ behalten und auf Augenhöhe mit Projektentwicklern und Investoren verhandeln. Dazu stehen geeignete Instrumente zur Verfügung. Dies war eines der zentralen Ergebnisse einer Fachtagung des Deutschen Verbands im Februar in Bingen, die gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium des Landes Rheinland-Pfalz und weiteren Initiativen und Verbänden durchgeführt wurde. ←|

