Christian Huttenloher

Wie wirken sich Einkaufszentren auf die Innenstadt aus?

Die Entwicklung großflächiger Einkaufszentren verläuft in Deutschland seit den 1990er Jahren mit großer Dynamik – zunächst vor allem auf der „grünen Wiese", mittlerweile vermehrt an innerstädtischen Standorten. Von den im Jahr 2008 bestehenden 416 Einkaufszentren befinden sich 140 in der Innenstadt. Über 100 davon wurden nach 1990 eröffnet. Bislang standen vor allen Großstädte im Fokus. Seit einigen Jahren rollt die Welle aber verstärkt auf Mittelstädte zu, wo sich knapp die Hälfte der 59 zwischen 2009 und 2014 geplanten Objekte findet. Dort wird häufig noch kontroverser und emotionaler darüber gestritten, ob sich die Shopping Center positiv oder negativ auf Innenstadtstruktur, Städtebau und die Einzelhandelslandschaft auswirken. Eine einzelfallübergreifende Studie fasst die Ergebnisse der Wirkungsforschung zusammen.

So heftig die Auseinandersetzungen über Chancen und Risiken der Shopping Center vor Ort teils geführt werden, so wenig ließ sich bislang auch im wissenschaftlichen Diskurs eine klare Linie erkennen. Denn bisherige Untersuchungen erfolgen aus unterschiedlichen Perspektiven, bedienen sich verschiedenartiger methodischer Herangehensweisen und kommen daher zu teils gegensätzlichen Ergebnissen. Die widerstreitenden Positionen verstärken damit bislang die lokale Verunsicherung bei Neuansiedlungen.

Einzelfallübergreifende Untersuchung

Der Deutsche Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung mit seiner DSSW-Plattform führte eine einzelfallübergreifende Studie zur Wirkung innerstädtischer Einkaufszentren durch, um den bisherigen Forschungsstand aufzuarbeiten. Basierend auf acht Grundlagenstudien, 29 Einzelfallanalysen sowie Datensets zu über 66 Einkaufszentren werden durch die Auswertung verschiedener quantifizierbarer Indikatoren zur absatzwirtschaftlichen und städtebaulich-funktionalen Wirkung

- Übereinstimmungen herausgearbeitet,
- Unterschiede und Gegensätze zwischen den Ergebnissen gezielt verdeutlicht,
- Handlungsoptionen und Leitlinien für die Praxis von Stadt- und Projektentwicklung abgeleitet sowie
- weiterer Forschungsbedarf abgeleitet, der aus Diskrepanzen sowie bisher vernachlässigten Fragestellungen und methodischen Defiziten resultiert.

So versachlicht die Studie die kontroversen Diskussionen und stellt sie auf eine gemeinsame Grundlage.

Dimension, Anbindung und Kräfteverhältnis zur übrigen Innenstadt entscheidend

Aufgrund komplexer Wirkungszusammenhänge, methodischer Defizite und der teils unzureichenden Datenbasis sind zwar eindeutige, verallgemeinerbare und vergleichbare Ergebnisse nicht einfach zu erzielen, doch die vorliegende Studie gibt wertvolle Hinweise auf mögliche Auswirkungen eines Einkaufszentrums und zu berücksichtigende Aspekte bei dessen Ansiedlung. Als positiven Effekt, der meist auch als entscheidendes Argument für ein Einkaufszentrum angeführt wird, lässt sich weitgehend übereinstimmend erkennen, dass sich die Zentralität der Stadt tendenziell erhöht. Doch geht aus den Studien nicht ausreichend hervor, wie nachhaltig die Zentralitätssteigerung wirkt – also inwieweit sich Einzugsgebiet und erzielbare Marktabschöpfung dauerhaft steigern lassen, wenn z. B. Nachbarstädte mit eigenen Shopping Centern nachziehen.

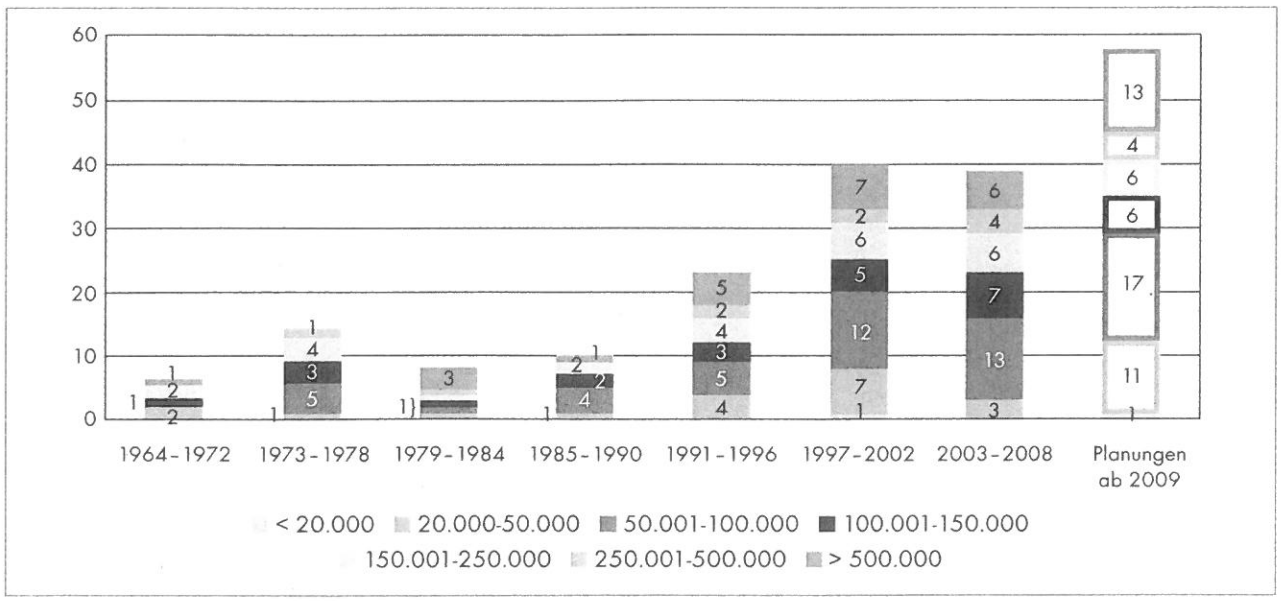

Bild 1. *Innerstädtische Einkaufszentren nach Stadtgrößenklassen und Eröffnungsjahr*
(Quelle: Eigene Darstellung auf Basis: EHI 2008: n = 140 EKZ, zzügl. 58 Planungen, Stand 2010, z. T. bereits realisiert)

Als negative Wirkungen beobachten die meisten Untersuchungen, dass die Anzahl an Betrieben mit modischem Bedarf in der übrigen Innenstadt tendenziell eher abnimmt und auch die innerstädtischen Passantenfrequenzen rückläufig sind. Dennoch weist die Mehrzahl der untersuchten Einkaufszentren bemerkenswerte Kopplungsquoten von über 45 % sowohl von der Innenstadt ins Einkaufszentrum als auch umgekehrt auf. Vieles deutet darauf hin, dass dabei die Dimension des Einkaufszentrums einen großen Einfluss hat, und zwar nicht nur in Bezug auf die Verkaufsfläche, sondern auch auf die Anzahl der Betriebe. So lässt sich nur bei Center-Ansiedlungen mit einer Verkaufsfläche bzw. Betriebsanzahl, die weder sehr hoch noch sehr niedrig ist, eine Erhöhung der Betriebsanzahl in der übrigen Innenstadt feststellen. Doch sagt allein die Veränderung der Betriebsanzahl nichts über die Branchenzusammensetzung und die Qualität aus.

Stark widersprüchliche Ergebnisse liegen für den Einfluss eines Einkaufszentrums auf die Mietentwicklung in der 1A-Lage vor. Zwar überwiegen die Fälle mit sinkenden Mieten nach Center-Eröffnung, doch verschiedene Studien kommen zu gegensätzlichen Bewertungen, was auf unterschiedlichen Methoden, Betrachtungszeiträumen und die in die Grundgesamtheit einbezogenen Einkaufszentren basiert. So zieht Lademann in seiner Grundlagenstudie 2011 mit Hilfe einer Zeitreihenanalyse und ökonometrischen Modellrechnung den Schluss, dass es über einen längeren Betrachtungszeitraum und bei sachlicher und zeitlicher Abgrenzung der Center-Wirkungen von den Einflüssen des allgemeinen Strukturwandels zu einer günstigeren Entwicklung kommt, als es ohne ein Einkaufszentrum der Fall gewesen wäre.

Abgrenzung der Wirkungen vom allgemeinen Strukturwandel

Dabei ist die Frage, wie die unmittelbaren Auswirkungen eines Einkaufszentrums vom allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel abgegrenzt werden können, ganz entscheidend – ist doch die Einzelhandelsentwicklung der letzten Jahrzehnte von starker Flächenexpansion, vor allem an nicht-integrierten Standorten, bei gleichzeitigem Rückgang der Betriebe sowie stagnierenden Umsätzen gekennzeichnet. Nicht jede Veränderung, im positiven wie negativen Sinne, kann einem Einkaufszentrum alleine zugeschrieben werden. Von hohem Wettbewerbsdruck geprägt, muss der Einzelhandel mit der kontinuierlichen Anpassung von Angeboten und Formaten reagieren, um langfristig Kunden zu binden.

Bild 2. *Gut dimensioniert und integriert: Die „Neue Mitte" in Ingelheim am Rhein (Foto: Stadt Ingelheim)*

Bild 3. *Drei Phasen der kommunalen Befassung mit der Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums (Grafik: aus der Studie „Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt – Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien")*

Das starke Wachstum des Online-Handels der letzten Jahre macht deutlich, dass im Einzelhandel noch tiefergreifende Strukturveränderungen mit massiven Auswirkungen auf die Innenstadt bevorstehen. Vor allem die mobilen Dienste über Smart Phones und neue, junge Käufergruppen werden die Geschwindigkeit dieser Entwicklung weiter erhöhen. Galt über Jahrhunderte die Symbiose „Die Stadt braucht den Handel und der Handel braucht die Stadt", könnte das Verhältnis künftig einseitiger werden: Braucht der Handel noch die Stadt, wenn physische Präsenz und Standorte an Gewicht verlieren, da Waren online jederzeit und an jedem Ort bestellt und überall hin geliefert werden können?

Diese Entwicklungen sollten auch künftige Einkaufscenterplanungen im Blick haben, und insbesondere auch dass stadtplanerische und rechtliche Instrumente dabei der Online-Konkurrenz wenig gewachsen sind. Umso wichtiger ist es, dass Einkaufszentrum und Innenstadt im fruchtbaren Zusammenwirken das „Besondere" des innerstädtischen Einkaufens verkörpern, das im Internet nicht geboten werden kann: Wohlfühlatmosphäre und Erlebnis, hohe Aufenthaltsqualität und Vielfalt sowie kompetente und freundliche Beratung.

Schlüsse und Handlungsempfehlungen für die Praxis

Doch welche Schlüsse lassen sich nun für die konkrete Ansiedlungsplanung ziehen? Aus den vielfältigen Untersuchungen ergibt sich, dass neben der Entfernung des Einkaufszentrums und seinen Wegebeziehungen zum Hauptgeschäftszentrum auch die Dimensionierung – im Sinne eines ausgewogenen „Kräfteverhältnisses" zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt – wichtig für eine positive Wirkung ist. Allerdings scheint es aufgrund der Vielfältigkeit an innerstädtischen Ausgangslagen nicht möglich, feste Anhalts-

werte für eine maximal zu empfehlende Größe des Centers zu bestimmen. Zur angemessenen Dimensionierung lassen sich allerdings auf Grundlage bisheriger Untersuchungen Wirkungszusammenhänge lediglich aus absatzwirtschaftlicher Sicht treffen. Für eine baukulturelle und architektonische Betrachtung sind wegen fehlender verwertbarer Expertisen noch keine generellen Aussagen möglich. Dennoch entscheiden gerade die baulich-gestalterischen Merkmale eines Einkaufszentrums über eine gelungene Integration in das städtebauliche Gefüge, weshalb diese bei Ansiedlungen äußerst sensibel berücksichtigt werden sollen.

Sicher ist: Der konkrete Ansiedlungsfall muss stets vor dem Hintergrund der lokalspezifischen Situation differenziert und fundiert betrachtet werden. Gerade eine nicht ausreichend gesicherte wissenschaftliche Erkenntnislage und die teils divergierenden Resultate verdeutlichen, dass verschiedene wissenschaftliche Perspektiven, Untersuchungsansätze und Interessenlagen zu unterschiedlichen Antworten führen. Mit dieser Situation gilt es sich bei der konkreten Ansiedlungsplanung auseinanderzusetzen. Schließlich kann keine Studie die Diskussion vor Ort über Ziele und Leitbilder der Stadtentwicklung ersetzen.

Die zielgerichtete Gestaltung und Steuerung eines Ansiedlungsprozesses lässt sich in drei Phasen gliedern, die sich anhand folgender Fragen unterscheiden lassen:

- Welche Ziele sind für die Innenstadtentwicklung definiert?
- Mit welcher langfristig tragfähigen Entwicklungsvariante lassen sich diese am besten erreichen?
- Wie werden die einzelnen Varianten im Hinblick auf möglichst viele positive und möglichst geringe negative Wirkungen auf die Innenstadt ausgestaltet?

Definition von Zielen für die Innenstadtentwicklung

Die oftmals kontroverse Diskussion über Wirkungen von Einkaufszentren auf die Stadtstruktur und den Bestandseinzelhandel sollte konstruktiv und offen geführt werden. Dabei ist entscheidend, dass eine Stadt ihre Vorstellungen über die Ziele der Innenstadtentwicklung explizit formuliert. Die Stadt kann so aus verschiedenen Alternativen wählen. Ein Einkaufszentrum ist nur *eine* Option. Planungs- und Steuerungsinstrumente sind ausreichend vorhanden – sei es als integrierte Innenstadtkonzepte, Einzelhandelskonzepte, Masterplan Innenstadt oder Weißbuch Innenstadt. Sie müssen nur zielgerichtet und professionell angewendet und nach ihrer Erstellung und Verabschiedung konsequent umgesetzt werden. Insbesondere die Kommunalpolitik muss geschlossen und entschieden hinter den vereinbarten Zielen und Planungen stehen und diese nicht auf Drängen von Investoren aufgeben.

Integration in Handles- und Innenstadtstruktur durch komplexe Wirkungsanalysen

Steht eine Ansiedlung konkret zur Planung und Umsetzung, sollte eine breit angelegte Auseinandersetzung über die möglichen positiven und negativen Auswirkungen erfolgen. So können Konsequenzen für die städtebauliche Struk-

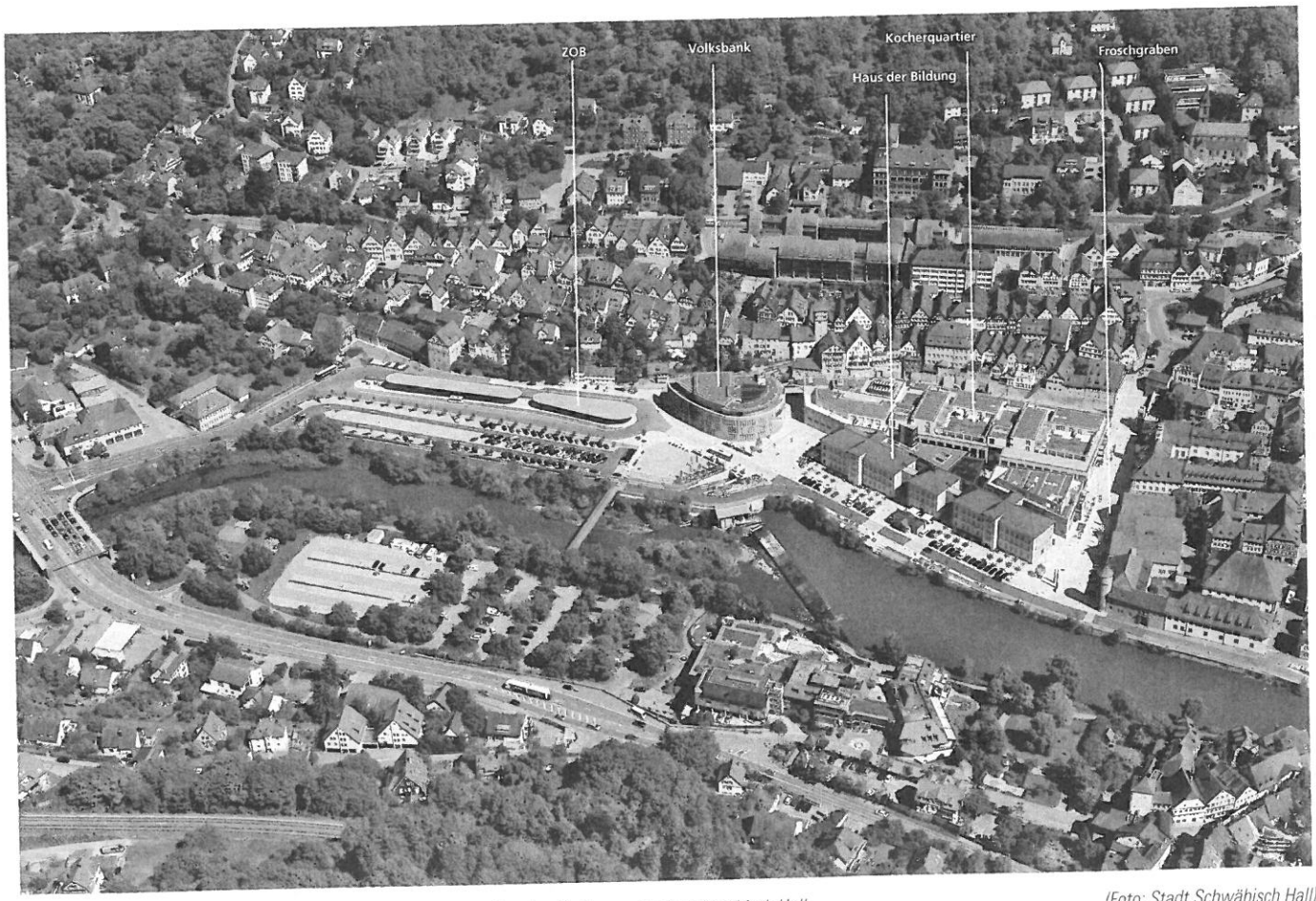

Bild 4. *Gelungene städtebauliche und architektonische Integration: das Kocherquartier in Schwäbisch Hall* *(Foto: Stadt Schwäbisch Hall)*

tur, Lagestrukturveränderungen, Leerstände und Immobilienpreisentwicklungen im Vorfeld fundiert eingeschätzt werden. Standardmäßig vorgesehene Verfahren und Gutachten reichen dazu häufig nicht aus, weshalb umfangreichere Untersuchungen notwendig sind, die die komplexen Wirkungszusammenhänge zwischen Center, Bestandseinzelhandel und Innenstadtstruktur berücksichtigen.

Gelungene Stärkung von Innenstädten: Beispiele aus Ingelheim und Schwäbisch Hall

Innerstädtische Einkaufszentren können die Handelsfunktion von Klein- und Mittelstädten stärken, wie Center-Entwicklungen in Ingelheim und Schwäbisch Hall vorbildlich veranschaulichen. Beide sind zugleich Beispiele für eine gelungene städtebauliche Integration mit angemessener Dimensionierung und ansprechender baulicher Gestaltung. Bemerkenswert an der Center-Entwicklung in Schwäbisch Hall ist vor allem, dass die Stadt, nachdem kein Investor für die Umsetzung der städtischen Vorstellungen gefunden werden konnte, mit ihrer Entwicklungsgesellschaft selbst als Projektentwickler tätig wurde. So entstand ein integrierter, multifunktionaler Standort mit Bildungseinrichtungen, Einkaufszentrum und Bankgebäude. In Ingelheim schafft ein gut eingebundenes Center eine „Neue Mitte" für die aus verschiedenen Ortsteilen zusammengewachsene Stadt, die bislang kein wirkliches Zentrum hatte. Damit dient das Einkaufszentrum vor allem auch dazu, die Identität der Stadt zu stärken und Urbanität zu schaffen. In Schwäbisch Hall und in Ingelheim gingen den Ansiedlungen intensive und komplexe Planungs- und Beteiligungsprozesse voran. Beide Städte erreichten in einem transparenten und gut gesteuerten Prozess ihre Zielvorstellungen für die Innenstadtentwicklung. Damit einhergehend formulierten und realisierten sie detaillierte städtebauliche und architektonische Bedingungen für die Investition.

Planungen und Vorgaben für den Bau des Centers sollten folgende Anforderungen beachten: Passt die Dimensionierung – z. B. Verkaufsfläche, Anzahl der Betriebe sowie Anzahl von Parkplätzen – zur speziellen Ausgangssituation der Innenstadt? Ist der Standort für eine Integration ins Innenstadtgefüge geeignet? Wie kann architektonisch, gestalterisch sowie städtebaulich und baukulturell eine Integration in die bestehenden Handels- und Innenstadtstrukturen gewährleistet werden? Das Einkaufszentrum darf nicht als Solitär betrachtet werden, sondern immer in Verbindung und Wechselwirkung mit der umgebenden Innenstadt und vor allem den bestehenden Handelslagen. Dazu sind vor allem auch die Nahtstellen zum öffentlichen Raum zu beachten, damit ein „Gesamtkunstwerk Innenstadt" entsteht. Hier haben sich Architektur- und Planungswettbewerbe bewährt. Durch sie kann gestalterische Qualität und städtebaulicher Einbindung mit betriebswirtschaftlicher Funktionalität verbunden werden.

Kommunale Planungshoheit und Steuerung

Grundsätzlich gilt: Die Kommunen müssen sich ihrer Planungshoheit bewusst sein, bei Center-Ansiedlungen „das Heft des Handelns" in der Hand behalten und auf Augenhöhe mit Projektentwicklern und Investoren verhandeln. Gerade für kleinere Städte ist dies von großer Bedeutung, wozu möglichst professionelle planerische und vor allem juristische Expertise von außen mit eingebunden werden sollte. Mit vorhabenbezogenen Bebauungsplänen und städtebaulichen Verträgen stehen geeignete Planungs- und Rechtsinstrumente zur Verfügung. Diese erlauben, die baulichen, funktionalen und architektonischen Anforderungen an ein Einkaufszentrum detailliert und rechtsverbindlich gegenüber dem Investor festzulegen.

Mit den durch die DSSW-Studie gewonnenen Erkenntnisse zur Wirkung von Einkaufszentren und dem vorhandenen Instrumentarium der Stadtentwicklungsplanung steht kommunalen Akteuren und Entscheidungsträgern ein robustes Rüstzeug zur Verfügung, um einerseits Chancen und Risiken von Einkaufszentren verantwortungsvoll zu beurteilen und andererseits innenstadtverträgliche Lösungen zu erreichen. Das verdeutlicht zugleich die Verpflichtung, die Stärkung der Innenstadt in die eigene Hand zu nehmen und sich sorgfältig, fundiert und differenziert mit einer Einkaufscenteransiedlung auseinanderzusetzen.

Die Studie „Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt – Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien" wurde im Auftrag des Deutschen Verbandes für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung von Ralf Beckmann und Christina Linnhoff, Stadt + Handel, erarbeitet. Begleitet wurde die Studie durch ein wissenschaftlich-fachliches Durchführungskonsortium unter Einbindung von Prof. Dr. Lademann, Dr. Lademann & Partner, und Monika Walther, Hafen City Universität Hamburg, sowie einen breit aufgestellten Beirat mit Vertretern der kommunalen Spitzenverbände, mehrerer Landesministerien, des Handelsverbandes Deutschland, aus Projektentwicklungsgesellschaften sowie der Wissenschaft und von Fachinstituten.

Weitere Informationen:
Deutscher Verband für Wohnungswesen,
Städtebau und Raumordnung e. V.,
Christian Huttenloher, Generalsekretär,
Littenstraße 10, 10179 Berlin,
Tel. (030) 20 61 32 50, Fax (030) 20 61 32 51,
info@deutscher-verband.org,
www.deutscher-verband.org