



Im Mittelpunkt der Stadt: die Rathaus-Galerie der ECE in Leverkusen.

Foto: ECE

Innerstädtische Einkaufszentren wirken sich stets positiv auf den bestehenden Handel aus – und das gilt umso mehr, je größer das Center und je zentrentypischer das Sortiment ist. Diese These stellt eine neue Studie auf.

EINKAUFSZENTREN

Center beleben Citys

Seit Einkaufszentren bevorzugt in Innenstädten angesiedelt werden, hält die Kontroverse über ihre Integrationsfähigkeit in gewachsene Citylagen an. „Innerstädtische Shoppingcenter haben die Erosion der Innenstädte abgeschwächt“, ist dagegen Rainer Lademann überzeugt. Er kritisiert die bislang vorherrschende Diskussion als „ideologisch verengt“.

Lademann ist Honorarprofessor an der Universität Göttingen und Geschäftsführer der Beratungsgesell-

schaft Dr. Lademann & Partner. Vor Kurzem hat er die Auswirkungen innerstädtischer Einkaufszentren in einer groß angelegten Studie analysiert. Das Ergebnis: Die untersuchten Center führten innerhalb eines Zehnjahreszeitraumes zu einem Anstieg der Mieten in den 1a-Lagen um durchschnittlich 7 Prozent. In den 1b-Lagen bremse eine Ansiedlung den Abwärtstrend der Mietpreisentwicklung immerhin deutlich um 9 Prozent.

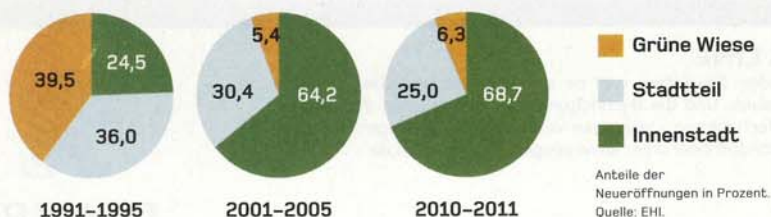
Miete als Umsatzindikator

Lademanns Untersuchung beruht auf der Annahme, dass die Mietentwicklung die Einzelhandelsumsätze widerspiegelt. Neu ist der methodische Ansatz: „Bisherige Studien zu Umfeldauswirkungen bei Centeransiedlungen greifen auf einen einfachen Vorher-Nachher-Vergleich zurück und vernachlässigen damit den ohnehin stattfindenden Strukturwandel im Einzelhandel“, so der Berater. Als Beispiel nennt er die wachsende Dezentralisierung und den Betriebsformenwandel, die allen voran durch den Onlinehandel befördert würden.

Lademanns Untersuchung schließt die Frage mit ein, wie sich der Einzelhandel ohne eine Centeransiedlung weiterentwickelt hätte („Nullvariante“). Der Studie liegt

Shoppingcenter-Standorte

Wurden zwischen 1991 und 1995 noch vier von zehn Einkaufszentren auf der Grünen Wiese gebaut, waren es zuletzt nur noch 6,3 Prozent.



➤ eine Datenbasis zugrunde, die 97 von 106 Neueröffnungen von Innenstadtcernern zwischen 1990 und 2008 mit Einwohner-, Kaufkraft- und Mietdaten verknüpft und so Aussagen über die Mietentwicklung sowohl mit als auch ohne Centeransiedlung erlauben soll. Auf diese Weise versucht die Studie die Auswirkungen eines innerstädtischen Shoppingcenters von anderen Einflussfaktoren zu isolieren.

„Debatte versachlichen“

Der Verlauf der Durchschnittsmieten zeigt, dass diese bereits 15 Jahre vor einer Centeransiedlung deutlich zu sinken begannen, um nach Eröffnung in den folgenden 15 Jahren wieder zu steigen. Lademann sieht dies als Indiz dafür, dass neue Center überwiegend in Städten mit nachlassender Sogkraft eröffnet wurden, sie also nicht Auslöser, sondern vielmehr Folge des Mietverfalls waren.

Die jährliche Fluktuation unter den Innenstadtläden von durchschnittlich 14 Prozent sei meist unverändert geblieben. „Auch tiefe Umsatzeinschnitte beim Bestandhandel in der Anfangsphase nach einer Centeransiedlung dürfen nicht über die positive Langzeitwirkung hinwegtäuschen“, sagt Lademann.

Der Berater, dessen Unternehmen auch als Gutachter bei Ansiedlungsvorhaben tätig ist, hofft mit seiner Untersuchung die Debatte um Centeransiedlungen zu versachlichen. Zu oft würde den Projektentwicklern einseitig die Schuld an Problemen des Innenstadthandels gegeben.

Dass die Mehrzahl der City-Center gut integriert sind, sieht Lademann durch eine parallel zur Studie



„Die Handelsdynamik nimmt zu – unabhängig von Centeransiedlungen.“

Rainer Lademann
Dr. Lademann & Partner

durchgeführte Befragung unter Industrie- und Handelskammern bestätigt, die in ihrem jeweiligen Kammerbezirk die Innenstadtentwicklung nach einer Centeransiedlung beurteilten. Ergebnis: Die Center erhöhten in den meisten Fällen Sogkraft und Umsatz der Innenstadt insgesamt – auch weil sie häufig überfällige Modernisierungsinvestitionen bei den angestammten Händlern und Immobilieneigentümern anstießen.

1a-Lagen als Gewinner

Die 1a-Lagen profitierten am stärksten von den Zentralitätsgewinnen durch die Centeransiedlung. Streulagen und teilweise auch 1b-Lagen verloren hingegen durch veränderte Passantenströme. Positiv wirkten sich laut Lademann-Studie Innenstadtcernern vor allem dort aus, wo die bestehenden Händler mit umfangreichen Anpassungen bei Marketing und Investitionen reagierten.

Eine verblüffende Erkenntnis der Studie: Bei Einkaufszentren mit einem hohen Anteil innenstadtrelevanter Sortimente waren besonders starke Erhöhungen von Umsatz und Mieten in der City zu beobachten. Für Lademann jedoch keine Überraschung: „Mehr Wettbewerb bringt mehr Umsatz“, so der Berater. Diese Verbundwirkung verstünden die Verantwortlichen in einem Genehmigungsprozess oft nicht, wenn sie zu möglichst wenig Sortimentsüberschneidungen zwischen Center und Innenstadthandel rieten.

Feste Grenzwerte bei Branchenmix und Verkaufsfläche hält Lademann für kontraproduktiv. Seine These: je größer das Center, desto größer die Anziehungskraft und damit der Gewinn für die Innenstadt. Kleine Center unter 15.000 Quadratmetern könnten weder schwächelnden 1a- noch 1b-Lagen positive Impulse geben.

Eine Einschränkung macht Lademann dann aber doch: „Die Ergebnisse der Studie sind nicht endlos übertragbar auf weitere Projekte. Je größer die Dichte an Einkaufszentren, umso geringer sind die positiven Effekte“, schränkt er ein.

Ein Center kann der Innenstadt gute Perspektiven beschern, meint Rainer Lademann.

STUDIE

Die komplette Studie „Innerstädtische Shoppingcenter – eine absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse“ ist als Buch bei Göttinger Handelswirtschaftliche Schriften erschienen, 273 Seiten, Göttingen, 2011, ISBN 978-3925327-93-3.

Foto: ECE