

FLÄCHENEXPANSION

Die Discounter sind das Hauptproblem der Städte

Die meisten deutschen Oberzentren lassen regelmäßig Einzelhandelsgutachten erstellen. Diese beleuchten dann von außen den Stand der Dinge der jeweiligen Stadt. Die Hamburger Unternehmensberatung Dr. Lademann & Partner ist den umgekehrten Weg gegangen: Sie befragte die Verwaltungen von 70 Oberzentren nach der Einschätzung ihres Standortes.

Insgesamt haben die Hamburger Berater 125 Städte im gesamten Bundesgebiet angesprochen, von denen 67 an der Befragung teilnahmen. Ansprechpartner waren dabei die Wirtschaftsförderungen, IHKs oder Stadtplanungämter.

Als größtes Problem der aktuellen Situation auf dem Handelsmarkt betrachten die Städte dabei das Vordringen der Lebensmitteldiscounter. 84% der Oberzentren sehen in der Expansion von Aldi, Lidl und Co. das Hauptproblem, das weitere Schwierigkeiten nach sich zieht: 79% gaben an, die Mittelstandserosion kennzeichnet in der jeweiligen Stadt den Handel. Als Steuerungsmittel begegnet man der Expansion von Discountern mit Einzelhandels- und Zentrenkonzepten und Sortimentsbeschränkungen.

Die starke Expansion der Handelsunternehmen wird generell als negativ empfunden: 76% der befragten Städte nannten diesen Punkt als Hauptproblem. Mit Einzelhandelsgroßprojekten will man einerseits die Expansion bündeln, durch Beschränkungen in den Bebauungsplänen andererseits den Wildwuchs eindämmen.

Ebenfalls 76% der Oberzentren sehen sich in einem starken interkommunalen Wettbewerb. Sie haben die Erfahrung gemacht, dass Handels- oder Projektentwicklungsunternehmen die Städte gegenein-



Lidl und Konsorten bedrohen die Handelsstruktur der Oberzentren.

Bild: BilderBox.com

ander ausspielen, um letzten Endes eine Expansion oder Ansiedlung durchzusetzen. Als Lösungsansatz sieht man hier interkommunale Handelskonzepte. Wo diese nicht zu Stande kommen, gehen die Oberzentren auch den Weg vor Gericht.

Mehr als die Hälfte fühlt sich von neuen Centern bedroht

Immerhin noch 51% werten die Expansion von Shoppingcentern als Negativum für den lokalen Handel. Damit die Innenstädte nicht weiter ausbluten, haben 85% der Oberzentren darum Maßnahmen eingeleitet, die zentrenrelevante Handelsansiedlungen außerhalb der City verhindern. Bei 76% der Städte hat sich die Anwendung von

Sortimentslisten als probates Mittel gegen die unkoordinierte Ansiedlung von Retailern bewährt.

Dass die deutschen Oberzentren in den vergangenen fünf Jahren von einer wahren Flut neuer Handelsflächen heimgesucht wurden, belegt die Tatsache, dass in praktisch allen Städten in dieser Zeit mindestens ein Handels-Großprojekt realisiert wurde. In rund 30% der Städte war es ein Projekt, in 26% wurden zwei und in 36% wurden sogar drei so genannte Schlüsselprojekte in diesem Zeitraum realisiert. Die durchschnittliche Verkaufsfläche aller dieser Vorhaben lag bei gut 15.000 m².

Einer der Gründe, weshalb diese Projekte entstanden sind, dürfte ganz banal Selbstüberschätzung sein: Etwa die Hälfte der

Städte gibt an, eine hohe oder sehr hohe Einzelhandelszentralität gegenüber anderen Oberzentren zu haben. In der Realität, so erläutert die Studie, besitzen jedoch mehr als 60% der größeren Städte eine sehr niedrige, niedrige oder mittlere Einzelhandelszentralität.

Theorie und Praxis klaffen messbar auseinander

Von besonderer Bedeutung ist für viele Oberzentren jedoch die Nahversorgungsfunktion ihrer Stadtteilzentren. Gerade einmal 4% schätzen diese als niedrig ein, etwa 50% werten sie als mittel, und 45% geben an, ihre Stadtteilzentren besitzen eine starke Nahversorgungsbedeutung.

Dem gegenüber erklärt fast die Hälfte der Städte, dass die Rolle, die Lebensmitteldiscounter bei der Nahversorgung spielen, zu groß ist – hier herrsche ein regelrechtes Übergewicht der Billiganbieter. Diese siedeln sich in der Regel nicht in den Innenstädten an, sondern in SO-Gebieten und an Ausfallstraßen.

Immerhin können die meisten Cities dem Flächenwachstum der Discounter noch trotzen. Gleichwohl beantworteten 9% der Repräsentanten der Städte die Frage nach einem hohen Anteil an Leerständen in der Innenstadt mit Ja. Deutlich mehr, nämlich 12% beklagen hohe Leerstände in den Stadtteilzentren und rund 17% stellen in ihren Streulagen einen großen Anteil brach liegender Handelsflächen fest.

An Handelskonzepten herrscht kein Mangel

Keiner kann behaupten, die deutschen Oberzentren wüssten nicht, wie es um sie bestellt ist: Rund 73% der Städte verfügen über ein Einzelhandelsentwicklungskonzept. Und die meisten dieser Pläne stam-

men aus den Jahren nach 2000, sind also mehr oder minder aktuell. Und noch eine positive Überraschung birgt die Untersuchung von Dr. Lademann & Partner: Bei knapp 70% der Oberzentren, die über ein Einzelhandelskonzept verfügen, ist dieses auch verbindlich – also durch den Rat der Stadt verabschiedet.

BID sind bekannt, aber nicht sonderlich gefragt

Die Handelsimmobilienbranche sucht seit vielen Jahren nach dem Wundermittel, das den maroden Innenstädten neues Leben einhauchen soll. Wurden bis vor fünf Jahren noch Urban Entertainment Center als Möglichkeit diskutiert, die Citys zu revitalisieren (davor waren es Megakinos), so scheint das Jahr 2004 unter dem Stern der Business Improvement Districts (BID) zu stehen.

Das Modell, nach dem bestimmte Cluster in Innenstädten gebildet werden und verbindliche Abmachungen zwischen Immobilieneigentümern, Mietern und der Stadt geschaffen werden, ist auch den meisten befragten Oberzentren bekannt: 85% erklärten, man wisse, was ein BID sei. Allerdings scheint der Glaube, mit diesem Instrument den Citys neuen Schwung geben zu können, nicht weit verbreitet zu sein. Nur etwa ein Drittel ist am Thema BID überhaupt interessiert. Auch die Frage, ob BID in der jeweiligen Stadt generell durchsetzbar seien, verneint etwa die Hälfte der Städte. Gut 30% hingegen können sich das vorstellen.

Deutlich weiter verbreitet ist jedoch das City-Management: In knapp 80% der befragten Oberzentren gibt es heute Stadtmarketing oder City-Management – mit offenbar nicht ganz überzeugendem Erfolg. Etwa 45% bezeichnen ihr Stadtmarketing als erfolgreich, immerhin 20% sehen das nicht so. (thk)