

Kurzzusammenfassung der Ergebnisse des DFG-Forschungsprojekts „Auswirkungen Innerstädtischer Shopping Center auf die gewachsenen Strukturen der Zentren“

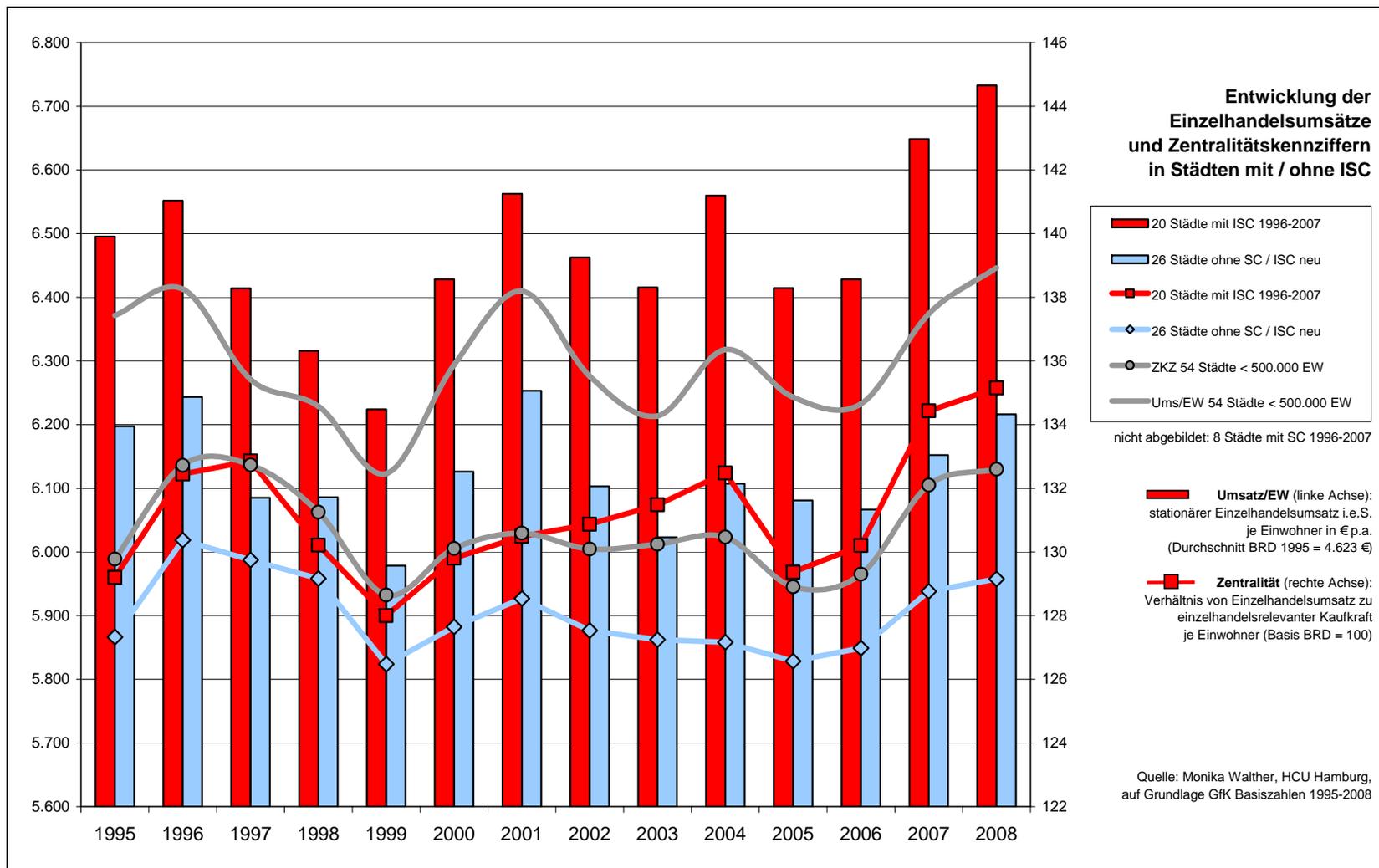
Die oftmals aufgestellte Behauptung, dass durch die Ansiedlung eines Shopping Centers in Innenstadtlage die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erhöht und die Zentralität einer Stadt gesteigert werden könnte, war im Rahmen des Forschungsprojekts empirisch nicht zu belegen. Auch der jeweilige Marktanteil der Innenstadt am gesamten Einzelhandelsumsatz einer Stadt, der entsprechend dem bundesweiten Trend in allen untersuchten 64 kreisfreien westdeutschen Städten innerhalb des Betrachtungszeitraumes von 1995-2008 tendenziell und teilweise auch deutlich rückläufig war, konnte in kaum einer Stadt gehalten, geschweige denn so wesentlich erhöht werden, dass nach Abzug des im Center selbst gebundenen Umsatzes noch ein Zugewinn für die übrigen innerstädtischen Geschäftslagen zu verzeichnen gewesen wäre. Das bedeutet, dass mit der Etablierung eines ISC regelmäßig Umsatzumverteilungseffekte gerade innerhalb der Innenstadt einhergehen, die umso stärker ausfallen:

- a) je geringer das Marktwachstumspotential der Innenstadt insgesamt ist, also ein je größerer Anteil zentrenrelevanter Ausgaben auch zuvor schon in der City getätigt wird
- b) je höher der zu erwartende Umsatz des ISC im Verhältnis zu den jeweiligen Umsatzanteilen in den bisher wichtigsten innerstädtischen 1a-Lagen ist und
- c) je besser die relative Wettbewerbsposition des ISC im Verhältnis dazu einzustufen ist, wie gut oder schwach die übrigen, jeweils einzeln zu bewertenden Geschäftslagen „aufgestellt“ sind

Über diese ökonomischen Effekte hinaus, die sich in der Regel in entsprechenden Mietpreiserückgängen und Immobilienwertverlusten in den besonders betroffenen Geschäftslagen niederschlagen, können mit einer ISC-Ansiedlung auch räumlich-funktionale bzw. qualitative Veränderungen der innerstädtischen Angebotsstrukturen verbunden sein, die unmittelbare Auswirkungen auf die von den Besuchern wahrgenommene Attraktivität der Innenstadt insgesamt haben. In welchem Umfang es in welchen Bereichen der City zu spürbaren Verschiebungen der Lagequalitäten kommt, ist abhängig davon, welche Wettbewerbsposition eine bestimmte Geschäftszone in Relation zur voraussichtlichen Stellung des ISC im innerstädtischen Zentrengefüge einnimmt. Der jeweilige Wert oder Nutzen einer Einkaufslage, der ihr aus Sicht der Konsumenten zugemessen wird, lässt sich anhand eines standardisierten Bewertungsschemas, mit dem die Kriterien Reichhaltigkeit und Dichte, Nutzungsmischung und Angebotsattraktivität sowie Raumstruktur und Lebendigkeit der Innenstadt beurteilt werden, recht genau ermitteln.

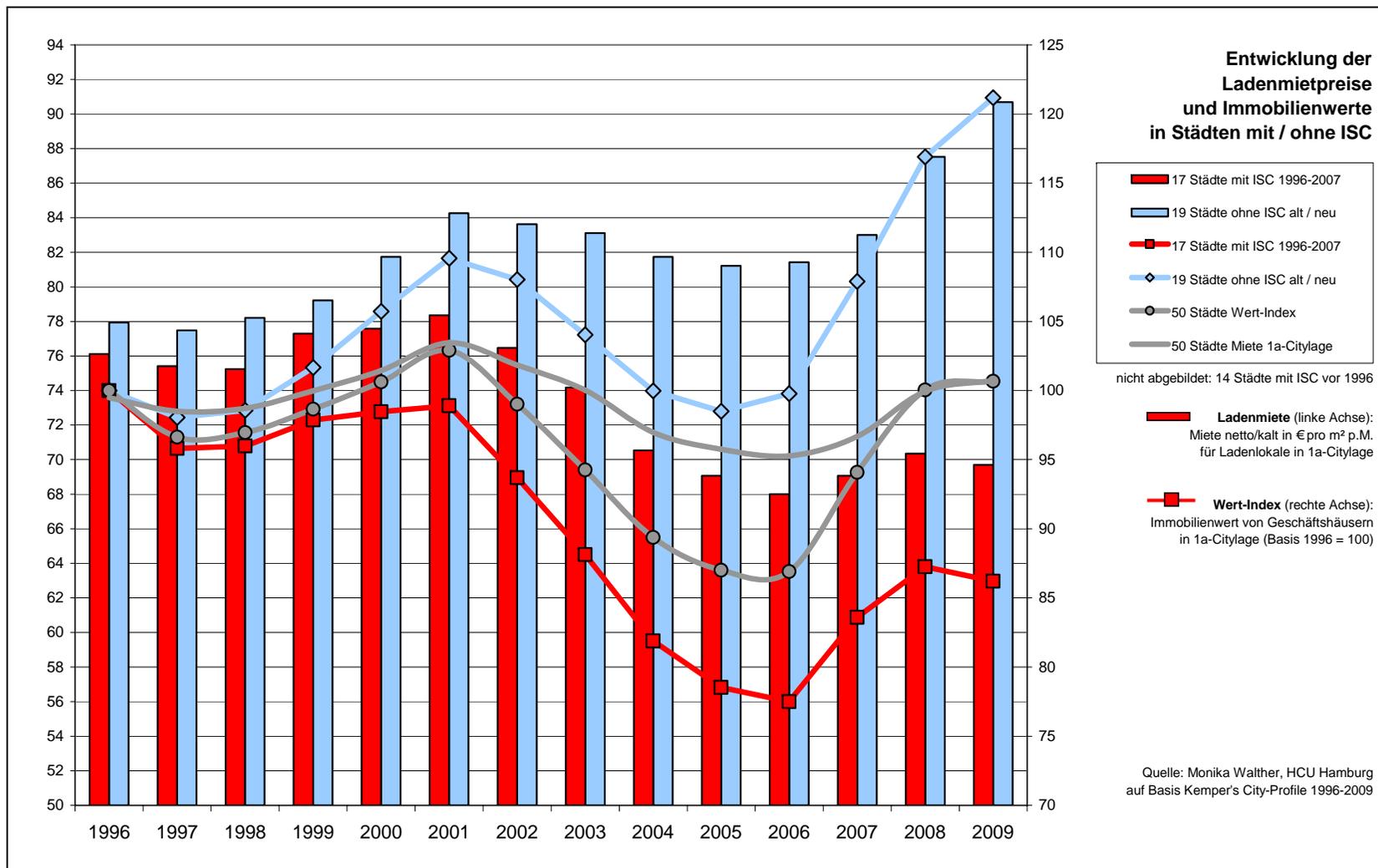
Auf dieser Basis ist es mit Hilfe eines im Rahmen des Forschungsprojekts entwickelten Wirkungs- und Prognosemodells möglich, Ausmaß und Richtung der Auswirkungen einer geplanten ISC-Ansiedlung auf einzelne innerstädtische Geschäftslagen vorherzusagen und somit Aussagen über die voraussichtliche Entwicklung der Nutzungsstrukturen und Funktionsverteilung sowie der Einkaufsbedeutung und Gesamtattraktivität eines Stadtzentrums zu treffen. Überraschend war in diesem Zusammenhang die Erkenntnis, dass weniger Lage und Größe, sondern vielmehr Ladenanzahl und Branchenmix eines ISC entscheidend sind für die Intensität der Wirkungen auf die gewachsenen Strukturen der Zentren.

Das Interesse der Shopping-Center-Entwickler konzentriert sich bevorzugt auf jene Städte, in denen bereits überdurchschnittlich hohe Pro-Kopf-Umsätze erzielt werden, die also entweder über ein hohes Kaufkraftniveau verfügen oder aber auch ohne ISC schon eine sehr starke Einzelhandelsbedeutung über die Stadtgrenzen hinaus aufgewiesen haben. Diese aus immobilienwirtschaftlicher Perspektive kaum überraschenden Erkenntnisse sind im planungswissenschaftlichen Kontext durchaus neu, denn sie widerlegen die Vermutung, dass Shopping Center auf gesamtstädtischer Ebene einen entscheidenden Beitrag zur Stärkung der Zentren bzw. zur Sicherung der oberzentralen Versorgungsbedeutung von Städten leisten würden. Die Zentralität bzw. Anziehungskraft der Innenstadt selbst lässt sich in den allermeisten Fällen durch eine ISC-Ansiedlung bestenfalls stabilisieren, kaum aber signifikant gegenüber dem Ursprungsniveau bzw. einem stadtgrößentypischen Durchschnittswert erhöhen. ISC sind folglich eben kein Garant für eine stadtentwicklungspolitisch stets erhoffte Steigerung der Anziehungskraft der Stadt insgesamt. Wohl aber ist ein autark konzipiertes Center (Typ A) in der Lage, die Umsatzverteilung, Nutzungsstrukturen und Lagequalitäten im Mikrosystem Innenstadt maßgeblich zu beeinflussen und zumindest in einigen innerstädtischen Geschäftszonen spürbar negative Effekte und städtebaulich unerwünschte Veränderungsprozesse auszulösen oder gegebenenfalls auch schon vorher sich abzeichnende Abwertungstendenzen erheblich zu beschleunigen.



Vergleich der Umsatz- und Zentralitätsentwicklung in Städten mit oder ohne ISC neueren Typs:

Die 20 untersuchten ISC-Städte wiesen bereits im Ausgangsjahr der Betrachtung eine deutlich höhere Umsatzleistung pro Einwohner auf als die übrigen Städte, die nicht im Fokus der Center-Entwickler standen. Hinsichtlich des tendenziellen Verlaufs der Entwicklungen von Pro-Kopf-Umsätzen und Zentralitätskennziffern – entsprechend der allgemeinen konjunkturellen Schwankungen – bestehen zwischen beiden Kategorien jedoch keine allzu großen Unterschiede.



Vergleich der Mietpreis- und Immobilienwertentwicklung in 1a-Citylagen von Städten mit oder ohne ISC:

Sinkende Ladenmieten resultieren in erster Linie aus einer deutlich abnehmenden Flächennachfrage – was nicht allein auf eine Vergrößerung des innerstädtischen Flächenangebotes durch das ISC zurückgeführt, sondern vor allem auch als Indiz für rückläufige Umsatzperspektiven in den gewachsenen Geschäftslagen gewertet werden kann. Dabei deutet die fortschreitende „Spreizung der Schere“ darauf hin, dass diese sichtbaren Marktveränderungen dauerhafter bzw. struktureller Natur sind und nicht etwa nur Ausdruck einer vorübergehenden „Marktirritation“.

| Standort | Mietfläche | VKF | Handel | Läden | Parkplätze | VKF der 5 flächengrößten Mieter | | | | | VKF übrige Läden | | Modeanteil (Bekleidung / Schuhe) | | | |
|--|---------------|---------------|-------------|-----------|--------------|---------------------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|------------------|------------|----------------------------------|-------------|-----------|-------------|
| | | | | | | Eröffnung | gesamt in m² | in % VKF | Anzahl absolut | Top 1 m² | Top 2 m² | Top 3 m² | Top 4 m² | Top 5 m² | gesamt m² | Ø VKF m² |
| 303 Center | 29.700 | 25.200 | 92,9 | 65 | 1.500 | 7.000 | 3.600 | 2.200 | 1.400 | 1.000 | 10.000 | 167 | 6.900 | 27,4 | 19 | 29,4 |
| 115 Innenstadt | 22.400 | 19.000 | 91,1 | 63 | 850 | 5.100 | 2.500 | 1.400 | 950 | 750 | 8.300 | 143 | 6.700 | 35,4 | 20 | 31,9 |
| davon 44 Center Eröffnung bis 1995 | 21.600 | 18.400 | 91,3 | 57 | 950 | 5.900 | 2.600 | 1.500 | 900 | 700 | 6.800 | 130 | 5.900 | 32,2 | 16 | 28,2 |
| davon 71 Center Eröffnung 1996-2007 | 22.900 | 19.400 | 91,0 | 66 | 800 | 4.600 | 2.200 | 1.300 | 1.100 | 800 | 9.400 | 150 | 7.300 | 37,2 | 22 | 33,9 |
| 117 Stadtteil | 33.100 | 28.100 | 93,1 | 71 | 1.600 | 7.600 | 3.700 | 2.300 | 1.600 | 1.200 | 11.700 | 178 | 7.500 | 26,7 | 20 | 28,8 |
| davon 61 Center Eröffnung bis 1995 | 36.400 | 30.900 | 93,1 | 72 | 1.800 | 8.700 | 4.300 | 2.500 | 1.700 | 1.300 | 12.400 | 184 | 7.600 | 24,5 | 20 | 28,0 |
| davon 56 Center Eröffnung 1996-2007 | 29.500 | 25.000 | 93,0 | 69 | 1.400 | 6.400 | 3.000 | 2.000 | 1.500 | 1.100 | 11.000 | 172 | 7.400 | 29,8 | 20 | 29,6 |
| 71 Grüne Wiese | 36.000 | 30.600 | 94,6 | 58 | 2.100 | 9.200 | 5.200 | 3.100 | 1.800 | 1.300 | 10.000 | 187 | 6.300 | 20,4 | 15 | 26,6 |
| davon 53 Center Eröffnung bis 1995 | 38.300 | 32.500 | 95,1 | 64 | 2.400 | 9.400 | 5.300 | 3.500 | 2.000 | 1.400 | 10.900 | 184 | 7.000 | 21,5 | 18 | 27,5 |
| davon 18 Center Eröffnung 1996-2007 | 29.400 | 25.000 | 92,7 | 42 | 1.200 | 8.500 | 4.900 | 2.000 | 1.300 | 1.000 | 7.300 | 200 | 3.900 | 15,8 | 9 | 22,3 |

Alle Angaben Circa-Werte nach Berechnungen M. Walther, HCU Hamburg, auf Basis Angaben EHI, Stand 1.1.2009 (erfasst nur Center ab 10.000 m² VKF, mind. 20 Ladenlokale, Eröffnung bis 2007)

Flächen- und Nutzungsstrukturen von Shopping Centern in unterschiedlichen Standortlagen und Eröffnungszeiträumen

| Typ A: Autarke Center | Typ B: Ergänzende Center | Typ C: Abhängige Center |
|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| mind. 75 Ladenlokale | ca. 50-75 Ladenlokale | ca. 25-50 Ladenlokale |
| mind. 750 PKW-Stellplätze | ca. 500-750 PKW-Stellplätze | ca. 0-500 PKW-Stellplätze |
| mind. 10.000 m² VKF* | ca. 5.000-10.000 m² VKF* | ca. 1.000-5.000 m² VKF* |
| mind. 35% Modelflächenanteil | i.d.R. starker Ankermieter | i.d.R. kleinteilige Struktur |
| i.d.R. Innenstadttrandlage | unterschiedliche Lage | i.d.R. voll integrierte Lage |

* ohne die Verkaufsfläche der separat erfassten fünf flächengrößten Mieter

Typologische Einordnung Innerstädtischer Shopping Center