

Exposé zur Bachelorarbeit

Auswirkungen von Einkaufszentren auf den innerstädtischen Einzelhandel - das Beispiel der Münster Arkaden

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Geographisches Institut

Vorgelegt von: Jendrik Hertzberg

Betreuer: Prof. Dr. Claus-C. Wiegandt

Einleitung in die Thematik

Der innerstädtische Einzelhandel befindet sich in einem ständigen Wandel. Neben dem bekannten Trend des Online-Handels ist das Einkaufen nicht mehr nur zweckorientiert, sondern wird immer häufiger als ein Erlebnis angesehen. Dies trägt dazu bei, dass beinahe jede Groß- und mittlerweile auch Mittelstadt ein Einkaufszentrum besitzt, welche dieses Erlebnis fördert. Im Jahr 2010 hat es in der Bundesrepublik Deutschland 428 Einkaufszentren gegeben. Bis zum Jahr 2018 ist ihre Zahl um knapp 12% auf 479 gestiegen. Von diesen 479 Einkaufszentren liegen knapp die Hälfte (48,2%) in der Innenstadt, wohingegen sich nur 15,5% in Stadtrandlagen und auf der „Grünen Wiese“ bzw. 36,3% in Stadtteilen befinden (EHI RETAIL INSTITUTE 2018, STATISTA RESEARCH DEPARTMENT 2018).

Diese Entwicklung zu innerstädtischen geplanten Einkaufszentren bringt einige Veränderungen für die Innenstädte und die über viele Jahre hinweg gewachsenen Hauptgeschäftszentren mit sich. Die Einkaufszentren sollen mit der Erweiterung des innerstädtischen Warenangebots zu einer Attraktivitätssteigerung für die Innenstädte beitragen, wodurch das Einzugsgebiet erweitert wird und mehr Kaufkraft geschaffen werden kann. Dazu muss das Einkaufszentrum bestmöglich in die bestehenden Strukturen integriert sein. Allerdings können sich neben den positiven Effekten auch negative Auswirkungen für die Innenstädte herausbilden, etwa das Entziehen der Kaufkraftströme, die Verdrängung bestehender Einzelhandelsstrukturen und somit die Schließung von Einzelhandelsbetrieben. Viele traditionelle Innenstädte haben in der Folge der neuen Einkaufszentren heute mit Leerständen zu kämpfen (BECKMANN, R. M. u. LINNHOFF, C. 2012).

In der Arbeit soll anhand der Münster Arkaden in der Innenstadt von Münster untersucht werden, ob und inwiefern innerstädtische Einkaufszentren Auswirkungen auf den Einzelhandel in der übrigen Innenstadt haben. Mit Hilfe der Methoden wird außerdem die Integration der Münster Arkaden in die bestehende innerstädtische Einzelhandelsstruktur herausgearbeitet.

Untersuchungsraum

Die Münster Arkaden befinden sich im historischen Kern der Stadt Münster. Das Einkaufszentrum wurde in den Jahren 2005/2006 in zwei Abschnitten eröffnet und verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 26.000 m². Es sind 41 neue Mieteinheiten für Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomiebetriebe mit direkter Anbindung an die 1A-Lagen der Innenstadt entstanden. Die Fläche des ehemaligen Sparkassen-Hauptgebäudes bot sich

optimal für die Ansiedlung eines Einkaufszentrums mit größeren Verkaufsflächen an, da die Altstadt von Münster bisher stark vom kleinteiligen Einzelhandel geprägt war (MAYER-DUKART 2010).

Ziel der Arbeit/Fragestellung

Im Rahmen dieser Arbeit soll untersucht werden, ob und inwiefern sich die Münster Arkaden (langfristig) auf den Einzelhandel in der Innenstadt von Münster ausgewirkt haben. Es werden dabei sowohl positive als auch negative Effekte betrachtet.

Forschungsfragen

- Wie hat sich der Einzelhandelsbestand gegenüber dem Jahr 2006 verändert?
- Wie lassen sich die Veränderungen des Einzelhandelsbestands erklären?
- Wie beeinflusst die Ansiedlung der Münster Arkaden den bestehenden Einzelhandel in der Innenstadt von Münster? Welche positiven bzw. negativen Auswirkungen auf den Einzelhandel sind auf die Münster Arkaden zurückzuführen?

Methoden

Um die Fragestellungen zu beantworten, werden verschiedene Methoden herangezogen. Neben einer Literaturlauswertung wird in der Innenstadt von Münster zunächst eine Einzelhandelsbestandserhebung durchgeführt. Der Einzelhandel im Erdgeschoss wird aufgenommen und anschließend kartiert und digitalisiert. Mit einer Kartierung aus dem Jahr 2006, und somit kurz nach der Eröffnung der Arkaden, kann im Anschluss verglichen werden, ob es sichtbare Veränderungen oder Verschiebungen des Einzelhandelsbestandes gibt.

Auf Grundlage dieser Erkenntnisse werden drei leitfadenorientierte Interviews geführt. Mit Verantwortlichen des Einzelhandelsverbandes Münster, dem Management der Münster Arkaden und der Wirtschaftsförderung Münster sollen in diesen Interviews mögliche Gründe für die Veränderungen herausgearbeitet werden. In den Interviews wird außerdem geklärt, ob die Veränderungen auf die Münster Arkaden zurückzuführen sind. Zudem soll ein Überblick über die positiven und negativen Auswirkungen der Münster Arkaden auf die Innenstadt und die Integration in die Innenstadt geschaffen werden, der anhand der Erfahrungen der Experten mit Beispielen unterstrichen werden kann.

Literatur

- BECKMANN, R. M. u. C. LINNHOFF (2012): Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt. Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien. (DSSW) Berlin.
- BRUNE, W., JUNKER, R. u. H. PUMP-UHLMANN (Hrsg.) (2006): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. (Droste) Düsseldorf.
- EHI RETAIL INSTITUTE (2018): Verteilung der Shopping-Center in Deutschland nach Standortlage (2018). Abrufbar unter : <https://www.handelsdaten.de/verteilung-der-shopping-center-deutschland-nach-standortlage-2018> (letzter Abruf: 26.07.2019).
- HAUFF, T. u. H. HEINEBERG (Hrsg.) (2011): Münster. Stadtentwicklung zwischen Tradition, Herausforderungen und Zukunftsperspektiven. [Städte und Gemeinden in Westfalen 12]. (Aschendorff) Münster.
- JUNKER, R., KÜHN, G., u. H. PUMP-UHLMANN (2011): Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufszentren. Arbeitshilfe. (Difu) Berlin.
- JUNKER, R., KÜHN, G., NITZ, C. u. H. PUMP-UHLMANN (2008): Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren. (Difu) Berlin.
- KONZE, H. u. M. WOLF (Hrsg.) (2012²): Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern. (ARL) Hannover.
- KRUSE, S. (Hrsg.) (2012): Handbuch Einzelhandel. (VHW-Verlag) Bonn.
- KUSCHNERUS, U., BISCHOPINK, O. u. A. WIRTH (2018²): Der standortgerechte Einzelhandel. (VHW-Verlag) Bonn.
- MAYER-DUKART, A. (2010): Handel und Urbanität. Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren. [Stadt + Landschaft 2]. (Rohn) Detmold.
- POPP, M. (2002): Innenstadtnahe Einkaufszentren. Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelhandelsstandorten. (L.I.S. Verlag) Passau.
- RAUH, J. u. E. KULKE (Hrsg.) (2014): Das Shopping Center Phänomen. Aktuelle Entwicklungen und Wirkungen. (Verlag MetaGIS-Infosysteme) Mannheim.
- STATISTA RESEARCH DEPARTMENT (2018): Anzahl der Einkaufszentren in Deutschland in den Jahren von 1965 bis 2018. Abrufbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/236105/umfrage/anzahl-der-einkaufszentren-in-deutschland/> (letzter Abruf: 26.07.2019).