

Geographisches Institut der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-
Universität Bonn

Exposé zur Bachelorarbeit

Titel:

Die Veränderungen des Einzelhandels in der Solinger Innenstadt seit
2008.

Ursachen und Handlungsempfehlungen für die Zukunft

Modul 8000: Bachelorarbeit

Betreuer: Claus-Christian Wiegandt, Prof. Dr.

Tobias Stamm

E-Mail: s6tostam@uni-bonn.de

Einführung in die Thematik

„Ladenlokal zu vermieten“, „Nachmieter gesucht“ – Auf derartige Hinweise trifft man beim Einkaufsbesuch in der Innenstadt immer öfters. Die Einzelhandelsbranche (ausgenommen Handel mit Kraftfahrzeugen) nimmt in der Wirtschaft mit seinen rund 345.000 Unternehmen (2016) (destatis 2018) und 3,06 Millionen Beschäftigten (2017) (HDE 2018) eine bedeutende Rolle ein. Ganz nach dem Sprichwort „Handel ist Wandel“ unterliegt der Einzelhandel sich stetig verändernden Rahmenbedingungen (Neiberger/Steinke 2020).

Der Strukturwandel im Einzelhandel führt seit einigen Jahrzehnten zu weitgehenden Veränderungen in den Städten. Dies drückt sich insbesondere in einem ständigen Wandel an Betriebsformen aus. Speziell die Zukunftschancen des Fachhandels werden durch neue attraktive Einkaufsalternativen eingeschränkt. Dazu führt der Online-Handel für den Einzelhandel zu einer weiteren Herausforderung. Dieser ist jedoch nicht die Ursache für die Probleme des stationären Einzelhandels, sondern wirkt eher als eine Art Trendverstärker (BBSR 2017). Die zunehmende Konzentration und Filialisierung des stationären Einzelhandels erschweren es gerade kleineren Betriebsformen. Sie können dem Preis- und Angebotswettbewerb immer seltener standhalten. Allerdings stehen diesen handelsendogenen Einflüssen auch zahlreiche handelsexogene Einflüsse gegenüber. Insbesondere veränderte Verhaltens-, Mobilitäts- und Einkommensfaktoren der Konsumenten tragen entscheidend zum Strukturwandel im Einzelhandel bei, indem sie zum Online-Handel oder in größere Städte abwandern (BDU 2015). Diese Themen haben sich in der Geographischen Handelsforschung zu einem neuen Forschungsgegenstand entwickelt (Neiberger 2020).

Durch den großen Druck auf den stationären Einzelhandel stehen damit Städte einem Verlust der Attraktivität gegenüber. Eine attraktive Stadt zeichnet sich durch einen lebendigen öffentlichen Raum aus. Treibende Kraft hierbei ist vor allem der Handel, der für viele Touristen und Kunden aus der Region ein Einkaufserlebnis in den Innenstädten wecken soll. Weitere Wirtschaftszweige wie die Gastronomie und kulturelle Einrichtungen können von den entstehenden Kundenströmen profitieren. Der Handel in der Innenstadt beschränkt sich dabei nicht nur auf die Güter des täglichen Bedarfs, sondern verkörpert einen gesellschaftlichen Wert für die Stadt (HDE 2014).

Stationärer Einzelhandel und (Innen-)Stadt stehen demnach in einem besonderen Abhängigkeitsverhältnis. Räumlich betrachtet sind beide eng miteinander

verflochten und ihr Erfolg hängt von dem jeweils anderen Faktor ab (Stepper 2016). Insbesondere Geschäftsmodelle wie der Fachhandel, die auf hohe Besucherzahlen angewiesen sind, und zentralgelegene Innenstadtlagen aller Stadtgrößen werden Leitragende vom Rückgang der Besucher (HDE 2018, S. 10). Im Fokus kommunaler Standortpolitik sollten deshalb folgende Ziele liegen: hohe Aufenthaltsqualität, gute Erreichbarkeit und Funktionsvielfalt.

Der Handelsverband Deutschland (HDE) und der Deutsche Städte und Gemeindebund (DStGB) warnen vor den Folgen „steigender Leerstände und einer Verödung der Innenstädte“ (HDE 2018). Städte und Gemeinden müssen deshalb Konzepte entwickeln, mit denen sie ihre Stadtbereiche „vital“ gestalten können. Dafür gibt es zwei Ansätze:

Einzelhandelskonzepte sind ein gängiges Instrument kommunaler Entscheidungsträger, um sich dem Wandel im Handel anzunehmen und strategische Maßnahmen für Innenstadtlagen zu entwickeln (IHK 2014, S. 4). Demgegenüber konzentrieren sich Integrierte Stadtentwicklungskonzepte (ISEK) auf weitere Bereiche wie Wohnen, Baukultur, Stadtgestalt und Umwelt (BMUB 2016, S. 10).

Fragestellung

Ziel der Arbeit ist es herauszustellen, wie sich der Einzelhandel in der Solinger Innenstadt im Vergleich zum Jahr 2008 verändert hat. Nach einer Bestandsaufnahme sollen die Veränderungen erklärt werden. Dazu werden allgemeine wissenschaftliche Erkenntnisse ebenso herangezogen wie Interviews, die sich auf die spezielle Situation der Innenstadt in Solingen beziehen. Abschließend sollen Handlungsempfehlungen für mögliche Maßnahmen erarbeitet werden, an denen sich die Stadt Solingen orientieren kann, um den Einzelhandel in der Innenstadt zukünftig vital und attraktiv zu gestalten.

Um das Ziel der Arbeit zu erreichen, orientiert sich die Forschungsarbeit an drei Forschungsfragen:

1. Wie hat sich der Einzelhandelsbestand in der Solinger Innenstadt seit 2008 verändert?
2. Wie lassen sich diese Veränderungen im Einzelhandelsbestand erklären?
3. Welche Maßnahmen und Konzepte kann die Stadt Solingen ergreifen, um bestehenden Leerstand zu beseitigen und diesen zukünftig zu vermeiden?

Fallstudie

Als Fallbeispiel der Bachelorarbeit wird die im bergischen Städtedreieck liegende Stadt Solingen untersucht. Mit einer Einwohnerzahl von 159.050 (Juni 2020) zählt Solingen zu einer kleineren Großstadt (Landesbetrieb IT.NRW 2020). Der Untersuchungsraum liegt in der Solinger Innenstadt (Abbildung 1). Mit den Clemens-Galerien wurde im Jahr 2000 das erste große Einkaufszentrum (16.000m² Verkaufsfläche) in Solingen eröffnet und befindet sich in direkter Nähe zur Fußgängerzone „Hauptstraße“ (Clemens-galerien). Auf der anderen Seite der Fußgängerzone befindet sich der Hofgarten, ein im Jahr 2013 eröffnetes Einkaufszentrum. Auf insgesamt 29.000 m² Fläche finden sich Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen (Hofgarten Solingen).

Methodik

Eine wissenschaftliche Literaturrecherche ist die Basis der Bachelorarbeit. Zur Beantwortung der Fragestellungen wird in der Arbeit ein qualitativer Ansatz verfolgt. Zwei methodische Zugänge kennzeichnen das Vorgehen:

Der erste Teil konzentriert sich auf eine Einzelhandelserhebung und eine dazugehörige Kartierung. Ausgangspunkt hierfür sind das „Regionale Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck“ aus dem Jahr 2008 und das Integrierte Städtebauliche Entwicklungskonzept für die Innenstadt Solingen „City 2030“ (Erhebung 2018). Für die Arbeit werden dabei die Daten der Solinger Innenstadt verwendet. Nach dem gleichen „Schlüssel“ wird der Einzelhandel für den aktuellen Zustand aufgenommen. Wichtig ist hierbei, dass bestehender Leerstand ebenfalls erfasst wird. Weitere notwendige Bereiche wie Dienstleistung, Gastronomie, Kunst und Kultur, öffentliche Einrichtungen und Wohnen werden auch Teil der Bestandsaufnahme, da sie für die Innenstadt eine bedeutende Rolle einnehmen. Die Daten aus dem Jahr 2008, 2018 und die neu aufgenommenen Daten werden mit Hilfe von ArcGIS im Untersuchungsraum dargestellt. Abschließend werden die aktuellen Daten mit denen aus dem Jahr 2008 und 2018 in Excel miteinander verglichen, um Veränderungen zu identifizieren, und die Kartierungen gegenübergestellt, um weitere mögliche (veränderte) Strukturen aufzudecken.

Im zweiten Teil sollen, aufbauend auf dem aktuellen Forschungsstand, leitfadengestützte Interviews geführt werden. Diese verfolgen zwei Ziele:

Die Situation des Einzelhandels in der Solinger Innenstadt zu erklären und Perspektiven für die Zukunft zu entwickeln. Die Interviews werden mit ausgewählten Einzelhändlern der Innenstadt Solingens geführt. Insbesondere Befragungen mit dem eigentümergeführtem Fachhandel können zu Erkenntnissen über den Wettbewerb mit den Einkaufszentren führen und den persönlichen Umgang mit dem wachsenden Onlinehandel. Weitere mögliche Interviewpartner sind die Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Solingens, Haus- und Grundbesitzer der Innenstadt sowie der Deutsche Handelsverband.

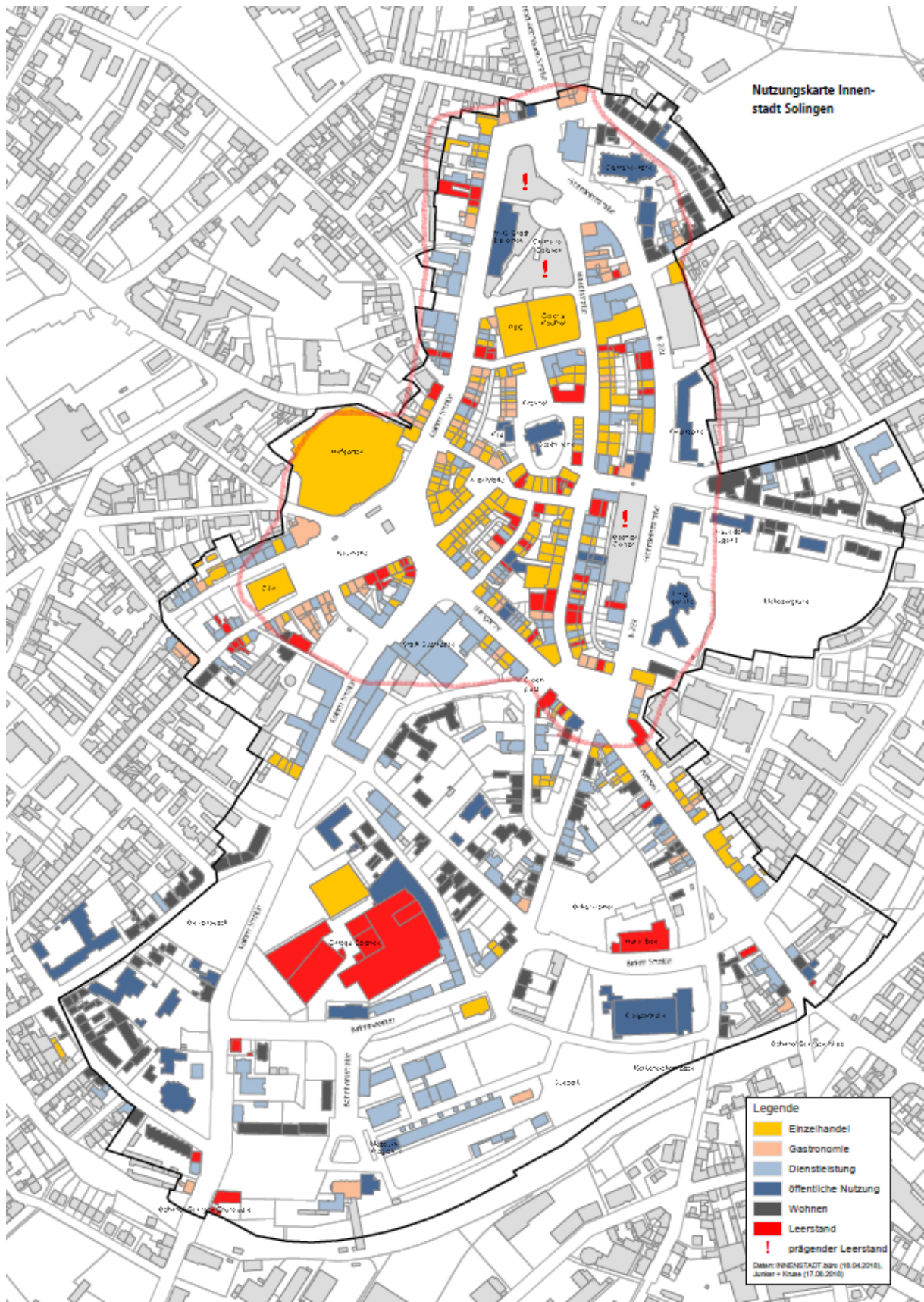


Abbildung 1: Einzelhandelssituation Innenstadt. Daten: INNENSTADT.büro (16.04.2018), Junker + Kruse (17.08.2018) (Quelle: Junker + Kruse, im Auftrag der Stadt Solingen 2019)

Ausgewählte Literatur für das Exposé

BearingPoint (2015): Strukturwandel im deutschen Einzelhandel. Warum gerade Klein- und Mittelstädte von den Folgen des Strukturwandels im Einzelhandel besonders betroffen sind. Red Paper/Retail & Consumer Nr. 8. Frankfurt a. M. <https://www.bdu.de/media/32083/manke-studie-8.pdf> (28.10.2020).

BMUB, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (2016): Integrierte städtebauliche Entwicklungskonzepte in der Städtebauförderung Eine Arbeitshilfe für Kommunen. Berlin. S. 10

BBSR, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (2017): Online-Handel - Mögliche Räumliche Auswirkungen Auf Innenstädte, Stadtteil- Und Ortszentren. Stand April 2017. Bonn:
<http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2017/bbsr-online-08-2017.html> (28.10.2020).

Clemens-galerien:
<https://clemens-galerien.com> (28.10.2020).

Destatis (Statistisches Bundesamt) (2018): Genesis-Online.

Gruninger-Hermann, C. (2017): Zukunft der Innenstädte? - Auswirkungen zunehmender Online-Käufe auf den stationären Einzelhandel und die Innenstädte. Lörrach: DHBW.

HDE, Handelsverband Deutschland (2018):
Zahlenspiegel 2018. Berlin. S. 30

HDE (Handelsverband Deutschland). (2014): Stadt und Handel. Branchenreport Einzelhandel:
<https://www.einzelhandel.de/publikationen-hde/branchenreport-einzelhandel> (28.10.20).

HDE, Handelsverband Deutschland (2018): Positionspapier von DStGB und HDE. Stadt und Handel. Allianz für Innenstädte. Örtlichen Einzelhandel stärken.

Chancen der Digitalisierung nutzen. Innenstädte und Ortskerne beleben. Stand Februar 2018.

https://einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=10280 (28.10.2020).

Hofgarten Solingen Faktenblatt:

<http://www.hofgartensolingenb2b.de/media/1100/faktenblatt.pdf>
(28.10.2020).

IHK – Niedersächsische Industrie- und Handelskammern (2014): Kommunale Einzelhandelskonzepte. Ein wirkungsvolles Instrument für lebendige Städte und Gemeinden in Niedersachsen. Ein Leitfaden der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern. S. 4

Landesbetrieb IT.NRW (2020): Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen:

<https://www.it.nrw/statistik/eckdaten/bevoelkerung-nach-gemeinden-93051>
(28.10.2020).

Neiberger, C., & Steinke, M. (2020). Handel ist Wandel. Geographische Handelsforschung, S. 15-25. doi:10.1007/978-3-662-59080-5_2

Neiberger, C. (2020). Onlinehandel und Stadt. Geographische Handelsforschung, S. 207-214. doi:10.1007/978-3-662-59080-5_18

Stepper, M. (2016). Innenstadt und stationärer Einzelhandel – ein unzertrennliches Paar? Was ändert sich durch den Online-Handel? Raumforschung und Raumordnung, 74(2), S. 151-163. doi:10.1007/s13147-016-0391-x

Abbildungen:

Abbildung 1: Einzelhandelssituation Innenstadt

Abrufbar unter:

[https://www.solingen.de/C1257EBD00357318/files/broschuere-integriertes-entwicklungskonzept-city-2013_urheber-klingenstadt-solingen.pdf/\\$file/broschuere-integriertes-entwicklungskonzept-city-2013_urheber-klingenstadt-solingen.pdf?OpenElement](https://www.solingen.de/C1257EBD00357318/files/broschuere-integriertes-entwicklungskonzept-city-2013_urheber-klingenstadt-solingen.pdf/$file/broschuere-integriertes-entwicklungskonzept-city-2013_urheber-klingenstadt-solingen.pdf?OpenElement)