

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Geographisches Institut

Exposé zur Bachelorarbeit

Felix Maximilian Vorgang

Prof. Dr. Claus-C. Wiegandt

Entwicklung des Einzelhandels in Bonn-Beuel seit Mitte der 1990er Jahre

Anlass und Relevanz

“Stadt und Handel leben seit Jahrhunderten in enger Symbiose.” (HDE 2014: 3)

Der Einzelhandel spielt eine herausragende Rolle in der Versorgung der Städte. Gleichzeitig prägt er gerade die Stadt- und Ortsteilzentren durch die Ansiedlung in ihren Kernen maßgeblich. Dabei ist sowohl das äußerliche Erscheinungsbild als auch die interne Organisation des Einzelhandels keinesfalls konstant (ACOCELLA 2006).

Seit jeher befindet sich der Einzelhandel in einem stetigen Wandel. Dabei versuchen die Einzelhändler, aktuellen Bedürfnissen nachzukommen und der schleichenden Entwicklung der Gesellschaft, der Städte und des Einzelhandels selber zu folgen (HDE 2014). Ein Beispiel für eine solche Entwicklung der letzten Jahre ist die Filialisierung des Einzelhandels. Dadurch wird der inhabergeführte Einzelhandel einem hohen Konkurrenzdruck ausgesetzt, welchem viele Einzelhändler nicht standhalten können. Des Weiteren ändern sich die Ansprüche des Einzelhandels an die Größe, die Lage und die Erreichbarkeit der Flächen. Dies führt dazu, dass die vorhandene städtebauliche Infrastruktur und Bausubstanz nicht mit neuen Konzepten vereinbar sind. Der Rückzug aus dünner besiedelten Gebieten und die gleichzeitige Konzentration auf zentrale Lagen erfordern beispielsweise größere Flächen und schaffen neue und längere Einkaufswege und damit auch erhöhte Verkehrsaufkommen (BMUB 2015, HEINRITZ et al. 2003).

Obwohl der Umsatz im Einzelhandel seit Jahren stetig steigt (DESTATIS), ergeben sich immer wieder neue Herausforderungen, welche nicht wenige Betriebe zur Aufgabe zwingen (BMUB 2015). Am häufigsten werden dabei die drei Komponenten Internationalisierung des Einzelhandels, demographischer Wandel und Erfolg des Online-Handels genannt (RIEPER 2014). Gerade der Online-Handel hat in den letzten Jahren immer mehr an Umsatz gewonnen und stellt eine starke Konkurrenz zum stationären Handel dar, vor allem im Non-Food-Bereich. Daher streben viele Einzelhändler eine Verknüpfung von Online-Handel und stationärem Handel an (RUMSCHEIDT 2014). Der Einzelhandel ist somit gezwungen, sich an neue Bedürfnisse anzupassen, was er nur schaffen kann, wenn unter anderem der nötige städtebauliche Rahmen vorhanden ist oder geschaffen wird. Dadurch ist es möglich, Leerstände und die Verödung von Zentren zu verhindern. Andererseits ist der Einzelhandel nicht der einzige Faktor, welcher das Gesicht eines Zentrums formt. Der Wohn-

nutzung, Kultur, Bildung, Freizeit und öffentlichen Verwaltung sollte und muss eine große Bedeutung zugemessen werden (BMUB 2015, ACOCELLA 2006).

Für ein nachhaltig erfolgreiches Zentrum bedarf es also der Zusammenarbeit und Verständigung verschiedener Akteure, um eine zufriedenstellende und attraktive städtebauliche Infrastruktur zu erhalten oder zu schaffen und Nutzungsmischung zu gewährleisten.

Untersuchungsgegenstand und -gebiet

Basierend auf dieser Grundlage betrachte ich in meiner Bachelorarbeit die Entwicklung des Einzelhandels im Stadtbezirk Bonn-Beuel seit Mitte der 1990er Jahre. Der Stadtbezirk Beuel ist der einzige rechtsrheinische Stadtbezirk in Bonn und umfasst 14 Stadtteile unterschiedlicher Größe und Dichte. Das stark ausgeprägte Stadtbezirkszentrum befindet sich in Beuel-Mitte (ACOCELLA 2006).

Die Entwicklung soll anhand mehrerer Veröffentlichungen aufgezeigt werden, welche im Laufe der Jahre erschienen sind. Die ältesten Daten stammen aus einer Untersuchung von Prof. Dr. Reinhold Grotz, welche im Auftrag des Amtes für Wirtschaftsförderung und Tourismus durchgeführt wurde. Hierbei wurden sowohl die vorhandene Nutzung kartiert als auch Befragungen von Geschäftsinhabern, Passanten und Anwohnern durchgeführt. Ziel war es, zum einen den Bestand aufzunehmen und die Bindung der Passanten und Anwohner an das Zentrum zu bewerten. Zum anderen sollte ein Leitbild entwickelt werden, welches planerisch verfolgt werden konnte. Dieses Leitbild wurde dann 2002 von der Stadt Bonn durch ein integriertes Handlungskonzept für den Stadtteil Beuel-Mitte ergänzt. Der Hintergrund dieses Konzeptes war es, die Anwohner an der Entwicklung ihres Stadtteils zu beteiligen. Hierzu wurden Bürgerwerkstätten abgehalten und durch Bearbeiter fachlich ergänzt, um so ein einheitliches Bild von den Bedürfnissen und Wünschen der Anwohner zu erhalten. Im Jahr 2005 erstellte das Stadtmarketingbüro CIMA aus Köln eine Struktur- und Bedarfsanalyse für das Stadtbezirkszentrum in Beuel-Mitte, für welches das Leitbild formuliert wurde. Auch hier wurden die Anwohner eingebunden und Experten befragt. Außerdem stellte man drei Entwicklungsszenarien auf und prognostizierte den Bedarf.

Besonders bedeutend für die geplante Untersuchung ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept des Stadt- und Regionalentwicklungsbüros von Dr. Donato Acocella aus dem Jahr 2006. Dafür wurden ebenfalls der Einzelhandel kartiert und Befragungen durchgeführt – allerdings für das komplette Bonner Stadtgebiet und nicht nur das Zentrum in Beuel-Mitte. Auf Grundlage dieses Gutachtens wurde 2008 das Zentrenkonzept der Stadt Bonn überarbeitet und weitergeführt. Damit ist dies das dritte Zentrenkonzept nach 1977 und 1999. Für Beuel ist besonders interessant, dass bei zwei von sieben entfallenen Zentren eine Reaktivierung angestrebt wurde. Namentlich in Vilich und Vilich-Müldorf. Diese Entwicklung ist interessant, da im angrenzenden Sankt Augustin bereits in den 1970er Jahren ein Einkaufspark errichtet wurde, welcher laut der Stadt Bonn hauptverantwortlich für den Entfall der Zentren war (DR. LADEMANN UND PARTNER 2013, STADT BONN 2008).

Fragestellung und Methoden

Grundsätzlich soll untersucht werden, ob und wenn ja wie der Einzelhandel das Gesicht des Stadtbezirks Beuel verändert hat. Im Kern der eigenen Untersuchung soll folglich die Frage stehen, wie

sich der Einzelhandel in diesem Stadtbezirk in den vergangenen 20 Jahren entwickelt hat. Dies umfasst die Anzahl und Größe der Geschäfte, auch nach Branchen unterteilt, sowie die Sortimentsbreite und den Filialisierungsgrad. Außerdem soll die Verbreitung und der Umfang des Online-Auftritts der Einzelhändler beleuchtet werden. Aber auch die Entwicklung der anderen Funktionen, wie Dienstleistungen, Freizeit, Bildung, Kultur und öffentliche Verwaltung, soll nach Möglichkeit erfasst werden, da zwischen dem Einzelhandel und diesen Funktionen eine sehr enge Verbindung besteht. Interessant ist außerdem, inwiefern die Ergebnisse der Bürgerwerkstätten umgesetzt wurden und das Zentrenkonzept verfolgt wurde.

Basieren soll die Untersuchung auf den vorhandenen Daten der Stadt Bonn und den Daten aus den Untersuchungen aus den Jahren 1995 und 2006. Ergänzt werden diese Daten durch eine eigene Aktualisierung des städtischen Datensatzes. Auf dieser Basis wird die Entwicklung gezeigt, analysiert und bewertet.

Nach Möglichkeit soll des Weiteren eine Vertiefung der Ergebnisse durch zwei qualitative Interviews erfolgen. Angestrebt ist es, hierfür Frau Janette Wagner vom Stadtplanungsamt der Stadt Bonn und Herrn Paul Ahrens als ersten Vorsitzenden der Gewerbe-Gemeinschaft Beuel e.V. zu gewinnen. Damit können die quantitativen Daten durch Eindrücke und Erfahrungen von Seiten der Stadtplanung und der Einzelhändler vertieft werden.

Literatur

ACOCELLA, D. (2006): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Bundesstadt Bonn. Entwurf.

Abrufbar unter: https://www.bonn.de/imperia/md/content/umweltundgesundheit-planen-bauenundwohnen/stadtplanung/stadtentwicklung/berichtsentswurf_endg_ltig_klein.pdf (letzter Abruf: 07.01.2017)

BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (BMUB) (2015): Aktive Stadt- und Ortsteilzentren. Zwischenevaluierung des Bund- Länder-Programms. Berlin.

DESTATIS:

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Indikatoren/Konjunkturindikatoren/Konjunkturindikatoren.html> (letzter Abruf: 09.01.2017)

HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND (HDE) (2014): Branchenreport Einzelhandel. Stadt und Handel. Berlin.

HEINRITZ, G., KLEIN, K. u. M. POPP (2003): Geographische Handelsforschung. Studienbücher der Geographie. (Gebrüder Borntraeger Verlagsbuchhandlung) Berlin.

RIEGER, A. (2014): Aktuelle Branchentrends im Einzelhandel. Entwicklungen in einem innenstadt-relevanten Wirtschaftssektor. In: Standort 2014, H. 38. S. 87-91.

RUMSCHEIDT, S. (2016): Online-Handel - Chance für den stationären Einzelhandel? In: ifo Schnelldienst 2016, H. 22. S. 51-56.