

Exposé zur Diplomarbeit

Christina Sperling

Shopping Center mit Gleisanschluss – der Bahnhof als Einzelhandelsstandort

Problemstellung

„Einst galten sie als Kathedralen des technischen Fortschritts, heute sind sie moderne städtische Attraktionen“- Bahnhöfe haben in den letzten Jahren einen bedeutenden Funktionswandel durchlaufen. Der schlechte bauliche Zustand vieler Bahnhöfe und ihr schlechtes Image in der Öffentlichkeit haben die Deutsche Bahn dazu bewogen sich vermehrt um eine Attraktivitätssteigerung zu bemühen. Der Bahnhof soll wieder „das Aushängeschild der Stadt“ werden.

Nach der Gründung der Deutschen Bahn AG im Jahr 1994 hat sich diese ein neues Konzept verordnet. Der Bahnhof soll zusätzlich zu seiner Verkehrsfunktion attraktive Freizeit- und Versorgungsangebote bieten. Hiermit orientiert man sich an dem Trend zum „Erlebniskonsum“, welcher besonders an nicht-integrierten Standorten auf der grünen Wiese Beachtung gefunden hat. Neben dem „klassischen“ Bahnkunden soll zusätzlich die städtische Laufkundschaft angesprochen werden.

Die DB Station & Service AG ist laut eigenen Angaben bundesweit mit mehr als 1,1 Millionen Quadratmetern der drittgrößte Einzelhandelsvermieter. Vermietet werden Flächen für Handel, Dienstleistungen und Gastronomie. Da die Bahn somit über Flächen von nicht unbedeutendem Ausmaß verfügt, stellt sich die Frage, ob die Einrichtungen der DB Station & Service AG zu den bereits vorhandenen Einzelhandelseinrichtungen im Innenstadtbereich in Konkurrenz treten oder ob sie gar als Impulsgeber für die Revitalisierung innerstädtischer Zentren fungieren.

Entscheidend für die Bewertung dieser Hauptfragestellung sind die räumliche Verteilung des Kaufkraftpotenzials und die damit verbundenen Umsatzzahlen am jeweiligen Standort. Gegner befürchten negative Auswirkungen der Umverteilung, welche dauerhafte Schäden wie Leerstände und eine damit einhergehende Verödung der Innenstadt zur Folge haben könnten.

Findet eine räumliche Schwerpunktverlagerung zugunsten des Bahnhofes statt? Welche Effekte erwarten den Einzelhandel im Innenstadtbereich? Und lassen sich Faktoren herausarbeiten, welche ein positives Wirkungsgefüge beider Standorte ermöglichen?

Hieraus lassen sich die folgenden Fragen ableiten:

- Wodurch zeichnet sich der Bahnhof als Standort für den Einzelhandel im Gegensatz zur Innenstadt aus?
- Wie reagiert der innerstädtische Einzelhandel auf den Funktions- und Bedeutungsgewinn des Bahnhofes?
- Wie reagiert der Konsument auf die neuen Strukturen der Innenstadt und trägt er durch eine Anpassung seines Aktionsradius zu einer räumlichen Verlagerung des Kaufkraftpotenzials bei?
- Lassen sich Kopplungseffekte zwischen Bahnhof und Innenstadt feststellen?

Methodik

Im Rahmen der Untersuchung soll auf zwei verschiedene Forschungsinstrumente zurückgegriffen werden. Auf der einen Seite soll anhand von leitfadengestützten Experteninterviews abgefragt werden, welche Positionen hinsichtlich der oben angesprochenen Problemlage festzuhalten sind. Hierfür sollen Experten aus den Bereichen Bahnhofsmanagement, Stadtmarketing und Einzelhandel befragt werden.

Da der Konsument als eigentlicher Akteur und Triebfeder eines möglichen Strukturwandels angesehen werden kann, sollen ergänzend zu den oben genannten Experteninterviews standardisierte Passantenbefragungen durchgeführt werden. Passanten können zudem die Situation von Bahnhof und Innenstadt sowohl vor, als auch nach dem Umbau schildern und somit einen Vergleich anstellen. So ließe sich ein möglicher Wandel der Standortpräferenzen überprüfen.