

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät
Geographisches Institut



Exposé zur Masterarbeit

Einkaufsparadies oder Gefahr für die Innenstadt?
Auswirkungen von Einkaufszentren auf innerstädtische Ge-
schäftslagen – das Beispiel Koblenz

Vorgelegt von:

Maik Gödert

Matrikelnummer: 3239895

M.Sc. Geographie (4. Fachsemester)

Datum 28.04.2020

Betreuung: Prof. Dr. Wiegandt

Sommersemester 2020

Ausgangslage und Problemstellung

In vielen europäischen Städten gelten die Innenstädte noch immer als Hauptumschlagpunkt des Handels. Nicht selten konzentrieren sich dabei große Teile des lokalen Einzelhandels auf engem Raum innerhalb eines Stadtzentrums. Häufig ist die Versorgungsfunktion für die Bevölkerung über die Stadtgrenzen hinaus bedeutend (PANZER-KRAUSE 2015: 113). Dieser Umstand war jedoch nicht immer selbstverständlich. Insbesondere in den 1980er Jahren kam es infolge zunehmender Flächenansprüche der Händler zu Verlagerungen des Einzelhandels in periphere Lagen. Vielerorts entstanden auf der sogenannten „Grünen Wiese“ großflächige Einzelhandelsagglomerationen oder Einkaufszentren. Jene setzten die innerstädtischen Einzelhandelsstandorte, welche kleinere Verkaufsflächen und eine schlechtere Anbindung für den motorisierten Individualverkehr aufwiesen, unter Druck (BECKMANN et al. 2012: 1, HOFCHRÖER 2008: 3).

Um die Attraktivität der Innenstädte aufrecht zu erhalten, war es Ziel der jüngeren Stadtentwicklung in Deutschland, die Kaufkraft der Bevölkerung zurück in die Innenstädte zu lenken. Als äußerst wichtige Bausteine erwiesen sich hierbei großflächige zentrumsnahe Einkaufszentren. Jene sollten neben dem Verkaufsflächenanteil auch die Attraktivität in den Innenstädten erhöhen, da zusätzlich Parkhäuser, Gastronomieeinrichtungen oder Erlebnisangebote integriert werden konnten (EPPLE & PETER 2010: 5). In der Folge ist seit den 1990er Jahren ein rasanter Anstieg der Zahl von Einkaufszentren festzustellen, wengleich dieser in den letzten Jahren zu stagnieren begann. Entsprechend wurden in zahlreichen Oberzentren, aber auch in Mittel- und Kleinzentren großflächige Einkaufszentren innerhalb des Innenstadtgebiets integriert, sodass die Gesamtzahl der Shopping-Center deutschlandweit im Jahr 2018 ca. 480 betrug. Etwa die Hälfte dieser Einkaufszentren befindet sich dabei in Innenstadtbereichen, 36% in Stadtteilen und nur noch etwa 15% an Stadträndern bzw. auf der „Grünen Wiese“ (EHI RETAIL INSTITUTES 2018, HOFCHRÖER 2008: 3).

Der Mehrwert der zahlreichen innerstädtischen Einkaufszentren wird jedoch vermehrt hinterfragt. In den Medien, aber auch in Forschungsbeiträgen, bestimmen zunehmend negativ konnotierte Urteile das Stimmungsbild (BEUSCHEL et al. 2008: 20). Insbesondere für den umgebenden traditionellen Einzelhandel werden potenzielle Gefahren vermutet: Beispielsweise infolge eines Kaufkraftabzugs durch das Einkaufszentrum oder durch Verschiebung der ursprünglichen Passantenströme, was folglich zu sinkenden Mietpreisen, Leerständen und qualitativ minderwertigen Folgenutzungen führen kann (KÄSTNER 2010: 13). Besonders wenn die Verkaufsfläche eines bzw. mehrerer Einkaufszentren in Relation zur übrigen Verkaufsfläche der Innenstadt überdimensioniert ist, kommen diese Nachteile für den traditionellen Einzelhandelsbesatz zum Tragen (MONHEIM 2010: 18).

Auf diese Kontroverse Bezug nehmend, soll im Zuge dieser Masterarbeit der Frage nachgegangen werden, welche Auswirkungen die Ansiedlung eines Shopping-Centers auf die innerstädtischen Geschäftslagen haben kann. Handelt es sich um attraktivitätssteigernde Einkaufsparadiese oder zerstören diese Einkaufszentren vielmehr die Innenstädte?

Forschungsgegenstand und Zielsetzung

Als Untersuchungsraum dient die an Rhein und Mosel gelegene Stadt Koblenz. Sie umfasst ca. 115.000 Einwohner (STADT KOBLENZ 2020) und ist eines der wichtigsten Oberzentren des Bundeslandes Rheinland-Pfalz. Da viele der angrenzenden Kommunen und Landkreise peripher geprägt sind, besitzt die Innenstadt von Koblenz eine überregionale Bedeutung für den Einzelhandel, was beispielsweise die enorm hohe Zentralitätskennziffer von 164,0 erklärt (IHK Koblenz 2018).

Das Forschungsinteresse ergibt sich insbesondere in Folge des 2012 eröffneten „Forum Mittelrhein“, welches neben dem bereits lange etablierten Einkaufszentrum „Löhr Center“ (Eröffnung: 1984) als zweites innerstädtisches Shopping-Center entstanden ist. Beide Einkaufszentren besitzen jeweils eine Gesamtverkaufsfläche von über 20.000 m² und sind nur 300 Meter (Luftlinie) voneinander entfernt, sodass innerhalb der gewachsenen Handelsstrukturen von Koblenz nachträglich ein „Knochenprinzip“ geschaffen wurde (MONHEIM 2018: 56).

Entsprechend soll am Beispiel Koblenz exemplarisch untersucht werden, inwieweit eine derartige Veränderung Einfluss auf die innerstädtischen Geschäftslagen nimmt. Im Fokus des Forschungsvorhabens stehen die folgenden Leitfragen:

- Einkaufsparadies oder Innenstadtzerstörer? Inwieweit wirkt sich die Eröffnung eines [zweiten] innerstädtischen Einkaufszentrums auf die umliegenden Geschäftslagen aus?
 - Welche Potenziale und Gefahren sind bei der Implementierung eines innerstädtischen Einkaufszentrums identifizierbar?
 - Wie haben sich die Geschäftslagen in der Einkaufsinnenstadt verändert?
 - Wie haben sich die Immobilienpreise entwickelt?
 - Welche Auf- und Abwertungsprozessen sind zu beobachten?
 - Welche Handelslagen profitieren besonders oder sind besonders benachteiligt?
- Wie verändern sich die bestehenden Handelsstrukturen innerhalb der Einkaufsinnenstadt?
 - Kommt es zu Verschiebungen der Kaufkraft und der Passantenströme?
 - Inwieweit haben sich die Leerstände bzw. die Leerstandsquote innerhalb der Einkaufsinnenstadt verändert?

- Kommt es in verschiedenen Bereichen der Einkaufsinnenstadt zu Mindernutzungen?
- Wie entwickelt sich die Fluktuation innerhalb der Geschäftsimmobilien?
- Wird auf die Umstrukturierung der innerstädtischen Geschäftslage reagiert?
 - Welche Handlungsansätze sind feststellbar und wie ist deren Umsetzung zu bewerten?

Forschungsdesign

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, wird auf verschiedene Methoden der qualitativen Sozialforschung zurückgegriffen. Im ersten Teil der Forschungsarbeit wird eine vergleichende Kartierung vorgenommen, welche Informationen zu Leerständen, Immobilienpreisen, Mietpreisen und Gebäudenutzungen aus den Jahren 2009 (vor Eröffnung des zweiten Einkaufszentrums), 2016 (wenige Jahre nach Eröffnung) und 2020 (Status quo) bereithält. Als Datengrundlage dienen dabei vor allem Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der Stadt Koblenz, Kaufpreissammlungen, Immobilien- und Grundstücksmarktberichte, Bodenrichtwertauskünfte, Mietspiegel sowie Immobilienangebote im Bereich onlinebasierter Immobilienportale (z.B. [immobilienscout24.de](https://www.immobilienscout24.de)).

Auf Basis dieser Informationen sollen im weiteren Verlauf teilstandardisierte Leitfadeninterviews mit unterschiedlichen Experten geführt werden. Hierzu gehören z.B. die Wirtschaftsförderung Koblenz, der Gutachterausschuss Koblenz, die Bürgerinitiative „Zukunft für Koblenz“ oder aber auch verschiedene Sachverständige des Einzelhandels- und des Immobilienwesens, die in Verbindung zum Untersuchungsraum stehen. Ziel der Experteninterviews soll es sein, fachlich fundierte sowie objektive Zustandsbewertungen zu erhalten, die aus verschiedenartigen Blickwinkeln dargelegt werden sollen (MATTISSEK et al. 2013: 175 ff.). Als Umfang bzw. Ziel werden in dieser Forschungsarbeit drei bis vier Experteninterviews angestrebt. Kontrastierend zu den Experteneinschätzungen soll aber auch eine möglichst große Zahl an unmittelbar betroffenen Geschäftsinhabern und Händlern aus der Einkaufsinnenstadt von Koblenz befragt werden. Dazu werden die unterschiedlichen Beteiligten in Form von problemzentrierten sowie halbstrukturierten Interviews befragt (MATTISSEK et al. 2013: 166). Jene sollen einen Zeitumfang von 10 bis 15 Minuten nicht überschreiten und möglichst dazu dienen, den Grad der Betroffenheit zu ermitteln und mögliche Ansätze zur Situationsverbesserung zu ergründen. Es sollen vor allem Inhaber und Händler in den Fokus rücken, deren Handelsimmobilie in einem potenziell benachteiligten bzw. profitierenden Innenstadtbereich liegt, sodass eine Gegenüberstellung der Wahrnehmungen erfolgen kann. Im Zuge des Forschungsvorhabens sollen etwa 10-20 dieser problemzentrierten Interviews geführt werden.

Im Anschluss an die jeweiligen Interviews (sowohl bei Experteninterviews als auch bei Kurzinterviews mit Geschäftsinhabern und Händlern) erfolgt eine Transkription (via F 4) sowie eine systematische Analyse, die auf thematischen Codes basieren und über das Analyseprogramm MAXQDA erfolgen. Die codebasierte Analyse der Interviews dient vor allem dazu, Kernaspekte für die jeweiligen Forschungsfragen zu identifizieren und herauszuarbeiten. Zusätzlich werden aber auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener Interviewaussagen feststellbar, welche in der Folge quantifiziert und gegenübergestellt werden können.

Literaturverzeichnis

- BECKMANN, R. M., & LINNHOFF, C. (2012). Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt. *Synoptische Aufarbeitung vorliegender Studien. Berlin (= DSSW-Schriften 63).*
- BEUSCHEL, T., MONHEIM, R., & RÜHL, A. (2008). Innenstadt-integrierte Einkaufszentren aus der Sicht der Innenstadtbesucher-. *Spannungsfeld Innenstadt -zwischen Shopping-Center und Fußgängerzone?!*, 20.
- BRUNE, W., JUNKER, R., & PUMP-UHLMANN, H. (2006). Angriff auf die City. *Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. 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: 14.02.2020).
- EPPLE, M., & PETER, K. (2010). Innerstädtische Shopping-Center–besser als ihr Ruf! Die Wirkungen von Shopping-Centern in Innenstädten unter die Lupe genommen. *Berichte des Arbeitskreises „Geographische Handelsforschung, 28 (2010), 5-13.*
- HOFCHRÖER, J. (2008). Die Auswirkungen eines cityintegrierten Einkaufszentrums auf gewachsene innerstädtische Handelsstrukturen-. *Spannungsfeld Innenstadt-zwischen Shopping-Center und Fußgängerzone?!*, 5.
- KÄSTNER, B. (2010). Wie viele Shopping-Center verträgt eine Einkaufsstraße?. *Innerstädtische Shopping-Center, 13.*
- LINGEN, N., & EPPLE, M. (2013). Eine Innenstadt im Aufbruch–die Erlangen Arcaden und ihre Folgen. *Eine empirische Studie am Beispiel der Innenstadt von Erlangen. Erlangen (= Empirische Standortforschung für die Stadtentwicklung, Bd. 1).*
- MONHEIM, R. (2007). Isolation oder Kopplung? Empirische Befunde zur Versachlichung anhaltender Kontroversen um innerstädtische Shopping-Center. *Geographische Handelsforschung, (22), 24-29.*
- MONHEIM, R. (2010). Die Regensburger Altstadt–Shopping-Spezialisierung im Schatten zweier Einkaufszentren. *Innerstädtische Shopping-Center, 18.*
- MONHEIM, R. (2018). Innenstadtintegrierte Einkaufszentren – Chancen und Risiken für eine nachhaltige Stadtentwicklung. In: *Geographische Handelsforschung 27. Verlag MetaGIS Fachbuch, Mannheim.*

PANZER-KRAUSE, S. (2015). Einkaufen in der Hildesheimer Innenstadt: Auswirkungen der Arneken Galerie auf den innerstädtischen Einzelhandel. *Hildesheimer Geographische Studien*, 5, 111-132.

POPP, M. (2002). Innenstadtnahe Einkaufszentren-Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelhandelsstandorten. Dissertation.