

Quelle: Die Welt (online)

Link: <https://hd.welt.de/titelseite-edition/article167461908/Gegen-Mega-Einkaufszentrum-PLUS-Dienstagfrueh-Darum-kann-der-Onlinehandel-unsere-Innenstaedte-retten.html>

Einkaufszentrum adé

Der Zukunft der Innenstadt

Dankwart Guratzsch



Foto: pa/dpa

Die Fußgängerzonen mit ihren kleinen Geschäften stehen vor einem überraschenden Comeback. Der Grund dafür scheint ausgerechnet der Online-Handel zu sein.

Deutschlands Städte boomen wie noch nie. Ein ungebremster Zuzug aus den ländlichen Regionen und der Suburbia setzt den Wohnungsmarkt unter Druck. Die Mieten steigen, das größte Neubauvolumen seit den Wiederaufbaujahren wird mit Milliardeninvestitionen

in die Städte hineingedrückt. Da erhebt der Handel lautstarke Klage. Ausgerechnet er, der Wachstumsmotor der Städte, muss Einbußen verzeichnen. Als sich auf dem jüngsten [Städtetag in Nürnberg](#) der Handelsverband Deutschland zu Wort meldete und – ganz gegen alle aktuellen Trends – vor der Verödung der Innenstädte warnte, kam es manchem Stadtfunktionär so vor, als steige ein Gespenst aus dem Grabe.

Verödung? Das war doch die Sorge von vorgestern. Hatten die Handelsverbände nicht eben erst versprochen, mit der Errichtung riesiger Shoppingcenter die Standorte zu stärken und die Innenstädte aufzupeppen? Sollten sich die schnieken Warentempel jetzt plötzlich als Millionengräber entpuppen?

Umwälzer der Werte

Was die Handelsleute das Grausen lehrt, das ist ein neuer, unsichtbarer, riesenhafter Konkurrent, der sich wie eine Krake über die Städte stülpt und die Käuferströme zum Versiegen bringt: der Onlinehandel. Nach der Industrialisierung, dem Verkehr, der Landflucht, der Maschinisierung und Computerisierung wird er zu einer mächtigen autonomen Bewegungskraft, die den Stadtorganismus formt. Der Onlinehandel wird zum Umwälzer der Werte, an denen sich die Vorstellungen von der Kulturschöpfung Stadt bisher festgemacht haben. Er verändert das Stadtleben.

Die Folgen bilden sich bereits im Stadtbild ab. Die ersten Städte haben Mühe, überhaupt noch Investoren für ein Shoppingcenter zu finden. In vielen Centern sieht man zugeklebte Schaufenster. Der Stadtverkehr schwillt weiter an, weil die Pakete zu den Bestellern ausgeliefert werden müssen. Die Paketdienste entsenden ganze Flotten von Zustellfahrzeugen in die Wohnbezirke, die dort die Straßen verstopfen, Einfahrten zaparken und den Individualverkehr massiv bedrängen. Das neue Center, die neue Fußgängerzone hat Räder und dringt bis in jede Nebenstraße vor. Der Bedarf an zentralen Einkaufsmöglichkeiten geht zurück.

Gerade erst hat ein Forscherteam des Deutschen Seminars für Städtebau und Wirtschaft (DSSW) eine weitere Studie zu den "Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe" herausgebracht. Sie liest sich über Strecken wie ein Nachruf. Denn die Marktstellung der Einkaufszentren ist bedroht. Nachdem sie selbst zuerst die Warenhäuser reihenweise in die Knie gezwungen hatten, drohen sie nun selbst Opfer der Konzentration im Einzelhandel zu werden, die ihnen nun nicht mehr als Konkurrent am Standort, sondern ubiquitär und unsichtbar in Gestalt der großen Versandkonzerne und des Onlinehandels gegenübertritt.

Die Überlegenheit dieses neuen Akteurs resultiert aus seiner Beweglichkeit. Damit erspart er sich alle Hürden, die den Bau von Shoppingcentern oft verzögert und maßlos verteuert haben. Er muss kein einziges aufwendiges Genehmigungsverfahren durchlaufen, um kein Grundstück feilschen und keine Bürgerinitiative ausmanövrieren. Er braucht keine glitzernden Verkaufstempel und "Erlebniswelten" mehr, sondern hortet die Handelsware an wenigen ländlichen Standorten in billig hochgezogenen Lagerhallen, die keiner ästhetischen Qualitätskontrolle mehr bedürfen. Und er liefert die Güter dem Kunden an der Wohnungstür aus.

Erstaunlicherweise scheinen die schon abgeschriebenen [Tante-Emma-Läden](#) weit weniger von dieser Umstrukturierung des Handels betroffen zu sein. Ihre Kunden setzen auf die kurzen Wege. Und die kurzen Wege und der schnelle Einkauf sind Vorteile, die die kleinen Geschäfte mit dem Online-Handel teilen, ja sie sogar in gewisser Weise zu dessen Nutznießern machen.

Was zu umständlich wäre, online zu bestellen, aber andererseits den Aufwand nicht lohnt, dafür eigens ein Einkaufscenter anzufahren, kann Tante Emma um die Ecke anbieten. Sie erweist sich als die ideale Ergänzung zum Fern-Einkauf. Alternative Jung- und Bioladenbesitzer haben das als Erste erkannt. Sie bieten den Nah-Kauf und den Schnell-Kauf, der eine Lücke im Angebot des Online-Handels ist. Und sie profitieren davon, dass das Center nicht mehr so häufig angefahren wird, weil der Kunde im Online-Handel vieles direkt beziehen kann, was vorher im Shoppingcenter einzeln zusammengekauft und ins Auto verladen werden musste.

Noch wird diese neue Splittung zwischen den Handelsformen selbst von den Einzelhandelsverbänden nicht hinreichend begriffen. Sie versuchen die Reihen der Händler zusammenzuhalten und üben zunehmenden Druck auf die Städte aus, dem Handel "neue Freiheiten" einzuräumen. Tatsächlich geht es dabei vorrangig um Freiheiten für die Supermärkte und Shoppingcenter. Längere Öffnungszeiten sowie Feiertags- und Sonntagsöffnungszeiten sind Angebote, die Tante Emma – mangels Personal – nicht stemmen kann. Doch mit diesen Angeboten hoffen die Shoppingcenter, mit dem Onlinehandel zumindest annähernd gleichzuziehen.

In einem "Diskussionspapier" räumt der Städtetag jetzt erstmals ein: "Die nachfragestarken Zentren sind mit Verdrängungstendenzen, Interessenkonflikten sowie steigenden Miet- und Bodenpreisen konfrontiert. Die nachfrageschwachen Zentren müssen mit Leerständen, Verlust der Zentren- und Nahversorgungsfunktion sowie Trading-Down-Effekten kämpfen."

Obwohl das Städtetagspapier zwischen Shoppingcentern und Einzelbetrieben des Handels nicht sauber differenziert, verweist es auf die "steigenden Ansprüche der Kunden an die Service- und Beratungsqualität im stationären Handel." Auch darin ist der Nahversorger dem Filialisten im Einkaufscenter und in der Fußgängerzone voraus. Und selbst von den neuen Mobilitätsformen und -angeboten wie Bike-Sharing oder Pedelecs profitiert das Einzelgeschäft offensichtlich stärker als der zentrale Anbieter. Auf dem Gepäckhalter lässt sich der Warenkorb vom Sammeleinkauf nun einmal schlecht unterbringen.

"Der Städter setzt auf Aufenthaltsqualität"

Trotz noch längst nicht hinreichend gesicherter Datenlage muss sich die Stadtplanung also auf ganz neue Parameter einstellen. Wenn die DDSW-Studie feststellt, dass die reale Stadt zunehmend durch digitale Strukturen überlagert wird, so könnte sich damit durchaus die erwünschte Folge verbinden, dass die herkömmliche kleinkörnige Struktur der Städte gestärkt wird, während einer weiteren Zentralisierung städtischer Funktionen die Zukunft verbaut ist.

Architekturprofessor Wolfgang Christ (Weimar/Darmstadt) ist überzeugt, dass dies nur Vorzeichen einer grundsätzlichen Wende sind. Bei Studien in den USA ist ihm aufgefallen, dass dort seit 2008 schon kaum noch geschlossene Shoppingcenter errichtet werden. Stattdessen [kehre die "europäische Stadt" zurück](#). Christ: "Die straßenorientierten Läden und städtischen Räume sind wieder in. Amerika erlebt auf diesem Gebiet einen regelrechten Modernisierungsschub. Der neue Städter setzt auf Aufenthaltsqualität, Service, Beratung – alles Qualitäten, die er in den Großstrukturen des Einzelhandels immer weniger vorfindet."

Christ kann als Kronzeuge gelten, denn er hat mit Studenten selbst moderne Shoppingcenter konzipiert. Mit Zeitverzug sieht er parallele Entwicklungen in Europa heraufziehen. Inzwischen werden nach seiner Beobachtung auch in Deutschland kaum noch großflächige Einzelhandelscenter gebaut. Für Konzeption und Errichtung brauchten die Investoren feste Mietverträge für zehn bis 15 Jahre, die nur noch selten an den Mann zu bringen seien. Und: Der Online-Handel substituieren vorrangig die Standardmarken – und damit das Geschäft der Filialisten. Mit sinkender Niederlassungsbereitschaft der Filialisten aber schrumpfe die Basis des Geschäftsmodells der großen Center. Die ersten von ihnen verzeichneten hierzulande schon heute Rückgänge von bis zu 25 Prozent.

Die schmucke Innenstadt wird attraktiver

Und die Entwicklung hat einen sich selbst verstärkenden Effekt. Der Trend zu kleineren Ladengrößen begünstigt den Trend zu Urbanität und städtischer Dichte. Die Stadt der kurzen Wege, der Online-Handel und der Tante-Emma-Laden promoten sich gegenseitig. Es entsteht ein engmaschiges, kleinräumiges Strukturgeflecht, das den Wohnstandort Innenstadt aufwertet und noch attraktiver für Zuzügler macht. Das hat zwar den unerfreulichen Nebeneffekt, dass die Mieten weiter steigen, treibt damit aber auch den privaten Instandhaltungs- und Verschönerungsaufwand auf höchstes Niveau. Erfolgreiche Vermieter können sich schöne Fassaden leisten, und schöne Fassaden sind die beste und größte Werbetafel für erfolgreiche Geschäfte.

Was sind die Auswirkungen auf die Zukunft der Stadt? 1. Die schmucke Innenstadt gewinnt ihre alte Attraktivität zurück. 2. Die Handelsformate der Nachkriegszeit sind tot. 3. Autozentrierte Städtebaustrukturen haben keine Zukunft mehr.

Damit wird der funktionalistische Städtebau mit seinen rationalisierten Abläufen und seiner Funktionstrennung immer mehr zum Auslaufmodell. An seine Stelle tritt das, was vorher da war, was lange Zeit planerisch vernachlässigt wurde, sich nun aber als wesentlich wertbeständiger erweist. Christ: "Es sind die Qualitäten der gründerzeitlichen Stadt. Mit ihrer kontextuell orientierten Struktur erweist sie sich heute als der zukunftsfähigste Stadttyp überhaupt."

Die vermeintliche Krise der Städte, die der Handel sieht, wäre dann eine Krise des alten Denkens, das sich an die sich leerenden Schlangenhäute überlebter Handelskonzepte klammert.