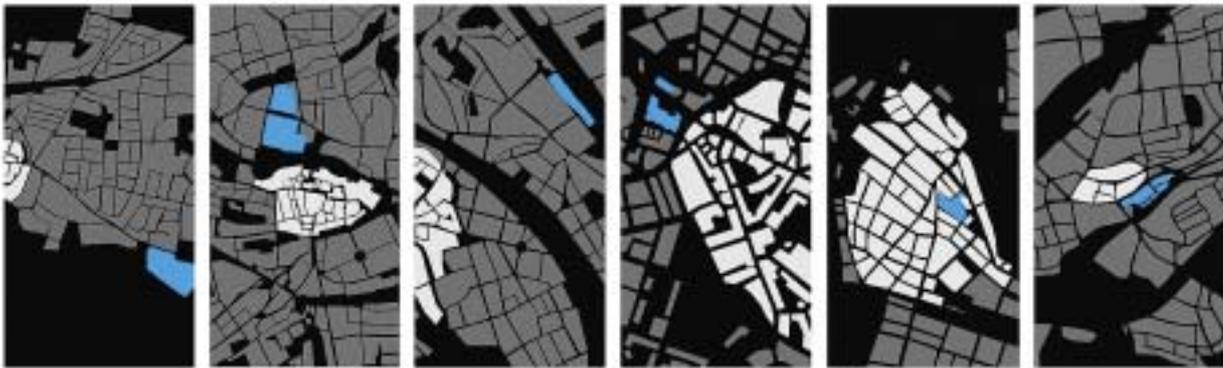




Forschungsbericht Innerstädtische Einkaufszentren



Forschungsbericht
Innerstädtische Einkaufszentren
Kurzfassung

Herausgeber
Oberste Baubehörde im
Bayerischen Staatsministerium des Innern

Begleitende Arbeitsgruppe

- Oberste Baubehörde im
Bayerischen Staatsministerium des Innern
Ministerialrat Andreas Distler
Ministerialrat Prof. Herbert Kallmayer
Baudirektor Martin Roth
Baudirektorin Christine Schweiger
- Bayerisches Staatsministerium
für Landesentwicklung und Umweltfragen
Regierungsrat Tonio Rieger
- Bayerisches Staatsministerium
für Wirtschaft, Verkehr und Technologie
Regierungsdirektor Franz Müller
- Landsverband Bayerischer Einzelhandel
Geschäftsführer Wolfgang Fischer

Auftragnehmer

- Prof. Dr. Günter Heinritz
Geographisches Institut, TU München

Bearbeitung:
Dr. Monika Popp
mit:
Alexander Bock
Vera Neuhäuser
- Prof. Dr.-Ing. Hansjörg Lang
Büro Lang + Burkhardt

Bearbeitung:
Dipl.-Ing. Gundula Kern
mit:
Claudia Batki
- Prof. Dr.-Ing. Franz Pesch
Städtebau-Institut der Universität Stuttgart

Bearbeitung:
Dipl.-Ing. Klaus Brenner
mit:
Matthias Buck
Holger Everz
- Layout:
Doris Fischer-Pesch

Kartengrundlagen

Topographische Karte M 1:25 000
Blatt Nrn. 5938, 6031, 6035, 6038, 6131, 6531, 6532,
6629, 6729, 7137

Wiedergabe mit Genehmigung des Bayerischen
Landesvermessungsamtes München, Nr. 2225/01

Hinweis

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

INHALT

5	Vorwort
6	Einführung
9	Kurzdarstellung der Fallbeispiele
10	Abensberg, Einkaufszentrum
14	Ansbach, Brücken-Center
18	Bamberg, Atrium
22	Bayreuth, Rotmain-Center
26	Fürth, City-Center
30	Marktredwitz, Kösseine-Einkaufs-Center
34	Ergebnisse der städtebaulichen Untersuchung
34	Planungsprozess
37	Steuerung des Vorhabens
39	Städtebauliche Qualität der Einkaufszentren
42	Architektur und Gebäudevolumen
44	Öffentlicher Raum
47	Ergebnisse der handelsgeographischen Untersuchung
47	Einzelhandelsstrukturen im Vergleich
51	Besucherverhalten im Vergleich
60	Auswirkungen neuer Einkaufszentren auf den innerstädtischen Einzelhandel
64	Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung in der Innenstadt
65	Ergebnisse der verkehrlichen Untersuchung
72	Empfehlungen
72	Städtebauliche Anforderungen
74	Architektur und Stadtgestalt
75	Erreichbarkeit und Verkehr
76	Planungs- und Realisierungsprozess
79	Rechtliche Steuerungsmöglichkeiten
80	Weiterentwicklung der Innenstadt
82	Literaturhinweise
83	Foto- und Abbildungsnachweis

VORWORT

Die Stärkung der Innenstädte und Ortskerne ist ein wichtiges Ziel der Bayerischen Städtebaupolitik. Sie ist auch das zentrale Anliegen der im Jahre 1999 gestarteten Initiative „Bayerische Innenstädte: attraktiv - lebenswert - unverwechselbar“. Die Anziehungskraft und Lebensfähigkeit der Innenstädte wird maßgeblich vom Vorhandensein vielfältiger und leistungsfähiger Einrichtungen des Einzelhandels beeinflusst. Zur positiven Weiterentwicklung des Standorts Innenstadt wird daher angestrebt, die Ansiedlung von Einkaufszentren auf innerstädtische oder innenstadtnahe Lagen zu lenken. Entsprechende Beispiele wurden in jüngerer Zeit bereits in verschiedenen Städten realisiert. Dieser Trend wird durch die vielerorts vorhandenen Konversionsflächen – beispielsweise von Bahn, Gewerbe und Militär – gefördert.

Von der Situierung neuer Einkaufszentren in oder am Rande der Innenstadt werden zwar meist positive Auswirkungen auf die Innenstadt als Versorgungszentrum erwartet; eine fachlich fundierte Analyse bayerischer Beispiele lag jedoch nicht vor. Die Oberste Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern hat daher eine vergleichende Untersuchung in Auftrag gegeben, in der die Auswirkungen bereits bestehender Einkaufszentren in ausgewählten Projektstädten unter städtebaulichen, wirtschaftlichen und verkehrlichen Aspekten analysiert wurden. Darüber hinaus diente das Vorhaben der Erarbeitung daraus abgeleiteter Handlungsempfehlungen für eine gute städtebauliche Einbindung.

Wir danken der interdisziplinären Arbeitsgemeinschaft aus Prof. Dr. Günter Heinritz, Prof. Dr.-Ing. Franz Pesch und Prof. Dr.-Ing. Hansjörg Lang und ihren Mitarbeitern für die sachkundige und engagierte Durchführung des Forschungsprojekts. Unser Dank gilt zudem der begleitenden Arbeitsgruppe, an der das Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie, das Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen und der Landesverband des Bayerischen Einzelhandels e.V. mitgewirkt haben.

Die Ergebnisse der Forschungsarbeit sind in der vorliegenden Broschüre zusammengefasst. Die getroffenen Wertungen und Empfehlungen stellen zwar keine verbindlichen Vorgaben dar - sie sollten jedoch den Städten als Anregung dienen bei der Analyse der jeweiligen örtlichen Situation sowie den daraus abgeleiteten Planungen und Standortentscheidungen.

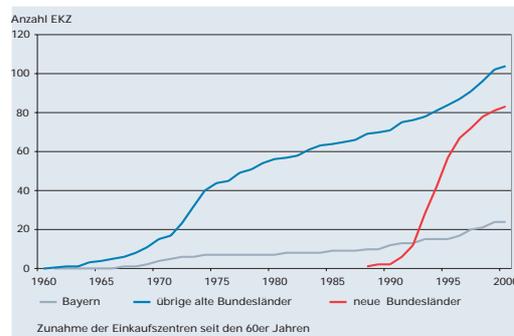
München, im März 2003



Josef Poxleitner
Ministerialdirigent

EINFÜHRUNG

Die ersten Einkaufszentren in Deutschland entstanden bereits in den 60er Jahren. Als typischer Standort dieser Zeit ist die „Grüne Wiese“ der großen Ballungsgebiete anzusehen. Schon bald wurden Einkaufszentren jedoch auch abseits der großen Verdichtungsräume sowie in innerstädtischen Lagen errichtet. In den 90er Jahren allein entstanden bundesweit über 50 innerstädtische Einkaufszentren. Dies liegt zum einen daran, dass die „Grüne Wiese“ sowohl wegen ihrer Autoorientierung und des immensen Flächenverbrauchs als auch als Standort für zentrenrelevante Sortimente generell in Kritik geraten ist. Zum anderen sind durch die Umstrukturierungen bei Post, Bahn, Militär und Gewerbe auch in den meisten Innenstädten wieder



ausreichend große Flächen vorhanden. Insgesamt gibt es in Deutschland heute 211 Einkaufszentren mit einer Geschäftsfläche von knapp 6 Mio. Quadratmetern, wobei 130 Center auf die Alten Bundesländer entfallen. Rund ein Drittel der Einkaufszentren in den alten Bundesländern liegt dabei in Großstädten mit über 500.000 Einwohnern.

Einkaufszentren in Bayern nach Eröffnungsjahr

Einkaufszentren	Stadt	Jahr
DEZ	Regensburg	1967
Franken-Center	Nürnberg	1969
Neuer Markt	Erlangen	1970
Stachus-EKZ	München	1970
Schwaben-Center	Augsburg	1971
OEZ	München	1972
City Galerie	Aschaffenburg	1974
PEP	München	1981
City-Center	Fürth	1985
Donau Passage	Passau	1988
Atrium	Bamberg	1990
Gäubodenpark	Straubing	1990
KÖWE-EKZ	Regensburg	1991
Einkaufspark	Regen	1993
EKZ Abensberg	Abensberg	1993
Kehlheimer EKZ	Kehlheim	1996
Westpark	Ingolstadt	1996
Rotmain-Center	Bayreuth	1997
Brücken-Center	Ansbach	1997
Mutschler Center	Neu-Ulm	1997
Degg's	Deggendorf	1998
City-Point	Nürnberg	1999
fritz	Kulmbach	1999
Kösseine-EKZ	Marktredwitz	1999
Lindapark	Lindau	2000

In den neuen Bundesländern breiteten sich nach der Wende Einkaufszentren aller Lagetypen rasch aus, sodass sich dort heute insgesamt 81 Einkaufszentren befinden. Vor allem in den ersten Jahren entstanden dabei eine Reihe von großen Projekten an peripheren Standorten, die die Entwicklung der Innenstädte zum Teil stark beeinträchtigen. Zwischenzeitlich ist jedoch auch in den neuen Bundesländern ein Trend zurück in die Innenstädte deutlich zu spüren.

In Bayern setzte Anfang der 90er Jahre nach einer bis dahin eher durchschnittlichen Entwicklung eine vergleichsweise rasche Verbreitung ein. So existieren heute in Bayern 24 Einkaufszentren, weitere Center sind bereits in Planung oder im Bau. Damit weist Bayern nach Hessen die zweithöchste Dichte gemessen an der Geschäftsfläche pro Einwohner unter den Flächenstaaten der alten Bundesländer auf. Im Gegensatz zu den anderen Bundesländern – und insbesondere auch den neuen Bundesländern – konzentriert sich die Entwicklung in Bayern jedoch stark auf innerstädtische und innenstadtnahe Lagen.

Eine weitere Besonderheit Bayerns ist die Ansiedlung von Einkaufszentren in Mittelstädten bis 50.000 Einwohner, die Anfang der 90er Jahre einsetzte: In Bayern liegen heute acht Einkaufszentren in Mittelstädten, in den alten Bundesländern trifft dies insgesamt nur noch auf zwölf weitere Center zu.

Definition „Einkaufszentren“

Der Begriff „Einkaufszentrum“ wird im alltäglichen Sprachgebrauch sowie auch in Fachveröffentlichungen keineswegs einheitlich gebraucht. Im Rechtssinne wurden jedoch mit dem Urteil vom 27.04.1990 (BVerwG 4 C 16.87) folgende Kriterien aufgestellt: „Ein *Einkaufszentrum* im Sinne des §11 Absatz 3 Satz 1 Nr. 1 BauNVO setzt im Regelfall einen von vornherein einheitlich geplanten, finanzierten, gebauten und verwalteten Gebäudekomplex mit mehreren Einzelhandelsbetrieben verschiedener Art und Größe – zumeist verbunden mit verschiedenartigen Dienstleistungsbetrieben – voraus.“

Typischerweise verfügt ein Einkaufszentrum über mindestens einen, zumeist jedoch mehrere großflächige Magnetbetriebe, die an den Endpunkten der (überdachten) Mall – i.e. der „Fußgängerzone“ – des Einkaufszentrums angeordnet sind, während die Mall selbst durch eine kleinteilige Geschäftsstruktur gekennzeichnet ist. Charakteristisch sind außerdem großzügig bemessene Parkmöglichkeiten. In dieser Studie wurde darüber hinaus eine Mindestgeschäftsfläche von 10.000 m² vorausgesetzt.

Forschungsprojekt „Einkaufszentren und Innenstädte“

Der Trend der Einkaufszentren zurück in die Innenstadt scheint auf den ersten Blick positiv für die Städte zu sein. Einkaufszentren in Innenstadt(rand)lage stellen jedoch sowohl für den bestehenden Einzelhandel als auch für das Stadtbild und die -struktur sowie die Abwicklung des Verkehrs einen gravierenden Eingriff dar. Auch zeigen die bisherigen Erfahrungen, dass innerstädtische Einkaufszentren nicht selbstverständlich als eingebundene Projekte angesehen werden können. Bei vielen der bisher realisierten innerstädtischen Einkaufszentren sind die städtebaulichen und funktionalen Bezüge zum Umfeld wenig ausgeprägt.

Zur näheren Erforschung der Chancen und Risiken von Einkaufszentren in der Innenstadt bzw. an deren Rand wurde von der Obersten Baubehörde im Bayerischen Staatsministerium des Innern Anfang 2000 ein Forschungsprojekt an eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe in Auftrag gegeben, die aus folgenden Projektpartnern bestand:



Typischer Innenraum
eines Einkaufszentrums

- Prof. Dr. Günter Heinritz
Dr. Monika Popp
Geographisches Institut der
TU München
- Prof. Dr.-Ing. Franz Pesch
Dipl.-Ing. Klaus Brenner
Städtebau-Institut der Universität
Stuttgart
- Prof. Dr.-Ing. Hansjörg Lang
Dipl.-Ing. Gundula Kern
Büro Lang + Burkhardt

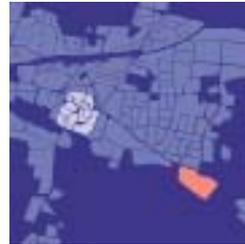
Die Untersuchung ist als Fallstudien-Vergleich angelegt, wobei bei der Auswahl der Projektstädte auf eine unterschiedliche Lage der Einkaufszentren innerhalb der Stadt, unterschiedliche Stadtgrößen sowie unterschiedliche Einkaufszentrentypen geachtet wurde. Zu den Untersuchungsstädten gehören: Abensberg, Ansbach, Bamberg, Bayreuth und Fürth. Außerdem wurden einzelne Aspekte in Marktredwitz untersucht.

Anhand umfangreicher empirischer Untersuchungen ging die Studie der Frage nach, ob und unter welchen Bedingungen man bei einer Ansiedlung in Innenstadt-(rand)lage von einem gut eingebundenen Standort sprechen kann. Folgende Aspekte fanden dabei Berücksichtigung: Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel, verändertes Kundenverhalten, städtebaulich-funktionale Integration, architektonische Aspekte, Abwicklung des fließenden und ruhenden Verkehrs, verfahrensbezogene Aspekte sowie die Reaktion der Stadt und des Einzelhandels auf die Ansiedlung. Aus den so gewonnenen Erkenntnissen wurden Empfehlungen für die Bewertung zukünftiger Ansiedlungsprojekte abgeleitet.

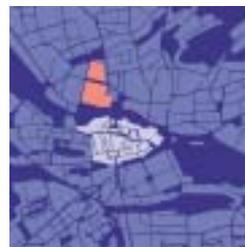
KURZDARSTELLUNG DER FALLBEISPIELE

Die im Rahmen dieser Untersuchung analysierten Fallbeispiele werden auf den folgenden Seiten kurz charakterisiert. Eine illustrierte Darstellung der Planungsgeschichte und der wesentlichen Merkmale soll die Projekte anschaulich werden lassen.

Die dargestellten Daten und Grundrisse sollen dazu beitragen, den Vergleich der Einkaufszentren zu ermöglichen. Jedes Fallbeispiel wird auf vier Seiten vorgestellt.



Einkaufszentrum
Abensberg



Brücken-Center
Ansbach



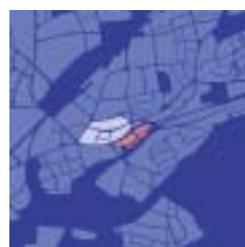
Atrium
Bamberg



Rotmain-Center
Bayreuth



City-Center
Fürth

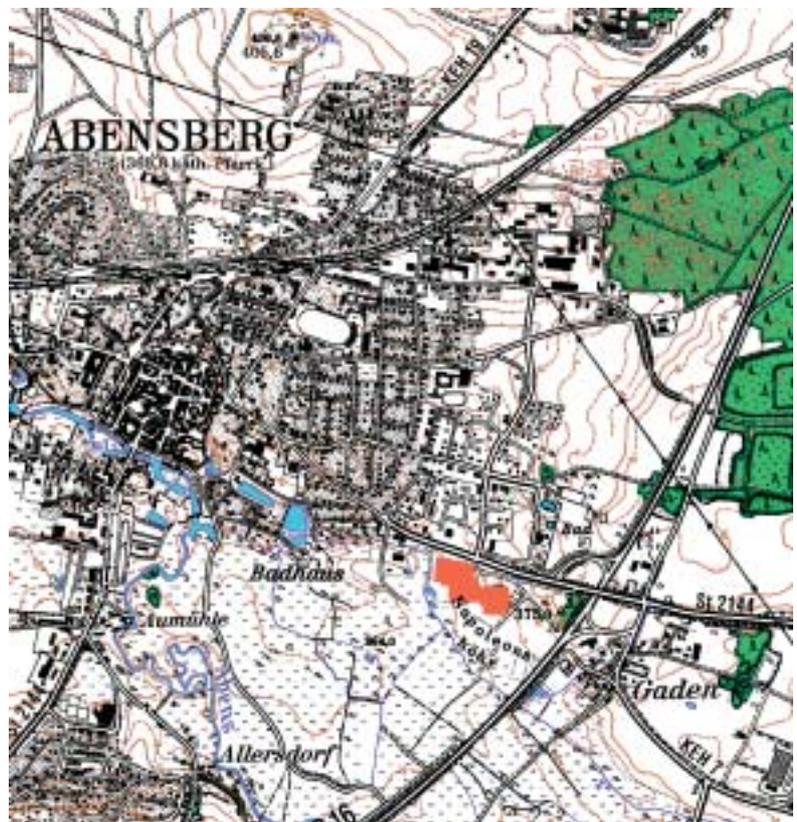


Kösseine-
Einkaufszentrum
Markredwitz

Einkaufszentrum Abensberg

Dekorative Elemente und Werbung sind wesentliche Bestandteile der Fassadengestaltung

Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000



KENNDATEN

Einwohner Abensberg:	ca. 12.000
Zentralörtliche Einordnung:	gemeinsames Mittelzentrum mit Neustadt a. d. Donau
Entfernung City – EKZ:	1.200 m
Eröffnung EKZ:	1990
Grundfläche EKZ:	21.000 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	7.500 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	23.000 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	9.500 m ²
Geschossigkeit:	2-geschossig
Anzahl der Läden:	51
Parkierung:	Parkplatz
Parkplätze:	1.000
Betreiber EKZ:	Braunmühle Verwaltung Abensberg



Nutzungsplan und Einbindung in das öffentliche Wegenetz
M 1:7500

Das am Stadtrand gelegene Einkaufszentrum Abensberg hat sich aus einem Heimwerker- und Haushaltswarenladen entwickelt, der in den späten siebziger Jahren aus der Innenstadt ausgelagert wurde. Diesem Fachgeschäft gesellten sich nach und nach in mehreren Bauabschnitten weitere Märkte hinzu – zunächst ohne raumordnerisches Verfahren und ohne Bebauungsplan. In seiner jetzigen Form besteht das Einkaufszentrum seit 1990. Die bis dahin unverbundenen Einzelgebäude waren mit Anbauten ergänzt und zu einem Ensemble zusammengefasst und die Parkplatzanlage erheblich erweitert worden. Erst 1995 wurde ein Bebauungsplan rechtskräftig, der den Bestand fest schreibt, aber auch ein gewisses Entwicklungspotenzial aufweist.

Heute stellt sich der Standort als eine Ansammlung verschiedener Objekte dar: In unmittelbarer Nähe finden sich u. a. ein Schnell-Restaurant und ein Lebensmittel-discounter. Zur Zeit entsteht auf dem benachbarten Grundstück ein SB-Warenhaus. Die Stadt wollte diese Ansiedlung verhindern, unterlag jedoch vor dem Verwaltungsgericht. Das Gericht begründete seine Entscheidung mit der Feststellung, dass sich das Vorhaben städtebaulich einfüge, da die Umgebung durch das Einkaufszentrum geprägt sei.

Im rückwärtigen Bereich grenzt das Center an die freie Landschaft. Die umgebende Baustruktur – Schwimmbad, Feuerwehr, Autohaus sowie Geschäfts- und Einfamilienhäuser – ist sehr heterogen geprägt. Die orthogonale Ausrichtung der Anlage orientiert sich an den ehemaligen Parzellengrenzen der beiden Hauptbaukörper, die bei allen Erweiterungen eingehalten wurde. Trotz der mittlerweile beträcht-

lichen Größe der umgebenden Gewerbebauten, die zwischen Center und anschließender kleinteiliger Familienhausbebauung vermitteln, besteht nach wie vor ein deutlicher Maßstabssprung zwischen dem Einkaufszentrum und seiner Umgebung.

Das Wegenetz der Umgebung wird durch das Einkaufszentrum unterbrochen, alle öffentlichen Wegeverbindungen führen an ihm vorbei.

Seit der Ansiedlung des Einkaufszentrums hat sich das Nutzungsbild im Bereich des Ortseingangs stark verändert. Der ursprünglich von Einfamilienhäusern und kleineren gewerblichen Nutzungen bestimmte Charakter des Stadtrands wird heute durch großvolumige Gebäude für Handel und Dienstleistung geprägt; eine Typologie, die sich entlang der Straubinger Straße zwischen dem Ortseingang und der Altstadt fortsetzt.

Das Einkaufszentrum grenzt lediglich mit der Eingangsseite an den öffentlichen Raum. Die vorgelagerten Parkplätze lassen eine räumliche Fassung des Straßenraums nicht zu. Sie sind äußerst bescheiden gestaltet und nur sparsam durch Bäume gegliedert. Lediglich die Abgrenzung zu den Nachbargrundstücken erfolgt durch Grün.

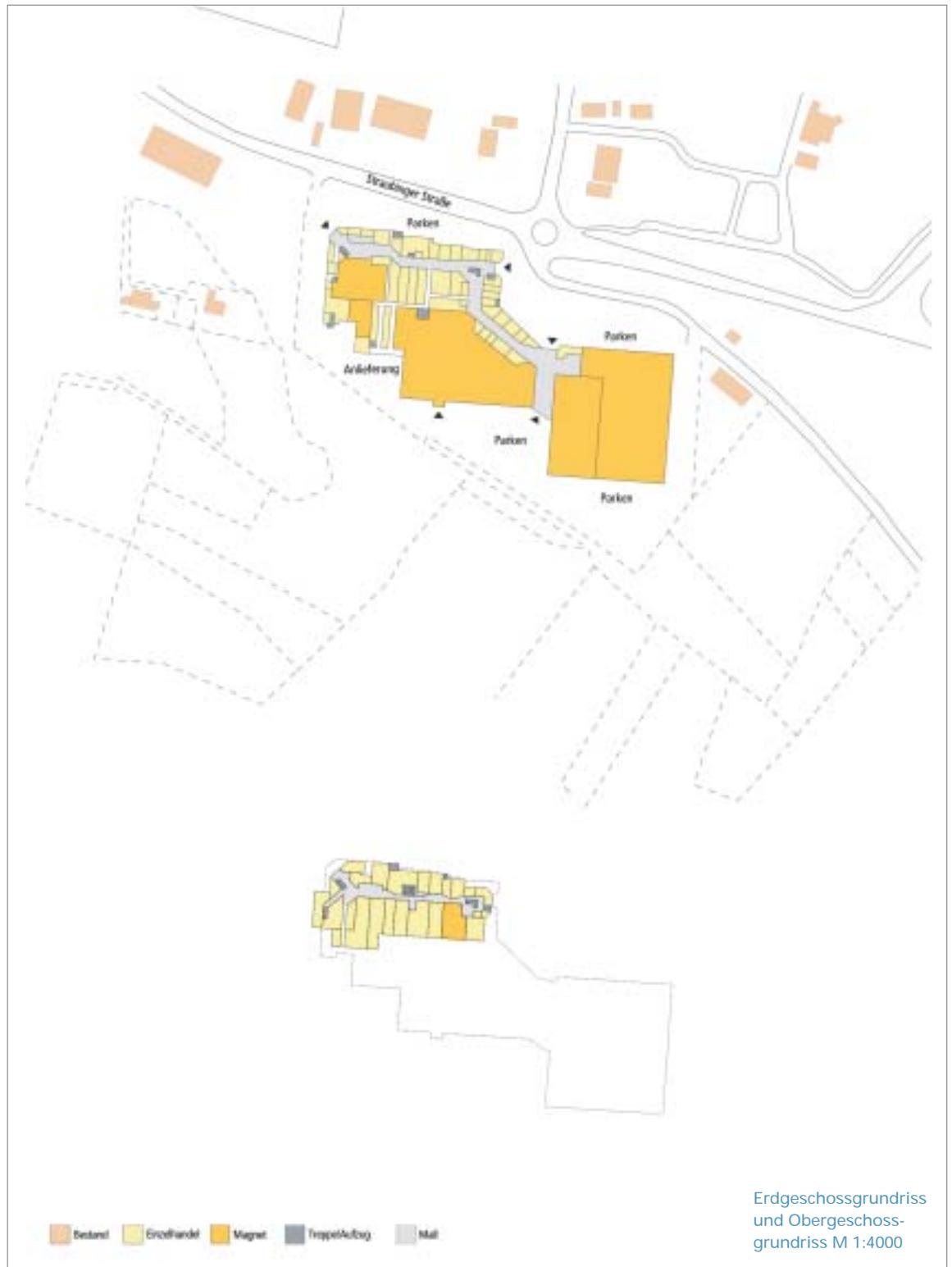
Durch die vielen An- und Umbauten ist eine heterogen wirkende Gebäudeagglomeration entstanden. Verstärkt wird diese Wirkung noch durch die dekorativen Elemente und Werbeeinrichtungen an der Fassade.

Werbeanlagen und Parkplätze markieren den östlichen Ortseingang von Abensberg



Blick ins Innere des Einkaufszentrums

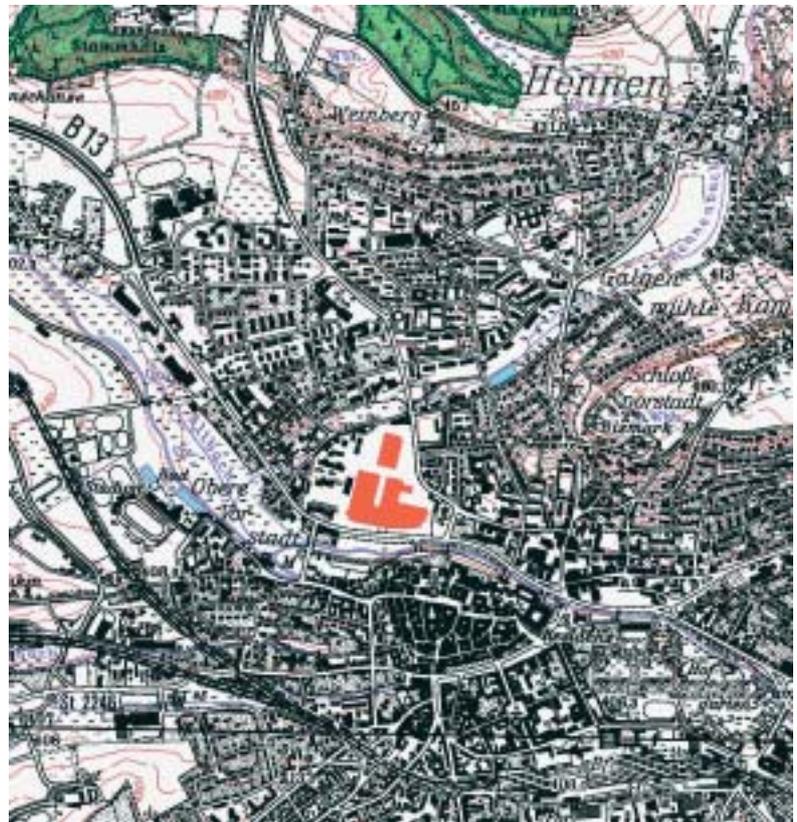




Brücken-Center Ansbach

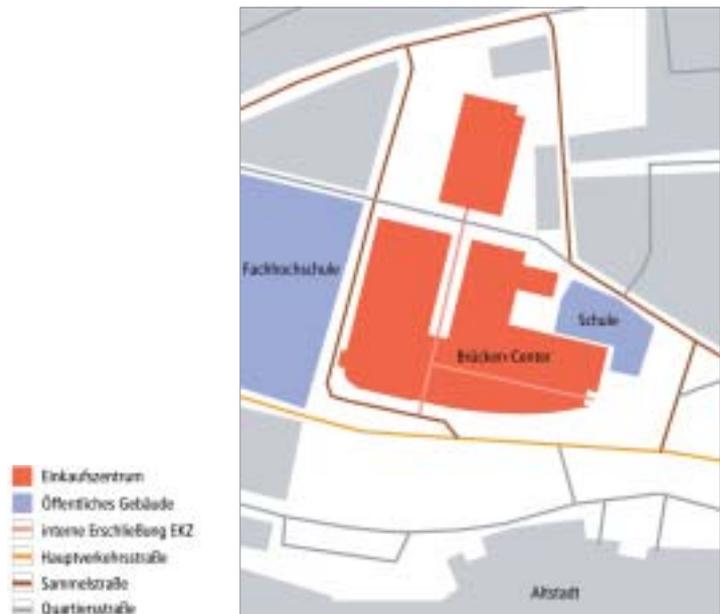
Fussgängerbrücke zwischen Einkaufszentrum und Altstadt

Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000



KENNDATEN

Einwohner Ansbach:	ca. 40.000
Zentralörtliche Einordnung:	Oberzentrum
Entfernung City – EKZ:	200 m
Eröffnung EKZ:	1997
Grundfläche EKZ:	38.000 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	25.500 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	25.000 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	17.500 m ²
Geschossigkeit:	1- bis 2-geschossig
Anzahl der Läden:	51
Parkierung:	Tiefgarage, Parkhaus, Parkplatz
Parkplätze:	1.800
Betreiber EKZ:	Brücken-Center Ansbach GmbH



Nutzungsplan und Einbindung in das öffentliche Wegenetz
M 1:7500

Das Brücken-Center befindet sich auf einem ehemaligen Kasernengelände am Nordrand der Ansbacher Altstadt. Eine im Jahr 1993, kurz nach der Aufgabe der militärischen Nutzung, erstellte städtebauliche Rahmenplanung sah vor, die Konversionsfläche als Standort der Fachhochschule zu entwickeln und Teilbereiche für eine Erweiterung des innerstädtischen Geschäftszentrums zu nutzen. Die Stadt suchte zunächst einen Investor für einen Büropark. Im Laufe der Verhandlungen schlug der Investor vor, die Realisierungschancen für ein Einkaufszentrum zu überprüfen. Die räumliche Ausprägung des Projekts und die Anbindung an den zentralen Einkaufsbereich wurden in Wettbewerbsverfahren geklärt. Im städtebaulichen Realisierungswettbewerb setzte sich unter sechs Teilnehmern das Büro Hans Huber aus Regensburg durch. Die Gestaltung der Verbindung zwischen der Altstadt und dem neuen Einkaufszentrum – hier kam es besonders darauf an, die Barrierewirkung der Residenzstraße aufzuheben und das Center an die innerstädtische Geschäftslage anzubinden – wurde im Entwurf des Büros Natterer und Dittrich sehr gut gelöst. Das Büro erhielt 1994 den Planungsauftrag für die Brücke. Im selben Jahr konnte der Vorhaben- und Erschließungsplan für ein Einkaufs-, Fachmarkt- und Dienstleistungszentrum beschlossen werden. Nach gut zwei Jahren Bauzeit wurde das Center im Herbst 1997 eingeweiht.

Die Umgebung des Centers ist nicht innerstädtisch geprägt, sondern – mit der Altstadt, einem Mischgebiet, einem Wohngebiet, der Fachhochschule und Grünräumen – überaus heterogen strukturiert. Der neue Baukörper hebt sich in seiner Dimensionalität zwar deutlich aus dieser Umgebung heraus, orientiert sich aber zum Teil

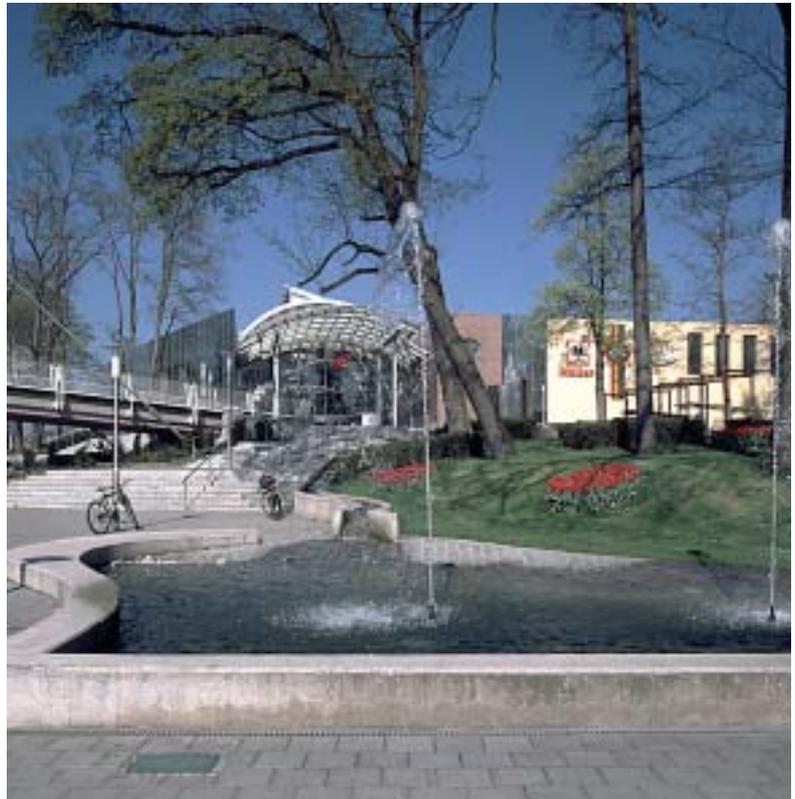
an vorhandenen Raumkanten. So ist die der Altstadt gegenüberliegende Fassade dem Verlauf des Talrandes folgend geschwungen ausgebildet. Zur Fachhochschule hin ist der Straßenraum im südlichen Teil gefasst, nach Norden sind die Raumkanten weniger präzise ausgebildet.

Die Fußgänger- und Radfahrerbrücke verbindet die Altstadt nicht nur mit dem Einkaufszentrum, sondern auch mit der angrenzenden Vorstadt. Die Wegeführung des Projekts ist mit Sorgfalt entwickelt worden. Mit der glasgedeckten Mall und einer offenen Einkaufsstraße werden zwei unterschiedliche Atmosphären angeboten, zusätzlich kann das Center in Ost-West-Richtung durchquert werden. Dieser Weg ist planungsrechtlich durch ein Gehrecht für die Allgemeinheit gesichert. Auch die Wegeverbindungen entlang des Einkaufszentrums wurden gestärkt, unter anderem durch einen Fuß- und Radweg, der als Allee gestaltet ist.

Für den unmittelbaren Bereich des Centers hat sich im Zuge der Realisierung Einzelhandelsnutzung mit wenigen, ergänzenden Dienstleistungen durchgesetzt. Die im prämierten Wettbewerbsentwurf vorgesehenen Büros oder Wohnungen im nördlichen Bereich hat der Investor nicht weiter verfolgt. Dort wurde ein Baumarkt errichtet.

Zur Altstadt hin präsentiert sich das Einkaufszentrum zweigeschossig. Die Fassade ist auch hier weitgehend geschlossen. Der Haupteingang ist mit einer Stahl-Glas-Konstruktion überspannt. Davor wurde ein kleiner öffentlich zugänglicher Platz gestaltet. Im rückwärtigen Bereich setzt sich die Bebauung eingeschossig fort. Nur das Parkhaus ist mehrgeschossig ausgeführt. Eine Öffnung der Gebäude zum außen liegenden öffentlichen Raum ist nicht erfolgt.

Blick in Richtung Haupt-
eingang



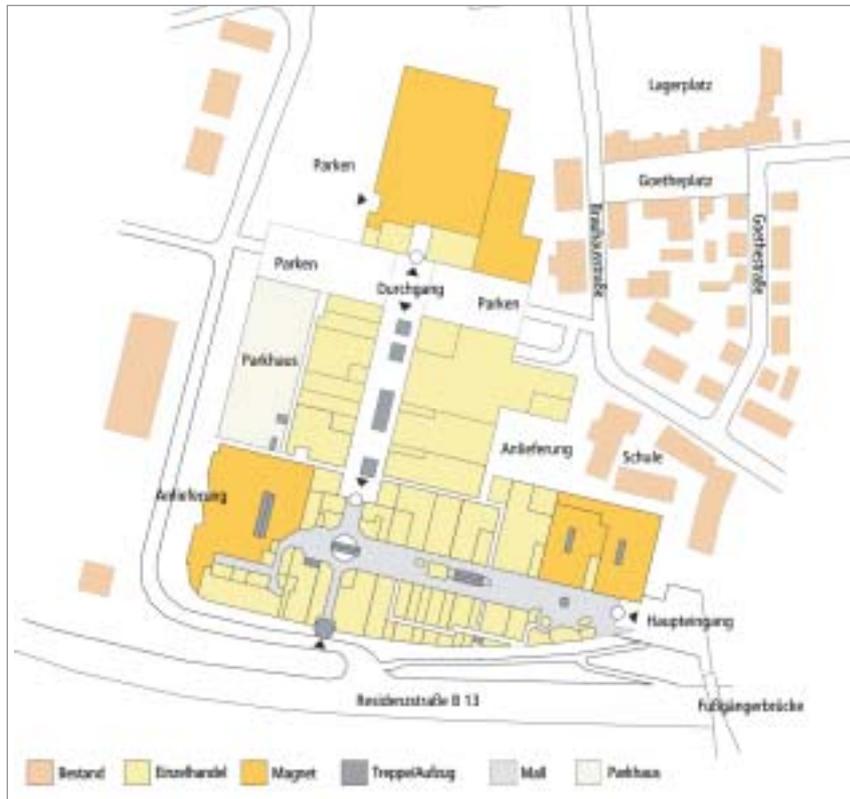
Blick zum Eingang des
Baumarkts am Ende der
Ladenstraße



Offene Ladenstraße mit
eingestellten Zugängen
zur Tiefgarage

Blick von der Empore
ins Einkaufszentrum





Erdgeschossgrundriss
des Brücken-Centers
M 1:4000



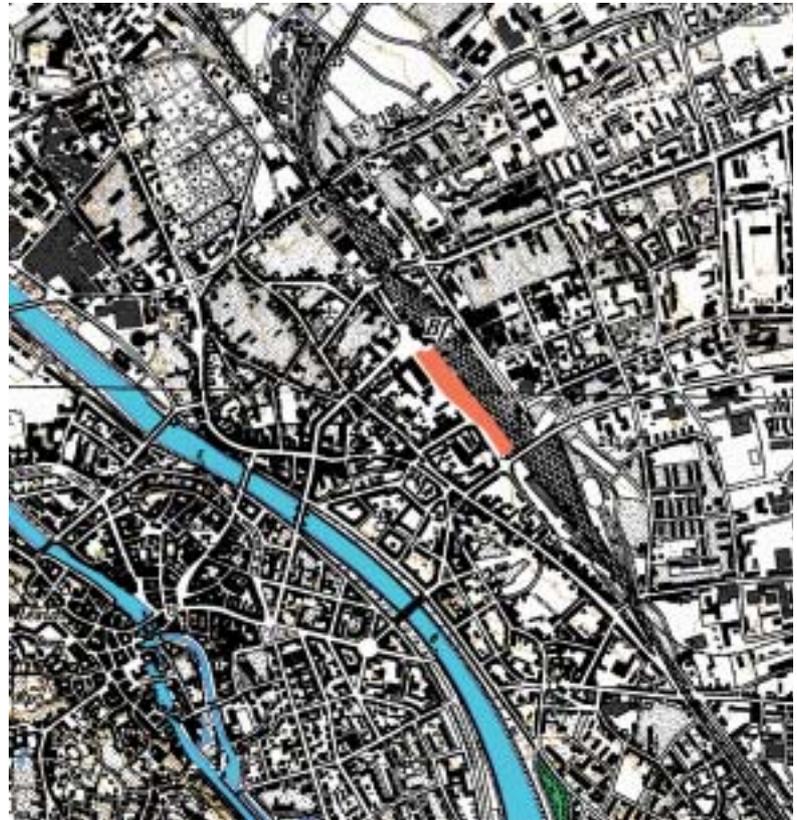
Die Fußgänger- und
Radfahrerbrücke ist eine
wichtige Wegeverbin-
dung zwischen Altstadt,
Einkaufszentrum und
angrenzender Vorstadt

Atrium Bamberg

Auf der Fläche des ehemaligen Güterbahnhofs entstand 1990 ein innenstadtnahes Einkaufszentrum. Hier Blick auf das Parkhaus des Centers



Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000



KENNDATEN

Einwohner Bamberg:	ca. 69.000
Zentralörtliche Einordnung:	Oberzentrum
Entfernung City – EKZ:	1.000 m
Eröffnung EKZ:	1990
Grundfläche EKZ:	15.000 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	46.000 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	12.000 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	12.000 m ²
Geschossigkeit:	2- bis 3-geschossig
Anzahl der Läden:	29
Parkierung:	Parkhaus
Parkplätze:	1.030
Betreiber EKZ:	Fundus - Fond Verwaltungen GmbH

Nutzungsplan und Einbindung in das öffentliche Wegenetz
M 1:7500



Nachdem der Güterbahnhof von seinem innerstädtischen Standort am Hauptbahnhof verlegt wurde, kaufte ein Bamberger Unternehmen das brachliegende Gelände und plante und baute darauf ein Einkaufszentrum. Anschließend veräußerte er das fertig gestellte Projekt an einen geschlossenen Immobilienfonds, der noch heute Eigentümer des Centers ist. Die Eröffnung fand im März 1990 statt. Bis zum Jahr 2000 wurden lediglich kleinere, interne Umbauten vorgenommen.

Zur zukünftigen Standortsicherung wird zur Zeit eine aufwändige Ergänzung realisiert: Ein Kino auf dem Dach des Centers soll für größere Attraktivität sorgen und dabei auch die Ausnutzung des für die Verkaufsfläche sehr großzügig dimensionierten angeschlossenen Parkhauses verbessern.

Die Stadtverwaltung hat in den letzten Jahren begonnen, sich planerisch intensiver mit der Verknüpfung des neuen Einkaufszentrums mit den Nachbarbereichen zu befassen. Sie erstellte eine Rahmenplanung für den Bahnhofsvorplatz und sein Umfeld, mit Vorschlägen für eine gestalterische Aufwertung und verkehrliche Umgestaltung des sehr stark befahrenen Bereichs sowie für die Nutzung leerstehender Gebäude und unbebauter Flächen.

Das direkt an die Bahnlinie grenzende Gelände ist gewerblich geprägt. Vor allem nördlich der Bahn, aber auch im Bereich des Bahnhofs selbst befinden sich große Gewerbegebäude. Das Einkaufszentrum nimmt die Breite dieser Gebäude auf; seine Länge entspricht dem angrenzenden Baublock. Mit dem angeschlossenen Parkhaus erreicht das Objekt eine Länge von insgesamt rund 350 Metern. Der Haupt-

eingang befindet sich an der nordwestlichen Schmalseite des Gebäudes, die den Bahnhofsvorplatz räumlich nach Südosten abschließt. Von dort zieht sich der Baukörper dem Verlauf der Ludwigstraße folgend, Richtung Pfister-Brücke, wo er ohne jeden stadträumlichen Abschluss endet. Mit seiner Großform bietet das Einkaufszentrum allerdings Lärmschutz für das angrenzende Quartier.

Abgesehen von der Ausrichtung des Haupteingangs zum Bahnhof kann von einer Einbindung in das städtische Wegenetz nicht die Rede sein. Die Nebeneingänge orientieren sich zur Ludwigstraße, können aber kaum zu deren Belebung beitragen. Eine städtebaulich gewünschte Anbindung des Gebiets nördlich der Bahnlinie ist nicht erfolgt, Fußgänger und Radfahrer bleiben hier auf die Autobrücke angewiesen. Aktuelle Planungen sehen aber vor, dieses Quartier zukünftig über einen



Das Atrium schließt den Straßenraum zum Bahngelände hin ab



Der Haupteingang des Einkaufszentrums liegt am Bahnhofsvorplatz. Hier durchstößt die Passage in Form eines Primas die Fassade



Blick in die zweigeschossige Passage im Inneren des Einkaufszentrums



Das Parkhaus befindet sich am bahnhofsabgewandten Ende des Objekts

Steg bzw. eine Unterführung an den Bahnhof anzubinden. Auch der Bahnhofsvorplatz wird derzeit überplant. So könnte eine Tieferlegung der Straße Fußgängern eine barrierefreie Querung des Platzes ermöglichen.

Das Atrium kommuniziert lediglich am Bahnhofsvorplatz mit dem öffentlichen Raum. Hier befindet sich der – durch die in der Fassade ablesbare gläserne Mall – eindeutig definierte Haupteingang. Der spitzwinklige Glaserker des Eingangsbereichs ist das beherrschende Element der mit Werbung und Dekor-Elementen überzogenen Fassade, die einen gestalterisch unbefriedigenden Platzabschluss bietet. Die lange Fassade an der Ludwigstraße fasst zwar den öffentlichen Raum, doch ist die Wirkung äußerst trist. Vereinzelt angeordnete Schaufenster bleiben ungenutzt oder sind mit Werbeplakaten überklebt. Der zwischen Gehweg und Fassade angeordnete Grünstreifen entspricht ebenfalls nicht dem städtischen Charakter des Bahnhofsvorplatzes und seiner Umgebung. Das Parkhaus ist mit einer Lochfassade aus Fertigteilen geschlossen. Der Sockel ist offen gestaltet und lässt wenig ansprechende Einblicke in ungestaltete Restflächen zu.

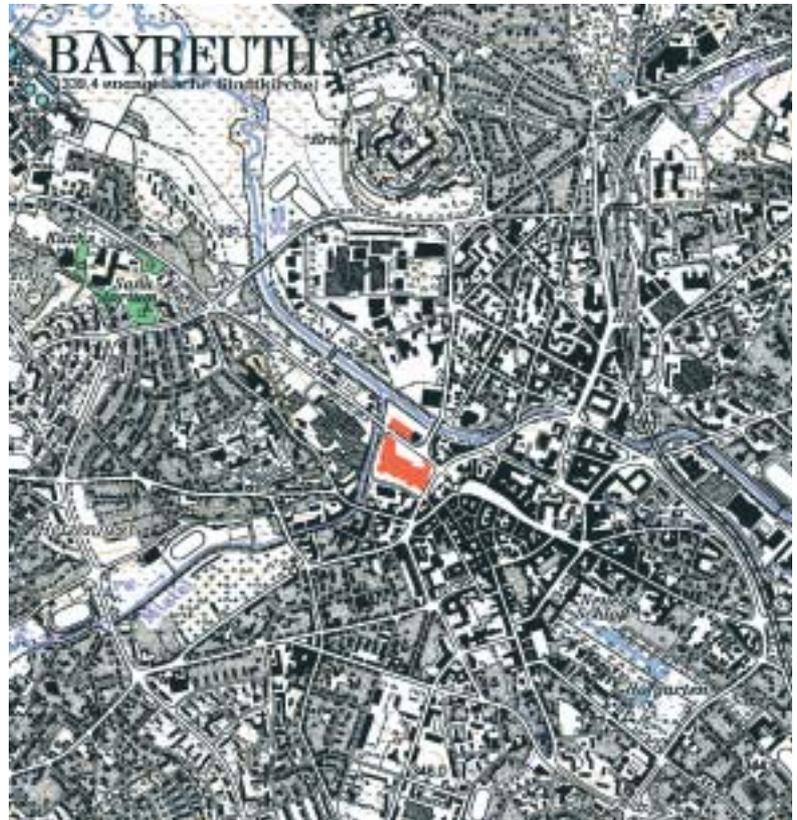
Mit der städtebaulichen Rahmenplanung bietet sich die Chance, die Ausrichtung des Atriums zum öffentlichen Raum zu stärken. Fraglich ist allerdings, ob die Problematik der unattraktiven Seitenfront gelöst werden kann.



Rotmain-Center Bayreuth

Eine Fußgängerbrücke verbindet die Innenstadt mit dem Rotmain-Center

Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000



KENNDATEN

Einwohner Bayreuth:	ca. 74.000
Zentralörtliche Einordnung:	Oberzentrum
Entfernung City – EKZ:	100 m
Eröffnung EKZ:	1998
Grundfläche EKZ:	ca. 17.000 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	62.000 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	20.000 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	19.000 m ²
Geschossigkeit:	2-geschossig
Anzahl der Läden:	70
Parkierung:	Parkhaus, Tiefgarage
Parkplätze:	1.150
Betreiber EKZ:	ECE - Projektmanagement GmbH



Nutzungsplan und Einbindung in das öffentliche Wegenetz
M 1:7500

Nach der Auslagerung des Bayreuther Schlachthofes an den Stadtrand nutzte die Stadt die Möglichkeit, das am Rande der Altstadt gelegene Gelände durch eine innenstadtadäquate Nutzung aufzuwerten. Sie traf 1991 mit zwei Investoren, einem Bekleidungshaus und einem Betreiber von Einkaufszentren, eine Planungsvereinbarung. Gingen die ersten Planungsstudien der Investoren noch von 20.000 m² Verkaufsfläche und dem Abriss der denkmalgeschützten Rotmainhalle aus, so wurde das Konzept später – auf öffentlichen Protest und Empfehlung eines Gutachters hin – modifiziert. Die Verkaufsfläche wurde auf 15.000 m² reduziert, die Rotmainhalle blieb erhalten. Um einer Monostruktur vorzubeugen, sollten in das Projekt 25 Zwei- bis Drei-Zimmer-Wohnungen integriert werden.

Nach diesen Vorgaben wurde 1992 ein landesweit offener städtebaulicher Ideen- und Realisierungswettbewerb ausgeschrieben. Aus 21 eingegangenen Arbeiten wählte das Preisgericht den Entwurf der Architekten Horstmann und Coban, der durch die maßstäbliche Einfügung in die städtebauliche Gesamtsituation und die gelungene Einbindung der historischen Gebäude überzeugte. Besonders hervorgehoben wurde die Aufwertung und Neudefinition der Außenräume, des Wochenmarktplatzes sowie der angrenzenden Grünräume. Mit 70 Wohneinheiten wurden die geforderte Anzahl weit überschritten.

Im Zuge der Realisierung wurden einige dieser Aspekte jedoch zurückgenommen. Das Center wies bei der Eröffnung bereits über 18.000 m² Verkaufsfläche auf. Kurze Zeit später wurden weitere 1.000 m² Büro- und Lagerfläche in Verkaufsflächen umgewandelt. Realisiert wurden letztlich

nur sieben Wohneinheiten und ein geringer Anteil an Büroflächen. Baubeginn war im Jahr 1995, die Eröffnungen der verschiedenen Bauabschnitte fanden zwischen Ende 1996 und Ende 1997 statt.

Das ehemalige Schlachthofgelände erhält durch die Neubebauung eine stadträumliche Struktur mit klar ausgebildeten Straßenräumen. Die je nach Funktion unterschiedlich dimensionierten und ausgeformten Baukörper des Einkaufszentrums orientieren sich an der umgebenden Bebauung und räumlichen Situation und lassen innenstadttypische kleinmaßstäbliche Räume und Raumfolgen entstehen. Nördlich des Einkaufszentrums befindet sich das Park-

haus, an das ein Multiplex-Kino angeschlossen ist. Das Kino nimmt die geschwungene Form der gegenüberliegenden Straßenseite auf. Die vorhandenen denkmalgeschützten Gebäude sind integriert. Vor der Rotmainhalle wurde ein kleiner öffentlich zugänglicher Platz ausgebildet, der als Wochenmarkt genutzt wird. An der Straße zwischen Altstadt und Center wird die Bauflucht der Vorstadt aufgenommen. Aus städtebaulichen Gründen wurde für die exponierte Lage am Kreuzungsbereich Hohenzollernring/Hindenburgstraße im Nordosten des Centers eine besondere Ausformung des Baukörpers gewählt. Auch der renaturierte Grünbereich mit Bachlauf wird räumlich gefasst.

Die fußläufige Anbindung von Einkaufszentrum und Parkhaus an die Alt-

Verkaufsebene im Rotmain-Center





Blick auf das Rotmain-Center. Der Fußgängersteg verbindet den Haupteingang mit der Fußgängerzone in der Altstadt



Auch das Erdgeschoss öffnet sich mit Schaufenstern und Eingängen zur Altstadt

stadt und den innerstädtischen Geschäftsbereich wird – wegen der Trennwirkung der Hauptverkehrsstraßen – vorrangig über Brücken bzw. Stege im 1. OG geleistet. Im EG befindet sich ein Eingang unter der Brücke zwischen Center und Altstadt. Ein öffentlicher Durchgang durch das Gebäude ist nicht vorhanden, ist jedoch wegen der Kompaktheit des Centers verzichtbar. In den Randbereichen des Centers hingegen sind alle öffentlichen Wegebeziehungen aufgewertet worden.

Das Rotmain-Center orientiert sich am Hohenzollernring zur Altstadt. Die Gebäudehöhe entspricht hier der umgebenden Bebauung. An den Eingang des Erdgeschosses Richtung Altstadt schließen auf beiden Seiten Schaufenster an. Hier ist auch eine Bushaltestelle angeordnet, so dass insgesamt für eine Belebung des öffentlichen Raums gesorgt ist.

Auch die Ecksituation Hohenzollernring/Hindenburgstraße öffnet sich mit Schaufenstern und Eingängen nach außen. Arkaden werten den öffentlichen Raum zusätzlich auf. Am anschließenden Wochenmarkt ist eine städtische Platzsituation entstanden, mit einem Nebeneingang – wiederum mit beidseitig anschließenden Schaufenstern – und dem Zugang zur Rotmainhalle.

Ansonsten bleibt das Center – dem Bautyp Mall entsprechend – zum Innenraum orientiert. Es öffnet sich auch nicht – wie noch im Wettbewerbsentwurf konzipiert – zum umgebenden öffentlichen Grünraum, der sich z. B. für Außengastronomie angeboten hätte. Die Fassaden fügen sich mit großformatigen Steinplatten, Putzstrukturen und Stahl-Glas-Konstruktionen weitgehend in den Gestaltkanon der Umgebung ein.

City-Center Fürth

Blick auf das City-Center von der Fußgängerzone. Das Projekt befindet sich in der Innenstadt. Vorhandene denkmalgeschützte Häuser wurden in das Gebäude integriert

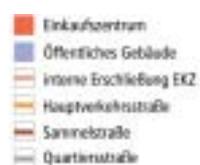
Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000



KENNDATEN

Einwohner Fürth:	ca. 110.000
Zentralörtliche Einordnung:	Oberzentrum
Entfernung City – EKZ:	0 m
Eröffnung EKZ:	1985
Grundfläche EKZ:	15.000 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	36.000 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	15.000 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	15.000 m ²
Geschossigkeit:	3-geschossig
Anzahl der Läden:	51
Parkierung:	Tiefgarage
Parkplätze:	520
Betreiber EKZ:	City-Center Management GmbH

Nutzungsplan und Einbindung in das öffentliche Wegenetz
M 1:7500



Das im Zentrum Fürths liegende, 1985 eröffnete City-Center entstand auf dem Betriebsgelände einer ehemaligen Brauerei. Die Stadt hatte sich gegenüber dem ausgewählten Bauträger in einem privatrechtlichen Vertrag den entscheidenden kommunalen Einfluss auf Ausformung, Nutzungsmischung und Gestaltung gesichert. Es wurden Auflagen zum Bau einer Tiefgarage, zur Mischung mit Familienwohnungen, Altenwohnungen und Büroräumen in den Obergeschossen sowie zur Gestaltung und zum Teilerhalt vorhandener Bausubstanz vereinbart. So konnte die typisch innerstädtische Vielfalt und Mischung der Nutzungen innerhalb eines Blocks erhalten werden. Auch die Finanzierung durch das „Bauherrenmodell“ – hier erwerben die Bauherren nicht Teileigentum am Gesamtobjekt, sondern sind Eigentümer eines konkreten Teils des Objekts, wie Läden und Wohnungen, – hat dazu beigetragen. Ein Teil des Geländes wurde an einen weiteren Investor zur Errichtung eines in das Gesamtprojekt integrierten Bekleidungshauses veräußert.

Das Center fügt sich nahtlos in die Blockstruktur der Innenstadt ein und kann als vollständig integriert gelten. Die Baufluchten des mittelalterlichen Stadtgrundrisses wurden weitgehend aufgenommen, auch die Höhenentwicklung folgt der vorhandenen Bebauung. Denkmalgeschützte Gebäude wurden integriert. Das Grundstück ist jedoch vollständig überbaut. Innenhöfe, wie in den benachbarten Blöcken, existieren nicht. Die Galerie als zentrale Geschäftsachse des Centers erstreckt sich zwischen den beiden Haupteingängen an der Fußgängerzone und am

Theater und weitet sich in der Mitte zu einem dreigeschossigen Lichthof aus. Der „Ausleger“ des City-Centers zur Königstraße hin ist ebenfalls in die Blockstruktur eingefügt.

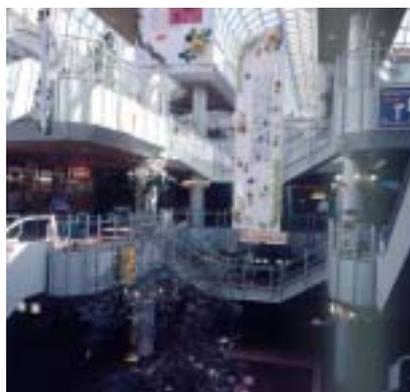
Durch die zentrale Lage in der Innenstadt und die Einfügung in die Blockstruktur orientiert sich das Einkaufszentrum in mehrere Richtungen und ist mit den angrenzenden öffentlichen Räumen verknüpft. Zusammen mit den vor allem in den Fußgängerzonen angeordneten Schaufenstern sorgt diese netzartige Erschließungsstruktur für eine bemerkenswerte Außenorientierung des Centers. In Richtung Schwabacher Strasse, der Hauptfußgängerzone, und auf dem Theatervorplatz trägt Außengastronomie zur Belebung bei.

Der zur Fußgängerzone hin ausgerichtete Haupteingang ist eher unscheinbar. Der zweite Haupteingang am Theatervorplatz wird auch durch eine Unterführung



Blick von der Königstraße auf das Einkaufszentrum. Der Neubau orientiert sich mit Traufe, geneigtem Dach und Fensteröffnungen am Maßstab der Umgebung

Das eigenständige Bekleidungshaus ist wie ein Großteil des Centers mit Sandstein verkleidet



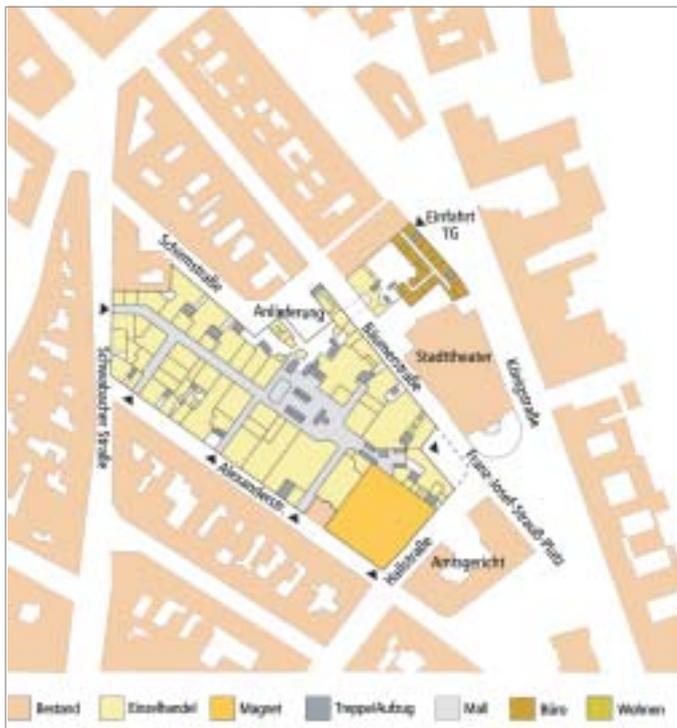
Blick in die Galerie mit Lichthof

erreicht, die das Gebiet jenseits der Königstraße direkt an das Einkaufszentrum anbindet. An der Süd-Ost-Ecke des Centers befindet sich das Bekleidungshaus, das, obwohl ein eigenständiger Teil des Komplexes, auch von der zentralen Galerie zugänglich ist. Weitere Eingänge – etwa in der Alexanderstrasse – werden wegen der schwachen Frequentierung des Straßenraums kaum angenommen. Der Baukörper hinter dem Theater weist einen weiteren Eingang Richtung Königstraße auf. Die Anbindung an die zentrale Galerie über einen Steg im 1. Obergeschoss ist wenig frequentiert.

Das Haupteinkaufsniveau befindet sich auf der Schwabacher Ebene, die von der Fußgängerzone aus direkt erreicht wird. Vom Theatervorplatz aus ist diese Ebene über ein halbes Geschoss nach oben angebunden. Von dort sind nach unten zwei weitere Verkaufsebenen erreichbar. Die unterste Verkaufsebene hat einen direkten Zugang zur Tiefgarage.

Die Fassaden gehen mit Sandsteinverkleidungen und Putzstrukturen auf die Umgebung ein. Auch die Mansardendächer und die Satteldächer mit Dachgauben beziehen sich auf die Gebäudetypologie der angrenzenden Quartiere. Begrünte Dachflächen im Innenbereich des Blocks schaffen für die Wohnungen und Büros ein angenehmes Umfeld.

Mit mehreren Verkaufsebenen und verteilten Eingängen ist das City-Center für seine Besucher insgesamt etwas unübersichtlich.



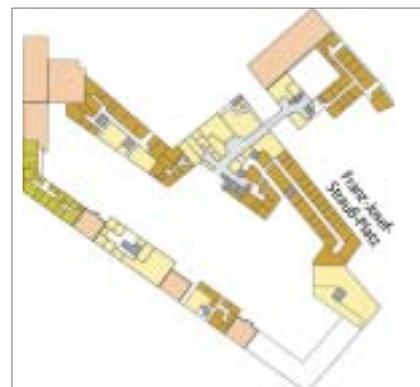
Grundriss
Ebene Schwabacher
Straße, M 1:4000



Grundriss
Basement, M 1:4000



Grundriss
Theaterebene, M 1:4000



Grundriss
Obergeschoss, M 1:4000

Kösseine-Einkaufs-Centrum Marktredwitz

Ausschnitt Topographische Karte, M 1:25000

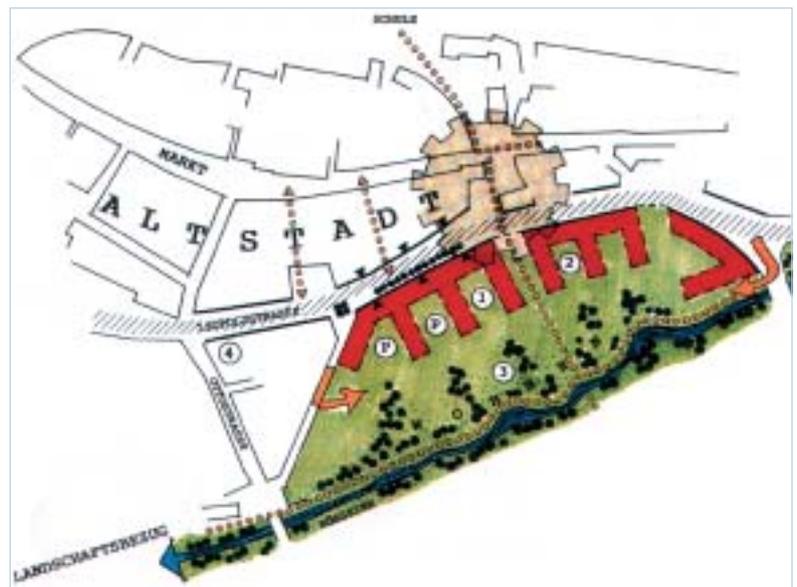
Blick auf den Castelfranco-Emilia-Platz, an den die Mall, das Parkhaus mit vorgelagertem

Dienstleistungsgebäude, das zukünftige Kino und die zukünftige Wohnbebauung angrenzen



KENNDATEN

Einwohner Marktredwitz:	ca. 20.000
Zentralörtliche Einordnung:	mögl. Oberzentrum
Entfernung City – EKZ:	0 m
Eröffnung EKZ:	1999
Grundfläche EKZ:	7.500 m ²
Verkaufsfläche Innenstadt:	17.000 m ²
Verkaufsfläche EKZ gesamt:	13.500 m ²
davon innenstadtrelevante Verkaufsfläche:	13.000 m ²
Geschossigkeit:	2- bis 3-geschossig
Anzahl der Läden:	35
Parkierung:	Parkhaus
Parkplätze:	818
Betreiber EKZ:	Bavaria Unternehmensgruppe Berlin



Der städtebauliche Strukturplan stellt die Verbindung von Altstadt

und Kösseine-Einkaufs-Centrum in den Mittelpunkt

Auf dem Gelände einer chemischen Fabrik, deren Produktion eingestellt wurde, und den daran angrenzenden Grundstücken wurde nach einer umfassenden Bodensanierung 1992 ein städtebaulicher Wettbewerb ausgelobt, mit dem Ziel, das Gebiet zu einem Dienstleistungs-, Geschäfts- und Wohngebiet zu entwickeln.

chenoptimierung des Einkaufszentrums aufgegeben werden.

Das Ziel der Nutzungsmischung in dem förmlich festgelegten Sanierungsgebiet wurde durch die Auflösung in mehrere einzelne Investments erreicht: Einkaufszentrum mit Büronutzung und angeschlossenen Parkhaus, Kino und Wohnungen.



Auf dem Luftbild gut zu erkennen das Einkaufszentrum mit Büros, Wohnungen und Freizeitangeboten

Der erste Preis wurde dem Büro der Architekten Erwin Wenzel und Manfred Huber und der Landschaftsarchitektin Barbara Franz zugesprochen.

Zu den besonderen Qualitäten des prämierten Entwurfs zählt die Vernetzung mit der Altstadt sowie die Einbeziehung des Wasserlaufs der Kösseine. Bei der planerischen Konkretisierung des Projekts wurde auf die Verknüpfung mit dem zentralen Einkaufsbereich große Sorgfalt verwendet. So gibt es heute drei Hauptknüpfungspunkte: den zentral gelegenen Castelfranco-Emilia-Platz und zwei Brücken. Die Öffnung der Bebauungsstruktur zum Grünraum musste zugunsten der Flä-

Alle Nutzungen orientieren sich mit Eingängen, Schaufenstern, Wohnweg etc. zum Castelfranco-Emilia-Platz. Das gesamte Areal „Innenstadt-Süd“, wurde von der Stadt und dem Sanierungsträger erworben. So konnten im Rahmen des Grundstücksverkaufs wichtige Planungsgrundsätze über privatrechtliche Verträge verbindlich festgelegt werden, zum Beispiel die Beauftragung der Preisträger des Wettbewerbs mit der Entwurfs- und Genehmigungsplanung und mit der städtebaulichen Oberleitung.

Ganz entscheidend für die Qualitätssicherung war die Einrichtung eines ämterübergreifenden Projektgruppe.

Haupteingang des Einkaufszentrums



Das Einkaufszentrum von der Leopoldstraße aus, die Center und Altstadt trennt



ERGEBNISSE DER STÄDTEBAULICHEN UNTERSUCHUNG

Planungsprozess

Standortwahl

In den dicht bebauten Innenstädten standen lange Zeit keine größeren Flächen für neue Entwicklungen im Einzelhandel zur Verfügung. Center konnten dort – wenn überhaupt – nur im Rahmen von Flächen-sanierungen realisiert werden. Infolge des wirtschaftlichen Strukturwandels und der militärischen Konversion hat sich die Situation gewandelt. Seit Beginn der 90er Jahre sind in erheblichem Umfang Industrie- und Gewerbebetriebe, Gleisanlagen und Bahnbetriebsflächen, Kasernen und militärische Infrastruktur brach gefallen. Ein großer Teil dieser Areale befindet sich in den Innenstädten oder am Innenstadtrand.

Im Recycling dieser Flächen sehen die Kommunen eine große Chance, die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Innenstadt zu erhöhen und Siedlungsdruck von der Peripherie zu nehmen. Für Entwickler und Bauherren von Einkaufszentren bieten diese günstig gelegenen zentralen Areale ebenfalls Vorteile, da sie in der Regel gut erschlossen sind, aufgrund ihres Zuschnitts keine Bodenordnung erfordern und gewöhnlich mehr öffentliche Zustimmung finden als periphere Standorte.

Fünf der sechs untersuchten Einkaufszentren befinden sich auf Recyclingflächen: Umgenutzt wurden in Ansbach ein Kasernengelände, in Bamberg Bahnbetriebsflächen, in Bayreuth das Schlachthofareal, in Fürth ein Brauereigelände, in Marktredwitz das Betriebsgelände einer Fabrik. Nur in Abensberg handelt es sich nicht um eine innerstädtische Fläche, sondern um eine stadtplanerisch kaum gesteuerte Entwicklung am Stadtrand.

Kooperation zwischen Kommune und Investoren

In gewissem Umfang kann man bei der Reaktivierung der brach gefallenen innerstädtischen Flächen von einer Kongruenz der Interessen von Kommune und privaten Investoren ausgehen. So ging die Initiative für den Bau eines innerstädtischen Einkaufszentrums in den untersuchten Fällen teilweise von privater Seite aus, teilweise traten die Kommunen selbst an Entwickler oder Investoren heran, um Investitionen auf die brach gefallenen Areale zu lenken.

Geprägt wurde der Planungsprozess durch die Tatsache, dass wesentliche Parameter der Einkaufszentren in der Branche weitgehend festgelegt erscheinen: Dies betrifft insbesondere das Prinzip der überdachten Einkaufsstraße, die wirtschaftliche Betriebsgröße, die Komponenten im angestrebten Branchenmix, die Zahl der Verkaufsebenen, die Lage der Magnetbetriebe, die Zuordnung der Stellplätze, die im Investment akzeptierten Nutzungen. Innerhalb dieser betrieblichen Logik der Einkaufszentren sind nur begrenzte Spielräume vorhanden, um auf städtebauliche Anforderungen und örtliche Gegebenheiten eingehen zu können. Der Planungsprozess in den untersuchten Kommunen war deshalb in der Mehrzahl der Fälle geprägt von dem Versuch, städtebauliche Zielsetzungen mit privatwirtschaftlichen Anforderungen in Einklang zu bringen.

Entwurfalternativen

In den sehr detailliert geführten Erörterungen über Nutzungskonzept, Architektur, öffentlichen Raum und Erschließung hat es sich für die Kommunen als Vorteil er-

wiesen, wenn Konzepte mehrerer Entwickler und Investoren vorlagen oder wenn – sofern der Investor bereits feststand – die Entscheidung für ein Vorhaben auf der Grundlage alternativer Entwürfe getroffen werden konnte.

Die untersuchten Fälle zeigen, dass sich die Qualität der Projekte beeinflussen ließ, wenn zuvor die städtebauliche Integration planerisch untersucht worden war. Zugeständnisse wurden jedoch nur erreicht, wenn sie nicht das betriebliche Konzept tangierten; sie betreffen zum Beispiel die Gebäudehöhe im Abschnitt gegenüber der Altstadt, die Platzbildung, ergänzende Nutzungen, das Fassadenmaterial und die Anbindung an den Geschäftsbereich. Wirtschaftliche und betriebliche begründete Aspekte wie etwa die Positionierung der Ankermieter, der Branchenmix, die Zahl der Verkaufsebenen und das Prinzip der Mall stehen als „Bausteine des Erfolgs“ in der Regel nicht zur Disposition.

Wenn ein Komplex von mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche auf einem innerstädtischen Areal realisiert werden soll, ist eine architektonische und städtebauliche Qualifizierung unerlässlich. Die Kommunen gingen dabei unterschiedliche Wege. In Ansbach, Bayreuth und Marktredwitz wurden Wettbewerbe durchgeführt. In Abhängigkeit von der Ausgangslage und der Bereitschaft der Beteiligten wählte man unterschiedliche Verfahren – vom offenen städtebaulichen Ideenwettbewerb bis zum begrenzt offenen städtebaulichen Realisierungswettbewerb. In Fürth erfolgte die Planung durch Architekten des Investors. Aufgrund der Lage im denkmalgeschützten Bereich der Innenstadt hat die Denkmalbehörde der Stadt mit ihren Auflagen und Vorstellungen den Entwurf des Objekts stark

geprägt. Dabei ging es u. a. um den Bau der Tiefgarage, die Realisierung von Wohnungen und Büros in den Obergeschossen sowie um Material und Dachform.

So unterschiedlich die städtebauliche Qualifizierung im Einzelnen gestaltet wurde, so deutlich zeigen die Ergebnisse, dass es sich bewährt hat, die städtebaulichen Wirkungen von Einkaufszentren auf Grundlage alternativer Konzepte und Testentwürfe zu diskutieren. Die Fallbeispiele zeigen, dass die Verfahren aufgabenbezogen abzuwägen sind. Bei offenen Wettbewerben ist die Streubreite der Lösungen zwar sehr groß, aber es besteht das Risiko, dass die funktionalen Anforderungen des Handels nicht hinreichend berücksichtigt werden. Gutacherverfahren mit wenigen Alternativen engen die Perspektive in manchen Fällen zu stark ein.



Workshops eignen sich für die Klärung der städtebaulichen Einbindung



Begleitende Qualitätskontrolle

Die Pläne eines Centers können sich im Laufe des Planungsprozesses stark verändern, wenn beispielsweise die Mieter mit ihren Flächenansprüchen und Verkaufskonzepten Einfluss nehmen. Die häufigsten Änderungen betreffen die Verkaufsfläche, den Branchenmix und die Aufteilung des Grundrisses. Nicht selten kommt es vor, dass zunächst angestrebte Nutzungen nicht verwirklicht werden.

Es hat sich als nützlich erwiesen, die festgelegten städtebaulichen Qualitätsziele in der Planung zu verankern. Die untersuchten Projekte zeigen, dass städtebauli-

che Qualitäten am ehesten dann durchzusetzen sind, wenn sie von einem das gesamte Verfahren begleitenden Gremium eingefordert werden können. Die in einem privatrechtlichen Vertrag fixierte städtebauliche Oberleitung in Marktredwitz nähert sich dem Prinzip der städtebaulichen Supervision, wie sie in den Niederlanden bereits mit großem Erfolg praktiziert wird.

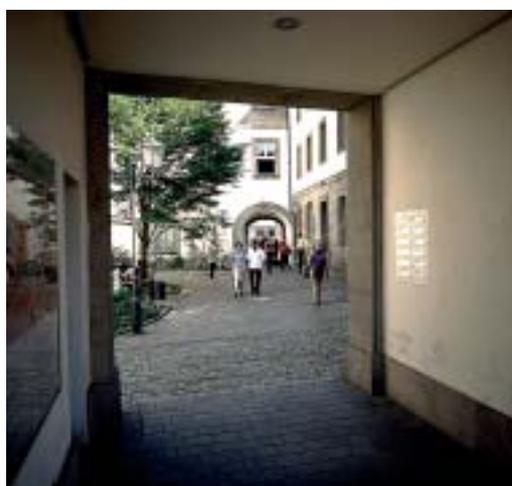
Zwei Beispiele für die Sicherung städtebaulicher Qualitäten aus den untersuchten Städten: In Ansbach konnte erreicht werden, dass die Ost-West-Verbindung durch das Gelände des Einkaufszentrums als offene Straße bzw. Weg ausgeführt wurde, der die benachbarten Bereiche – ein Mischgebiet und die Fachhochschule – verbindet. Sehr sorgfältig wurde außerdem die der Altstadt zugewandte Fassade abgestimmt, die mit ihrer geschwungenen Kontur auf den historischen Stadtkern antwortet.

In Bayreuth konnte die Anbindung des Haupteingangs an die Fußgängerzone mittels eines Durchbruchs durch die Stadtbefestigung und der Führung durch einen Hof verbessert werden, so dass nun Fußgängerzone und Rotmain-Center direkt verbunden sind.

Im Brücken-Center Ansbach wurde ein Abschnitt der Ladenstraße als offener Straßenraum gestaltet



In Bayreuth konnte die Anbindung des Haupteingangs an die Fußgängerzone über eine Öffnung der Stadtmauer zu einem vorhandenen Hof verbessert werden



Organisation

Die Städte stellten fest, dass mit zunehmender Größe der Einkaufszentren ein Qualitätssprung verbunden ist, der Innovationen in der Prozessorganisation erfordert. So wurden zur Koordination der Planung in Ansbach, Bayreuth und Marktredwitz interdisziplinär besetzte Projektgruppen eingerichtet. Der Projektgruppe in Bayreuth z. B. gehörten neben Vertretern der Stadt (OB, Städtebaureferat, Wirtschaftsreferat, Hauptamt für die Öffent-

lichkeitsarbeit sowie die Leiter von Planungsamt, Grundstücksamt und Bauaufsichtsamt) der Bauherr, der Architekt und der Landschaftsplaner an.

Auch im Bereich der Gesamtsteuerung haben die Städte angesichts der Bedeutung der Projekte gute Erfahrungen mit der Installation einer interdisziplinären Lenkungsgruppe gemacht, die für den gesamten Planungs- und Realisierungsprozess zuständig ist. Als beratendes Gremium bereitete sie Entscheidungen des Gemeinderats vor und befasste sich mit der städtebaulichen Einbindung des Projekts. Mitglieder der Lenkungsgruppe waren Vertreter aus Politik und Verwaltung, Vertreter des Bauherrn wie Projektentwickler, Grundstückseigentümer/Investor, die beauftragten Planer, also Architekt, Landschaftsarchitekt, Verkehrsingenieur. Der örtliche Einzelhandel wurde teilweise schon in der Planungsphase einbezogen (Marktrechwitz, Bayreuth). Die Erfahrungen deuten darauf hin, wie wichtig eine solche mit Entscheidungsträgern besetzte Gruppe für die erfolgreiche Realisierung eines anspruchsvollen Einzelhandelsprojekts sein kann.

Steuerung des Vorhabens

Mit dem wachsenden Interesse von Developern und Investoren, Einkaufszentren auf innerstädtischen Flächen zu realisieren, verbindet sich für die Kommunen eine neue Herausforderung. Einerseits entspricht der innerstädtische Standort dem Ziel, die Abwanderung des Handels an die Peripherie zu verhindern. Andererseits ergeben sich aus der Größe des Projekts Probleme und Risiken für die Innenstadtentwicklung, die sorgfältig abgewogen werden wollen.

Rahmen- und Entwicklungskonzepte

Um Innenstädte und Stadtteilzentren zu entwickeln und zu schützen, können die Städte ihre Zielsetzung auf verschiedenen Planungsebenen verankern. Eine ideale Grundlage hierfür ist ein Gesamtkonzept für die Stadtentwicklung, in dem unter anderem auch Funktion und Bedeutung der in Frage kommenden Standorte für den Einzelhandel eindeutig bestimmt werden. Wenn die Entwicklungsziele festliegen – etwa auf Grundlage eines qualifizierten Gemeinderatsbeschlusses – kann die Entwicklung auch über ein Stadtteilentwicklungskonzept oder einen städtebaulichen Rahmenplan erfolgen – wie er zum Beispiel in Ansbach für das Areal der ehemaligen Hindenburg-Kaserne erarbeitet wurde.

Wenn eine Stadt über planerische Grundlagen verfügt, die aufzeigen, an welchen Standorten Einzelhandel angesiedelt bzw. gesichert werden soll – z. B. ein Einzelhandelsstrukturgutachten –, muss sie nicht immer wieder neu auf Anfragen von Interessenten reagieren. In den untersuchten Fallbeispielen sind diese Möglichkeiten der informellen Planung zur Definition

der Einzelhandelsentwicklung nicht ausgeschöpft worden.

Bebauungspläne

Das Planungsrecht stellt den Städten und Gemeinden ein differenziertes Instrumentarium zur Verfügung, mit dem sie die städtebauliche Integration von Einkaufszentren im Rahmen ihrer Planungspolitik zur Stabilisierung der Innenstädte lenken und fördern können. Die Frage der Vorgehensweise hängt dabei von den jeweiligen Gegebenheiten ab. Einkaufszentren sind nach geltendem Planungsrecht nur in Kerngebieten (MK) oder Sondergebieten zulässig.

In Bayreuth, Bamberg, Marktredwitz und Fürth wurden die Vorhaben auf der Grundlage klassischer Bebauungspläne realisiert. In Ansbach entschied man sich für einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan. Als Baugebietskategorien wurden für Marktredwitz, Bayreuth und Fürth Kerngebiet gewählt, für Ansbach und Bamberg Sondergebiet.

Wenn Bebauungspläne fehlen, mit denen die Gemeinden steuernd eingreifen können, kann die beabsichtigte Konzentration des Einzelhandels auf die Innenstadt unterlaufen werden – wie es zum Beispiel in Abensberg geschehen ist. Problematisch sind aber auch Bebauungspläne auf der Grundlage früherer Fassungen der Baunutzungsverordnung. Dies gilt insbesondere für die Ausweisung von Gewerbegebieten.

Um die städtebauliche Einbindung eines Centers zu steuern, stellt das Baugesetzbuch eine breite Palette von Festsetzungen zur Verfügung. Die Auswertung der Planungsverfahren hat deutlich gezeigt, dass die Planungsinstrumente nicht zu schwach waren, um das Projekt zu qua-

lifizieren. Gemessen an den Möglichkeiten ist bei den Kommunen eine gewisse Zurückhaltung bei der Nutzung der ihnen zur Verfügung stehenden Instrumente nicht zu übersehen. Es ist zu vermuten, dass man in diesem sensiblen Handlungsfeld das kooperative Klima nicht durch zu weitgehende Forderungen gefährden wollte.

Angesichts der Bedeutung des Vorhabens war es stets notwendig, über die wesentlichen planerischen Bindungen vorher Konsens mit den Investoren zu erzielen. Sobald Kommune und Bauherr sich auf Grundzüge des Projekts verständigt hatte, konnten diese weitgehend problemlos in planungsrechtliche Festsetzungen übernommen werden: Im Einzelnen wurden geregelt:

- Art und Maß der Nutzung, Baulinien und Baugrenzen, Geschosszahlen und Traufhöhen sowie Gehrechte für die Allgemeinheit zur Sicherung wichtiger Wege,
- Verkaufsflächen- und Sortimentsbeschränkungen,
- grünordnerische Maßnahmen und öffentliche Plätze und Straßenräume,
- gestalterische Bindungen zum Beispiel für Oberflächenmaterial, Farbgebung, Werbeanlagen und Dachform.

Anwendungsbreite und Eingriffsschärfe des planungsrechtlichen Instrumentariums korrelieren in den untersuchten Fallbeispielen mit der Differenziertheit der vorangegangenen städtebaulichen Planungen. Wenn sich die Kommunen auf einen ausreichenden Planungsvorlauf und auf Verhandlungen zur städtebaulichen Qualifizierung des Projekts stützen konnten, wurden die Festsetzungen im Bebauungsplan stärker differenziert.

Vorhabenbezogener Bebauungsplan

Seit 1993 besteht die Möglichkeit, die Zulässigkeit von Bauvorhaben durch einen Vorhaben- und Erschließungsplan – neuerdings Vorhabenbezogener Bebauungsplan – zu regeln. Er besteht aus drei Elementen: dem Vorhaben- und Erschließungsplan als Vorschlag des Vorhabenträgers an die Gemeinde, der Satzung der Gemeinde auf Grundlage des von ihr gebilligten Vorhaben- und Erschließungsplans und dem Durchführungsvertrag zwischen Investor und Gemeinde. Im Durchführungsvertrag verpflichtet sich der Bauwillige zur Durchführung des Vorhabens und der Erschließungsmaßnahmen innerhalb einer bestimmten Frist sowie zur Übernahme der Kosten für die Erschließung. Der Durchführungsvertrag ist Voraussetzung für den Erlass der Satzung. Die Planungshoheit und die Durchführung des förmlichen Verfahrens verbleiben jedoch bei der Gemeinde.

In Ansbach wurde für das Brücken-Center ein Vorhaben- und Erschließungsplan erarbeitet. Im Durchführungsvertrag wurde u. a. die Übernahme der Erschließungskosten fixiert.

Privatrechtliche Verträge

Befindet sich das Grundstück im Eigentum der Gemeinde, so kann sie bereits im Grundstückskaufvertrag über das Planungsrecht hinausgehende Bindungen fixieren. Auch Verträge, die Grundstücksoptionen für den Investor und Planungsleistungen vom Investor beinhalten, bieten schon im frühen Stadium Möglichkeiten, im öffentlichen Interesse gestaltend einzuwirken. So ist es zum Beispiel in Marktredwitz gelungen, städtebauliche Forderungen (Durchwegung des Gebäudes, Ma-

terialwahl) und die Umsetzung des Wettbewerbsergebnisses privatrechtlich zu sichern.

Städtebaulicher Vertrag

Ist die Stadt nicht im Besitz des Grundstücks, kann sie die Instrumentarien des städtebaulichen Vertrags anwenden, um die Qualität des Vorhabens und die Kostenübernahme zu regeln. Ein städtebaulicher Vertrag ist sinnvoll, wenn die Gemeinde mit Hilfe eines Bauträgers ein neues Baugebiet schaffen will. Nach § 11 BauGB können insbesondere die privatrechtliche Neuordnung der Grundstücksverhältnisse, die Bodensanierung, die Freilegung von Grundstücken, die Erarbeitung der erforderlichen Planungen und Regelungen zu Sortimenten und Verkaufsflächen Gegenstand des städtebaulichen Vertrags sein.

Städtebauliche Qualität der Einkaufszentren

Anbindung an den innerstädtischen Geschäftsbereich

Ein gewichtiges städtebauliches Argument für die Realisierung eines Einkaufszentrums in der Innenstadt oder am Innenstadtrand ist die Überlegung, dass die bestehende Geschäftslage von den neuen Verkaufsflächen profitiert. Diesen Effekt erwarten die Kommunen, wenn der Weg zwischen Einkaufszentrum und zentralem Einkaufsbereich kurz und attraktiv ist. Wenn es gelänge, die Erschließung konfliktfrei zu organisieren, das Bauvolumen einzubinden und architektonische Qualität zu gewährleisten, wäre demnach der ideale Standort für ein Center die Innenstadt selbst.

Am Beispiel des City-Centers Fürth, das auf einem Brauereigelände innerhalb der Innenstadt verwirklicht wurde, zeigen sich die Vorteile einer Lage im Einkaufsbereich. Das Center ist trotz seiner 15.000 m² Verkaufsfläche mit der Innenstadt verwoben. Die wichtigen öffentlichen Räume – die Fußgängerzone Schwabacher Straße und der Franz-Josef-Strauß-Platz am Stadttheater – sind über die Einkaufspassage miteinander verknüpft.

In den meisten Städten steht dem Einbau eines Centers in die Innenstadt im Wege, dass in optimaler Lage keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen. Dies hat zur Folge, dass die Distanzen zwischen dem Einkaufszentrum und bestehenden Geschäftslagen in der Praxis unterschiedlich ausfallen. Das Kösseine-Einkaufs-Center in Marktredwitz befindet sich direkt am Cityrand. Die Center in Ansbach

und Bayreuth liegen ebenfalls am Rand des Stadtkerns, allerdings bereits 100 m bzw. 200 m vom zentralen Einkaufsbereich entfernt. Die Trennwirkung einer stark frequentierten Tangente muss hier baulich überwunden werden. Mit rund 1 km Entfernung zum Stadtzentrum hat das Atrium in Bamberg den Charakter eines Nebenzentrums. In Abensberg befindet sich das Center mit 1,2 km Entfernung zum Marktplatz am Rand des Siedlungsbereichs.

Bei den Projekten am Innenstadtrand wird ein attraktives Gelenk zwischen zentralem Einkaufsbereich und Center zur wichtigen städtebaulichen Aufgabe. Das Problem des „Andockens“ wird in den untersuchten Fallbeispielen wie folgt gelöst:

- Ausrichtung eines Haupteingangs des Einkaufszentrums auf die City (Bayreuth),
- Gestaltung eines funktional und gestalterisch überzeugenden Tors (Ansbach),
- Attraktive und komfortable Gestaltung des Wegs zwischen beiden Einkaufsschwerpunkten (Brücken in Ansbach, Bayreuth und Marktredwitz, neuer Durchgang in der Stadtmauer in Bayreuth)
- Herstellung eines Blickkontakts zur Innenstadt über einen Platz (Marktredwitz).

So richtig es grundsätzlich ist, den zentralen Einkaufsbereich durch die Ansiedlung zukunftsfähiger Betriebsformen zu stabilisieren, so schwierig gestaltet es sich in der Regel, Einkaufszentren mit 15.000 m² Verkaufsfläche und mehr in eine kleinteilig strukturierte Altstadt einzubauen. Gebäudevolumen, Auswirkungen auf das Stadtbild und Erschließungsprobleme erweisen sich oftmals als unüberwindliche Hinder-

Innenraum des City-Centers Fürth



nisse. Ein Standort am Rand der Altstadt – wie etwa in Marktredwitz – ist daher für ein Großvorhaben oft die bessere Variante. In dieser Lage werden in vielen Städten Flächen in hinreichendem Maße frei. Hier lässt sich meist eine hochwertige Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr und den motorisierten Individualverkehr planen.

Nutzungsmischung

Die Nutzungsvielfalt gehört zu den besonderen Eigenschaften der Mitte europäischer Städte. Auf schmalen Parzellen errichtete Bürgerhäuser beherbergten unter einem Dach Läden, Werkstätten und Wohnungen. Mit der Tertiärisierung der Innenstädte und ihrer Randgebiete in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurde die Wohnfunktion sehr geschwächt. Heute stellt sich die Situation differenziert dar: In der großstädtischen City dominieren Handel und Dienstleistungen, das Wohnen ist weitgehend ausgewandert. Die Innenstädte der Mittelzentren und kleineren Oberzentren hingegen weisen noch eine starke Mischung der Funktionen auf.

Es ist allgemein anerkannt, dass die Mischung viele Vorteile mit sich bringt – kurze Wege, vielfältige Stadtquartiere, belebte öffentliche Räume und Sicherheit.

Aus städtebaulicher Sicht gibt es gute Gründe, der Ansiedlung großer Monstrukturen kritisch gegenüberzustehen. Denn sie erzeugen eine Vielzahl von Folgeproblemen, von der unzureichenden Auslastung der Infrastruktur bis zur Entstehung von Angsträumen.

Es stellt sich überdies die Frage, ob nicht ein Center inmitten der Stadt anders strukturiert sein müsste als auf der grünen Wiese. In diesem Sinne hat die Nutzungs-

mischung bei der Mehrzahl der untersuchten Fallbeispiele zu Beginn des Planungsprozesses eine wichtige Rolle gespielt. Im realisierten Objekt dominiert dann doch die Einzelhandelsnutzung, weil die Investoren eine Ergänzung der Handelsflächen mit Büros, Praxen und Wohnen für wirtschaftlich risikoreich ansahen. So haben sie im Zweifelsfall weiteren Verkaufsflächen den Vorzug gegeben, wie zum Beispiel in Ansbach, wo im Norden des Areals an Stelle des ursprünglich geplanten Mischgebiets ein Baumarkt verwirklicht wurde. Auch im Bayreuther Rotmain-Center mussten Abstriche von der ursprünglichen Planung hingenommen werden. Hatte der preisgekrönte Wettbewerbsentwurf noch 70 Wohnungen vorgesehen, so wurde die Zahl in den konkreten Verhandlungen auf 25 reduziert, von denen schließlich nur sieben Dachwohnungen gebaut wurden. Gemessen an der Größe des Einkaufszentrums tritt die Wohnfunktion kaum in Erscheinung.

Im Rahmen der untersuchten Fallbeispiele sind zwei Strategien für eine Funktionsmischung deutlich geworden, die zugleich alternative Wege kennzeichnen: Im City-Center Fürth ist es gelungen, eine geschossweise Funktionsmischung umzusetzen, die sich ausdrücklich auf den Standort Innenstadt bezieht. Wohnungen, Praxen, Büros und Veranstaltungsräume sind direkt in das Projekt integriert. Die von der Stadt gewünschte Nutzungsvielfalt wurde bereits im Kaufvertrag verankert.

Beim Kösseine-Einkaufs-Centrum in Marktredwitz konnte eine Mischung im Quartier realisiert werden, die eine Realteilung des Grundstücks erlaubt. Hier ging man bereits im Wettbewerb davon aus, das zunächst geplante Handels- und

Dienstleistungsquartier südöstlich der Altstadt mit einem Wohnquartier am Wasser abzuschließen. Dieses Konzept wurde im Prinzip beibehalten, als das Einkaufszentrum verwirklicht wurde. Auf dem Gelände sind angeordnet: ein Handels- und Dienstleistungsgebäude, in dem auch das Geologische Landesamt untergebracht ist, das Parkhaus, der Kinokomplex sowie – im rückwärtigen Bereich – mehrere Wohngebäude. Auch wenn der realisierte Wohnanteil hinter den ursprünglichen Erwartungen zurückbleibt, konnte die angestrebte Mischung in wesentlichen Elementen erreicht werden.

Die untersuchten Fallbeispiele belegen die vielfältigen Schwierigkeiten und vergleichsweise bescheidenen Erfolge im Bemühen um Nutzungsmischung. Fragwürdig erscheint das Ergebnis vor allem dann, wenn die mit großen Erwartungen versehenen Wohnungen nur eine unbedeutende Randnutzung bleiben.

Mischung um jeden Preis kann nicht das Ziel sein, insbesondere dann, wenn von ihr aufgrund des zu geringen Anteils oder einer Randlage keine belebenden Wirkungen für die Innenstadt oder das Stadtbild zu erwarten sind. Die untersuchten Fallbeispiele zeigen, dass die an ein Einkaufszentrum angegliederten Wohn- und Büroflächen dann funktionieren, wenn sie auch für sich genommen hohe Qualität entfalten und wirtschaftlich bestehen können.

Nicht immer wird die Stapelung der Nutzungen, wie in Fürth, die optimale Lösung darstellen, zumal sie auch mit technischen Problemen verbunden sein kann. Als interessante Alternative ist die Zuordnung baulich getrennter Funktionsbereiche zu sehen, wie zum Beispiel in Marktredwitz.

Architektur und Gebäudevolumen

Handelskonzept und Gebäudehülle

Mit der Realisierung eines Centers heutiger Prägung in den Innenstädten ist in der Regel ein städtebaulicher Maßstabssprung gegenüber dem städtebaulichen Umfeld verbunden. Hinzu kommt die Introvertiertheit des Objekts, da sich die Schaufenster der Läden vorrangig der Mall, einer innenliegenden Einkaufsstraße, zuwenden. An den Außenflächen liegen überwiegend Ausstellungsflächen und Nebenräume, so dass hier kaum Öffnungen möglich sind. Obwohl Entwickler und Investoren heute bereit sind, an städtebaulich eingebundenen Standorten mehr in die Gebäudegestaltung zu investieren als auf der grünen Wiese, bleibt das architektonische Ergebnis weit hinter den Qualitäten zurück, die man sich in der Nachbarschaft von Stadtkirche und Rathaus vorstellt. So liegt in der Archi-

Die großvolumigen Bauten erschweren die städtebauliche Integration. Parkgaragen des Rotmain-Centers Bayreuth und des Atriums in Bamberg



tektur der Center ein wesentliches Hindernis für ihre städtebauliche Integration:

- Die Gebäude präsentieren sich als additive Anordnung der Nutzungsbereiche, Kubaturen und Gebäudehöhen.
- Da die großen fensterlosen Hüllen wenig Gestaltungsspielräume bieten, neigt man zu dekorativen Elementen und Versatzstücken.
- In den Innenräumen werden stets die gleichen Elemente wiederholt: gläserne Tonnengewölbe, die Kuppel, Galerie, Freitreppe und Brücke.
- Die Infrastruktur der Stellplatzanlagen, Rampen und Anlieferungszonen wird nicht gestaltet.
- Werbeanlagen sind nicht auf Architektur und Umfeld abgestimmt und beeinträchtigen nicht selten den gesamten Stadtraum.

Im Ergebnis präsentiert sich die Mehrzahl der Projekte mit eher banalen Gebäudehüllen, die lediglich im Bereich der Eingän-

ge aufgewertet werden, während der größte Teil der Gebäude ohne Ambition gestaltet ist.

Die Chance zur Entwicklung und Realisierung neuer Gebäudetypologien für den Handel, die sich mit einer ansprechenden Fassadengestaltung positiv vom stereotypen Konzept der Mall abheben, wurde in den untersuchten Beispielen nicht genutzt. Marktredwitz kommt diesem Anspruch vielleicht noch am nächsten.

Bei der Anpassung an die betrieblichen und wirtschaftlichen Bedingungen im Realisierungsprozess sind die innovativen Ansätze erster Projektstudien und Vorwürfe zumeist auf der Strecke geblieben. Dies könnte pessimistisch stimmen. Indes hält die Baugeschichte genügend Beispiele für die Integration großer Stadtbauwerke bereit – man denke z. B. an die mittelalterlichen Speicher und Tuchhäuser, die Passagen des 18. und 19. Jahrhunderts und schließlich an die Kaufhausarchi-



Mit der „Arkade am Taubenmarkt“ in Linz ist es gelungen, größere zusammenhängende Verkaufsflächen in der Innenstadt zu etablieren

tektur des 19. und 20. Jahrhunderts. Sie stehen beispielhaft für einen kunstfertigen Umgang mit dem Gebäudevolumen und dem angrenzenden öffentlichen Raum.

Wenn man sich heute in Europa umsieht, stößt man vermehrt auf Projekte, bei denen eine anspruchsvolle Handelsarchitektur geglückt ist. Zu nennen wären hier u. a. neue Einkaufsgalerien in Solingen, Bozen und Graz oder die Arkade am Taubenmarkt in Linz. Diese beispielhaften Projekte lassen für die Lösung der architektonischen Aufgabe folgende Ansätze erkennen:

- die Gliederung des Volumens in verschiedene Bausteine: SB-Warenhaus, Shops, Entertainment- und Kino Center müssen nicht notwendig unter einem Dach zusammengefasst werden,
- die Organisation des Grundrisses nach dem Prinzip der Passage, zumindest aber das Einhüllen der großen Volumen eines SB-Warenhauses mit Shops,
- das wiederholte Aufbrechen der Fassade mit Eingängen und Schaufensterbereichen.

In den untersuchten Fällen deutet sich eine Tendenz zu höherwertigen Gebäudehüllen an. Insgesamt hat die Architektur der Gebäude aber längst noch nicht den Stellenwert, den sie gemessen an Standort und Bauaufgabe erreichen müsste. Dies gilt insbesondere für die geschlossenen Hüllen, die Anlieferung und die Parkhausfassaden.

Öffentlicher Raum

Qualitäten des Stadtraums

Obwohl die Innenstädte viel von ihrer Vielfalt und Dichte eingebüßt haben, sind ihre Straßen, Plätze, Höfe und Grünflächen nach wie vor ein Anziehungspunkt. Bis

heute gilt der Grundsatz, dass der öffentliche Raum Inbegriff des urbanen Lebens ist. Nach dem amerikanischen Soziologen Richard Sennett gewinnt er seine Bedeutung für das städtische Leben aus der „belebten Schicht“ seiner Ränder: Hier befinden sich Läden, Dienstleistungen, gastronomische Betriebe und öffentliche Einrichtungen, die ihn auf ihre jeweils eigene Weise „bespielen“. Ganz gleich, ob man als Flaneur oder eiliger Passant die Innenstädte durchquert, man fühlt sich geborgen, solange der Weg von einem vielfältigen Nutzungsbild gesäumt ist. Heute wird zunehmend über die Verarmung der öffentlichen Räume geklagt. Die Wirkung von Einkaufszentren auf Angebote und Passantenfrequenz im öffentlichen Raum ist mithin sehr differenziert zu betrachten.

Zugangsrecht und Durchlässigkeit

Es liegt in der Konzeption der Einkaufszentrum begründet – in ihrer Ausrichtung auf eine innenliegende Einkaufsstraße –, dass von ihnen ein Beitrag zur Belebung des öffentlichen Raums allenfalls mittelbar zu erwarten ist, wenn sie die Passantenfrequenz der Innenstadt erhöhen und zumindest einen Teil ihrer Kunden an den vorhandenen Einkaufsbereich abgeben. Davon ist jedoch nach den Ergebnissen der Untersuchung kaum auszugehen.

Als Gebäudetyp ist das Einkaufszentrum nicht im eigentlichen Sinn urban. Während die klassische Passage als Verbindung zweier Straßen einen eigenen Typus des öffentlichen Raums in der Innenstadt bildet, der sich zugleich nach innen wie nach außen orientiert, bedeutet die Mall städtebaulich eher einen Rückschritt. Denn sie definiert sich im Inneren als privater Raum. Von einer geschlossenen Hül-

le kann kein Beitrag zur Attraktivitätssteigerung oder Belegung der Umgebung erwartet werden. So entwickelt sich hier zunächst eine Einkaufsinsel in der Innenstadt, gut erreichbar, mit breitem Warenangebot, die als wirtschaftliches Objekt ab einer gewissen Größe nicht auf eine Verbindung mit der Innenstadt angewiesen ist. Doch kann eine solche Isolation eines großen Teils der städtischen Verkaufsfläche nicht im Interesse der Stadt liegen. Auch Investoren sehen zunehmend Vorteile einer Verbindung des Centers mit seinem städtebaulichen Umfeld.

Wenn der Beitrag der Einkaufszentren zur Qualität des öffentlichen Raums beurteilt werden soll, ist auch die Widmung der Flächen zu berücksichtigen. Denn sie gelten als privater Raum und sind nur während der Geschäftszeiten geöffnet. Die Betreiber haben das Recht, unliebsame Besucher auszuschließen und bestimmte Aktivitäten (Fotografieren, Befragen von Kunden, künstlerische Darbietungen) zu verbieten. Zum Problem kann die private Widmung der Mall werden, wenn Lage und Ausdehnung des Centers dazu führen, dass ehemals öffentliche Wege oder Straßen aus dem Netz der öffentlichen Räume heraus gelöst bzw. unterbrochen werden. Um dies zu vermeiden, kann es bei der Planung eines Projekts sinnvoll sein, wichtige innerstädtische Wegebeziehungen über Gehrechte für die Allgemeinheit zu sichern, wie es zum Beispiel in Ansbach geschehen ist.

Es ist jedoch nicht von der Hand zu weisen, dass Einkaufszentren auf Recyclingflächen durchaus auch die Chance zu einer höheren Durchlässigkeit bieten können; wenn es etwa gelingt, große, bisher nicht zugängliche Flächen – wie ehemalige

Fabrikgelände und Kasernenareale – durch Wege zu öffnen und zu gliedern, wie etwa in Ansbach und Marktredwitz, wo Fuß- und Radwege zur besseren Vernetzung der Stadtquartiere beitragen.

Die Introvertiertheit des gegenwärtig in der Bundesrepublik überwiegend realisierten Gebäudetyps bietet vergleichsweise wenig Möglichkeiten zur Gestaltung einladender Situationen. Die marktbeherrschenden Entwickler und Investoren sind nicht bereit, von diesem Erfolgsrezept abzuweichen. Noch am ehesten lässt sich Konsens erzielen über die Ausrichtung einzelner Eingänge auf die Fußgängerströme in der Innenstadt, wie etwa in Bayreuth und Ansbach. Bereitschaft besteht in der Regel auch, den Haupteingang durch angelegerte Shops oder Gastronomie einladend zu gestalten, wie etwa in Fürth. Eine transparente Zone mit Schaufenstern wird jedoch nur auf kurzen Fassadenabschnitten zugestanden. Das Bemühen um eine Verlängerung der Schaufensterflächen ist in den meisten Fällen zum Scheitern verurteilt. Die untersuchten Fallbeispiele bestätigen dies: Schaufenster zur Umgebung werden sehr zurückhaltend eingesetzt, wie

Die introvertierte Grundrissorganisation der Einkaufszentren steht oftmals einer Öffnung zum Straßenraum entgegen. Ein positives Gegenbeispiel: Außengastronomie am Franz-Josef-Strauß Platz in Fürth



zum Beispiel beim Rotmain-Center in Bayreuth, wo die der Altstadt zugewandten Fassaden transparent gestaltet sind, während die Flanken weitgehend geschlossen sind.

In der Untersuchung ist jedoch deutlich geworden, dass die Forderung nach mehr Schaufensterfläche nur dann sinnvoll ist, wenn diese zu gut frequentierten Geschäften mit Ausstellungsbedarf gehören. Ansonsten bleiben sie ungenutzt und werden bestenfalls mit Plakaten zugeklebt. In der wenig frequentierten Alexanderstraße am City-Center Fürth oder an der Ludwigstraße in Bamberg zeigt sich dieses Phänomen.

Ist die Fassadengestaltung schon an den Schauseiten der Einkaufszentren nicht einfach zu lösen, so müssen die geschlossenen Seiten- und Rückfronten erst recht kritisch gesehen werden. Sie in ihrer Wirkung auf den öffentlichen Raum als neutral zu bezeichnen, wäre nicht angemessen. Denn die teilweise mehrere 100 m langen Wände werden je nach Lage und Nachbarschaft zum Beispiel auch als Angsträume wahrgenommen. Mit einer Pergolen- oder Grüngestaltung kann allenfalls etwas für die Optik getan werden.

Die Probleme der Einkaufszentren in ihrer Beziehung zum öffentlichen Raum können gemildert werden, wenn die langen geschlossenen Seiten keinen unmittelbaren Kontakt zum öffentlichen Raum haben – wie die Gebäuderückseite in Bamberg – oder abgeschirmt im Inneren eines Baublocks liegen.

Aufgrund des typologisch bedingten Widerspruchs zwischen Einkaufszentren und traditionellen Einkaufsstraßen bestehen nur begrenzte Möglichkeiten zur Gestaltung einer urbanen Umgebung. Folge-

richtig steht im Planungsprozess bisher eher das Bemühen im Vordergrund, negative Auswirkungen zu minimieren – etwa durch geschickte Anordnung der wenigen, außen liegenden Schaufenster oder durch geschickte Ausnutzung örtlicher Gegebenheiten. Positive Impulse auf den öffentlichen Raum wären nur zu erwarten, wenn es gelänge, in enger Kooperation von Stadt, Investor und Hauptmieter Bautypologien zu entwickeln, die urbane Qualitäten bieten und in ihr Umfeld ausstrahlen.

Ruhender Verkehr im Center

Die Integration von 520 (Fürth) bis 1.800 (Ansbach) Stellplätzen bereitete der Planung erhebliche Probleme. Eine ebenerdige Anordnung scheidet in der Innenstadt weitgehend aus. Das Beispiel Abensberg ist untypisch, da es stellvertretend für den städtebaulich überholten Typ des Einkaufszentrums am Stadtrand steht. Der Bau eigener Parkhäuser – wie in Bayreuth, Ansbach oder Marktredwitz – ist nur sinnvoll, wenn die großvolumigen Baukörper ohne Nachteile für Atmosphäre und Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum platziert werden können. Die sich anbietende Variante eines raumsparenden mechanischen Parksystems, das auch architektonisch zu einer Herausforderung werden könnte, ist bisher in deutschen Einkaufszentren nicht verwirklicht worden. Günstiger als baulich abgesetzte Parkhäuser ist jedoch die Unterbringung der Stellplätze in Tiefgaragen oder aufgesattelten Parkdecks. Die letztgenannte Variante ist bereits in der Bundesrepublik mehrfach realisiert worden (z. B. Allee-Center Hamm), wurde im Rahmen der untersuchten Projekte jedoch nicht verwirklicht.

ERGEBNISSE DER HANDELSGEOGRAPHISCHEN UNTERSUCHUNG

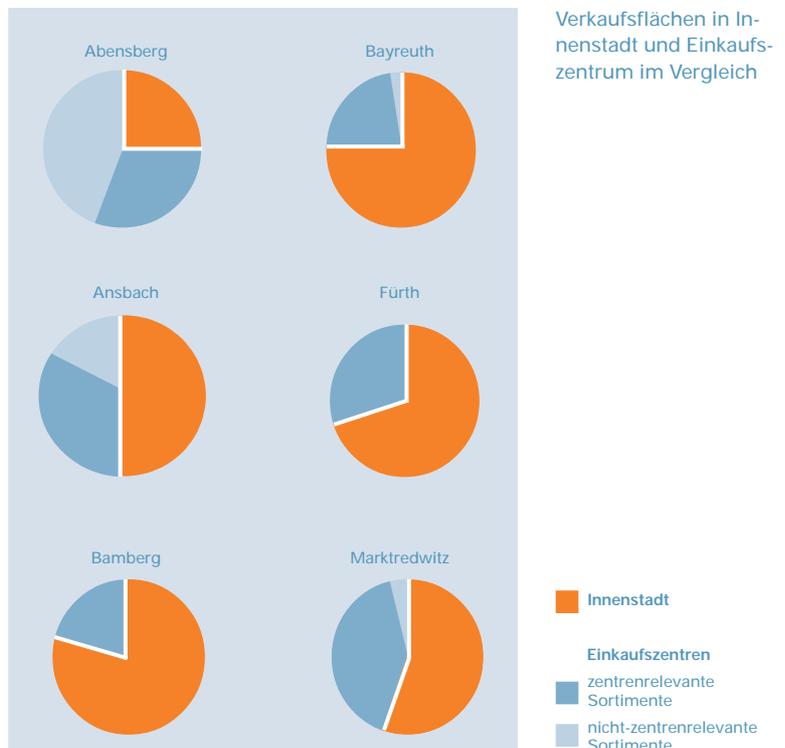
Einzelhandelsstrukturen im Vergleich

Verkaufsflächenstruktur

Mit der Ansiedlung der Einkaufszentren in den Untersuchungsstädten kam es zum Teil zu einem massiven Zuwachs an innerstädtischer Verkaufsfläche, der für die Innenstädte nicht ohne Folgen blieb. Da insbesondere bei zentrenrelevanten Sortimenten von Auswirkungen auf die Innenstadt auszugehen ist, wird der Zuwachs an Verkaufsfläche im folgenden nach zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Verkaufsflächen differenziert dargestellt.

Den größten Zuwachs an Verkaufsfläche hat die Stadt Abensberg vorzuweisen: Die Verkaufsfläche im Einkaufszentrum ist dort vier mal so groß wie die der Innenstadt. Ein Großteil der Verkaufsfläche entfällt dabei jedoch auf nicht-zentrenrelevante Sortimente. Aber selbst wenn man nur die zentrenrelevanten Sortimente betrachtet, beträgt der Zuwachs immerhin noch rund 130%. In Ansbach ist die Verkaufsfläche des Einkaufszentrums in etwa so hoch wie die der Innenstadt, in allen anderen Städten überwiegt hingegen die innerstädtische Verkaufsfläche deutlich.

Für die Innenstädte liegt eine Chance eines innenstadtnahen oder innerhalb der Innenstadt gelegenen Einkaufszentrums in der damit verbundenen Ansiedlung von großflächigen Betrieben, die als Magneten zum Standardrepertoire von Einkaufszentren gehören. In den bayerischen Innenstädten, die in der Regel durch eine gewisse Kleinteiligkeit geprägt sind, fehlen derartige Magnetbetriebe bzw. Flächen hierfür oft. Dennoch sind diese für die Belegung der Innenstädte von großer Bedeu-



tung. In den Untersuchungsstädten konnten im Rahmen der Einkaufszentrenansiedlung jeweils mehrere wichtige Magnetbetriebe angesiedelt werden.

Die Innenstädte sind darüber hinaus in der Regel durch einen hohen Anteil an Kleinstflächen unter 50 m² Verkaufsfläche geprägt. Diese genügen jedoch in vielen Bereichen den Anforderungen der Konsumenten an eine moderne Warenpräsentation nicht mehr. Einkaufszentren ihrerseits meiden gerade diese Kleinstflächen und bieten tendenziell auch für die kleineren Betriebe großzügigere Verkaufsflächen an. Sie bauen sich somit eine Einzelhandelsstruktur auf, wie sie den Innenstädten zu wünschen wäre. Viele Innenstadtgeschäfte geraten dadurch nicht nur in Bezug auf ihr Sortiment unter massiven Druck, sondern sind auch bei der Verkaufsflächenausstattung benachteiligt.

	Verkaufsfläche Innenstadt insgesamt	Verkaufsfläche Einkaufszentrum insgesamt	zentrenrelevante Verkaufsfläche im Einkaufszentrum
Abensberg	7.500 m ²	23.000 m ²	9.500 m ²
Ansbach	25.500 m ²	25.000 m ²	17.500 m ²
Bamberg	46.000 m ²	12.000 m ²	12.000 m ²
Bayreuth	62.000 m ²	20.000 m ²	19.000 m ²
Fürth	36.000 m ²	15.000 m ²	15.000 m ²
Marktredwitz	17.000 m ²	13.500 m ²	13.000 m ²

Verkaufsflächen in Innenstadt und Einkaufszentrum

Modernisierungsbedürftiges Fachgeschäft



Spezialgeschäfte sind überwiegend in den Innenstädten anzutreffen

Betriebsstruktur

Die Betriebe in den Einkaufszentren sind in der Regel nach modernsten Gesichtspunkten gestaltet. Die Ladeneinrichtung erlaubt eine optimale Präsentation der Waren und die Dekoration sowie Schaufenstergestaltung wird regelmäßig erneuert. Die offenen Eingangsbereiche der Geschäfte ermöglichen zusätzlich ein barrierefreies und somit zwangsloses Bumeln. Auch moderne Betriebstypen wie SB-Warenhäuser oder Fachmärkte sind in den untersuchten Einkaufszentren stärker vertreten als in den Innenstädten. Durch diese modernen Betriebe und neuen Betriebskonzepte erhalten die Innenstädte zusätzlichen Konkurrenzdruck.

Dies gilt umso mehr, wenn in den Innenstädten ein hoher Anteil an Geschäften als modernisierungsbedürftig einzustufen ist. In den Untersuchungsstädten traf dies auf bis zu ein Fünftel der Betriebe zu. Ihre Ladeneinrichtung und Warenpräsentation, die meist eingeschränkte Möglichkeit der Selbstbedienung, die oft fehlende Auswahl, die Schaufenstergestaltung etc. entsprachen nicht mehr den Erwartungen der Konsumenten.

Spezialgeschäfte – Die Domäne der Innenstädte

Geschäfte mit Spezialbedarf waren fast ausschließlich in den Innenstädten zu finden. Unter Spezialbedarf sind dabei entweder Waren zu verstehen, die nur selten benötigt werden, oder Angebote, die sich generell nur an einen eng begrenzten Kundenkreis richten (Esoterik, Hüte, Brautmoden, Reitbedarf, Modelleisenbahnen etc.). Sie weisen daher in der Regel eine geringe Kundenfrequenz auf und sind für Einkaufszentren deswegen wenig attraktiv.

Da der größte Teil dieser Geschäfte jedoch auch auf Laufkundschaft angewiesen ist – nur wenige, stark spezialisierte Geschäfte können auf die Agglomerationsvorteile eines attraktiven Umfeld verzichten – stellen die Innenstädte bzw. deren Randbereiche für sie einen idealen Standort dar. Dies gilt in gleichem Maße für Betriebe, die Handwerk und Einzelhandel verbinden, z.B. Töpfereien, Goldschmieden, Puppenwerkstätten oder Werkstätten für orthopädische Schuhe. All diese Geschäfte haben nicht nur für die Versorgung der Bevölkerung mit Spezialbedarf eine Bedeutung, sondern tragen auch – unabhängig davon, wie viele Konsumenten diese Dinge tatsächlich nachfragen – zur Unverwechselbarkeit und Atmosphäre bei. (vgl. Foto)

Filialisierungsgrad

Der Filialisierungsgrad liegt in den untersuchten Einkaufszentren bei rund 60%, während er in den Innenstädten zwischen 20 und 25% beträgt (in den 1a-Lagen erreichen die Innenstädte jedoch beinahe das Niveau der Einkaufszentren). Ausnahme ist hier wiederum die Stadt Abensberg, die aufgrund ihrer Stadtgröße insge-

samt deutlich weniger Filialisten anziehen kann (Innenstadt 17% bzw. Einkaufszentrum 37%). In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass die Existenz von Filialbetrieben generell die hohe Attraktivität eines Standorts beweist und Betriebe einer Kette nicht pauschal negativ zu bewerten sind. Vielmehr tragen sie wenigstens auf zweierlei Weise zur Attraktivität der Innenstädte bei: zum einen besitzen sie aufgrund der überregionalen Werbung und dem damit verbundenen großen Bekanntheitsgrad einen hohen Wiedererkennungswert bei den Kunden und strahlen eine hohe Kompetenz aus. Zum anderen sind diese Betriebe in jedem Fall aus funktionaler Sicht positiv für die Innenstädte zu bewerten, da sie in der Regel hohe Besucherzahlen erreichen. Zusätzlich gilt, dass einige Filialen auch im gestalterischen Bereich durch die professionelle Schaufenster- und Ladengestaltung zur Bereicherung der Innenstädte beitragen. (vgl. Foto)

Es ist aber auch klar, dass eine vollständige Filialisierung nicht Ziel der Innenstadtentwicklung sein kann. Eigentümergeführte Betriebe leisten in jedem Fall ei-

nen großen Beitrag zur Individualität und Identität der Innenstädte.

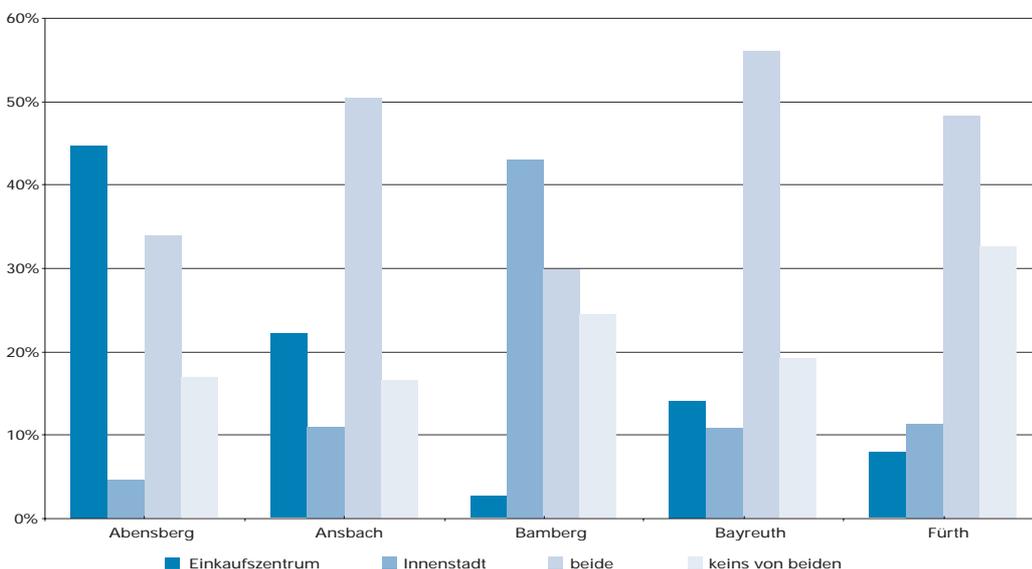
Branchenmix

Als wichtigstes Erfolgskriterium für Einkaufszentren wird oft der Branchenmix angeführt. Dies gilt in gleicher Weise für Innenstädte, denn auch deren Attraktivität wird nicht primär durch die Anzahl der Geschäfte, sondern durch ihren Branchen- und Betriebsformenmix gekennzeichnet. Je nach Branche reicht dabei entweder das Vorhandensein eines Geschäfts aus (Bücher, Hausrat, Apotheke etc.) oder ist das Vorhandensein mehrerer Konkurrenten (Bekleidung, Schuhe, Schmuck etc.) erforderlich.

Die untersuchten Innenstädte weisen tendenziell einen vollständigen Branchenmix auf, auch wenn bei geringen Gesamtverkaufsflächen (v. a. in Abensberg) die Sortimente zum Teil nur in einer unzureichenden Breite angeboten werden. So wurde das Angebot in Abensberg auch von den Besuchern als nicht vollständig charakterisiert.



Beispiel für einen attraktiven Filialbetrieb



Standort, auf den folgende Aussage zutrifft: „Dort bekomme ich alles, was ich brauche.“

Quelle: Besucherbefragung 2000

	Abensberg	Ansbach	Bamberg	Bayreuth	Fürth
Verkaufsfläche ges.	23.000 m ²	25.000 m ²	12.000 m ²	20.000 m ²	15.500 m ²
davon zentrenrel.	9.500 m ²	17.500 m ²	12.000 m ²	19.000 m ²	15.500 m ²
LM spezial (incl. Tabak)	7	11	4	9	9
Lebensmittelmärkte	2	1	(1)	2	2
Drogerie und Parfümerie	2	2	3	2	2
Apotheke, Sanitätsbedarf	1	1	1	1	1
Blumen und Gartenbedarf	3	1	0	0	1
Heimtextilien	1	1	0	1	0
Bekleidung	12	11	7	24	12
Schuhe und Lederwaren	3	3	1	5	4
Uhren und Schmuck	1	4	2	3	3
Optiker	1	1	1	4	0
Spielwaren	1	(1)	1	1	1
Sport	1	1	0	1	0
Fotobedarf	1	1	0	2	2
Geschenke, Sammlerbedarf	1	0	1	4	3
Kunstgew. Artikel, Antiquitäten	(1)	0	1	0	0
Papier- und Schreibwaren	1	1	1	1	1
Zeitungen, Lotterie	1	2	0	1	1
Bücher, neue Medien	3	1	0	2	2
Elektro und Kommunikation	1	3	2	3	1
Hausrat und Wohnbedarf	3	1	0	1	0
Heimwerken u. Basteln	1	2	0	0	1
gem. Waren	3	2	3	3	3
Sonstiges	1	1	1	1	2
Branchenlücken	0	2	8	3	5

(Angaben in Klammern = Teilsortiment eines Geschäfts)
Quelle: eigene Erhebungen

Bei der Analyse der Einkaufszentren konnte mit wachsender Verkaufsfläche ein zunehmend vollständiger Branchenmix festgestellt werden. (vgl. Tabelle) Das Einkaufszentrum Abensberg deckt bereits mit einer zentrenrelevanten Verkaufsfläche von 9.500 m² das ganze Branchenspektrum ab. Wegen der in vielen Bereichen mangelhaften Sortimentstiefe kann hier freilich nur bedingt von einer Branchenvollständigkeit gesprochen werden, jedoch wird dem Center von den Besuchern ein vollständiges Angebot bescheinigt. Die nächstgrößeren Einkaufszentren in Bamberg und Fürth mit 12.000 m² bzw. 15.500 m² weisen acht bzw. fünf Branchenlücken auf, bestimmte Sortimente sind hier noch den Innenstädten vorbehalten. Auch aus der Sicht der Konsumenten ist vor allem im Bamberger Einkaufszentrum nicht alles zu bekommen, was man braucht. In Ansbach und Bayreuth zeigt der Branchenmix der Einkaufszentren mit ihren 17.500 m² bzw. 19.000 m² nur noch unwesentliche Lücken, sodass von einem Komplettangebot gesprochen werden kann.

Insgesamt kann folglich bereits bei Einkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von 10.000 m² eine bedingte Branchenvollständigkeit erreicht werden, die in kleineren Städten von den Kunden auch als ausreichend betrachtet wird. Ab 15.000 m² Verkaufsfläche kann stets eine Vollständigkeit erreicht werden, die auch den Ansprüchen der Kunden in größeren Städten gerecht wird und die somit ein autarkes Agieren der Einkaufszentren ermöglicht.

Anzahl der Geschäfte in den Einkaufszentren nach Branchen

	Zählstandort	Tag	Uhrzeit	maximale Frequenz	Verhältnis Stadt : EKZ
Abensberg	Ulrichstr.	Freitag	15.00 – 16.00	330	1 : 4,8
EKZ Abensberg	Mall	Samstag	11.00 – 12.00	1590	
Ansbach	Uzstraße	Samstag	10.00 – 11.00	1734	1 : 2,7
Brücken-Center	überdachte Mall	Samstag	12.00 – 13.00	4758	
Bamberg	Franz-Ludwig-Straße	Samstag	11.00 – 12.00	6600	1 : 0,2
Atrium	Mall EG	Samstag	11.00 – 12.00	1104	
Bayreuth	Maximilianstraße	Samstag	12.00 – 13.00	4248	1 : 1,1
Rotmain Center	Mall EG	Samstag	11.00 – 12.00	4560	
Fürth	Schwabstraße	Samstag	11.00 – 12.00	2634	1 : 1,1
City-Center	Mall Schwab-Ebene	Samstag	11.00 – 12.00	2904	

Maximale stündliche Passantenfrequenz in Innenstadt und Einkaufszentrum

Quelle: eigene Passantenzählungen

Besucherverhalten im Vergleich

Passantenfrequenzen

Passantenfrequenzen sind wichtige Indikatoren zur Bewertung der Attraktivität von Standorträumen, da die meisten Einzelhandelsbetriebe nicht nur von Zielkunden, sondern auch von der sogenannten Laufkundschaft profitieren. Ein Vergleich der Passantenfrequenzen in den Innenstädten und in den Einkaufszentren zeigt, dass hier in den Untersuchungsstädten sehr unterschiedliche Konstellationen vorliegen. In Abensberg und Ansbach liegen die Passantenfrequenzen der Einkaufszentren deutlich über denen der Innenstädte: In Abensberg erreicht das Einkaufszentrum fast fünfmal, in Ansbach immerhin noch über zweieinhalb mal so hohe Werte. In beiden Städten haben sich die 1a-Lagen also eindeutig in die Einkaufszentren verlagert.

Im Gegensatz zu den o. g. Beispielen können in Bayreuth und Fürth beide Standorte ähnlich hohe Passantenfrequenzen aufweisen, sodass kein Standort den

anderen diesbezüglich dominiert. Anders stellt sich die Situation in Bamberg dar, wo das Einkaufszentrum nur ein Fünftel der Innenstadtfrequenz erzeugen kann. Mit einer maximalen Frequenz von 1.100 Passanten/Stunde wurden hier die niedrigsten Werte gemessen, während die Innenstadt von Bamberg im Städtevergleich die höchsten Werte erreicht. Die Attraktivität des Einkaufszentrums reicht nicht aus, um ausreichend Passanten anzuziehen. Durch seine große Entfernung zur Innenstadt kann es auch nicht in ausreichendem Maße von den Frequenzen der Innenstadt profitieren.

In groben Zügen kann das Verhältnis der Passantenfrequenzen zwischen Innenstadt und Einkaufszentren also mit der Verteilung der Verkaufsfläche auf die beiden Standorte in Verbindung gebracht werden. Jedenfalls erreichen diejenigen Einkaufszentren, die über eine Verkaufsfläche verfügen, die gleich groß oder größer wie die Verkaufsfläche der Innenstadt ist, höhere Passantenfrequenzen als die Innenstadt.

Tabelle:
Verkaufsflächen und
Passantenfrequenzen im
Vergleich

Quelle: eigene Kartie-
rungen und Passanten-
zählungen

	Anteil der gesamten EKZ-Verkaufsfläche an der Innenstadt-Verkaufsfläche		Anteil der zentrenrelevanten EKZ-Verkaufsfläche an der Innenstadt-Verkaufsfläche		Anteil der maximalen EKZ-Frequenz an der Innenstadtfrequenz	
	Prozent	Rangplatz	Prozent	Rangplatz	Prozent	Rangplatz
Abensberg	307%	1	127%	1	482%	1
Ansbach	98%	2	69%	2	274%	2
Bamberg	26%	5	26%	5	17%	5
Bayreuth	32%	4	31%	4	107%	4
Fürth	42%	3	42%	3	110%	3

Entwicklung der Passantenfrequenzen in der Innenstadt

Zur Einschätzung der Situation vor Ort wurden die Einzelhändler in den Untersuchungsstädten, in denen die Eröffnung des Einkaufszentrums erst einige Jahre zurückliegt, nach der Entwicklung der Passantenfrequenzen vor ihrem Geschäft gefragt. In allen Städten wurde in den Innenstadtbereichen von einem Rückgang der Passantenfrequenzen berichtet. Lediglich in Bereichen, die auf der Wegeverbindung zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum liegen, konnten Steigerungen der Passan-

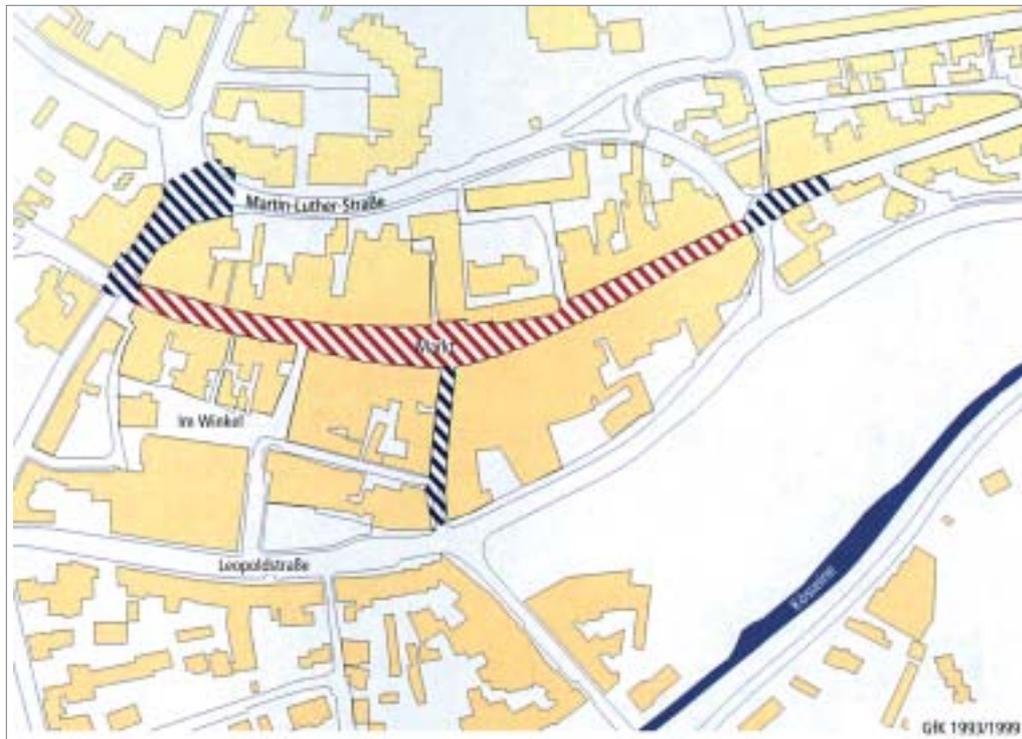
tenfrequenz festgestellt werden.

Nach den Ergebnissen der Befragung muss folglich bei einer Ansiedlung eines Einkaufszentrums in Innenstadt(rand)lage mit sinkenden Passantenfrequenzen und somit mit einer sinkenden Lagegunst vor allem in den Rand- und Nebenlagen der Innenstadt und einer Verkleinerung der dort befindlichen 1a-Lage gerechnet werden.

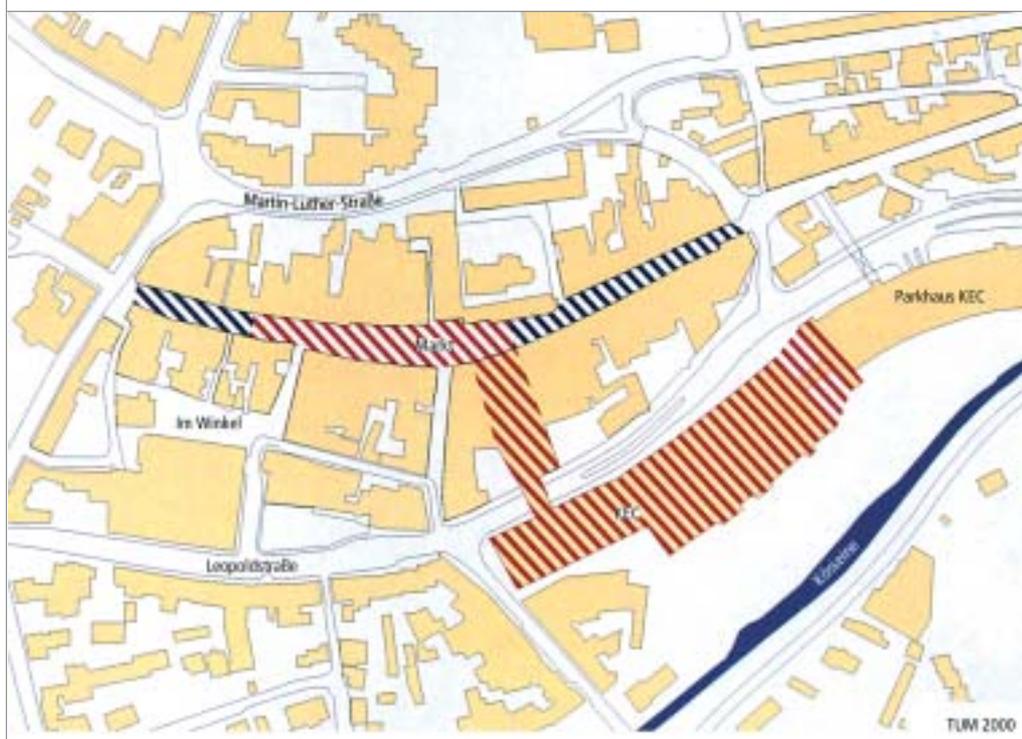
In Marktredwitz waren Zählungen aus früheren Jahren verfügbar, sodass hier detailliert nachgewiesen werden konnte, dass sich die 1a-Lage der Innenstadt durch die Ansiedlung des KEC insgesamt verkleinert hat, während die Mall als neue, zusätzliche 1a-Lage zu bewerten ist. Insgesamt gesehen ist es somit zu einer Ausweitung der 1a-Lage bei abnehmender Lagegunst von Teilen der Innenstadt gekommen (Heinritz/Salm 2001).

Entwicklung der Passantenfrequenzen vor den Geschäften der Einzelhändler
Quelle: Einzelhändlerbefragung

	Abensberg	Ansbach	Bayreuth
gestiegen	9%	9%	1%
gleichbleibend	9%	26%	23%
gesunken	82%	65%	76%



Karten:
Veränderung der Lage-
qualitäten in Marktred-
witz



Lagequalitäten

- 1a Lage
- 1b Lage

0 50 100
 Meter
 Geographisches Institut der TU München
 Stand: Oktober 2000
 Kartographie: Dipl.-Geograph Volker Sehm

Besuchsgründe

Im Vergleich zu Einkaufszentren zeichnen sich Innenstädte in der Regel durch eine höhere Multifunktionalität aus. Die Befragungen zeigen in der Tat, dass Einkaufszentren generell stärker für die Erledigung von konkreten Einkäufen aufgesucht werden als Innenstädte. In den Innenstädten von Ansbach, Bamberg und Bayreuth war nur rund ein Drittel allein um des Einkaufens willen unterwegs, der Großteil kam jedoch (auch) aus anderen Gründen in die Innenstadt. In Abensberg und Fürth lag der Anteil der „Nur-Einkäufer“ jedoch mit 50% schon deutlich höher. Die Multifunktionalität ist hier nicht in dem Maße gegeben, die Innenstadt wird zweckgebundener primär für den Einkauf aufgesucht.

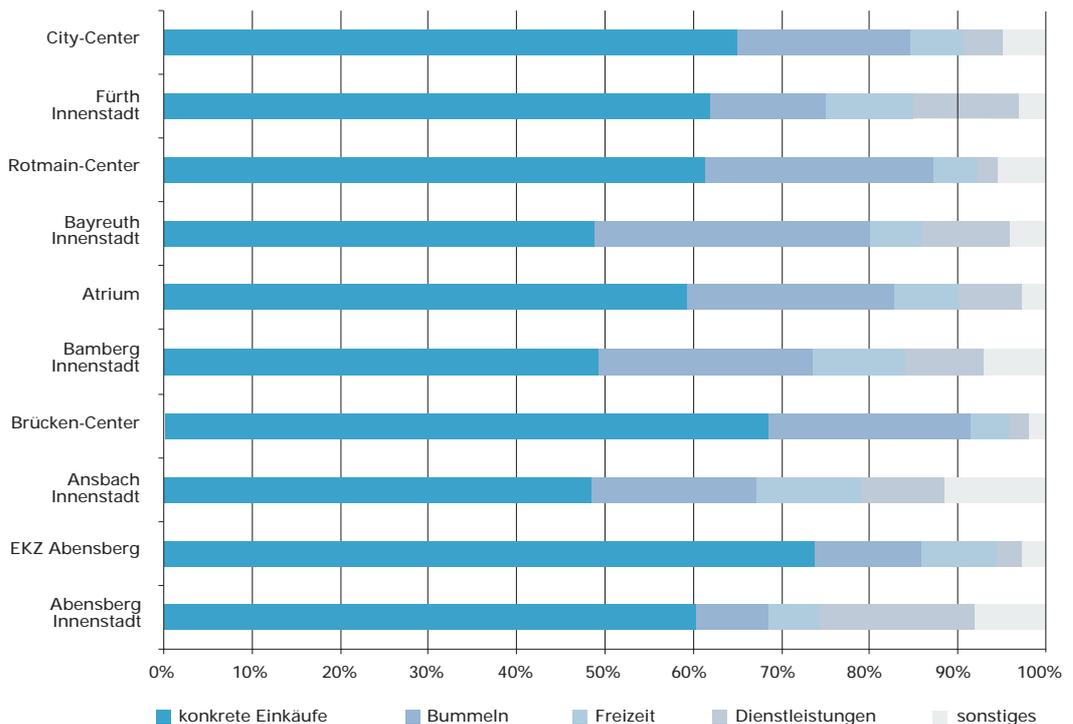
Die Möglichkeit zum Bummeln und zur Freizeitgestaltung wird oft als Vorteil der Innenstädte gesehen. In Abensberg

und Fürth bummelten jedoch mehr Befragte im Einkaufszentrum als in der Innenstadt. In Ansbach, Bamberg und Bayreuth wurde „Bummeln“ an beiden Standorten gleich häufig als Besuchsgrund angeführt. Einkaufszentren verstehen es somit sehr wohl, mit ihrer offenen Ladengestaltung, die ein zwangloses Bummeln erleichtert, den Besucher zu animieren. Klar im Vorteil sind die Innenstädte dagegen bei der Inanspruchnahme von Dienstleistungen, da solche Angebote in den Einkaufszentren seltener vorhanden sind.

Die durchschnittlich genannte Zahl an Besuchsanlässen unterscheidet sich zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum aber nur marginal. So bleibt festzustellen, dass – zumindest die genannten – Besuchsanlässe zwischen den Innenstädten und Einkaufszentren keineswegs so sehr variieren, wie oft angenommen wird.

Besuchsanlässe nach Befragungsstandort

Quelle: Passantenbefragung 2000



Gründe für das Fernbleiben

Bei der Befragung in den Einkaufszentren wurden Passanten, die die Innenstadt nicht wenigstens mehrmals im Jahr aufsuchen, nach den Gründen für den seltenen Besuch gefragt und vice versa.

Als Grund, die Innenstadt nur selten aufzusuchen, wird oft die schlechte Parkplatzsituation genannt. In Abensberg und Bamberg rangiert dieses Argument auf Platz eins. In Abensberg, Ansbach und Bayreuth wird ferner als wichtiger Grund angegeben, dass es angesichts der Vollständigkeit des Angebots im Einkaufszentrum keinen Anlass mehr für einen Innenstadtbesuch gebe. In allen Städten wird darüber hinaus das schlechtere Angebot der Innenstädte zur Begründung herangezogen. Außerdem wird hervorgehoben, dass der Einkauf im Einkaufszentrum bequemer bzw. praktischer sei, während in der Innenstadt die Geschäfte zu verstreut lägen.

Als zusätzliches Defizit in Abensberg werden die uneinheitlichen und kurzen Öffnungszeiten sowie die Mittagspausen angeführt. Außerdem wird in Abensberg der Einkauf mit Kindern im Einkaufszentrum dem in der Innenstadt, die keine Fußgängerzone hat, vorgezogen. In Fürth wird von einigen Passanten angemerkt, dass sie lieber in anderen Städten (v. a. Nürnberg) einkaufen.

Der wichtigste Grund, ein Einkaufszentrum nur selten aufzusuchen, liegt hingegen zumeist in der Entfernung vom Wohnort und nicht in der Ausstattung des Einkaufszentrums. Lediglich das Einkaufszentrum in Bamberg wird als unattraktiv in Bezug auf seine Gestaltung und sein Angebot beschrieben.

Der Einzugsbereich

Mit der Ansiedlung eines Einkaufszentrums kann dann eine Erweiterung des Einzugsbereichs und/oder die Erhöhung der Kaufkraftbindung im bestehenden Einzugsbereich erreicht werden, wenn damit eine ausreichende Steigerung der Gesamtattraktivität verbunden ist.

So weisen die Einkaufszentren in den Untersuchungsstädten – mit Ausnahme von Fürth – durchgehend höhere Anteile von Besuchern aus dem Umland auf. Zudem liegen in den Einkaufszentren in Abensberg, Ansbach und Marktredwitz höhere sowie in Bayreuth ähnlich hohe Passantenfrequenzen vor, sodass davon ausgegangen werden kann, dass auch absolut gesehen die Anzahl der Umlandbesucher in den Einkaufszentren höher liegt.

Nur in Bamberg kann bei einer insgesamt niedrigen Besucherzahl im Einkaufs-

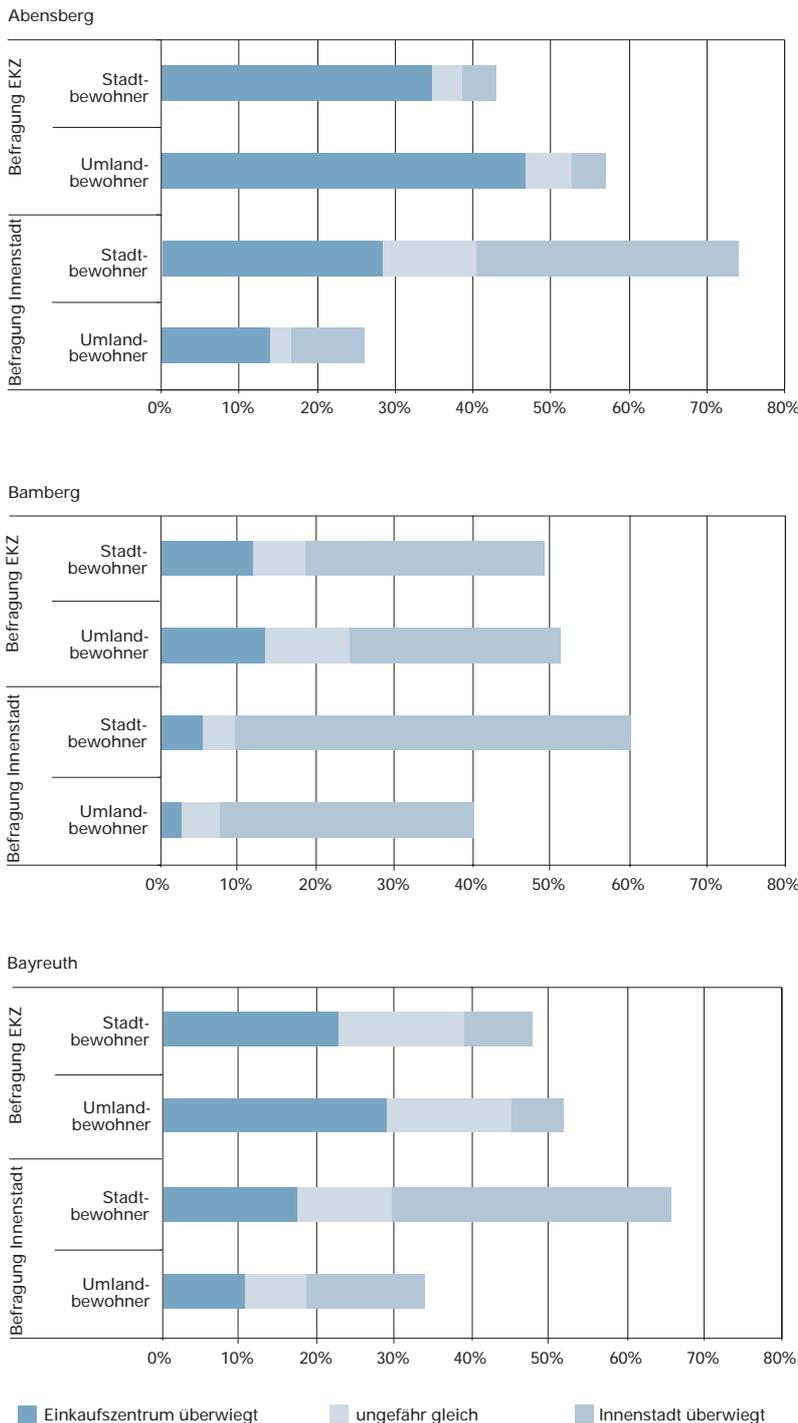
	Besucheranteil aus dem Umland in der Innenstadt	Besucheranteil aus dem Umland im Einkaufszentrum	Differenz in Prozentpunkten
Abensberg	26%	57%	30
Ansbach	43%	53%	10
Bamberg	40%	51%	11
Bayreuth	34%	52%	18
Fürth	24%	28%	nicht signifikant
Marktredwitz	34%	60%	26

zentrum von keiner maßgeblichen Erweiterung des Einzugsbereichs ausgegangen werden, die Attraktivität des Einkaufszentrums reicht hierfür im Vergleich zur Innenstadt nicht aus. Ähnliches gilt für Fürth: Die Stadt kann aufgrund ihrer Lage im Verdichtungsraum Nürnberg-Fürth-Erlangen und der damit verbundenen hohen Städtekonkurrenz insgesamt nur einen nicht sehr

Besucheranteil aus dem Umland nach Befragungsstandort

Quelle: Passantenbefragung 2000

Anteil der Stadt- und Umlandbewohner an den Befragungsstandorten (Länge der Balken) sowie Einschätzung ihrer Ausgabenverteilung



ausgedehnten Einzugsbereich entwickeln, der für die Innenstadt und das Einkaufszentrum beinahe deckungsgleich ist. In den anderen Städten reichen die Einzugsbereiche dabei vor allem in die Richtungen weiter ins Umland, aus denen das Einkaufszentrum leichter als die Innenstadt erreicht werden kann.

Kaufkraftströme

Für die nähere Bewertung der Einzugsbereichserweiterung ist die Verteilung der Ausgaben auf die beiden Standorte von zentraler Bedeutung. Aus diesem Grund wurden die Passanten gebeten einzuschätzen, an welchem Standort ihre Ausgaben überwiegen, oder ob sie an beiden Standorten in etwa gleich hoch ausfallen.

In Abensberg zeigt die Betrachtung der Ausgabenverteilung die Dominanz des Einkaufszentrums noch deutlicher: Sowohl Stadtbewohner als auch Umlandbewohner gaben im Einkaufszentrum, das insgesamt wesentlich höhere Passantenzahlen für sich verbuchen kann, zu über 80% an, dass ihre Ausgaben dort überwiegen. Bei den Innenstadtbesuchern ist das Verhältnis bei niedrigeren Besucherzahlen ausgeglichener, jedoch muss insgesamt davon ausgegangen werden, dass der Kaufkraftabfluss aus der Innenstadt an den Stadtrand erheblich ist und der Innenstadt wenig Möglichkeiten zur Profilierung des Einzelhandels lässt. Für Ansbach gilt dies in ähnlicher, wenngleich abgeschwächter Weise. Jedoch ist auch hier eine Schwächung der Innenstadt zu spüren.

In Bamberg kann das Einkaufszentrum nur für einen kleinen Teil der Besucher eine Vorrangstellung aufbauen, selbst

die befragten Einkaufszentrenbesucher sahen überwiegend die Innenstadt als ihren Ausgabenschwerpunkt an. In Bayreuth wie auch in Fürth hingegen liegen – bei ausgeglichenen Passantenfrequenzen – relativ ausgeglichene Verhältnisse vor, wobei jeweils der Befragungsstandort etwas höhere Ausgabenanteile für sich verbuchen kann.

Die Bedeutung des Besucheraustauschs

Bei Einkaufszentren in Innenstadt(rand)lage besteht eine Chance darin, dass Kunden, die durch die Center neu gewonnen werden, auch die Innenstadt aufsuchen. Auf diese Weise können auch die Innenstädte von den erweiterten Einzugsbereichen profitieren. Inwieweit solche Besucherverflechtungen – auch Kopplungen genannt – tatsächlich stattfinden und welche Faktoren sie beeinflussen, wird im Folgenden dargestellt.

Zur Ermittlung der Kopplungsquoten wurden die Innenstadtbesucher im Rahmen der Passantenbefragung gefragt, ob sie am Befragungstag auch das Einkaufszentrum aufgesucht haben oder dies noch vorhaben und vice versa. Beträgt die Quote nur wenige Prozent, so müsste das Einkaufszentrum als Enklave innerhalb von gewachsenen Strukturen gesehen werden. Positive Effekte für die Innenstadt sind in diesem Fall kaum und wenn, dann nur indirekt zu erwarten. Eine hohe Quote bedeutet hingegen, dass beide Standorte eine intensive Kundenverflechtung aufweisen. Die Integration des Einkaufszentrums kann in diesem Fall als gelungen bezeichnet werden, wenn auch damit noch keine

Aussage darüber gemacht ist, ob insgesamt genügend Kaufkraft für beide Standorte vorhanden ist.

Kopplungen und Entfernung der Standorte

Die Kopplungsquoten der Untersuchungsstädte erreichen zum Teil sehr hohe Werte von rund 60%. Die höchsten Werte konnten in Bayreuth, Fürth und Marktredwitz gemessen werden und somit bei jenen Projekten, die maximal 100 m von der Innenstadt entfernt liegen. In Abensberg (1.200 m) und Bamberg (1.000 m) wurden dagegen sehr niedrige Quoten ermittelt. Die Nähe der Standorte kann somit als wichtige Voraussetzung für regen Besucheraustausch festgehalten werden.

Insbesondere bei großer Entfernung zwischen den Standorten waren in der Untersuchung deutlich asymmetrische Kopplungsmuster zu beobachten, d.h. der Besucheraustausch funktionierte in eine Richtung deutlich besser als in die andere. Die Asymmetrie wird dabei stark von der Größe und somit der Branchenvollständigkeit und Attraktivität der Standorte beeinflusst. So ergänzen in Bamberg beispielsweise 43% der befragten Einkaufszentrenbesucher ihre Einkaufstour mit einem Besuch der Innenstadt, Innenstadtbesu

	Befragungsstandort		Entfernung
	Innenstadt	EKZ	Innenstadt - EKZ
Abensberg	38%	23%	1.200 m
Ansbach	48%	35%	200 m
Bamberg	9%	43%	1.000 m
Bayreuth	56%	59%	100 m
Fürth	60%	50%	0 m
Marktredwitz	63%	48%	0 m

Wechselseitige Kopplungen an den Befragungstagen in Prozent

Quelle: Passantenbefragung 2000

Unterschiedliches Kopplungsverhalten der Stadt- und Umlandbesucher

Quelle: Passantenbefragung 2000

	Kopplungsquote der ...		Differenz in Prozent
	Stadtbewohner	Umlandbewohner	
EKZ Abensberg	41%	11%	30
Brücken-Center (AN)	37%	33%	4
Atrium (BA)	48%	38%	10
Rotmain-Center (BT)	59%	60%	-1
City-Center (FÜ)	54%	42%	12
KEC (MAK)	59%	41%	18

cher koppeln jedoch kaum mit dem Einkaufszentrum. In Abensberg stellt sich das Verhältnis umgekehrt dar: Aufgrund der vergleichsweise niedrigen Angebotsattraktivität der Innenstadt suchen zwar viele Innenstadtbesucher zusätzlich das Einkaufszentrum auf. Der Centerbesucher wird jedoch kaum in die Innenstadt gelockt.

Berücksichtigt man hierbei die höheren Passantenfrequenzen an den jeweils attraktiveren Standorten (Bamberger Innenstadt bzw. Abensberger Einkaufszentrum) und betrachtet somit den Austausch in absoluten Zahlen (Personen statt Quoten), fällt die Asymmetrie zwar weniger gravierend aus. Dennoch zeigt sich in der Zusammenschau der Ergebnisse die dominante Stellung des Einkaufszentrums in Abensberg sowie der geringe Beitrag zur Gesamtattraktivität der Stadt des Centers in Bamberg. Die Situation Bambergs wird

auch dadurch nochmals deutlich, dass Besucher der Innenstadt eher mit anderen Einzelhandelsstandorten wie dem Laubanger an der Peripherie koppeln (13%) als mit dem Einkaufszentrum (9%).

Unterschiedliches Kopplungsverhalten der Stadt- und Umlandbesucher

Eine Chance von Einkaufszentren in Innenstadt(rand)lage liegt – wie gesagt – darin, dass die Innenstadt auch von den (möglichen) Einzugsbereichserweiterungen profitiert. Deswegen sind für die Innenstädte insbesondere die Kopplungsquoten der Einkaufszentrenbesucher aus dem Umland von Bedeutung.

Es gelingt jedoch nicht in allen Untersuchungsstädten, dieses Kundenpotenzial auch für die Innenstädte zu gewinnen. So koppeln im Einkaufszentrum Abensberg die Umlandbesucher ihren Besuch kaum



Routenwahl in Ansbach

Wege der Koppler und der „Nur-Innenstadtbesucher“ im Vergleich

Links:
Koppler
Quelle: Kartierung der Wege, n = 56

Rechts:
Innenstadtbesucher
Quelle: Kartierung der Wege, n = 45

mit der Innenstadt (11%), während dies 41% der Stadtbewohner tun. Das Einkaufszentrum nimmt folglich eine Abfangposition für Besucher aus dem weiteren Einzugsbereich ein. Auch in Marktredwitz kann diese Tendenz beobachtet werden. In beiden Städten fehlen hierzu eine ausreichende Gesamtattraktivität bzw. starke Magneten in der Innenstadt.

Routenwahl in der Innenstadt

Zeigen die Kopplungen, dass ein Kundenaustausch überhaupt stattfindet, so wurde über die Erfassung von zurückgelegten Wegen die Routenwahl der Koppler im Vergleich zu den Innenstadtbesuchern näher beleuchtet.

Betrachtet man die zurückgelegten Routen am Beispiel Ansbachs, so ist die starke Belegung und somit Aufwertung der einkaufszentrennahen Bereiche, die auf dem Weg zur Innenstadt durchschrit-

ten werden müssen, offensichtlich. Daneben zeigt sich eine Fokussierung der Koppler auf die Haupteinkaufsstraßen der Innenstadt. Vor allem der nordöstliche und westliche Bereich der Innenstadt wird von den Kopplern kaum frequentiert, diese Lagen erfahren somit eine Abwertung. Die Belegung der Nebenlagen durch die „Nur-Innenstadtbesucher“ ist im Übrigen auch von der Anordnung der Parkplätze und ähnlichen Aspekten abhängig, die ebenso eine stark lenkende Bedeutung besitzen. Auch in den anderen Untersuchungsstädten lässt sich eine unterschiedliche Routenwahl feststellen, die tendenziell zu einer Abwertung von Rand- und Nebenlagen der Innenstadt führt. Es ist teilweise fraglich, inwieweit Teile dieser Bereiche – die meist bereits vor der Ansiedlung des Einkaufszentrums wenig belebt waren – noch eine ausreichende Attraktivität für eine Einzelhandelsnutzung besitzen.

Leerstände in den Innenstädten verbreiten Tristesse



Auswirkungen neuer Einkaufszentren auf den innerstädtischen Einzelhandel

Vorbemerkung

Eine genaue Quantifizierung der Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel ist äußerst schwierig: Zum einen enthält die amtliche Statistik hierzu keine räumlich differenzierten Daten, zum anderen ist die Teilnahme und Auskunftsbereitschaft der Einzelhändler bei derartigen freiwilligen Befragungen gering. Hinzu kommt, dass die Ansiedlung des Einkaufszentrums nicht isoliert betrachtet werden kann, sondern immer im Zusammenhang mit übergeordneten bzw. regionalen Veränderungen gesehen werden muss.

Die Untersuchungen haben jedoch klar gezeigt, dass das Ausmaß der Auswirkungen in hohem Maße von der Ausgangssituation des Innenstadteinzelhandels abhängt. Ist dieser von Struktur-schwächen wie einem hohen Anteil an modernisierungsbedürftigen Betrieben, einem hohen Anteil an Kleinstflächen, Fehlen von Magnetbetrieben etc. gekennzeichnet, so ist kurzfristig mit umfangreichen Veränderungen zu rechnen. Mittelfristig kann sich das jedoch im Sinne eines Modernisierungsprozesses auch positiv auswirken, sofern die Dimensionierung des Einkaufszentrums der Innenstadt ausreichend Spielraum zur Profilierung lässt.

Leerstandsquoten in den Innenstädten

Quelle: eigene Erhebungen

	Leerstandsquote	Leerstands- + Fehlbelegungsquote
Abensberg	17%	27%
Ansbach	15%	18%
Bamberg	9%	13%
Bayreuth	6%	8%
Fürth	16%	21%

Leerstände in den Innenstädten

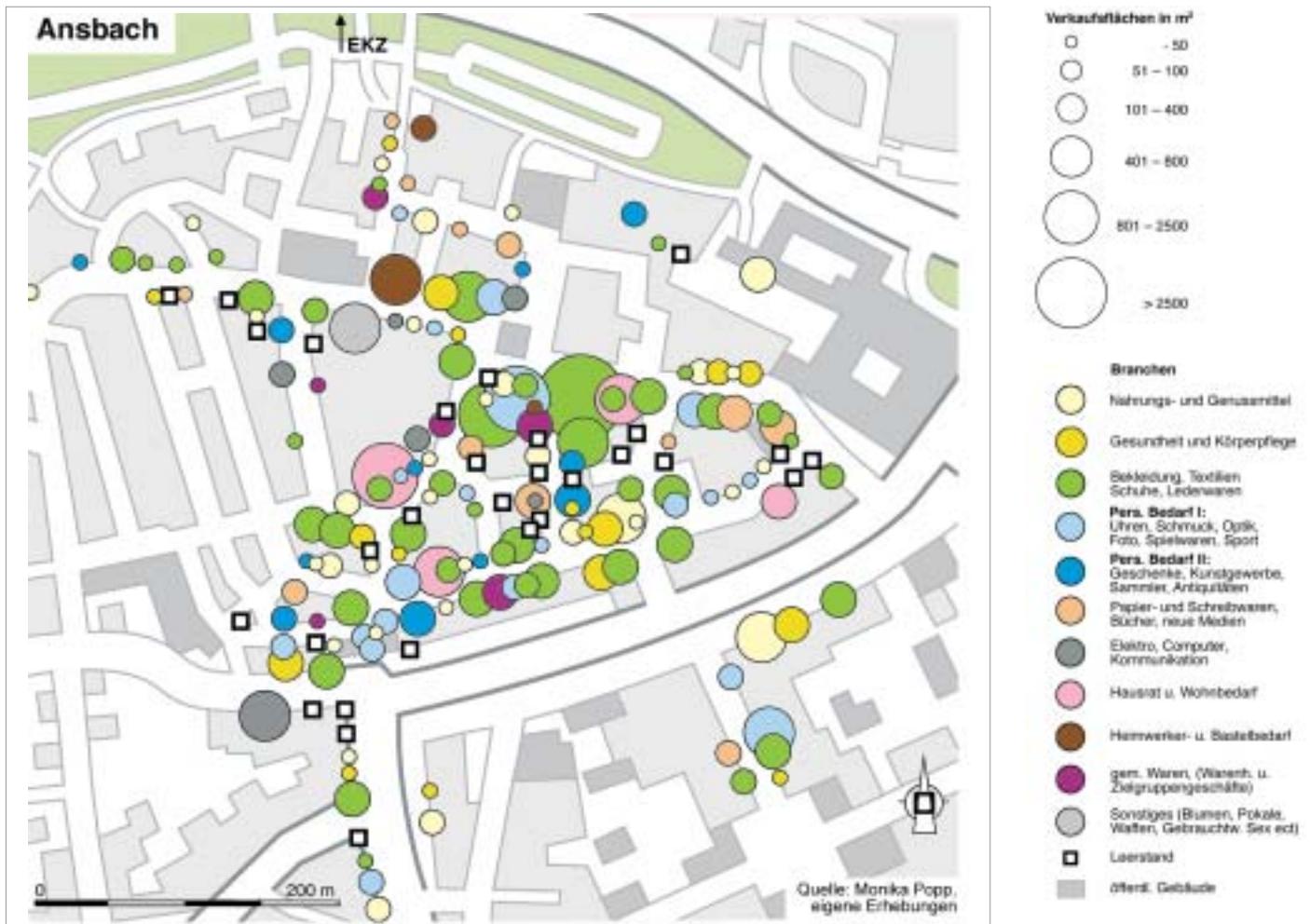
Für die einzelnen Untersuchungsstädte kann eine erste Einschätzung der Folgen über die Analyse der Leerstandsquoten in den Innenstädten erfolgen. Neben der reinen Leerstandsquote (leerstehende Ladenlokale), die primär die momentane Situation

widerspiegelt, werden auch die Fehlbelegungsquoten (anderweitig genutzte Ladenlokale, z. B. Büro, Arztpraxis, Wohnung) ausgewiesen. Da mit der Vermietung als Einzelhandelslokal in der Regel höhere Mieten erwirtschaftet werden, ist bei hohen Fehlbelegungsquoten von einem länger andauernden Umstrukturierungsprozess auszugehen. Unter den Untersuchungsstädten erreichen hierbei Abensberg und Fürth die höchsten Leerstands- und Fehlbelegungsquoten. Die Innenstädte verlieren hier als Einzelhandelsstandort zunehmend an Bedeutung. Während in Abensberg die Leerstände keine räumliche Konzentration auf-

weisen, wird die Lage der Leerstände in Fürth auch durch das Einkaufszentrum mitbestimmt: Diese liegen nördlich des Einkaufszentrums, das zusammen mit der neuen U-Bahn-Haltestelle das Ende des Hauptgeschäftsbereichs bildet. Durch die neue Haltestelle wurde dieser Effekt noch verstärkt.

Auch in Ansbach liegen die Quoten relativ hoch, wobei die Stadt vor der Eröffnung des Brücken-Centers kaum nennenswerte Leerstände zu verzeichnen hatte. Heute zeigt die Quote von 15%, welcher massiver Umstrukturierungsprozess hier durchlaufen wurde und wird.

Branchenstruktur und Leerstände in Ansbach



In Bamberg gibt die Quote von 9% noch keinen Anlass zur Besorgnis, insbesondere wenn man in Betracht zieht, dass ein Drittel der Leerstände auf eine fehlgeplante Einkaufspassage am südöstlichen Rand der Innenstadt entfällt. Auch in Bayreuth liegt die Quote mit 6% relativ niedrig, die Ansiedlung des Einkaufszentrums hat hier anscheinend nur geringe Auswirkungen hervorgerufen. Dennoch hat sich dort nach Angaben der Betreiber gerade auch die Situation der Magnetbetriebe wesentlich verschlechtert. Eine Schließung dieser Betriebe könnte auch mit zeitlicher Verzögerung zur Ansiedlung noch gravierende Auswirkungen auf den gesamten Einzelhandel in der Innenstadt haben.

Leerstände in den Einkaufszentren

In den Einkaufszentren der Untersuchungsstädte liegen die Leerstandsquoten aufgrund des zentralen Vermietungsmanagements erwartungsgemäß niedriger. Leerstände werden – können sie nicht sofort weiter vermietet werden – zur Vermeidung eines negativen Images in aller Regel schnellstmöglich mit Ausstellungen, Aktionsflächen etc. belegt oder durch Gemälde oder Spiegel unkenntlich gemacht. Nennenswerte Quoten weisen nur das Atrium in Bamberg (12%, teilweise durch Baumaßnahmen bedingt) sowie das City-Center in Fürth auf (12%, wobei die Flächen aufgrund von Planungsfehlern teilweise nicht für Einzelhandelsnutzungen geeignet sind und aus der Vermietung genommen wurden).

Selbsteinschätzung der Umsatzentwicklung in der Innenstadt

Die Einschätzung der Auswirkungen wurde nur in denjenigen Innenstädten erhoben, in denen die Ansiedlung des Einkaufszentrums maximal fünf Jahre zurückliegt, in Bamberg (zehn Jahre) und Fürth (15 Jahre) sind die Entwicklungen aufgrund der Vielfalt möglicher Einflussfaktoren kaum mehr rekonstruierbar.

In den Städten mit neueren Einkaufszentren waren die Umsätze für rund die Hälfte der Innenstadt-Einzelhändler nach eigenen Angaben in letzten drei Jahren rückläufig (vgl. Tabelle). Im Vergleich mit anderen Städten, in denen kein Einkaufszentrum vorhanden ist, sind diese Werte als leicht erhöht zu bewerten. Mit der Ansiedlung des Einkaufszentrums war somit in allen Untersuchungsstädten für einen Teil der Innenstadt-Einzelhändler ein überdurchschnittlicher Umsatzrückgang verbunden.

Anteil der Innenstadtbetriebe, die angaben, dass ihre Umsatzentwicklung in den letzten drei Jahren rückläufig war		Anteil der Innenstadtbetriebe, die angaben, dass sie in den nächsten drei Jahren mit steigenden Umsätzen rechnen	
■ Abensberg	50%	■ Abensberg	35%
■ Ansbach	56%	■ Ansbach	37%
■ Bayreuth	53%	■ Bayreuth	45%
■ Marktredwitz*	46%	■ Marktredwitz*	8%

* Heinritz/Salm 2000
Quelle: eigene Erhebungen

Umsatzerwartungen für die Zukunft

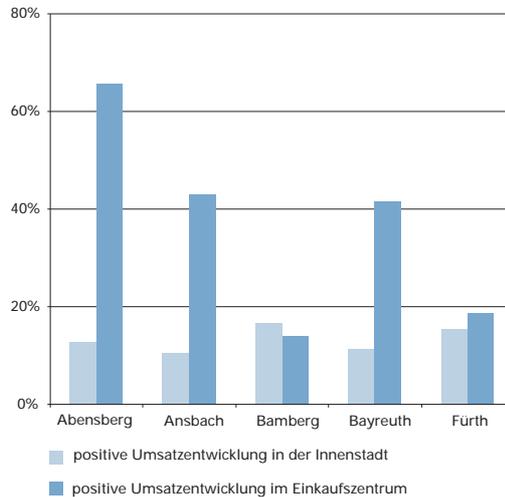
Auch für die Zukunft erwartet noch nicht einmal die Hälfte der Innenstadthändler in den Untersuchungsstädten steigende Umsätze. Extrem negativ fällt dabei das Ergebnis für Marktredwitz mit nur 8% aus.

Dies mag zum Teil daran liegen, dass die Eröffnung hier nur ein Jahr zurückliegt, hängt jedoch auch mit der Ausgangssituation der Innenstadt zusammen. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Innenstadteinzelhändler in Städten mit neuen Einkaufszentren (Abensberg, Ansbach und Bayreuth) die Umsatzentwicklung für die Einkaufszentren positiver einstufen als für die Innenstädte. In Bamberg und Fürth hingegen haben sich die Wogen – nicht zuletzt wegen der auch in den Einkaufszentren sichtbaren Probleme – etwas geglättet, die Innenstadteinzelhändler sehen deswegen die zukünftige Umsatzentwicklung für beide Standorte ähnlich pessimistisch.

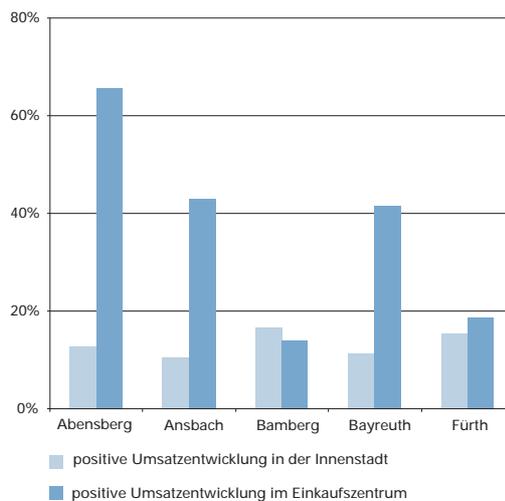
Bemerkenswert ist auch die Diskrepanz zwischen den Erwartungen der Innenstadteinzelhändler für den eigenen Betrieb sowie für den Innenstadteinzelhandel als Ganzes (vgl. Grafik). Während nur ein kleiner Teil der Einzelhändler (11-17%) an steigende Umsätze in der Innenstadt glaubt, nehmen zwischen 35% und 55% der Einzelhändler sich selbst von diesem allgemeinen Trend aus und erwarten für ihren eigenen Betrieb steigende Umsätze. Diese Diskrepanz zwischen hoher Eigeneinschätzung und Geringschätzung der anderen Einzelhändler mag im Übrigen auch die geringe Kooperationsbereitschaft erklären (s.u.).

Zukunftsperspektive der Einzelhändler

Der Anteil an Innenstadt-Einzelhändlern, die bereits an die Aufgabe ihres Betriebs gedacht haben, liegt vor allem in Abensberg und in Marktredwitz mit 40% bzw. 37% sehr hoch. In den anderen Städten ist sie vergleichsweise unauffällig.



Einschätzung der Umsatzentwicklung durch die Innenstadt-Einzelhändler in den nächsten drei Jahren



	an Aufgabe gedacht	an Verlagerung gedacht	Anzahl der auswertb. Fragebögen (n)
Abensberg	40%	15%	40
Ansbach	23%	18%	60
Bayreuth	17%	16%	88
Marktredwitz*	37%	9%	71

Anteil der Betriebe, die über die Aufgabe/Verlagerung ihres Betriebs nachgedacht haben
* Heinritz/Salm 2001

Quelle: eigene Erhebungen

Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung in der Innenstadt

In den Städten, in denen die Ansiedlung der Einkaufszentren erst wenige Jahre zurückliegt, wurde den Reaktionen der Einzelhändler in den Innenstädten nachgegangen. Es zeigt sich, dass die Ergebnisse der auf den vorherigen Seiten dargestellten Umfragen, die zum Teil ein düsteres Stimmungsbild der Händler in den untersuchten Innenstädten zeichnen, nicht darüber hinwegtäuschen dürfen, dass ein Teil der Händler durchaus aktiv wird und seine Geschäfte den neuen Gegebenheiten anpasst. Auch kam in die Interessenvertretungen der Innenstadteinzelhändler, die in allen Städten bereits vor der Eröffnung der Einkaufszentren bestanden, durch die Konfrontation wieder neuer Schwung; die Zahl ihrer Mitglieder konnte durch den erhöhten Handlungsdruck gesteigert werden. Zu den Handlungsfeldern dieser Vereine gehören neben der Organisation von klassischen einzelhandelsbezogenen Veranstaltungen wie verkaufsoffenen Sonntagen, Weihnachtsmärkten und Modeschauen auch überbetriebliche Maßnahmen im Bereich Kundenservice und -bindung wie zum Beispiel Lieferservice oder auch gemeinsame Geschenkgutscheine. Darüber hinaus organisierten sie Schulungen für Geschäftsführer und Mitarbeiter. Dabei ist das Arbeitspensum von ehrenamtlichen Mitarbeitern kaum mehr zu bewältigen. Deswegen wurde in Abensberg und Bayreuth ein Citymanager eingestellt und auch in Ansbach denkt man aktuell darüber nach. Der Kontakt der Innenstadteinzelhändler zu den Einkaufszentren stellt sich in den Städten höchst unter-

schiedlich dar und ist im Wesentlichen von den jeweiligen Schlüsselpersonen abhängig. Tendenziell wird jedoch mit Aktionen eher eine Profilierung des eigenen Standorts als eine Stärkung des Gesamtstandorts verfolgt. Dies ist insofern bedauerlich, weil der Kunde bei günstigen Ausgangsbedingungen durchaus beide Standorte aufsucht. Vergünstigungen, die dann nur einen der beiden Standorte betreffen, führen zu Verwirrungen und Verärgerungen, wenn z. B. ein Gutschein nicht akzeptiert wird o. ä.. Derartige Erlebnisse wirken sich auf die gesamte Einkaufsstadt negativ aus. Als Beispiele einer einfachen, aber wirkungsvollen Zusammenarbeit können aus den Untersuchungsstädten folgende Aktionen genannt werden: gemeinsame verkaufsoffene Sonntage, gemeinsame Weihnachtsdekoration oder -broschüren, gemeinsame Kundenkarten, gemeinsamer Stadt- und Orientierungsplan für das Einkaufszentrum und die Innenstadt sowie gemeinsame Werbung.

In Bamberg und Fürth und damit in den Städten, in denen die Ansiedlung der Einkaufszentren 10 bzw. 15 Jahre zurückliegt, stellt sich die Situation ganz anders dar. Das Konzept des Citymanagements war zum Zeitpunkt der Einkaufszentrenansiedlung noch in seiner Anfangsphase und so wurde es in beiden Städten erst mit deutlichem Abstand zur Eröffnung verwirklicht. Im Unterschied zu den erstgenannten Beispielen gehörten in beiden Städten die Centermanager, die jeweils mit unterschiedlichen Problemen an ihrem Standort konfrontiert waren, zu den Gründungsmitgliedern der Vereine und sind auch heute noch im Vorstand vertreten. Der Kontakt zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum war und ist dort somit gewährleistet.

Kooperationsbeispiel



ERGEBNISSE DER VERKEHRLICHEN UNTERSUCHUNG

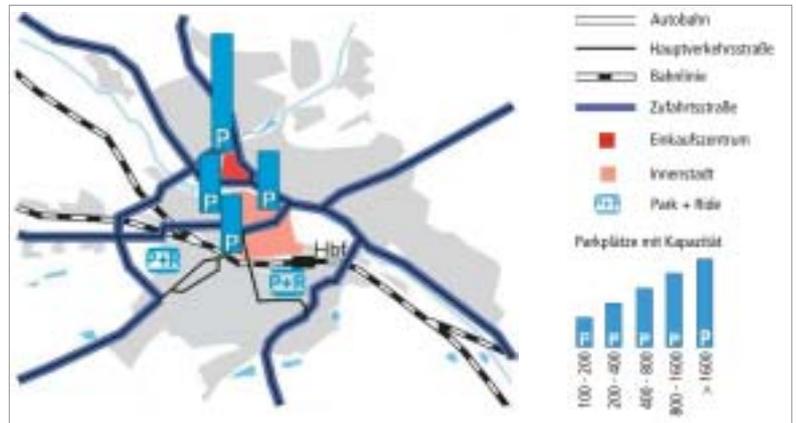
Lage der Einkaufszentren in den städtischen Verkehrswegenetzen

Zu den maßgeblichen Standortmerkmalen von Einkaufszentren gehört die gute Erreichbarkeit. Zwar profitieren die Einkaufszentren durchaus von der kleinräumigen Erreichbarkeit über Straßen und Wege und damit vom Kundenpotenzial der näheren Umgebung, doch erfordert die Größe der Einkaufszentren vor allem eine gute großräumige Erreichbarkeit. Wie die Tendenz „zurück zur Innenstadt“ verdeutlicht, bauen die Einkaufszentren dabei keineswegs ausschließlich auf die Pkw-Erreichbarkeit, obwohl diese einen bevorzugten Rang einnimmt, sondern auch auf die Erschließungsqualitäten des öffentlichen Nahverkehrs und des Radwegenetzes.

Die Verträglichkeit der Verkehrsabwicklung im städtischen Straßen- und Wegenetz gehört zu den wichtigen Beurteilungskriterien von Einkaufszentren. Erwünscht sind hohe Anteile von Besuchern, die zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln das Einkaufszentrum erreichen, sowie leistungsfähige Hauptverkehrsstraßennetze im Umfeld der Einkaufszentren für den zu- und abfließenden Besucher- und Andienungsverkehr.

Eine vergleichende Betrachtung der untersuchten Einkaufszentren führt in Bezug auf ihre Erschließungsqualitäten zu folgenden Ergebnissen:

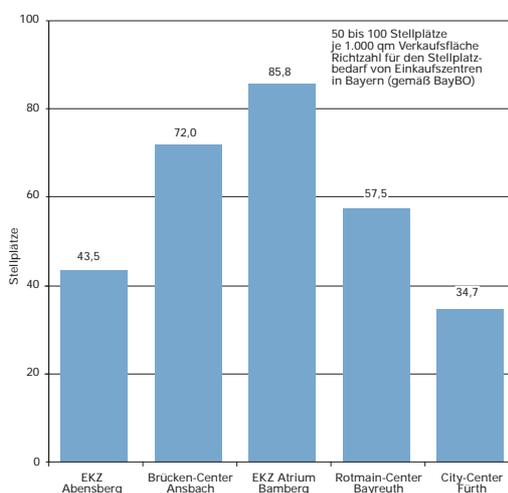
■ **Straßenanbindung:** Alle untersuchten Einkaufszentren sind, von geringen Unterschieden abgesehen, gut in das städtische Hauptverkehrsstraßennetz eingebunden. Wichtige Zufahrten führen auf kurzen Wegen von nahen Autobahnen oder Schnellstraßen zu den Einkaufszentren. Damit ist eine gute Erreichbarkeit mit dem Pkw aus



der Stadt und dem Umland gegeben und Schleichverkehr durch schutzbedürftige Gebiete wird vermieden.

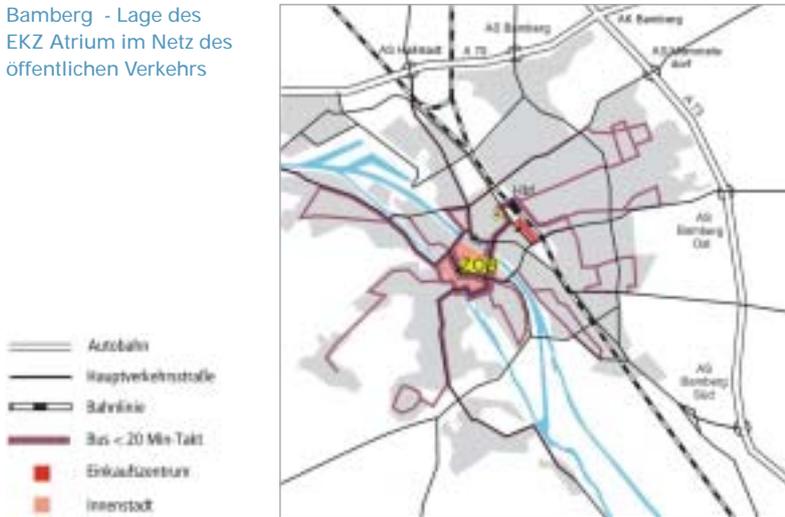
Ansbach - Lage des Brücken-Centers im Netz der Hauptverkehrsstraßen

■ **Stellplätze:** Große Unterschiede zeigen sich bei der Ausstattung der Einkaufszentren mit Stellplätzen, die weder mit der Lage der Einkaufszentren im Stadtgebiet oder der verkehrlichen Infrastruktur der Stadt noch mit der Branchenausstattung der Einkaufszentren ausreichend zu erklären sind. Trotz guter ÖPNV-Erschließung ist das Bamberger Atrium mit 85,8 Stpl./1.000 m² Verkaufsfläche Spitzenreiter. Den niedrigsten Wert weist das City-Center Fürth mit 34,7 Stpl./1.000 m² Verkaufsfläche auf.



Stellplätze je 1.000 m² Verkaufsfläche

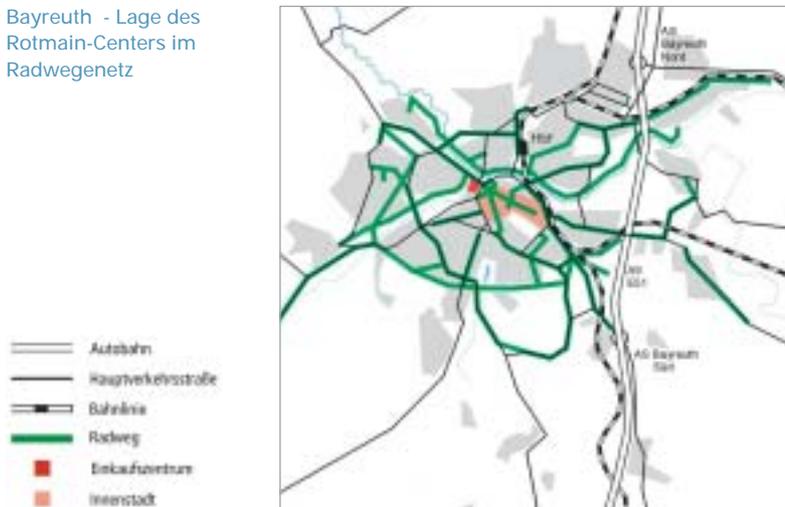
Bamberg - Lage des EKZ Atrium im Netz des öffentlichen Verkehrs



■ **ÖPNV:** Für die öffentliche Nahverkehrserschließung spielt selbstverständlich die Stadtgröße eine ausschlaggebende Rolle. In der Kleinstadt Abensberg ist der öffentliche Nahverkehr (ÖPNV) praktisch ohne Bedeutung. In Ansbach werden die Stadtbuslinien, von denen mehrere Haltestellen am Brücken-Center besitzen, im 30-Minuten-Takt betrieben. Bamberg betreibt ein dichtes Busliniennetz im 20-Minuten-Takt. Die Lage des Zentrums am Bahnhof schafft zusätzliche Erschließungsvorteile.

In Bayreuth liegt der zentrale Omnibusbahnhof nur 200 m vom Rotmain – Center entfernt. Die höchste Erschließungsqualität im ÖPNV hat Fürth aufzuweisen. Dort liegen U-Bahn und zentraler Busbahnhof nur ca. 100 m vom City Center entfernt.

Bayreuth - Lage des Rotmain-Centers im Radwegenetz



■ **Radwege:** Mit Radwegen sind Ansbach, Bamberg und Bayreuth gut ausgestattet, während entsprechende Angebote in Abensberg fehlen. Allerdings wird in Abensberg das „Stadt-Radl“ angeboten, das speziell für Fahrten zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum interessant sein kann. In Fürth weist das Radwegenetz erhebliche Lücken auf.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass alle Einkaufszentren gut im Hauptverkehrsstraßennetz situiert sind, dass darüber hinaus aber nur Bamberg und Bayreuth sehr gut sowohl mit dem öffentlichen Verkehr als auch mit dem Fahrrad über Radwege erreicht werden können. In Abensberg dürfte das Fehlen von Radwegen wegen der geringen Stadtgröße keine große Rolle spielen. Fürth ist als Teil des Verdichtungsraums Nürnberg/ Fürth/Erlangen zu betrachten, der sich durch hohe Qualitäten des öffentlichen

Verkehrs auszeichnet. Umweltverträgliches Verkehrsverhalten ist deshalb besonders auch in Fürth zu erwarten.

Kenngroßen des Verkehrsaufkommens von Einkaufszentren

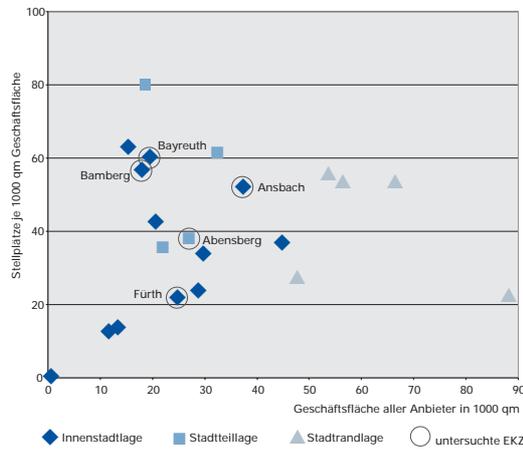
Stellplatzangebot und Besucherzahl gelten als Schlüsselgrößen für die Ermittlung des Kfz-Verkehrsaufkommens von Einkaufszentren. Beide Werte streuen aber außerordentlich und sind einem rationalen Nachvollzug kaum zugänglich. Insbesondere die Stellplatzangebote der Einkaufszentren scheinen eher unternehmerischem Kalkül zu entspringen als analytischen Bedarfsanalysen. Daraus resultiert, dass auch sämtliche Bezugsgrößen, wie der Belegungsgrad und die Belegungshäufigkeit der Stellplätze, nicht vergleichbar sind und deshalb für Abschätzungen des künftigen Verkehrsaufkommens nur mit großen Einschränkungen verwendet werden können.

Auch die Zahl der Besucher pro Tag und 1000 m² Geschäftsfläche schwankt bei den Einkaufszentren um ein Vielfaches, wofür es Erklärungsversuche, bisher aber keine übertragbaren analytischen Ableitungen gibt.

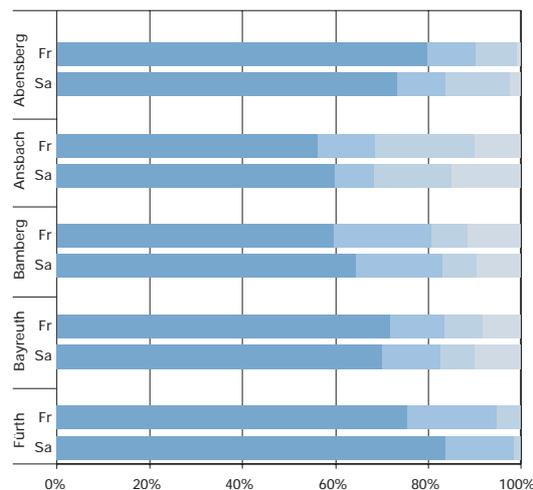
Einzugsbereiche

Aus verkehrlicher Sicht interessieren besonders die Voraussetzungen für hohe Anteile umweltverträglicher Verkehrsmittelnutzung. Diese Frage ist eng verbunden mit der nach dem Einzugsbereich der Einkaufszentren und der nach dem Besucheranteil aus dem Stadtgebiet.

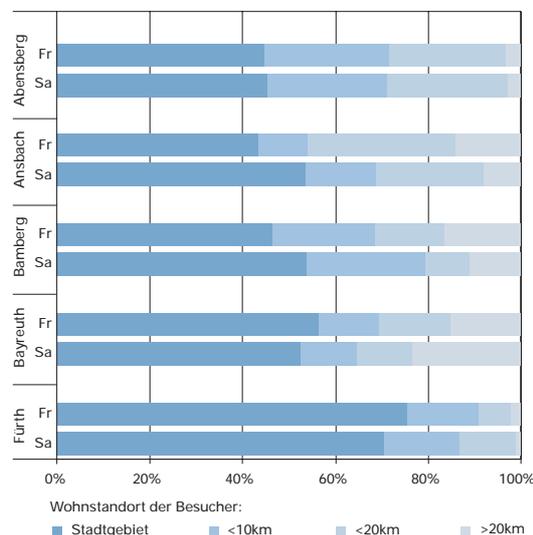
Der Anteil der Innenstadtbesucher aus der Stadt ist hoch, wenn die Umlandbewohner nur wenig Anlass haben, diese Innenstadt aufzusuchen (Beispiel Abensberg) oder wenn die Stadt im Vergleich



Stellplätze pro 1.000 m² Geschäftsfläche in bayerischen Einkaufszentren, Falk 2000, (S.203)

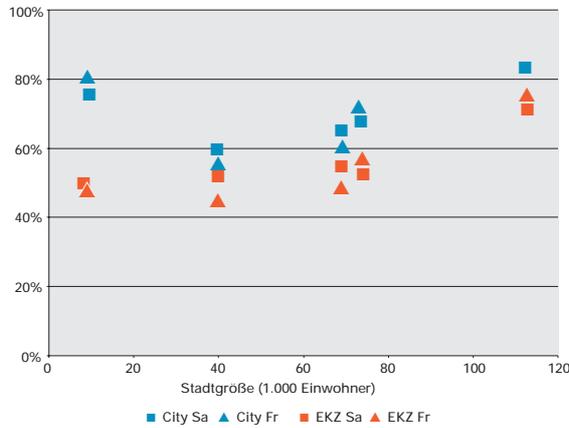


Einzugsbereiche der Innenstadtgebiete



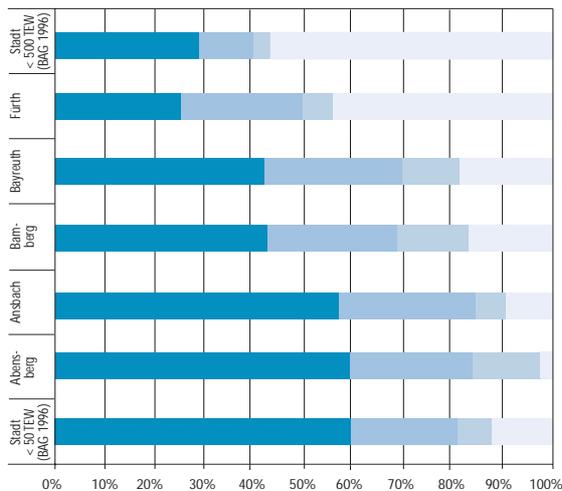
Einzugsbereiche der Einkaufszentren

Besucheranteile aus dem Stadtgebiet in Abhängigkeit von der Stadtgröße

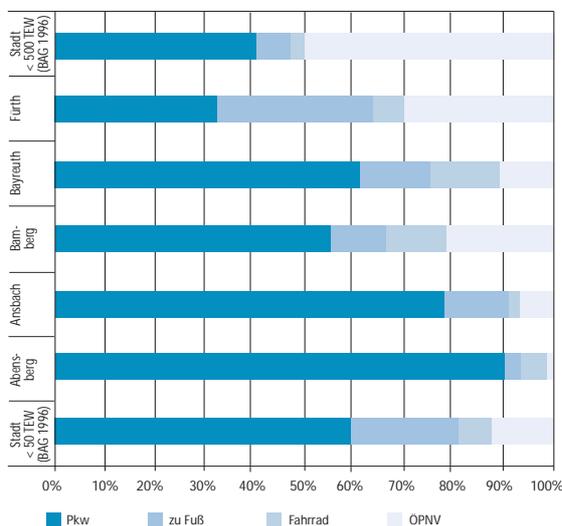


Verkehrsmittelwahl am Freitag

Befragung in der Innenstadt



Befragung im Einkaufszentrum



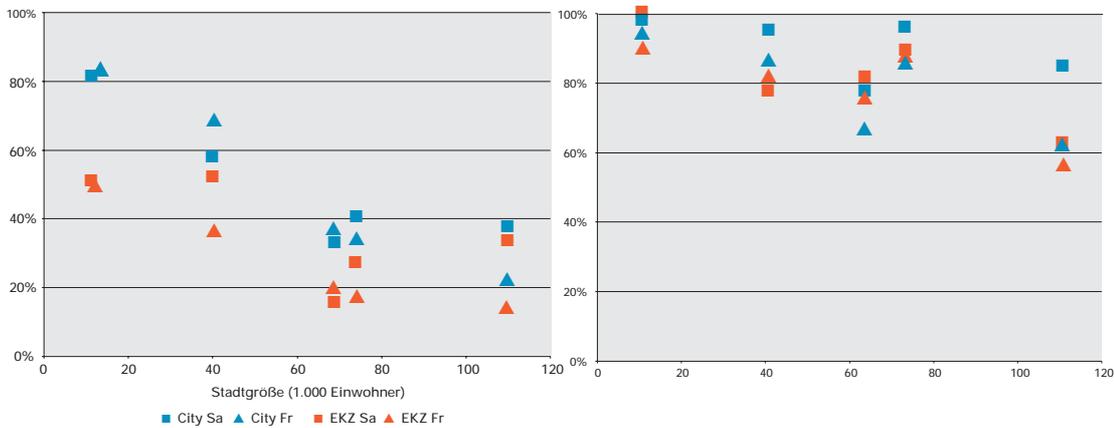
zum Umland ein großes Einwohnerpotenzial besitzt (Beispiel Fürth, weil dort das Potenzial des Umlands stärker auf Nürnberg orientiert ist). Ansbach, Bamberg und Bayreuth nehmen Mittelstellungen ein.

In den untersuchten Innenstädten war der Anteil der Besucher aus der Stadt größer als in den Einkaufszentren. In der Regel lag die Differenz zwischen 10 und 20%. Hier wirken sich stadtstrukturelle Zusammenhänge und gewachsene Bindungen aus, aber auch die stärkere Orientierung der Einkaufszentren auf Umlandbewohner.

Die Besucher von Einkaufszentren legen somit größere Entfernungen zurück, als die Besucher der Innenstädte. Aus dem Entfernungsbereich über 10 km kamen am Freitag in die Einkaufszentren um das 1,46-fach (Ansbach) bis 1,87-fach (Bayreuth) höhere Besucheranteile als in die Innenstadtgebiete. In Abensberg wurde sogar ein Faktor von 2,93 ermittelt. Am Samstag waren die Unterschiede meist geringer.

Umweltfreundliche Verkehrsmittel

Innenstädte sind in der Regel gut zu Fuß und mit dem Rad und besser mit dem ÖPNV erreichbar als andere Stadtteile. Daraus ergibt sich eine spezifische Verkehrsmittelwahl mit einem hohen Anteil an umweltfreundlichen Verkehrsarten. Die Anteile dieser Verkehrsarten lagen in den untersuchten Fällen (Freitag) zwischen 41% (Abensberg) und 75% (Fürth). Ihre Bedeutung wird in der Planung häufig unterschätzt. Von dieser Gunst der Innenstadterreichbarkeit, die mit der Stadtgröße zunimmt, profitieren auch Einkaufszentren in guter Innenstadtlage. Allerdings liegt bei ihnen der Pkw-Benutzer-Anteil in der Re-



gel höher als in den Innenstädten. Der Faktor betrug ca. 1,3 in Fürth und Bamberg; in Ansbach und Bayreuth lag er bei 1,4. In Abensberg war der Faktor noch größer. Inwieweit dabei die Größe des Stellplatzangebots die Pkw-Nutzung beeinflusste, ist schwer zu bestimmen. Das überdurchschnittlich hohe spezifische Stellplatzangebot des Einkaufszentrums Atrium in Bamberg wirkte sich nicht erkennbar auf die Verkehrsmittelwahl aus.

Die günstigen Anteile der umweltfreundlichen Verkehrsarten in der Innenstadt sind primär auf den hohen Anteil Besucher aus dem Stadtgebiet zurückzuführen. In kleinen und mittelgroßen Städten sind das Zu-Fuß-Gehen und die Radnutzung der Stadtbewohner stärker ausgeprägt (Abensberg 49%, Bamberg 64%), in größeren Städten die ÖPNV-Nutzung (Fürth 45%). Die Vorteile, die Einkaufszentren daraus ziehen, lassen mit wachsender Entfernung zur zentralen Lage nach. Allerdings können auch Stadtteilzentren zu günstigen Anteilswerten von Fußgängern und Radfahrern führen.

Der Anteil der Besucher mit Pkw aus dem Stadtgebiet nimmt mit wachsender Stadtgröße ab.

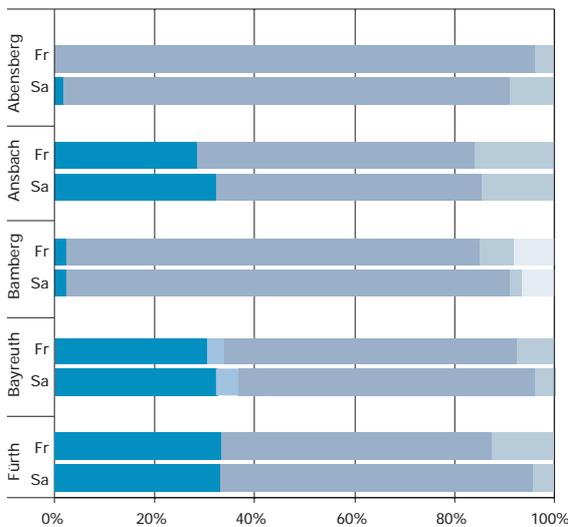
Die Umlandbewohner benutzen auf dem Weg zur Innenstadt und zu den Einkaufszentren wesentlich häufiger den Pkw als die Stadtbewohner. Mit Ausnahme von Abensberg und Fürth sind es knapp 80 bis 90% der Besucher aus dem Umland, die die Innenstadt mit dem Pkw aufsuchen. In Abensberg liegen die Werte noch höher. In der Stadt Fürth, die vom großräumigen Verkehrsverbund Nürnberg/Fürth/Erlangen profitiert, sind es dagegen nur knapp 60% (Freitagserhebung) bzw. 64% (Samstags-erhebung).

Bei den Einkaufszentren liegen die Anteilswerte der Pkw-Nutzer aus dem Umland in der Regel höher als in den Innenstadtgebieten. Eine Sonderstellung nimmt für diese Besuchergruppe Bamberg ein, wo sowohl am Freitag als auch am Samstag das Einkaufszentrum Atrium niedrigere Pkw-Anteile der Umlandbewohner aufweist als die Innenstadt. Hier wirkt sich offensichtlich die Lage des Einkaufszentrums am Bahnhof positiv auf die Verkehrsmittelwahl aus.

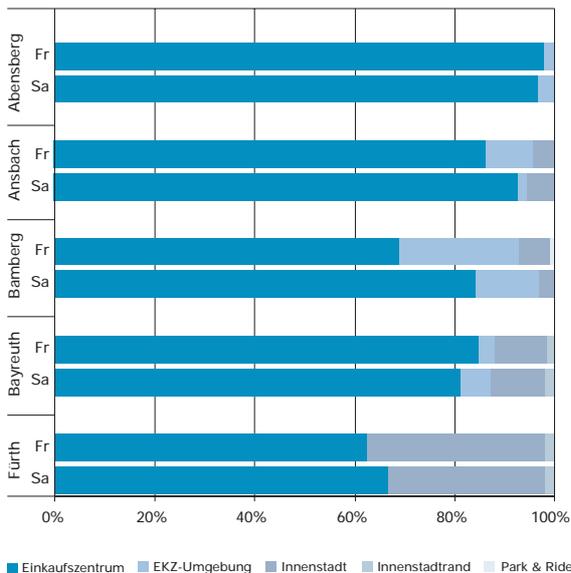
Sowohl bei den Innenstadtbesuchern als auch bei den Zentrenbesuchern zeigen sich im Bezug auf die Pkw-Nutzung der Umlandbewohner Abhängigkeiten von der

„Wo haben Sie geparkt?“ – Benutzte Parkmöglichkeiten

Befragung in der Innenstadt



Befragung im Einkaufszentrum



Stadtgröße. Große Städte sind günstiger mit Bus und Bahn zu erreichen als kleine Städte.

Einkaufszentren ziehen in höherem Maße Besucher aus größeren Entfernungen an. Der größere Anteil Besucher mit Pkw lässt sich aber nicht überwiegend den entfernteren Herkünften zuordnen, vielmehr kommen aus allen Entfernungszonen erhöhte Anteile Pkw-Verkehr.

Für den Weg zur Innenstadt spielt der ÖPNV für Umlandbewohner kleinerer Städte tendenziell eine größere Rolle als für Stadtbewohner, die in der Stadt viele Wege zu Fuß oder mit dem Rad zurücklegen. Für die Einkaufszentren der kleineren Städte ergibt sich ein ähnliches Bild. In den größeren Städten wählen dagegen die Stadtbewohner häufiger den ÖPNV auf dem Weg zum Einkaufszentrum als die Umlandbewohner. Dies gilt gleichermaßen für Freitag und Samstag. Erst ab einer gewissen Stadtgröße stellt für Stadtbewohner offenbar der ÖPNV eine akzeptable Alternative zu den übrigen Verkehrsarten dar.

Qualitätsvolle ÖPNV-Angebote und Radwegenetze haben positive Auswirkungen auf das Verkehrsverhalten der Stadtbewohner, wobei allerdings die Stadtgröße dafür die Voraussetzung schaffen muss.

Trotz der erkennbaren Unterschiede zu den Innenstädten bleibt festzuhalten, dass Einkaufszentren in integrierter Innenstadtlage mittlerer und größerer Städte hohe Besucheranteile aufweisen, die zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln ankommen. Die Werte betragen für Bamberg 44%, für Bayreuth 39% und für Fürth sogar 67% (Freitagserhebung). Diese Anteile würden sich überwiegend in zusätzliche Pkw-Fahrten ver-

wandeln, wenn statt der Innenstadtlage periphere Standorte für zugkräftige Einkaufszentren gewählt würden. Dies verdeutlichen auch Forschungsergebnisse, die in Leipzig gewonnen wurden (UBA Modellvorhaben Leipzig, Planersocietät, et. al. 1999). Während der Kfz-Verkehrsaufwand bezogen auf alle Besucher für ein integriertes Einkaufszentrum (Allee-Center, Grünau) nur bei 6,5 Kfz-km/Tag und Besucher lag, betrug der entsprechende Wert für den nicht integrierten Saale-Park 41,6 Kfz-km/Tag und Besucher! Das spezifische Kfz-Verkehrsaufkommen pro Besucher ist bei integrierten Einkaufszentren also wesentlich geringer als bei nicht integrierten, die sich zudem überwiegend an der Kfz-Erreichbarkeit orientieren.

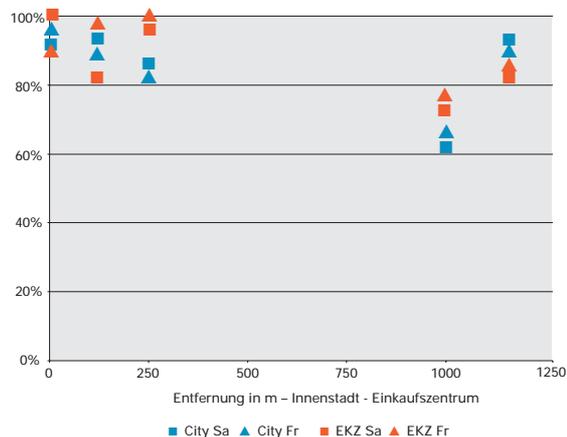
Wechselseitige Nutzung der Stellplatzangebote

Für die erwünschte wechselseitige Nutzung der Stellplatzangebote der Innenstadt und des Einkaufszentrums spielt die Distanz zwischen beiden eine entscheidende Rolle. In Fürth ist die wechselseitige Nutzung der Stellplatzangebote am stärksten ausgeprägt. Jeweils 1/3 der Innenstadtbesucher mit Pkw parken im Einkaufszentrum und umgekehrt. In Ansbach nutzen ebenfalls ca. 30% der Innenstadtbesucher mit Pkw das Stellplatzangebot des Einkaufszentrums, aber nur ca. 5% der Zentrumsbesucher mit Pkw das Stellplatzangebot der Innenstadt. In Bayreuth verhalten sich die entsprechenden Werte wie 35:15. In Abensberg und Bamberg stehen die großen Entfernungen einer wechselseitigen Nutzung der Stellplatzangebote entgegen.

Besucheraustausch und Verkehrsmittelnutzung

Der Besucheraustausch zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum wird von den Attraktivitäten der Innenstadt und des Einkaufszentrums, bzw. den Differenzen zwischen beiden, bestimmt. Von verkehrlicher Bedeutung ist dabei insbesondere, dass der Anteil derer, die zu Fuß oder mit dem Rad Kopplungen vornehmen, mit wachsender Entfernung rasch abnimmt. Dass aber auch eine hohe Attraktivität der Innenstadt die Bereitschaft zur Kopplung über größere Distanzen steigern kann, wird am Beispiel Bamberg deutlich.

In keinem Untersuchungsfall konnte ein wesentlicher Beitrag des ÖPNV für die Kopplungen nachgewiesen werden. Auch die zahlreichen Busverbindungen zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt in



Anteil der Koppler zu Fuß oder mit dem Rad in Abhängigkeit von der Entfernung Innenstadt – Einkaufszentrum

Bamberg beeinflussen die Verkehrsmittelwahl auf dem Weg zur Innenstadt nur unwesentlich. Generell gilt: Wenn gekoppelt wird, erfolgt dies überwiegend zu Fuß oder mit dem Rad. 80-100% tun dies in einem Entfernungsbereich bis ca. 200 m, 60-90% tun dies noch – bei allerdings verringerter Gesamtzahl – im Entfernungsbereich um 1.000 m.

EMPFEHLUNGEN

Einkaufszentren, die in Innenstädten oder an deren Rand angesiedelt werden, können sich unter bestimmten Voraussetzungen günstig auf die Innenstadt auswirken. Die vorangegangenen Untersuchungen zeigen das breite Spektrum der Chancen und Risiken auf. Hieraus wurden von der interdisziplinären Arbeitsgruppe Empfehlungen für die Ansiedlung von innerstädtischen bzw. innenstadtnahen Einkaufszentren abgeleitet, die nun im Folgenden dargestellt werden.

Städtebauliche Anforderungen

Gemeindeübergreifende Kooperation

Nicht zuletzt aufgrund der weiträumigen Einzugsbereiche von Einkaufszentren sowie der Mehrfachorientierung der Kunden kann sich die Einbindung derartiger Projekte in ein gemeindeübergreifendes Einzelhandelskonzept als zielführend erweisen. Dort werden für sinnvolle räumliche Einheiten, die durch gemeinsame Versorgungsbeziehungen gekennzeichnet sind, Möglichkeiten für weitere Ansiedlungen aufgezeigt. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung kann so ein „Wettrüsten“ vermieden werden, das in der Regel zu diffusen und eben deshalb wenig attraktiven Angebotsstrukturen führt. Ein gemeindeübergreifendes Einzelhandelskonzept setzt allerdings die Bereitschaft zur Kooperation voraus.

Außerdem sind regionale Vereinbarungen zur Sicherung der Qualitätsstandards notwendig. Die Kommunen schwächen ihre Position gegenüber den Forderungen der Investoren, wenn sie aus wirtschaftlichem Interesse Projekten eine Heimat bieten, die in Nachbarstädten abgelehnt wurden.

Verträgliche Dimensionierung

Einkaufszentren weisen – bei aller strukturellen Ähnlichkeit – signifikante Unterschiede auf, die generelle Aussagen zu ihrer Verträglichkeit erschweren. Prinzipiell gilt aber, dass die Verkaufsfläche des Einkaufszentrums im Vergleich zum Innenstadt Einzelhandel keine dominante Position einnehmen sollte.

Insgesamt sollte bei der Beurteilung bedacht werden, dass bei Einkaufszentren ab einer Größe von 10.000 m² vor allem in kleineren Standortgemeinden bereits eine weitgehende Branchenvollständigkeit erreicht werden kann; ab einer Verkaufsfläche von 15.000 m² kann diese generell erreicht werden. Es ist demnach im Hinblick auf die innerstädtische Einzelhandelsstruktur eine besonders sorgfältige Überprüfung der Verträglichkeit notwendig.

Bei der Dimensionierung sind außerdem die Möglichkeiten der städtebaulichen Einbindung des umfangreichen Bauprojekts sorgfältig zu prüfen.

Die Lage zur Innenstadt

Räumliche Nähe begünstigt die Austauschbeziehungen zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum. Die Entfernung zwischen den Standorten sollte deshalb möglichst gering sein. Dabei sollte der Kunde beim Besuch beider Standorte möglichst einen Rundweg zurücklegen können und durch Magnetbetriebe auch in die entfernten Lagen der Innenstadt gezogen werden.

Ist die Wegeverbindung zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum wenig attraktiv, kann eine Distanz von 100 m schon zu groß sein. In Bayreuth stellt diese Entfernung dank der attraktiven, abwechslungsreichen und im Obergeschoss barrierefreien Wegeführung hingegen kein

Hindernis dar. Die Kopplungsquoten liegen in etwa so hoch wie in dem direkt eingebundenen Einkaufszentrum in Fürth. Die Entfernung von rund 200 m in Ansbach führt jedoch bereits zu deutlich niedrigeren Kopplungsquoten. Bei noch größeren Entfernungen ist davon auszugehen, dass kaum mehr sehr intensive Austauschbeziehungen erreicht werden können.

Der Anspruch an die Planung und Gestaltung gewinnt mit zunehmender Entfernung besondere Bedeutung. Gerade längere Wege werden subjektiv kürzer eingeschätzt, wenn sie eine gewisse Abwechslung und Attraktivität aufweisen. Auf eine möglichst direkte und gut gestaltete Wegführung, die von interessanten Nutzungen gesäumt ist, ist deswegen zu achten.

Kriterien zur Einbindung des Standorts

Für Einkaufszentren bieten sich aufgrund der Größenordnung meist nur wenige innerstädtische Grundstücke an. Brach- und Konversionsflächen können dabei eine gute Standortvariante darstellen, sind jedoch nicht per se als Einzelhandelsstandorte geeignet. Bei der Beurteilung des Standorts bzw. von Standortalternativen müssen folgende Kriterien einbezogen werden:

- Entfernung zwischen Einkaufszentrum und Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt
- Lage, Ausrichtung und Gestaltung der Eingänge sowie Verknüpfung mit der Innenstadt
- Qualität des Wegs zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt
- Einbindung in das Wegenetz bzw. Schaffung neuer Wegebeziehungen
- Einbindung in die städtebauliche Struktur des Umfelds

- Vereinbarkeit möglicher Schwerpunktverlagerungen im Einzelhandel und damit verbundener Umstrukturierungen in der Innenstadt mit den Stadtentwicklungszielen
- Verkehrliche Abwicklung des Kunden- und Lieferantenverkehrs
- Schaffung von Parkplätzen am Standort sowie deren Vereinbarkeit mit den verkehrlichen Entwicklungszielen der Stadt

Nutzungsmischung im Einkaufszentrum

Die Vielfalt der Nutzungen und Aktivitäten zählt zu den Stärken europäischer Stadtkultur. Immer noch sind die Innenstädte mit ihrer breiten Angebotspalette und ihrer Funktion als Wohnstandort Inbegriff urbanen Lebens. Einkaufszentren werden überwiegend als Monostrukturen entwickelt und nur selten mit weiteren Nutzungen angereichert. Es ist deshalb zu befürchten, dass sie außerhalb der Ladenöffnungszeiten veröden und Sicherheitsdefizite erzeugen.

Für die Städte gibt es also gute Gründe, Einkaufszentren mit weiteren Nutzungen anzureichern. Andererseits können sie sich dem Argument nicht verschließen, dass die wirtschaftlich erfolgreichen Konzepte sich mehrheitlich als autarke Insellösungen präsentieren.

Es muss deshalb sehr sorgfältig abgewogen werden, welche Form und welcher Grad der Nutzungsmischung tatsächlich zu einer Bereicherung des Umfelds beitragen kann. Als entscheidendes Kriterium sollte gelten, dass jede Nutzung auch für sich genommen funktionsfähig und attraktiv ist. An einem cityintegrierten Standort bietet sich eine geschossweise Mischung

der Nutzungen an, wie sie im Fallbeispiel Fürth realisiert ist. Bei Einkaufszentren am Cityrand ist die Zerlegung in mehrere Investments mit Realteilung der Grundstücke (Fallbeispiel Marktredwitz) vorteilhafter als eine Schichtung verschiedenartiger Nutzungen innerhalb eines großen Bauvolumens.

Architektur und Stadtgestalt

Gestaltung des Einkaufszentrums

Mit den Einkaufszentren wird Handelsarchitektur in einer neuen Größenordnung eingeführt, für deren Integration in die Innenstädte es nur wenige Beispiele gibt. Die untersuchten Projekte dokumentieren das Bemühen nach mehr architektonischer Qualität als auf der grünen Wiese – eine eigenständige gestalterische Ausdrucksform für die Bewältigung dieser Herausforderung hat sich bisher jedoch noch nicht herausgebildet. Damit die großen Bauvolumen in der eher kleinteilig strukturierten Nachbarschaft nicht als Fremdkörper empfunden werden, müssen in jedem Einzelfall Lösungen gefunden werden. Die besten Ergebnisse sind zu erwarten, wenn man auf mehreren Ebenen ansetzt:

- Die Verteilung der Nutzungen und Volumens auf dem verfügbaren Grundstück nach städtebaulichen Gesichtspunkten kann wesentlich dazu beitragen, Konflikte und gestalterische Probleme zu vermeiden.
- Für die städtebaulich wichtigen Nahtstellen zwischen Bestand und Einkaufszentrum sollten aus städtebaulicher Sicht Vorgaben zur Gliederung des Volumens, zu Traufhöhe, Fassade und Material erarbeitet werden.

- In Kooperation mit den Projektentwicklern und Bauherren sollte eine eigenständige Architektursprache auf hohem Niveau gefunden werden, die über die bisher bevorzugten dekorierten Schlichtbauten oder historisierenden Fassaden hinausweist.
- Die architektonischen Potenziale der Handelsarchitektur sind bisher wenig ausgelotet. Dabei bieten moderne Bautechniken und Materialien vielfältige Möglichkeiten zur Gestaltung großflächiger Fassaden. Zu denken ist hier u. a. an mehrschichtige transparente Hüllen, von außen sichtbare Treppenanlagen und Galerien oder die Verwendung grüner Architekturelemente.

Öffentlicher Raum

Die Konzeption moderner Shopping Center setzt auf die Mall mit der Orientierung der Geschäfte zu einer innen liegenden Passage. Bei großen Bauvolumen folgt aus der Introvertiertheit der Gebäude, dass sie sich dem Umfeld mit geschlossenen und kaum gegliederten Außenflächen zuwenden. Alternative Konzepte mit Geschäften, die auch von außen zugänglich sind, werden aus betriebswirtschaftlichen Gründen meist abgelehnt. Zugeständnisse werden bisher lediglich in hoch interessanten Citylagen akzeptiert, wo zum Beispiel Läden mit Orientierung nach außen oder Außengastronomie vorgesehen werden. Um Einkaufszentren möglichst gut in den öffentlichen Raum zu integrieren, bieten sich folgende Möglichkeiten an:

- der Anschluss der Geschäftspassage an das innerstädtische Wegenetz mit Sicherung von Wegerechten zugunsten der Allgemeinheit,

- die „Einhüllung“ des Gebäudevolumens mit attraktiven Nutzungen (öffentliche Einrichtungen, Dienstleistungen),
- eine offene Gestaltung der Eingangsbereiche als mindestens zweigeschossige Galerie mit großzügig dimensionierten Glasflächen.

Bei Einkaufszentren mit bis zu 600 m langen Außenfronten ist es aller Erfahrung nach kaum möglich, über die ganze Länge attraktive Seiten zu entwickeln. Es sollten deshalb an allen Standorten die Möglichkeiten genutzt werden, die negative Wirkung der Rückseiten durch Einfügung in vorhandene Bebauung oder Orientierung zu Freiräumen zu mildern.

Auch wenn mit diesen Maßnahmen im Einzelfall viel für die Integration der Einkaufszentren erreicht werden kann, bleibt die Frage, ob nicht andere städtebauliche Typologien, wie die klassische Passage oder der städtische Hof, einen geeigneteren städtebaulichen Typus für den Standort Innenstadt darstellen.

Erreichbarkeit und Verkehr

Verkehrsabwicklung

Die Verkehrsabläufe vom und zum Einkaufszentrum, aber auch zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt, sollen so erfolgen, dass sie dem erwünschten funktionalen Verbund von Nutzungen optimal dienen, ohne dabei übrige städtische Nutzungen zu beeinträchtigen. Das bedeutet:

- Der notwendige und unvermeidbare Pkw- und Anlieferverkehr soll über leistungsfähige Hauptverkehrsstraßen bis unmittelbar an das Einkaufszentrum geführt werden; erforderlichenfalls können Geschwindigkeitsbeschränkungen

und klare Wegweisungen helfen, die Stadtverträglichkeit des Kfz-Verkehrs zu steigern.

- Eine Mitbelastung von Wohn- oder engen Innenstadt-Erschließungsstraßen soll vermieden werden.
- Auch das Straßenparken im Umfeld des Zentrums ist mit Rücksicht auf die Erschließungsbedürfnisse anderer Innenstadtnutzungen soweit wie möglich auszuschließen bzw. zu begrenzen (z. B. mit Hilfe von Parkgebühren).

Verkehrsvermeidung

„Verkehrsvermeidung“ gehört zu den zentralen Leitzielen der Stadt- und Verkehrsplanung. Sie soll vor allem durch gute Zuordnung und Mischung städtischer Nutzungen erreicht werden.

Aus verkehrlicher Sicht sind auch Einkaufszentren zunächst danach zu beurteilen, wie sie sich in die gesamtstädtischen Nutzungs- und Verkehrskonzepte einfügen und inwieweit ihr Standort mit dem Leitbild „Stadt der kurzen Wege“ vereinbar ist.

Verkehrsvermeidung erfolgt, wenn ein großer Besucheranteil nur geringe Entfernungen zum Einkaufszentrum zurücklegen muss und die Einkaufszentren mit dem umliegenden Stadtgebiet, speziell der Innenstadt, im intensiven fußläufigen Besucheraustausch stehen (Wegekettensystem, Koppelung). Die integrierte Innenstadtlage bildet also die Voraussetzung für eine Begrenzung des Verkehrsaufkommens von Einkaufszentren.

Stadtverträgliche Verkehrsmittel

Eng mit dem Ziel Verkehrsvermeidung ist das Ziel „Nutzung stadtverträglicher Verkehrsmittel“ verbunden, das den Radverkehr – auch über größere Distanzen – und

den öffentlichen Personennahverkehr mit einschließt. Die erforderliche Mobilität soll flächensparend, emissionsarm und sozialverträglich erfolgen. Das setzt, neben einer entsprechenden Bereitschaft der Bevölkerung, leistungsfähige Angebotsstrukturen voraus, die ihrerseits wieder abhängen von siedlungsstrukturellen Vorgaben.

Radwegenetze müssen neben einem dichten Verteilernetz zügig geführte Hauptverbindungen besitzen, die hohen Ansprüchen genügen. Beispiele dafür bieten die Einkaufszentren in Bayreuth und Bamberg.

Fuß- und Radwegverbindungen zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt sollen möglichst kurz und „anmutend“ sein.

Ähnlich stellen sich die Anforderungen an den öffentlichen Personennahverkehr. Das Einkaufszentrum soll nicht nur mit Bussen oder Bahn von solchen Kunden erreichbar sein, die auf andere Weise nicht zum Einkaufszentrum kämen, vielmehr sollen diese in erkennbarem Umfang den Pkw-Einsatz erübrigen. Das setzt einen gehobenen Bedienungsstandard des öffentlichen Verkehrs voraus. Zum gehobenen Bedienungsstandard gehören: kurze Fahrzeiten, hohe Bedienungshäufigkeiten, bequeme Umsteigebedingungen (Rendezvous) und Hilfen für die Beförderung von Gepäck. Das ist in mittleren und größeren Städten in der Regel der Fall, wenn Einkaufszentren gut in das Gefüge der Innenstadt integriert sind.

Falls ÖPNV-Verbindungen zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt eine Rolle spielen, was in den untersuchten Fällen allerdings nicht der Fall war, sollen sie direkt geführt sein und möglichst bis in die Mitte der Innenstadt führen.

Parken

Die Stellplatzangebote der Einkaufszentren sollten das Ergebnis von städtebaulichen Bedarfsanalysen und nicht von standortunabhängigen Betreiberkonzepten sein. Diese Forderung vermag sowohl Stellplatzrestriktionen als auch die Förderung des Parkens als willkommene Aufstockung des innerstädtischen Gesamtparkangebots zu beinhalten. Ist die wechselseitige Ergänzung des Parkangebots von Innenstadt und Einkaufszentrum beabsichtigt, sollten die Stellplätze des Einkaufszentrums an der Nahtstelle zwischen Einkaufszentrum und Innenstadt angeordnet werden und dem Besucher die Wahlmöglichkeit zwischen beiden bieten. Dazu sind Sichtbeziehungen und Ausgänge zu beiden Standorten wünschenswert.

Planungs- und Realisierungsprozess

Einbindung in die Leitlinien der Stadtentwicklung

Bei der Steuerung der Einzelhandelsentwicklung und besonders bei der Ansiedlung eines Einkaufszentrums kommt der Gemeinde eine entscheidende Rolle zu. Kommunale Entwicklungskonzepte für die Bereiche Städtebau, Einzelhandel und Verkehr sind besonders geeignete fachliche Grundlage für derartige Großprojekte.

Im Einzelhandelskonzept legt die Gemeinde ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel und dessen räumliche Verteilung (insbesondere Stadtzentrum, Stadtteilzentren, Nahversorgungsstandorte) fest.

Durch die Konzentration verschiedener Einzelhandels- und sonstiger Dienstleistungseinrichtungen auf städtebaulich erwünschte Standorte können diese durch

ihr Kopplungspotenzial an Attraktivität gewinnen. Das Konzept ist Grundlage für kommunale Standortentscheidungen, die Bauleitplanung und die Beurteilung von Einzelvorhaben.

Einzelhandelsstrukturgutachten

Strukturgutachten für den Einzelhandel liefern die notwendigen Daten zur örtlichen Einzelhandelssituation. Sie sind in der Regel Basis des vorgenannten kommunalen Entwicklungskonzeptes. Gegebenenfalls müssen sie erst anlässlich eines konkreten Ansiedlungswunsches erstellt werden.

Ein solches Gutachten soll Klarheit über mögliche Chancen und Risiken eines Einkaufszentrums für die örtliche Einzelhandelssituation schaffen. Auftraggeber für dieses Gutachten sollte die Kommune sein. Es empfiehlt sich, im Rahmen der gutachterlichen Prüfung mehrere Varianten und Szenarien zu untersuchen. Die Erkenntnisse des Gutachtens sollen, über den konkreten Ansiedlungsfall hinaus, in die weiteren Überlegungen der Gemeinde (z. B. Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes im Rahmen der Stadtentwicklungsplanung) einfließen und in konkrete Maßnahmen (wie zur Weiterentwicklung der Innenstadt) umgesetzt werden. Bei der Interpretation der Ergebnisse müssen die grundlegenden Annahmen des Gutachters, auf denen die Beurteilung aufbaut, berücksichtigt werden. Die Nennung dieser Annahmen kann gleichzeitig als wichtiges Gütemerkmal des Gutachtens gelten.

Wege zur städtebaulichen Qualität

Die mit der Realisierung eines Einkaufszentrums verbundenen Fragen sind nur in einem kooperativen Planungsprozess zu

lösen, dessen Elemente im Folgenden kurz skizziert werden sollen:

- **Rahmenkonzeption:** Im Vorfeld konkreter Verhandlungen über ein großflächiges Ansiedlungsprojekt sollten die Möglichkeiten der Einbindung möglichst in einer städtebaulichen Rahmenplanung untersucht werden. Zu klären sind hier u. a. die Verknüpfung der öffentlichen Räume, die Einfügung des Bauvolumens, die Auswirkungen auf das Stadtbild und die Erschließung. In diesem Stadium ist es bereits möglich, die Vorstellungen der Entwickler und Investoren im Rahmen von Testentwürfen zu veranschaulichen und auf ihre örtlichen Auswirkungen hin zu untersuchen.

- **Wettbewerbe:** Der Schwierigkeitsgrad der städtebaulichen und architektonischen Aufgabe legt nahe, vor der Entscheidung über das Bauvorhaben alternative Lösungen zu untersuchen. Aufgrund der Komplexität der Projekte sind offene Wettbewerbe nicht immer geeignet, um zu städtebaulich und betriebswirtschaftlich tragfähigen Lösungen zu gelangen. So empfehlen sich entweder mehrstufige Verfahren oder Auswahl- und Einladungsverfahren. Gute Erfahrungen hat man mit kooperativen Wettbewerben und Architektenworkshops gemacht, bei denen die Erarbeitung der Entwurfsalternativen von der Jury begleitet wird und in Zwischenkolloquien ein inhaltlicher Austausch über die Dimensionen des Projekts erfolgen kann. Die Einbeziehung der Investoren und Nutzer in die Jury (als Sachpreisrichter oder Sachverständige) erhöht zudem die Chance, am Ende des Verfahrens eine realisierungsfähige Lösung zu prämiieren.

■ **Projektentwurf:** Die Möglichkeiten der städtebaulichen Integration sollten im Entwurfsstadium in Form einer interdisziplinären Planung untersucht werden. Dabei sind einzelhandelswirtschaftliche, funktionale, städtebaulich-architektonische und verkehrliche Gesichtspunkte zusammenzuführen. Die Praxis hat gezeigt, dass aus der bloßen Konfrontation optimaler städtebaulicher Vorgaben mit handelsorganisatorisch abgeleiteten Konzepten kein produktives Ergebnis abzuleiten ist.

■ **Qualitätssicherung:** Die vereinbarten städtebaulichen und architektonischen Merkmale eines Einkaufszentrums können im Lauf des Verfahrens erneut in Frage gestellt werden, wenn beispielsweise Finanziers oder Ankermieter wechseln. Insofern hat es sich als sinnvoll erwiesen, über die Baugenehmigung hinaus ein Verfahren zur Qualitätssicherung zu installieren, das ggf. eintretende Veränderungen des Investments auf Grundlage des einmal erzielten Konsenses auf den Prüfstand stellt.

Auswahl des Investors und Stärkung der fachlichen Kompetenz

Um gegenüber einem Investor, der bereits in mehreren Projekten Erfahrungen gesammelt hat, als (annähernd) gleichwertiger Partner auftreten zu können, müssen die Städte ihre Fachkompetenz ausbauen. Es kann durchaus sinnvoll sein, hierbei externe Unterstützung für die Beurteilung der städtebaulichen, handelsgeographischen und verkehrlichen Aspekte hinzuzuziehen.

Bei lokalen Investoren ohne spezifische Branchenkenntnis ist aus Sicht der Städte darauf zu bestehen, dass diese ihrerseits professionelle Berater bei der

Konzeption und Planung hinzuziehen. Eine Kopie bzw. eine Zusammenfügung von Bausteinen verschiedener Einkaufszentren mag oberflächlich zwar ebenso professionell aussehen, die Funktionalität wird in der Regel jedoch kaum gewährleistet sein.

Die Untersuchungsbeispiele haben außerdem gezeigt, dass eine strikte Trennung von Immobilie und Management – wie in Bamberg oder Fürth geschehen – vermieden werden sollte. Dort bestand das Konzept der Eigentümer schlicht darin, vor dem Verkauf eine Vollvermietung der Immobilie anzustreben ohne Rücksicht darauf, ob so ein attraktiver und ausgewogener Branchenmix realisiert wurde. Wird das Einkaufszentrum nicht in allen Entwicklungsphasen von ein- und derselben Gesellschaft begleitet, sollte der spätere Betreiber schon in die Planungsphase einbezogen werden, so dass bauliche Rahmenbedingungen und Nutzungskonzept von Anfang an aufeinander abgestimmt werden können.

Projekt- und Lenkungsgruppe

Die Komplexität der Projekte und die im Planverfahren auftretenden Interessenkonstellationen erfordern einen optimal organisierten Planungsprozess und eine sorgfältige Abwägung privater und öffentlicher Interessen. Nach den vorliegenden Erfahrungen ist es sinnvoll, zur Steuerung des Projekts eine Lenkungsgruppe einzurichten. Diese trifft im Rahmen eines entsprechenden Auftrags des Stadtrats die Richtungsentscheidungen für die Qualität und städtebauliche Einbindung des Projekts. In ihr sind vertreten Politik und Verwaltung (insbesondere Stadtplanung und Wirtschaftsförderung), Projektentwickler, die beauftragten Gutachter, Architekten und Land-

schaftsarchitekten, Grundstückseigentümer/Investoren und der örtliche Einzelhandel. Es hat sich bewährt, den Abstimmungsprozess von einer unabhängigen Persönlichkeit moderieren zu lassen, damit die unvermeidbaren Interessengegensätze und Konflikte nicht zu einer Blockierung des Verfahrens führen. Dieser externe Berater kann darüber hinaus die Aufgabe erhalten, dem Gemeinderat zu berichten, die Öffentlichkeit an der Ideenfindung zu beteiligen und laufend über den Stand des Verfahrens zu informieren. Zur Umsetzung einzelner Vorhaben kann es zweckmäßig sein, wenn von der Lenkungsgruppe spezielle Projektgruppen eingesetzt werden.

Rechtliche Steuerungsmöglichkeiten

Vermeidung schleichender Expansion

Bestehende Bebauungspläne sind dahingehend zu überprüfen, ob eine schleichende Expansion oder eine Nutzungsänderung zur Entstehung eines Einkaufszentrums führen kann, ohne dass das planerisch verhindert werden kann. Dies betrifft insbesondere bestehende Einzelhandelnutzungen bzw. unbebaute Grundstücke, für die kein Bebauungsplan mit entsprechender Beschränkung besteht, sowie Flächen mit alten Bebauungsplänen. Gegebenenfalls sind die Bebauungspläne zu ändern bzw. neu aufzustellen.

Öffentlich-rechtliche und privatrechtliche Verträge

Die modernen Instrumentarien des städtebaulichen Vertrags (§11 BauGB) und des vorhabenbezogenen Bebauungsplans/Vorhaben- und Erschließungsplans (§12 BauGB) ermöglichen es den Städten, ins-

besondere die Übernahme von Planungsleistungen und Kosten sowie die Fristen festzulegen. Sofern die Gemeinde Eigentümerin der Projektfläche ist, kann sie durch entsprechende Vereinbarungen im notariellen Kaufvertrag Einfluss auf das Projekt nehmen. Dabei ist situationsbedingt zu entscheiden, welche Verträge angewendet werden sollten. Insbesondere die Entscheidung für einen traditionellen Bebauungsplan oder einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan beeinflusst die Art der Vertragsgestaltung.

Festlegung von Sortimenten und Verkaufsflächen

Wie die Praxis zeigt, liegen die Probleme bei der Beschränkung von Verkaufsflächen nicht nur in deren Festlegung der Höchstgrenze, sondern gerade auch in deren Durchsetzung. Es kann immer wieder beobachtet werden, dass sich beispielsweise die Verkaufsfläche im Laufe der Planung sowie des Baus sukzessive vergrößert. Deswegen empfiehlt sich ergänzend zur bauaufsichtlichen Kontrolle die Eintragung von Sortiments- bzw. Verkaufsflächenvorgaben als Dienstbarkeit im Grundbuch. Möglich ist auch die Vereinbarung in einem privatrechtlichen Vertrag, ggf. mit Nennung einer Vertragsstrafe sowie der Verpflichtung zum Rückbau. Die Vorgaben erfordern in jedem Fall eine Überprüfung des Vorhabens.

Sicherung des öffentlichen Raums

Bei Einkaufszentren handelt es sich meist um privaten Raum, in dem das Hausrecht das Schließen nach Geschäftsschluss ermöglicht. Hier besteht für die Kommunen jedoch die Möglichkeit, dies mittels einer Dienstbarkeit zu ändern. Insbesondere

sollten wichtige Wegeverbindungen allgemein zugänglich sein (unbefristetes Gehrecht zu Gunsten der Allgemeinheit).

Außerdem sollte die Kommune sich das Recht, empirische Untersuchungen im Einkaufszentrum im Rahmen von Strukturgutachten durchzuführen, in einem Vertrag sichern (z. B. Passanten- und Betriebsbefragungen, Zählungen). Derartige Untersuchungen stellen wichtige Bausteine für Strukturgutachten dar, die als Basis für Entwicklungskonzepte dienen.

Weiterentwicklung der Innenstadt

Städtebauliche Maßnahmen in der Innenstadt

Vor allem bei Einkaufszentren am Rand der Innenstadt ist davon auszugehen, dass es in der Innenstadt zu Schwerpunktverlagerungen und Umstrukturierungsprozessen kommt. Planerisch kann diesen Prozessen wie folgt begegnet werden:

- Ansiedlung eines weiteren Magneten zur Wiederherstellung der Balance
- Gestalterische Aufwertungsmaßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt
- Entwicklung eines neuen Nutzungsschwerpunkts (Kultur, Dienstleistungen, Wohnen)

Betriebliche Qualifizierung im bestehenden Einzelhandel

Der Innenstadt-Einzelhandel muss in jedem Fall aktiv werden, um dem direkten Vergleich mit den neuen und modernen Betrieben im Einkaufszentrum standzuhalten. Eine Modernisierung liegt hierbei nicht nur im Interesse des einzelnen Händlers, sondern auch im Interesse der

Gesamtattraktivität, da jedes einzelne Geschäft zum Gesamteindruck der Innenstadt beiträgt. Eine Qualifizierungsstrategie sollte Themen wie die Überprüfung der Sortimentszusammensetzung, die Laden- und Schaufenstergestaltung, das Ambiente, die Serviceleistungen etc. beinhalten. Erfahrungen mit Seminaren, Wettbewerben u. ä. zeigen, dass hier vor allem Betriebe teilnehmen, die wenig Defizite aufweisen, weil sie die Bedeutung dieser Maßnahmen bereits erkannt haben. Veränderungen auf breiter Basis können aber nur gemeinsam erreicht werden. Ein erfolgversprechender Weg liegt hier beispielsweise in gegenseitigen Verpflichtungen von Stadt und Handel nach dem Motto "do ut des", d.h. Leistungen der Stadt werden an Gegenleistungen der Einzelhändler geknüpft.

Kooperation innerhalb des Innenstadteinzelhandels

Ein wesentlicher Vorteil der Einkaufszentren liegt in ihrem einheitlichen Auftreten, während professionelle Standortkooperationen in den Innenstädten derzeit eher die Ausnahme als die Regel sind. Eine stärkere Kooperation der Innenstadteinzelhändler ist jedoch unerlässlich. Sie bedarf einer Organisation, die auch für die Kommune als Ansprechpartner zur Verfügung steht. Während diese Funktion in kleineren Städten noch von einem ehrenamtlichen Sprecher übernommen werden kann, ist hier in größeren Städten sicherlich ein hauptamtlicher Vertreter (z. B. Citymanager) nötig.

Ein wichtiger Punkt in diesem Zusammenhang ist auch die Vereinheitlichung der Ladenöffnungszeiten. Die Ausnutzung der maximal möglichen Öffnungszeiten ist

dabei für viele eigenständige Einzelhändler sicherlich mit großen Problemen verbunden, die Verständigung auf Kernöffnungszeiten (zeitgleiche Mittagspausen, Mindestöffnungszeiten am Abend und am Samstag) wäre hier aber bereits ein großer Schritt.

Kooperation zwischen Handel und Kommune

Die Kooperation zwischen Innenstadthandel und Kommune wird durch die Ansiedlung eines Einkaufszentrums vielfach belastet und folglich von gegenseitigen Beschuldigungen geprägt. Zur Verbesserung der Kommunikationsbeziehungen als Voraussetzung für eine gestärkte Kooperation ist auf beiden Seiten die Ernennung einer zentralen Ansprechperson notwendig. In kleineren Städten kann dies auf Seiten des Handels durch einen ehrenamtlichen Vertreter geschehen, in größeren Städten kann diese Funktion jedoch nur noch von einem hauptamtlichen Citymanager angemessen ausgefüllt werden.

Zu den Aufgaben eines Citymanagers gehört nicht nur die Organisation von Aktionen und Festen, sondern vor allem die Behebung struktureller Probleme im Einzelhandel im Sinne einer Wirtschaftsförderung. Aufgrund des durch das Einkaufszentrum ausgelösten Umstrukturierungsprozesses in der Innenstadt gehört hierzu außerdem ein wirksames Flächenmanagement. Durch gezielte Verlagerung bestehender bzw. Anwerbung neuer Betriebe können diese Umstrukturierungen auch zum Vorteil für die Innenstadt werden. Hier gilt es mit Kreativität und Phantasie geeignete Flächen vor allem für Magnetbetriebe sowie andere Betriebe mit Erweiterungsbedarf ausfindig zu machen. Auch

die Initiierung von Straßenpools kann in diesem Zusammenhang weiter erprobt werden.

Der Citymanager sollte außerdem motivierend wirken sowie das Innen- und Außenmarketing stärken, das von einer aktiven Pressearbeit begleitet werden sollte.

Kooperation von Einkaufszentrum und Innenstadt

In den Untersuchungsstädten war eher ein Gegen- als ein Miteinander zwischen den Einkaufszentren und den Innenstädten zu spüren. Dies ist für die Stärkung des Gesamtstandorts nicht zielführend. Mögliche Ansatzpunkte für eine bessere Kooperation sind:

- Die aktive Beteiligung des Centermanagers beim Citymanagement (z. B. Bamberg)
- Förderung gemeinsamer Aktionen durch die Stadt (z. B. Ansbach)
- Gemeinsame Weiterbildungsmaßnahmen und Kurse
- Gemeinsame Werbeaufträge und sonstige Aktionen

Auf diese Weise können nicht nur gegenseitige Vorbehalte abgebaut werden, sondern die Stadt als Ganzes kann gestärkt werden.

Literatur

Baier, R., Schäfer, K.H.: Innenstadtverkehr und Einzelhandel. Zur Bedeutung von Innenstadtverkehrskonzepten für den Einzelstandort Innenstadt. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen, Verkehrstechnik Heft V 52, 1998

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Verkehr und Technologie/Landesverband des Bayerischen Einzelhandels: Attraktiver Einzelhandel in Bayern – ein wichtiger Partner für lebendige Innenstädte. München, 1999

Brune: Die Stadtgalerie. Ein Beitrag zur Wiederbelebung der Innenstädte. Frankfurt/New York 1996

Dittmeier, V., Maier, J. und Stettberger, M.: Strukturwandel im Einzelhandel. Das Rotmain-Center und seine Auswirkungen auf die Innenstadt von Bayreuth – eine Panel-Studie. Bayreuth 1999 (Bayreuther Geowissenschaftliche Arbeiten 19)

Falk, B. (Hg.): Das große Handbuch Shopping-Center. Einkaufspassagen, Factory-Outlet-Malls, Urban-Entertainment-Center. Landsberg a. Lech, 1998

Heinritz, G. u. Schröder, F. (Hg.): Der gekaufte Verstand. Was taugen Gutachter- und Beraterleistungen im Einzelhandel? München 2001 (Geographische Handelsforschung 5)

Ministerium für Arbeit und Soziales, Stadtentwicklung, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen (MAS-SKS): Innerstädtische Einkaufszentren. Anforderungen und Integration. Düsseldorf, 1999 (NRW-Tipp)

Planersocietät Dortmund, IVU Traffic Technologies AG Berlin, Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH:

- Vergleichende Umweltbilanz, Umweltwirkungen von ausgewählten Einzelhandelsstandorten in Leipzig, Teilbericht 4, 1999
- Modellversuch des Umweltbundesamtes: Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr in Halle und Leipzig, Rundbriefe 2 (1999) und 3 (2000)

Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg (Hg.): Die Zukunft der Innenstädte. Szenarien, Thesen und Standpunkte zur Entwicklung der städtischen Mitte, 1999

Foto- und Abbildungsnachweis

Fotos

Alle Fotos
Dipl.-Ing. Klaus Brenner
Pesch & Partner, Herdecke

außer

Seite 30 unten und Seite 32:
Stadtentwicklungs- und Wohnungsbau
GmbH (STEWOG), Marktredwitz

Seite 31
Foto Design Herbert Stolz, Regensburg

Seite 48, 49, 60 unten und 64:
Dr. Monika Popp
Geographisches Institut, TU München

Diagramme, Pläne und Grundrisse

Seite 9 bis 33:
Dipl.-Ing. Klaus Brenner
Pesch & Partner, Herdecke

Seite 47 bis 64:
Dr. Monika Popp
Geographisches Institut, TU München

Seite 65 bis 71:
Dipl.-Ing. Gundula Kern
Büro Lang + Burkhardt, München

