

Die Krise des innerstädtischen Einzelhandels und Was sind die Erfolgsfaktoren für städtische Zentren?

P2-Studienprojekt WS 04/05 – Stadtplanung TU Hamburg-Harburg

Betreuer: Uwe Krüger

Tutorin: Olga Gozdzik

1. Ausgangslage

Die Entstehung von Städten und die Herausbildung städtischer Zentren sind maßgeblich durch den Handel bestimmt. Die Zentrenstrukturen der Europäischen Stadt haben neben ökonomischen und Versorgungs- auch wichtige soziale, ökologische und kulturelle Funktionen. In den letzten Jahrzehnten haben sich massive Veränderungsprozesse auf der Angebots- wie auf der Nachfrageseite im Einzelhandel vollzogen. Insbesondere durch die Konzentration des Angebots in wenigen Konzernen und das Entstehen neuer großer Betriebsformen (Fachmärkte, Discounter, SB-Warenhäuser, Shopping-Center etc.), in der Regel in nicht-integrierten Lagen sowie durch Trends der Nachfrageentwicklung (Erlebniseinkauf, Konsumrückgang usw.) ist es in den traditionellen Zentren zu Leerständen, Banalisierung und Filialisierung des Angebots, Verwahrlosungserscheinungen, d.h. zu zum Teil breiten trading-down-Prozessen gekommen. In diesem Zusammenhang wird seit einigen Jahren in der (fach-) öffentlichen Diskussion über die Förderung und den Erhalt der "urbanen Qualitäten" in Zentren diskutiert.

2. Problemstellung

Mittels City- und Stadtmarketing versuchen eine Reihe von Kommunen attraktiven innerstädtischen Einzelhandel als wesentliche Basis für die „urbanen Qualitäten“ in ihren Zentren zu erhalten bzw. zu fördern. In NRW unterstützt die Landesregierung mit „Ab in die Mitte“ Bemühungen verschiedener Akteure in den Kommunen mit ähnlicher Zielsetzung.

Die bislang entwickelten Maßnahmen reichen von Runden Tischen über kulturelle Events bis hin zu umfassenden Marketingaktionen. Zudem werden mittlerweile in die so genannten Business Improvement Districts (BIDs) besonders große Hoffnungen gesetzt. Patentrezepte zum Erhalt und zur Stärkung von innerstädtischen Zentren scheinen jedoch bislang nicht zu existieren. Dafür unterscheiden sich sicherlich auch die lokalen Ausgangsbedingungen und die Möglichkeiten und Interessen der jeweils handelnden Akteure von Ort zu Ort.

Fraglich ist, wodurch erfolgreiche Einzelhandelsstandorte gekennzeichnet sind und welche Rahmenbedingungen und Maßnahmen als besonders Erfolg versprechend anzusehen sind? Fraglich ist zudem, welche Ansatzpunkte für die verschiedenen relevanten Akteure zur Förderung bzw. zum Erhalt urbaner Qualitäten in Zentren bestehen? Wie werden urbane Qualitäten überhaupt definiert?

3. Inhaltliche Ziele des Studienprojektes

Im Laufe der Projektarbeit sollen im Rahmen von Bestandsaufnahme und Analyse zunächst allgemein und theoretisch Kenntnisse über den Einzelhandel in Städten erlangt werden. Insbesondere für die betriebswirtschaftlichen Aspekte im Themenfeld Einzelhandel soll ein Grundverständnis entwickelt werden. Für das Verständnis der oben beschriebenen Prozesse ist neben diesen wirtschaftlichen Aspekten ebenso wichtig zu ergründen, welche Erkenntnisse die Handelsforschung über die Nachfrageseite, also die Kunden des Handels, derzeit bereithält. Schließlich ist es aus stadtplanerischer Sicht erforderlich eine Position zur Funktion städtischer Zentren und zum Verständnis von Urbanität zu definieren.

Anhand eines durch die Gruppe auszuwählenden Untersuchungsraumes gilt es etwa in Hamburg und ggf. einer anderen Stadt als Vergleichsbeispiel die Erkenntnisse aus Literatur und Theorie zu überprüfen. Das Hamburger Zentrenkonzept sowie ggf. zugängliche Gutachten zur Angebots- und Nachfrageseite sollten bei der Analyse diskutiert werden.

Für die Konzeptphase sind verschiedene Schwerpunktsetzungen durch die Projektgruppe denkbar, um geeignet erscheinende planerische Maßnahmen, Instrumente und Strategien exemplarisch zu entwickeln.

4. Arbeitsschritte

Der Ablauf eines Studienprojektes soll weitgehend einem idealtypischen Planungsprozess oder einer möglichen gutachterlichen Tätigkeit der Praxis entsprechen.

Das Vorgehen lässt sich untergliedern in:

- Ausarbeitung der Fragestellung
- Bestandsaufnahme und –bewertung (Analyse)
- Erarbeitung von Konzepten, Strategien und Maßnahmen

5. Lernziele

- Theoretische und praktische Auseinandersetzung mit städtischem Einzelhandel und städtischen Zentren und damit das Kennenlernen verschiedener Perspektiven auf Räume
- Theoretische und praktische Auseinandersetzung mit Planungs- und Entscheidungsstrukturen sowie planerischen Maßnahmen, Instrumenten und Strategien
- Methoden, wissenschaftliches Arbeiten
- Projektmanagement (u.a. Kommunikation und Gesprächsführung/Moderation in der Teamarbeit)
- Präsentation
- Verfassen schriftlicher wissenschaftlicher Arbeiten