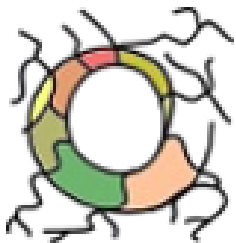


# Einkaufszentren und ihre wirtschaftlichen Auswirkungen

Öffentliche Debatte, Bozen 23.01.15

Michael Schlauch, B.Sc. Wirt.-Ing



Email: [michael@rhizomaticdesign.net](mailto:michael@rhizomaticdesign.net)

**rhizomaticdesign.net**

transdisciplinary problem solving

**smappamenti.org**

(s)mappature fatte

da cittadini e cittadine



# Erwartungen und Hoffnungen

- salto.bz: Interview mit Luis Durnwalder 7.10.14:

„Bozen hat sein Gesicht verloren, seine Identität. Es war von jeher eine **Handelsstadt**. Und da braucht es endlich eine **Aufwertung**. [...] Und vergessen wir nicht in dem Ganzen – die Schaffung von **Arbeitsplätzen**.“

- GMA: Öffentliche Debatte, 9.1.15:

Einkaufszentren...ziehen **Besucher** in die **Innenstädte**, sind **Wettbewerb** für Anbieter in Fußgängerzonen und am Stadtrand

# Kernfragen

Heißt **Einkaufszentrum** stets...?



1) Aufwertung der Innenstadt?



2) Kaufkraftströme von außerhalb?



3) Insgesamt neue Arbeitsplätze?



4) Fairer Wettbewerb?

# Empirische Daten

- Studie: **Deutsche Forschungsgemeinschaft:**  
"Auswirkungen innerstädtischer Shopping Center auf die gewachsenen Strukturen der Zentren", Auswertung Daten 70 verschiedene Städte in Deutschland 1996-2006  
zitiert aus: Thomas Krüger, Monika Walther in [Shopping Malls](#), Wehrheim (Hrsg.), VS-Verlag 2007
- **Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen u. Verkehr Nordrhein-Westfalen:** „Arbeitshilfe innerstädtische Einkaufszentren“ und „Wirkungsanalyse zur Ansiedlung großer Einkaufszentren“, 2008  
zitiert aus: Junker, Kühn, Pump-Uhlmann: [Arbeitshilfe](#) Innerstädtische Einkaufszentren, 2011

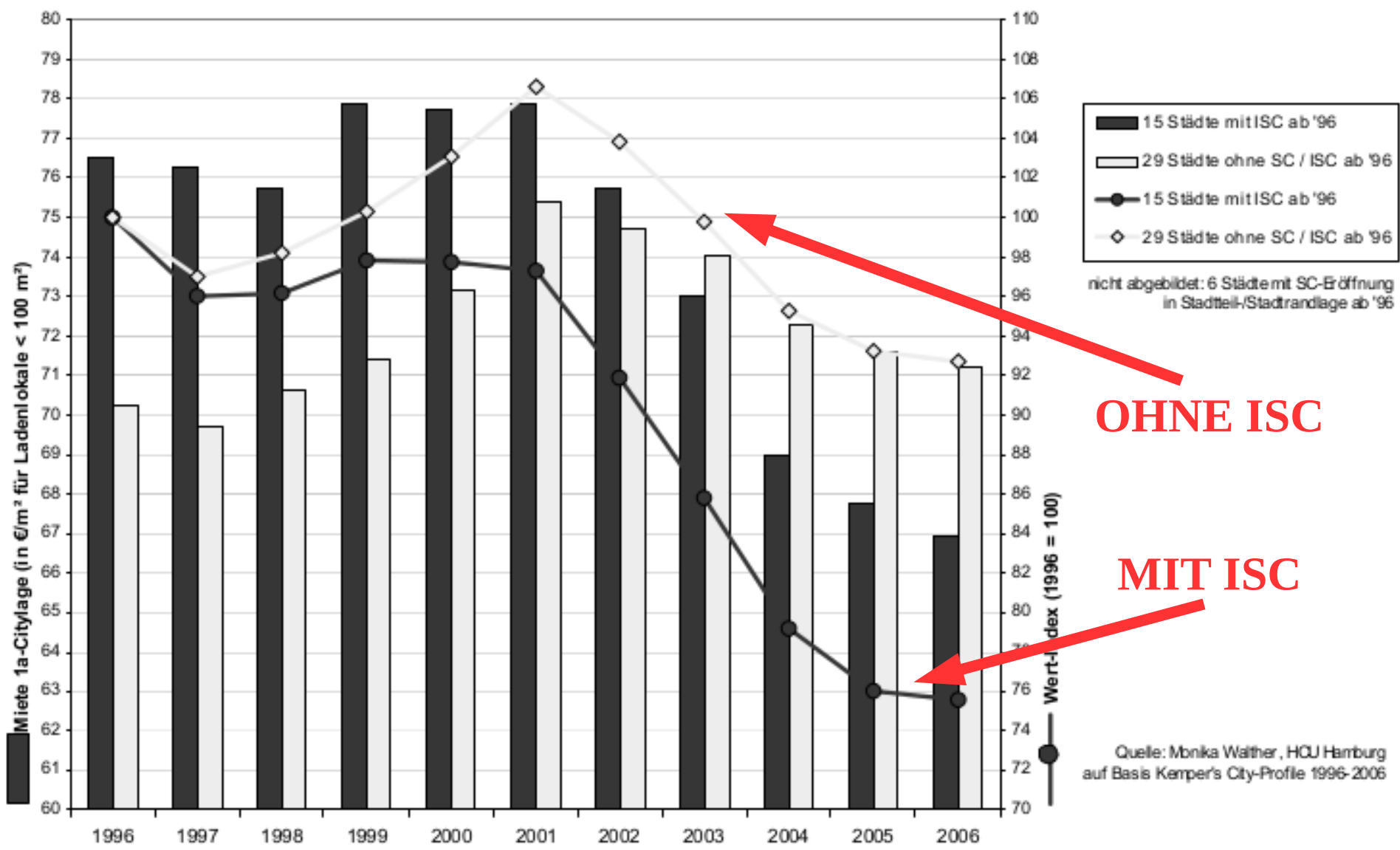
# Beobachtungen

DFG-Studie: Auswirkungen innerstädtischer Shopping Center:

*„Ein eindeutiger Zusammenhang ist jedoch zwischen der Ansiedlung eines ISC und einer **deutlich negativen** Mietpreis- und Immobilienwert-Entwicklung in den gewachsenen Citylagen auszumachen.“*

Ausnahmen: **Einkaufsmetropolen** wie München, Hamburg, Düsseldorf, Köln oder Stuttgart

Abbildung 2: Entwicklung der Ladenmieten und Immobilienwerte in 1a-Citylagen von 50 kreisfreien westdeutschen Städten unter 500.000 Einwohnern



ISC = „Innerstädtisches Einkaufszentrum“

Quelle: Monika Walther, HCU Hamburg auf Basis Kemper's City-Profile 1996-2006

# Ursachen

Ansiedlung des Shopping-Centers

Passantenfrequenz in der Umgebung sinkt

Umsatz sinkt

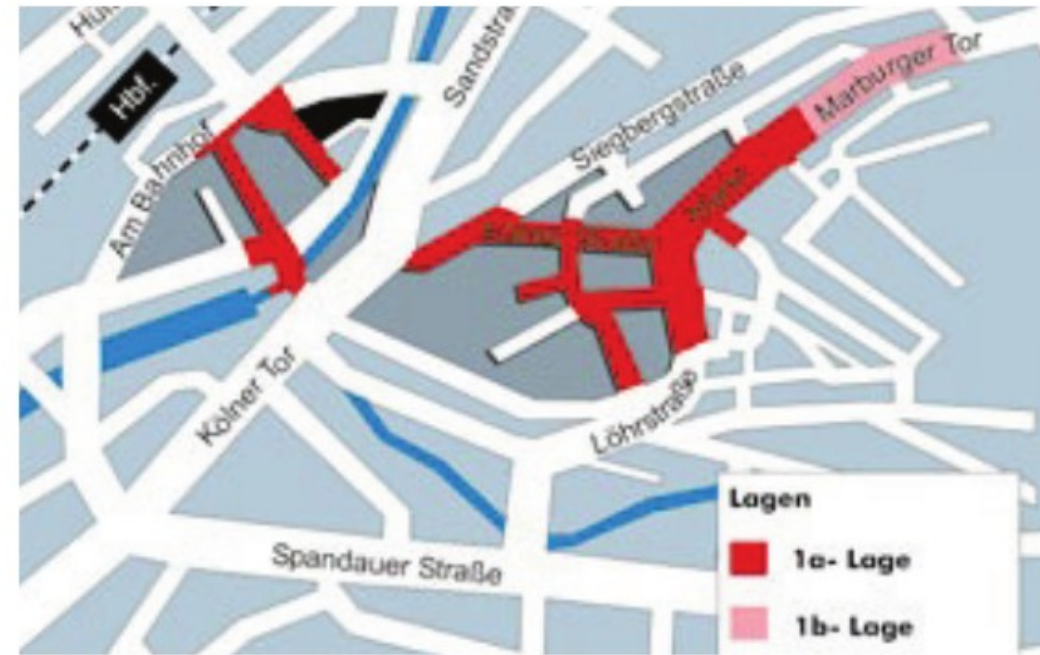
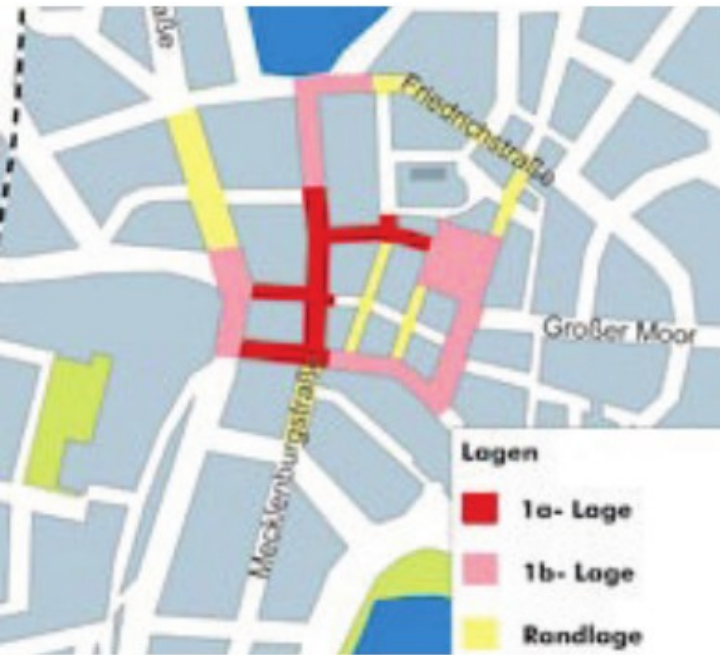
Läden schließen, Immobilien werden unattraktiv

Immobilienpreise sinken bzw. Leerstand

**Umsatzumverteilung** innerhalb der Stadt



Siegen 1997 und 2007



Entwicklung der  
1a-Lage  
Schwerin 1997  
Schwerin 2004





# Kernfragen

## Heißt Einkaufszentrum stets...?



1) ~~Aufwertung~~ der Innenstadt

..nicht bei Städten mit weniger als 500.000 Einwohnern



2) Kaufkraftströme von außerhalb?



3) Insgesamt neue Arbeitsplätze?



4) Fairer Wettbewerb?

# Umsatzentwicklung Einzelhandel

- Laut DFG-Studie (c.f. Krüger u. Walther, S.194)
  - Bundesdurchschnitt 1996-2006:  
**-2%**  
(Auswirkungen Online Shopping etc.)
  - 70 Städte mit innerstädtischem Einkaufszentrum:  
**-7,5%**
  - Kleinere Städte (<250tsd) mit Shopping Mall:  
**-10%**

# Auswirkungen

**-10% Umsatz**, Was bedeutet das?

→ insgesamt keine positive Wirkung auf Wirtschaft und Arbeitsplätze nachweisbar, vor allem bei kleinen Städten

→ **Arbeitsplatzabbau** in regionaler und lokaler Wertschöpfung und im bestehenden Einzelhandel **überwiegt** neue Arbeitsplätze im Center



# Kernfragen

## Heißt Einkaufszentrum stets...?



1) ~~Aufwertung~~ der Innenstadt

..nicht bei Städten mit weniger als 500.000 Einwohnern



2) Kaufkraftströme von außerhalb?



3) Insgesamt ~~neue Arbeitsplätze~~

keine gesamtwirtschaftliche Umsatzsteigerung



4) Fairer Wettbewerb?

# Kaufkraftströme

Bozen: Handelstadt oder „im Dornröschenschlaf“?

- Indikator:

**Einzelhandelszentralität<sup>1</sup> =**

Einzelhandelsumsatz

x 100 %

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Einwohner

Beispiele:

**Einzelhandelszentralität 100:**

Kaufkraftzufluss und Kaufkraftabfluss wiegen sich auf

**Einzelhandelszentralität <100:**

Kaufkraft fließt ab, Leute gehen woanders einkaufen

**Einzelhandelszentralität >100:**

Kaufkraft fließt aus dem Umland in die Stadt

1) retail centrality index

# Vergleich Einzelhandelszentralität

- Bozen: 152<sup>1</sup>
- Innsbruck: 151<sup>3</sup>
- Salzburg: 121<sup>3</sup>
- München: 115,6<sup>2</sup>
- Hamburg: 111,0<sup>2</sup>
- Berlin: 105,2<sup>2</sup>

1) Einzelhandelsstruktur-/Kaufkraftstromuntersuchung Südtirol, Detailauswertung  
Bozen – Provinz Bozen/CIMA GmbH 2008

2) GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2013

3) S. 81 in J.Will Ecostra GmbH: Strukturanalyse des Einzelhandels 2009 im Auftrag der  
Stadt Innsbruck, Land Tirol und Wirtschaftskammer Tirol



# Bozen: 152 - Interpretationen

Der Netto-Zufluss an Kaufkraft aus dem Umland übersteigt bereits die Hälfte von dem, was alle Einwohner Bozens insgesamt im Einzelhandel ausgeben können

Weiterer Kaufkraftabzug schadet Nebenzentren wie Brixen/Meran und beeinträchtigt die **Entwicklung des ländlichen Raumes:**

„Wir werden alles unternehmen, die jungen Familien sowie den **ländlichen Raum in Südtirol** zu stärken und Rahmenbedingungen **für Arbeit**, Wohnung und Familie zu schaffen.“, [Kernthemen](http://Kernthemen) SVP, [svp.eu](http://svp.eu)

# Kernfragen

## Heißt Einkaufszentrum stets...?



1) ~~Aufwertung~~ der Innenstadt

..nicht bei Städten mit weniger als 500.000 Einwohnern



2) ~~Kaufkraftströme~~ von außerhalb

Nicht, wo Kaufkraftströme aus dem Umland bereits ausgereizt sind



3) Insgesamt ~~neue Arbeitsplätze~~

keine gesamtwirtschaftliche Umsatzsteigerung



4) Fairer Wettbewerb?

# Fairer Wettbewerb Instrumente der Gemeinde

Laut Arbeitshilfe Innerstädtische Einkaufszentren 2011:

Kritischer Faktor: **Autarkie**

Wie wahrscheinlich ist es, dass eine Person das Einkaufszentrum nicht mehr verlässt, bevor sie nach Hause fährt?

- Einkaufszentrum als erster Zufluchtsort, z.B. durch Zufahrtswege und Parkplätze
- Funktionelle Optimierung auf Konsum: z.B. Gastronomie dient zur Erhöhung der Aufenthaltsdauer  
Querfinanzierungen/begünstigungen z.B. des Parkraumes, Steuerung der Fußgängerströme (Verschluss nach außen)

# Sigma-Kaufhaus: Verkehrsströme

Einkaufszentrum dominiert Zugang zur Innenstadt (PKW, ÖPNV, Bahnhof..)

Zufahrt Nordost

Bahnhof

Drususallee

Legende

- 1a-Lage
- 1b-Lage
- 2-Lage

Grundlage: GfM  
Bearbeitung 2014





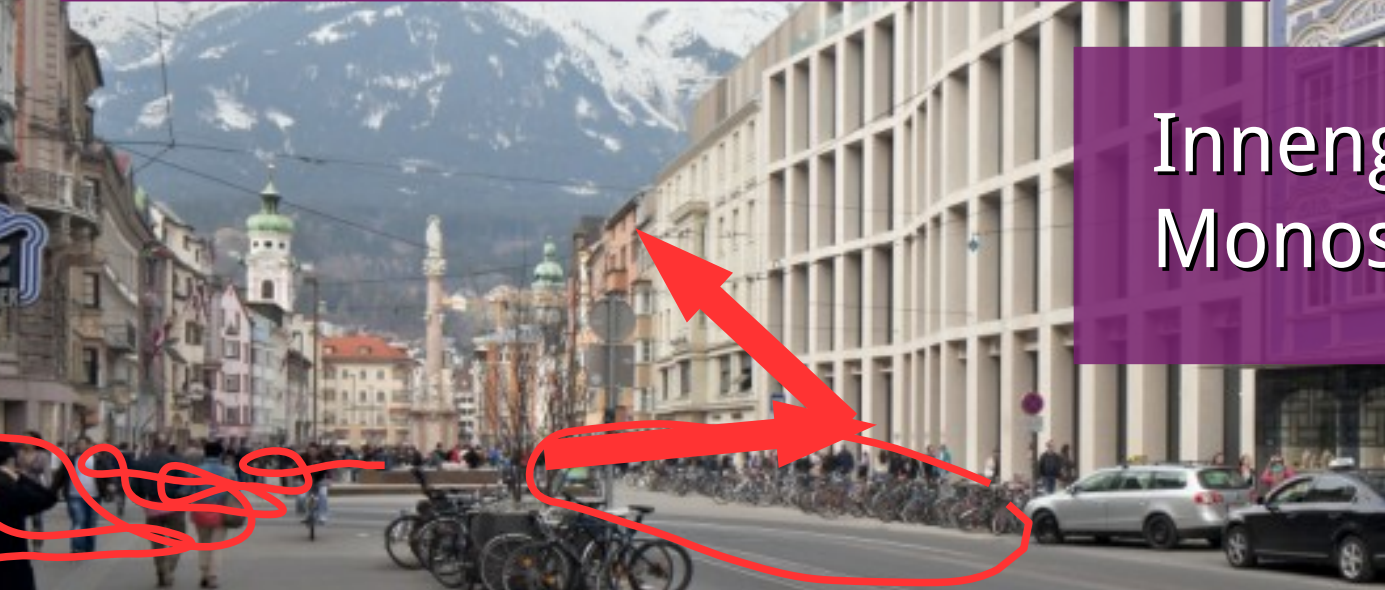


# Größe

- Größe: ab 15.000 qm komplettes Warenspektrum vertreten: Umsatzverluste im Hauptgeschäftsbereich durch Angebotsduplizierung
- Sigma Kaufhaus ursprünglich: 115.000 qm (über 50% der gesamten Handelsfläche Bozens!)
- Vorgabe: 22.000 qm, immernoch  $> 15.000$  qm

# Struktur

Innengewandte  
Monostruktur ungünstig



Geschlossenes Einkaufszentrum  
(Sternsystem)



# Struktur'



„Offenes“ bzw. teiloffenes  
Einkaufszentrum

Trend: das offene Center: mehrere  
kleine Baukörper, Bewahrung des  
öffentlichen Raumes



# Zugang und Barrieren

- **Parkplätze als Besuchermagnet**
- Kaufhaus Bozen: 700 Parkplätze bei 22000qm
- 31 qm Verkaufsfläche/Stellplatz, Vorteil gegenüber Stadtdurchschnitt (mehr Parkplätze pro gleiche Verkaufsfläche als im historischem Zentrum)
  - private Tiefgarage fungiert als Magnet, Wettbewerbsnachteil für historisches Zentrum (dort Parkplätze **durch Urbanistik begrenzt**)
  - Verkaufsfläche/Stellplatz an normales Innenstadtniveau anpassen (z.B. mit Stellplatzsatzung) oder vom Einkaufszentrum trennen u. öffentlich zugänglich machen

# Kernfragen

## Heißt Einkaufszentrum stets...?



1) ~~Aufwertung~~ der Innenstadt

..nicht bei Städten mit weniger als 500.000 Einwohnern



2) ~~Kaufkraftströme~~ von außerhalb

nicht, wo Kaufkraftströme aus dem Umland bereits ausgereizt sind



3) Insgesamt ~~neue Arbeitsplätze~~

keine gesamtwirtschaftliche Umsatzsteigerung



4) ~~Fairer~~ Wettbewerb

Strukturelle Wettbewerbsnachteile hinsichtlich Parkplätze, Erreichbarkeit und Verkaufsflächengröße (Autarkie) in Innenstadt