

Einfluss von innerstädtischen Shoppingcentern (ISC) auf die Stadtstruktur und den bestehenden innerstädtischen Einzelhandel

Am Beispiel von zwei neu erbauten innerstädtischen
Shoppingcentern in der Landeshauptstadt Stuttgart

Von der Fakultät Architektur und Stadtplanung der Universität Stuttgart
zur Erlangung der Würde eines Doktors der
Ingenieurwissenschaften (Dr.-Ing.) genehmigte Abhandlung

Vorgelegt von

Dipl.-Ing. Frank Böhme geb. in Arnstadt/Thüringen

Hauptberichter: Prof. a. D. Dr. Franz Pesch

Mitberichter: Prof. Dr. Thomas Beyerle

Tag der mündlichen Prüfung: 11.07.2022

Universität Stuttgart

Städtebau-Institut

Lehrstuhl Stadtplanung und Entwerfen

2022

Danksagung

Für die Unterstützung und das Interesse an der Arbeit, die sich über einen 5-jährigen Betrachtungszeitraum erstreckte, möchte ich mich bei verschiedenen Persönlichkeiten und Institutionen bedanken.

Mein ganz besonderer Dank gilt Herrn Prof. a.D. Dr. Franz Pesch, der es auf sich genommen hat, auch über seine Zeit an der Universität Stuttgart hinaus, die Arbeit konstruktiv und zielgerichtet zu begleiten und mir wichtige und unverzichtbare Hinweise und Anregungen bei der Erstellung der Arbeit zu geben. Für mich als „Spätberufener“ war er Ratgeber und Diskussionspartner, der mich auch auf wichtige Publikationen und Ausarbeitungen aus dem wissenschaftlichen Bereich hingewiesen hat, die mir aus meinem beruflichen Umfeld nicht automatisch präsent waren.

Bei Frau Bettina Fuchs, ehemalige Citymanagerin der CIS, City-Initiative Stuttgart e.V. und den Mitgliedern der CIS, möchte ich mich für die Geduld bedanken. Die jährliche Befragung dieses Fachgremiums und ihr durch hohe Fachkompetenz getragenes Meinungsbild sind ein wichtiger Indikator für die Wahrnehmung der Entwicklung der beiden neuen ISC.

Herrn Martin Eisenmann, Referatsleiter bei der IHK Region Stuttgart, Bezirkskammer Böblingen, gilt mein Dank für die Unterstützung bei der Erfassung der wirtschaftlichen Makrodaten für die Stadt Stuttgart und die Region.

Ich danke Herrn Michael Bräutigam, Geschäftsführer Colliers Bräutigam & Krämer Stuttgart, mit dem mich eine inzwischen 35-jährige berufliche Freundschaft verbindet, für die einzelhandelsspezifischen Fakten und Daten sowie die fachlichen Diskussionen und Zusammenarbeit, die mein Interesse für diese Arbeit geweckt haben.

Für das Engagement und die Geduld bei der redaktionellen Bearbeitung der Arbeit und der grafischen Gestaltung möchte ich mich ganz herzlich bei Frau Eva-Maria Schulte und Frau Sarah Pomiersky bedanken.

Stuttgart, August 2021

Zusammenfassung

Als Architekt mit einer langjährigen Berufserfahrung als Bauherrenvertreter im gewerblichen Immobilienbereich habe ich Immobilienprojekte immer ganzheitlich, d.h. von ihrer planerischen und von ihrer betriebswirtschaftlichen Seite betrachten können. Es hat mich gereizt, diesen fachübergreifenden Ansatz in einer wissenschaftlichen Arbeit zu vertiefen.

Die Beschäftigung mit Einzelhandelsimmobilien und die besondere Situation in Stuttgart, dass zeitgleich zwei große ISC in unterschiedlichen Stadtbereichen entwickelt und realisiert wurden, gab einen Anstoß zu dieser Arbeit. Der Betrachtungszeitraum von einem Jahr vor Eröffnung bis vier Jahre nach Fertigstellung gibt eine zeitliche Basis, um die Einflussfaktoren auch in ihrer zeitlichen Dimension und Wirkung zu betrachten.

Die Untersuchungsgebiete dieser Arbeit umfassen sowohl städtebauliche und planerische Einflussfaktoren als auch betriebswirtschaftliche und makroökonomische Zusammenhänge. So werden die städtebaulichen Veränderungen im Umfeld der ISC erfasst, aber auch die Veränderungen von Mietpreisen im einzelhandelswirtschaftlichen Umfeld sowie die Auswirkungen auf die makroökonomischen Kennzahlen der Stadt.

Die Erkenntnisse und identifizierten Einflussfaktoren können Anhaltspunkte und Empfehlungen sowohl bei der im Moment sicher geringen Anzahl von Neuentwicklungen von ISC in Deutschland, als auch bei der Umgestaltung und Revitalisierung von bestehenden ISC sein.

Trotz der Herausforderungen und unsicheren Perspektiven, der sich der stationäre Einzelhandel derzeit aus verschiedenen Gründen, wie Internethandel und Pandemie stellen muss und der Sorge um die daraus resultierende sinkende Attraktivität der Innenstädte bleibt

festzustellen, dass das Gefüge Stadt den Einzelhandel braucht und dass der Einzelhandel die Stadt braucht.

Abstract

As an architect with many years of professional experience as a client representative in the real estate business, I have learned to have a holistic view on real estate projects that means to see the technical planning and the economical questions. It seemed to be scientifically interesting to me, to work out this interdisciplinary approach in a scientific work.

The analysis of retail real estate and the special situation in the city of Stuttgart, where at the same time two big shopping centers located at different sites in the inner circle of the city were build, was the impulse for this work. The observation period starting one year before opening and lasting until four years after realization gives a valid time base to identify the influencing factors regarding their temporal dimension and their effect.

The study areas include technical and urban planning questions as well as economic and macroeconomic questions. The urban changes in the vicinity of the shopping centers are being recorded as well as the changes of commercial rent and the influence on the macroeconomic key figures of the city of Stuttgart.

The findings as well as the identified influencing factors give insight and recommendations for the currently small number of developments of new shopping centers in Germany, but also in case of reorganization and revitalization of existing shopping centers.

In spite of the challenges and the uncertain future retail business faces due to various reasons such as e-commerce, pandemic diseases and the concern of the declining attractiveness of the inner cities, it is undisputed that: the urban fabric needs retail and retail needs the city.

Inhaltsverzeichnis	6
Abbildungsverzeichnis.....	11
Tabellenverzeichnis.....	12
Abkürzungsverzeichnis	14

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	15
2 Entwicklung der ISC in Deutschland.....	18
2.1 Entwicklung der peripheren Shoppingcenter.....	
in Deutschland	18
2.1.1 Nachbarschaftszentren	21
2.1.2 Stadtteilzentren.....	21
2.1.3 Regionale Shoppingcenter	22
2.1.4 Eigentümerstruktur von SC.....	23
2.1.5 Konzeption der SC/ ISC	24
2.2 Entwicklung der innerstädtischen Shoppingcenter ISC.....	
in Deutschland	32
2.3 Lage der beiden neuen ISC im Stadtgebiet Stuttgart	44
2.3.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen.....	44
2.3.2 Die Standorte der beiden ISC	48
2.3.3 Der Standort Milaneo	49
2.3.4 Städtebauliche Struktur des direkten Umfeldes.....	
des Milaneo.....	52
2.3.5 Standort Gerber.....	54
2.3.6 Städtebauliche Struktur des direkten Umfeldes.....	
des Gerber	56

2.4	Konzeption der beiden ISC Milaneo und Gerber	58
2.4.1	Spezifische Größe und Nutzungsarten der beiden ISC...	59
2.4.2	Handelsspezifische Konzeption (Branchenmix) der ISC..	68
3	Analyse der Entwicklung des an die ISC..... angrenzenden städtebaulichen und kleinräumlichen..... Umfeldes	74
3.1	Verteilung der Einzelhandelsnutzungen in Stuttgart..... vor Eröffnung der beiden ISC	74
3.2	Das städtebauliche Umfeld des ISC Milaneo	75
3.3	Das städtebauliche Umfeld des ISC Gerber	77
3.4	Beschreibung der stadtstrukturellen Untersuchung.....	79
3.4.1	Entwicklung der Handelsstruktur im Umfeld des..... ISC Gerber.....	80
3.4.2	Entwicklung der Handelsstruktur im Umfeld..... des ISC Milaneo	83
3.5	Stadträumlicher Zustand im Umfeld der beiden ISC	84
4	Analyse der einzelhandelsspezifischen Veränderung..... durch die beiden ISC	87
4.1	Befragung der CIS und Erfassung von..... Presseinformationen über die beiden ISC	87
4.1.1	Grundzüge der empirischen Sozialforschung	87
4.1.2	Befragung der City Initiative Stuttgart e.V. (CIS)..... 2014-2018.....	89
4.1.3	Presseberichterstattung über die ISC..... mit Individualmeinungen	101
4.2	Passantenfrequenz und Einzelhandel.....	104

4.2.1	Ergebnisse der Messungen der Passantenfrequenz..... an den beiden ISC Standorten in den Jahren..... 2014-2018 bzw. 2015-2018.....	109
4.2.2	Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des..... ISC Gerber 2014-2018	110
4.2.3	Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des..... ISC Milaneo 2015-2018	111
4.2.4	Entwicklung der Passantenfrequenz in der..... Königstraße Stuttgart 2013-2018 und in..... den Untersuchungsbereichen.....	112
4.3	Entwicklung der Einzelhandelsmieten	113
4.3.1	Einflussfaktoren auf die Höhe und die Entwicklung..... der Einzelhandelsmieten.....	114
4.3.2	Entwicklung der Einzelhandelsmieten in..... Deutschland 2010-2018.....	117
4.3.3	Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart.....	119
4.3.4	Entwicklung der Einzelhandelsmieten in..... Stuttgart 2010-2014-2018.....	121
4.4	Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Werte..... der LH Stuttgart und der Region	125
4.4.1	Einordnung der LH Stuttgart in..... den Landesentwicklungsplan	125
4.4.2	Statistische Kennzahlen für die Bewertung..... der einzelhandelstechnischen Entwicklung.....	126
4.4.3	Kaufkraftbindung/ einzelhandelsrelevante Kaufkraft...	128
4.4.4	Einzelhandelsumsatz im stationären Einzelhandel..... je Einwohner (Umsatzkennziffer).....	130

4.4.5	Entwicklung der Anziehungskraft der LH Stuttgart..... im Vergleich zu ausgewählten Städten der Region..... in den Jahren 2013-2018	132
4.4.6	Vergleich der Umsatzentwicklung in Stuttgart..... mit ausgewählten Standorten in der Region..... von 2013-2018	134
5	Querschnittsauswertung der Untersuchungsfelder.....	139
5.1	Entwicklung der medialen Wahrnehmung der beiden..... ISC in der Öffentlichkeit	141
5.2	Entwicklung der Passantenfrequenz.....	141
5.3	Entwicklung der Einzelhandelsmieten.....	142
5.4	Entwicklung der Zentralität der Stadt Stuttgart	143
5.5	Einfluss der beiden ISC auf die Entwicklung der..... Stadtstruktur	144
5.5.1	Städtebauliche Querschnittsauswertung.....	146
5.5.2	Städtebauliche Folgerungen	147
5.5.3	Folgerungen in stadträumlicher Hinsicht	148
5.5.4	Folgerungen in stadtstruktureller Hinsicht	149
6	Resümee und Ausblick	151
1	Methodischer Anhang.....	157
1.1	Gebäudenutzungen/Nutzungskartierung im Umfeld..... der beiden ISC	157
1.1.1	Standort Milaneo	158
1.1.2	Standort Gerber.....	159
	Fotodokumentation: Ausgewählte Veränderungen..... der Handelsnutzungen im EG im Umfeld der beiden.,..... neuen ISC 2013-2018.....	163

1.1.3	ISC Das Gerber	163
1.1.4	ISC Milaneo	165
1.2	Messung der Passantenfrequenz	166
	Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC.....	
	Gerber 2014-2018	167
	Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC.....	
	Milaneo 2015-2018.....	167
1.2.1	Lage der Standorte zur Messung der.....	
	Passantenfrequenz.....	169
1.3	Expertengespräche	170
	Literaturverzeichnis.....	172

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Southdale Center, Minneapolis	18
Abb. 2	Mädler Passage, Leipzig	24
Abb. 3	Calwer Passage, Stuttgart	25
Abb. 4	Rhein-Ruhr-Zentrum, Mülheim an der Ruhr	28
Abb. 5	Breuningerland, Sindelfingen	29
Abb. 6	Lage der beiden neuen ISC im Stadtgebiet	43
Abb. 7	Abgrenzungsvorschlag A-Zentrum City	48
Abb. 8	Umfeld Milaneo, Ansicht Heilbronner Str./ Wolframstr.	53
Abb. 9	Tübinger Straße	54
Abb. 10	Milaneo, Modellbild	58
Abb. 11	Milaneo, Geschossgrundriss EG 1	60
Abb. 12	Milaneo, Geschossgrundriss EG 2	61
Abb. 13	Milaneo, Geschossgrundriss OG 1	61
Abb. 14	Milaneo, Ansicht Wolframstr.	62
Abb. 15	Milaneo, Innenraum Rotunde	63
Abb. 16	Gerber, Ebene 0	64
Abb. 17	Gerber, Ebene 1	65
Abb. 18	Gerber, Ebene 2	66
Abb. 19	Gerber, Ansicht Paulinenbrücke	67
Abb. 20	Erfasste relevante Einzelhandelsflächen im Bereich Gerber	81
Abb. 21	Erfasste relevante Einzelhandelsflächen im Bereich Milaneo	83
Abb. 22	Dorotheen Quartier, Stuttgart	147
Abb. 24	DOQU Garden, Jungle in the City, Dorotheen Quartier, Stuttgart	155
Abb. 25	Lage der Standorte zur Messung der Passantenfrequenz Bereich Gerber	166
Abb. 26	Lage der Standorte zur Messung der Passantenfrequenz Bereich Milaneo	167

Tabellenverzeichnis

Tab. 1	Anzahl der Einkaufszentren in Deutschland in den Jahren von 1965 bis 2017	32
Tab. 2	Entwicklung der Einwohnerzahl in Stuttgart seit 1970	47
Tab. 3	Gegenüberstellung Eckdaten Milaneo-Gerber	59
Tab. 4	Branchenmix Milaneo	68
Tab. 5	Branchenmix Gerber	69
Tab. 6	Neuvermietungen Umfeld ISC Gerber 2014-2018	82
Tab. 7	Etablierung der Läden am Standort im Bereich ISC Gerber	82
Tab. 8	CIS Umfrage: Frage 1, Welche Unternehmensform hat Ihr Unternehmen?	90
Tab. 9	CIS Umfrage: Frage 2, Stellen die Center für Ihr Unternehmen eine Konkurrenz dar?	91
Tab. 10	CIS Umfrage: Frage 3, Gründe für die Konkurrenzsituation?	92
Tab. 11	CIS Umfrage: Frage 4, Haben Sie Flächen in den Centern angemietet?	93
Tab. 12	CIS Umfrage; Frage 5, Werden die Center langfristig Auswirkungen auf den Umsatz in den Fußgängerzonen haben?	94
Tab. 13	CIS Umfrage: Frage 6, Welches Center ist bei den folgenden Kriterien erfolgreicher?	95
Tab. 14	CIS Umfrage: Frage 7, Welche Faktoren sehen Sie als Basis für den Erfolg der Center an?	96
Tab. 15	CIS Umfrage: Frage 8 Welche Auswirkungen erwarten Sie im direkten Umfeld der Center?	97
Tab. 16	CIS Umfrage: Frage 9, Beeinflussen die Center die Entwicklung der Handelsmieten in den A-Lagen?	98
Tab. 17	CIS Umfrage: Frage 10, Beeinflussen die Center die Entwicklung der Handelsmieten in den B-Lagen?	99
Tab. 18	CIS Umfrage: Frage 11, Verändert sich durch die Center die Kaufkraftbindung/ Zentralität von Stuttgart?	100
Tab. 19	CIS Umfrage: Frage 12, Wie wird sich der Einzelhandelsumsatz Weihnachten durch die Center verändern?	101
Tab. 20	Ausgewählte Zitate aus Presseveröffentlichungen	102

Tab. 21	Entwicklung der Passantenfrequenz pro Stunde im Bereich des ISC Gerber	110
Tab. 22	Entwicklung der Passantenfrequenz pro Stunde im Bereich des ISC Milaneo	111
Tab. 23	Passantenfrequenz im Bereich der beiden neuen ISC (2014-2018), September (12.00- 13.00) im Vergleich zur Königstraße	112
Tab. 24	Entwicklung Onlineumsatz in Deutschland (2000 – 2018)	115
Tab. 25	Spitzenmietpreisindex Ladenflächen	117
Tab. 26	Spitzenmieten Einzelhandel in 1A - Lagen	118
Tab. 27	Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland	119
Tab. 28	Flächenbestand Einzelhandel in Stuttgart (2000-2019)	122
Tab. 29	Flächenumsatz und Anzahl der Vermietungen im Einzelhandel in Stuttgart (2007-2018)	123
Tab. 30	Mietpreisentwicklung Stuttgart - Spitzenmietpreise (2006-2018)	123
Tab. 31	Spitzenmieten in den Top 7	124
Tab. 32	Ausgewählte Shoppingcenter im Umkreis von Stuttgart	125
Tab. 33	Einzelhandelsumsatz pro Einwohner (2013-2018)	129
Tab. 34	Kaufkraftindex (2013-2018)	130
Tab. 35	Einzelhandelsumsatz (2013-2018)	131
Tab. 36	Zentralitätskennziffern Stuttgart und Umgebung (2013-2018)	133
Tab. 37	Veränderung der Zentralitätskennziffern Stuttgart und Umgebung (2015- 2018) (ab Eröffnung der ISC)	133
Tab. 38	Umsatzentwicklung absolut Stuttgart und Umgebung (2013-2018)	135
Tab. 39	Umsatzentwicklung im Verhältnis zum Vorjahr Stuttgart und Umgebung (2013-2018)	136
Tab. 40	Entwicklung Einzelhandelsumsatz absolut in Stuttgart (2013-2018)	136

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
CIS	City Initiative Stuttgart e.V.
DSSW	Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft
Difu	Deutsches Institut für Urbanistik
DL	Dienstleistungen
EG	Erdgeschoss
EKZ	Einkaufszentrum
e.V.	Eingetragener Verein
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GFZ	Geschossflächenzahl
gif	Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V.
GRZ	Grundflächenzahl
Hg.	Herausgeber
IHK	Industrie und Handelskammer
ISC	Innerstädtisches Shoppingcenter
IZ	Immobilien Zeitung
JLL	Jones Lang Lasalle (JLL)
LH	Landeshauptstadt
OG	Obergeschoss
SC	Shoppingcenter
SO Gebiet	Sondergebiet
STN	Stuttgarter Nachrichten
STZ	Stuttgarter Zeitung
UG	Untergeschoss
VKF	Verkaufsfläche

1 Einführung

Die Besonderheit, dass in Stuttgart, einer Stadt mit ca. 600.000 Einwohnern (2014) und einer sehr zentral auf den Innenstadtbereich ausgerichteten Einzelhandelslandschaft mit ca. 588.000 m² Einzelhandelsfläche (Stand 2016), zeitgleich an einem städtebaulich integrierten und an einem nicht integrierten Standort am Rand der City zwei ISC mit zusammen ca. 67.000 m² Handelsfläche entwickelt und realisiert wurden, eröffnete die Möglichkeit, vergleichende Untersuchungen über die Einflussfaktoren einerseits auf das direkte städtische Umfeld, andererseits auf das Marktgeschehen in der Stadt und die Stellung der Stadt im Verhältnis zu den relevanten Städten im Umland durchzuführen. Die Untersuchungsschwerpunkte dieser Arbeit sind sowohl im städtebaulichen als auch im immobilienwirtschaftlichen Bereich angesiedelt. Der Betrachtungszeitraum (2014-2018), ein Jahr vor Eröffnung der Center bis vier Jahre nach Eröffnung, erlaubt eine ex ante und eine begrenzte ex post Betrachtung der unterschiedlichen Untersuchungsschwerpunkte. Der grundsätzliche Forschungsbedarf in diesem Bereich wurde bereits in der DSSW Studie (Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.) „Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt“ erkannt und entsprechende Ansätze für vertiefende Untersuchungen aufgezeigt.¹ Hieraus wurden Fragestellungen zu Aspekten der medialen Wahrnehmung der beiden neuen ISC, des Nachfrageverhaltens und der Standortentwicklung abgeleitet.

Beide ISC weisen eine Vielzahl von Parallelen auf:

- Die Realisierung und der Markteintritt erfolgten nahezu zeitgleich.

¹ Vgl. Beckmann, Linnhoff; DSSW- Studie, Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt, Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien, Berlin 2012

- Neben der Handelsnutzung weisen beide ISC zusätzliche Nutzungen wie Büro- und Wohnflächen auf.
- Die beiden Center sind in einem hohen Maß, nach innen introvertiert, auf die dreigeschossigen Malls ausgerichtet.
- Bedingt durch die Topografie ergeben sich jeweils zwei ebenerdige Zugangsbereiche der Malls.

Folgende Unterschiede sind zwischen den beiden ISC signifikant:

- Ein ISC befindet sich im Bereich der handelsorientierten gewachsenen Kernstadt (Gerber), das andere (Milaneo) liegt im Cityrandbereich ohne direkte Anbindung an das fußläufige Wegenetz der Innenstadt.
- Die Größe der Handelsflächen ist mit ca. 24.000 m² (Gerber) und ca. 50.000 m² (Milaneo) sehr unterschiedlich.

Aufgrund der Unterschiede in den beiden Standorten ergaben sich zwei Betrachtungsebenen. So wurden der Einfluss des jeweiligen Centers auf sein direktes Umfeld und die Innenstadt und der Einfluss beider ISC zusammen auf die Entwicklung der Einzelhandelsmieten und die Zentralitätswerte der LH Stuttgart untersucht.

Hieraus ergaben sich die folgenden immobilienwirtschaftlichen und stadträumlichen Fragestellungen:

- Wie wurden die bauliche Entwicklung und die ersten Jahre seit dem Markteintritt der beiden ISC in der fachbezogenen Öffentlichkeit wahrgenommen?
- Haben die beiden ISC Einfluss auf das Passantenverhalten im Umfeld der Center?
- Welchen Einfluss haben die ISC auf die Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart?

- Haben die ISC Einfluss auf die Zentralität der LH Stuttgart im Vergleich zu den in Konkurrenz stehenden relevanten Städten im Umland?
- Welchen Einfluss haben die beiden ISC auf das Stadtbild und die Stadtstruktur im Umfeld der ISC?

2 Entwicklung der ISC in Deutschland

Die Entwicklung der Shoppingcenter (SC) in Deutschland ist stark geprägt worden von der Entwicklung dieser Immobilienart in den USA. Die Erkenntnisse und Konzeptionen dieser Handelsform wurden von deutschen Investoren und Betreibern in den USA beobachtet und mit einem Zeitverzug von 5-10 Jahren für den deutschen Markt ab den 1960 er Jahren adaptiert und baulich durch erste SC umgesetzt. Aufgrund ihrer Größe stellen SC einen wichtigen Baustein im städtischen Gefüge und in der Handelslandschaft dar. Neben den SC wurden seit Mitte der 1990 er Jahre verstärkt innerstädtische Shoppingcenter (ISC) entwickelt. Diese Immobilientypen bilden als Kapitalanlage eine eigene wichtige Assetklasse im Immobilienbereich und sind von institutionellen Investoren stark nachgefragt. Der Anteil an SC betrug nach Veröffentlichungen von Colliers, (Deutschland) bei Investments in den Jahren 2017/2018 über 20 % in den Top 7 Standorten.

2.1 Entwicklung der peripheren Shoppingcenter in Deutschland

Die Entwicklung der Shoppingcenter (SC) in Deutschland beginnt in den 1960 er Jahren. Dabei handelte es sich um Shoppingcenter amerikanischer Prägung, die sich in den USA ab den 1950 er Jahren im Zuge der fortschreitenden Suburbanisierung der Städte entwickelt haben. In der Literatur werden in dem Zusammenhang die Entwürfe des aus Österreich stammenden amerikanischen Architekten Victor Gruen als Keimzelle dieses Bautyps in den USA genannt.² Als wegweisendes Beispiel nennt Robert Bruegmann das von Gruen entwickelte Southdale Shoppingcenter außerhalb von Minneapolis, das 1956 eröffnet wurde.³

² M. Jeffrey Hardwick, Mall Maker. Victor Gruen, Architect of an American Dream, Philadelphia 2004

³ Vgl. Lepik, Bader; World of Malls, 2016, S 93

Victor Gruen & Ass., *Southdale Center*, Minneapolis/Minnesota/USA (1952–56)



Abbildung 1: Holger Pump-Uhlmann, *Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie*, Berlin, 2011

Es war das erste klimatisierte und vollständig überdachte Einkaufszentrum. Die Läden waren alle mit ihren Ladenfronten nach innen zur Mall ausgerichtet. Die Mall als fußläufiger Erschließungsbereich der Läden bildete gleichsam den öffentlichen Raum innerhalb der Center. Nach außen stellten sich die Center mit ihren oft geschlossenen Fassaden als gestaltungsarme Funktionsbauten dar. Aufgrund ihrer oft peripheren und verkehrsorientierten Lage war keine Notwendigkeit zu einer städtebaulichen Einbindung gegeben oder angestrebt. Die meist ebenerdigen Parkplätze wurden in großzügiger Anzahl um das Center angeordnet. Pump-Uhlmann beschreibt in seinem Buch „Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie“ den konzeptionellen Ansatz von Gruen wie folgt: „Dem suburbanen Niemandsland wollte Gruen neben einem kommerziellen Versorgungsangebot auch ein kulturelles und soziales bieten. Traditionelle europäische Stadträume dienten dem aus Wien stammenden Architekten als Vorbild für sein architektonisches Konzept. Ein großes Kaufhaus als Mittelpunkt ergänzte er rundherum mit 90 Mietgeschäften, kleineren Supermärkten und Einzelhandelsläden. Fußwege und Kollonaden führten in dem

Gebäudekomplex wie Straßen und Gassen zu Plätzen und hofartigen Bereichen, die großzügig - wie die öffentlichen Räume europäischer Städte - gestaltet wurden.“⁴ Aus Sicht von Pump-Uhlmann verfolgte Gruen das Ziel, das Shopping-Center als Mittelpunkt neuer, kompakter Stadtteile zu etablieren. Die eher ökonomisch orientierte nordamerikanische Stadtplanung verhinderte diesen Wunsch. Die ins Auge gefasste Multifunktionalität trat immer weiter zu Gunsten der Perfektionierung der Konsummaschine in den Hintergrund. Nach außen weitestgehend abgeschottet, war die Shopping Mall sich selbst genug: eine ausschließlich konsumorientierte Großarchitektur. In Europa schließlich wurde das Shoppingcenter nach Auffassung von Pump-Uhlmann als idealer Bautypus für den großflächigen Einzelhandel einer Region begriffen, ohne die kulturellen Unterschiede des Wesens nordamerikanischer und europäischer Städte und deren Probleme überhaupt zu begreifen und zu berücksichtigen.

Eine juristische Definition für ein Shoppingcenter wurde 1990 in einem Urteil vom 27. April (BVerwG 4 C 16.87) in der folgenden Form gegeben: „Ein Einkaufszentrum im Sinne des § 11 Abs. 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 verschiedenartigsten Dienstleistungsbetrieben - voraus.“ Als Klassifizierung und Größenordnungen von SC hat sich in Deutschland die Definition von Bernd Falk, Institut für Gewerbezentren, Bad Urach / Starnberg etabliert:⁵ „ Mit dem Ziel, die Shopping - Center einzuordnen bzw. zu systematisieren, sind folgende Strukturmerkmale zu untersuchen:

- die Größe des Centers (Geschäftsfläche) ab 10.000 m²

⁴ Vgl.Hg. Pump-Uhlmann, Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie, Berlin, 2011

⁵ Vgl. Falk, Das große Handbuch Shoppingcenter, 1998

- die Größe des Haupteinzugsgebietes
- die Waren - und Dienstleistungsangebotsstruktur
- die bauliche Gestalt des Centers und
- die Art des Magnetmieters (anchor tenant)“

Hierauf aufbauend lassen sich folgende Klassifizierungen von Einkaufszentren ableiten, wobei der Vollständigkeit halber auch die Definition von Zentren erfasst wird, die nicht zum Untersuchungsumfang dieser Arbeit gehören.

2.1.1 Nachbarschaftszentren

Diese dienen vornehmlich der Nahversorgung eines relativ eng begrenzten, häufig fußläufig von vielen Kunden erreichbaren Einzugsgebietes mit Gütern des täglichen Bedarfs und angeschlossenen, kleinflächigen, umfeldorientierten Dienstleistungen. Die Flächengröße der Läden liegt bei 800 m² - 1.500 m² Verkaufsfläche. Häufig sind bei Läden für Lebensmittel oder Discountern kleinere Shop in Shop Zonen im Bereich vor den Kassen sowie kleinere Einheiten aus dem Bereich Drogerie, Bäcker, Metzger und Banken etc. in den Centern situiert. Es handelt sich mehrheitlich um eingeschossige Anlagen mit ebenerdigen und kostenlosen Parkplätzen. Die Läden sind zu den Parkierungsflächen orientiert.

2.1.2 Stadtteilzentren

Diese Center weisen ein deutlich größeres Einzugsgebiet als beim Nachbarschaftscenter auf und haben eine entsprechend größere Verkaufsfläche von bis zu 10.000 m². In ihrer Struktur sind sie durch das Vorhandensein von einem oder mehreren großflächigen Magnetbetrieben geprägt. Diese kommen häufig aus den Branchen Unterhaltungselektronik, Textil oder sind SB Lebensmittelanbieter. Die Gebäudestruktur sieht häufig mehrgeschossige Handelsflächen sowie Parkierungsflächen im UG oder auf dem Dach vor. Je nach Stadtstruktur

und - grÖÙe (zentral oder polyzentrisch) stehen diese Stadtteilcenter in direkter stadtinterner Konkurrenz zu der Summe der Einzelhandelsangebote in der City.

2.1.3 Regionale Shoppingcenter

Das Einzugsgebiet dieser Center ist nochmals deutlich grÖÙer und umfasst meist mehrere StÄdte, Kommunen und Landkreise. Aufgrund der GrÖÙe zwischen durchschnittlich 15.000 m² und 40.000 m², wobei es auch in Deutschland noch grÖÙere Center gibt (z.B. das Centro, Oberhausen, mit 70.000 m² NettoverkaufsflÄche, 10.500 ParkplÄtzen bei der ErÖffnung), sind in den Centern auch hÄufig mehrere, innerhalb des Centers im Wettbewerb stehende, groÙflÄchige Anbieter angesiedelt. In der Vergangenheit zÄhlten auch die KaufhÄuser zum festen Bestandteil von diesen Centern. Aufgrund der Fusionen von Kaufhauskonzernen und der schwierigen GeschÄftsentwicklung in diesem Segment, ist ihre Etablierung in neueren Centern selten geworden.

Bei dieser Ausformung der Shoppingcenter handelt es sich mehrheitlich um periphere, d.h. nicht innerstÄdtische, solitÄre oder oft in Verbindung mit der Entwicklung von planmÄÙigen Stadterweiterungen entstandene Standorte. Das groÙe Einzugsgebiet setzt eine iberdurchschnittlich gute Verkehrsinfrastruktur fÄr den Individualverkehr voraus. HÄufig sind die Center daher in der NÄhe von Autobahnen bzw. Autobahnabfahrten angesiedelt. Beispiele dieser Kategorie in der Umgebung von Stuttgart sind die beiden BreuningerlÄnder in Sindelfingen und Ludwigsburg Tamm.

Einen anderen Definitionsansatz wÄhlt Lademann.⁶ Er stellt auf das angebotene Handelssortiment ab. „Als Shoppingcenter werden ... Einkaufszentren bezeichnet, die ihr Sortiment iberwiegend auf

⁶ Vgl. Lademann; InnerstÄdtische Einkaufszentren, Eine absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse, GÖttingen 2011

Shoppinggüter ausgerichtet haben. Darunter versteht man Waren des persönlichen oder des Einrichtungs - und Freizeitbedarfs, die zugleich, at hand im Wege eines Einkaufsbummels gekauft werden können. Solche Sortimente sind wenig oder gar nicht transportsensibel und lassen sich noch fußläufig während des Einkaufsbummels mitführen.“

2.1.4 Eigentümerstruktur von SC

Im Gegensatz zu Warenhäusern und bei vielen innerstädtischen Handelsimmobilien, die von den Eigentümern entwickelt und betrieben wurden, stellt sich die Eigentümerstruktur bei Shopping –Centern verändert dar. Da bei Kaufhäusern die Immobilien als Mittel zum Zweck des Einzelhandelsangebotes mehrheitlich im Eigentum oder in einer eigentumsgleichen Gesellschaftsstruktur des Betreibers der Warenhäuser oder der Ladenbetreiber lagen, führte das in der Vergangenheit eher dazu, dass nicht der höchstmögliche Mietwert des Objektes aufgrund der Lage erste Priorität besaß, sondern die mögliche Sicherung eines nachhaltigen, ertragsorientierten Umsatzes durch den Betrieb des Warenhauses. Das hat sich bei vielen Warenhäusern inzwischen teilweise geändert. Insbesondere durch die Vermietung der teuren EG-Flächen an externe Handelsmieter sollen Mieterlöse generiert werden, die deutlich über den Mieterlösen liegen, die aus der eigenen Bewirtschaftung erzielbar sind und somit zu einer Subventionierung des eigenen Handelsergebnisses führen können. Im Gegensatz zu den Warenhäusern wurden die SC häufig von professionellen Immobilienentwicklern, sogenannten Developern, entwickelt, vermietet und an institutionelle Investoren / Kapitalanleger (offene oder geschlossene Fonds, Versicherungen, Versorgungswerke) verkauft. Somit löst sich die Einheit und Identifikation zwischen Eigentümer und Betreiber/ Nutzer auf. Der Investor ist vordringlich an einer nachhaltigen Verzinsung seines bei dieser Kapitalanlage eingesetzten Kapitals durch die Erwirtschaftung von nachhaltigen guten Mieterlösen

interessiert. Die Kapitalanlage in die eher längerfristig ausgerichtete Assetklasse „Immobilie“ steht dabei für den Investor im direkten Wettbewerb mit anderen möglichen Assetklassen vergleichbarer Risikostruktur wie Pfandbriefen, Kommunalobligationen oder anderen öffentlichen Wertpapieren und stellt somit nur eine von mehreren Möglichkeiten eines Investments dar. Eine emotionale oder strategische Bindung an die Immobilie im Rahmen einer Corporate Identity ist von einem reinen Kapitalinvestor eher weniger zu erwarten.

2.1.5 Konzeption der SC/ ISC

Das handelstechnische und planerische Konzept der Center erfolgte in der weiteren Entwicklung häufig auf Basis des zum Teil zwei – bis dreigeschossigen sog. „Knochenprinzips“. Unter dem Knochenprinzip versteht man bei Shoppingcentern die Aneinanderreihung von kleineren Läden und gastronomischen Angeboten in einer zentralen Mall zwischen zwei sog. Magneten, d.h. großflächigen häufig mehrgeschossigen Läden, z. B. Warenhäusern, großen Textilläden oder Großläden aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik. Diese planerische Konzeption erinnert bildlich an einen Knochen. „Wichtig für den Verbraucher ist sowohl eine breite Palette an Warengruppen als auch eine Vielzahl von Anbietern in jeder Warengruppe. Diese „doppelte Auswahl“ bietet Vergleichsmöglichkeiten, Sortimentsbreite und -tiefe und suggeriert dem Konsumenten Kompetenz.“⁷ Die Mall als Ersatz für die Fußgängerzone hatte bei den frühen ISC häufig geschlossene Deckenbereiche, und war somit nicht natürlich belichtet. Eine gestalterisch wichtige Weiterentwicklung der Einkaufszentren ergab sich in Deutschland durch die Ende der 1970er Jahre von den Architekten wiederentdeckte Bauform der Glas überdeckten Galerie. Diese Entwicklung wurde sicherlich durch die von J.F.Geist im Jahr 1969 in seinem Buch „Glaspassagen“ umfassende

⁷ Vgl. Bühler, City Center, Erfolgsfaktoren innerstädtischer Einkaufszentren, Wiesbaden 1990

Auseinandersetzung mit diesem Bautyp aus dem 19. Jahrhundert stark beeinflusst⁸. Für ihn sind die Passagen des 19. Jahrhunderts „der Bedarf an öffentlichem Raum, der vor dem Verkehr und der Witterung geschützt ist, und die Suche nach neuen Absatzformen für eine aufblühende Luxusindustrie.“ Nur wenige dieser historischen Passagen in Deutschland haben die Zerstörung des zweiten Weltkrieges und den Wiederaufbau im Sinne einer autogerechten Stadt in den 50er und 60er Jahren des 20. Jahrhunderts überstanden. Bekannte Beispiele hierfür sind insbesondere Passagen in Leipzig, wie zum Beispiel die 1914 eröffnete Mädler Passage oder der im Jahr 1909 erbaute Specks Hof.



Abbildung 2: Mädler Passage, Leipzig, Foto: Sabine von der Eltz-Böhme

Die ersten neugebauten, flächentechnisch eher kleinen Beispiele dieser neuen Passagenarchitektur nach dem Krieg ab den 1970er Jahren war die „Calwer Passage“ in Stuttgart, Architekten: Kammerer und Belz, Bauherr: Allgemeine Rentenanstalt AG, Wettbewerb 1974, Fertigstellung 1978. Auch wenn J.F. Geist im Vorwort zur dritten

⁸ Vgl. Geist, Johann Friedrich; Passagen ein Bautyp des 19.Jh, München 1979

Auflage seines Buches über Passagen einen Wunsch äußerte: „Möge der Passagen-Gedanke weder wie in Stuttgart in der glatten Kopie noch ... mit dem Grundrenteninfarkt enden“.⁹



Abbildung 3: Calwer Passage, Stuttgart, Foto: Niederwöhrmeier¹⁰

Ein weiteres herausragendes Beispiel dieses Bautyps ist die „Hanse Viertel Passage“ in Hamburg. Architekten: von Gerkan, Marg und Partner; Bauherr: Allianz Lebensversicherung, Stuttgart, Fertigstellung 1980. Mit der wiederbelebten Idee der Passage wurde eine städtische, glasüberdeckte und damit vor Regen geschützte, öffentlich empfundene Wegführung zwischen den aneinandergereihten, mehrheitlich kleinteiligen Läden und Gastronomieangeboten auf

⁹ Vgl.: J.F.Geist, Passagen, München 1979

¹⁰ Vgl.Niederwöhrmeier, Kief Niederwöhrmeier; Neue Glaspassagen; Leinfelden-Echterdingen 1986

einem gestalterisch hohen Niveau realisiert. Dabei wurden neue Laufwege im städtischen Gefüge entweder zur Abkürzung zwischen zentralen Zielpunkten (Trampelpfad) oder auch neue Parallelwege wie in Stuttgart zur Calwer Straße entwickelt. Die Passagen laden zum Flanieren und Verweilen ein und begründen ein vom Wetter unabhängiges Umfeld für einen Erlebniseinkauf.

Der Architekt Walter Bruhne, Düsseldorf, erweiterte dieses Planungskonzept, indem er im Blockinnenbereich diese Passagen in seinen Handelsimmobilien mit platzartigen Aufweitungen ergänzte und damit ein weiteres stadträumliches Element in die Handelsarchitektur einbrachte.¹¹ Ein Beispiel dafür ist die im Jahr 1986 zwischen Königsallee und Berliner Straße eröffnete „Kö-Galerie“ in Düsseldorf. Für diesen Typus schuf er den Namen „Stadtgalerie“. Diese Ideen wurden im Weiteren auch von den Entwicklern und Planern von Shopping-Centern übernommen, um mit dieser Gestaltung ein Stück Flanierzone auch in den großflächigen und nach außen häufig geschlossenen Einzelhandelsimmobilien eine stadträumliche Atmosphäre und Qualität nachzubilden, um damit das Einkaufserlebnis unabhängig vom Wetter zu schaffen. Zielsetzung war es, die Elemente einer urbanen Innenstadtstruktur nachzuempfinden, um so ein ungestörtes, sauberes und sicheres Ambiente für das Einkaufen zu gestalten.

Die architektonische äußere Gestaltung der SC war auch wegen der introvertierten Ausrichtung und sicher auch aus Kostengründen wenig bis gar nicht ausgeprägt, da die Center sich aufgrund ihrer Lage oft in keinem gesonderten städtebaulichen Kontext befanden, mit dem sie in einen Dialog treten konnten. An die Fassaden wurden keine gesonderten gestaltungsprägenden Ansprüche formuliert. Da die Läden mit ihren Schaufensterfronten mehrheitlich auf die innenliegende Mall ausgerichtet waren, ergaben sich für die

¹¹Vgl.: Holger Pump-Uhlmann, Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie, Berlin, 2011

Außenfassaden funktional keine maßstabsprägenden Gliederungselemente von innen nach außen. Im Gegenteil führte das Ziel der Optimierung von Nutzflächen innerhalb des Gebäudes dazu, auf gestalterisch vielleicht wünschenswerte Fenster zu verzichten oder Fensteröffnungen mit Folien wieder zu verschließen, um im Innenbereich auch diese Flächen für Regale und Warenträger zu nutzen. Die gestalterische Ausformung dieser Center erstreckte sich eher auf den Innenbereich mit dem Schwerpunkt der Flanierzonen / Mall. Diese Flächen hatten bei den frühen SC wenig Tageslichtbezug. Bei den späteren Entwicklungen wurden die positiven Erfahrungen der Glas überdeckten Passagen auch in die Konzeption der SC und ISC übernommen.

Als weitere Nutzungsergänzung wurden nach amerikanischem Vorbild Freizeiteinrichtungen wie Großkinos oder Bowlingbahnen in verschiedene Center implementiert. Diese Maßnahmen sollten neben der zusätzlichen ertragsbringenden Nutzung hauptsächlich dazu dienen, die Verweildauer der Kunden im Center zu erhöhen, um damit noch stabilere Umsätze über den gesamten Öffnungszeitraum zu generieren.

Aufgrund ihrer peripheren Lage war und ist die gute Erreichbarkeit mit dem PKW und das Vorhandensein von ausreichend, möglichst kostenfreien Parkplätzen als ebenerdige Plätze oder in Parkhäusern sowie eine gute Anbindung an den ÖPNV für den Erfolg der SC unabdingbar.

Walter Brune, *Rhein-Ruhr-Zentrum*, Mülheim an der Ruhr (1971–73)

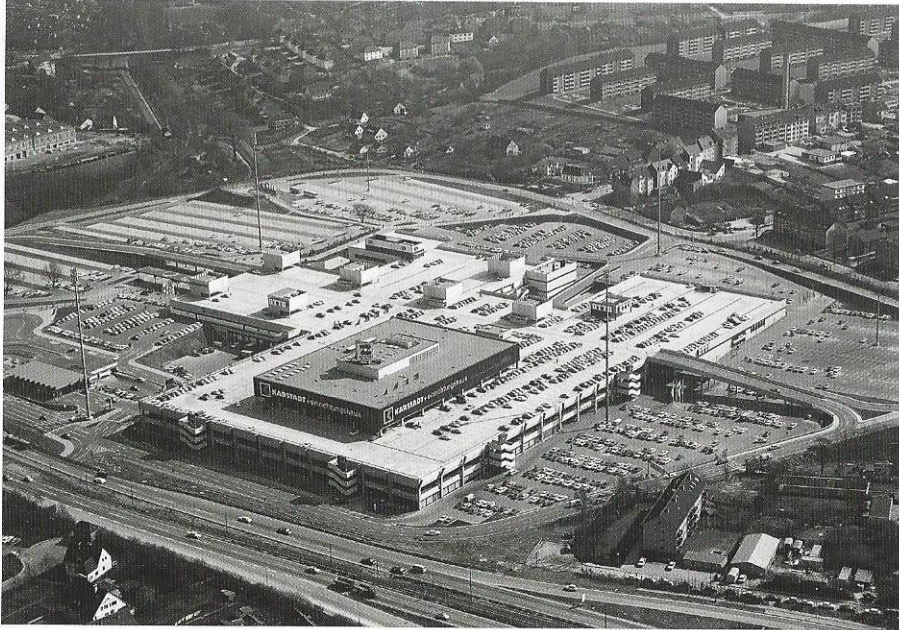


Abbildung 4: Holger Pump-Uhlmann, *Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie*, Berlin, 2011,
Foto Walter Moog

Beispielhaft weist das Breuningerland in Ludwigsburg Tamm ca. 3.000 kostenlose Parkplätze bei 125 Läden und einer Verkaufsfläche von ca. 50.000 m² auf. In dem Shoppingcenter Performance Report 2015 belegten das Breuningerland Sindelfingen mit einer identischen Konzeption mit der Note 1,44 den ersten Platz und das Breuningerland Ludwigsburg mit einer Note von 1,58 den dritten Platz in der Rubrik der am besten platzierten Einkaufcenter (EKZ). Der wirtschaftliche Erfolg dieser beiden, an nicht integrierten Standorten liegenden SC, zeigt sich auch in den standortbezogenen Kennzahlen in Kapitel 4.4.4. Beide Center stammen in ihrer Grundkonzeption aus den ausgehenden 1970er Jahren und wurden im Laufe der Jahre erweitert und im Innenbereich konzeptionell und gestalterisch überarbeitet. Eine positive höchstrichterliche Entscheidung über die Erweiterung des SC Breuningerland in Sindelfingen um ca. 10.000 m² wurde Ende 2018 getroffen. Mit der baulichen Erweiterung darf bald gerechnet werden.



Abbildung 5: Breuningerland Sindelfingen; Foto Verfasser

In einer Studie des DSSW¹² wurde herausgearbeitet, dass hinsichtlich der Standortlage der Einkaufszentren sich seit Mitte der 1990er Jahre ein Trend zur Neueröffnung an innerstädtischen Standorten feststellen lässt.¹³ „Anders als die insgesamt stagnierende Einzelhandelsnachfrage haben die Einkaufszentren insbesondere seit 1990 deutliche Zuwachsraten zu verzeichnen. Seit 1964 konnten sie ununterbrochen wachsen und ihren Anteil an der gesamten Konsumgüterdistribution kontinuierlich ausweiten. Mitte 2009 trugen insgesamt 411 Shoppingcenter mit etwa 35 bis 40 Mrd. € Umsatz p.a. zwischen 9 % und 10 % zum Einzelhandelsumsatz bei.“¹⁴

Dieser Trend berücksichtigt auch die besondere Entwicklung von Shoppingcentern in den alten und neuen Bundesländern. Nach der Wende wurden in den neuen Bundesländern in der ersten Hälfte der 1990er Jahre die Mehrzahl der häufig sehr großen Shoppingcenter aufgrund der Verfügbarkeit von Grundstücken an nicht integrierten Standorten im Umfeld der Städte im Peripheriebereich realisiert. Beispiele hierfür sind das Paunsdorf Center in Leipzig oder das „Nova Eventis“ zwischen Halle und Leipzig. Das führte insbesondere in den

¹² Vgl. Beckmann, Lembcke. Von Schlippenbach, Wiemken; Integration innerstädtischer Einkaufszentren, 2008

¹³ Vgl. Beckmann, Linnhoff, Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt, 2012

¹⁴ Vgl. Lademann; innerstädtische Einkaufszentren S 3, 2011

neuen Bundesländern zu einem Verteilungs – und Verdrängungswettbewerb zwischen den Innenstädten und den SC im angrenzenden Umland. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Kernstädte nach der Wende in den Neuen Bundesländern aufgrund der sozialistischen, d.h. nicht marktwirtschaftlichen Handelsstruktur, über keine bestehende, wettbewerbsfähige, Einzelhandelsinfrastruktur verfügten, die einen ernsthaften Wettbewerb zu dieser Zeit mit den neuen Shoppingcentern aufnehmen konnten. Wurde im Zeitraum 1991-1996 in Deutschland noch weniger als ein Fünftel der Einkaufszentren als ISC eröffnet, so wurden im Zeitraum 2003 - 2008 bereits mehr als die Hälfte der neu entwickelten Shoppingcenter in Innenstädten entwickelt und realisiert. Nach Ermittlung des EHI Retail Institute in Köln gibt es in Deutschland derzeit 479 Shoppingcenter. Im Jahr 2016 wurden 3 Center neu eröffnet. Für die kommenden Jahre sind 28 Center in der Planung, wobei die meisten neuen Entwicklungen im innerstädtischen Bereich angesiedelt sind.¹⁵ Laut Statistik des EHI Retail Institute sind von den 57 Centern, die in den Jahren 2010-2016 in Deutschland entwickelt und realisiert wurden 48 und damit 84 Prozent der Kategorie Innenstadt zuzuordnen.¹⁶ Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird daher der Focus auf die Auswirkung der Entwicklung von innerstädtischen Shoppingcentern (ISC) gelegt, da diese aktuell einen größeren Anteil an der Neuentwicklung von Einkaufszentren haben.

Es ist bei der Bewertung der Arbeitsergebnisse insbesondere auch zu berücksichtigen, wie sich die Einzelhandelslandschaft und die Entwicklung von Einzelhandelsimmobilien durch das weiter stark veränderte Kaufverhalten der Kunden unter Berücksichtigung des Internethandels verändert. Das belegt auch eine Aussage im EHI Report 2017 „Viele Investoren agieren vor dem Hintergrund des boomenden Online-Handels zunehmend vorsichtig und unterziehen ihre Standorte

¹⁵ Vgl. EHI Shoppingcenter- Report 2017 S 20

¹⁶ Vgl. EHI Shoppingcenter Report 2017 Seite 30

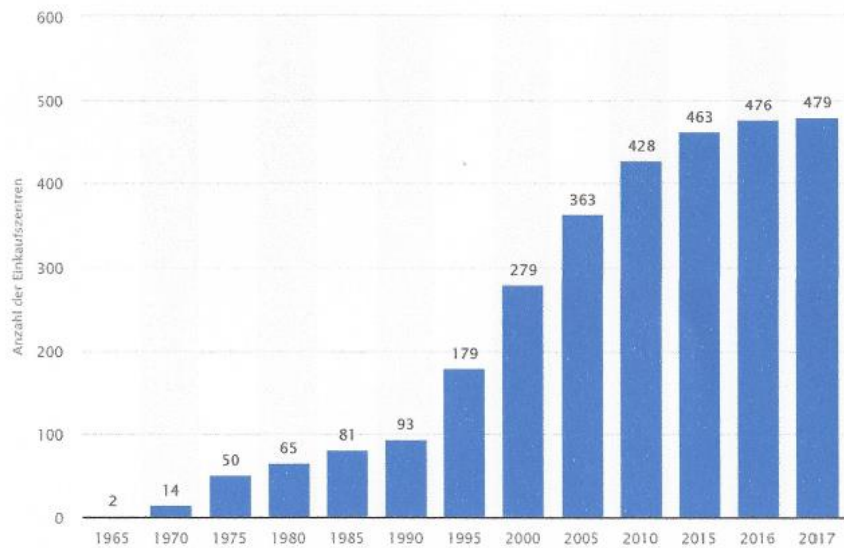
und Handelsformate immer intensiveren Analysen im Hinblick auf ihre Zukunftsfähigkeit. Auch im letzten Jahr ist der Online-Handel wieder merklich schneller gewachsen als der stationäre Handel. So kam der Internet- und Versandhandel laut aktuellen Schätzungen des Statistischen Bundesamts auf ein preisbereinigtes Umsatzplus von 5,4 Prozent, während der Handel insgesamt lediglich ein Wachstum von 1,9 Prozent erzielte“¹⁷ Dieses Verhalten der Investoren und Projektentwickler ist einerseits bestimmt durch die entsprechend verhaltene Expansionspolitik seitens der Filialunternehmen im Einzelhandel, andererseits sind auch Sättigungstendenzen an möglichen Standorten für ISC und ISC aufgrund der vorhandenen Anzahl der Center und der sonstigen Einzelhandelsstruktur zu vermuten.

2.2 Entwicklung der innerstädtischen Shoppingcenter ISC in Deutschland

Für die Entwicklung von ISC sind verschiedene Faktoren ausschlaggebend. In vielen Städten sind im Zusammenhang mit angesiedelten, peripheren, erfolgreich laufenden SC und sog. Fachmarktzentren nachteilige Entwicklungen für den innerstädtischen Einzelhandel festgestellt worden. So führte der Kaufkraftabfluss in die SC im Randbereich der Städte zu Umsatzrückgängen, zu Leerständen und damit zu einem massiven Verlust der Attraktivität der Innenstadt. Insbesondere der nicht mit Filialen organisierte lokale Einzelhandel tat sich schwer und es führte zur Schließung von lokal betriebenen Läden. Darunter litt auch die handelsbezogene Vielfalt des innerstädtischen Handels, da die Dominanz der Filialhändler mit ihren gleichförmigen Angebotsformaten von den Kunden als Qualitätsverlust und austauschbar empfunden wird. Bedingt durch entsprechende, oft negative Erfahrungen durch bestehende SC, gestaltete sich die baurechtliche Genehmigungsfähigkeit von neuen SC an nicht integrierten Standorten

¹⁷ Vgl. Ebda, Seite 22

im Laufe der Zeit immer schwieriger. Wie Untersuchungen des EHI Retail Institute belegen, stellen die Entwicklungen und Eröffnungen von ISC den größten Teil der Neuentwicklungen dar.



Ihre Daten visualisiert  + **ableau**

© Statista 2018 

Tabelle 1: Anzahl der Einkaufszentren in Deutschland in den Jahren von 1965 bis 2017

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO 1990) sieht einerseits als Standort für großflächigen Einzelhandel die Kerngebiete vor, die „vorwiegend der Unterbringung von Handelsbetrieben sowie den zentralen Einrichtungen der Wirtschaft, der Verwaltung und der Kultur“ dienen. Das ist in der Regel die Kernstadt / City. In § 11 (BauNVO) ist die Ausweisung von Sondergebieten für „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können“ geregelt. Das führt nicht selten zu Einsprüchen gegen die baurechtlichen Verfahren und Beantragung von Kontrollverfahren in Bezug auf die Wahrung der Ziele der Raumordnung seitens benachbarter Kommunen, die ihrerseits im Rahmen des Wettbewerbs der Städte, insbesondere zwischen Großstädten und

kleineren Städten, Nachteile für ihre Städte und ihre Einzelhandelslandschaft befürchten. Hierbei sind im Raumordnungsgesetz (ROG) insbesondere folgende Regelungen zu nennen, die in einer Veröffentlichung des Landes Niedersachsen wie folgt ausgeführt werden:¹⁸

Das Kongruenzgebot

„Einzelhandelsgroßprojekte müssen hinsichtlich des Umfangs ihrer Verkaufsfläche und in ihrem Warensortiment so konzipiert sein, dass sie der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich entsprechen (Kongruenzgebot).“ So ist durch die Genehmigungsbehörden zu prüfen, ob ein beabsichtigtes Shoppingcenter der zentralörtlichen Zielstellung der Kommune entspricht.

Das Konzentrations- bzw. Zentralitätsgebot

„Die standörtliche Konzentration von Einrichtungen der Daseinsvorsorge in den zentralen Orten sichert die Aufrechterhaltung und Erreichbarkeit einer leistungsfähigen Versorgungsinfrastruktur.“ In Bezug auf die Versorgung der Bürger mit Waren des periodischen und aperiodischen Bedarfs kommt dem Einzelhandel eine herausragende Position zu. Er ist für Städte und zentrale Orte ein wichtiger und nachhaltiger Frequenzbringer.

Das Integrationsgebot

„Leitvorstellung der Raumordnung ist ein attraktiver und funktionsfähiger Handelsplatz „Innenstadt“ und damit einhergehend eine nachhaltige Nutzung der vorhandenen Siedlungs- und

¹⁸ VGL. www.ml.niedersachsen.de/download/.../Auszug_aus_der_Begrundung_des_LROP.pdf

Versorgungsstrukturen.“ Mit dem Integrationsgebot soll bei der Neuansiedlung von Einzelhandelsflächen die vorhandene städtebauliche Funktionsfähigkeit gestärkt werden. Entwicklungsprojekte sollen an integrierten Lagen entstehen, um einerseits die vorhandene Infrastruktur zu nutzen und andererseits die Funktionsfähigkeit der Stadt als Erweiterung der zentralen Versorgungsbereiche zu stärken.

Das Beeinträchtigungsverbot

„Hinsichtlich des Beeinträchtigungsverbotes sind ... die Verkaufsflächengröße und die Differenzierung des Warensortiments, u.a. nach periodischem und aperiodischem Bedarf, wesentliche Kenngrößen für die Analyse und Bewertung der Auswirkungen eines geplanten Einzelhandelsgroßprojektes.“ Dabei soll auch die Projektion der durch die Kennziffern zur Zentralitätsentwicklung dokumentierten Entwicklungen im Einzugsgebiet eines SC, d.h. die Auswirkungen auf die angrenzenden relevanten Städte und Kommunen, angemessen berücksichtigt werden.

Bedingt durch die von Strukturveränderungen entstandene Möglichkeit, große innerstädtische Areale aufgrund von Konversion, d.h. Aufgabe von bisherigen Nutzungen, wie z. B. Verlagerung von Brauereien, Druckereien, Bahnanlagen Postpaketämtern usw. planerisch neu zu definieren, richtete sich das Augenmerk der Entwickler, Initiatoren und Investoren und der kommunalen Behörden folgerichtig auf die Entwicklungen von ISC. Die Etablierung von ISC verspricht die Chance, Einzelhandelsumsätze im Kern der Städte zu erhalten und nachhaltig zu verstärken in Koppelung mit dem etablierten ortsansässigen Einzelhandel.

Kerstin Dörhöfer fasst das Thema Urbanität wie folgt zusammen: „Obwohl „Urbanität“ als städtische Lebensweise vornehmlich soziologisch und politisch definiert wird, ist sie, da sich diese Lebensweise auf den Raum der Stadt bezieht, auch mit ganz bestimmten

baulich - räumlichen Strukturen verbunden. Und diese baulich - räumlichen Strukturen veranlassen die Bewohner und Bewohnerinnen der Stadt nicht nur zur urbanen Lebensweise, sondern auch zur Identifikation mit diesem Raum, der die Grundlage, den Ort dieser entwickelten Wertebesetzung bietet.“¹⁹

Anne Meyer Dukart bezeichnet in ihrem Buch „Handel und Urbanität“ auch die räumlichen Voraussetzungen für die Entstehung von Vielfalt und Lebendigkeit in einer belebten Stadt als „urbanes Potential“. Hierzu können auch seriös konzipierte ISC einen Beitrag leisten. Unter dem Begriff „urbanes Potential - räumliche Voraussetzung für das Entstehen von Vielfalt und Lebendigkeit“ definiert sie drei Ebenen:

„Vielfalt und Dichte städtischer Funktionen als zentrale Voraussetzung von Urbanität.

Öffentliche Räume als Brennpunkt der Urbanität.

Städtebaulich-architektonische Identität“.²⁰

Die Bereiche, in denen sich die sog. 1A- und 1B-Lagen des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes befinden, sind Teil der Innenstadt / City im handelsspezifischen und immobilien-spezifischen Sinn. Es kann sich dabei, wie in den meisten Städten, um ein zentrales, solitäres Gebiet, aber auch um eine Mehrzahl von entsprechenden innerstädtischen polyzentrischen Strukturen, wie zum Beispiel in Berlin, handeln. Juristisch wird der unbestimmte Rechtsbegriff wie folgt definiert: „Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den

¹⁹ Vgl. Dorhöfer, Shopping Malls und neue Einkaufszentren, Berlin 2008

²⁰ Vgl. Mayer Dukart, Handel und Urbanität, 2010

unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“ (BVerwG, 17.12.2009, 4C 2.08)²¹ Die Erfahrungen mit der Etablierung von peripheren oder nicht in die Innenstadt integrierte Standorte von SC haben gezeigt, dass häufig der innerstädtische Einzelhandel den Wettbewerb mit den SC langfristig nicht erfolgreich in der Gunst um den Verbraucher gestalten konnte. Wettbewerbsvorteile der SC liegen zum einen im ganzheitlichen Management eines Objektes, wodurch im positiven Fall optimale Rahmenbedingungen für die Ladenbetreiber sichergestellt werden sollen. Die Etablierung eines nachfrageorientierten Branchenmixes und die Verfügbarkeit von ausreichenden und kostenfreien Parkplätzen sowie eine gute Verkehrsanbindung stellen grundsätzliche Erfolgsfaktoren für SC dar. Die (lokalen) Einzelhändler in den B- Lagen, aber auch in den umsatzstärkeren und frequenzstärkeren A- Lagen, mussten zum Teil ihre Läden aufgrund von Umsatzrückgängen aufgeben und es kam insbesondere bei Mittelzentren zu nachhaltigen Leerständen und den damit verbundenen negativen Entwicklungen in den Innenstadtbereichen bei der Etablierung von nicht innenstadtnahen Shoppingcentern. Gerade der festgestellte Einfluss auf die B - Lagen hat häufig zu einer weiteren Abkopplung der Entwicklung der Nebenlagen von den 1A- Lagen geführt, die zu massiven Problemen in der Stadtstruktur geführt haben. Neben dem in Konkurrenz zum lokalen Einzelhandel stehenden Shoppingcenter gibt es eine Vielzahl zusätzlicher Einflussfaktoren, die auf das Einzelhandelsgefüge einwirken. Der Strukturwandel im Handel durch die starke Nutzung der Kunden des Internethandels, die veränderten beziehungsweise kleineren nachgefragten Flächengrößen der Läden, Konkurrenzveränderungen durch neue Handelsflächen im Umland, aber auch Nachfolgerprobleme bei inhabergeführten Läden,

²¹ Vgl. Beckmann, Linnhoff, Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt, 2012

können ebenfalls zu diesen negativen Entwicklungen des Handels in der Innenstadt beitragen.

Verliert die Kernstadt den Motor (Einzel)-Handel, der immer ein kritischer Erfolgsfaktor für das Alltagsleben von Stadtzentren war und ist, dann fehlt ein entscheidendes Element für die Qualität, Vielfalt und Entwicklung der Stadt. Dieser funktionierende Mix im Innenstadtbereich, der Kernstadt, mit seinem Schwerpunkt auf Handel, Dienstleistungsangeboten und Kultur ist in der historischen Stadtentwicklung und der europäischen Stadt unabdingbar für eine nachhaltige und prosperierende Stadtentwicklung der Kernstadt im Zusammenspiel mit der positiven Gesamtentwicklung einer Stadt. Dazu gehören in unseren Städten auch die innerstädtischen Shopping Malls in ihren unterschiedlichen Ausformungen. Sophie Wolfrum sieht „die Mall als Phänomen der Stadt der Moderne“²². Eine interessante Definition gibt Alain Thierstein „Shopping Mall bedeutet, in die deutsche Sprache übertragen, Einkaufszentrum. ... Die Shopping Mall ist im Unterschied zu einem Stadtteil - oder Quartierszentrum ein betrieblich und räumlich in sich geschlossener Kosmos, der im ursprünglichen Sinne auch außerhalb der traditionellen Kernstädte aufzufinden ist.“²³ Thierstein sieht in der Shopping Mall die Zusammenführung der Funktionen des reinen Einkaufens in der heutigen Zeit in einem häufig überdachten Raum. Die Mall hat aus seiner Sicht somit nicht die übergreifenden Qualitäten eines Marktplatzes als Mittelpunkt der gewachsenen Stadt. Die Mall vereinigt durch die Konzentration handelstechnische Größenvorteile (Economics of scale) und Verbundvorteile (Economics of scope). Mit der Etablierung von ISC geht auch eine Neuinterpretation des öffentlichen Raumes einher. Die Mall als Ersatz für den öffentlichen Raum steht in den meisten Fällen im Eigentum des Eigentümers mit den Regelungen des individuellen Hausrechts. Nach

²² Vgl. Wolfrum in World of Malls, 2016, S 111

²³ Vgl. Thierstein in World of Malls, 2016 S. 133

Siebel sind „Shopping Malls ein besonders gewichtiges Beispiel für die Tendenzen der Privatisierung der Stadt, weil es sich dabei um eine neue Form der Organisation der Gründungsfunktion der europäischen Stadt handelt, des Marktes.“²⁴ Siebel weist darauf hin, dass Shopping Malls in der Vergangenheit häufig als ästhetisch sterile, funktional monotone bloße Simulation von Marktgeschehen kritisiert wurden. Aber die neueren Beispiele von Malls sind aus seiner Sicht perfektionierte Nachbildungen innerstädtischer Einzelhandelsstandorte. Sie bilden durch die Vielzahl der unterschiedlichen Läden und das Interesse der unterschiedlichen Passanten die Qualitäten der Fußgängerzone nach. Während der öffentliche Raum in der Innenstadt ganzjährig vielfältige kulturelle und soziale Nutzungen, die nicht mit dem Handelsbetrieb zu tun haben müssen, erlaubt, sind die Malls, die den öffentlichen Raum nachbilden wollen, in der Mehrzahl lediglich auf unterstützende handelspezifische Belange ausgerichtet und selten über den ganzen Tag zugänglich. Dabei weisen sie einen wichtigen Vorteil auf. Durch die gemeinsame Organisation sind die Themen Sicherheit und Sauberkeit in den Centern häufig besser zu gewährleisten, als im öffentlichen Raum.

Die Entwicklung der ISC führte somit häufig nicht automatisch zu einem ganzheitlich positiven Ergebnis sowohl in städtebaulicher und gestalterischer Sicht als auch in stadtstruktureller Hinsicht. Folgende Ursachen sind in verschiedenen Veröffentlichungen als Treiber für negative Auswirkung im Zusammenhang mit der Etablierung von ISC für das Gebilde Stadt und ihre Akteure benannt:

- die häufig nicht direkt mit dem fußläufigen Wegesystem der bestehenden Fußgängerzonen verbundene Lage der ISC

²⁴ Vgl. Siebel S 89 in Shopping Malls ,Interdisziplinäre Betrachtung eines neuen Raumtyps; Wiesbaden 2007

- der Bruch in der städtebaulichen Masstäblichkeit der Center mit der bestehenden Stadtstruktur und die häufig nicht auf die gewachsene Umgebung und den öffentlichen Raum eingehende architektonische Ausformung und Gestaltung der ISC
- das zusätzliche, häufig zu große und nicht oder kaum differenzierte neue Sortiments - und Flächenangebot im Verhältnis zum bestehenden innerstädtischen Handelsflächenangebot.

In der Difu Studie 2008 zur Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren empfehlen die Autoren zum Thema des zusätzlichen Flächenangebotes eine Kenngröße bei neuen Centern zu berücksichtigen: „Die kritische Marke, die eine besonders sorgfältige Prüfung bzw. geeignete Kompensationsmaßnahmen erforderlich macht, liegt nach bisherigem Kenntnisstand bei einem Anteil der Center-Verkaufsfläche von ungefähr 20 % bezogen auf die gesamte innerstädtische Verkaufsfläche. Bei klassischen geschlossenen Einkaufszentren gelten diese Anforderungen unabhängig von ihrer innerstädtischen Bedeutung ab einer Größe von 15.000 m².“²⁵

In vielen Fällen traten diese differenzierten Probleme tatsächlich nach Eröffnung der ISC deutlich hervor, trotz vielfach formulierter kritischer Hinweise und Mahnungen auf diese drohenden Problematiken während der Entwicklungsphase der Maßnahme. Seitens der Initiatoren und Entwickler werden während der Konzeptions- und Planungsphase indessen mit großem Aufwand und häufig gestärkt durch gutachterliche Ausarbeitungen, die Richtigkeit und Standortverträglichkeit des ISC und der Mehrwert für die Stadt und den bestehenden Einzelhandel durch das als komplementär zu sehende projektierte ISC, herausgestellt. Neben der rein quantitativen Bewertung der Flächenverträglichkeit wird häufig in dem Zusammenhang auf

²⁵ Vgl.: Junker, Rolf/ Kühn, Gerd/ Nitz, Christina/Pump-Uhlmann, Holger (Difu) 2008, Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren, Berlin 2008

das zusätzliche Handelsangebot, insbesondere durch Anbieter, die bisher noch nicht am Standort vertreten sind, hingewiesen, das zu einer Steigerung der Attraktivität des gesamten Standorts und der mit ihr verbundenen Kernstadt führen soll. Als weiteres starkes Argument für die Etablierung eines neuen ISC wird die Schaffung von Arbeitsplätzen durch die Läden und gastronomischen Angebote genannt. Last but not least wird das durch den Umsatz des ISC generierte erhöhte Steueraufkommen, das mittelbar auch der Kommune zugutekommt, als positives Argument für die Realisierung der ISC genannt. In dem Zusammenhang werden dabei die möglichen negativen Auswirkungen auf den bestehenden ortsansässigen Einzelhandel nicht oder nur rudimentär zahlentechnisch und inhaltlich erfasst. So sind die Verluste durch Umsatzrückgänge oder Geschäftsaufgaben von bestehenden Läden und damit verbundene Leerstände der Immobilien vorab nur schwer ermittelbar. Es ist nicht immer leicht, diese Einflussfaktoren vorab eindeutig ursächlich zu bestimmen, da die Ursachen standortbezogen stark differieren können. So können Veränderungen des Marktumfeldes wie die Entwicklung des E-Commerce, aber auch die massive Verringerung der Anbieter im Bereich der Großkaufhäuser oder auch Nachfolgeprobleme bei familiengeführten Handelsunternehmen ursächlich für negative Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft im Umfeld eines neuen ISC sein.

Seitens der Kommunen wird immer häufiger, mittels der Verpflichtung zur Durchführung von Planungswettbewerben durch die Initiatoren der ISC versucht, städtebauliche und architektonische Qualitäten zu sichern oder zu generieren. Nicht selten wird im Vorfeld zwischen Genehmigungsbehörde und Bauwerber zumindest die Durchführung eines Gestaltungswettbewerbs, zum Beispiel in Form einer Mehrfachbeauftragung, zumindest für die Fassadengestaltung, vereinbart. Es ist mehr als fraglich, ob durch eine ansprechende Fassadenplanung die grundsätzlichen Schwächen einer hauptsächlich auf den Handel

ausgerichteten Konzeption die städtebaulichen Schwächen und Potentiale ausgeglichen bzw. ausgeschöpft werden können. Ebenfalls ist in neuerer Zeit das Bemühen seitens der Verwaltungen feststellbar, Vorgaben für ISC zu erarbeiten, die eine stärkere Nutzungsmischung mit innerstädtischem Wohnen und Dienstleistungen, aber auch die Öffnung und Ausrichtung von Läden zum öffentlichen Raum vorsehen, um eine nachhaltige, stadtgerechte Einbindung des ISC zu sichern. Wie die neueren Beispiele von ISC belegen, hat die Funktionsmischung innerhalb der Immobilienebenen von Handelsnutzung mit anderen Nutzungen, wie Wohnen und Flächen für Dienstleistungen, eine positive Wirkung auf die stadtstrukturelle Auswirkung der ISC. Die Durchmischung ermöglicht eine neue Lebendigkeit, auch in der zeitlichen Nutzung des Standortes, die ebenfalls zur Stabilisierung einer innerstädtischen urbanen Qualität oder zur verbesserten Ausschöpfung des urbanen Potentials beitragen kann. Eine Möglichkeit, eine bessere stadträumliche Verträglichkeit von Shoppingcentern in der Innenstadt und damit den Erhalt eines wichtigen Bausteins der Europäischen Stadt zu sichern, sehen auch Wolfgang Christ und Franz Pesch mit der Entwicklung von offenen innerstädtischen Centern, die sie als „Stadt-Center“ bezeichnen. „Mit offenen Centern kann es gelingen, urbane Räume für den Konsum zu schaffen, ohne dass die Bauherren und Betreiber ihr bewährtes Geschäftskonzept - ein Projekt aus einer Hand zu entwickeln, zu finanzieren, zu planen, zu bauen und zu managen - aufgeben müssen. Shopping-Center, die sich dem Stadtraum öffnen, können eine überzeugende Antwort auf die Frage geben, wie sich moderne, großflächige Einzelhandelsimmobilien in den historischen Kontext der europäischen Stadt integrieren lassen. Mit dem „Stadt-Center“ wächst die Chance, die Erfolgsgeschichte von Stadt und Handel auf einer neuen Stufe fortzuschreiben.“²⁶Das in

²⁶ Vgl. Wolfgang Christ, Franz Pesch ,Hg.; Stadt-Center Ein neues Handelsformat für die urbane Mitte; Verlag Dorothea Rohn, Detmold, 2013

Stuttgart im Citybereich, angrenzend an das Kaufhaus Breuninger und die historische Markthalle, realisierte Stadtquartier „Dorotheen Quartier“, stellt einen entsprechenden offenen Typus der Handelsagglomeration mit neu geschaffenen öffentlichen Räumen dar, mit hoher städtebaulicher Qualität und stadträumlicher Integration. Dies wird belegt durch die hohe Akzeptanz und das positive Image, das sich das Quartier bei den Besuchern in relativ kurzer Zeit erworben hat. Aufgrund der späteren Fertigstellung dieses ISC konnte es unter der angewandten zeitlichen Systematik nicht direkt in die vorliegende Untersuchung aufgenommen werden.

Diesen städtebaulichen Ansatz und Schwerpunkt vertritt auch Rolf Junker vom Büro Junker und Kruse - Stadtforschung/Planung - in einem Interview in der IZ. „Es gibt harte, nachvollziehbare Grundsätze im Städtebau. Nur weil sie nicht mit Zahlen messbar sind, sind sie nicht schleierhaft. Z.B. sollte ein Gebäude eine Beziehung zur Außenwelt haben. Die Außenhaut des Centers ist die Innenhaut des öffentlichen Raums. Die meisten der bisher gebauten Einkaufszentren schotten sich ab. Ich meine: Wer sich so in eine Stadt einfügt, interessiert sich nicht wirklich für die Stadt.“²⁷ Betrachtet man den aktuellen Trend bei der Entwicklung der ISC in Deutschland, verstärkt sich der Eindruck, dass die Zeit der Entwicklung und Realisierung neuer ISC vorbei bzw. nur noch an wenigen Standorten gegeben ist. Aus einer in den Stuttgarter Nachrichten zitierten Pressemitteilung der ECE (Entwickler und Miteigentümer Milaneo) heißt es: „Die Zahl an Neuentwicklungen in Deutschland ist in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen, so dass heute nur noch wenige Center neu gebaut werden.“ Als Ursachen genannt wurden eine Marktsättigung und dass es kaum noch geeignete Flächen für derartige Immobilien gibt.²⁸ Daneben ist zu vermuten, dass auch der Einzelhandel, bedingt durch die

²⁷ VGL. Immobilienzeitung Nr. 29, 19.07.2012 Seite 10

²⁸ VGL. STN Nr. 166 21/ 22 Juli 2018

Entwicklung des E-Commerce, bei der Expansion und Anmietung von neuen Flächen zurückhaltender geworden ist. Allerdings scheinen die als Big-7-Standorte, zu denen auch Stuttgart gehört, hiervon nicht so betroffen zu sein, wie eine Auswertung von BNP Paribas Real Estate aufzeigt, die von einem 19 % höheren Vermietungsvolumen als im Vorjahr berichtet.²⁹

2.3 Lage der beiden neuen ISC im Stadtgebiet Stuttgart

Die Entwicklung der beiden ISC in Stuttgart stellt insoweit eine Besonderheit dar, dass nahezu zeitgleich zwei in ihrer Größe und innerstädtischen Lage unterschiedliche Center im gleichen Marktumfeld konzipiert und errichtet wurden.

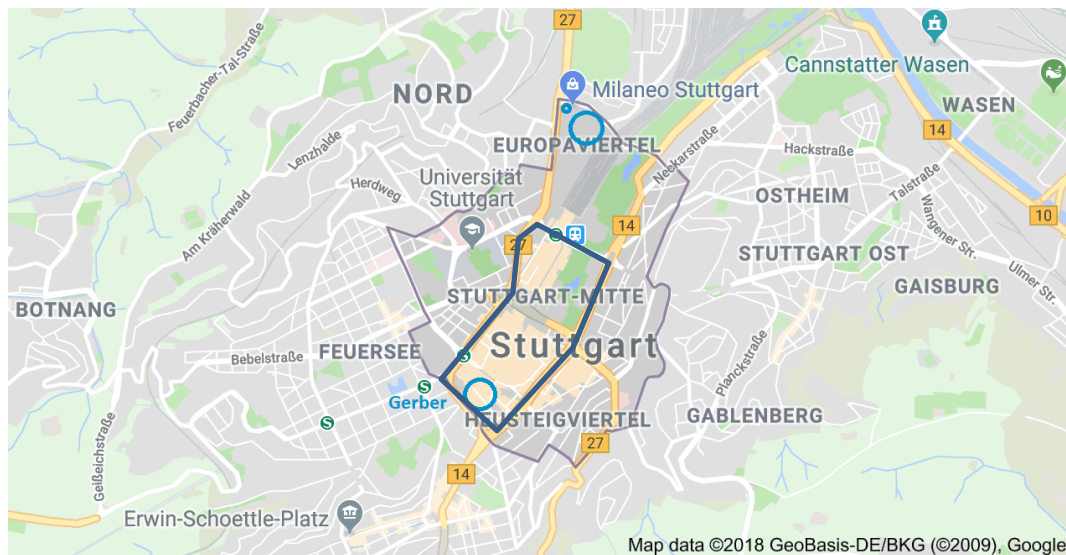


Abbildung 6: Lage der beiden neuen ISC im Stadtgebiet, eigene Darstellung

2.3.1 Städtebauliche Rahmenbedingungen

Laut statistischen Angaben der Landeshauptstadt Stuttgart hat die Stadt Stuttgart ca. 614.000 Einwohner (2018). Gemäß Landesentwicklungsplan wird sie als Oberzentrum eingestuft. Nach den damit verbundenen Zielsetzungen soll Stuttgart im Zusammenspiel mit der Region „als Standort großstädtischer Prägung die Versorgung eines Verflechtungsbereichs von mehreren hunderttausend Einwohnern mit

²⁹ VGL. Immobilienzeitung 19.07.2018

hochqualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten.“³⁰ Dazu gehört im Handelsbereich insbesondere die qualifizierte Versorgung mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs auch für Bewohner der Region.

Seitens der Landeshauptstadt Stuttgart wurde im Rahmen einer breit angelegten Ausarbeitung des Büros Acocella das „Einzelhandels - und Zentrenkonzept Stuttgart - Grundlage für zukunftsfähige Stadtteilzentren“ im Jahre 2009 als Untersuchung zur Lage möglicher zusätzlicher Einzelhandelsagglomerationen veröffentlicht. „Das Einzelhandels - und Zentrenkonzept besteht in seiner Grundform seit 1980 und ist auf die Stärkung der zentralen Lagen in der Stadt ausgerichtet. Die Konzeption ist Leitlinie und Orientierungsrahmen für Politik, Wirtschaft, Einzelhandel, Verbraucher und Einzelunternehmen. Die grundsätzliche Konzeption hat sich gegenüber der früheren Konzeption nicht verändert. Die zentralen Versorgungsbereiche sollen als „Einkaufszentren“ gesichert und gestärkt werden. Je nach Hierarchiestufe des zentralen Versorgungsbereichs soll ein möglichst vollständiges Sortimentsspektrum angeboten werden. Dabei werden ggf. großflächige Einzelhandelsbetriebe berücksichtigt. Mit einer breiten Palette an Sortimentstypen soll die Funktionsvielfalt in den zentralen Versorgungsbereichen erhalten und gestärkt werden. Dies ist verbunden mit dem Ziel der „Stadt der kurzen Wege“, sowohl in den dichten Quartieren der inneren Stadtbezirke als auch in den zentralen Bereichen der äußeren Ortslagen.“ Ziel der Untersuchung war einerseits die Überprüfung des Zusammenspiels zwischen Einzelhandelsstandorten in den einzelnen Stadtbezirken und in der City, aber auch die Beantwortung der Frage, ob und wo im Stadtgebiet mögliche weitere ISC etabliert werden können. Dies sollte im Rahmen einer nachfrageorientierten Ausweitung von Handelsflächen und einer nachhaltigen

³⁰ Vgl. Wirtschaftsministerium B-W 2002; Landesentwicklungsplan B-W 2002, 2.5.8 (Ziel), S. 20

Stadtentwicklung im Sinne der europäischen Stadt erfolgen. Als ein Fazit kommt die Untersuchung zu folgendem Schluss: „Im Wesentlichen ist die Versorgungssituation in Stuttgart rein quantitativ betrachtet positiv zu bewerten. Die Stadt wird in den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen ihrer oberzentralen Funktion in großen Teilen gerecht. Trotz der polyzentrischen Struktur der Region und seiner vielen starken Mittelzentren mit teilweise hohen Zentralitäten im unmittelbaren Umfeld von Stuttgart gelingt es der Stadt, überörtliche Kaufkraft zu binden. Die Stärken des Stuttgarter Handels liegen insbesondere in dem zentrenrelevanten Angebot wie Bekleidung und Sport/ Freizeit“³¹ Ein weiteres Fazit wurde für die untersuchten Bereiche Angebot und Lage herausgearbeitet: „Die Innenstadt der Landeshauptstadt Stuttgart besitzt eine herausragende Versorgungsfunktion, die hauptsächlich bei den innerstädtischen Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs festzumachen ist. Aber auch zumindest ein Teil der sonstigen Zentren nimmt neben der Nahversorgung der Bevölkerung in den Stadtbezirken auch eine Versorgungsfunktion bei den mittel- und langfristigen Sortimenten wahr. Insgesamt ergibt sich in der gesamtstädtischen Betrachtung eine in weiten Teilen funktionsadäquate und zentrenorientierte Verteilung des Angebotes in der Landeshauptstadt Stuttgart. Angesichts der Entwicklung im Einzelhandel (u.a. Verkaufsflächenanstieg pro Betriebseinheit, Standortanforderungen von Betreibern) wird die Erhaltung dieser zentrenorientierten Einzelhandelsstruktur die wesentliche Herausforderung für die künftige Einzelhandelsentwicklung der Landeshauptstadt Stuttgart darstellen. Eine Ansiedlung nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Angebote an nicht integrierten Standorten bzw. nicht standortgerechter dimensionierter Betriebe, auch an sonstigen integrierten Standorten, könnte dagegen eine (teilräumlich) gesehene Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur der Innenstadt und der

³¹ Vgl. LH Stuttgart, Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stuttgart, 2009, Band 1 S. 38

weiteren Zentren von Stuttgart zur Folge haben.“³² Als ein grundlegendes Ergebnis im Bereich großflächiger Einzelhandelsentwicklungen wurde somit empfohlen, dass eine Neuentwicklung eines Shoppingcenters, wenn, dann nur im Zusammenhang mit dem zentralen Innenstadtbereich sinnvoll ist³³. Es wurden innerhalb der benannten Entwicklungsziele für den Innenstadtbereich empfohlen: „... insbesondere keine weitere funktionale Nord-Süd-Ausdehnung des A-Zentrums durch Realisierung großflächiger Einzelhandelsvorhaben nördlich des Hauptbahnhofs (Stuttgart 21 bzw. „Galeria Ventuno“)³⁴

Bei der Betrachtung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist zwingend zu berücksichtigen, dass die Beurteilungen und Empfehlungen von damals aktuellen Prognosen aus dem Jahr 2007 der Einwohnerentwicklung in Stuttgart bis 2020 ausgingen. In den Vorbemerkungen dieser Prognose hat der Verfasser, Utz Lindemann, eine wichtige Prämisse gesetzt: „Einwohnerprognosen sollen vor allem darüber informieren, wie sich die Bevölkerung - unter bestimmten Annahmen - nach Zahl und Zusammensetzung im Prognosezeitraum entwickeln wird.“ Aus Sicht von Lindemann ist es zwingend erforderlich, dass bei erkennbarer Veränderung der Rahmenbedingungen für die Prognose, die Prognose neu aufgestellt werden muss. Als Beispiel für eine solche Veränderung führt er politisch motivierte, vorher nicht erkennbare Wanderungsbewegungen an.

Diese Prognose ging von einem Rückgang der Einwohnerzahl (Hauptwohnsitz) in Stuttgart aus. Für das Jahr 2020 wurde eine Einwohnerzahl von 560.500 prognostiziert; das sind 5,3 Prozent weniger als 2001. Tatsächlich weist die LH Stuttgart im Jahr 2017/18 eine Einwohneranzahl von ca. 612.000 auf. Das sind ca. 72.900

³² ebda. Band 1 S. 42

³³ ebda.

³⁴ Ebda. Band 2 S, 142

Einwohner mehr und somit ca. 13 Prozent mehr, als 2007 für 2020 prognostiziert wurde. Diese Abweichungen sind auch bei der Betrachtung von statistischen Kennzahlen in Bezug auf das tatsächliche Kaufkraftpotential und die Zentralität der LH Stuttgart entsprechend zu berücksichtigen. Bei den statistischen Daten zur Einwohnerzahl ist zu berücksichtigen, dass die veröffentlichten Daten zwischen dem statistischen Landesamt und den etwas höheren Zahlen, der von der IHK veröffentlichten Daten von Michael Bauer Research, tendenziell um ca. 3 % differieren. Der Unterschied liegt in der Berücksichtigung von Haupt- und Nebenwohnsitzen.

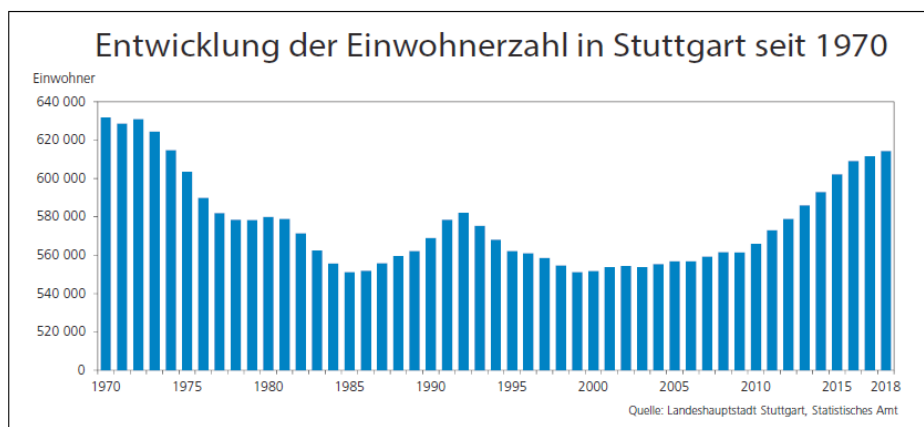


Tabelle 2: Landeshauptstadt Stuttgart, Statistisches Amt

2.3.2 Die Standorte der beiden ISC

Der Standort des ISC „Gerber“ liegt innerhalb des im Gutachten der LH Stuttgart festgelegten Innenstadtbereiches. Der zu dem Zeitpunkt der Untersuchung bereits baurechtlich als Sondergebiet für großflächigen Handel ausgewiesene Standort des späteren „Milaneo“, im Bereich Heilbronner Straße und Wolframstraße, liegt deutlich außerhalb des im Gutachten festgelegten Innenstadtbereiches A Zentrum City, und ist somit als nicht sinnvoll für eine Neuentwicklung eines ISC bewertet.

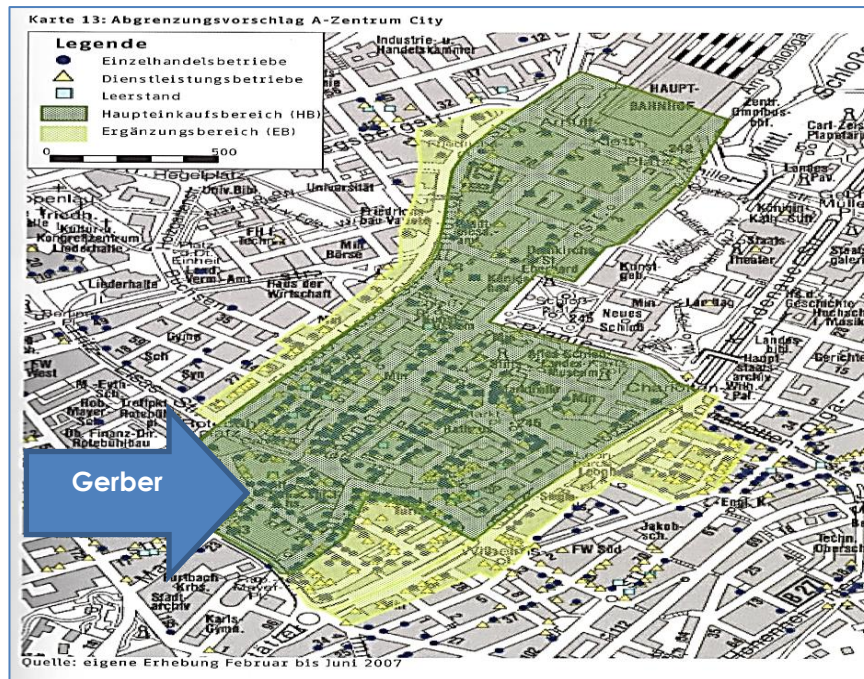


Abbildung 7: Abgrenzungsvorschlag A - Zentrum City, aus Beiträgen zur Stadtentwicklung 39
Band 2 Einzelhandels und Zentrenkonzept Stuttgart, eigene Darstellung

2.3.3 Der Standort Milaneo

Der Standort des ISC Milaneo gehört zum Entwicklungsbereich Neubau des Hauptbahnhofes „Stuttgart 21“ und der damit im Zusammenhang stehenden Konversionsflächen. Auf diesem Gesamtareal war früher der Güterbahnhof von Stuttgart situiert. Mit Räumung der Flächen durch die Bahn wurden die städtebaulichen Rahmendaten des neuen Stadtquartiers „Europaviertel“ festgelegt. Es sieht mehrheitlich Flächen für Verwaltungsgebäude, Hotels, Wohnen, Sondernutzungen wie die neue Zentralbibliothek und eine Fläche von ca. 29.776 m² als Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel vor. Die recht hohe baurechtliche städtebauliche Ausnutzung des Areals als Kerngebiet (MK Handel und Dienstleistung) mit einer Geschossflächenzahl (GFZ) von 4,75 und einer Grundflächenzahl (GRZ) von 1,0 ermöglicht eine entsprechende Wertschöpfung aus der Verwertung der Liegenschaften, die für den damaligen Eigentümer, die Deutsche Bahn, einen nennenswerten Beitrag im Rahmen der Finanzierung von „Stuttgart 21“ darstellt. Die Entfernung des Standortes des ISC Milaneo

zum Anfang der Fußgängerzone „Untere Königstraße“ am Hauptbahnhof beträgt ca. 850 m. Es handelt sich somit nicht um einen in Verbindung mit der City integrierten Standort. Die DSSW Studie „Integration innerstädtischer Einkaufszentren“ formuliert zum Thema Distanz zu bestehenden Einzelhandelslagen: „Die Lage des ... Einkaufszentrums im Stadtgefüge hat einen erheblichen Einfluss auf die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen und -lagen sowie der gesamten Kommune.“³⁵ Aus Sicht der Verfasser können bereits wenige hundert Meter Entfernung zwischen Einkaufszentrum und bestehender Hauptgeschäftslage dazu führen, dass es zu keiner Interaktion - insbesondere in Form von Kooperationsbeziehungen und der wechselseitigen Nutzung der jeweiligen Kundenfrequenzen in Form von Koppelungsgeschäften zwischen dem geplanten Einzelhandelszentrum und dem bestehenden Einzelhandel - kommt und damit auch nicht zu den erhofften positiven Effekten des Ansiedlungsvorhabens auf den Gesamtstandort. Je weiter ein Einkaufszentrum von den bestehenden Lagen entfernt liegt, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass es zu Kopplungsbeziehungen zwischen Hauptgeschäftsbereich und Einkaufszentrum kommt. „Ist die Wegebeziehung zwischen Innenstadt und Einkaufszentrum wenig attraktiv, kann eine Distanz von 100 m schon zu groß sein.“³⁶

Trotz des ausgewiesenen Baurechtes als SO-Gebiet gestaltete sich aus immobilienwirtschaftlicher Sicht die Verwertung des Areals anfangs schwierig. Schon bei der abschließenden Diskussion um das Baurecht im Jahr 2003 gab es laut Veröffentlichung in den Stuttgarter Nachrichten im Gemeinderat sehr kritische Stimmen, die einen „nichtwiedergut zu machenden Schaden“ für den Handel in der Stadt prognostizierten. Auch seitens der City Initiative Stuttgart und

³⁵ Vgl. Beckmann, Lembcke, v.Schlippenbach, Wiemken DSSW Leitfadens Integration innerstädtischer Einkaufszentren, DSSW Schriften 57, Berlin 2008

³⁶ Vgl. Popp „Analyse und Bewertung von innerstädtischen Einkaufszentren, Vortrag DSSW Konferenz, Berlin 2006)

der IHK wurde die Stadtverwaltung vor „gravierenden Auswirkungen auf die klassische Innenstadt“ und einen „nicht wiedergutzumachenden Schaden für die Randbereiche“ gewarnt. Diese Warnungen und Einschätzungen wurden durch die Stadtspitze mit Hinweis auf bestehende Zusagen an den Investor und den Grundstückseigentümer zurückgewiesen. In dem Zusammenhang wurde auch von Fachleuten aus dem Handelsbereich sehr kritisch gesehen, dass die der Entscheidung zugrunde liegende Standortanalyse aus dem Jahr 1997 datierte und nicht fortgeschrieben worden war. Die LH Stuttgart beschloss den B-Plan im Jahr 1998 für die Brachfläche auf Grundlage des Rahmenplanes Stuttgart 21. Der Investor, der bereits 1997 den Zuschlag für das Areal bekommen hatte, konnte das Projekt unter dem Projektnamen „Galeria Ventuno“ im weiteren Verlauf nicht realisieren. Das Areal fiel wieder an den Eigentümer zurück. In dem erneuten Vergabeverfahren seitens des Grundstückseigentümers, der Deutschen Bahn, setzte sich der spätere Investor, die ECE, durch, allerdings in einem zähen Ringen mit der LH Stuttgart um die Anzahl der zu realisierenden Stellplätze. Die Anzahl der Parkplätze wurde von ca. 2.200 Stellplätzen, wie Ende der 1990er Jahre konzipiert, deutlich reduziert. Der Investor konnte zwar seine in der Presse dargestellte Anzahl nicht durchsetzen, aber mit 1.600 Stellplätzen doch mehr, als die anfänglich mit ca. 1.000 Stellplätzen von der Stadt als Zielvorgabe benannte Anzahl. Wie bereits ausgeführt, liegt der Standort des ISC im innerstädtischen, aber nicht im ausgewiesenen Citybereich (A - Zentrum) der Stadt. Trotz gegenteiliger propagierter Erwartungen seitens der Initiatoren ist der Standort bisher eher nicht fußläufig in Verbindung mit der Fußgängerzone untere Königstraße zu sehen. Wobei aktuell einschränkend noch berücksichtigt werden muss, dass durch die umfangreichen Bauarbeiten im Zusammenhang mit dem Neubau des Hauptbahnhofs die fußläufigen Verbindungen zwischen Innenstadt und Milaneo suboptimal sind. Insbesondere während der noch über

Jahre (geplant 2025) laufenden Baumaßnahmen im Umfeld des neuen Tiefbahnhofs und den damit verbundenen Einschränkungen, ist der fußläufige Anteil der Kunden aus der Innenstadt nur von untergeordneter Bedeutung. Allerdings besteht eine sehr gut frequentierte direkte U-Bahn-Verbindung zwischen Innenstadt und der direkt am Milaneo liegenden Haltestelle „Heilbronner Straße“. Da auch im direkten Umfeld des ISC im Europaviertel nur eine begrenzte Anzahl von neu erstellten Wohnungen situiert sind, ist als fußläufiges Einzugsgebiet neben dem Europaviertel auch Teile des sog. Nordbahnhofviertels zu sehen. Weitere Wohnungsbaumaßnahmen im Europaviertel sollen ab 2025 auf den später freiwerdenden Gleisflächen in direkter Angrenzung an den Tiefbahnhof in Richtung Schlossgarten entstehen. Ein weiterer Siedlungsschwerpunkt mit der Ausrichtung auf Wohnungsbau wird als Quartierserweiterung im Bereich der nördlichen Rosenstraße konzipiert. Die Realisierung dieser städtebaulichen Entwicklungsmaßnahme ist wegen der Verzögerungen beim Projekt Stuttgart 21 erst ab 2030 zu erwarten. Umso mehr stellt neben der ÖPNV Anbindung das Parkplatzangebot einen entscheidenden Erfolgsfaktor für das Milaneo dar. Im Vergleich mit SC an nicht integrierten Standorten, wie zum Beispiel dem Breuningerland in Ludwigsburg mit ca. 3.000 Stellplätzen bei einer vergleichbaren Verkaufsfläche von ca. 50.000 m², ist das Parkplatzangebot bei dem ISC fast um 50 Prozent geringer.

2.3.4 Städtebauliche Struktur des direkten Umfeldes des Milaneo

Das städtebauliche Umfeld des ISC Milaneo ist einerseits durch die Neubebauung des sog. Europaviertels als Teil von Stuttgart 21 als auch durch die Altbebauung entlang der Heilbronner Straße, Wolframstraße und dem Gebiet Nordbahnhofstraße geprägt. In der Heilbronner Straße, eine der Hauptverkehrsadern in Richtung Zuffenhausen, wechseln sich moderne Bürogebäude zum Teil mit Handels- und Dienstleistungsnutzungen im EG sowie Hotelgebäude in Altbauten

mit vorwiegend Mietwohnnutzung in den Obergeschossen und Handels- und Dienstleistungsnutzungen im EG ab. Die Lage stellt bisher für Büros eine B-Lage, für Wohnungen eine C-Lage und für Handelsnutzung eine C-Lage dar. Schwerpunkt der Handelsnutzung sind Outlet-Stores aus dem Motorrad-Bereich. Die bisher auf der dem Europaviertel gegenüberliegenden Seite nur einseitig bebaute Wolframstraße ist mit zum Teil älteren Büro- und Verwaltungsgebäuden und zum Teil schulischen Einrichtungen bebaut. Die wenigen Handelsnutzungen im EG sind im Bereich Freizeit und Getränke angesiedelt. Teilweise findet in diesem Bereich eine Neustrukturierung durch großflächige Neubauvorhaben im Geschosswohnungsbau statt. Der Bereich Nordbahnhofstraße ist mehrheitlich durch ein intaktes historisches Wohngebiet mit mehrgeschossigen ehemaligen Wohngebäuden für Eisenbahner geprägt. Daneben sind moderne Büro- und Dienstleistungsgebäude, Studentenwohnheime und ein Low Budget Hotel sowie ein Multiplexkino im Bereich der Rosensteinstraße angesiedelt. Die Bevölkerungsstruktur weist einen relativ hohen Anteil von Bewohnern mit Migrationshintergrund auf. Im Zuge der aktuellen Entwicklung im Umfeld des Milaneo werden neue, höherpreisige Wohnanlagen im Bereich Nordbahnhofstraße realisiert. Der Schwerpunkt der Entwicklung Europaviertel/ Leipziger Platz stellt eine intensive Verwaltungsnutzung mit dem Schwerpunkt Banken und Finanzdienstleister dar. In einem überschaubaren Umfang sind in den EGs gastronomische Angebote angesiedelt. Der Neubau der Städtischen Bibliothek direkt neben dem Milaneo ist Anziehungspunkt für viele Besucher. Die bisher realisierte Wohnbebauung auf und neben dem Milaneo ist preislich im oberen Segment angesiedelt und konnte offensichtlich planmäßig vermietet werden. Das Wohn- und Hotelhochhaus „Cloud 7“, direkt an das Milaneo angrenzend, an der Ecke Heilbronner Straße/ Wolframstraße, ist mit seinen Eigentumswohnungen ebenfalls im hohen Preissegment angesiedelt und nach Informationen von

Marktteilnehmern ebenfalls planmäßig veräußert worden. Zusätzlich wurde in das zeichenhafte Gebäude ein Hotel integriert.



Abbildung 8: Umfeld Milano, Ansicht Heilbronner/ Wolframstraße mit Cloud 7
(nicht Bestandteil des Objektes); Bild Verfasser

2.3.5 Standort Gerber

Der Standort des ISC „Das Gerber“ war vor seiner heutigen Nutzung als innerstädtischer Standort mit Büro- und Verwaltungsgebäuden mit wenigen integrierten Läden sowie durch eine inzwischen aufgelassene Kirche genutzt. Da offensichtlich die Nutzung des Bestandes für den Eigentümer, eine Versicherungsgruppe, nicht mehr rentabel war, erschien eine Arrondierung von Grundstücken und Umnutzung in eine großflächige Handelsagglomeration im Rahmen seiner neuen Portfoliostrategie ein sinnvoller Weg. Dafür war die Anpassung des Baurechts erforderlich.

Der Standort ist fußläufig einerseits über die Marienstraße als Verlängerung der Königstraße und über die inzwischen in Anlehnung an einen „Shared Space“ umgebaute Tübinger Straße als Begegnungszone mit dem Netzwerk der Fußgängerzonen der Stadt Stuttgart verbunden. Abweichend von der gestalterischen Konzeption eines

„Shared Space“, die einen durchgängigen Belag zwischen Gehsteig und Fahrgasse vorsieht, ist der Belag der Fahrbahn in Asphalt anders ausgebildet als der Belag der traditionellen Gehwege, die mit der sog. „Stuttgarter Platte“, einem Naturstein, ausgeführt wurden. Die Beschilderung weist ebenso wenig auf die besondere verkehrstechnische Lösung hin.



-

Abbildung 9: Tübinger Straße, Umgestaltung in Anlehnung eines „Shared Space“ Bild Verfasser

Im direkten Umfeld des Gerber befinden sich dicht besiedelte Wohnquartiere wie das Gerberviertel, der Stuttgarter Westen und Teile des Stuttgarter Südens, die fußläufig zu erreichen sind. Der Standort liegt darüber hinaus direkt an der stark befahrenen Paulinenbrücke – einem Teil des innerstädtischen Tangentenvierecks, dem sog. City Ring. Die Pkw-Stellplätze in den Untergeschossen können direkt von der Paulinenbrücke und der Tübinger Straße angefahren werden.

2.3.6 Städtebauliche Struktur des direkten Umfeldes des Gerber

Das ISC Gerber ist innerhalb des südlichen Teils des Stuttgarter City Rings gelegen. Es wird als Quartier von der Paulinen-, Marien-, Sophien- und Tübinger Straße begrenzt. Die Marienstraße als Verlängerung der Königstraße ist bis zum Gerber als Fußgängerzone ausgebildet. Die Tübinger Straße als Verbindungsachse Marienplatz und Eberhardstraße wurde mit Eröffnung des Gerber ab der Paulinenbrücke in der Form eines sog. „Shared Space“ ausgebaut. Die angrenzenden dicht bebauten fünf-sechsgeschossigen Quartiere mit einer Mischung aus Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Büros und Wohnungen stellen sich unterschiedlich dar. Das Gerberviertel wurde in den 1980er Jahren im Rahmen der Stadtsanierung verändert. Es zeichnet sich durch die gute Mischung von kleinteiligen Läden und gastronomischen Einrichtungen und Dienstleistungsanbietern in den Erdgeschossen aus. Die Obergeschosse sind wohnwirtschaftlich oder mit Büros genutzt. Das Nebeneinander von historischer Bausubstanz und neuen Wohn- und Geschäftsbauten sind als gelungene Stadtsanierung anzusehen. Die Mietpreisstruktur liegt im mittleren Bereich. Die Marienstraße als Verlängerung der Hauptfußgängerzone Königstraße hatte über die Jahre an einzelhandelstechnischer Qualität verloren. Es war in den Erdgeschossnutzungen eine Veränderung zur Gastronomie/Fast Food im unteren Segment zu verzeichnen. Der Textilbereich bewegte sich ebenfalls deutlich unter dem Niveau der Königstraße. Die Obergeschosse sind mit Büros oder Wohnungen im unteren bis mittleren Preisniveau belegt. Seitens der Landeshauptstadt Stuttgart wurde die Marienstraße bis zur Eröffnung des Gerber mit einem neuen Natursteinbelag bis zur Paulinenstraße versehen. Westlich des Gerber, jenseits der Paulinenstraße, beginnt der sog. Stuttgarter Westen – Stuttgarts hoch verdichtetes und gut nachgefragtes Gründerzeit Wohngebiet mit einer Durchmischung von höherwertiger Büronutzung und etablierten Dienstleistungen, Gastronomie und

Gewerbe. Diese planmäßige Stadtentwicklung stammt aus den 1850er Jahren. Entlang der Tübinger Straße in Richtung Marienplatz ist in den letzten Jahren eine deutliche Veränderung in der Bau- und Nutzungsstruktur feststellbar. So haben sich Szenelokale und Dienstleister angesiedelt. Dies mag auch mit der städtebaulichen Aufwertung und Neugestaltung des Marienplatzes im Zusammenhang stehen. Die im Jahr 2015 begonnenen und 2017 fertiggestellten Neubaumaßnahmen an der Fangelsbachstraße sind im höherpreisigen Segment angesiedelt sowohl im Bereich Wohnen als auch im Segment Büro. Die Zäsur, die durch den Innenstadtring in Form der Paulinenbrücke über Jahre zu städtebaulichen Diskussionen geführt hat, ist durch verschiedene Maßnahmen gemildert worden. Dazu gehören sicher auch die Aufwertung durch das Gerber, aber auch die eingeleiteten Maßnahmen im Bereich des Treffpunktes der Nichtsesshaften. Zusätzlich wurde von der LH Stuttgart ein Wettbewerb für die Nutzung unterhalb der Paulinenbrücke ausgelobt, um eine Nachfolgenutzung für die gewerblich betriebenen Parkierungsflächen umzusetzen. Im Zusammenhang mit der Planung des Gerber wurde seitens der Stadt auch der Abriss der Paulinenbrücke diskutiert, aber nicht beschlossen. Als mögliche Wahrung dieser Option sind innerhalb des Gerber bauliche Vorhaltungen getroffen worden, um eine Erschließung der Parkebenen des Gerber auch bei einem Wegfall der Paulinenbrücke sicherzustellen. Eine massive Zäsur der Stadtstruktur von Stuttgart stellt die Hauptstätter Straße als eine der Hauptverkehrsachsen des Talkessels nach Süden dar. Sie trennt den Citybereich von dem südöstlich angrenzenden, eher herrschaftlichen Heusteigviertel, welches zu den bevorzugten hochpreisigen Wohnlagen der Stadt neben den sog. Halbhöhenlagen zählt. Aufgrund des hohen Wohnanteils in den angrenzenden Quartieren des Gerber, auch im fußläufigen Bereich, kann das ISC auch einen Beitrag zur Deckung der täglichen Nahversorgung dieser Quartiere leisten.

2.4 Konzeption der beiden ISC Milaneo und Gerber

Beide ISC zählen in ihrer baulichen Konzeption eher zu den traditionellen geschlossenen Centern. Das heißt, die Läden und gastronomischen Einrichtungen sind mehrheitlich nach innen zur Mall und nicht nach außen zu den angrenzenden Straßen und Quartieren ausgerichtet. Ausnahmen bilden hier die Öffnungen der Center in den Bereichen der vorgelagerten Plätze. Beide Objekte stellen, trotz der Aufteilung in drei Blöcke beim Milaneo, monolithische Blöcke dar. Das Milaneo wird durch zwei Durchgangssituationen im Bereich des Mailänder Platzes als Verlängerung der Moskauer Straße in Richtung Wolframstraße in drei Großblöcke mit Verbindungsgängen im ersten OG geteilt. Diese Durchgänge finden jedoch auf der anderen Seite der quer verlaufenden Wolframstraße keine Fortsetzung und bleiben damit in ihrer städtebaulichen Wertigkeit von eher untergeordneter Bedeutung. Anne Meyer-Dukart hat in ihrer Dissertation „Handel und Urbanität“ eine Vielzahl von belegten Möglichkeiten aufgezeigt, die geeignet sind, die räumliche Einbindung von ISC zu verstärken.³⁷ Diese Ansätze wurden bei beiden ISC kaum genutzt, wie die weitere Untersuchung aufzeigen wird.



Abbildung 10: Milaneo, Modellbild, Immobilienbrief Stuttgart Nr. 148

³⁷ Vgl.: Anne Meyer –Dukart, Handel und Urbanität, Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren, 2010

2.4.1 Spezifische Größe und Nutzungsarten der beiden ISC

Beide Center gehören aufgrund ihrer Flächengröße von mehr als 15.000 m² Geschäftsfläche und der Größe ihres Einzugsgebietes zu der Gruppe der Regionalen Shoppingcenter³⁸. Sie verfügen beide über drei Verkaufsetagen und weisen als Besonderheit zu vielen anderen ISC aus der Vergangenheit, die eine reine Handelsnutzung enthielten, eine zusätzliche Wohnnutzung und im Gerber neben dieser auch noch eine zusätzliche Büronutzung auf dem Dach auf.

	Milaneo (ca. Werte)	Gerber (ca. Werte)
Einzelhandels und Gastronomieflächen	43.000 m ²	24.000 m ²
Anzahl Shops	200	85
Anzahl Verkaufsebenen	3	3
Anzahl Einstellplätze	1.200 (Handel) 480 (Hotel; Wohnen)	650
Eröffnung	Herbst 2014	Herbst 2014
Anzahl Wohnungen	415	80
Fläche Büro	7.400 m ²	9.000 m ²
Fläche Hotel	8.500 m ² ,165 Zimmer	-
Investment ca.	ISC 395 Mio. €, Gesamt ca. 550 Mio. €	250 Mio. €

Tabelle 3: Gegenüberstellung Eckdaten Milaneo-Gerber, eigene Darstellung

³⁸ Vgl. Falk, Das große Handbuch Shoppingcenter, 1998, S. 17

Unabhängig von ihrer Lage im Stadtgebiet und ihrer Größe gibt es Parallelen zwischen den beiden ISC. Beide integrieren einen topografischen Höhenunterschied von über 10 m und über beiden ISC sind weitere umfangreiche Wohn- und Gewerbenutzungen integriert.

2.4.1.1 Bauliche und handelsspezifische Konzeption des ISC Milaneo

Die topografische Situation auf dem ehemals zur Heilbronner Straße stark ansteigenden Grundstück erlaubt es, dass die Ebene 1 (EG 1) sich nahezu vollständig unterirdisch erstreckt. Ein ebenerdiger Zugang ist nur vom Budapester Platz gegeben.



Abbildung 11: Milaneo Geschossgrundriss EG1, Quelle ECE

Der Hauptzugang von der Stadtbahn und vom Pariser Platz findet fußläufig in der Ebene 2 (EG 2) statt.



Abbildung 12: Milaneo Geschossgrundriss EG 2, Quelle ECE

Die Ebene 3 (OG 1) ist mehrheitlich intern erschlossen und hat zusätzlich einen ebenerdigen Zugang von der Heilbronner Straße.



Abbildung 13: Milaneo Geschossgrundriss OG 1, Quelle ECE

Der Zugang zu den beiden unterirdischen Parkebenen mit ca. 1.600 Parkplätzen für das ISC erfolgt über drei Aufzugsgruppen mit jeweils zwei Aufzügen. Die Andienung findet über einen auch für große LKWs

geeigneten Andienungsbereich in der Ebene -1 über die Wolframstraße statt. Beim Milaneo handelt es sich eher um ein sog. geschlossenes Center. Die Läden sind mehrheitlich nach innen zur Mall ausgerichtet und haben bis auf ganz wenige Ausnahmen im Bereich des Mailänder Platzes keinen Bezug zur umgebenden Bebauung und dem öffentlichen Raum. Es ist architektonisch das Konzept umgesetzt worden, die sich über das gesamte ISC erstreckende städtebauliche Großform, wie im Bebauungsplan festgelegt, in drei Blöcke zu gliedern. Die einzelnen Blöcke sind im Handelsbereich mit den Namen „Nature“, „Urban“ und „Modern“ bezeichnet. Der mittlere Baublock, gegenüber der Bibliothek, wurde in Richtung Wolframstraße zurückgesetzt und eröffnet dadurch einen oft gut besuchten Stadtplatz, den Mailänder Platz. Baulich werden im Handelsbereich die drei Blöcke durch gläserne Brücken im 2.OG verbunden. Die sich über den drei Ladenebenen erstreckende viergeschossige Wohnbebauung ist in drei Wohncluster aufgeteilt und bildet eine Art Blockrandbebauung oberhalb des ISC. Die mehrheitlich optisch zweigeschossigen Ladenebenen weisen zum Teil sich über beide Ebenen erstreckende Schaufensterfassaden auf. Die einzelnen Baukörper stellen sich trotz der zwei Durchgänge in Richtung Wolframstraße aufgrund ihrer durchgängigen Fassadengestaltung monolithisch dar, wie insbesondere die relativ geschlossene Ansicht an der Wolframstraße zeigt.



Abbildung 14: Milaneo, Ansicht Wolframstraße, Foto Verfasser

Im Bebauungsplan waren für das gesamte SO Gebiet keine weitergehenden gestalterischen Festlegungen getroffen, um das Grundstück differenzierter zu gliedern und das ISC noch stärker zu den angrenzenden städtischen Räumen zu öffnen. Die Fassaden der Ladenebenen sowie des angrenzenden Büros und Hotelgebäudes sind mit wertigem Naturstein und Fassadenplatten in Holzdekor verkleidet. Die Konzeption der Handelsflächen und Wegebeziehung stellt eine Mischung aus einer doppelten Passagenführung in Verbindung mit großen, sich über alle Verkaufsebenen erstreckenden, Plätzen und Rotunden je Baublock dar. Die Rotunden haben flache Glasdächer und ermöglichen so einen begrenzten Tageslichtbezug. In den Rotunden befinden sich die doppelläufigen Fahrtreppen, die die drei Handelsgeschosse miteinander verbinden.

Die Handelsflächen im Milaneo sind entlang der doppelten Mall und der Rotunden angesiedelt. Die Böden der Malls bestehen aus hellem und dunklem Fliesenbelag, die Decken sind zurückhaltend mit integrierten Downlights als Gipskartondecken ausgeführt. Die Stützen in den Rotunden sind mit Strukturputz versehen. Die Malls sind mit Bänken möbliert, in den Rotunden gibt es Sonderelemente zum Verweilen. Es gibt auch zusätzliche Spielangebote für Kinder in den Malls. An zentralen Stellen sind interaktive Infoterminals aufgestellt. Die beiden Großmieter in den Blöcken 1 und 3, Primark und Media Markt bilden die sog. Magnetmieter. Der Branchenmix weist einen hohen Teil an Flächen für Textilien auf (siehe auch 2.4.3.1). Die gastronomischen Angebote sind mehrheitlich in einem großen Food-Court im Bereich einer Rotunde mit entsprechendem Sitzplatzangebot positioniert.



Abbildung 15: Milaneo, Innenraum Rotunde, 2018, Foto : Verfasser

2.4.1.2 Bauliche und handelsspezifische Konzeption des ISC Das Gerber

Das Quartier des „Gerber“ ist von den vier Straßen Paulinenstraße, Marienstraße, Sophienstraße und Tübinger Straße umschlossen. Bis auf drei Bestandsgebäude und einem späteren Neubau an der Sophienstraße sowie dem historischen Eckgebäude an der Einmündung Sophienstraße/Tübinger Straße wurde das ehemals bebaute Areal geräumt und mit dem ISC Gerber neu bebaut. Topografisch ergibt sich zwischen der Tübinger Straße im Süden und der Marienstraße im Norden ein Höhenunterschied von über zehn Metern. Dieser Höhenversatz wurde genutzt, um sowohl von der Tübinger Straße, die ab dem Eingang zum Gerber bis zur Eberhardstraße als „Shared Space“ gestaltet ist, als auch von der Fußgängerzone Marienstraße drei ebenerdige Zugänge zum sich über drei Ebenen erstreckenden ISC zu schaffen. Laut Aussage des Centermanagements wird das Gerber täglich von ca. 20.000 Passanten besucht.

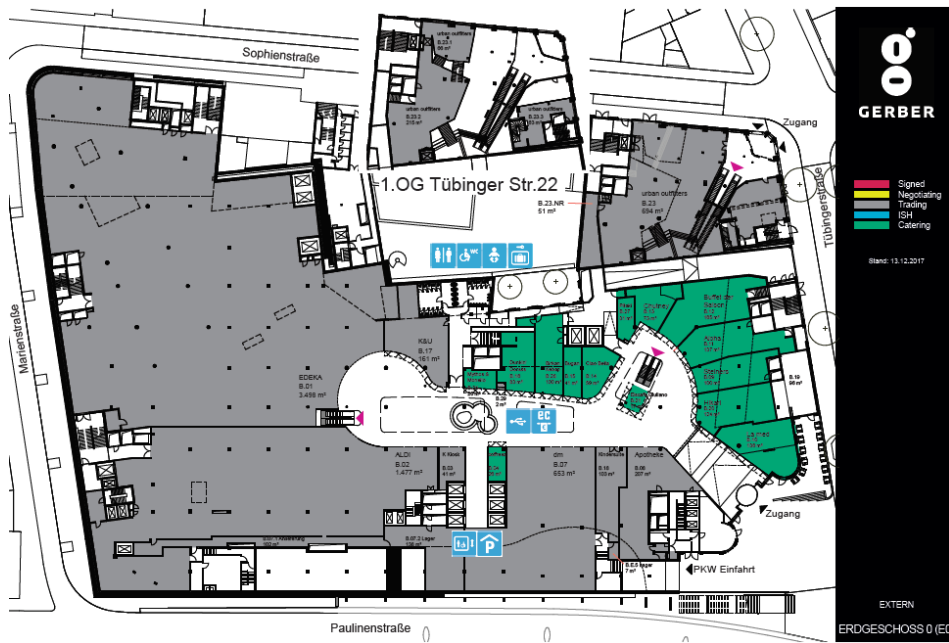


Abbildung 16: Gerber, Ebene 0; Quelle: DAS GERBER

Die drei Verkaufsebenen sind über Fahrtreppen und Aufzugskerne miteinander verbunden. Die dreigeschossige Mall hat in Teilen ein großflächiges Glasoberlicht. Die Parkierungsflächen mit ca. 700 Einstellplätzen für das ISC befinden sich in den Untergeschossebenen U1-U3. Die Zufahrten zu den Einstellplätzen erfolgen über die Tübinger Straße und direkt vom City Ring Paulinenbrücke. Die Flächen der Mall sind über eine Aufzugsgruppe mit sechs Aufzügen von den drei Parkerebenen erreichbar. Die Läden und gastronomischen Flächen sind auf beiden Seiten, der sich lagetechnisch zwischen Tübinger Straße und Ecksituation Marienstraße orientierenden Mall, gelegen. Eine weitere Wegeverbindung im Gerber gibt es noch vom mittleren Handelsgeschoss in das EG im Bereich Tübinger Straße/Sophienstraße.

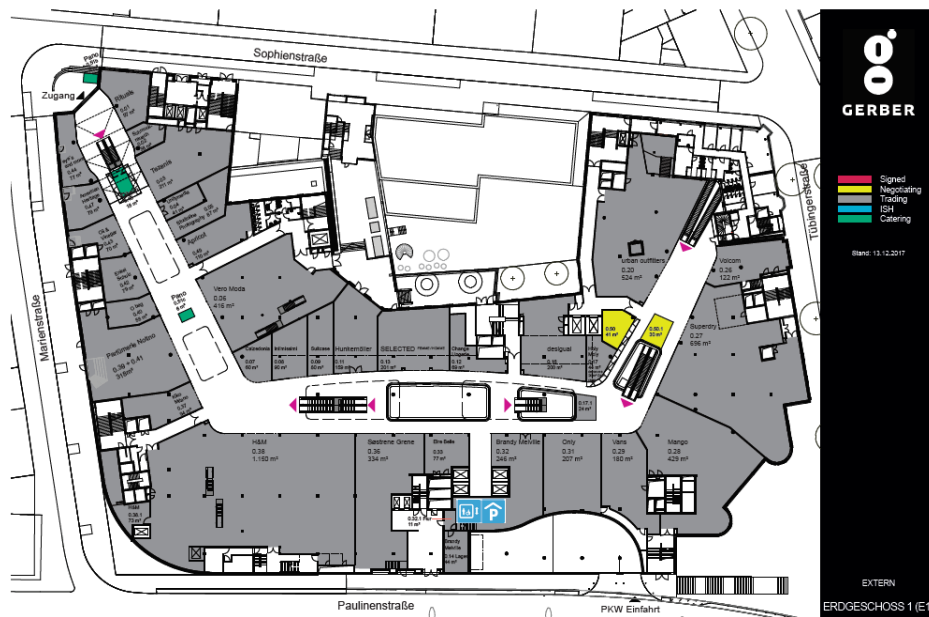


Abbildung 17: Gerber Ebene 1; Quelle: DAS GERBER

Als Materialien in der Mall wurden für den Boden Fliesen verwendet. Die Decken sind mit Gipskarton zum Teil als Strukturdecke ausgeführt. Große Öffnungen erlauben einen Blick durch alle Ebenen der Mall. Neben den Downlights in der Decke kamen aufwändige Lichtinstallationen zur Ausführung. Sehr wertige Sitzmöbel laden zum Verweilen in der Mall ein.

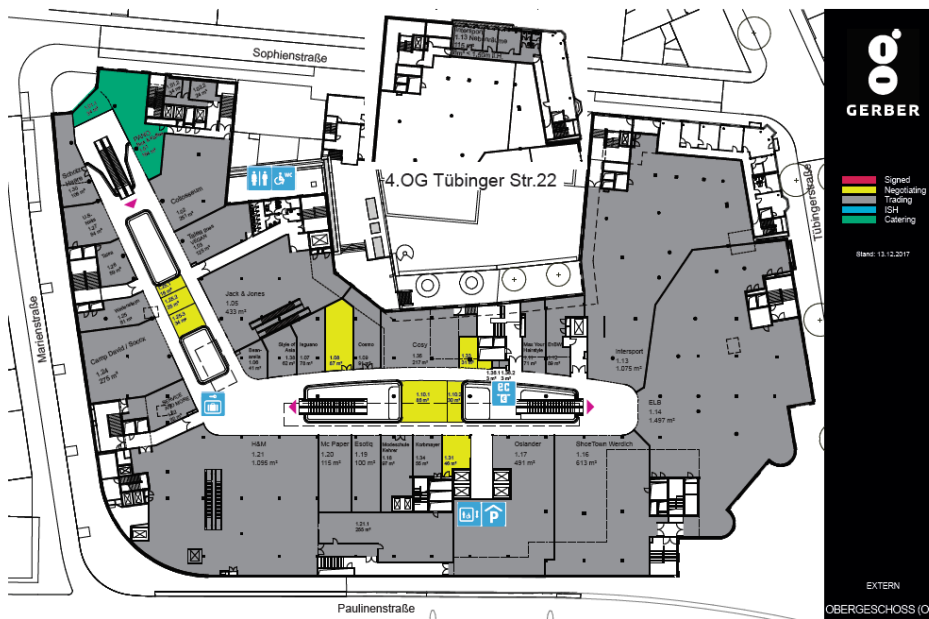


Abbildung 18: Gerber Ebene 2; Quelle: DAS GERBER

Ähnlich wie im Milaneo sind die Läden zum größten Teil einseitig zur Mall ausgerichtet. Direkte Zugangsmöglichkeiten zu Laden- oder Gastronomieflächen von außen gibt es lediglich im Eingangsbereich Tübinger Straße und an zwei Ladenlokalen an der Marienstraße.

Die im EG entlang der stark befahrenen Paulinenbrücke architektonisch situierten Schaufenster sind nicht einmal zu Dekorations- und Schauzwecken von den Ladenbetreibern und Initiatoren aktiviert worden. Dies ist umso erstaunlicher, da die Paulinenbrücke einen der am stärksten befahrenen Teile des City Rings, mit entsprechender Außenwirkung und relativ langsamer Fahrgeschwindigkeit darstellt. Es erscheint bezeichnend, dass nach Eröffnung des Centers Teile der Schaufenster zur Paulinenbrücke inzwischen mit gestalteten Folien zugeklebt wurden und vermittelt dadurch eine gewollte Introvertiertheit des ISC. Das schränkt die gestalterische Wirkung des Centers ein und konterkariert die im Vorfeld geführte öffentliche Diskussion über die wünschenswerte Öffnung des Centers zu dem angrenzenden Straßenraum. Seitens des planenden Architekten wurde diese Veränderung in einem persönlichen Gespräch eher mit Irritation aufgenommen.



Abbildung 19: Gerber, Ansicht von Paulinenbrücke, Foto Verfasser

Lediglich Teile der zur Marienstraße ausgerichteten Ladenquartiere nutzen auch die Schaufenster zur Marienstraße, wobei diese eine nicht unerhebliche Frequenz von Fußgängern aufweist, da sie eine direkte Verbindung zum Stuttgarter Westen und den dort angesiedelten Verwaltungsgebäuden in der Reinsburgstraße darstellt. Oberhalb der Verkaufsebenen befindet sich im Bereich Paulinenstraße und Tübinger Straße eine dreigeschossige Bürospace mit ca. 9.000 m². Die übrige Dachfläche des ISC ist mit einer in Gruppen gegliederten dreigeschossigen Wohnbebauung im Innenhof und mit einer Wohnnutzung im Blockrandbereich Tübinger Straße und Marienstraße und den entsprechenden Freiflächen bebaut. Die Fassaden wurden in Naturstein ausgeführt. Die auf dem Dach angesiedelte Wohnbebauung ist in Putz ausgeführt worden. Für die Außenwerbung der Läden wurde eine einheitliche Gestaltung in Form von an der Natursteinfassade befestigter sog. Nasenschilder gewählt.

2.4.2 Handelsspezifische Konzeption (Branchenmix) der ISC

Unter dem Branchenmix eines Shoppingcenters versteht man die Mischung von Branchen und Größen der Läden und die Dienstleistungs- und Gastronomieangebote innerhalb des Centers. Ziel der Initiatoren ist es, nachgefragte und erfolgreiche Strukturen aus den Fußgängerzonen, aber auch neue, bisher am Standort noch nicht vertretene Anbieter und Handelskonzepte zur Steigerung der Attraktivität und zur Bildung und Verbesserung eines Alleinstellungsmerkmals des Centers, im Objekt zu etablieren.

2.4.2.1 Handelsspezifische Konzeption Milaneo

Die ca. 250 Shops im Milaneo teilen sich auf folgende Branchen auf:

- Textil
- Schuhe
- Drogerie
- Sport

- Gastronomie
- Lebensmittel
- Unterhaltungselektronik

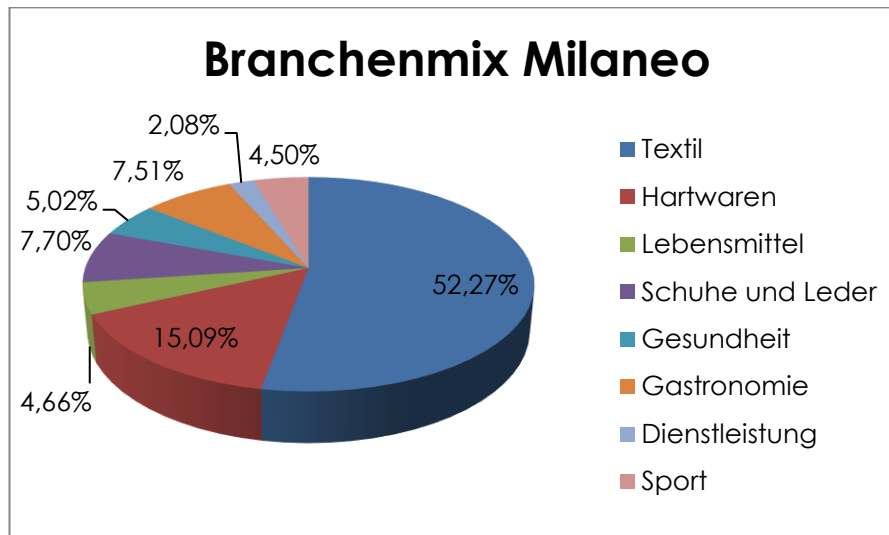


Tabelle 4: Branchenmix Milaneo, Quelle ECE, eigene Darstellung

Dem klassischen Konzept einer Shopping Mall folgend stellen der sich über drei Ebenen erstreckende eher im Low Preis Segment angesiedelte Textilanbieter „Primemark“ mit einer Fläche von ca. 5.000 m² sowie der Media Markt am anderen Ende des Centers die sog. Magneten dar. Bei Eröffnung des Milaneo wurde werblich herausgestellt, dass ca. 30 % der Läden Neuansiedlungen sind, die bisher in Stuttgart noch nicht vertreten waren, zum Beispiel „Primemark“ und „Reserved“. Der gastronomische Bereich ist schwerpunktmäßig im mittleren Teil des Centers als Food Court angesiedelt. Hierunter versteht man eine Vielzahl von gastronomischen Anbietern mit offenen Schauküchen, die um einen zentralen Sitzbereich verteilt sind.

2.4.2.2 Handelsspezifische Konzeption Gerber

Die ca. 85 Shops im Gerber teilen sich auf folgende Branchen auf:

- Textil
- Gastronomie
- Lebensmittel

- Drogerie
- Schuhe
- Sport

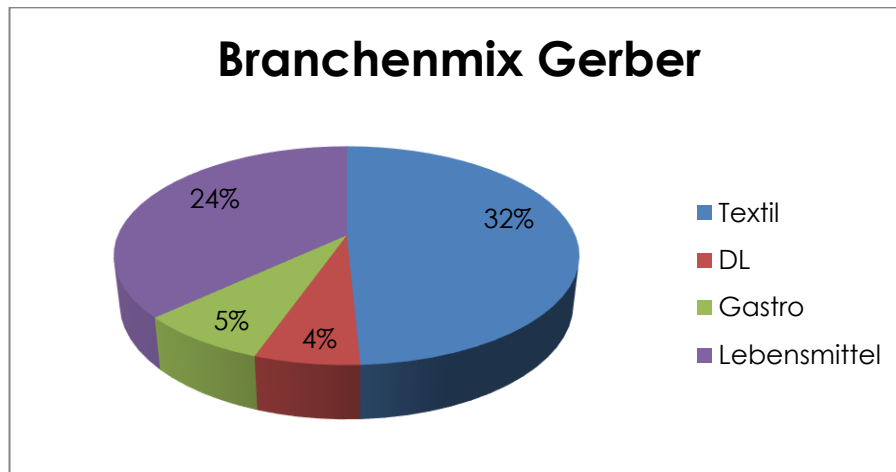


Tabelle 5: Branchenmix Gerber, Angaben Centermanagement Gerber, eigene Darstellung

Auffallend bei der Handelskonzeption des ISC Gerber ist, dass, abgesehen vom im unteren EG in der Ebene der Tübinger Straße angesiedelten EDEKA Frischemarkt, keine großflächigen Läden als sog. Magneten angesiedelt sind. Der EDEKA Supermarkt mit ca. 4.000 m² VK und einem qualifizierten Sortiment stellt mit Sicherheit einen Magnetpol dar. Es ist aber in den anderen Ebenen, insbesondere in der nicht ebenerdig zu erreichenden Verkaufsebene 2 kein adäquater großflächiger Gegenpol vorhanden. Ob aufgrund der Qualität der Anbindung an die bestehenden Lauflagen der Stuttgarter City durch die drei ebenerdigen Zugänge, sowohl von der Fußgängerzone Marienstraße als auch den beiden Eingängen von dem Shared Space - Bereich Tübinger Straße, diese fehlende Magnetwirkung kompensiert werden kann, bleibt abzuwarten. Die Verteilung der Läden auf die drei Etagen erfolgt durch die Ansiedlung von unterschiedlichen Läden je Geschoss und durch Läden, die sich über zwei Etagen erstrecken und auch über Zugänge von jeder Etage verfügen. Bei der Erstvermietung des ISC wurde offensichtlich Wert daraufgelegt, neben den bereits etablierten Filialunternehmen auch Betreiber zu binden,

die bisher in Stuttgart noch nicht vertreten waren, so z.B. „Urban Outfitters“. Das Gerber sieht sich im Jahr 2018 selbst so: „Wir sind der Gegenentwurf zum Mainstream der Stuttgarter Innenstadt. Wir verbinden die innerstädtischen Wohnviertel mit der City. Für unsere Kunden sind wir kein Shoppingcenter, sondern der Dreh- und Angelpunkt ihres Alltagslebens. Wir sind Kulturstätte und Einzelhandel für den individuellen, kreativen und Lifestyle-orientierten Stuttgarter. Gleichzeitig bedeutet das für uns aber auch, regionaler Nahversorger und kompetenter Service-Dienstleister zu sein“. Die gastronomischen Angebote sind auf die Zone vor dem Lebensmittelbereich auf Ebene der Tübinger Straße konzentriert. Die Angebote von Sitzplätzen für die Gastronomie sind nicht durchgängig als zentraler Food Court zusammengefasst, sondern befinden sich individuell in den einzelnen Gastronomiebereichen. Erst in einer Nachinstallation wurden im EG Tübinger Straße weitere Möbel eingebracht, um auch in der Mall zusätzliche Flächen für den Verzehr zu schaffen. Die Qualität eines zentralen Food Courts, wie man ihn aus anderen erfolgreichen Konzepten kennt, konnte damit nicht erreicht werden.

2.4.2.3 Wirtschaftliches Erwartungspotential der ISC

Beide ISC stellen aufgrund ihrer Größe relativ große Investitionsvolumina dar. Folgt man den veröffentlichten Zahlen, sind es beim Milano ca.350 Mio. € für den Handelsbereich und beim Gerber ca. 250 Mio. Euro. Aufgrund der neu geschaffenen Einzelhandels- und Gastronomieflächen in beiden ISC mit ca. 75.000 m² gehen Fachleute von einem anzusetzenden Einzelhandelsumsatz bei erwartet 3.500 €/m²/Jahr von über 400 Mio. €/Jahr aus. Bezogen auf den bisher getätigten relevanten Einzelhandelsumsatz in der Landeshauptstadt Stuttgart in Höhe 4,538 Mrd. € (IHK) ist das eine notwendige Steigerung von ca. 7-8 %. Ob dieses zusätzliche Umsatzpotential in Gänze durch zusätzliche Kaufkraftbindung insbesondere aus dem angrenzenden Umland gebunden werden kann, oder welche

Verschiebungen sich innerhalb des Stadtgebietes ergeben, kann aus den jährlich erfassten Daten möglicherweise als Trendaussage abgeleitet werden. Zu den abgeschlossenen Mietverträgen und den vereinbarten Miethöhen gibt es keine autorisierten veröffentlichten Zahlen. Grundsätzlich bilden sich auch in ISC die Mieten analog der Mietpreisbildung in den übrigen Einzelhandelsbereichen. Das heißt, der Mietpreis ist einerseits ein Ergebnis von Angebot und Nachfrage, aber auch abhängig von Branche, Ladengröße und Lage innerhalb des ISC. Auch hier wird die erwartete, nachhaltige Kundenfrequenz und das sich daraus ergebende Kunden- und Umsatzpotential als Indikator für die Qualität der Lage über den Mietpreis honoriert. Bei der Bewertung von ISC im Vergleich zu angegebenen Miethöhen in Fußgängerbereichen ist dabei jedoch zu berücksichtigen, dass die Mietnebenkosten in Centern deutlich höher sind, als bei normalen, solitären Einzelhandelsobjekten. Die Ursachen hierfür liegen auch nach Informationen von Immobilienmanagern und aus eigenen Erfahrungen in den spezifischen Kosten, die bei Centern anfallen. So fallen zusätzlich die Kosten für Reinigung, Beleuchtung und Bewachung der Passagenflächen, aber auch die Kosten des Centermanagements an. Insoweit sind die häufig veröffentlichten Mietkosten von Flächen in Shoppingcentern im Vergleich zu Einzelobjekten nur eingeschränkt vergleichbar. Insbesondere die Kosten des Centermanagements stellen bei einem funktionierenden und erfolgreichen Centermanagement nicht nur eine Position auf der Kostenseite dar, sondern können auch einen deutlichen Mehrwert für die Handelsbetriebe und gastronomischen Einrichtungen im Shoppingcenter schaffen. Hier ist die Wettbewerbsposition zwischen dem stationären Handel in den Fußgängerbereichen und den Shoppingcentern zu betrachten. In der Fußgängerzone sind die Vermieter von Ladenflächen grundsätzlich an einem möglichst hohen Mietertrag aus ihrem Mietobjekt interessiert. Eine objektübergreifende, gemeinsame Strategie

der Vermieter zur nachhaltigen, wirtschaftlichen Sicherung des Gesamtstandortes auch außerhalb des eigenen Objektes findet aber nicht oder nur selten in einer parzellenübergreifenden, strategischen Optimierung von Branchenbesatz und Flächenoptimierung statt. In den für die Innenstadtentwicklung und die Attraktivität der Städte wichtigen Privatinitiativen von Einzelhändlern und Vermietern, wie zum Beispiel bei der CIS e.V. (City Initiative Stuttgart e. V.) werden lediglich übergreifende, flankierende Maßnahmen und Veranstaltungen sowie wichtige Lobbyarbeit für den jeweiligen Standortbereich geleistet. Anders sehen die Rahmenbedingungen für die Aufgaben des Managements eines Shoppingcenters aus. Das Centermanagement, als operativer Vertreter des Vermieters, ist an dem ganzheitlichen wirtschaftlichen Erfolg des Centers und damit seiner Mieter und Betreiber interessiert. So wird versucht, einen optimalen Branchenmix, das heißt das Angebot von Branchen, Marken und Flächengrößen nachfrageorientiert im Center optimal zu gestalten und optimal weiterzuentwickeln. Durch das erfolgreiche Management des Centers soll somit die Wettbewerbsposition des Centers zu den konkurrierenden, etablierten Laufwegen in der Stadt verbessert und nachhaltig, unter Berücksichtigung der großen Dynamik im Einzelhandel, gesichert werden.

3 Analyse der Entwicklung des an die ISC angrenzenden städtebaulichen und kleinräumlichen Umfeldes

Obwohl das Milaneo und auch das Gerber als innerstädtische Shoppingcenter ISC zu klassifizieren sind, ergeben sich grundsätzliche Unterschiede in Bezug auf die städtebauliche Einbindung zwischen dem Milaneo und dem Gerber.

3.1 Verteilung der Einzelhandelsnutzungen in Stuttgart vor Eröffnung der beiden ISC

Neben der traditionellen 1A-Einzelhandelslage der Königstraße, aufgeteilt in untere Königstraße vom Hauptbahnhof bis zum Schlossplatz und obere Königstraße vom Schlossplatz bis zum Wilhelmsbau, sowie ihren Querstraßen, gibt es in Stuttgart in den einzelnen Stadtbezirken lokale, etablierte Subzentren des Einzelhandels, die aber eher die Nachfrage des täglichen Bedarfs befriedigen. So zum Beispiel Vaihingen, Marktplatz, Feuerbach, E-Center oder Bad Cannstatt, Marktstraße und Carré Bad Cannstatt. Von den insgesamt 1.015.000 m² Einzelhandelsflächen in Stuttgart sind 588.000 m² im Bereich Stuttgart Mitte angesiedelt (Stand 2016). Das ist mit 58 % der bei weitem höchste Anteil von Verkaufsflächen in der Innenstadt im Vergleich mit anderen Großstädten (z.B. München 27 %) ³⁹. Die übrigen Flächen verteilen sich auf die Bezirke der LH Stuttgart.

Die Entwicklung des Einzelhandels heutiger Prägung mit den zentralen Achsen der Fußgängerzonen nahm in Stuttgart mit der Etablierung der Schulstraße als der ersten Fußgängerzone zwischen Königstraße und Marktplatz ihren Lauf. Eine grundlegende Veränderung trat durch die unterirdische Führung der Stadtbahn im Innenstadtbereich in den 1970er Jahren auch durch die Eröffnung der S-Bahn ab dem Jahr 1978 ein. Die zentrale Stadt gewann dadurch und durch

³⁹ Vgl. Colliers International Deutschland, Immobilienreport Einzelhandel, Metropolregion Stuttgart, 2018

die Schaffung der Fußgängerzone Königstraße eine neue Qualität für den fußläufigen Verkehr mit einer hohen Verweilqualität und erfuh damit für den innerstädtischen Einzelhandel eine deutliche Steigerung der Attraktivität. Das Netz der sog. einzelhandelsbezogenen A- und B-Lagen erstreckt sich vom Hauptbahnhof bis zum Bereich Robertplatz und von der Calwer Straße und Lautenschlagerstrasse über die Königstraße und Marktplatz bis zum Bereich des Kaufhauses Breuninger und Eberhardstraße. Innerstädtische Shoppingcenter sowie Center in den Bezirken der Landeshauptstadt Stuttgart mit einer Größe von mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche vor Eröffnung der beiden ISC gab es mit den Königsbaupassagen am Schlossplatz (Eröffnung 2005) mit ca. 25.000 m² Handelsfläche, dem Cannstatter Carree (Eröffnung 2006) und der Schwaben Galerie in Vaihingen. Weitere Shoppingcenter mit regionalem Einzugsgebiet im angrenzenden Umland sind die Breuningerländer in Sindelfingen und Ludwigsburg sowie das Leo Center in Leonberg und die Postgalerie in Ludwigsburg. Nahezu gleichzeitig mit den beiden ISC in Stuttgart wurden in Böblingen die „Mercaden“ mit einer Handelsfläche von ca. 24.000 m² eröffnet. Vor Eröffnung der beiden ISC im Jahr 2014 betrug die Einzelhandelsfläche im Innenstadtbereich von Stuttgart ca. 521.000 m². Durch die beiden ISC kamen somit inklusive der Gastronomiefläche ca. 67.000 m² zusätzliche Fläche zeitgleich an den Markt. Das entspricht einem Zuwachs von ca. 12 %.

3.2 Das städtebauliche Umfeld des ISC Milaneo

Das Milaneo ist auf einem innenstadtnahen Konversionsstandort hinter dem Hauptbahnhof, ca. 800 Meter nordöstlich entfernt von der Fußgängerzone, ab den 1990er Jahren entwickelt worden. Dieses Gesamtareal, das sog. Europaviertel, ist eine städtebauliche Großentwicklung mit dem Schwerpunkt Büro/Dienstleistungen sowie Wohnungen und Handel im Zusammenhang mit der Entwicklung Stuttgart 21. Das Viertel erstreckt sich auf einer Fläche von ca. 16 ha und wird

bei seiner geplanten Fertigstellung im Jahr 2025 ein Gesamtvolumen von ca. 12.000 Arbeits-plätzen/Büroarbeitsplätzen, ca.1.200 Wohnungen, ca. 1.100 Hotelzimmer, die Zentralbibliothek und ca. 43.000 m² Handelsfläche im Milaneo aufweisen. Neben den Flächen im Milaneo sind keine nennenswerten Handelsflächen im Europaviertel geplant. Gastronomische Angebote gibt es vereinzelt in den EG-Zonen der zum Teil durch Finanzdienstleister eigengenutzten Bürogebäude. Das von der Heilbronner Straße und Wolframstraße sowie durch die Gleisanlagen begrenzte Areal weist eine großräumige fünf- bis siebengeschossige Blockstruktur mit zwei städtebaulichen 18-geschossigen Dominanten an der Heilbronner Straße auf. Die fußläufige Erschließung erfolgt über die vom Bahnhof ausgehende Amsterdamer Straße. Zusätzlich gibt es von der Wolframstraße und der Heilbronner Straße sowie vom Budapester Platz jeweils eine Erschließung des Milaneo. Die Anbindung an den ÖPNV erfolgt durch den Hauptbahnhof und die Haltestelle der Stadtbahn Heilbronner Straße. Die angrenzenden Stadtquartiere sind heterogen strukturiert. Östlich der Wolframstraße erstreckt sich ein Mischgebiet aus fünf- bis sechsgeschossigen Bürogebäuden und bis zu 22geschossigen Wohngebäuden mit Mietwohnungen. Daran schließt sich östlich das historische Nordbahnhofviertel aus dem Ende des 19. Jahrhunderts mit vier- geschossigen Wohngebäuden für Bedienstete der Eisenbahn an. Heute ist das Gebiet zu einem hohen Anteil von Bürgern mit Migrationshintergrund bewohnt. An dieses Gebiet angrenzend entstand in den 1960er Jahren eine Mischnutzung aus Büro und Dienstleistungsgebäuden. Mit dem Rückbau der restlichen Gleisanlagen nach Fertigstellung des neuen Hauptbahnhofs eröffnet sich die Möglichkeit einen Großteil des freiwerdenden Areals von ca. 100 ha, das sich vom Hauptbahnhof bis zum Neckar erstreckt, neu zu bebauen. Nach derzeitigen städtebaulichen Zielvorstellungen soll eine Fläche von 30 ha, die östlich an das Nordbahnhofviertel angrenzt und sich zum

Schlossgarten öffnet, vor allem mit Geschosswohnungen bebaut werden. Die Auswirkungen dieser städtebaulichen Entwicklung, die außerhalb des zeitlichen Betrachtungszeitraums dieser Arbeit liegt, sind für die Entwicklung des Milaneo nicht abschließend zu bewerten. Aufgrund der räumlichen Nähe und der weiter verbesserten Anbindung durch die geplante Haltestelle Nordbahnhofstraße kann eine langfristige Stärkung des Standortes Milaneo, insbesondere für Nachfragen des täglichen Bedarfs, angenommen werden. Nordöstlich der Heilbronner Straße erstreckt sich ein sechs-geschossiges historisches Wohnquartier. Dieses Quartier ist durchmischt mit Bürogebäuden und dem Bürgerhospital. Durch Konzentration von Flächen im Gesundheitsbereich werden hier mittelfristig Flächen frei, die ebenfalls einer Wohnnutzung zugeführt werden sollen. Ob die aufgrund ihrer bisherigen Entwicklung und ihres Alters unterschiedlichen Nachbarquartiere der beiden neuen ISC in ihrer Stadt- und Nutzungsstruktur, insbesondere im Einzelhandelsbereich, vergleichbare Entwicklungstendenzen erkennen lassen, ist ein Teil dieser Untersuchung.

3.3 Das städtebauliche Umfeld des ISC Gerber

Bei dem Standort des ISC Gerber kann man von einem integrierten innerstädtischen Standort sprechen. Das durch die Paulinenstraße, Marienstraße, Sofienstraße und Tübinger Straße begrenzte Areal befindet sich innerhalb des sogenannten City Rings der Landeshauptstadt Stuttgart. Durch die direkte Anbindung an die Marienstraße als Verlängerung der Fußgängerzone Königstraße und durch die ebenfalls als Verlängerung der Fußgängerzone zu klassifizierende, als „Shared Space“ ausgebildete Tübinger Straße, stellt das Gerber einen integrierten Bestandteil der City dar. Das Gerber liegt an der Nahtstelle mehrerer unterschiedliche Stadtquartiere. Südlich der Tübinger Straße erstreckt sich das Gerberviertel, welches durch die Hauptstätter Straße, Torstraße und Paulinenstraße begrenzt wird. Hierbei handelt es sich um eine Stadterweiterung aus dem frühen 19.

Jahrhundert entlang des inzwischen verdolten Nesenbachs, der den Talgrund von Stuttgart darstellt. Ein Teil der historischen Gebäude sind noch erhalten. Das Quartier wurde in den 1980er Jahren im Rahmen einer planmäßigen Stadtsanierung aufgewertet und ist geprägt durch eine Durchmischung von Wohnungen, kleinteiligen Läden, Büros und Dienstleistungsnutzungen. Insbesondere in der Tübinger Straße sind die Erdgeschossbereiche durch Einzelhandelsnutzungen und gastronomische Angebote geprägt.

Die Tübinger Straße selbst war bis in die 1980er Jahre eine gut frequentierte Erschließungsstraße zur Innenstadt, was sowohl den fußläufigen als auch den PKW Verkehr anbetrifft. Mit Eröffnung der Stadtbahn als U-Bahn ab Marienplatz ließ die Wertigkeit der Lage Tübinger Straße im Vergleich zu der als Fußgängerzone ab den 1970er Jahren umgestalteten Königstraße und ihrer Querstraßen deutlich nach. Dies konnte auch nicht durch eine neu errichtete Einkaufspassage (heute Standort Globetrotter) auf dem ehemaligen, traditionell etablierten Zahn und Nopper-Areal als gewachsener Kundenmagnet, an der Ecke Tübinger Straße und Christophstraße kompensiert werden.

Nördlich der Tübinger Straße bis zum Rotebühlplatz erstreckt sich eine, vorwiegend nach dem 2. Weltkrieg erbaute innerstädtische Gebäudestruktur mit sechs- bis siebengeschossigen Bauten, die in den Obergeschossen vorwiegend durch Büros genutzt sind. Die Erdgeschosse beherbergen Dienstleistungsnutzungen und tertiäres Gewerbe. Die Marienstraße ist bis zur Sophienstraße als Verlängerung der Königstraße in Form einer Fußgängerzone gestaltet. In den letzten Jahren war eine Veränderung im Besatz der Einzelhandelsgeschäfte festzustellen. Der Anteil der gastronomischen Anbieter aus dem Fast Food Bereich und dem preiswerten Textilhandel stieg zu Lasten von traditionellen Einzelhandelsgeschäften aus dem Textilbereich und es stellten sich sog. Trading-Down-Effekte ein. Seitens der Landeshauptstadt Stuttgart wurde die Marienstraße ebenso wie die Königstraße

mit einem durchgängigen Natursteinbelag belegt und durch flankierende Maßnahmen aufgewertet. Diese Arbeiten wurden mit Eröffnung des Gerber abgeschlossen. Inwieweit hierdurch auch Veränderungen im Einzelhandelsbesatz des Quartiers bestimmbar sind, ist ein Teil dieser Arbeit.

Westlich des Gerber erstreckt sich jenseits der Paulinenstraße der Bereich des Stuttgarter Westens. Diese Stadterweiterung aus der Zeit ab 1850 stellt die am dichtesten besiedelte Stadterweiterung Stuttgarts dar. Sie erstreckt sich nach Westen bis zum Westbahnhof. Die historischen vorwiegend sechs- bis siebengeschossigen Gebäude mit Hinterhäusern, an den Straßenfassaden mit Naturstein verkleidet, weisen in den Obergeschossen mehrheitlich Wohnungen auf. In den Erdgeschosszonen befinden sich Läden und Flächen für Dienstleistungen. Durchmischt ist das Quartier zusätzlich mit großen Arealen für Büros und Verwaltungsgebäude. Innerhalb des fußläufig erreichbaren Bereichs kann das Gerber somit auch Versorgungsfunktionen für die tägliche Nahversorgung dieses sehr dicht besiedelten und nachgefragten Stadtquartiers übernehmen.

3.4 Beschreibung der stadtstrukturellen Untersuchung

Die durchgeführte Untersuchung fokussiert sich auf das relevante, direkte einzelhandelsbezogene Umfeld der beiden ISC. Im Focus stehen Straßenräume, in deren Erdgeschossen mehrheitlich Einzelhandelsnutzungen oder gastronomische Angebote etabliert sind und die auch über eine entsprechende Lauffrequenz verfügen. In den angrenzenden Straßen wurden parzellenweise der bauliche Zustand sowie die Nutzungen, insbesondere der Erdgeschosse, aber soweit möglich auch der Obergeschosse vor Eröffnung der beiden ISC erfasst. Diese Untersuchung (Anhang 2) wurde in einem Zeitraum von einem Jahr vor und vier Jahren nach Eröffnung der beiden Shoppingcenter jährlich zu ähnlichen Terminen wiederholt und dokumentiert.

Somit lassen sich die Veränderungen im Einzelhandelsbesatz der Gebäude über einen fünfjährigen Zeitraum darstellen. Die gewonnenen Erkenntnisse lassen Rückschlüsse auf den Einfluss der ISC auf die Veränderungen der Branchenstruktur und auf die Entwicklung der Größenstruktur der Einzelhandelsbetriebe im Umfeld der beiden ISC zu. Die Untersuchung soll Anhaltspunkte sowohl für Verdrängungstendenzen aber auch für Neuetablierungen und Veränderungen im Einzelhandelsniveau des angrenzenden Umfeldes geben.

Soweit möglich wurden die Betreiber von Einzelhandelsgeschäften und Gastronomiebetrieben im Rahmen der Untersuchung befragt, seit wann sie mit ihrem Betrieb bereits am aktuellen Standort vertreten sind. Dadurch können aufgrund der Verweildauer am Standort Rückschlüsse auf die Standortqualität für den jeweiligen Betreiber getroffen werden. Das gilt im Zusammenhang ebenso für den etablierten Branchenmix im relevanten Stadtquartier. Durch die Erfassung der Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben im Vergleich zu den etablierten Betrieben lassen sich quantitative aber auch qualitative Trends ableiten, die im Zusammenhang mit der Eröffnung der ISC interpretiert werden können.

3.4.1 Entwicklung der Handelsstruktur im Umfeld des ISC Gerber

Das relevante Stadtgebiet umfasst die Straßenzüge im Umfeld des Gerber in einer Entfernung von ca. 500 m, die bereits vor Eröffnung einen durchgängigen Besatz an Handelsflächen im EG aufwiesen. Dieser Umgriff umfasst die Straßen, bzw. Teile der Straßen: Marienstraße, Sophienstraße, Tübinger Straße.

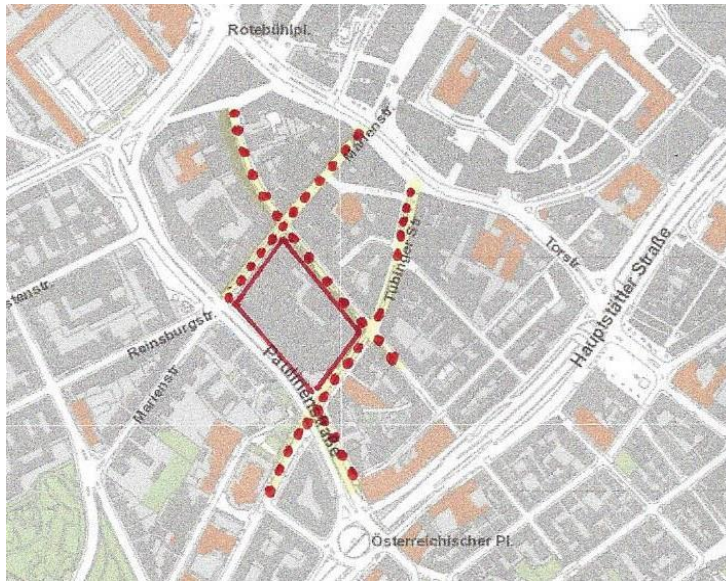


Abbildung 20: Erfasste relevante Einzelhandelsflächen im Bereich Gerber; LH Stuttgart, Stadtmessungsamt, eigene Darstellung

Die einzelnen Veränderungen, auch in zeitlicher Hinsicht, im Besitz der Erdgeschosszonen sind im Anhang 3 erfasst. Der weitaus größte Teil der Neuvermietungen lag im Bereich der Gastronomie. Hier spielt sicherlich auch die Umgestaltung der Tübinger Straße zu einem „Shared Space“ eine Rolle. Durch die Aufwertung der Straße ist die Verweilqualität deutlich gestiegen und die Lage bietet sich somit insbesondere für gastronomische Angebote zum Teil mit Außenbestuhlung an. Darüber hinaus ist das zusätzliche Angebot im ISC Gerber in den anderen Branchen so stark vertreten, dass zusätzliche Flächen im direkten Umfeld auf eine starke Konkurrenz treffen würden. Bei den Nutzungen in den Obergeschossen sind keine signifikanten Veränderungen aufgefallen.

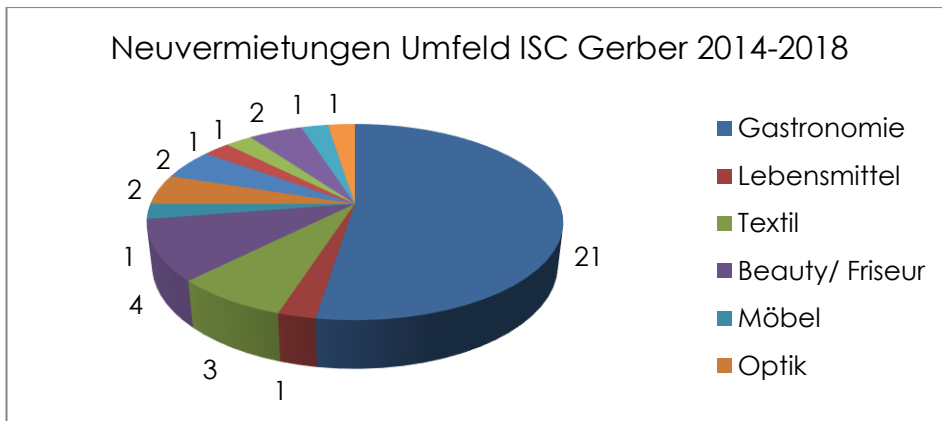


Tabelle 6: eigene Untersuchung und Darstellung

Soweit die Frage nach der Verweildauer des Ladens an dem Standort beantwortet werden konnte, das waren ca. 20 % der Befragten, ist feststellbar, dass ein großer Teil der Läden schon bis zu über zwanzig Jahre am derzeitigen Standort etabliert ist.

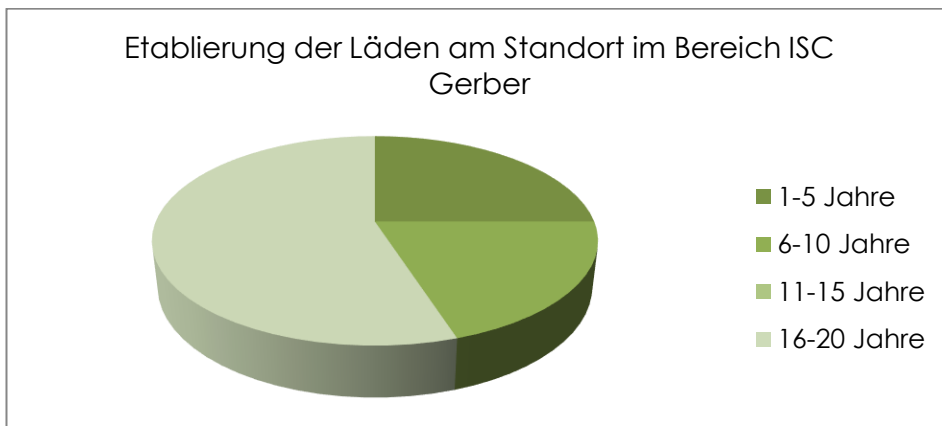


Tabelle 7: eigene Untersuchung und Darstellung

Im Umfeld wurden einige Baumaßnahmen durchgeführt. Neben dem Neubau des Büro- und Verwaltungsgebäudes mit Gastronomieflächen im EG „Caleido“ in der Tübinger Straße waren es drei Umbauten mit Fassadenanpassungen in der Tübinger Straße im Bereich des „Shared Space“ und ein Umbau in der Marienstraße. Hieraus lassen sich eher keine direkten baulichen Auswirkungen ableiten, die während des Betrachtungszeitraumes durch das ISC Gerber ausgelöst wurden.

3.4.2 Entwicklung der Handelsstruktur im Umfeld des ISC Milaneo

Da es sich beim Standort des Milaneo um eine Konversionsfläche handelt, die über einen neuen B-Plan zeitnah entwickelt und realisiert wird, gibt es im Bereich des sog. Europaviertels keine Bezüge zu ansässigen Handelsflächen. Sämtliche Handelsflächen sind auf die Fläche des Milaneo konzentriert. In den angrenzenden Neubauten sind im Erdgeschoss vereinzelt gastronomische Nutzungen etabliert worden. Es befinden sich keine Handelsflächen in den Neubauten.

Die im weiteren Bestandsumfeld erfassten Handelsstrukturen in der Heilbronner Straße haben sich nicht verändert.

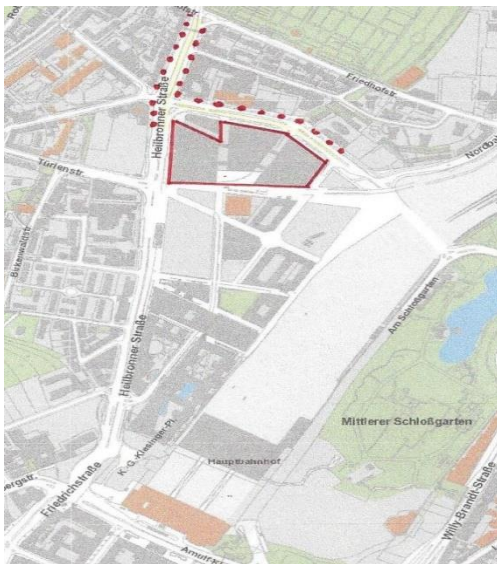


Abbildung 21: Erfasste relevante Einzelhandelsflächen im Bereich Milaneo, LH Stuttgart, Stadtmessungsamt, eigene Darstellung

Es handelt sich hierbei weiterhin um zielkundschaftsorientierte Läden aus dem Zubehörbereich für Motorräder. In der Wolframstraße gab es in Bezug auf Angebote aus dem Einzelhandelsbereich ebenfalls keine Veränderungen. Es wurde eine neue Wohnanlage in diesem Bereich auf einem früher gewerblich genutzten Areal realisiert. Das ist aber eher auf die Entwicklung des Stuttgarter Wohnungsmarktes mit einer großen Nachfrage, als auf den Neubau des Milaneo zurückzuführen. Es bleibt festzustellen, dass durch das Handelsangebot im

Milaneo sich die quartiersbezogene Nahversorgung, auch für den dicht bewohnten Bereich der Nordbahnhofstraße und den zukünftigen Entwicklungsgebieten Stuttgart 21, in diesem Bereich deutlich verbessert hat.

3.5 Stadträumlicher Zustand im Umfeld der beiden ISC

Im Rahmen der Untersuchung wurden auch mögliche Veränderungen des Stadtraumes im näheren Umfeld der ISC erfasst. Veränderungen in der Verkehrsführung, mögliche Erweiterung von fußläufigen Zonen, die Aufwertung und Gestaltung von Straßenräumen, sowie städtebauliche und bauliche Veränderungen aber auch Initialen für Neuentwicklungen, die über den Betrachtungszeitraum dieser Arbeit hinausgehen, wurden erfasst und dokumentiert, die ebenfalls im Zusammenhang mit den beiden ISC zu sehen sein können. Bei den Veränderungen und Maßnahmen handelt es sich um Maßnahmen, die im direkten Zusammenhang mit der Eröffnung der ISC stehen. So wurde der Fahrbahnquerschnitt der Wolframstraße sowie der direkt angrenzende Teil der Heilbronner Straße massiv umgestaltet, um das durch das Milaneo und seine insgesamt 1.200 Parkplätze entstehende zusätzliche Verkehrsaufkommen durch neue Fahr- und Abbiegespuren zu bewältigen.

Im Bereich des Gerber stellt sich die Situation anders dar. Die stadträumliche Situation ist im Grundsatz definiert. Es waren aufgrund fehlender freier Flächen keine Veränderungen der Stadtstruktur zu erwarten. Vielmehr lag der Schwerpunkt der möglichen Veränderungen auf Umbau und Sanierung von Hochbauten im Umfeld des ISC und von Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum, die ebenso zu einer Veränderung der Qualität des Stadtquartiers beitragen werden. Im Umfeld des Gerber wurde der Fußgängerbereich der Marienstraße im Rahmen einer durchgehenden Umgestaltung der Fußgängerzone Königstraße mit einem durchgängigen

Natursteinmaterial belegt. Der von der Paulinenstraße zu befahrende Teil der Marienstraße wurde ebenfalls in seiner Materialität entsprechend angepasst. Die Tübinger Straße wurde ab Paulinenstraße bis zur Eberhardstraße in Anlehnung an den sog. „Shared Space“ ausgebildet. Allerdings wurde hier, abweichend von der grundsätzlichen Konzeption, keine durchgängige Materialität zwischen Geh- und Fahrbereich hergestellt. Das hat nach Einschätzung von Vertretern des Stadtplanungsamtes dazu geführt, dass sich das Nebeneinander zwischen Fahr- und Fußgängerverkehr noch nicht optimal eingestellt hat. Ob hier seitens der Stadt noch nachgebessert wird, bleibt abzuwarten.

Das städtebauliche Umfeld des Milaneo ist, bedingt durch die Neuentwicklung des gesamten Stadtquartiers, in seiner Entwicklung anders zu betrachten als der historisch gewachsene Standort des Gerber an der Nahtstelle von verschiedenen, in ihrer Entstehung unterschiedlichen, Stadtquartieren. Die Neubauten im Bereich des Milaneo entsprechen der städtebaulichen Struktur in Form von großen Blockquartieren mit einer gemischten Nutzung bestehend aus Verwaltungsgebäuden, Wohnblöcken oder Sondereinrichtungen wie der Stadtbibliothek. Die jeweilige Realisierung dieser Gebäude ist unabhängig von der lange unsicheren Entwicklung des Shoppingcenters zu sehen. Diese war eher abhängig von der erfolgreichen Verwertung/Vorvermietung der Hauptflächen der Projekte. Die beiden noch freien Quartiere an der Heilbronner Straße können erst bebaut werden, wenn die in diesem Bereich verlaufende neue Stadtbahnlinie fertiggestellt ist. Hier ist die Neuerrichtung von zwei turmförmigen Hotelbauten geplant. Ein weiterer Entwicklungsschub ist zu erwarten, wenn die Bauarbeiten des neuen Hauptbahnhofes fertiggestellt sind und die dann freiwerdenden Flächen der nicht mehr benötigten oberirdischen Gleisanlagen planmäßig neu mit

Geschosswohnungsbauten und Dienstleistungsgebäuden ab dem Jahr 2025 oder später bebaut werden können.

4 Analyse der einzelhandelsspezifischen Veränderung durch die beiden ISC

Durch verschiedene Untersuchungen von unterschiedlichen, messbaren Parametern über einen Zeitraum von fünf Jahren, ein Jahr vor und vier Jahre nach Eröffnung der beiden ISC (2014-2018), sollen Wirkungszusammenhänge und Einflussfaktoren zwischen den beiden ISC und der Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels in Stuttgart identifiziert werden. Folgende einzelhandelsrelevanten Untersuchungen wurden in dem Zusammenhang im Rahmen dieser Arbeit durchgeführt:

- Mehrjährige Befragung der CIS e.V.
- Wiederholte Messungen der Passantenfrequenz an den ISC
- Beobachtung der Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart

4.1 Befragung der CIS und Erfassung von Presseinformationen über die beiden ISC

4.1.1 Grundzüge der empirischen Sozialforschung

Die empirische Sozialforschung ist als Werkzeug zu sehen, um die „systematische Prüfung von Theorien“⁴⁰ zu ermöglichen. Dabei kann es sich um Inhalte wie die Erklärung menschlichen Handelns oder anderer sozialer Strukturen handeln.⁴¹ Um das zu erforschen, können unterschiedliche Instrumente angewandt werden. Wichtig in dem Zusammenhang ist die konkrete Formulierung einer Forschungsfrage. Das übergeordnete Forschungsziel ist der Erkenntnisgewinn oder der „Neuigkeitswert“. In der sozialwissenschaftlichen Forschung wird grundsätzlich zwischen quantitativen und qualitativen Methoden unterschieden. In der durchgeführten Befragung wurden die

⁴⁰ Vgl. Schnell/ Hill u.a., Methoden der empirischen Sozialforschung, 2011. S.3

⁴¹ Vgl. Schnell/ Hill u.a., Methoden der empirischen Sozialforschung, 2011. S.3

quantitativen Methoden der Sozialwissenschaft angewandt. Hierunter werden „alle Vorgangsweisen, die zur numerischen Darstellung empirischer Sachverhalte dienen“, verstanden⁴². Dabei geht es vor allem um messbare Merkmale der Datenerhebung. Die Ergebnisse sind somit gut vergleichbar und lassen eine objektive Bewertung zu. Bortz und Döring beschreiben sechs unterschiedliche quantitative Ansätze zur Datenerhebung in den Sozialwissenschaften. Hierzu gehört das Zählen, Urteilen, Testen, Befragen, Beobachten und physiologische Messungen.⁴³ In der vorliegenden Arbeit wurden als Primärerhebung die Methoden der Befragung (Befragung der Mitglieder CIS e.V.) und der Zählung (Passantenfrequenz) angewandt. In der quantitativen Sozialforschung ist die Befragung das am häufigsten eingesetzte Instrument. Bei dieser Methode wurden den Untersuchungsteilnehmern mittels eines internetbasierten Fragebogens Fragen in schriftlicher Form innerhalb eines gleichen Zeitraumes über fünf Jahre zugestellt, die sie beantworten sollten.

Die Befragung im Rahmen dieser Arbeit erfolgte kurz vor Eröffnung der beiden ISC und in den vier auf die Eröffnung folgenden Jahren zu gleichen Zeiträumen im Herbst. Sie wurde unter den Mitgliedern der CIS e.V. (City Initiative Stuttgart e.V.) durchgeführt. In der CIS haben sich lokale Einzelhändler, Vertreter von Filialunternehmen, Gastronomen und Vertreter von Grundstückseigentümern mit Handelsbesatz in Stuttgart zusammengeschlossen. Die CIS beschäftigt eine hauptberufliche Citymanagerin, die die Interessen der CIS in der Öffentlichkeit vertritt und Events und Marketingmaßnahmen durchführt. Es wurde für die Untersuchung bewusst eine vorab definierte Gruppe von Befragten ausgewählt, um über den relativ langen Zeitraum der Untersuchung von fünf Jahren eine gleiche Basis zur Erlangung von vergleichbaren Ergebnissen und Einschätzungen zu erhalten, auch

⁴² Raab-Steiner/Benesch, Der Fragebogen, 2015, S.47

⁴³ Vgl. Bortz/ Döring, Forschungsmethoden und Evaluation, 2006, S 137 ff.

wenn die Gruppe zahlenmäßig nicht über eine besonders hohe statistische Größe verfügt. Darüber hinaus wurde diese Gruppe identifiziert, da sie aufgrund ihrer personellen Zusammensetzung und ihrer beruflichen Ausrichtung selbst eine hohe Kompetenz und Erfahrung im Einzelhandel der Landeshauptstadt Stuttgart besitzt. Ziel der Trendumfrage war es, die Erwartungen von Professionals in Bezug auf den Einfluss der beiden ISC auf die innerstädtische Einzelhandelslandschaft vor und nach Eröffnung der beiden ISC zu erfassen. Die Erwartungen im Zeitverlauf werden dann mit den sonstigen Ergebnissen und Veränderungen verglichen und beurteilt.

Zusätzlich zu der direkten Befragung der identifizierten Zielgruppe wurde über den gleichen Zeitraum die relevante Berichterstattung in der lokalen Presse, insbesondere den Stuttgarter Nachrichten, beobachtet und ausgewertet. Neben den redaktionellen Beiträgen geben die veröffentlichten Einzelmeinungen ein weiteres Bild über die Erwartungshaltung zu den beiden ISC wieder. Dabei handelt es sich nicht um ein in wissenschaftlicher Sicht valides Ergebnis, aber um eine flankierende Beobachtung in Ergänzung zu der durchgeführten Trendbefragung.

4.1.2 Befragung der City Initiative Stuttgart e.V. (CIS) 2014-2018

Der 12 Fragen umfassende Fragebogen für die Umfrage wurde so gestaltet, dass er über den fünfjährigen Befragungszeitraum unverändert in seinen Fragen bleiben konnte. Folgende Fragen wurden gestellt:

1.

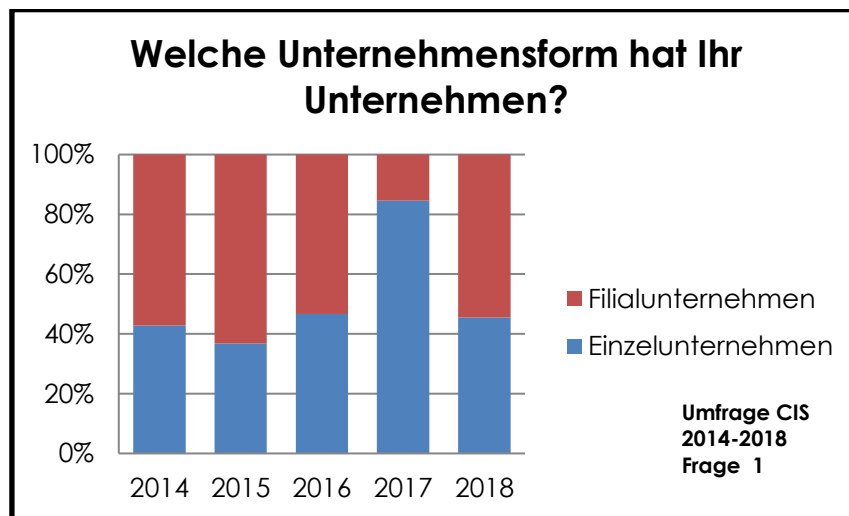


Tabelle 8: eigene Befragung und Darstellung

Ziel dieser Frage war es, zu erkennen, ob es sich bei dem Befragten um ein ortsansässiges Einzelunternehmen oder um ein Filialunternehmen handelt. Bei inhabergeführten Unternehmen ist zu vermuten, dass die Kenntnis des lokalen Umfeldes und das Engagement am Standort grundsätzlich höher entwickelt ist, als bei angestellten Mitarbeitern in einem Filialunternehmen.

Es haben sich generell etwas mehr Befragte aus Filialunternehmen beteiligt. Das Ergebnis aus dem Jahr 2017 fällt hierbei aus dem Rahmen, ohne dass es die Grundaussage beeinflusst.

2.

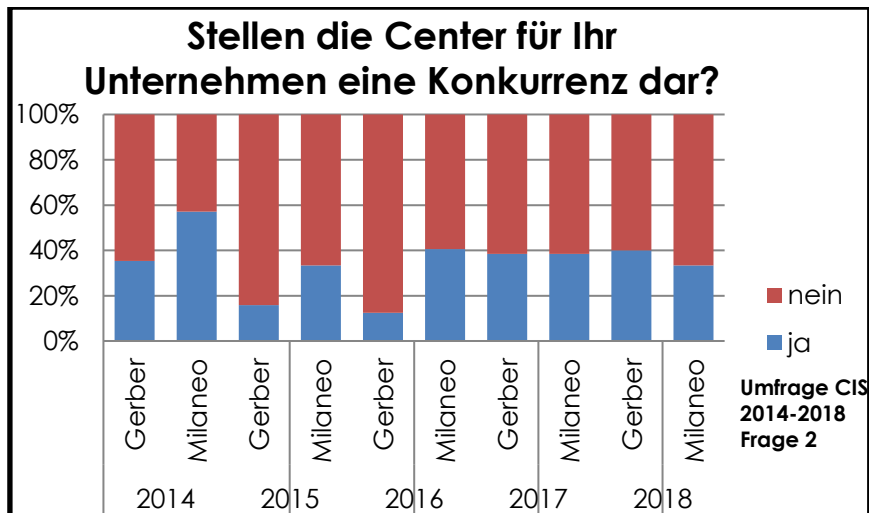


Tabelle 9: eigene Befragung und Darstellung

Das zusätzliche Flächenangebot im Einzelhandel von ca. 60.000 m² durch die beiden neuen ISC stellt grundsätzlich eine unternehmerische Herausforderung für den ortsansässigen Einzelhandel dar. Es sollte mit dieser Frage die subjektive Sicht der Befragten für ihr Handelsgeschäft bzw. Branche ermittelt werden.

Es ist auffallend, dass im Jahr vor und in den ersten beiden Jahren nach der Eröffnung der beiden ISC das Milaneo deutlich als stärkerer Konkurrenzstandort betrachtet wurde. Im weiteren Betrachtungszeitraum näherten sich die Bewertungen der beiden ISC an. Lediglich im Jahr vor der Eröffnung der beiden ISC sah eine Mehrzahl der Befragten eine Konkurrenz durch das Milaneo. In den Folgejahren empfand nur eine Minderheit die ISC als Konkurrenz zu ihren Handelsaktivitäten.

3.

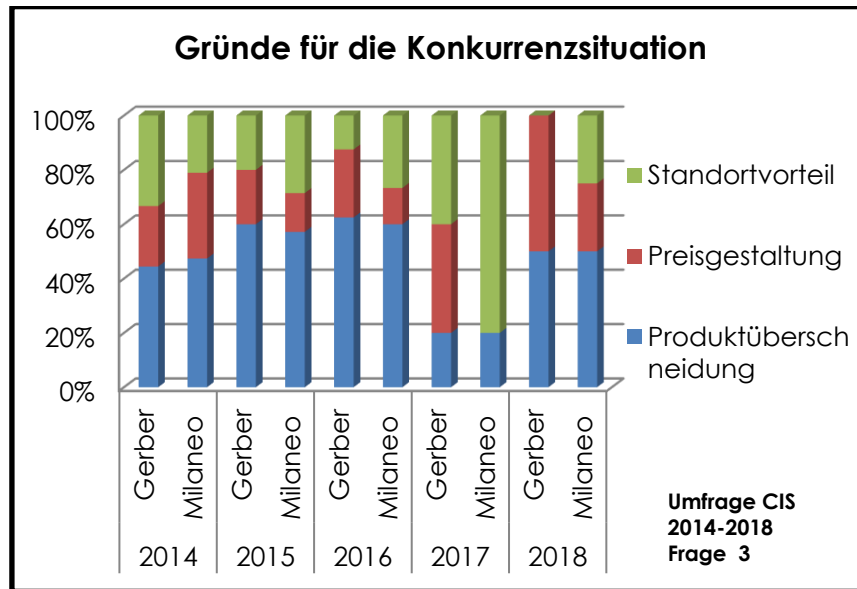


Tabelle 10: eigene Befragung und Darstellung

Die drei Kategorien wurden gewählt, um sowohl handelspezifische, immobilienwirtschaftliche als auch stadtstrukturelle Ursachen zu beleuchten.

Als ein Treiber für die Konkurrenzsituation wurde von den Befragten in den Jahren 2014-2016 insbesondere die Produktüberschneidung zu dem eigenen Warensortiment bei dem mit 43.000 m² Handelsfläche größeren ISC Milaneo gesehen. Ab dem Jahr 2017 wurden beide ISC gleichwertig beurteilt.

In der Erwartung auf die beiden ISC war vor Eröffnung insbesondere die Preisgestaltung als ein bestimmender Faktor für das Milaneo benannt worden. Das wurde möglicherweise durch die Information gestützt, dass die Firma Primark als preisaggressiver Anbieter eine Großfläche im Milaneo anmieten würde.

Obwohl das Milaneo nicht im städtebaulich ausgewiesenen Innenstadtbereich seinen Standort hat, wurde bei den Befragten der Standort anhaltend als besser und damit auch bestimmend für die Konkurrenz eingestuft.

4.

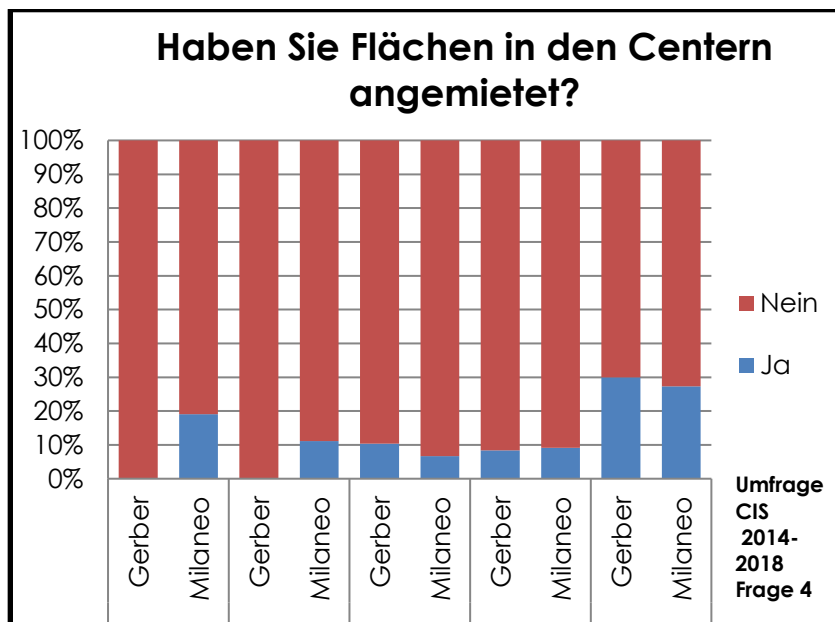


Tabelle 11: eigene Befragung und Darstellung

Mit dieser Frage sollten Erkenntnisse gewonnen werden, ob der Befragte durch Anmietung in einem oder beiden ISC einen gesonderten Bezug zu den ISC bei Beginn und während der Befragung hat.

Der Großteil der Befragten hat keine Flächen in den ISC angemietet. Aufgrund der üblicherweise langfristigen Mietvertragslaufzeiten im Einzelhandel sind im Betrachtungszeitraum substantielle Veränderungen bezüglich der Anmietung ohnehin nicht zu erwarten.

5.

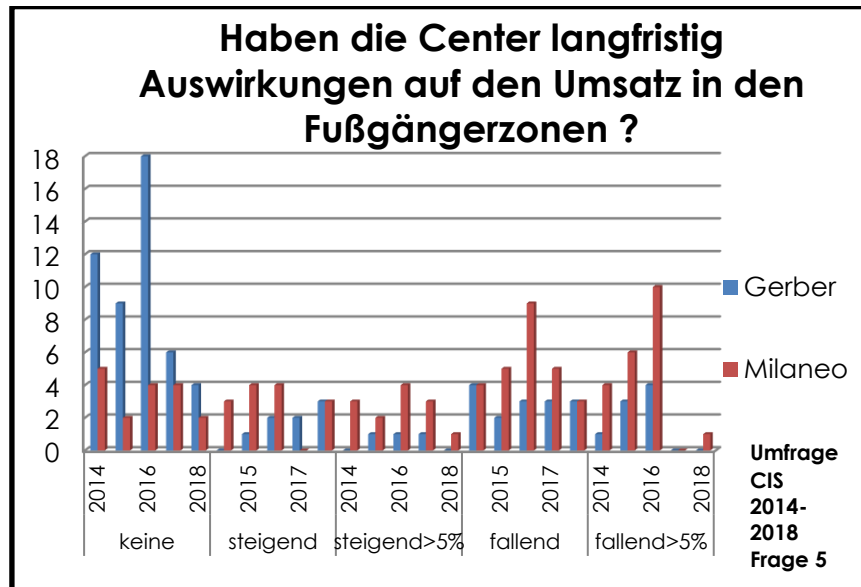


Tabelle 12: eigene Befragung und Darstellung

Aufgrund der intensiven Marktkenntnis der Befragten sollte eine Einschätzung zur Makroentwicklung gegeben werden.

In der Einschätzung der Befragten erwarteten sie insbesondere in den ersten Jahren keine langfristigen Auswirkungen für den Umsatz durch das Gerber. Der hohe Wert im Jahr 2016 lässt sich möglicherweise durch die auch in der Presse veröffentlichten Anlaufschwierigkeiten des Gerber erklären. Dagegen werden durch das Milaneo sinkende Umsätze in der Fußgängerzone erwartet.

6.

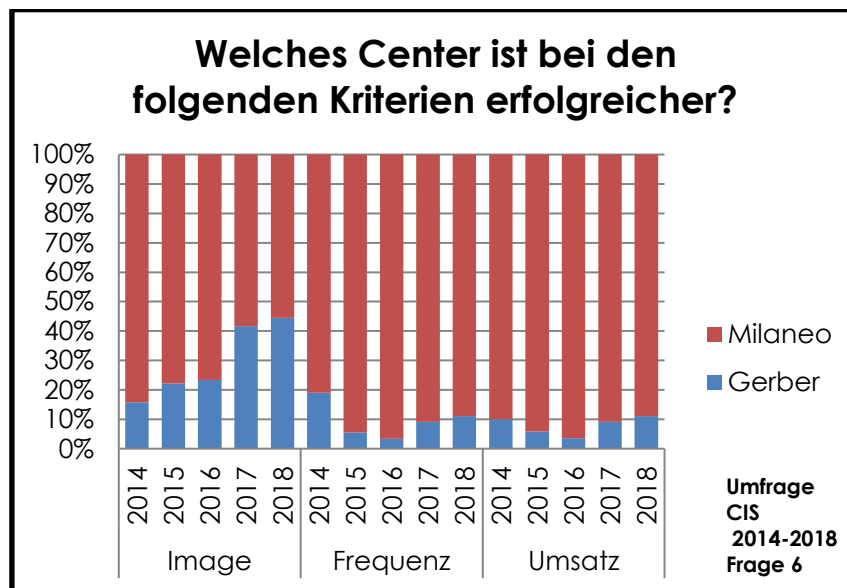


Tabelle 13: eigene Befragung und Darstellung

Neben den Hard Facts erscheint es plausibel, auch die Erwartungshaltung zum Soft Fact „Image“ über den Zeitraum zu betrachten.

Bei allen in diesem Teil gestellten drei Fragen wurde das Milaneo als das erfolgreichere ISC beurteilt. Auffallend ist, dass sich der Vorsprung des Milaneo in der Betrachtung „Image“ im Laufe des Betrachtungszeitraumes gegenüber dem Gerber deutlich verringert hat.

Bedingt durch das größere Flächenangebot des Milaneo ist die Kundenfrequenz (nach Angabe des Betreibers mit durchschnittlich 30.000 Passanten/Tag) folgerichtig höher als im Gerber. Das gleiche gilt in der Konsequenz für das Umsatzvolumen in der Gesamtbetrachtung.

7.

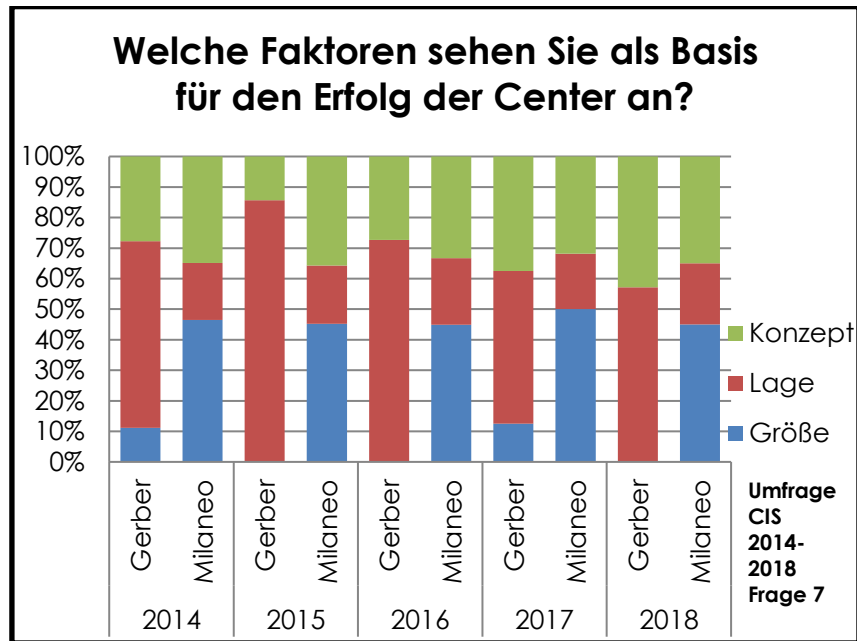


Tabelle 14: eigene Befragung und Darstellung

Die immobilienpezifischen Schwerpunkte in der Beurteilung können Schlussfolgerungen auch für andere ISC zulassen.

Als Erfolgsfaktoren bei der Betrachtung der Center sahen die Befragten insbesondere die Größe des Milano mit ca. 43.000 m² gegenüber dem Gerber mit ca. 24.000 m² Handels- und Gastronomiefläche an.

Bei der Beurteilung der Lage der ISC wurde anfangs der innerstädtische Standort des Gerber als Erfolgsfaktor gesehen. Über den Betrachtungszeitraum ergab sich eine Veränderung, die am Ende zu einer ausgeglichenen Beurteilung führte.

In der Beurteilung der handelstechnischen Konzeption kam es in den ersten Jahren, d.h. bis zum Jahr 2016, zu einer deutlich positiveren Bewertung des Milano, die allerdings in den Jahren 2017-2018 tendenziell zu einer Annäherung der Beurteilung führte.

8.

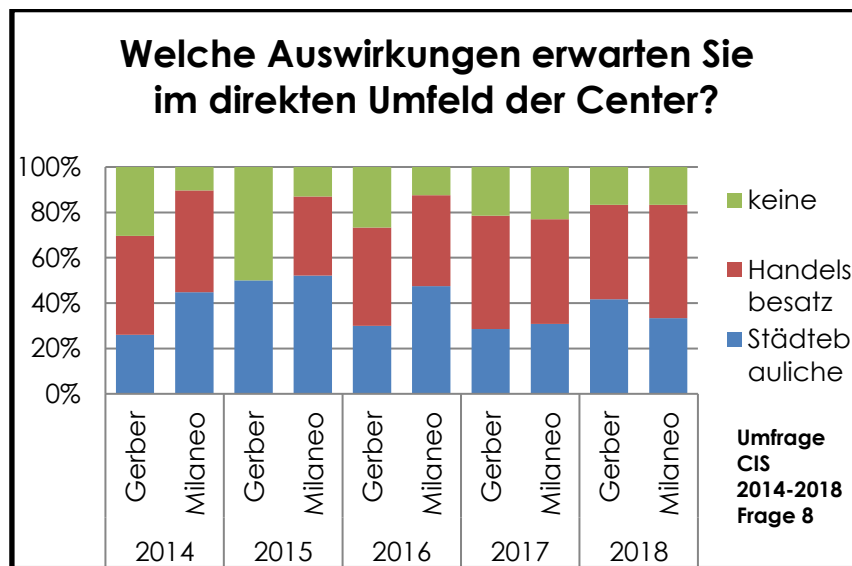


Tabelle 15: eigene Befragung und Darstellung

Auch wenn der Teilnehmerkreis der Befragten kein ausgewiesenes Fachforum für städtebauliche Fragen darstellt, können die Ergebnisse Hinweise auf erwartete Entwicklungen und Veränderungen geben.

Während in den ersten drei Jahren des Betrachtungszeitraumes die Befragten von städtebaulichen Auswirkungen insbesondere des Milaneo ausgingen, war die Beurteilung in den letzten beiden Jahren in Bezug auf die städtebaulichen Auswirkungen zwischen den ISC ausgeglichen.

In Bezug auf den Handelsbesatz im Umfeld der ISC erfolgte eine ausgeglichene Beurteilung.

Während die Befragten anfangs insbesondere beim Gerber von keinen Auswirkungen auf das Umfeld ausgingen, fand hier im weiteren Zeitverlauf eine Angleichung statt.

9.

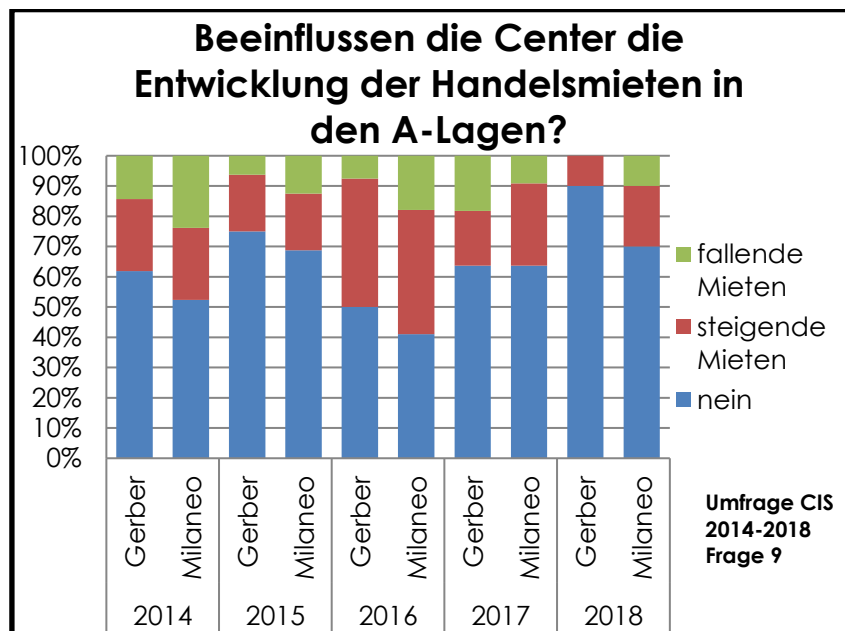


Tabelle 16: eigene Befragung und Darstellung

Durch die beiden Fragen 9 und 10 sollte eine Differenzierung der Auswirkungen auf A- und B-Handelslagen vorgenommen werden. In anderen Untersuchungen bezüglich der Etablierung von ISC wurden zum Teil auch unterschiedliche Auswirkungen auf die unterschiedlichen Lagen festgestellt.

Die Mehrzahl der Befragten erwartete keine Veränderungen der Miethöhen in den 1A Lagen. Im Falle von fallenden Mieten wurde das Milaneo als Treiber gesehen, wobei die entsprechenden Einschätzungen in diesem Zusammenhang in den letzten beiden Jahren deutlich zurückgegangen sind.

10.

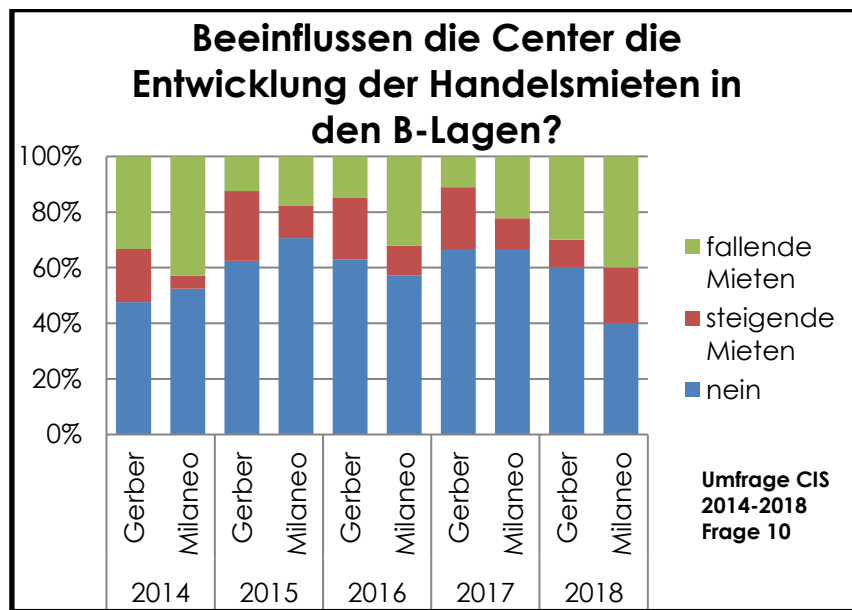


Tabelle 17: eigene Befragung und Darstellung

Bei den B-Lagen wurden keine oder fallende Handelsmieten von den Befragten erwartet. Auch hier wurde die Verursachung für die fallende Entwicklung der Mieten eher in der Wirkung des Milaneo gesehen.

11.

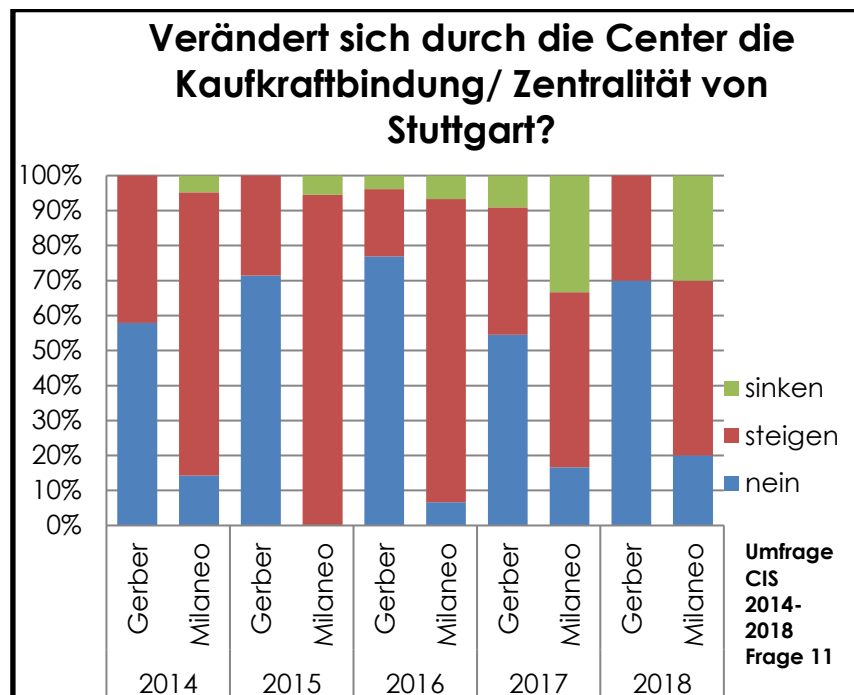


Tabelle 18: eigene Befragung und Darstellung

Die Frage wurde gestellt, um einen direkten Vergleich zwischen der subjektiven Einschätzung der Befragten und den statistisch im Nachgang ermittelten Kennzahlen zu ermöglichen.

Bei der Einschätzung der handelspezifischen Kennwerte der LH Stuttgart ging die Mehrzahl der Befragten von gleichen bis steigenden Werten aus. Auch in dieser Betrachtung wurde das Milano als Haupttreiber der Entwicklung gesehen.

12.

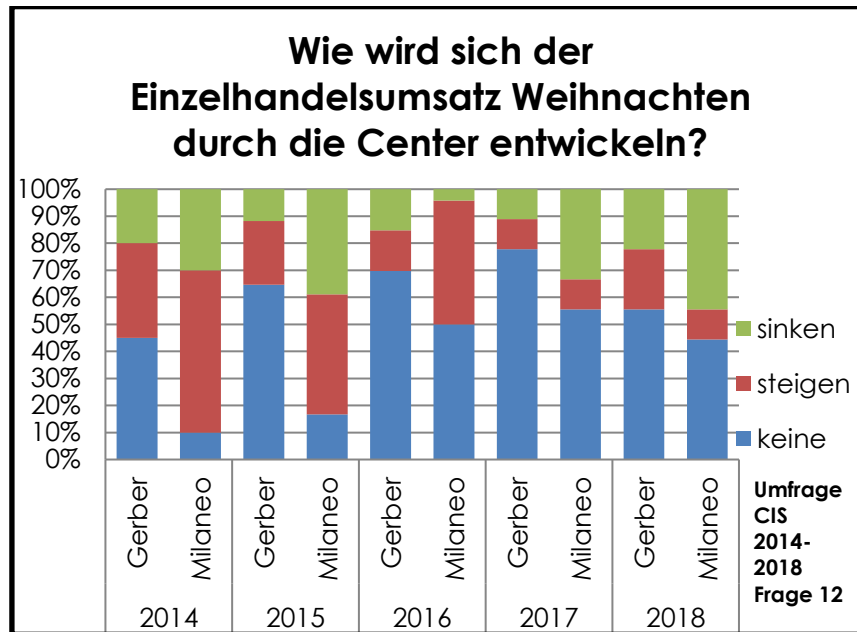


Tabelle 19: eigene Befragung und Darstellung

Da für den Einzelhandel das Jahresendgeschäft traditionell ein überproportionaler Umsatzträger ist, werden Handelsflächen und ISC, wenn möglich, im Herbst eröffnet, um diesen hohen und margenstarken Umsatzanteil bis zum Jahresende noch zu generieren.

Auch für das Jahresendgeschäft erwarteten die Befragten einen steigenden Umsatz durch die beiden ISC. In der Tendenz wurde auch bei dieser Betrachtung das Milaneo mehrheitlich als Treiber der Entwicklung genannt.

4.1.3 Presseberichterstattung über die ISC mit Individualmeinungen

Es wurde im Rahmen der Pressebeobachtung, insbesondere in den Stuttgarter Nachrichten, die über den Betrachtungszeitraum zitierten Individualmeinungen zu den beiden ISC, erfasst. Die folgende Auflistung aus diesen Beiträgen ist als Stimmungsbild zu sehen und soll nicht einen repräsentativen wissenschaftlichen Anspruch haben. Über die Zeitreihe ergibt sich ein Zeitzeugnis, wie sich die Wahrnehmung der Entwicklung der beiden ISC in der Öffentlichkeit entwickelt hat. Die

chronologisch erfassten Zitate sind ebenfalls in den Zeitraum ein Jahr vor Eröffnung bis vier Jahre nach Eröffnung eingeordnet, soweit entsprechende Artikel erfasst wurden. Die Intensität der Publikationen richtet sich natürlich nach dem aktuellen Interesse und ist zu dem Zeitpunkt vor und bei der Eröffnung oder bei Informationen über eine unplanmäßige Entwicklung größer als bei normal verlaufendem Betrieb eines Shoppingcenters.

Ausgewählte Zitate aus Presseveröffentlichungen:

Vor Eröffnung der ISC			
Zitat (M-Milaneo; G-Gerber)	Autor	Er-schei-nungs-termin	Presse-organ
Das ist eine Belebung für diese Ecke (G)	Find	06.12.13	STN
Das Ziel ist, die Stuttgarter Innenstadt noch attraktiver und anziehender zu gestalten. (M)	Jäpel (ECE)	27.12.13	STN
Ich rechne damit, dass es direkt nach der Eröffnung des Milaneo zu erheblichen Verlusten bei den Einzelhändlern in der Königstraße kommt. Es wird keinen Austausch zwischen Königstraße und Milaneo geben, weil die Entfernung viel zu groß ist. (M)	Reinboth	28.12.13	STN
Wir verstehen das Gerber als Ergänzung zum Bestand nicht als Solitär... (G)	Streber	08.01.14	STN
Wir erwarten negative Auswirkungen auf die Umsätze in der Königstraße...	Reinboth	15.03.14	STN
Anfangs wird sicher auch Kaufkraft von der City abfließen. Aber mittelfristig wird das die Königstraße und die City aushalten und kompensieren.	Fuchs (CIS e.V.)	13.06.14	STN

Hätte ich entscheiden müssen, wäre nicht so viel Verkaufsfläche entstanden.	Kuhn (OB)	24.09. 14	Schwäbische Zeitung
Die Kannibalisierung der Einzelhandelsstandorte in der Stadt Stuttgart und der Region gewinnt an Schärfe	Zieger	04.10. 14	STN
Ab Eröffnung der beiden ISC			
Die Stuttgarter Bürger haben das Gerber nicht angenommen.	Keck	10.01. 15	STN
Beim Milaneo ist nach dem Anfangshype des ersten Halbjahres Normalbetrieb - und beim Gerber ist der Hype nie angekommen. Das Center ist dem Tode geweiht.	Bartle	20.07. 15	STN
Das Gerber ist einfach zu unscheinbar, finde ich. Dagegen hat es das Milaneo sehr schnell und sehr gut geschafft, zur Marke zu werden. Dabei liegt das Milaneo nicht mal besonders zentral.	Mair	20.07. 15	STN
Die Behauptung, dass das Gerber nicht läuft, stimmt nicht. Eine Umfrage unter unseren Mitgliedern hat ergeben, dass die Frequenz zwar besser sein könnte, aber die Kunden, die dort sind, lassen Geld liegen.	Hagemann (Einzelhandelsverband)	06.08. 15	STN
Wir haben gewonnen, seit das Gerber eröffnet hat. Vor allem an Wochenenden ist inzwischen so viel Betrieb wie früher nur im Weihnachtsgeschäft	Sänger	25.09. 15	STN
Wir hatten in den ersten drei Monaten nach der Eröffnung des Milaneo Umsatz- und Passantenfrequenzrückgänge.	Bartle	13.11. 15	STN

Tabelle 20: Ausgewählte Presseveröffentlichungen zu den ISC, eigene Darstellung

In der erfassten Berichterstattung in der lokalen Presse wurden sehr unterschiedliche subjektive Einschätzungen von den zitierten Personen veröffentlicht. Vertreter und Beauftragte der Initiatoren (Jäpel, Streber) der ISC nahmen (natürlich) eine positive Sicht zu den beiden ISC ein. Aber auch Ladenbetreiber aus dem Umfeld des Gerber sahen durch die Eröffnung des ISC eine positive Entwicklung für ihre eigene geschäftliche Entwicklung (Sänger).

Seitens der Vertreter von Verbänden (Fuchs, Hagemann) wurde ein differenziertes, eher positives Bild der Erwartung gezeichnet.

Eher negative Einschätzungen in Bezug auf die neuen ISC kamen von Einzelhandelsinitiativen und Einzelhändlern sowie dem damals neuen Oberbürgermeister der LH Stuttgart und vom Oberbürgermeister der im Wettbewerb stehenden Nachbarstadt Esslingen (Reinboth, Bartle, Kuhn, Zieger). Hierbei ist bemerkenswert, dass der vom OB Zieger aus Esslingen befürchtete „Kannibalismus“ zwischen den Einzelhandelsstandorten Stuttgart und Esslingen sich später auch in den handelspezifischen Kennzahlen (siehe Kapitel 4.4.6) niedergeschlagen hat.

In der Gesamtschau kann festgestellt werden, dass in der interessierten Öffentlichkeit eine deutliche Skepsis gegenüber den beiden ISC in der Entwicklungs- und Realisierungsphase spürbar war. Nach Eröffnung der Center ließ das in der Presse publizierte öffentliche Interesse nach und wurde erst wieder stärker, als handelstechnische Probleme beim ISC Gerber publik wurden. Recht hohes Interesse in der Presse im Zusammenhang mit den beiden ISC fand die Etablierung eines Quartiersmanagers im Gerberviertel und die von ihm initiierten Events und Veranstaltungen durch einen Verein der Einzelhändler im Gerberviertel.

4.2 Passantenfrequenz und Einzelhandel

Für die Betrachtung und Bewertung von innerstädtischen Immobilienlagen, insbesondere im Einzelhandel, stellt die Passantenfrequenz

einen zentralen Bestimmungsfaktor dar. Bei nicht innerstädtischen Lagen stellt dagegen das Vorhandensein von einer ausreichenden Anzahl von möglichst kostenfreien Stellplätzen einen vergleichbaren kritischen Erfolgsfaktor dar. Der Begriff Lage, Lage, Lage kann im innerstädtischen Einzelhandel durch Frequenz, Frequenz, Frequenz ersetzt werden. Passantenfrequenz kann hier gleichgesetzt werden mit Umsatzpotential. Allerdings ist in Bezug auf den Einzelhandel hier eine weitere Differenzierung vorzunehmen. Die Passantenfrequenz gibt die Anzahl der Passanten in einer bestimmten Zeit auf der Geschäftsstraße/Fußgängerzone wieder. Sie gibt somit das grundsätzliche Personenpotential wieder. Die Besucherfrequenz gibt die Anzahl der Personen wieder, die ein Geschäftslokal betreten. Für den Einzelhandel entscheidend ist dann allerdings die Kundenfrequenz, das heißt die Anzahl von Ladenbesuchern, die auch im Laden etwas kaufen. Für die Einschätzung des möglichen Markterfolges eines neuen Ladens/Standortes ist insbesondere für markterfahrene, filialisierende Einzelhandelsunternehmen dennoch die Passantenfrequenz entscheidungserheblich, da mit der aus Erfahrung gewonnenen „capture rate“, d.h. Anteil der Passanten, die zu Kunden werden, und unter Berücksichtigung der vorhandenen Kaufkraft und Zentralität eines Standortes bereits im Vorfeld der Etablierung eines Ladengeschäftes die zu erwartenden Umsätze projiziert werden. Bei dieser Projektion finden die Veränderungen im Kaufverhalten der Kunden, die durch den Internethandel induziert sind, bereits ihren Niederschlag. Somit besteht zwischen der Passantenfrequenz und der wirtschaftlich monetären Bewertung eines Ladenlokals ein direkter Zusammenhang. Signifikant ist eine Betrachtung der Bewertung von frequenzabhängigen Lagen durch Fachmakler. In seinem Immobilienreport 2018 gibt Colliers International für die Königstraße/ Ecke Stiftstraße und Kienestraße bis 320 €/m², für die Stiftstraße bis 200 €/m² und für die Kienestraße 120 €/m² an (Neuvermietung bis 100 m², 6 m Front,

ebenerdig, gut geschnitten)⁴⁴. Dieses Umsatzpotential wird im Handel bei den meisten Premiulagen mit entsprechenden Miethöhen honoriert. Da häufig nicht alle Branchen und Einzelhändler eine entsprechende Umsatzproduktivität erwirtschaften können, führt diese Mietspirale zu einer entsprechenden Selektion und oft beklagten Uniformität im Einzelhandelsbesatz in den Innenstädten durch die häufig gleichen Filialunternehmen. Andererseits ist das Vorhandensein zum Teil mehrerer Filialen eines Unternehmens in den Toplagen auch der Ausdruck der hohen Kundenzufriedenheit mit dem Angebot. Man kann in dem Zusammenhang sagen, der Kunde stimmt mit den Füßen ab. Abweichend hiervon kann man standortbezogen den Eindruck gewinnen, dass im Premiumbereich der Handelslagen auch entsprechend klingende Namenslagen, die auch in der überregionalen Werbebotschaft des Händlers von vielen Kunden direkt verortet werden können, adäquat honoriert werden, auch wenn die Passantenfrequenz dort nicht immer zu den höchsten in der jeweiligen Stadt gehört. Als Beispiel sei hier München, Maximilianstraße, genannt.

Die Messung von Passantenfrequenzen kommt häufig zu sehr unterschiedlichen Ergebnissen. In der Vergangenheit wurden diese Zählungen als Stichprobenzählung händisch ermittelt und haben somit eine gewisse Fehleranfälligkeit. Dabei spielen veränderte Rahmenbedingungen, wie Wetter, zusätzliche Events am Standort, Urlaubszeit u.a. eine wichtige Rolle für die vergleichende Bewertung der Ergebnisse. Inzwischen kann die Messung mit Lasergeräten eine tagesgenaue Datengrundlage liefern, die dann noch mit den individuellen Rahmenbedingungen am Standortumfeld abgeglichen werden kann. Seitens der gif (Gesellschaft für Immobilienforschung) wurde im

⁴⁴ Colliers International Deutschland, Immobilienreport 2018 Einzelhandel, Metropolregion Stuttgart, S 27/28

August 2019 die „gif-Richtlinie Messung der Passantenfrequenz in Einkaufsstraßen“ als Branchengrundlage veröffentlicht.

Die Passantenfrequenz im Bereich der beiden ISC wurde ebenfalls beim Gerber ein Jahr vor und bei beiden ISC über einen Zeitraum von vier Jahren nach Eröffnung der Center händisch einmal im Jahr durchgeführt. Es wurden über den Untersuchungszeitraum vergleichbare Untersuchungstermine und sonstige Rahmenbedingungen wie Tageszeit (mittags) und Witterung berücksichtigt. Da das Milaneo im neu entwickelten Quartier „Europaviertel“ liegt, machte eine Ex-ante-Messung keinen Sinn, da keine sonstigen, ansatzweise vergleichbaren Einzelhandelsläden im direkten Umfeld vorhanden waren und somit keine einzelhandelsinduzierte Frequenz messbar gewesen wäre. Die im Bereich der Heilbronner Straße angesiedelten Läden, schräg gegenüber dem Milaneo, sind branchenmäßig ausgerichtet auf Motorradbekleidung/Outlet und erlauben daher keine Schlüsse aus der Messung der Frequenz von fußläufigen Passanten. Mögliche Veränderungen im Besitz der entsprechenden Ladenlokale werden in Anlage 3 erfasst. Die im Rahmen dieser Arbeit direkt gemessenen statistischen Werte wurden in den Kontext zu anderen veröffentlichten, mehrjährigen Messungen durch die von der Universität Stuttgart, Institut für Straßen- und Verkehrswesen, Lehrstuhl für Verkehrsplanung und Verkehrsleittechnik zum gleichen Zeitraum gewonnenen Daten gesetzt, um zur Referenzierung eine größere Datenmenge zur Verfügung zu haben. Durch den Lehrstuhl werden tagesgenaue Messungen im Bereich der Königstraße auf Höhe der Querung Kienestraße/Johannes-Brenz-Platz seit mehreren Jahren durchgeführt. Sie bieten einen Referenzwert für die in dieser Untersuchung durchgeführten stichtagsbezogenen mehrjährigen Erhebungen der Passantenfrequenz und stellen in sich keine eigenständigen Ergebnisse in Bezug auf die abgeleiteten Erkenntnisse für die, durch die ISC induzierten, möglichen Veränderungen dar. Der mögliche direkte

Einfluss der durch die ISC neu geschaffenen Kundenparkplätze auf die gemessene Passantenfrequenz wurde im Rahmen dieser Arbeit nicht untersucht, da keine individuelle Befragung der Passanten durchgeführt wurde.

Beim Studium der Fachpresse ist festzustellen, dass die häufig von Maklerunternehmen veröffentlichten Frequenzerhebungen bei gleicher thematischer Fragestellung und an gleichen Standorten zu deutlich unterschiedlichen Ergebnissen kommen. Dies führt dazu, dass die systemischen Grundlagen, die diesen Messungen zugrunde liegen, von Fachleuten kontrovers gesehen und in ihrer Aussagekraft unterschiedlich eingeschätzt werden. In einem Artikel in der Welt vom 11.04.2017 schreibt Michael Fabricius „Die Rangliste der meistbesuchten Einkaufsmeilen der Republik wird normalerweise von der Münchner City angeführt. ... Eine Passantenzählung des Immobiliendienstleisters Engel & Völkers macht dabei ein weiteres Mal deutlich, dass es vielen Bürgern nicht nur ums Einkaufen, um exklusive Geschäfte oder nette Cafés um die Ecke geht. Sie suchen auch ein besonderes Erlebnis. Das erklärt in diesem Jahr das besonders starke Abschneiden Stuttgarts. An einem zufällig ausgewählten Samstagnachmittag, dem 1. April, wurden rund 17.000 Passanten pro Stunde in der Stuttgarter Königstraße gezählt. Sonst liegt regelmäßig das Münchner Zentrum an der Spitze der meistbesuchten Shoppingmeilen Deutschlands. Die 15.200 Passanten in der Neuhauser Straße reichten dieses Mal jedoch nicht für Platz eins in der Statistik. Der Grund: „Die Aktion „Lange Einkaufsnacht“ und ein Fußballspiel am Folgetag haben zusätzliche Passanten in die Stadt gezogen“, erklärte Maike Brammer, Leiterin Research bei Engel & Völkers, das besondere Abschneiden der Landeshauptstadt Baden-Württembergs. In München gab es zwar auch ein Fußball-Heimspiel, jedoch mit offenbar wenig Auswirkung auf den Shoppingtourismus.“ In den Stuttgarter Nachrichten wird in der Ausgabe 167 vom 22./23. Juli 2017 auf das gleiche Thema

Bezug genommen: „Nach der Zählung des Maklers JLL hat fast keine deutsche Stadt in der Passantenfrequenz so stark verloren wie Stuttgart. Zählte der Makler in den Jahren zwischen 2008 und 2017 durchschnittlich noch 10.231 Passanten pro Stunde auf der Königstraße, so waren es am 6. Mai 2017 nur 7.455. Damit lag die Landeshauptstadt auf Rang 17, hinter Städten wie Dortmund, Bremen oder Bielefeld.“ Die hier vorgenommene Untersuchung stellt aufgrund der Unterschiedlichkeit der Messung und der nur einmal jährlich durchgeführten Messung keinen Anspruch auf einen direkten Vergleich mit Messungen aus der Königstraße dar. Vielmehr soll über den Betrachtungszeitraum vor und über vier Jahre nach Eröffnung der ISC eine Trendaussage ermöglicht werden, ob und welche Veränderungen in Bezug auf die Lauffrequenz durch die ISC ableitbar sind. Es ist wichtig, dass die durchgeführten Messungen zu identischen Zeitpunkten mit möglichst identischen Witterungseinflüssen durchgeführt werden konnten, um dadurch eine valide Basis für eine Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe zu gewährleisten.

4.2.1 Ergebnisse der Messungen der Passantenfrequenz an den beiden ISC Standorten in den Jahren 2014-2018 bzw. 2015-2018

Bei der Betrachtung und Einordnung der Ergebnisse der Messung der Passantenfrequenz in dieser Arbeit ist ein signifikanter Unterschied zwischen beiden Standorten der ISC zu berücksichtigen. Bei dem Standort des Milaneo handelt sich nicht um einen gewachsenen Einzelhandelsstandort wie beim Gerber, sondern um eine Neuentwicklung auf einer Konversionsfläche des ehemaligen Güterbahnhofs zu einem großflächigen Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort mit zusätzlicher Wohn- und Gewerbenutzung. Somit hätte eine Ex-ante-Betrachtung der Passantenfrequenz an diesem Standort keinen Sinn gemacht. Die durchgeführten Messungen erlauben hier nur eine

Aussage zur Entwicklung der fußläufigen Kundenfrequenz ab Eröffnung des Milaneo bis zum Ende des Betrachtungszeitraumes.

Die Messungen im Rahmen dieser Arbeit wurden jeweils an einem Mittwoch im September, d.h. nach den Sommerferien zwischen 11.30 und 14.00 Uhr bei sonnigem Wetter durchgeführt.

4.2.2 Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC Gerber 2014-2018

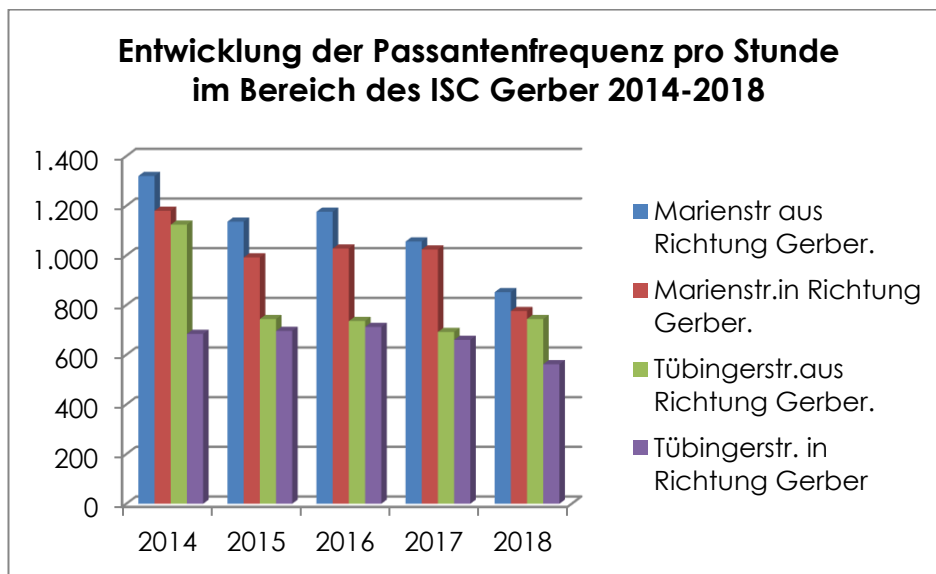


Tabelle 21: eigene Erhebung und Darstellung

Es wurden zwei Messstandorte ausgewählt. Ein Standort liegt in der Marienstraße als Verlängerung der Fußgängerzone an der Kreuzung Sophienstraße im Bereich des oberen Eingangs des ISC Gerber. Der andere Messpunkt liegt im Bereich der Kreuzung Tübinger Straße/ Sophienstraße an einem der beiden unteren Eingänge des Gerber. Über den Betrachtungszeitraum ist in der Spitze nach Eröffnung des Gerber ein Rückgang der Passantenbewegungen in der Marienstraße von 1.300 auf 850 Bewegungen feststellbar. Auffallend in dem Zusammenhang ist die höhere Anzahl von Passanten, die sich aus dem Gerber in Richtung City bewegen. Das lässt den Schluss zu, dass das Parkplatzangebot im Gerber auch als Einstieg in die City genutzt wird. Die Frequenz in der Tübinger Straße blieb auch nach Etablierung

des „Shared-Space“ Konzeptes nahezu konstant. Die richtungsabhängigen Bewegungen blieben ebenfalls relativ konstant. In der Tendenz haben sich die Frequenzen zwischen Tübinger Straße und Marienstraße angeglichen.

4.2.3 Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC Milano 2015-2018

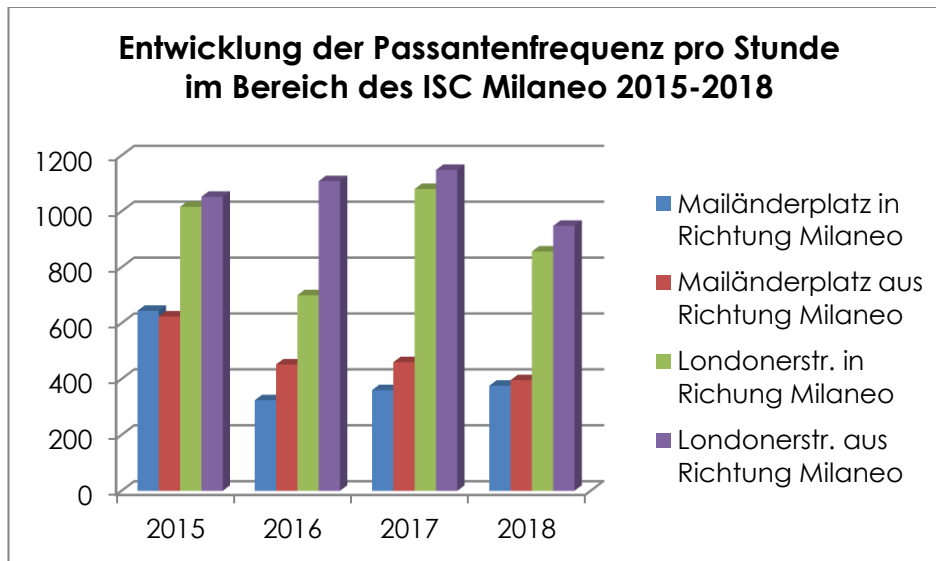


Tabelle 22: eigene Erhebung und Darstellung

Die beiden Messpunkte am ISC Milano befinden sich am Mailänder Platz vor der Bibliothek und am Ausgang der Stadtbahn Heilbronner Straße in der Londoner Straße. An beiden Standorten befinden sich Zugänge zum Milano. Nach einem leichten Anstieg der gemessenen Werte in den Jahren 2015-2017 ist im Jahr 2018 ein Rückgang zu verzeichnen. Aus dem Bereich der Stadtbahn kommen ca. doppelt so viele Passanten wie aus der Richtung Hauptbahnhof/Mailänder Platz. Mit 800-1.000 Passanten ist die Frequenz in etwa so hoch wie in der Marienstraße im Bereich Gerber. Die Frequenz aus Richtung Hauptbahnhof mit ca. 400 Passanten dagegen ist deutlich geringer als in der Tübinger Straße mit ca. 700 Passanten je Richtung. Seitens des Centerbetreibers wird auf Nachfrage eine durchschnittliche Passantenfrequenz im Center von ca. 30.200 Personen/Tag angegeben. Hierbei sind auch die mit dem PKW angereisten Besucher enthalten.

4.2.4 Entwicklung der Passantenfrequenz in der Königstraße Stuttgart 2013-2018 und in den Untersuchungsbereichen

Da es sich bei den innerhalb der Arbeit durchgeführten Messungen der Passantenfrequenzen um stichprobenartige, manuelle Messungen handelt, wurde zur Referenzierung eine von der Universität Stuttgart, Institut für Straßen-und Verkehrswesen am Lehrstuhl für Verkehrsplanung und Verkehrsleittechnik, durchgeführte automatische Messung der Passantenfrequenz zum jeweils gleichen Zeitpunkt in der Fußgängerzone Königstraße in die Betrachtung einbezogen, um einen Vergleich zu der innerörtlichen Entwicklung der Passantenbewegungen in der Fußgängerzone zu erhalten.

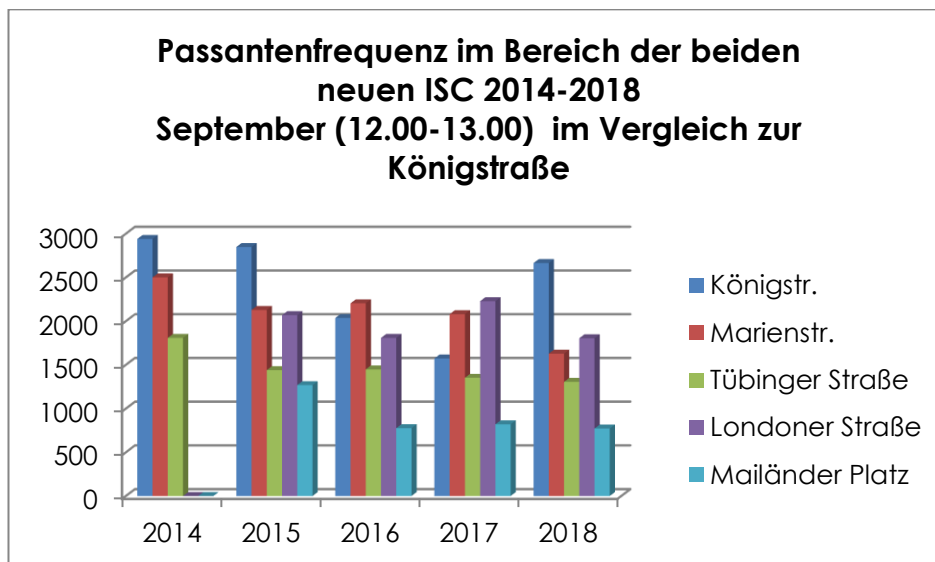


Tabelle 23: Universität Stuttgart, Institut für Straßen-und Verkehrswesen, Lehrstuhl für Verkehrsplanung und Verkehrsleittechnik; eigene Erhebung und Darstellung

Die Werte fassen dabei beide Laufrichtungen zusammen. Wie bereits erläutert, erfolgte am Standort Milaneo im Jahr 2014 keine Messung, da das Center zu dem Zeitpunkt noch im Bau war und keine einzelhandelsrelevante Passantenfrequenz vorhanden war. Bei dem Vergleich ist auffallend, dass die Passantenfrequenz in der Marienstraße (Gerber) zum Messzeitpunkt in den Jahren 2016 und 2017 höher war als in der Königstraße. Die Passantenfrequenz am Standort Milaneo/

Londoner Platz ist ab dem Jahr 2017 höher, als am Standort Gerber/Marienstraße. Darin ist ein Indiz zu sehen, dass sich die Zahl der Passanten am Standort Londoner Platz in Verbindung mit der Stadtbahnstation Heilbronner Straße und sich somit auch der Standort des ISC Milaneo stabil entwickelt hat. Offensichtlich nutzen immer mehr Passanten und somit mögliche Kunden den ÖPNV zur Erreichung des Milaneo.

4.3 Entwicklung der Einzelhandelsmieten

Die Entwicklung von Neuabschlüssen von Mieten im Einzelhandelsbereich sind ein Indikator für die Qualität und Nachhaltigkeit eines Standortes. Sie sind nicht nur von lokalen Einflussfaktoren bestimmt, sondern spiegeln auch die gesamtwirtschaftliche und strukturelle Situation und Erwartung im Einzelhandel wider. Ein erweitertes kurzfristiges Angebot von gleichwertigen Handelsflächen kann marktbedingt bei einer konstanten Nachfrage zu sinkenden Mieterwartungen bei Neuabschlüssen führen. Anders sieht es aus, wenn mit dem zusätzlichen Flächenangebot davon ausgegangen wird, dass durch die neuen Flächen eine höhere Attraktivität des Gesamtstandortes und eine entsprechend höhere Bindung der Kaufkraft, auch aus anderen angrenzenden Städten und Regionen, gegeben ist. Mieter von Einzelhandelsflächen sind tendenziell bereit, frühzeitig, d.h. bereits vor Fertigstellung des Gebäudes, einen Mietvertrag im Zuge der wettbewerbsorientierten Standortsicherung abzuschließen. In der Vergangenheit bestand seitens der Mieter auch das Interesse, möglichst langfristige Mietverträge von zehn und mehr Jahren gekoppelt an Optionen der Verlängerung der Mietzeit abzuschließen. Neben der wettbewerblichen Standortsicherung war auch ein betriebswirtschaftliches Interesse gegeben. Eine Neuetablierung eines Ladens birgt zu Beginn die Gefahr, dass in der sog. Anlaufphase des Ladens die angestrebten Umsätze noch nicht erreicht werden. Diese Unterdeckung lässt sich bei einer längeren Laufzeit durch die Etablierung

des Standortes eher kompensieren. Darüber hinaus besteht bei Abschluss eines langfristigen Mietvertrages mit einer mindestens 10-jährigen Bindung die Möglichkeit, der Vereinbarung einer Indexierung. Darunter versteht man die automatische teilweise oder vollständige Anpassung der Mietsteigerung an die Entwicklung eines zu vereinbarenden veröffentlichten Kostenindex. Das führt bei langfristigen Mietverträgen zu einer entsprechenden prozentualen Abkoppelung von der allgemeinen Entwicklung der Miethöhen.

4.3.1 Einflussfaktoren auf die Höhe und die Entwicklung der Einzelhandelsmieten

Bei der Nennung von Einzelhandelsmieten, insbesondere in Spitzenlagen, d.h. in Lagen mit der höchsten Passantenfrequenz oder in Ausnahmen in Lagen mit einem überregionalen Handelsimage, muss man eine differenzierte Betrachtung zugrunde legen. Neben der Qualität der Lage (Lage, Lage, Lage) ist die Größe des Ladenlokals entscheidend für die Miethöhe. Kleinere Ladengeschäfte (bis ca. 60 m²) mit einer entsprechenden Anbindung an die sog. „Laufwege“ sind grundsätzlich zu höheren Mietpreisen zu vermieten als große Läden, da die Umsatzproduktivität in kleineren Läden branchenbedingt und flächenbedingt grundsätzlich höher ist. Das gleiche gilt für größere Ladenlokale, die sich nur über eine Etage im Erdgeschoss erstrecken, gegenüber Einzelhandelsflächen, die sich über mehrere Etagen erstrecken. Bei der Entwicklung der Mieten im Einzelhandel ist über die letzten Jahre ein Trend zu beobachten. Die Nachfrage nach Flächen in 1A-Lagen bleibt relativ konstant und damit tendiert auch die Miethöhe eher nach oben. Anders sieht die Entwicklung in den sog. B- Lagen aus. Hier sind nicht nur zum Teil Mietreduktionen, sondern auch häufig strukturelle anhaltende Leerstände festzustellen. Unter strukturellem Leerstand werden Flächen erfasst, die unabhängig von einer auch reduzierten Miethöhe, insbesondere aufgrund ihrer Lage oder des baulichen Zustandes, nicht mehr adäquat als

Einzelhandelsflächen vermietet werden können. Dieser Trend wird ganz erheblich auch vom Verhalten der Kunden beeinflusst. Obwohl in der Öffentlichkeit die empfundene Monotonie durch Filialbetriebe gegenüber dem inhabergeführten Fachhandel bemängelt wird, sprechen die Umsatzzahlen und damit das Kaufverhalten der Kunden häufig eine andere Sprache. Generell muss sich der stationäre Einzelhandel über die letzten Jahre mit einer Umsatzverschiebung zum Online-Handel als wachsende Herausforderung auseinandersetzen. Die jährlichen Wachstumsraten im Online-Handel liegen bei ca. 10 Prozent, während der stationäre Handel in seiner Entwicklung eher stagniert.

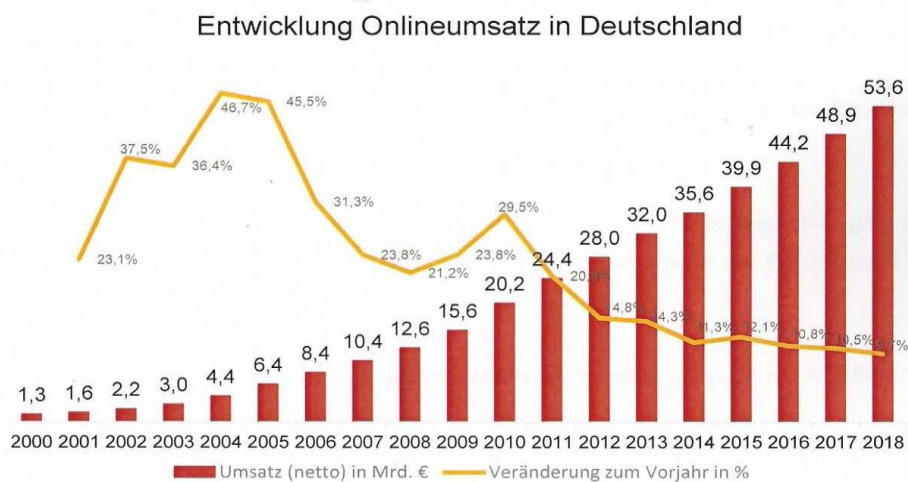


Tabelle 24: IFH Köln GmbH im Auftrag des HDE e.V., (Hrsg.), Handel digital, 2018, S. 4

Die Entwicklung der Großkaufhäuser als Anziehungspunkte in den Innenstädten hat durch Fusionen und durch die offensichtliche Unfähigkeit, auf ein verändertes Nachfrageprofil der Kunden mit entsprechenden Angebotsveränderungen zu reagieren, gelitten. Das führte zu einer weiteren Aufgabe und Reduzierung von Standorten durch die Kaufhausbetreiber. Nachfolgenutzungen für die oft vier- bis siebengeschossigen Handelsnutzungen zu finden, gestaltet sich äußerst schwierig. Seitens der Kunden ist die Bereitschaft, sich mehr als drei Handelsebenen zu erschließen, sehr begrenzt. Nur im Ausnahmefall

eines funktionierenden Angebots eines Großkaufhauses mit interessanten Magnetflächen (z.B. KaDeWe Berlin, Gastronomieebene 6.OG) oder aufgrund ihrer lokalen oder regionalen besonderen Kundenbindung, scheinen diese vielgeschossigen Flächenkonzepte erfolgreich und nachhaltig betrieben zu werden. Im Bereich der Textilkaufhäuser scheinen die inhabergeführten Häuser häufig besser in der Lage zu sein, modische Tendenzen zeitnah auch innerhalb der Saison im Sortiment zu berücksichtigen als Filialhäuser. Sie scheinen sich damit aufgrund der trendigen Angebotsvielfalt einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Markenstores der Hersteller aber auch gegenüber der steigenden Anzahl an Outlet-Stores und Outlet-Center zu erhalten.

Generell wird die Miethöhe von Einzelhandelsgeschäften in Toplagen bestimmt durch die weiterhin vorhandene Nachfrage von Filialunternehmen, auch wenn das Potential an Nachfragern in den letzten Jahren geringer geworden ist. Das resultiert zum Teil aus einer Diversifizierung innerhalb der Marken in einzelne Angebote für einzelne Käufergruppen, zum Beispiel Spezialangebote für Damen, Herren oder Kinder, aber auch durch die Markteinführung zusätzlicher Labels einzelner Filialisten, wie z.B. COS als weitere Marke von H&M. Zusätzliche Impulse und Nachfrage entstehen auch durch den Markteintritt von Filialisten im Einzelhandelsbereich aus dem Ausland, die bisher noch nicht am deutschen Markt vertreten waren, wie zum Beispiel das polnische Unternehmen „Reserved“ oder der irische Textilanbieter im unteren Preissegment „Primark“. Diese Expansionsstrategie ist häufig geprägt von der klaren Zielsetzung, die ersten Expansionsschritte ausschließlich an Topstandorten zu machen, um Erfahrungen in dem für sie noch neuen Markt zu generieren und erst nach einer gewissen erfolgreichen Marktpräsenz an anderen Standorten oder auch in Shoppingcentern Flächen anzumieten. So berichten Maklerunternehmen von einem permanenten Nachfragestau bei den 1A-Lagen. Die

Entscheidung zur Anmietung ist dabei nicht ausschließlich auf den Mietpreis, sondern auch immer sensibler auf das für die Einzelhandelskonzeption passende verfügbare optimale Flächenangebot gerichtet.

4.3.2 Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Deutschland 2010-2018

Die Entwicklung der Einzelhandelsmieten ist neben den konjunkturellen Einflussfaktoren auch in den letzten Jahren stark durch die dynamische Entwicklung des Online-Handels determiniert.

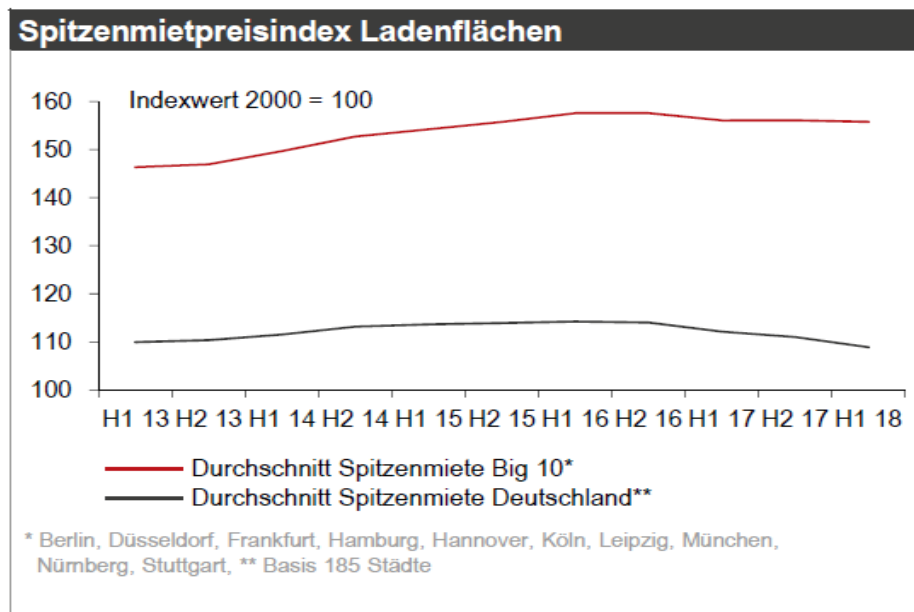


Tabelle 25: Jones Lang Lasalle, Einzelhandelsmarktüberblick Deutschland 2.Quartal 18

Während die Spitzenmiete im Einzelhandel im Bundesgebiet seit 2016 leicht rückläufig ist, konnten die großen Handelsstandorte (Big 10) die Umsätze mehrheitlich tendenziell stabil halten. Insgesamt sind klare Sättigungstendenzen der Mieten im Einzelhandel und bei der Flächenausdehnung von SC feststellbar. Die Entwicklung der Einzelhandelsmieten über alle Städtetypologien zeigt die Zusammenstellung von bulwiengesa AG:

Jahr	Spitzenmiete Einzelhandel in 1a-Lagen (gewichteter Durchschnitt)				Spitzenmiete Einzelhandel in 1a-Lagen (2013 = 100) (gewichteter Durchschnitt)			
	A-Städte	B-Städte	C-Städte	D-Städte	A-Städte	B-Städte	C-Städte	D-Städte
2013	268,19	131,98	92,76	54,95	100,0	100,0	100,0	100,0
2014	281,96	134,22	93,69	55,25	105,1	101,7	101,0	100,5
2015	292,39	136,32	93,96	55,42	109,0	103,3	101,3	100,9
2016	297,37	136,32	93,72	55,39	110,9	103,3	101,0	100,8
2017	298,16	135,91	94,45	55,21	111,2	103,0	101,8	100,5
2018	298,03	134,56	93,36	54,09	111,1	102,0	100,6	98,4

Tabelle 26: Spitzenmiete Einzelhandel, bulwiengesa AG.

Der Online-Handel ist zu einer starken Herausforderung für den stationären Einzelhandel geworden und beeinflusst damit direkt die Entwicklung von Mieten bei Neuabschlüssen insbesondere von langfristigen Mietverträgen. ⁴⁵Eine Studie der KPMG und EHI Institute kommt zu folgenden Ergebnissen: „Der Online-Handel wächst zwar weiter stark, doch der stationäre Einzelhandel bleibt auch in absehbarer Zukunft die wichtigste Anlaufstelle für Konsumenten. Das gilt sowohl für die Informationsgewinnung als auch für den Kaufabschluss. Dennoch wird sich der Kaufprozess erheblich ändern, denn die starke Verbreitung von Smartphones ermöglicht es dem Einzelhandel, im Ladenlokal mit seinen Kunden in Kontakt zu treten und ein mobiles Online-Angebot zur Stärkung seines stationären Geschäftes einzusetzen.“ Das setzt allerdings voraus, dass der Einzelhändler über eine entsprechende Kompetenz und Attraktivität im Multichannel-Verkauf verfügt. Darunter versteht man die unterschiedlichen Vertriebsformen des stationären und des Online-Handels. Diese Voraussetzung ist sicherlich tendenziell bei filialisierenden Einzelhändlern eher vorhanden als bei lokalen Wettbewerbern. Darüber hinaus führt auch der erfolgreich im Laden angebahnte Online-Handel zu einer Verschiebung des Ursprungs des Umsatzes weg vom stationären Laden hin zum Online-Portal. Dieser Umsatzverlust im stationären Bereich

⁴⁵ Vgl.: Sievers/ Gerling; Trends im Handel 2020, KPMG, Hamburg 2012

schlägt sich entsprechend auch auf die stark umsatzorientierten Mieten und Raumkosten nieder. Hierbei sind branchenspezifische Unterschiede in nicht unerheblichem Maße vorhanden. Warengruppen mit den größten Umsätzen in 2016 im Online-Handel sind Bekleidung (11,6 Mrd. €), Elektronik und Telekommunikation (8,7 Mrd. €), Bücher und E-Books mit (3,5 Mrd. €).⁴⁶ Aufgrund der Verunsicherung der Einzelhändler über die Entwicklung im stationären Handel ist aus Sicht von Fachleuten aus der Immobilienbranche, neben einer längeren und sorgfältigen Prüfung bei Neuanmietungen, eine Tendenz zu kürzeren Mietvertragslaufzeiten oder zu Sonderkündigungsrechten bei nicht planmäßiger Umsatzentwicklung des Ladens feststellbar.

Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland Einzelhandels insgesamt und Einkaufszentren in Deutschland

Flächenausdehnung von Shopping Centern bereits seit Jahren fast auf Nullwachstum, Sättigung schlägt auch am Gesamtmarkt allmählich durch

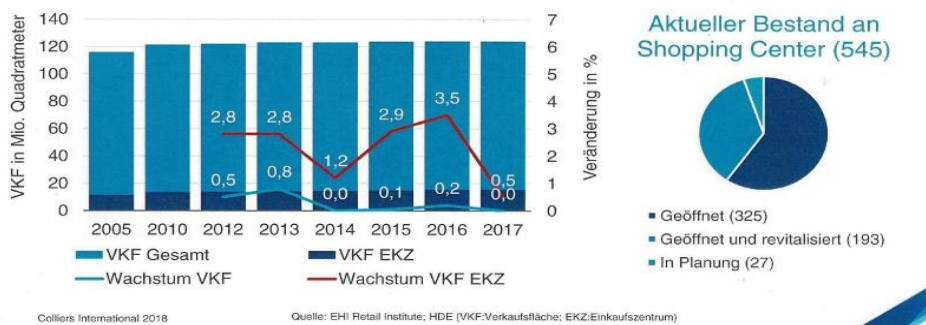


Tabelle 27: Colliers International 2018

4.3.3 Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart

Die Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart wurde auf Grundlage der veröffentlichten Werte von großen ortsansässigen Immobilien Consultants ermittelt. Um über den fünfjährigen Betrachtungszeitraum eine gesicherte Vergleichbarkeit herzustellen, wurde mehrheitlich auf die Daten aus dem Researchbereich für Stuttgart von Colliers International zurückgegriffen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass es sich um die Werte von Neuabschlüssen von

⁴⁶ Stuttgarter Nachrichten, v.12, 14./15. Oktober 2017

Mietverträgen handelt. Die veröffentlichten Werte sind nicht auf die Ebene des einzelnen Vertrages gerichtet, sondern stellen das Ergebnis der im Betrachtungszeitraum abgeschlossenen Mietverträge in vergleichbaren Lagen und entsprechenden Ladengrößen und Ladenzuschnitten dar. Die sich aus der Indexentwicklung von laufenden Verträgen ergebende Miethöhe konnte hier nicht erfasst werden. Unter einer Indexanpassung im Mietvertragsrecht versteht man die sich wiederholende quotale oder volle prozentuale automatische Anpassung der Miethöhe/m² Mietfläche z.B. an die von den statistischen Landesämtern veröffentlichten Daten für die Preisentwicklung z.B. des 4-Personen-Haushalts. Generell ist es kaum möglich, an die individuellen wirtschaftlichen Daten von Mietverträgen und Umsatzentwicklungen von Einzelhandelsbetrieben zu kommen, da in den meisten Verträgen zwischen Mieter und Vermieter Vertraulichkeit vereinbart wird. Die Entwicklung der Umsatzzahlen wird von den Ladenbetreibern ebenfalls nicht publiziert. Maximal werden nur Tendenzen und statistische Entwicklungen zum Vorjahr veröffentlicht. Eine Ausnahme ergibt sich im Fall von Mietvereinbarungen von Umsatzmieten im Zusammenhang mit Mindestmieten. Hier ist der Mieter verpflichtet, dem Vermieter geprüfte Umsatzzahlen zu nennen, da die Miethöhe ganz oder teilweise prozentual an den im Laden getätigten Umsatz gekoppelt ist. Das Ergebnis wird dann wieder vertraulich behandelt. Diese Art der Bestimmung der Miethöhe stellt eine Besonderheit dar, die häufig bei großflächigen Einzelhandelsagglomerationen wie Shoppingcentern angewandt wird. Es ist Ziel des Vermieters eines Shoppingcenters, durch Einbindung des Center Managements, möglichst optimale Rahmenbedingungen z.B. durch Gestaltung eines interessanten Branchenmixes oder centerbezogene Marketingmaßnahmen, für seine Einzelhandelsmieter und die von ihnen erzielten Umsätze, zu schaffen. Somit besteht eine Win-Win-Situation

für Mieter und Vermieter. Davon profitiert der Vermieter dann auch im Erfolgsfall über die Umsatzmiete.

4.3.4 Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart 2010-2014-2018

Die Betrachtung der Entwicklung der Einzelhandelsmieten in Stuttgart wurde bewusst in die beiden Zeiträume 2010-2014 und 2014-2018 unterteilt, um eine klare Fokussierung auf einen zeitlich vergleichbaren Zeitraum vor und nach Eröffnung der beiden ISC zu bekommen. Die Immobilienlagen wurden von den ansässigen großen im Bereich Einzelhandelsvermietung kompetenten Maklerunternehmen in Bezug auf die Zuordnung der Einzelhandelslagen in 1A-Lagen und in 1B-Lagen ähnlich bewertet. Neben der Königstraße, die laut Colliers International mit rund 12.400 Passanten nach München und Köln zu den höchstfrequentierten Fußgängerzonen Deutschlands gehört, ist die Achse Stiftstraße-Marktplatz die 1A-Lage. Die Calwer Straße, Büchsenstraße, Schulstraße, Eberhardstraße, die neu gestaltete Lautenschlagerstraße, Kronenstraße und der direkt im Einzugsgebiet des Gerber liegende Bereich Tübinger Straße, Marienstraße stellen gut frequentierte 1B-Lagen dar.

Die Gesamtfläche des Stuttgarter Einzelhandels betrug im Jahr 2018 laut Colliers 1.015.000 m². Stuttgart hatte vor Eröffnung der beiden ISC eine Verkaufsfläche von ca. 930.000 m². Dieses Flächenangebot wurde gleichzeitig durch die Flächen im Milaneo mit ca. 43.000 m² und im Gerber mit ca. 24.000 m² um ca. 8 % erweitert.

Einzelhandel Flächenbestand (2000 bis 2019)

Flächenbestand im Stadtgebiet von Stuttgart

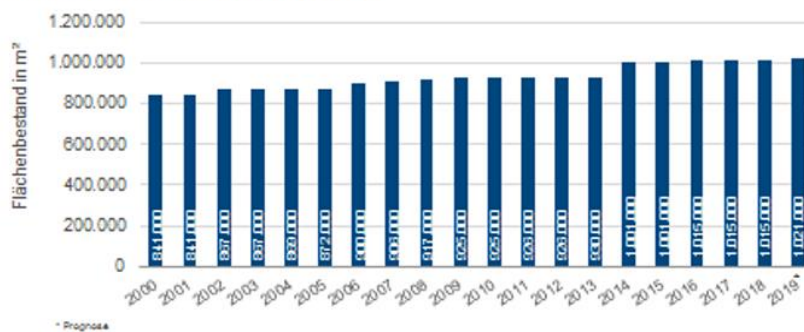


Tabelle 28: Colliers International, 2018

Die Auswirkung dieser Steigerung ist allerdings insbesondere auf die relevante Fläche der Innenstadtlagen zu sehen. Betrachtet man die Daten von Colliers, die allerdings ohne das Milaneo mit ca. 43.000 m² ermittelt wurden, da der Standort auch in der Definition der Consultants nicht in der Innenstadt liegt, ist im Jahr nach Eröffnung der beiden ISC ein dramatischer Rückgang der Neuvermietungen in 2015, was die Mietfläche und was die Anzahl der abgeschlossenen Verträge betrifft, feststellbar. Der Markterholung in 2016 folgte ein stetiger Rückgang der Vermietungsleistung in Stuttgart in den Folgejahren. Dieser Rückgang hat seine Ursache einerseits im Markteintritt der beiden ISC als auch in der, durch den stetig steigenden Online-Handel angestoßenen Veränderung im Kaufverhalten der Privatkunden, die auch dem Trend im Bundesgebiet entspricht.

Einzelhandel

Flächenumsatz und Anzahl der Vermietungen

Flächenumsatz und Anzahl der Vermietungen in der Stuttgarter City



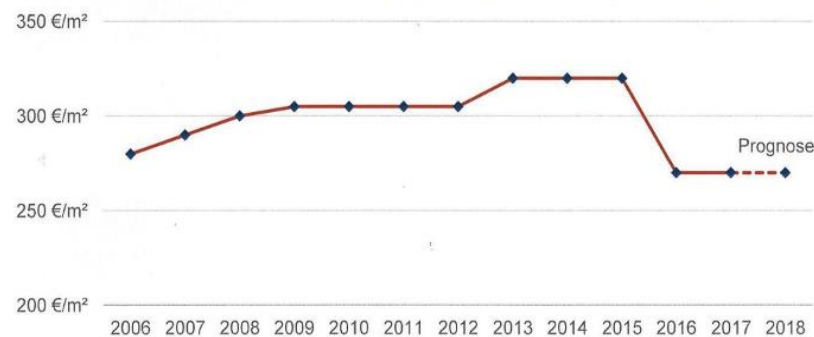
Tabelle 29: Colliers International 2018,

Diese Entwicklung ist ebenfalls signifikant an der Entwicklung der Spitzenmietpreise für Einzelhandelsflächen in Stuttgart ablesbar.

Mietpreisentwicklung Stuttgart

Spitzenmietpreise

(Ladenlokal, 1A-Lage, bis 100 m², ebenerdig, rechteckig, 6 m Front, Neuvermietung)



Quelle: Colliers International Deutschland GmbH, BulwienGesa AG

* Prognose

Tabelle 30: Colliers International 2018

Der von Colliers festgestellte deutliche Rückgang der Mietpreisentwicklung im Einzelhandel in Stuttgart in 2015 erfolgte zeitgleich mit dem Markteintritt der beiden ISC. Die weitere Entwicklung in den Jahren 2016-2018 war stabil, wenn auch auf einem unveränderten Mietniveau, aber bei einer deutlich geringeren Anzahl der Neuvermietungen.

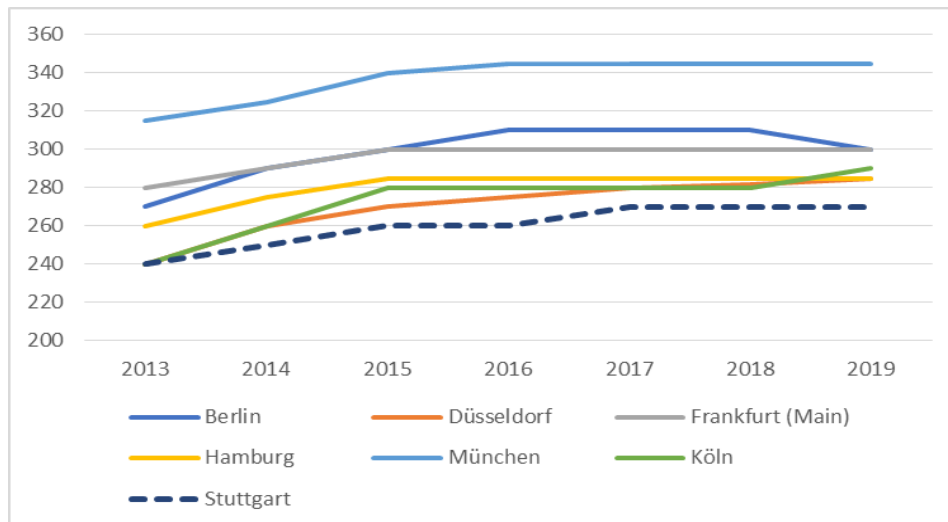


Tabelle 31: Catella Research und bulwiengesa AG, 2019 Spitzenmieten in den Top 7

Vergleicht man die Entwicklung in Stuttgart mit der Entwicklung der Spitzenmieten im Einzelhandel der Top 7 Standorte in Deutschland, ergibt sich folgendes Bild: Ab 2015 und 2016 waren die Spitzenmieten im Bundesgebiet stagnierend. Lediglich war in Köln ab 2018 eine steigende Tendenz und in Berlin eine sinkende Entwicklung feststellbar.

In Expertengesprächen wurde die Nachfrage nach 1A-Lagen als vorhanden, allerdings nicht um jeden Preis, beschrieben. In den B-Lagen waren eine verhaltene Nachfrage und eine hohe Mietpreissensibilität bei den Mietinteressenten feststellbar. Darüber hinaus war die Tendenz bei vielen Einzelhändlern auffallend, aus Kostengründen bei Neuanmietungen eher kleinere Flächen als in der Vergangenheit anzumieten. Dies ist aus Sicht von Immobilien Consultants auch ein Indikator für die Verschiebung von Einzelhandelsumsätzen vom stationären Einzelhandel zum Online-Handel. Das wirkt sich dann auch statistisch bei gleichem Umsatz in einer höheren Umsatzproduktivität/m² Ladenfläche aus.

4.4 Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Werte der LH Stuttgart und der Region

4.4.1 Einordnung der LH Stuttgart in den Landesentwicklungsplan

Die Landeshauptstadt Stuttgart stellt mit rund 614.000 Einwohnern (2018) ein Oberzentrum dar. Laut Landesentwicklungsplan sollen Oberzentren „als Standort großstädtischer Prägung die Versorgung eines Verflechtungsbereichs von mehreren hunderttausend Einwohnern (in der Regel die Region) mit hochqualifizierten und spezialisierten Einrichtungen und Arbeitsplätzen gewährleisten“. Im Einzugsbereich (20-km-Radius) leben laut Angaben GfK ca. 1,5 Mio. Menschen, im Einzugsbereich im 50-km-Radius sind es laut GfK im Jahr 2016 ca. 4,14 Mio. Einwohner. Zu den relevanten Mittelzentren gehören die Städte im mittleren Neckartal wie Esslingen, Plochingen, die Region Remstal mit Fellbach und Waiblingen, der Bereich Ludwigsburg, Bietigheim-Bissingen sowie der Bereich Leonberg, Sindelfingen und Böblingen. Neben dem ortansässigen lokalen Facheinzelhandel sind in diesem Bereich weitere Shoppingcenter vorhanden:

Ort		Verkaufsfläche m ²	Eröffnung	Bemerkung
Breuningerland ,	Ludwigsburg	36.000		Erweiterung
Marstallcenter ,	Ludwigsburg	25.700	1972/ 2015	Revitalisierung/ Erweiterung
Wilhelm Galerie ,	Ludwigsburg			
Leo Center	Leonberg	27.000		
Breuningerland	Sindelfingen	32.600		Erweiterung
Stern Center	Sindelfingen	31.000	1999	Revitalisierung 2011
Mercaden	Böblingen	24.000	2014	Neubau 2015

Tabelle 32: Ausgewählte Shoppingcenter im Umkreis von Stuttgart, eigene Darstellung

Diese Center stellen aufgrund ihrer Größe überörtliche Konkurrenzstandorte dar, die im periodischen und aperiodischen Bedarf nicht nur auf den jeweiligen lokalen Nachfrager ausgerichtet sind, was wiederum zu einem Kaufkraftabfluss auch von Stuttgart in diese umliegenden Kommunen führt. Wie direkt sich dieser regionale Wettbewerb darstellt, zeigt sich in der Tatsache, dass diese Bestandscenter sich in einem wiederholenden Prozess von Revitalisierung und möglicher Flächenerweiterung befinden, um ihre Objekt- und Angebotsqualitäten wettbewerbsorientiert zu verbessern. Das belegen auch die vorgenannten hohen und überdurchschnittlichen Kennziffern Umsatz pro Einwohner (Umsatzkennziffer Böblingen 152,9 im Jahr 2018).

4.4.2 Statistische Kennzahlen für die Bewertung der einzelhandels-technischen Entwicklung

Für die Bewertung der einzelhandelsrelevanten Entwicklung eines Standorts, sei es eine Kommune oder eine Region, stehen mehrere statistische Indikatoren zur Verfügung, die in Zeitreihen erfasst werden. Im Rahmen dieser Betrachtung wurden die von der IHK Region Stuttgart veröffentlichten Daten sowie zusätzliche Daten der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA/BBE Handelsberatung, München, zugrunde gelegt. Die IHK Region Stuttgart veröffentlicht und kommentiert jährlich die relevanten Kennzahlen und beleuchtet damit insbesondere die einzelhandelstechnischen Entwicklungszusammenhänge zwischen dem Oberzentrum Stuttgart und den relevanten Umlandkommunen. Gern werden diese Daten auch für ein überregionales Städteranking genutzt, um damit statistisch abgeleitete Standortqualitäten in ihrer Entwicklung, auch als Marketinginstrument im Rahmen eines überregionalen Städtewettbewerbs, zu nutzen.

Seitens des Research-Instituts und der IHK Region Stuttgart wurde auf eine wichtige Einschränkung bei statistischen Zeitreihenvergleichen hingewiesen:

„Zeitvergleiche von aktuellen Daten zu Daten, die aus den Vorjahren berechnet wurden, sind im Bereich der Zentralitätskennziffern und übrigen regionalen Marktdaten aus folgenden Gründen kritisch zu betrachten:

1. Kaufkraft- und Umsatzdaten sind Prognosewerte zum Stand ihrer Ermittlungen, also Anfang des betreffenden Jahres. Bei einem Zeitvergleich würden somit nicht aktuelle Jahre, sondern die Prognosen für die jeweiligen Jahre verglichen.
2. Datenquellen und Methoden verbessern sich im Laufe der Zeit. Die Werte der alten Jahre auf Basis der damaligen Quellen und Verfahren können also nicht immer korrekt mit den neueren Jahren auf Basis der neueren Quellen und Verfahren verglichen werden.
3. Möglicherweise erfolgte Gebietsstandsänderungen blieben unberücksichtigt.“

Unter Berücksichtigung dieser Einschränkungen wurden folgende einzelhandelsrelevanten Indikatoren und Kennziffern betrachtet:

Um die einzelhandelsbezogene Attraktivität eines Standortes, sei es Stadt oder Region, einzuordnen, ist es erforderlich, die statistisch vorhandenen und regelmäßig erhobenen und veröffentlichten Daten des jeweiligen statistischen Landesamtes bzw. von überregional tätigen Marktforschungsunternehmen wie GfK (Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg), Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg oder den Industrie - und Handelskammern zu betrachten, ihre Entwicklung zu verfolgen und sie mit relevanten Wettbewerbsstandorten zu vergleichen. Folgende Daten und Kennzahlen stehen hier zur Verfügung:

Bevölkerungsrelevante Kaufkraft:

Gesamt je Standort

Kaufkraft pro Kopf/Einwohner

EH Kaufkraftindex (D=100)

Einzelhandelsumsatz stationär:

Gesamt je Standort

Umsatz pro Kopf/Einwohner

Umsatzkennziffer (D=100)

Zentralitätskennziffer (D=100)

4.4.3 Kaufkraftbindung/ einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Der Einzelhandelskaufkraft-Index gibt Auskunft über die Einkommenssituation der ortsansässigen Bevölkerung. Er beziffert das verfügbare Einkommen für Konsumzwecke und das Nachfragepotential der Endverbraucher an einem bestimmten Standort. Die Einzelhandelskaufkraft beinhaltet nur den Teil des Einkommens, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Der Bundesdurchschnitt beträgt 100. Ein Kennzifferwert über 100 zeigt ein überdurchschnittliches, ein Kennzifferwert unter 100 ein unterdurchschnittliches Kaufkraftpotential an.

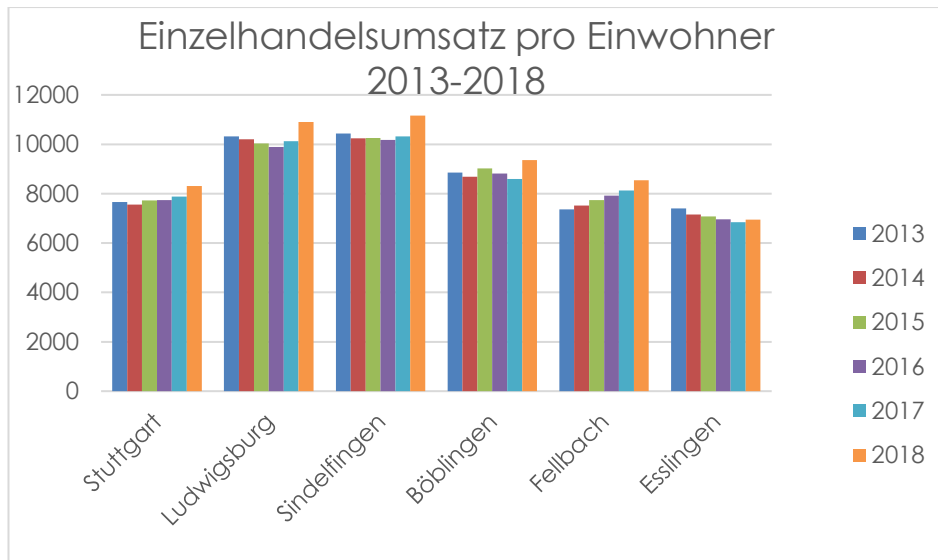


Tabelle 33: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

Die Kaufkraftkennziffer von 112,3 für die Landeshauptstadt Stuttgart im Jahr 2017 belegt, dass die Einwohner Stuttgarts über ein Nachfragepotential verfügen, das klar über dem bundesweiten Schnitt liegt. Die Stadt München weist im Vergleich dazu gemäß GfK einen noch höheren Kaufkraftindex mit 135,2 auf. Laut IHK Stuttgart 2018 ist „die Region Stuttgart nach Frankfurt, München und Düsseldorf der IHK-Bereich mit den wohlhabendsten Bürgern in Deutschland. Über 7.569 Euro verfügt statistisch gesehen jeder Einwohner, das sind gut 9% mehr als im Bundesdurchschnitt. ... Im Großraum Stuttgart verfügen die Bewohner über rund 21 Milliarden Euro an einzelrelevanter Kaufkraft, die sie im stationären und im Versand- und Online-Handel ausgeben können.“⁴⁷ Davon entfällt auf Stuttgart ein Anteil von fast 4,9 Mrd. Euro.

⁴⁷ IHK Region Stuttgart, Kennzahlen für den Einzelhandel 2018

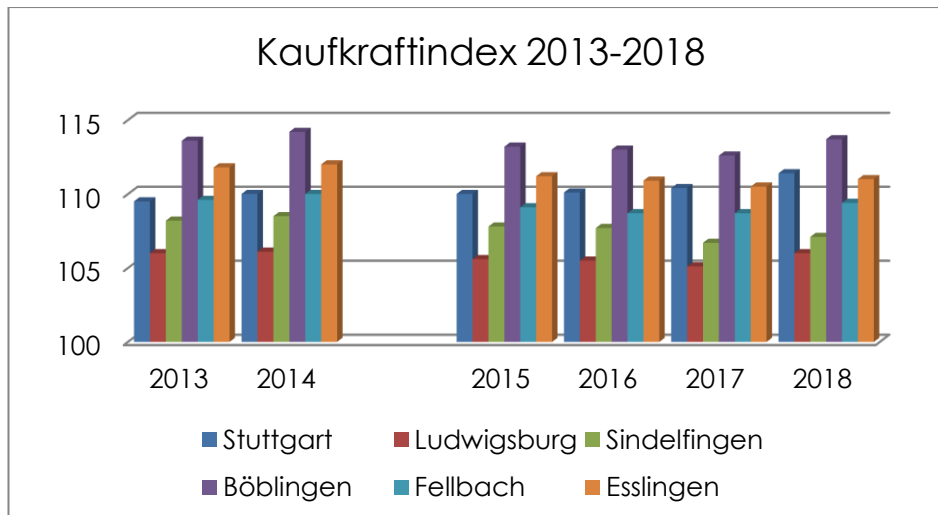


Tabelle 34: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

4.4.4 Einzelhandelsumsatz im stationären Einzelhandel je Einwohner (Umsatzkennziffer)

Der Einzelhandelsumsatz je Einwohner stellt die Summe der Endverbraucher Ausgaben im Einzelhandel pro Jahr an einem definierten Standort dar, einschließlich der Apothekenumsätze (anteilig) und Ausgaben beim Lebensmittelhandwerk. Hierin nicht enthalten sind die Ausgaben für Kfz, Tankstellen, Brennstoff und Online- und Versandhandel.

In der Region liegen 2018 bei den Umsätzen je Einwohner die Standorte Sindelfingen (11.159 Euro bzw. Umsatzkennziffer 182,4, bei Deutschland = 100) und Ludwigsburg (10.905 Euro bzw. Umsatzkennziffer 178,2) deutlich vor Stuttgart (8.314 Euro bzw. Umsatzkennziffer 135,9). In Sindelfingen und Ludwigsburg Tamm befinden sich große und erfolgreich etablierte Einzelhandelsflächen (jeweils Breuningerland ca. 50.000 m² Verkaufsfläche) an nicht integrierten Standorten in Nähe der Autobahn. Zusätzlich zu den innerstädtischen Einzelhandelslagen führt das zu einem statistisch überproportional hohen Flächenangebot von Einzelhandelsflächen bezogen auf die Anzahl der Einwohner in der Kommune. Dieses hohe und attraktive

Einzelhandelsflächenangebot zieht in hohem Maße auch Kunden aus anderen Kommunen an. Das führt zu einer Verlagerung des Umsatzes und zu den überdurchschnittlichen Umsatzwerten der entsprechenden Kommune je Einwohner. Dieser Zusammenhang ist auch bei kleineren und anders strukturierten Kommunen wie Göppingen vergleichbar zu betrachten. Während Göppingen 2018 einen Einzelhandelskaufkraftindex von lediglich 100,09, das heißt nur gering über dem Bundesdurchschnitt, aufweist, liegt die Umsatzkennziffer (pro Einwohner) bei 162,9. Göppingen stellt somit für die Kunden aus den umliegenden Gemeinden einen interessanten Einzelhandelsstandort dar und bindet regionale Kaufkraft aus diesen Gemeinden in der Stadt Göppingen. Die in den Medien häufig angestellten Vergleiche zwischen den zehn größten Einzelhandelsstandorten sind in ihrer Aussagekraft nur bedingt vergleichbar, da die sozioökonomischen und strukturellen regionalen Besonderheiten der verglichenen Standorte nicht automatisch aus den statistischen Datensätzen ableitbar sind.

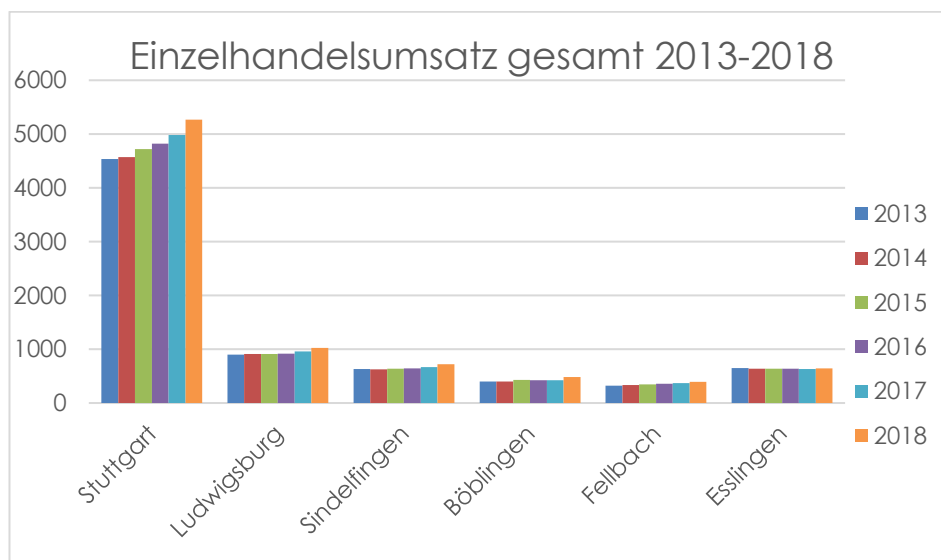


Tabelle 35: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

4.4.5 Entwicklung der Anziehungskraft der LH Stuttgart im Vergleich zu ausgewählten Städten der Region in den Jahren 2013-2018

Zur Quantifizierung der Attraktivität einer Stadt oder einer Region als Handelsplatz wurde die Zentralitätskennziffer definiert. Diese setzt den Einzelhandelsumsatz einer Stadt in Relation zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, das heißt zu dem Potential, das für den Einkauf im stationären Einzelhandel und Versandhandel der jeweiligen Stadt zur Verfügung steht. Die Zentralitätskennziffer dokumentiert somit die Kaufkraftbindung einer Gemeinde oder Stadt und stellt den Netto-Kaufkraftzufluss von oder -abfluss nach außen dar. Eine Zentralitätskennziffer von 100 bedeutet, dass sich Kaufkraftabfluss und -zufluss die Waage halten. Werte über 100 weisen auf prozentualen Zufluss aus dem Umland hin, Werte unter 100 zeigen, wie stark der Kaufkraftabfluss ist. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich die Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse auf Euro beziehen und in diesen Werten sind bei der Erfassung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auch der Online- und Versandhandel enthalten. Somit ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Summe höher als der tatsächlich getätigte stationäre Einzelhandelsumsatz. Seitens der IHK Stuttgart wurde darauf hingewiesen, dass aufgrund des steigenden Anteils des Online-Handels mit derzeit einem Anteil von ca. 13 % es in der Konsequenz statistisch dazu führt, dass alle Kommunen mit einer Einzelhandelszentralitätskennziffer von nicht mehr als 113,1 (Stand 2018) tatsächlich einen Kaufkraftabfluss verzeichnen.

Mit 119,6 weist Stuttgart im Jahr 2017 die höchste Zentralitätskennziffer der großen Immobilienstandorte in Deutschland auf. Im Jahr 2018 ist die Zentralitätskennziffer für Stuttgart auf 122 gestiegen.

Betrachtet man die Entwicklung der Kennzahlen von Stuttgart und die der relevanten Regionalstädte im Einzelnen, dann ist feststellbar, dass die Kennziffer für Stuttgart nahezu konstant geblieben ist, die Werte für Ludwigsburg, Sindelfingen und Fellbach gestiegen sind und

die Zentralitätskennziffern für Böblingen und Esslingen gefallen sind. Das ist ein Beleg dafür, dass durch das zusätzliche Angebot von Einzelhandelsflächen in den beiden ISC in Stuttgart sich keine nennenswerte Verschiebung bei der Zentralitätskennziffer für Stuttgart in Bezug auf die Region ergeben hat.

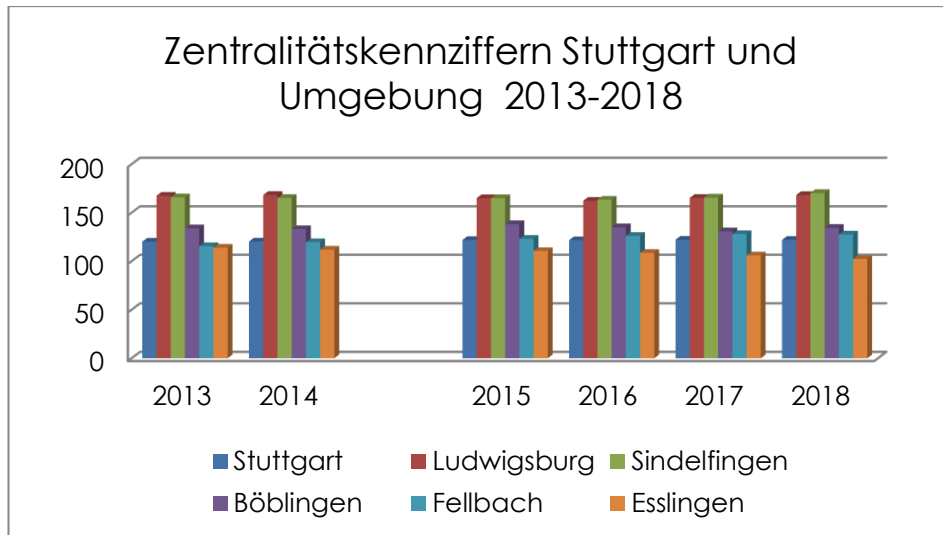


Tabelle 36: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

Veränderung der Zentralitätskennziffern Stuttgart und Umgebung 2015-2018 (ab Eröffnung der ISC)			
	2015	2018	Veränderung
Stuttgart	121,9	122	+0,1
Ludwigsburg	165	168,2	+3,2
Sindelfingen	165	168,2	+3,2
Böblingen	138,3	134,4	-3,9
Fellbach	123,1	127,6	+4,6
Esslingen	110,5	102,4	-8,1

Tabelle 37: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

Die weiter gestiegenen sehr hohen Werte für die Städte Ludwigsburg und Sindelfingen lassen sich mit den zusätzlichen, zum Teil neu positionierten, Shoppingcenter in der Innenstadt (Marstallcenter, Ludwigsburg) und der ungebrochenen Attraktivität der beiden Shoppingcenter „Breuningerland“ erklären. Der Rückgang der Kennwerte in Böblingen ist trotz des neuen ISC „Mercaden“ eher überraschend, während die negative Veränderung der Zentralitätskennziffer in Esslingen möglicherweise innerörtliche Ursachen hat. Daneben besteht auch die Vermutung, dass die Lage des Milaneo im Nordosten der City von Stuttgart aufgrund der verkehrstechnischen Anbindung in besonderem Maße Käufer aus dem Neckartal in Richtung Esslingen anzieht.

4.4.6 Vergleich der Umsatzentwicklung in Stuttgart mit ausgewählten Standorten in der Region von 2013-2018

Neben den vorgenannten einzelhandelsrelevanten Indikatoren und Kennziffern kann aus der Betrachtung der Umsatzentwicklung in Stuttgart und den ausgewählten Städten in der Region über den Zeitraum von 2013-2018 eine zusätzliche Information gewonnen werden. Dadurch können die Veränderungen durch den Markteintritt der beiden ISC in Stuttgart im Verhältnis zur Region statistisch plausibel aufgezeigt werden. Hierbei ist festzustellen, dass die abgeleiteten Wirkungszusammenhänge nur begrenzt wissenschaftlichen Ansätzen und Folgerungen genügen können. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass die festgestellten und erfassten Daten nicht allein die handelspezifischen Auswirkungen der beiden ISC widerspiegeln. Die Daten spiegeln die umfassende Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Stuttgart und den ausgewählten Standorten in der Region wider. Wie bereits ausgeführt, hat sich auch die Einzelhandelsstruktur in diesen Städten durch Neuansiedelung von ISC („Mercaden“ in Böblingen) oder durch Erweiterung und Revitalisierung bestehender Center („Marstallcenter“ in Ludwigsburg) im

Betrachtungszeitraum verändert. Unabhängig davon ist der sich auf den ganzen Einzelhandel standortunabhängig auswirkende Einfluss des E-Commerce auf die Handelslandschaft zu sehen. Dieser ist nur begrenzt aber nicht ganz aus dem statistischen Datenmaterial zu eliminieren. Insoweit sollte man hier von plausiblen Erkenntnissen im Gegensatz zu wissenschaftlichen Erkenntnissen sprechen.

Die beiden ISC mit zusammen ca. 67.000 m² Verkaufsfläche generieren bei einer branchenüblichen Umsatzerwartung von 4.500 € - 5.000 € pro m² Verkaufsfläche im Jahr ein Umsatzvolumen von 302 Mio. € - 335 Mio. € pro Jahr. Wie spiegelt sich dieses zusätzliche Volumen in den statistischen Daten wider?

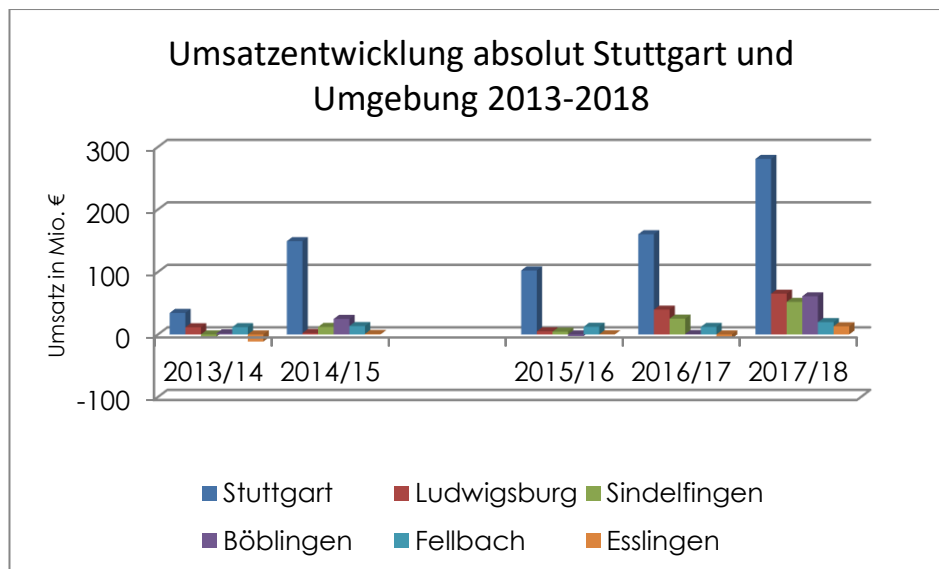


Tabelle 38: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

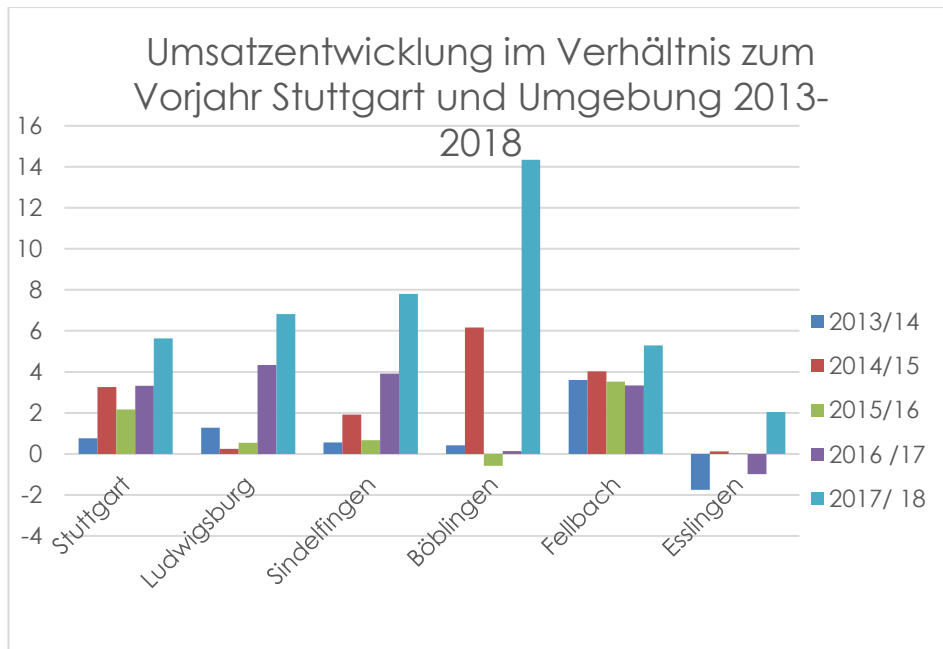


Tabelle 39: IHK Region Stuttgart und Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung/ eigene Darstellung

Der Einzelhandelsumsatz in Stuttgart entwickelte sich in den Jahren 2013-2018 wie folgt:

Jahr	Umsatz in Mio. €	Differenz zum Vorjahr absolut	Differenz zum Vorjahr in %	Entwicklung Deutschland
2013	4.538,46			
2014	4.572,92	34,46	0,75 %	1,6
2015	4.722,05	149,13	3,26 %	4,4
2016	4.824,34	102,29	2,1 %	3,0
2017	4984,72	160,38	3,32 %	4,2
2018	5.265,45	280,73	5,62 %	2,0

Tabelle 40: Daten HDE Statista 2018, eigene Darstellung

Auch unter Berücksichtigung der Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland ergibt sich im Betrachtungszeitraum der Jahre 2015-2017 eine unterproportionale Steigerung des Einzelhandelsumsatzes in Stuttgart. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die beiden ISC in Stuttgart erst im 4. Quartal 2014 eröffnet wurden und somit in 2014 nur zeitlich begrenzt zur Umsatzentwicklung beigetragen haben. Das erste volle Betriebsjahr stellt das Jahr 2015 mit einer Umsatzsteigerung des Einzelhandels in Stuttgart von 149,13 Mio. Euro dar. Das legt den Schluss nahe, dass auch unter Berücksichtigung der zusätzlichen Kaufkraftbindung aus der Region durch die beiden ISC - insbesondere durch das Milaneo - ein nicht unerheblicher Teil des Umsatzes durch Verschiebung des Umsatzes von bestehenden Lagen in Stuttgart in die ISC geflossen ist. Des Weiteren ist auffällig, dass die Umsatzentwicklung in Stuttgart in den Jahren 2014-2017 hinter der statistischen Entwicklung in Deutschland zurückgeblieben ist. Die Ursache hierfür ist der weiterhin saldierte zusätzliche Abfluss von Kaufkraft aus Stuttgart in die angrenzende Region und in die dort wirtschaftlich erfolgreich laufenden Einzelhandelsagglomerationen. Die deutliche Steigerung in 2018 ist auch mit dem zusätzlichen Verkaufsflächenangebot (ca. 12.000 m²) im, bei den Kunden gut angenommenen, Dorotheenquartier neben der Markthalle im Innenstadtbereich von Stuttgart erklärbar.

Das geschätzte Umsatzvolumen der beiden ISC in Stuttgart von ca. 302 Mio. € - 335 Mio. € stellt bezogen auf den in Stuttgart getätigten Einzelhandelsumsatz von 4,98 Mrd. € einen umsatzbezogenen Anteil von 6,72 % dar. Ausgehend von einer statistisch erfassten Einzelhandelsfläche in Stuttgart im Jahr 2017 von 1.015.000 m² erfolgte durch die beiden ISC mit zusammen ca. 67.000 m² und das Dorotheenquartier mit ca. 12.000 m² Handels- und Gastronomiefläche eine Erweiterung der Fläche um ca. 7,8 %. Bezogen auf die - auf den Citybereich mit ca. 588.000 m² - entfallende Einzelhandelsfläche ergibt sich eine

Ausweitung um 13,4 %.⁴⁸ In dem Zusammenhang ist die Besonderheit des Oberzentrums Stuttgart zu berücksichtigen, dass lt. Colliers von der Gesamtverkaufsfläche der Stadt ca. 58% auf die City entfällt. Im Vergleich dazu betragen die Werte für München 27 % und für Berlin 14 %⁴⁹. Dieser hohe Anteil durch die Läden in der City ist erklärbar durch die nicht besonders stark ausgeprägte Einzelhandelsstruktur in den Stadtbezirken und das Fehlen von SC im peripheren Bereich der LH Stuttgart. Die Einzelhandelsstruktur in den Stadtbezirken dient mehr der täglichen Versorgung und bedient weniger den aperiodischen Bedarf, der in der City gedeckt wird.

⁴⁸ vgl. Colliers International Deutschland, Immobilienreport 2018 Einzelhandel Metropolregion Stuttgart

⁴⁹ Ebda. S 16

5 Querschnittsauswertung der Untersuchungsfelder

In der Arbeit wurden unterschiedliche Untersuchungsfelder in die Betrachtung einbezogen. Neben den städtebaulichen und stadtstrukturellen Betrachtungen wurden auch immobilienpezifische und immobilienwirtschaftliche Untersuchungen als auch soziologische und empirische Ansätze betrachtet. Wegen des relativ langen Betrachtungszeitraums von fünf Jahren ist aus wissenschaftlicher Sicht eine Einschränkung in der Bewertung der Ergebnisse vorzunehmen. Der lange Betrachtungszeitraum ist für die städtebaulichen Fragestellungen hilfreich, da diese Entwicklungen von der Investitionsentscheidung bis zur baulichen Fertigstellung auch einen Zeitraum von mehreren Jahren umfassen. Bei der Bewertung von wirtschaftlichen Daten und Entwicklungen sind die Einflussfaktoren nicht nur auf eine isoläre Ursache zurückzuführen, sondern bestehen, insbesondere bei einer mehrjährigen Betrachtung, aus einer Vielzahl von Veränderungen des Marktes und des Kaufverhaltens, die auch Einfluss auf die Untersuchungsergebnisse haben. Hier ist eine Abgrenzung der Wirkungszusammenhänge nicht abschließend vorzunehmen. Auch die Erarbeitung eines Szenarios („Wie wäre die Entwicklung ohne die Etablierung der beiden ISC verlaufen?“) wäre auf einer Vielzahl von eher willkürlichen Annahmen gegründet, die in sich keine validen Ergebnisse liefern könnten, da zusätzlich auch in diesem Fall die veränderten Umfeldentwicklungen nicht eindeutig in ihrem Einfluss auf das Untersuchungsthema abgegrenzt werden können. Die durchgeführten Untersuchungen erbrachten somit valide Ergebnisse, die aber teilweise von übergreifenden Marktentwicklungen und Veränderungen im Kaufverhalten überlagert und beeinflusst wurden. Um eine Indikation über den Einfluss dieser übergreifenden Marktentwicklungen zu bekommen, wurden in den einzelnen Untersuchungsfeldern zur Erzielung einer wissenschaftlichen Evidenz verschiedene

Vergleichswerte aus anderen Märkten oder Vergleichsstandorten ermittelt und den Untersuchungsergebnissen gegenübergestellt.

Die Befragung der Mitglieder der CIS e.V. wurde durchgeführt, um die mögliche Veränderung eines Stimmungsbildes der beiden ISC in der Öffentlichkeit bei einem über den Betrachtungszeitraum homogenen Kreis von Fachleuten zu erarbeiten, auch wenn die zugrundeliegende statistische Anzahl der Befragten relativ gering ist. Als Ergänzung hierzu wurden parallel die in der Presse veröffentlichten Meinungsbilder zu den beiden ISC erfasst.

Die Veränderung der ermittelten Passantenfrequenz im Umfeld der beiden ISC wurde mit den von der Universität Stuttgart zum gleichen Zeitraum elektronisch ermittelten Werten der Passantenfrequenz in der Hauptfußgängerzone Königstrasse verglichen.

So wurde die Entwicklung der Spitzenmieten im Einzelhandel in Stuttgart mit den relevanten Entwicklungen der anderen Top 7 Standorte in Deutschland verglichen.

Die Kennzahlen der Umsatzentwicklung der LH Stuttgart wurden ebenfalls in einen Vergleich zu der Entwicklung des Umsatzes in den direkt angrenzenden relevanten Umlandkommunen gesetzt.

Es wurde bewusst nicht der Versuch unternommen, die beiden ISC in ihrer jeweiligen immobilienwirtschaftlichen, nachhaltigen Qualität zu bewerten, da dafür der Betrachtungszeitraum zu kurz gewesen wäre und ein Zugang zu internen wirtschaftlichen Daten ausgeschlossen war. Die immobilienwirtschaftlichen Betrachtungen waren dementsprechend auf mögliche Auswirkungen der beiden ISC in Bezug auf die Entwicklung der Einzelhandelsmieten und die Entwicklung der übergreifenden stadtbezogenen Wirtschaftskennwerte, z.B. der Zentralität, gerichtet.

Bezogen auf die in der Einleitung formulierten Fragestellungen ergeben sich die folgenden Erkenntnisse:

5.1 Entwicklung der medialen Wahrnehmung der beiden ISC in der Öffentlichkeit

Die öffentliche Wahrnehmung der beiden ISC hat sich im Betrachtungszeitraum deutlich verändert. Während der Planungs- und Bauphase wurden die ISC mehrheitlich als Bedrohung des Handelsstandorts Innenstadt gesehen. Die Center wurden eher in ihrer gesamtheitlich vermuteten Wirkung erfasst und nicht in der Einzelwirkung ihrer unterschiedlichen Qualitäten wie Lage und Größe. In der in dieser Untersuchung erfassten Betriebsphase der ISC veränderte sich das Meinungsbild. Die Center wurden in ihrer Wirkung differenzierter betrachtet und verloren an Bedrohlichkeit für die Innenstadt. Das liegt einerseits an dem unterschiedlichen wirtschaftlichen Erfolg der beiden ISC und an dem Einfluss der allgemeinen Marktentwicklung im Einzelhandel in Verbindung mit dem Internethandel. Unter laufendem Betrieb waren die ISC immer weniger interessant für die Presseberichterstattung. Insoweit haben sich die Center in der öffentlichen Wahrnehmung in die Stadt eingefügt.

5.2 Entwicklung der Passantenfrequenz

Bei den gemessenen Passantenfrequenzen machen sich die unterschiedlichen Standortqualitäten der beiden Center bemerkbar. Die Entwicklung am integrierten Standort des Gerber verlief in der Marienstraße und der Tübinger Straße stabil. Wobei die Tübinger Straße deutlich an Qualität des öffentlichen Raumes gewonnen hat, auch durch die Umwandlung in einen verkehrsberuhigten Straßenraum. Die in der öffentlichen Debatte verwendete Bezeichnung „Shared Space“ trifft den Charakter der Umgestaltung aus verkehrswissenschaftlicher Perspektive eher nicht. An dem nicht integrierten Standort des Milaneo ist die Passantenfrequenz stark auf die Stadtbahn

ausgerichtet. Die Frequenz in das Europaviertel und die fußläufige Verbindung zur Fußgängerzone Königstraße blieb aufgrund der Entfernung relativ gering. Vom Standort und dem Center gehen bisher keine gesonderten Impulse auf die umgebenden Stadtquartiere aus.

5.3 Entwicklung der Einzelhandelsmieten.

Bei der Betrachtung ist feststellbar, dass für die Entwicklung der Einzelhandelsmieten, auch bei einer gleichzeitig so großen Ausweitung der innerstädtischen Handelsflächen von ca. 533.000 m² (Stand 2013) um 67.000 m² und somit um ca.15 %, durch die beiden ISC ein kurzzeitiger solitärer Einflussfaktor ableitbar ist. Das zusätzliche Flächenangebot in den beiden Centern führte zu einer Verunsicherung bei anderen Neuanmietungen. Die Spitzenmietpreise im Einzelhandel in Stuttgart sind im Jahr 2015–2016 deutlich zurückgegangen. Nach einer Erholung im Jahr 2016 entsprach die Entwicklung der Einzelhandelsmieten vergleichbaren Standorten im übrigen Bundesgebiet. Durch die Überlagerung mit anderen die Entwicklung bestimmender Faktoren wie die konjunkturelle Gesamtlage aber insbesondere auch die Veränderungen im Einzelhandel durch den nachhaltig stark steigenden Anteil des Internet-Handels, sind die Ursächlichkeiten im wissenschaftlichen Sinne nur eingeschränkt quantitativ und qualitativ ableitbar. Ein nicht unerheblicher Faktor für die veränderten Rahmenbedingungen des lokalen Marktes liegt auch in der in den letzten Jahren nicht vorhergesehenen Bevölkerungsentwicklung in der Landeshauptstadt Stuttgart. Im Jahr 2009 wurde für das Jahr 2020 in der unteren Variante von 560.500 und in der oberen Variante von 590.000 Einwohnern ausgegangen. Bei einem Bevölkerungsstand in 2018 von bereits ca. 614.000 Personen ergibt sich ein Differenzspektrum von 53.500 bzw. 24.000 Einwohnern. Ausgehend von einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf in 2018 in Höhe von 7.710 € ergibt sich ein rechnerisch zusätzliches Umsatzvolumen in 2018 mit einer Bandbreite von ca.185 Mio. € bis ca. 412 Mio. € pro Jahr gegenüber den Prognosen.

Dieses zusätzliche Kaufkraftvolumen steht zu Teilen dem innerstädtischen Handel zur Verfügung und führt somit nachfrageseitig auch zu einer Stabilisierung des Niveaus der Handelsmieten. Marktbeobachter und Publikationen von Maklerunternehmen gehen von einem Umsatzvolumen zwischen 4.500 - 5.000 €/m²/Jahr bei einem ISC aus. Das führt zu einem Umsatzvolumen bei beiden ISC mit zusammen ca. 67.000 m² von 300 bis 335 Mio. €/Jahr. Somit liegt das angesetzte Umsatzvolumen der beiden ISC innerhalb des statistischen Kaufkraftvolumens, das durch die Bevölkerungszunahme statistisch entstanden ist. Insgesamt entspricht die verhaltene Entwicklung der Mieten in den A-Lagen von Stuttgart der bundesweiten Entwicklung und ist somit auch nicht allein durch die beiden ISC weiter unter Druck geraten.

5.4 Entwicklung der Zentralität der Stadt Stuttgart

Die Entwicklung der relevanten Kennwerte ist auf vielfältige wirtschaftliche und strukturelle Ursachen und Entwicklungen zurückzuführen. Einerseits beeinflusst die Entwicklung der Bevölkerungszahl in den betrachteten Städten die Kennwerte, da diese aus statistischen Werten pro Einwohner ermittelt werden. Zum anderen bleibt auch die handelstechnische Entwicklung in den anderen Städten nicht stehen. Auch hier werden neue ISC wie die „Mercaden“ in Böblingen eröffnet oder bestehende Flächen wie das „Marstallcenter“ in Ludwigsburg neu positioniert und erweitert.

Die im Vergleich mit anderen Großstädten bereits vor Eröffnung der beiden neuen ISC sehr hohe Zentralitätskennziffer ist stabil geblieben. Sie hat sich aber nicht deutlich positiv durch die beiden ISC verändert. Diese hat sich mit einer Steigerung von 120,2 im Jahr 2015 auf 122 im Jahr 2018 weiter geringfügig positiv entwickelt. Das Verhältnis dieses Kennwerts in Bezug auf die Städte im Umfeld ist ebenfalls tendenziell stabil geblieben. Hier macht sich der Wettbewerb der Städte untereinander bemerkbar. In den relevanten Städten im Umland

wurden im Betrachtungszeitraum ebenfalls neue Handelsflächen in ISC eröffnet oder bestehende und gut etablierte Center revitalisiert und erweitert. Sie sorgten dadurch zu einer Steigerung des lokalen Angebots und einem Wettbewerbsausgleich. Eine deutliche Steigerung der Zentralität durch die beiden ISC ist somit nicht eingetreten, aber eine im Betrachtungszeitraum anhaltende Stabilisierung. Ob die Nicht-Realisierung der beiden ISC zu einem Rückgang der Zentralität der LH Stuttgart geführt hätte, ist nicht messbar und bleibt im spekulativen Bereich. Die Standorte Ludwigsburg (+3,2), Sindelfingen (+3,2) und Fellbach (+4,6) haben zugelegt, während die Standorte Esslingen (-8,1) und Böblingen (-3,9) abgefallen sind. Auch diese gegenläufigen Entwicklungen zeigen damit keine direkte Ursächlichkeit durch den Markteintritt der beiden ISC in Stuttgart. Bei der Betrachtung der Standorte im Umland ist auffällig, dass die positiven Entwicklungen in Ludwigsburg und Sindelfingen auch durch die Erweiterung und Neupositionierung von bestehenden SC gestützt wurden. Dem gegenüber ist der Rückgang der Zentralität in Böblingen, trotz eines neu errichteten ISC, auffällig.

5.5 Einfluss der beiden ISC auf die Entwicklung der Stadtstruktur

Bedingt durch die stadtstrukturell unterschiedlichen Lagen der beiden untersuchten Stuttgarter ISC, einerseits ein integrierter Standort in einem gewachsenen Innenstadtquartier, andererseits ein Standort in einem neu aufgesiedelten Konversionsquartier mit dominierender Verwaltungsnutzung am Cityrandbereich ohne direkte fußläufige Anbindung an die Königstraße, gehen von den beiden ISC unterschiedliche Wirkungen auf die Stadtstruktur und auf ihr Bezugsfeld zur Innenstadt/Fußgängerzone aus. Das ISC Gerber mit ca. 24.000 m² Handels- und Gastronomiefläche an einem städtebaulich integrierten Standort mit Anbindung an die Fußgängerzone Marienstraße ist, aus immobilienpezifischer Sicht, ein bisher nicht optimal laufendes Objekt. Es ist gleichwohl zu einem integrierten Bestandteil neben den

anderen Einzelhandelsflächen im umgebenden Stadtquartier geworden. Die Einzelhandelsstruktur im Umfeld hat sich strukturell qualitativ verbessert. Das zeigt die Entwicklung und die Qualität der Neuanmietungen. Durch das zusätzliche Flächenangebot im Gerber sind keine erkennbaren zusätzlichen Leerstandsflächen im Bereich Einzelhandel und Gastronomie im Umfeld entstanden. Die flankierenden Maßnahmen im öffentlichen Raum, wie die Umgestaltung der Tübinger Straße in Anlehnung an einen „Shared Space“, haben für die positive Entwicklung einen wichtigen Beitrag geleistet. Weitere positive Entwicklungen sind mit der Nachnutzung der Flächen unter der Paulinenbrücke zu erwarten.

Das in Bezug auf die Verkaufsfläche mit ca. 43.000 m² deutlich größere ISC Milaneo ist nach Presseberichten und Einschätzung von Marktteilnehmern das erfolgreichere Shoppingcenter und stellt eine größere Herausforderung für den bestehenden Einzelhandel in der Landeshauptstadt Stuttgart trotz seiner nicht integrierten Lage dar. Vom ISC Milaneo gibt es keine positiven Auswirkungen auf die Etablierung zusätzlicher Handels- oder Gastronomieflächen im Umfeld, die zu einer Steigerung der urbanen Vielfalt des Quartiers führen könnten. Das gleiche gilt für die an das Europaviertel nördlich angrenzenden Stadtquartiere im Umfeld des Milaneo. Die vorhandenen Kundenparkplätze, die gute Anbindung an den ÖPNV und das umfassende Angebot im Milaneo führen dazu, dass der Kunde sich auf den Einkauf fokussiert und keine weiteren Angebote außerhalb des Solitärstandorts Milaneo nachfragt. Einschränkend zu dieser Einschätzung muss bei der Beurteilung berücksichtigt werden, dass das Europaviertel im Betrachtungszeitraum dieser Arbeit baulich noch nicht in vollem Umfang fertiggestellt war, und insoweit eine abschließende Beurteilung nur eingeschränkt möglich ist. In Bezug auf die Nahversorgung der angrenzenden Stadtquartiere bieten die

Einzelhandelsangebote für den täglichen Bedarf im Milaneo eine qualitätsvolle Ergänzung zu den bestehenden Angeboten.

5.5.1 Städtebauliche Querschnittsauswertung

Beide ISC sind in ihrer baulichen Konzeption ähnlich strukturiert. Sie weisen beide einen Großteil an Handelsflächen auf, die durch Wohnnutzungen als Mietwohnungen und Büronutzungen in den Obergeschossen ergänzt werden. Diese Strukturmischung bildet eine wichtige Chance für eine Integration der ISC in das urbane Beziehungsgefüge. Diese Nutzungsmischung stellt somit ein Spiegelbild urbaner Vielfältigkeit innerhalb eines Bauobjektes dar.

Ebenfalls sind bei beiden ISC die Handelsflächen fast ausschließlich nach innen zur Mall ausgerichtet. Sie laden somit nur in einem geringen Umfang zum Bummeln und Verweilen im Bereich der Marienstraße und Tübinger Straße oder am Mailänder Platz, auch außerhalb der Öffnungszeiten, ein. Insbesondere das Abkleben von großen Teilen der Fensterbereiche im Erdgeschoss an der Paulinenbrücke ist sicher kein probates Mittel, um das ISC Gerber noch besser erlebbar zu machen und die Signalwirkung für die Handelsangebote in Richtung des stark befahrenen Tangentenvierecks (City Ring) zu erhöhen. Bei der planerischen Konzeption der beiden ISC wurden die Möglichkeiten der Nutzung der Qualitäten des öffentlichen Raumes zur Steigerung des Erlebniseinkaufes als Wettbewerbsvorteil nur wenig genutzt.

In ihrer städtebaulichen Körnung sind beide ISC ähnlich. Auch wenn das Milaneo durch die städtebaulichen Vorgaben des Bebauungsplans in drei Baublöcke aufgeteilt ist, weisen beide ISC eine hauptsächlich nach innen orientierte Blockstruktur auf. Diese wird nicht durch lebendige und durch Fußgängerfrequenz belebte öffentliche Räume maßstabsbildend ergänzt. Ein Beispiel, wie Stadtraum und Stadtquartier zu einem qualitativen Ganzen zusammengeführt

werden, zeigt das auch inzwischen eröffnete Dorotheen Quartier in der Stuttgarter City. Hierbei handelt es sich nicht um ein klassisches ISC, sondern um ein gemischtes mit öffentlich gewidmeten nicht überdeckten Gehwegen verbundenes Stadtquartier. Es besteht aus drei getrennten Baublöcken mit ca. 12.000 m² Handelsfläche, sowie Büros und Wohnungen in den Obergeschossen, und wurde ebenfalls durch einen Investor realisiert. Bei der gelungenen Einbindung des öffentlichen Raumes bei diesem Objekt ist allerdings zu berücksichtigen, dass das betreffende Areal topografisch nahezu eben war und eine Anbindung an das lebendige städtische Wegenetz zwischen Marktplatz, Markthalle und dem Kaufhaus Breuninger einfacher zu realisieren war, als bei den beiden neuen ISC.

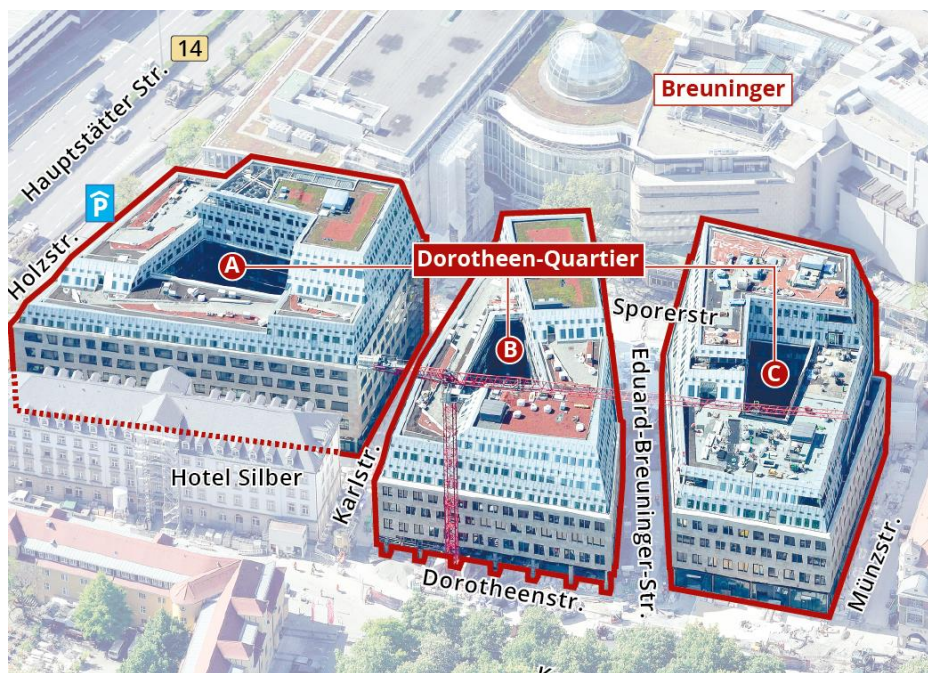


Abbildung 22: Dorotheen Quartier Stuttgart, StN. Z - Grafik: Lange/ Hofmann/

Foto: Armin Kilgus 10.05.2017

5.5.2 Städtebauliche Folgerungen

Die Betrachtung der beiden ISC in Stuttgart, die verschiedenen Parallelen in Bezug auf die mehrgeschossige Handelskonzeption und die Integration von weiteren Nutzungen wie Büros, Hotels und

Wohnen aufweisen, lassen verschiedene Folgerungen in stadträumlicher und stadtstruktureller Hinsicht zu.

5.5.3 Folgerungen in stadträumlicher Hinsicht

Die Integration zusätzlicher Nutzungen wie Wohnen, Büros und Hotels aber auch kultureller Einrichtungen stärkt die Einbindung der ISC in das städtische Gefüge unabhängig vom Standort. Dieser Nutzungsmix schafft städtisches Leben und Passantenfrequenz auch außerhalb der Betriebszeiten der Handelsbereiche. Die bauliche Größenordnung von ISC birgt immer die Gefahr, den städtebaulichen Maßstab und die bauliche Körnung des Umfeldes zu verletzen. Das erschwert die städtebaulich anzustrebende Vernetzung mit dem Bestand. Um diese Gefahr einzugrenzen oder gar zu verhindern sind entsprechende verbindliche Vorgaben im öffentlich-rechtlichen Bereich zu formulieren. Diese Vorgaben umfassen die Bereiche der maßstabsgerechten Gliederung von Baukörpern, der ggf. differenzierten Materialität sowie der Öffnung und Anbindung von ISC an das bestehende und zu ergänzende aktive Wegenetz des jeweiligen Standorts. Die von Wolfgang Christ und Franz Pesch bezeichneten „Stadt-Center“, die sich im Gegensatz zu den introvertierten ISC zur Stadt öffnen und so zu einem aktiven Stadtbaustein werden, bieten die Chance zu einer qualitätssteigernden Integration großer Handelsagglomerationen in die Stadt. Die Qualität des umgebenden öffentlichen Raumes ist auch ein kritischer Erfolgsfaktor für den im Wandel befindlichen stationären Einzelhandel. Es reicht nicht, wie die Entwicklung in Stuttgart zeigt, dass allein der Rückbau von oberirdischen Stellplätzen in der City, der von Einzelhändlern massiv in der Öffentlichkeit kritisiert wurde, zu einer Verbesserung des öffentlichen Raumes führt. In dem Zusammenhang ist es erforderlich, dass aufgezeigt wird, wie die freiwerdenden Flächen, zum Beispiel durch eine intensive Grünnutzung oder durch die Bereitstellung von interaktiven Angeboten, zu einem Beitrag für mehr Stadtattraktivität und

Stadtqualität des öffentlichen Raumes beitragen können. Im Zusammenspiel mit einem qualitativ neu zu gestaltenden, nutzerorientierten öffentlichen Raum kann in den Innenstädten eine neue Basis für Erlebniseinkauf, flankiert durch neue Verweilqualitäten und vielfältige, kulturelle, kreative, soziale Angebote sowie eine ökologische Aufwertung, geschaffen werden, die der innerstädtische stationäre Handel braucht, um gegen den Internethandel zu bestehen und verlorene Marktanteile zurückzuzahlen.

5.5.4 Folgerungen in stadtstruktureller Hinsicht

Durch die Lage des Milaneo im Stadtgefüge ist keine direkte Interaktion mit der Innenstadt feststellbar. Ein Hauptziel des „Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stuttgart“, das auf eine Stärkung der zentralen Lagen ausgerichtet ist, wird durch das Milaneo, da es an einem nicht integrierten Standort etabliert wurde, nicht erreicht werden. Der Standort des Milaneo im neu konzipierten Europaviertel und seine städtebaulichen Festsetzungen sollten eine städtebauliche Urbanität und Qualität durch eine großflächige einheitliche in Baublöcke gegliederte Struktur erreichen. So gesehen ist die Massstäblichkeit des ISC im Vergleich zur umgebenden Bebauung eingehalten worden. Städtisches Flair mit Qualitäten zum Verweilen oder zum Bummeln hat sich bisher im Viertel nur im Bereich des Mailänder Platzes direkt am ISC eingestellt. In dem Zusammenhang wäre es sinnvoll gewesen, wenn in den EG-Zonen der angrenzenden, mehrheitlich als Bürohäuser genutzten Objekte, optional auch Flächen für Handel, Dienstleistung oder Gastronomie vorgesehen wären. Dadurch wären nachfrageorientierte zusätzliche Nutzungen ermöglicht worden, die zu einer erhöhten städtischen Vielfalt geführt hätten. Das Straßen- und Wegenetz im Europaviertel stellt eine Grundlage dar, die eine entsprechende Attraktivität spätestens im Anschluss an die Fertigstellung von Stuttgart 21 und die Aufsiedlung der restlichen Flächen in diesem Bereich zulassen würde.

Bei den flankierenden Maßnahmen zur Integration des ISC Gerber ist insbesondere die Einrichtung des „Shared Space“ im Bereich der Tübinger Straße positiv hervorzuheben. Auch hierdurch kam es zu einer Stabilisierung der handelstechnischen Nutzung des Quartiers, der Erhöhung der städtischen Qualität und des öffentlichen Raums im Gerberviertel.

6 Resümee und Ausblick

Die zahlenmäßig sehr starke Entwicklung von ISC in Deutschland seit den 1970er Jahren sowie die gestiegene Verkaufsflächendichte und der stetig steigende Anteil des internetbasierten Handels am Gesamtumsatz führen dazu, dass es standortbezogen zu einer Sättigungstendenz bei der Neuentwicklung von ISC kommt. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass es durch die Insolvenz von Handelsfilialisten und durch das Ausdünnen des Filialnetzes von etablierten überregionalen Filialbetreibern zu einem Rückgang der Nachfrage nach Handelsflächen kommt. Das wird auch von Alexander Otto, dem Chef der ECE Gruppe, in einem Interview im Jahr 2017 so gesehen.⁵⁰ Neuentwicklungen werden dort realisiert, wo Besonderheiten des Standorts dies erlauben. Ein Beispiel ist die Entwicklung eines ISC durch die ECE in Singen. Neben dem lokalen traditionellen Einzugsgebiet verspricht man sich nachhaltig hohe Umsatzanteile aus der nahen Schweiz aufgrund des Wechselkurses zwischen Euro und Schweizer Franken zu generieren. Diese positive grenzüberschreitende Entwicklung ist bereits in Konstanz am Bodensee durch das wirtschaftlich sehr erfolgreiche ISC „Lago“ zu belegen.

Unabhängig von der zahlenmäßig verhaltenen Entwicklung von neuen ISC sind die grundsätzlich damit verbundenen Fragen nach Einflussfaktoren und möglichen Lösungsansätzen und für damit verbundene Konfliktpotentiale auch bei der Umgestaltung und Erweiterung von bestehenden ISC von Relevanz. Es erstaunt sicherlich nicht, dass es dafür keine Patentrezepte gibt, da die Einflussfaktoren sehr vielfältig und die standortbezogenen Fragen individuell zu betrachten sind. Die DSSW-Studie führt dazu auf Seite 104 aus: „Allerdings darf man bei allem Streben nach den tatsächlichen Wirkungen von EKZ auf die Innenstadt nicht vergessen, dass es für derart komplexe und

⁵⁰ Vgl. German Council Magazin 04.2017

multifunktionale Sachverhalte und Wirkungszusammenhänge gerade bei einer Betrachtung aus unterschiedlichen fachlichen Blickwinkeln nur eine gewisse Annäherung an die Wirklichkeit geben kann.“⁵¹ Der Vorschlag, eine flächenbezogene kritische Obergrenze von 15.000 m² bei der Beurteilung von ISC festzulegen, erscheint wenig sinnvoll, da die Auswirkungen in Abhängigkeit von Größe und Struktur des jeweiligen Marktumfeldes sehr unterschiedlich ausfallen und es somit immer eine Betrachtung im Einzelfall erfordert.

Es lassen sich jedoch verschiedene Erkenntnisse und Einschätzungen aus der vorliegenden Untersuchung am Standort Stuttgart ableiten, die auch - bei der Bewertung anderer Standorte und Entwicklungen - mit in die Beurteilung einbezogen werden können, um dort standort- und strukturbezogen überprüft und angewandt zu werden.

Die Bewertung und Entscheidung für die Realisierung von neuen ISC und großflächigen Handelsagglomerationen sollte auf aktuell vorliegende, sachbezogene, statistisch ermittelte Daten, wie z.B. auf der Entwicklung der Bevölkerung im Einzugsgebiet des ISC, gegründet sein.

Es sollten nur Standorte weiterverfolgt werden, die aufgrund ihrer möglichen Anbindung an das bestehende Fußwegenetz des zentralen Distriktes gewährleisten, dass es einerseits zu Koppelungskäufen kommt und sich somit das ISC zu einem integrierten Standort entwickelt. Solitärstandorte ohne Anbindung an einen zentralen Distrikt für ein ISC führen zu keinem städtebaulichen oder stadtstrukturellen Mehrwert.

Die Ausrichtung von Läden und Schaufenstern sollte nicht nur in Richtung der Mall, sondern ebenso in den öffentlichen Bereich gerichtet sein, damit das ISC eine Chance hat, aktiver integrierter Bestandteil

⁵¹ Vgl. Beckmann, Linnhoff; DSSW Studie, Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt, Berlin 2012

des urbanen Umfeldes zu werden. Die Integration halböffentlicher und öffentlicher Wegebeziehungen, auch innerhalb eines Centers, bieten die Möglichkeit, die angebotene Warenvielfalt auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten zu erleben und führen zu einer stärkeren Integration des ISC in die bestehende Stadtstruktur. Der kreativ gestaltete und genutzte öffentliche Raum in der Innenstadt mit seinen Qualitäten zum Verweilen und zur gesellschaftlichen Interaktion stellt einen unverzichtbaren Mehrwert und eine Anziehungskraft gerade für Handels- und Gastronomieagglomerationen dar.

Neben der baulichen Gliederung eines ISC, die sich an der Massstäblichkeit der stadtpprägenden Gebäudestruktur orientieren sollte, ist auch bei der Wahl der gestaltungsprägenden Materialien eine differenzierte Vielfalt und Ortsbezogenheit zu berücksichtigen.

Anne Mayer-Dukart sieht insbesondere für die Belebung des öffentlichen Raumes einen hohen Einfluss durch die Gestaltung des ISC. „Offene, attraktiv gestaltete Fassaden und eine Vielzahl an Eingängen, Fenstern und (echten) Schaufenstern können hingegen die Belebung des öffentlichen Raumes fördern. Sie stellen die Konfrontation des Öffentlichen und des Privaten dar und fungieren als Schnittstelle für die Entstehung von Urbanität.“⁵² Die Öffnung von ISC und die Durchquerung mit öffentlichen Wegen ermöglicht eine weitere Einbindung in das urbane Wegenetz und kann zu einer erhöhten Akzeptanz des ISC führen. Zu einem ähnlichen Ergebnis kommt Leonie Otten in ihrer Promotionsarbeit: „Die Stadttauglichkeit wird zum einen durch die Fassade hergestellt, zum anderen aber auch durch die städtebauliche Integration und die Gestaltung des Stadtraums um die Mall herum.“⁵³ Als erfolgreiches Beispiel in Stuttgart für diesen Immobilientypus ist das Dorotheen Quartier im Zentrum von Stuttgart zu nennen, das auch

⁵² Vgl. Mayer-Dukart, Handel und Urbanität, 2010, S 97

⁵³ Vgl. Otten, Die Durchlässigkeit von Fassaden von Shopping Malls und ihr Verhältnis zum Stadtraum S 213

aufgrund seiner städtebaulichen Struktur und Körnung als Stadt-Center zu einem vitalen und von Passanten gut angenommenen Stadtbaustein geworden ist.

Durch die konkurrierende Entwicklung des Internethandels mit dem stationären Einzelhandel sollten mehr Flächen im ISC qualifiziert gastronomisch genutzt werden, da diese Nutzung standortstabiler als andere Handelsnutzungen ist. Der stationäre Facheinzelhandel sollte sich auf seine Beratungskompetenz zurückbesinnen und dieses Angebot offensiv herausstellen. Innerhalb der Handelsnutzungen sollten verstärkt auch noch nicht etablierte Handelskonzepte und temporär interessante Nutzungen den Branchenmix erweitern. Startups und innovative Handelskonzepte/Erlebniseinkauf wecken das Interesse von Konsumenten und nehmen aktuelle Trends auf.

Die Kombination mit anderen Nutzungen neben der Handelsnutzung, wie Wohnen, Büros, Hotels, Freizeit oder Einrichtungen der Kultur unterstützt eine Belebung des Standorts, auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten. Diese Nutzungsmischung, die die städtischen Qualitäten im Sinn der Europäischen Stadt stützt, kann somit das ISC zu einem aktiven Stadtbaustein machen.

Es sind in Kooperation zwischen Einzelhandel und Verwaltung stadtstrukturelle Maßnahmen zu identifizieren und umzusetzen, auch unter Beteiligung der Investoren der ISC, wie Straßen- und Platzgestaltung, die den öffentlichen Raum und damit die Verweilqualität im städtischen Umfeld des ISC steigern und somit zu einer ausgeglichenen und verbesserten Entwicklung zwischen ISC und der bestehenden Struktur des Umfelds führen.



Abbildung 23: DOQU GARDEN Jungle in the City, Dorotheen Quartier, Stuttgart

Foto: Verfasser

Soweit möglich und gewünscht sollte ein übergreifendes Quartiersmanagement implementiert werden, welches auch entsprechend durch das ISC finanziell unterstützt wird, um die Interessenslagen zwischen bestehenden Handelsbetrieben und dem ISC auszugleichen und einen gemeinsamen Marktauftritt zu gestalten.

Seitens der Initiatoren und Investoren sollten langfristig nachhaltige Kapitalanlageziele und nicht nur eine kurzfristige Renditeorientierung verfolgt werden, da die nachhaltige Integration eines ISC auch einen stabilen Ertrag verspricht.

Bereits in der Entwicklungsphase sollte eine offene und transparente Information über die geplante Entwicklung des ISC erfolgen und sowohl Anrainer als auch Nachbarn in die Prozesse einbinden, um aufkommendem Misstrauen und der Konkurrenzangst zu begegnen.

Auch die Betrachtung des Einflusses der beiden ISC über einen Zeitraum von fünf Jahren kann keine abschließenden Eindrücke und Erkenntnisse geben. Da sich insbesondere städtebauliche

Entwicklungen, aber auch handelspezifische Veränderungen im Kundenverhalten, in größeren Zeiträumen abspielen, wäre eine weitere Betrachtung in fünf bis zehn Jahren sinnvoll und kann zu weiteren Erkenntnissen im Zusammenhang mit dem Einfluss von ISC führen.

1 Methodischer Anhang

1.1 Gebäudenutzungen/Nutzungskartierung im Umfeld der beiden ISC

Die Struktur der Läden in Einzelhandelslagen ist determiniert von der Fähigkeit und Bereitschaft der Betreiber, die sich im Wettbewerb für den Standort verlangten und gebildeten Mieten zu bezahlen. Leerstände von Handelsflächen und Nachvermietungen durch Nutzungen, die nur eine geringere Flächenproduktivität haben, sind Anzeichen dafür, dass die Entwicklung eines Standortes negativ verläuft. Im Gegenzug dazu signalisieren Neuansiedelung von prosperierenden Handels- und Gastronomiekonzepten, dass ein Standort sich positiv verändert und von den Kunden nachgefragt wird.

Die im Betrachtungszeitraum erfolgten Veränderungen der handeltechnischen Nutzungen im relevanten Einzugsbereich der beiden ISC sind somit Indikatoren, ob durch die Etablierung des ISC positive oder negative Auswirkungen auch für den stationären Handel im Umfeld ablesbar sind.







Strasse	Nr.	Nutzung EG	Name	Nutzung OG			Bemerkung	am Standort seit	am Standort
				Wohnen	Büro/ Praxen/ Handel	sonstiges			
Ecke Königsstr.		Elite					leer		
		Juwelier							
		Kö 78 Backwerk							
		Kö 76 Vodafone						leer	
	Marienstr.		Möbel	Seigmüller					
			Gastro	Pizza Hut					
			6 Apotheke						
			Gastro	Döner					
			10 Fitness Mode						
			Pgastro	Pasta Baby					Blume 2000
			Gold Ankauf						
			Umbau						
			Mode	Imagine					
			MC Donnalds						
	Ecke Sophienstr.		Casino						
			Lidl						
			Mauritius Bar						
			16 Telefon	Base	x				
			18 Mode Accessoires	Mania					16 E-Zigaretten
			Gastro	Döner					leer
		20 Wollie Hödl						18 Thai Food	
		Friseur							
		22 Phuc							
		24 Erotik	Beate Uhse						
Ecke Paulinenstr.		Bäckerei	Katz						
		28 Naturkostmarkt							
		30 Mode	Shischa						
		32 Schmuck							
		34 Beauty							
		36 a Reisebüro	Th Cook	x					
		36 Buch	Oxfam						
		36 b Damera							
		38 a Casino							
		Zoohandlung			Casino				
Ecke Paulinenstr.		38b Gastro	Döner						
		40 Casino							
Tübinger/		10 Schlüsseldienst							
		Gastro	Mixle						
Christophstr.		Eisenbahn	boa						
		Kleiser Training	Märklin					Kaffeemanufaktur	

Strasse	Nr.	Nutzung EG	Name	Nutzung OG			Bemerkung	am Standort seit				
				Wohnen	Büro/Praxen	Handel						sonstiges
Paulinenstr	20	Lotto		x								
	16	Backshop Gastro Hostel	Day & Night									
	12	Schmuck Erotik		x			2003					
	10	Leer		x								
	8	Gastro		x		Modeschule						

Fotodokumentation:

Ausgewählte Veränderungen der Handelsnutzungen im EG im Umfeld der beiden neuen ISC 2013-2018

1.1.3 ISC Das Gerber

Tübinger Str. 17 A	2013 	2018 
Umbau bei veränderter Handelsnutzung		
Tübinger Str. 15		
Fassadenerneuerung bei gleicher Handelsnutzung		
Tübinger Str. 18		
Umbau bei veränderter Handelsnutzung		

Sophien-
str.
24



Veränderte Handelsnutzung

Marienstr.
5



Umbau bei veränderter Nutzung



Marienstr.
22



Umbau bei gleicher Nutzung

1.1.4 ISC Milaneo

	2014	2019
		
	Heilbronner Straße 77-101	Unveränderter Bestand
		
	Heilbronner Straße 86-94	Unveränderter Bestand
		
	Wolframstraße 30	Unveränderter Bestand
		
	Wolframstraße 26-28	Neubau Wohnen

		
	Wolframstraße 20	Unveränderter Bestand

1.2 Messung der Passantenfrequenz

Für den stationären Einzelhandel ist die Höhe der Passantenfrequenz ein signifikanter Indikator für die Qualität der Lage des Standortes. Veränderungen der Passantenfrequenz lassen den Schluss zu, ob sich die Lagequalität verbessert oder verschlechtert. Die gemessenen Werte sind im Vergleich mit den veröffentlichten Werten vergleichbarer Standorte zu setzen, um zu beurteilen, ob es sich um eine individuelle Entwicklung oder um eine Trendentwicklung handelt. Mit den vorliegenden Messungen sollte erfasst werden, ob es durch die neuen ISC zu einer Veränderung (Steigerung oder Verringerung) der Passantenfrequenz in Bezug auf die angrenzende City geführt hat.

Die Zählungen wurden im Untersuchungszeitraum jeweils zur Mittagszeit mittwochs im September (nach der Urlaubszeit) bei ähnlichen Wetterverhältnissen in beiden Laufrichtungen durchgeführt. Das führte zu folgenden Zählergebnissen:

Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC Gerber 2014-2018

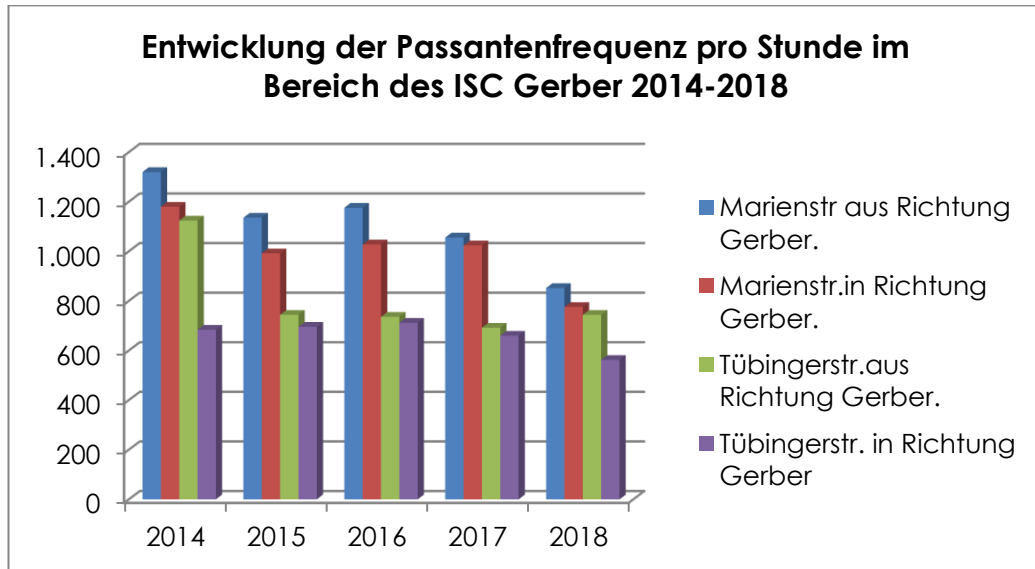


Tabelle: eigene Erhebung und Darstellung

Entwicklung der Passantenfrequenz im Bereich des ISC Milaneo 2015-2018

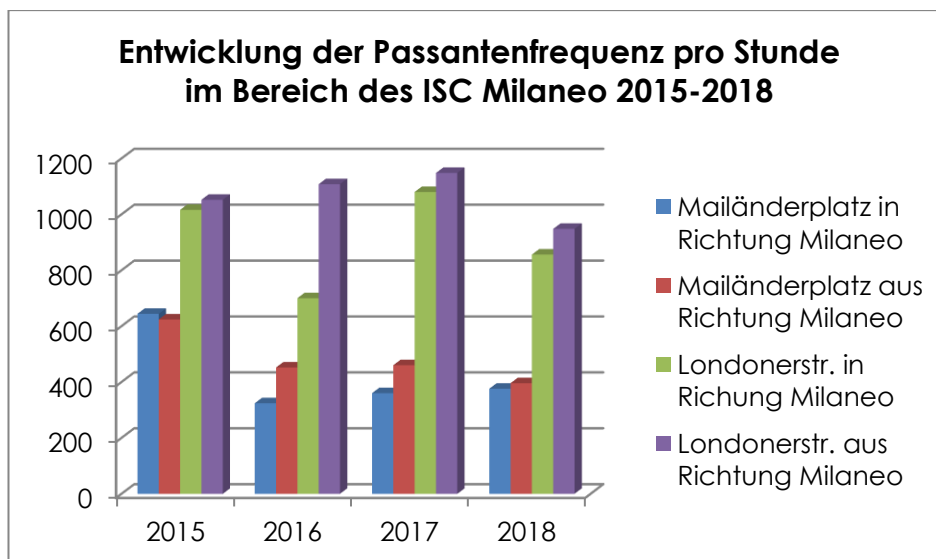


Tabelle: eigene Erhebung und Darstellung

**Passantenfrequenz im Bereich der beiden
neuen ISC 2014-2018
September (12.00-13.00) im Vergleich zur
Königstraße**

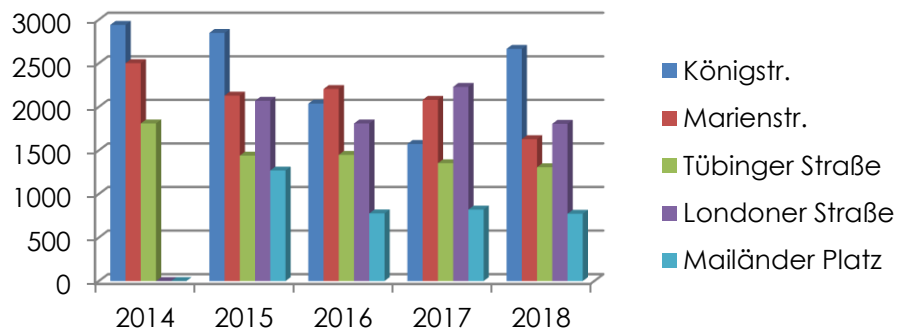


Tabelle: Universität Stuttgart, Institut für Straßen-und Verkehrswesen, Lehrstuhl für Verkehrsplanung und Verkehrsleittechnik; eigene Erhebung und Darstellung

1.2.1 Lage der Standorte zur Messung der Passantenfrequenz

1.2.1.1 Bereich Gerber

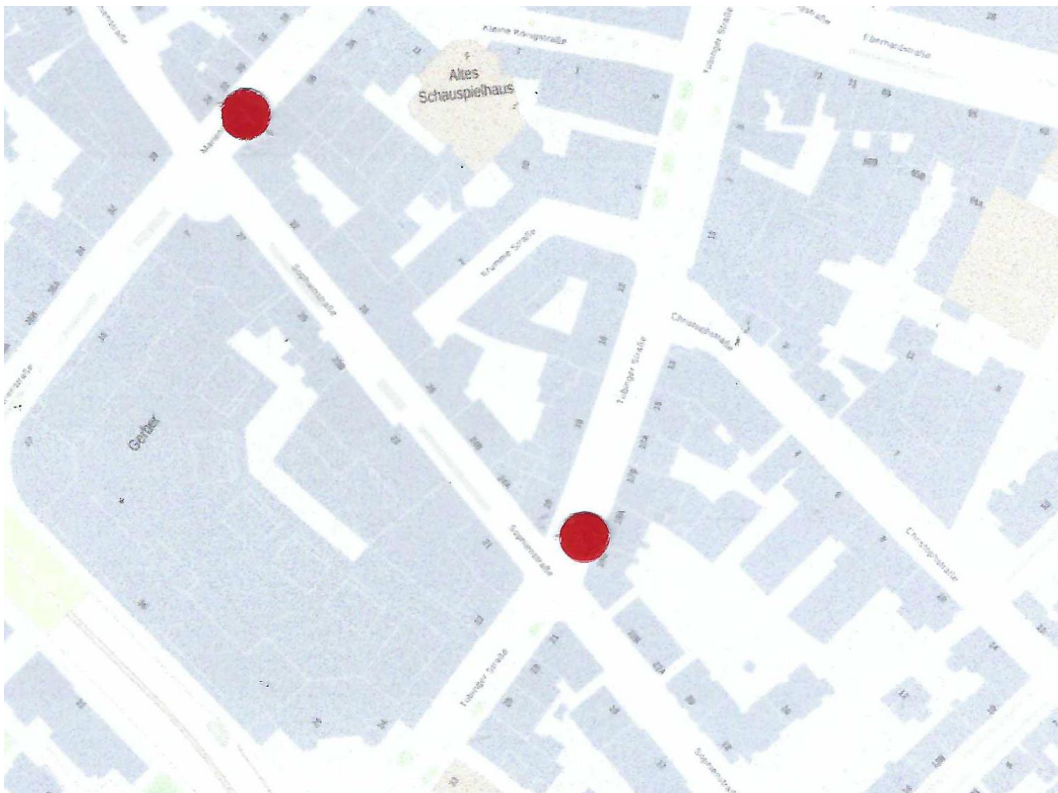


Abbildung: LHS Stuttgart Stadtmessungsamt, eigene Darstellung

1.2.1.2 Bereich Milaneo



Abbildung : LHS Stuttgart Stadtmessungsamt, eigene Darstellung

1.3 Expertengespräche

Die Expertengespräche wurden geführt, um Einschätzungen zu gewinnen, wie sich das Nebeneinander von neuen ISC und bestehenden stationären Handel entwickelt hat, und wie Synergien durch die neuen ISC erreicht werden können. Im Bereich des Gerber wurde von den dort ansässigen Einzelhändlern durch den Gerberviertelverein

ein Quartiersmanagement etabliert, um die Rahmenbedingungen, auch vor dem Hintergrund der zu erwartenden Konkurrenz durch das ISC, für die Händler zu verbessern.

Es wurden mit folgenden Personen Interviews geführt:

Frau Korkmaz, Quartiersmanagerin des Gerberviertelvereins, am 03.10.2018

Herr Dünzel, Centermanager „Das Gerber“, am 05.03.2019

Folgende Fragen wurden angesprochen:

Wie hat sich das Gerber auf die Handelsstruktur der Gerberviertels ausgewirkt?

Gibt es Synergien für die etablierten stationären Händler und Gastronomen durch das Gerber?

Gibt es gemeinsame Aktivitäten zwischen dem ISC und den stationären Händlern?

Ist das ISC auch zahlendes Mitglied des Gerberviertelvereins?

Kann durch die Aktivitäten des Gerberviertelvereins auch die Attraktivität des ISC gesteigert werden?

Welche Möglichkeiten und Maßnahmen gibt es, um die Zusammenarbeit zwischen ISC und stationären Händlern (weiter) zu verbessern?

Literaturverzeichnis

Acocella, Donato (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stuttgart. Grundlage für zukunftsfähige Stadtteilzentren Band 1-Grundlagen und Konzeption. Hg. v. Landeshauptstadt Stuttgart. Stuttgart (Beiträge zur Stadtentwicklung, 39).

Beckmann, Ralf M.; Lembcke, Jürgen; Schlippenbach, Ulrike von; Wiemken, Torsten (Hg.) (2008): Integration innerstädtischer Einkaufszentren. Qualitative Integrationskriterien und Steuerung von Verträglichkeitsgutachten. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft. 1. Aufl. Berlin (DSSW-Leitfaden, 57).

Beckmann, Ralf M.; Linnhoff Christina (2012): Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt. Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien. Hg. v. Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V. Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft.

Bühler, Thomas (1990): City-Center. Erfolgsfaktoren innerstädtischer Einkaufszentren. Wiesbaden, s.l.: Deutscher Universitätsverlag (DUV). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-663-14660-5>.

Christ, Wolfgang; Pesch, Franz (2013): Stadt-Center. Ein neues Handelsformat für die urbane Mitte. Detmold: Rohn.

Dörhöfer, Kerstin (2008): Shopping Malls und neue Einkaufszentren. Urbaner Wandel in Berlin. Berlin: Reimer.

Döring, Nicola; Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Unter Mitarbeit von Sandra Pöschl. 5. vollständig überarbeitete, aktualisierte und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer (Springer-Lehrbuch). Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>.

Eisenmann, Martin (2018): Kennzahlen für den Einzelhandel 2018. Kaufkraft, Umsatz, Zentralität. Hg. v. IHK-Region Stuttgart. Stuttgart.

Falk, Bernd (1991): Gewerbe-Immobilien. 4., überarb. und erw. Aufl. Landsberg/Lech: Verl. Moderne Industrie.

Geist, Johann Friedrich (1982): Passagen. E. Bautyp des 19. Jahrhunderts. 4., unveränd. Aufl. d. 3., erg. Aufl. München: Prestel.

IFH Köln GmbH (2018): Handel digital. Hg. v. HDE e.V. Berlin. Online verfügbar unter https://www.einzelhandel.de/indx.php?option=com_attachments&task=download&id=9449, zuletzt geprüft am 07.12.2018.

Junker, Rolf; Kühn, Gerd; Nitz, Christina; Pump-Uhlmann, Holger; Bang, Diana; Diekelmann, Patrick (Hg.) (2008): Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren. Berlin: Dt. Inst. für Urbanistik (Edition DifU - Stadt, Forschung, Praxis, Bd. 7).

Kief-Niederwöhrmeier, Heidi; Niederwöhrmeier, Hartmut (1987): Neue Glaspassagen. Lage, Gestalt, Konstruktion; Bauten 1975-1985. 2. Aufl. Leinfelden-Echterdingen: Koch.

Lademann, Rainer (2011): Innerstädtische Einkaufszentren. Eine absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse. Göttingen: GHS (Göttinger Handelswissenschaftliche Schriften e.V. 77).

Lepik, Andres; Bader, Vera Simone (Hg.) (2016): World of malls. Architekturen des Konsums. Technische Universität München; World of malls: Architekturen des Konsums. Berlin, München: Hatje Cantz; A.M.

Lingen, Norbert; Markus, Epple (2013): Eine Innenstadt im Aufbruch - die Erlangen Arcaden und ihre Folgen. Eine empirische Studie am Beispiel der Innenstadt von Erlangen. Erlangen: Markt und Standort Fachverl. (Stadtentwicklung für die Praxis, 1).

Mayer-Dukart, Anne; Pesch, Franz; Harlander, Tilman (2010): Handel und Urbanität. Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren. Zugl.: Stuttgart, Univ., Diss., 2009. Detmold: Rohn (Schriftenreihe Stadt + Landschaft, 2).

Medek, Herbert (2015): Heusteig, Gerber, Bohnenviertel. Stuttgarts Innenstadt-Quartiere. Unter Mitarbeit von Andrea Nuding. 1. Aufl. Tübingen: Silberburg-Verl.

Michael Bräutigam, Jürgen Track (Hg.) (2018): Colliers International Deutschland. Immobilienreport Einzelhandel Metropolregion Stuttgart. Stuttgart.

Osadnik, Behrens (2017): German Council Magazin. Wir haben derzeit kein ideales Umfeld um neue Center zu entwickeln. German Council of Shoppingcenters e.V. Ludwigsburg.

Otten, Leonie (08.2020): Die Durchlässigkeit von Fassaden von Shopping Malls und ihr Verhältnis zum Stadtraum. Eine architektonische Untersuchung der Durchlässigkeit von Stadtfassaden und ihre Beziehung zum Stadtraum am Beispiel der Berliner Shopping-Malls Alexa und LP12 Mall of Berlin. TU Berlin, Fakultät VI Planen Bauen Umwelt. Noch unveröffentlichte Promotionsarbeit.

Pittroff, Rainer (2017): Shopping-Center Report 2017. Köln: EHI Retail Institute.

Popp, Monika (2006): Analyse und Bewertung von innerstädtischen Einkaufszentren und anderen Magneten. DSSW Konferenz Erfolgreiche Innenstädte. Handeln-Koordinieren-Integrieren. DSSW. Berlin, 25.01.2006.

Pump-Uhlmann, Holger; Brune, Walter (Hg.) (2011): Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie. Bauten für den Handel von Walter Brune. Berlin: Jovis Verl.

Raab-Steiner, Elisabeth, Benesch, Michael (2015): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 4., aktualisierte und überarb. Aufl. Wien: Facultas-Verl. (UTB Schlüsselkompetenzen, 8607). Online verfügbar unter <http://www.utb-studie-book.de/9783838586076>.

Richter, Wolfgang; Bomba, Hania (Hg.): Handelsflächen in der Omnichannel-Welt von Morgen. Konsumenten-Formate-Strategien. Regio Plan Consulting. Wien.

Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8., unveränd. Aufl. München, Wien: Oldenbourg.

Sievers Marc; Gerling, Michael: Consumer Markets Trends im Handel 2020. KPMG AG.

Wehrheim, Jan (Hg.) (2007): Shopping Malls. Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden. Online verfügbar unter <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-90706-2>.