

Shopping-Erlebnis in der City nach wie vor gefragt

Die kleineren Stadtzentren leiden, wenn ein Magnet fehlt, in Mainz nimmt die Leerstandsquote dagegen ab

Verkaufsoffener Frühlingssonntag in Bad Kreuznach – in der Fußgängerzone ist kein Durchkommen mehr. Tausende von Menschen nutzen ihre freie Zeit und das schöne Wetter für einen Einkaufsbummel durch die City, für einen Café in der Sonne oder das erste Eis des Jahres.

„An einem solchen Tag beträgt der Umsatz im Einzelhandel etwa das Doppelte eines normalen Handelstages“, erklärt Edwin Österreich, Filialleiter der Galeria Kaufhof. Und er zeigt, was die Menschen wollen – **das Einkaufserlebnis.**

Und nach wie vor sind es vor allem die Frauen, die Shopping lieben. „Die **Innenstädte müssen weiblicher werden**“, ist die Bad Kreuznacher Einzelhandelsexpertin Iris Skowronek überzeugt. Mehr Raum für Kommunikation, mehr Aufenthaltsqualität. „Es ist erstaunlich: Zwei Frauen, die zusammen einkaufen gehen, halten sich wesentlich länger in einem Laden auf als eine Frau alleine oder in Begleitung eines Mann“, erklärt sie.

Unter den Städten der Region ist nach wie vor Bad Kreuznach die klassische Einkaufstadt. Der wichtigste Indikator: die Zentralitätskennziffer. In Bad Kreuznach erreichte sie 2011 einen Wert von 195,1. Damit ist sie zwar im Vergleich zu den Vorjahren gesunken – 2007 lag sie noch bei über 199, doch nimmt die Kurstadt nach wie vor einen Spitzenplatz bei den Städten der Region ein. **Idar-Oberstein** liegt bei 190 Prozent, in Mainz liegt sie sogar lediglich bei rund 112.

Dass Bad Kreuznach als Einzelhandelsstandort attraktiv ist, zeigen die Investitionen, die ein großer Filialist wie Kaufhof in den Standort getätigt hat und die Filiale in die Gruppe seiner „Galeria“-Kaufhäuser aufgenommen hat.



Ein solcher **Kaufkraftmagnet fehlt** vielen Innenstädten. Darunter leiden unter anderem die Städte, die von der Insolvenz der Kaufhauskette Hertie betroffen waren und nun darauf hoffen, dass irgendwann wieder adäquater Ersatz naht, in der Region sind dies Idar-Oberstein und Bingen.

Auf dem aufsteigenden Ast befindet sich dagegen **Ingelheim**. Die „**Neue Mitte**“ verändert das Gesicht der Stadt. Hier soll in Zukunft ihr Herz schlagen. Und sie ist erst der Anfang einer Entwicklung, die das komplette Zentrum betreffen wird.

Auf über 15.000 Quadratmetern sind neue Flächen für Einzelhandel, Büros und Wohnen entstanden. Ein neuer Stadtplatz mit Cafés und Restaurants lädt zum Aufenthalt ein. Seit dem 3. November steht die Neue Mitte offen für Shopping-Begeisterte.

Für Frequenz soll ein REWE-Markt sorgen. Im Einkaufszentrum selbst sind die üblichen Filialisten zu finden, wie sie zahlreiche deutsche Innenstädte dominieren, C & A, Drogerie Müller, Ernsting's Family, Schuhhändler Görtz. Aber auch kleinere Boutiquen nutzen die Chance. Ärzte, Job-Center und weitere Dienstleister nutzen die neuen Räumlichkeiten. Rund 200 Arbeitsplätze werden so im Herzen der Stadt konzentriert.

Die **Stadt Mainz** führt regelmäßig ein **Einzelhandelsmonitoring** durch, das eine Bestandsaufnahme der Situation in ihrer Innenstadt bietet. Das Ergebnis im September 2011: Die Leerstandsquote sinkt erstmals seit zwei Jahren wieder. Der Boom der Billigläden ist möglicherweise zu Ende.

Was ist Einzelhandelszentralität?

Als Einzelhandelszentralität einer Stadt wird das Verhältnis aus ihrem Einzelhandels-Umsatz zur vor Ort vorhandenen Kaufkraft bezeichnet. Werte über 100 Prozent bedeuten: Die Stadt übt eine hohe Anziehungskraft auf Kunden aus dem Umland auf.

Der Trend in der Zunahme der vermieteten Geschäftsflächen steigt weiterhin an.

Das aktuelle Einzelhandelsmonitoring, das zum 16. Mal im halbjährigen Turnus von der Wirtschaftsförderung im Bereich der Mainzer Alt- und Innenstadt durchgeführt wurde, zeigt erneut, dass sich Mainz stabil mit positiven Tendenzen entwickelt. Vor allem die historische Altstadt konnte mit ihrem Großteil an **inhabergeführten Geschäftspunkten**.



Innenstädte
müssen vor allem
eines bieten:
Einkaufserlebnis.

Die neue Leerstandsquote ist im Vergleich zur letzten Erhebung um 0,7 Prozent gesunken und beträgt 4,6 Prozent. Der Filialisierungsgrad beläuft sich auf 34,4 Prozent, was im Vergleich zu Städten mit ähnlichen Einwohnerzahlen mit einem Durchschnitt von rund 60 Prozent bundesweit eine gute Position der Mainzer Innenstadt verdeutlicht. Inwieweit sich das geplante Einkaufszentrum an der Ludwigstraße auf die Situation der bisherigen Läden auswirken wird, ist unter den Einzelhändlern der Innenstadt umstritten.

In anderen Städten zeigt sich jedenfalls, dass Center-Eröffnungen durchaus in Konkurrenz zu gewachsenen Lagen treten können. Die ergab jedenfalls eine Untersuchung des Hamburger Immobilienunternehmens Lührmann, das regelmäßig Studien zum Filialisierungsgrad in deutschen Innenstädten erstellt. Beispiele: Hannover, Dortmund und Essen. Hier seien große Einkaufszentren in den Innenstädten der Grund für den Rückzug vieler Filialisten. ■ T.S.