

Comeback der City

Einzelhandel. Moderne Einkaufszentren haben den Innenstädten vielfach den Rang abgelassen. Jetzt kämpfen die Städte mit neuen Ideen um die Rückkehr der Kunden.

Andreas Crüsemann hat sich viel vorgenommen. Der Geschäftsführer der Essen Marketing GmbH will die Ruhrmetropole als Einkaufsstadt nach vorne bringen. „Wir wollen, daß die Leute wieder gern zum Bummeln nach Essen kommen“, sagt Crüsemann. Die Essener Innenstadt hat in den letzten Jahren viel an Attraktivität für die Bürger eingebüßt: Innerhalb von wenigen Jahren verzeichnete sie einen Besucherrückgang um 25 Prozent. Der sechstgrößten Stadt Deutschlands geht es da wie vielen Metropolen: Die Geschäfte in den Innenstädten leiden unter sinkenden Umsätzen.

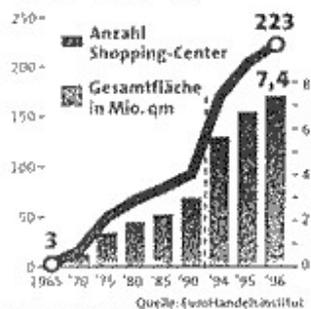
Wachsende Konkurrenz

Viele mußten schon aufgeben – und setzten damit einen Teufelskreis in Gang: Wenn nicht mehr die komplette Bandbreite des Warenangebots abgedeckt wird, weil immer mehr Fachgeschäfte fehlen, nimmt die Kundschaft weiter ab.

Experten fürchten schon, die deutschen Citys könnten das gleiche Schicksal wie die Städte in den USA erleiden: Verödete Stadtghettos ohne

Aufschwung

Trend: Die Zahl der Einkaufszentren steigt stetig weiter.



Fußgängerzone. City-Manager Andreas Crüsemann will Essen attraktiver machen.

attraktive Geschäfte, und die Mittelschicht wandert in die glitzernden Einkaufspaläste am Stadtrand ab.

Im Falle Essen ist der Konkurrent, der kurz hinter der Stadtgrenze lauert, besonders mächtig: Das Centro in Oberhausen, Deutschlands modernstes Einkaufszentrum, liegt nur

knapp 20 Minuten entfernt. Dort ist Einkaufen viel bequemer als in der Innenstadt: Auf einer Gesamtverkaufsfläche von 70 000 Quadratmetern sind rund 200 Geschäfte unter einem Dach versammelt – anders als in der City gibt es kein schlechtes Wetter. Für Kinderbetreuung ist

ebenso gesorgt wie für ein breites kulinarisches Angebot. Eine Veranstaltungshalle und ein Kinopalast dienen der Unterhaltung. Und dank Autobahnanschluß und guten

Nahverkehrsverbindungen ist das Einkaufszentrum gut zu erreichen. Außerdem gibt es mehr als 10 000 Parkmöglichkeiten – kostenlos. Täglich kommen weit über 70 000 Kunden. Kein Wunder, wenn Centro-Manager Michael Grundmann sagt: „Den Einkaufszentren gehört die Zukunft.“

Tatsächlich ist die Zahl der Shopping-Center in Deutschland sprunghaft angestiegen. Über 220 gibt es derzeit – fast dreimal so viele wie 1985. Die Verkaufsfläche liegt im Durchschnitt bei 33 000 Quadratmetern – so groß wie fünf Fußballfelder.

Mehr Leben in die City

Vor allem im Osten haben die Konsumtempel auf der grünen Wiese den Innenstädten vielfach den Rang abgelassen: In einer Umfrage rühmten 80 Prozent der Ostdeutschen die „gute Einkaufsatmosphäre“, und 76 Prozent bekundeten, Shopping im Einkaufszentrum mache ihnen Spaß.

Die Innenstädte sehen da alt aus. Parkplätze sind knapp und teuer. Kunden, die sich nicht auskennen,



Initiative. Die Einkaufsstadt Essen hat in den letzten Jahren viele Kunden verloren. Jetzt wird die City aktiv.

City gegen Center

Innenstadt

Vorteile

- ▶ Teilweise vielfältigeres Angebot, zum Beispiel bei Bekleidung.
- ▶ Gute Anbindung durch öffentlichen Nahverkehr.
- ▶ Gewachsene Architektur, abwechslungsreichere Atmosphäre.
- ▶ Traditionelle Fachgeschäfte, Cafés und Kneipen.
- ▶ Verbindet Leben mit Einkaufen.

Nachteile

- ▶ Weite Anfahrtswege von außerhalb, Ortskenntnisse erforderlich.
- ▶ Wenige und teure Parkmöglichkeiten, viel Verkehr.
- ▶ Nicht immer ausgewogener Ladenmix, z. T. lange Fußwege nötig.
- ▶ Keine Kinderbetreuung.
- ▶ Mängel in den Bereichen Sicherheit und Sauberkeit.

Einkaufszentrum

- ▶ Kurze Gehwege, durch Überdachung wetterunabhängig, sauber.
- ▶ Guter Service: Freizeitangebot, Kinderbetreuung, Gastronomie.
- ▶ Reichlich Parkmöglichkeiten, meist kostenlos.
- ▶ Großes, übersichtlich verteiltes Warenangebot, viele Geschäfte.
- ▶ Meist gute Verkehrsanbindung.

- ▶ Für Kunden aus der Stadt unter Umständen lange Anfahrtswege.
- ▶ Durch moderne Architektur und künstliches Licht oft kühle Atmosphäre.
- ▶ Ausschließlich auf Konsum ausgerichtet, dadurch etwas leblos.
- ▶ Gerade bei schlechtem Wetter häufig überfüllt.

haben schlechte Karten: Während im Einkaufszentrum übersichtliche Tafeln den Weg weisen, muß man in der Stadt nachfragen und längere Strecken in Kauf nehmen. Viele Kunden beklagen zudem, daß sie sich in der Stadt nicht sicher genug fühlen und loben die Sauberkeit der Center.

Immer mehr Städte sehen deshalb Handlungsbedarf. Damit die Fußgängerzonen nicht veröden, soll professionelles City-Management wieder mehr Kunden in die Innenstädte locken. „Nur wenn die Citys als Einheit vermarktet werden, haben sie eine Chance“, sagt Markus

Schuckel vom Institut für Handelsforschung. In rund 200 deutschen Städten sind bereits Marketing-Profis am Werk, die Innenstädte wieder attraktiv zu machen.

„Essen war die Stadt mit dem besten Ladenmix im Ruhrgebiet“, sagt Andreas Crüsemann. Das soll sie wieder werden. Wie Crüsemann versuchen auch seine Kollegen in Lübeck, Stuttgart und anderswo, Einfluß auf die Ansiedlung von Geschäften zu nehmen. Außerdem locken sie die Kunden mit verkaufsoffenen Sonntagen, Stadtfesten und verbilligten Parkgebühren.

In Essen helfen jetzt Freiwillige, die Stadt sauberzuhalten, Firmen haben die Patenschaft für Grünflächen übernommen. Demnächst soll ein City-Service-Team zusammen mit einem Wachdienst das Sicherheitsgefühl der Bürger

verbessern. Und im „Kiddy Club“ werden Eltern beim Einkaufsummel ihre Sprößlinge abgeben können. Crüsemann: „Die Leute merken, daß sich was tut in der Stadt.“

Die Kunden profitieren von den neuen Anstrengungen der Städte. Zwar ziehen die City-Manager dabei oft nur mit dem Angebot der Einkaufszentren gleich. Doch die besondere Atmosphäre der Stadt, so Crüsemann, komme ja als Anreiz hinzu: „Die City ist gewachsen – und kein künstliches Gebilde mit dem Ziel Konsum.“ Leonie Mellinshoff



„Den Einkaufszentren gehört die Zukunft“
Centro-Manager Michael Grundmann



Konsumtempel. Michael Grundmann managt das „Centro“ in Oberhausen. Es lockt täglich mehr als 70 000 Kunden aus dem ganzen Ruhrgebiet an.