

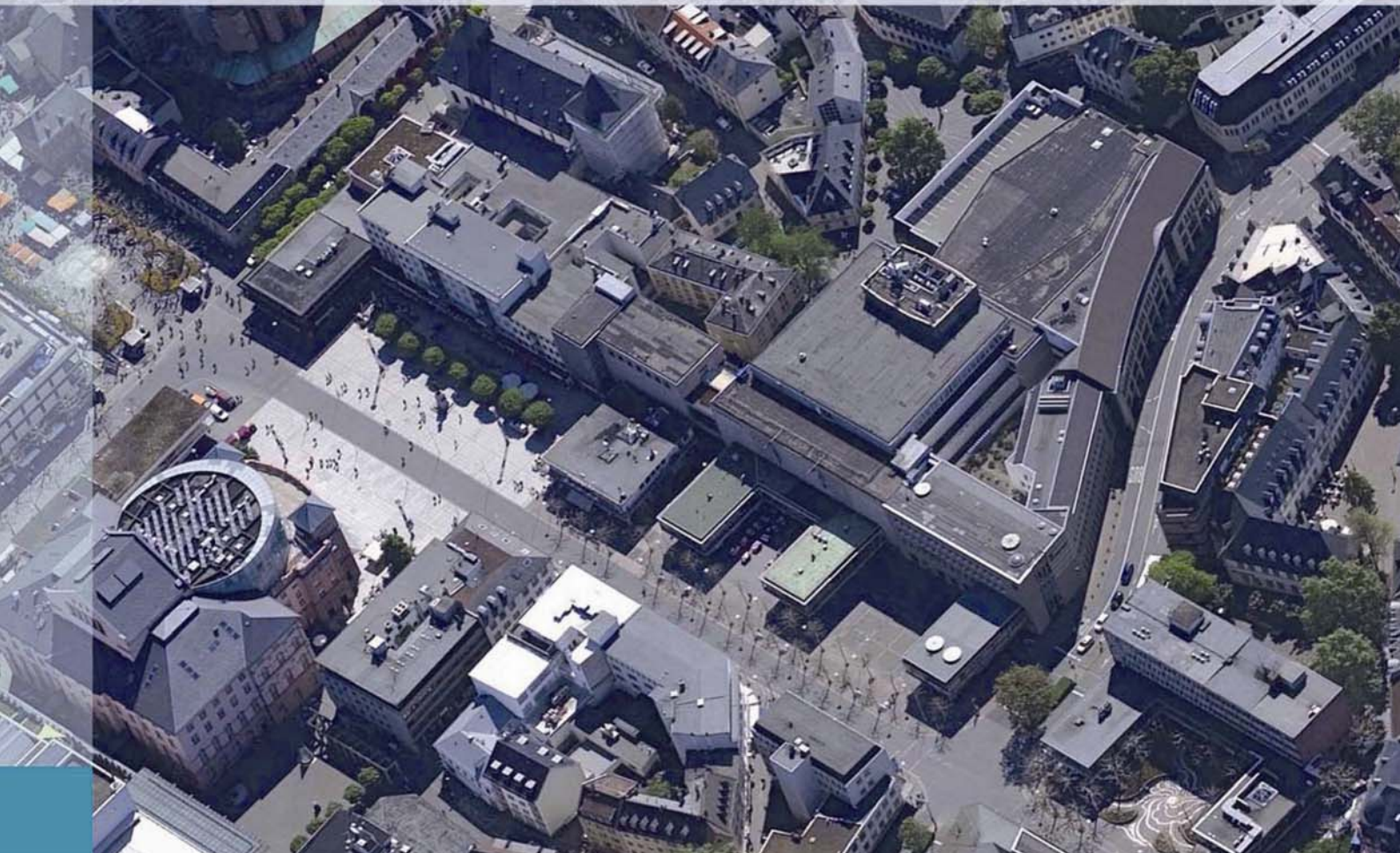
LudwigsstraßenForum V

*Gutachten Einzelhandelsstandort
Ludwigsstraße: Handel und Städtebau
07. März 2012*

Anregungen



Landeshauptstadt
Mainz



Nachfolgende schriftlich vorgebrachte Anregungen aus der Veranstaltung vom 07. März 2012 wurden ohne Wertung und in zufälliger Reihenfolge zusammengestellt.

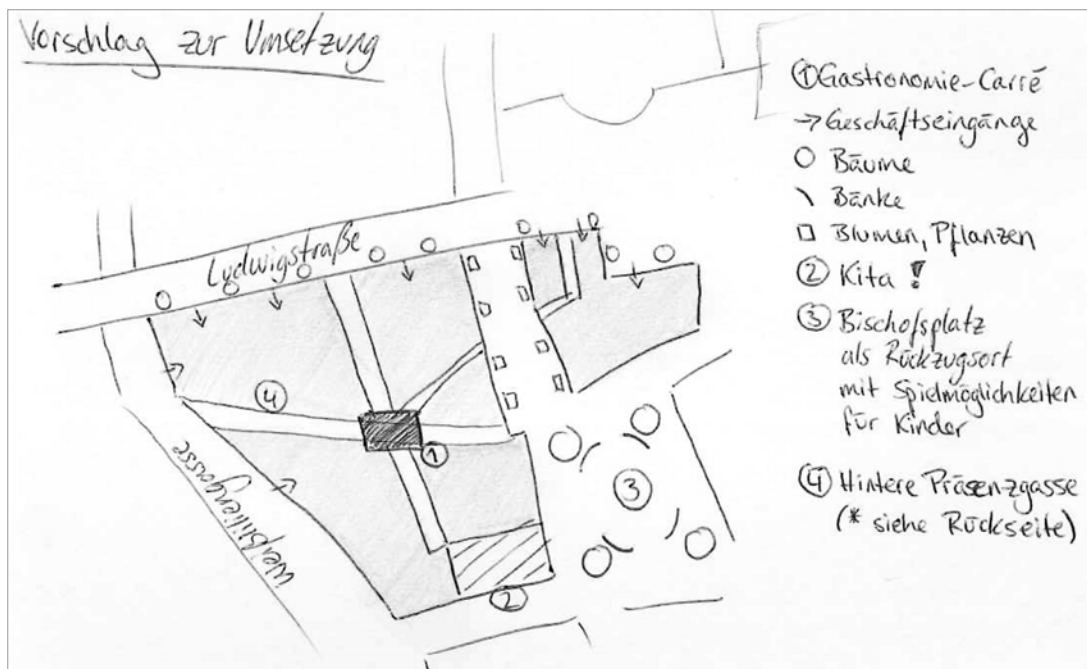
1. Einzelhandel

- 1.1. Es gibt mehrere Zentralitätswerteberechnungen: GFK kommt zu anderen Ergebnissen als MB-Research. Und Junker und Kruse berechnen deshalb nur eine Zahl, weil sie nicht ihre Zahl mit den anderen vergleichen können, weil sie die Zahl anders berechnet haben.
- 1.2. Wieso spielt Möbel Martin eine so große Rolle bei der Zentralität?

2. Stadtgestalt / Öffentlicher Raum

- 2.1. Dringendes Ersuchen an die Stadt, eine Wiedergutmachung des 1962 begangenen Unrechts durch Abriss des Bischöflichen Palais zu korrigieren und wenigstens eine Fassadenrekonstruktion zum Bischofsplatz und zur Eppichmauergasse hin ermöglichen. Eine Notwendigkeit der Stadtreparatur wird z.B. in Frankfurt und Dresden realisiert, sie ist auch für Mainz wünschenswert. Mainz kann auf das Bischöfliche Palais nicht verzichten.

2.2.



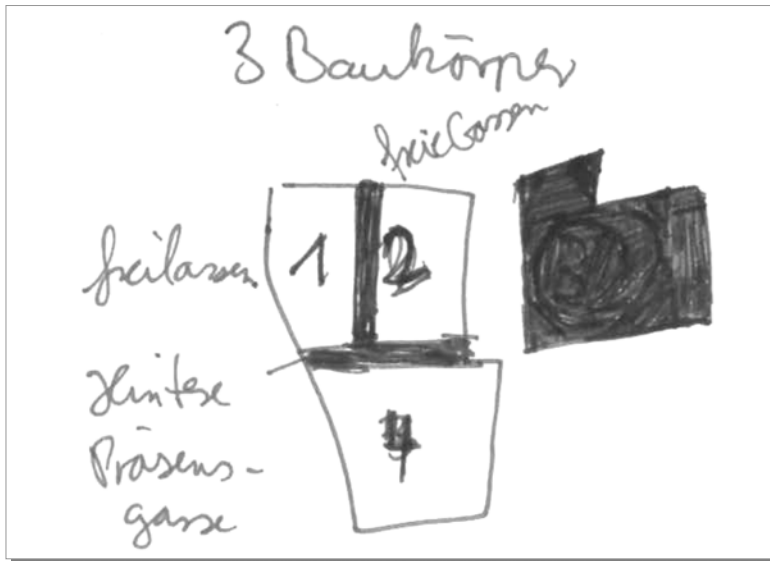
Im Obergeschoss: Wohnungen

Auf dem Dach: Solaranlagen

- 1) Gastronomie-Carré
- 2) Kita!
- 3) Bischofsplatz als Rückzugsort mit Spielmöglichkeiten für Kinder
- 4) Hintere Präsenzgasse.

*Die Hintere Präsenzgasse sollte in das Shoppingcenter integriert werden. Es sollte ein Durchgang entstehen, der sich durch alle Stockwerke zieht. Um an die Historie an diesem Ort zu erinnern, sollten historische Fassaden auch innerhalb des Durchgangs angestrebt werden. Eine Glasüberdachung könnte dies abrunden.

2.3. Wenn man 3 Baukörper verlangen würde dann ergibt sich die Kleingliedrigkeit von selbst.



2.4. Zweitnutzung beachten!

2.5. Mischnutzung

Die folgenden als Anlage beigefügten Stellungnahmen sind im Nachgang zur Veranstaltung im Stadtplanungsamt eingetroffen:

- Email vom 19.03.2012 von T. Tekaath, Mainz: Planung des Einkaufszentrums Ludwigstrasse / Junker-Kruse Gutachten
- Email vom 20.03.2012 von K. Sümmerner, Mainz: Bemerkungen zu den Einzelhandelsgutachten zum Projekt Ludwigsstrasse
(Anlage: Kurzzusammenfassung der Ergebnisse des DFG-Forschungsprojekts „Auswirkungen Innerstädtischer Shopping Center auf die gewachsenen Strukturen der Zentren“ von Monika Walther, HafenCity Universität, Hamburg (2006-2009))

Planung des Einkaufszentrums Ludwigstrasse / Junker-Kruse Gutachten

Mit der Vorstellung des neuen Gutachtens „Einkaufsstandort Ludwigsstraße“ von Junker und Kruse sind einige städtebauliche Pflöcke eingeschlagen:

- 1) An der Eppichmauergasse muss das Zentrum enden und die Strasse darf nicht in das Einkaufszentrum einbezogen werden.
- 2) Die Fuststrasse muss eine öffentliche Strasse bleiben und darf nicht überbaut werden.
- 3) Das Einkaufszentrum soll aus getrennten, einzelnen Gebäuden bestehen.
- 4) Es muss eine gemischte Nutzung – Verkauf, Wohnen, Büros – eingeplant werden.
- 5) Falls im Laufe der Zeit nicht mehr alle als Einkaufsflächen des Zentrums als solche genutzt werden können, muss eine andere Nutzung möglich sein.

Insofern deckt sich das Gutachten mit vielen Forderungen der Bürgerinitiative Ludwigstrasse. Die Kritik des Gutachtens muss an anderer Stelle ansetzen, nämlich an der Kaufkraft, die das Zentrum aus dem Umland anziehen soll. Die Zahlen, die für diese nach Mainz strömende Kaufkraft eingesetzt werden, sind zum Teil aus anderen Gegenden Deutschlands übernommen und betreffen die Vergangenheit. In den letzten Jahren hat sich jedoch vieles geändert und in der Zukunft wird es weitere Änderungen, die wir heute schon absehen können, geben. Zum Einen sind viele unserer Nachbargemeinden durch neue Einkaufsmöglichkeiten attraktiver geworden. Wenn nun am Ort Kaufwünsche erfüllt werden können, so ist das zu begrüßen. Mit denen einen Verdrängungswettbewerb anzuzetteln wäre ökologischer Unsinn. Weiterhin sind im Umland Einkaufszentren gebaut worden oder sind in der Planung. Wenn wir dann noch versuchen in die Zukunft zu blicken, so wird unsere Gesellschaft den Energie- und Rohstoff-Verbrauch radikal senken müssen. Wir müssen weg kommen von der Wegwerfgesellschaft, die Gegenstände, die wir kaufen werden, seien es Geräte oder Bekleidung, müssen länger halten und müssen wieder repariert werden können. Das heißt, wir werden weniger wegwerfen und insgesamt weniger neu kaufen, die Kaufkraft für den Konsum wird abnehmen. Dieser unvermeidliche Trend wurde in keinem der beiden Gutachten, die im LudwigsstrassenForum vorgestellt wurden, berücksichtigt. Folglich ist zum einen wegen der neuen Einkaufszentren im Umfeld von Mainz und zum anderen wegen der zukünftig zu erwartenden Kaufkraftabnahme die Kaufkraft, die durch das Zentrum abgeschöpft werden wird, in beiden Gutachten zu hoch angesetzt. Wenn nicht Kaufkraft aus der Innenstadt abgezogen werden soll, muss die in dem Junker-Kruse-Gutachten vorgeschlagene zusätzliche Verkaufsfläche von ca. 14.000 qm deutlich reduziert werden.

Mainz, den 19.3.2012

Bemerkungen zu den Einzelhandelsgutachten zum Projekt Ludwigsstrasse

Die sich aus dem Gutachten von Junker & Kruse (JK) ergebende für Mainz verträgliche zusätzliche Verkaufsfläche deckt sich, wie Herr Sitte in seinem Schlußwort zum LuFo V korrekt und sicher nicht ohne Hintergedanken bemerkt hat, weitgehend mit den Zahlen, die schon das Gutachten von BulwienGesa zur Potentialanalyse (BG) ergeben hat: 32000 m² bei JK, 32438 m² bei BG. Aus der Bestätigung der BG Daten durch JK wird die Politik mit Sicherheit den Schluß ziehen, dass eine Größenordnung der Gesamtverkaufsfläche am Standort Ludwigsstrasse von 25000-27000 m² (JK) bzw. 24000-30000 m² (BG) akzeptabel ist. Auf eine solche Größenordnung können sich ECE sowie die Mainzer Ampelkoalition sicher leicht einigen. Sind diese Zahlen wirklich gut begründet?

Die scheinbar „wissenschaftlich“ abgeleitete zusätzliche Verkaufsfläche kommt bei näherem Hinsehen durch sehr simple Rechnungen zustande. Die in Mainz derzeit vorhandene Zentralität (ZK) in den einzelnen Handels-Sektoren läßt sich aus dem vorhandenen Zahlenmaterial berechnen und kann als empirisch gesichert gelten. Diese Zentralität ist in Mainz mit einer Größe nahe 1.1 kleiner als der Mittelwert anderer Städte mit und ohne Shopping Center (1.29 – 1.35 nach Walther (1)). M.W. hat bisher noch niemand untersucht, warum dies so ist (Z.B. ausreichende Einkaufsmöglichkeiten im Umland). Deshalb kann auch niemand beweisen, daß dieser niedrige Wert aus einem Mangel an Verkaufsflächen oder fehlenden einzelnen Handelsmarken resultiert. Umgekehrt ist keineswegs sicher, daß eine Erweiterung der Verkaufsflächen quasi automatisch eine höhere Zentralität zur Folge haben wird.

Die zukünftig angestrebten Zentralitäten in den einzelnen Handelssektoren, aus denen in beiden Gutachten die zusätzliche Verkaufsfläche berechnet wird, sind mehr oder weniger willkürliche Annahmen. Vermutlich wurden sie durch Mittelung der Werte vergleichbarer Oberzentren abgeschätzt, ohne aber genau zu untersuchen, welche Faktoren in welchem Oberzentrum zu welchen Zentralitätskennziffern beigetragen haben. Vermutlich haben JK und BG dasselbe Zahlenmaterial zu den ZK anderer Oberzentren zur Abschätzung der Ziel-Zentralität verwendet; von daher ist es nicht verwunderlich, daß beide zu ähnlichen Potentialen kommen.

Bei diesen simplen Betrachtungen wird unterstellt, dass ein Absinken der Zentralität quasi automatisch durch eine Ausweitung der Verkaufsfläche und ein Bestücken derselben (meist) mit Filialisten, die noch nicht vor Ort sind, rückgängig gemacht werden kann. Die im Gutachten von BG (Kap. 8.3) genannten 7 Beispiele sollen wohl dies untermauern. Das DFG-Forschungsprojekt „Auswirkungen innerstädtischer Shopping Center ...“ (1) kommt dagegen zum Schluß, daß dies gerade nicht empirisch nachweisbar ist; der zeitliche Verlauf der ZK in Städten mit und ohne Shopping Center geht exakt parallel. Dagegen werden „regelmäßig Umsatzumverteilungseffekte“ (1) zu Lasten des vorhandenen Einzelhandels konstatiert. Demzufolge wird eine massive Ausweitung der Verkaufsflächen am Standort Ludwigsstr. zu Lasten des inhabergeführten Einzelhandels in Mainz führen.

Darüber hinaus sollte kritisch hinterfragt werden, ob eine Steigerung der Zentralität (sofern ihre Zunahme durch den geplanten Umbau an der Ludwigstrasse zustande kommt) überhaupt wünschenswert ist. Dies ist die eigentlich politische Fragestellung. So ist etwa eine Umsatzsteigerung im Mainzer Einzelhandel infolge Zentralitätszunahme unweigerlich mit mehr Verkehr verbunden, der mit Sicherheit zu einem erheblichen Teil als Individualverkehr anfallen wird.

20.3.2012

(1) DFG-Forschungsprojekt „Auswirkungen innerstädtischer Shopping Center ...“ von Monika Walther, HafenCity Universität, Hamburg (2006-2009)

Kurzzusammenfassung der Ergebnisse des DFG-Forschungsprojekts „Auswirkungen Innerstädtischer Shopping Center auf die gewachsenen Strukturen der Zentren“

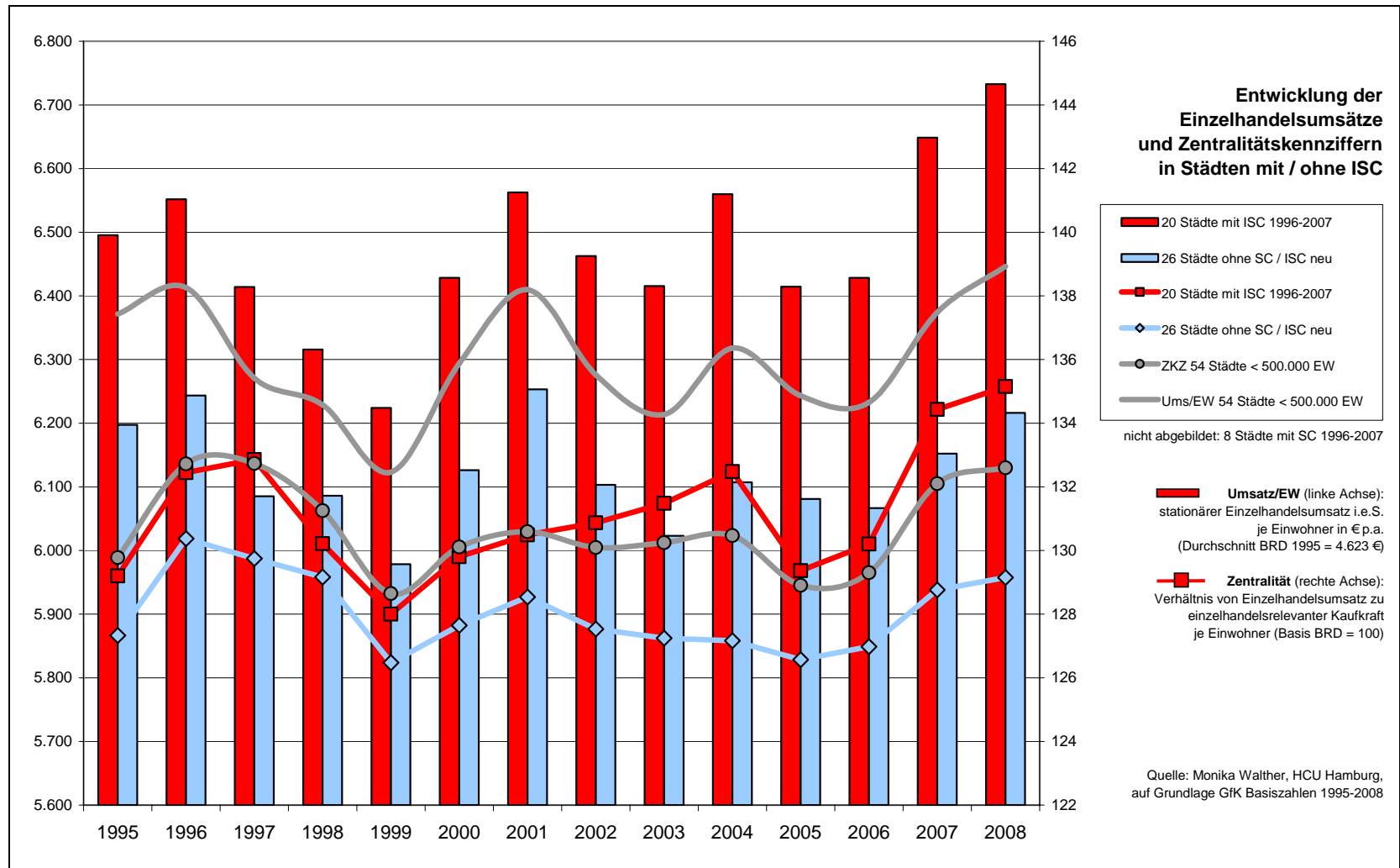
Die oftmals aufgestellte Behauptung, dass durch die Ansiedlung eines Shopping Centers in Innenstadtlage die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erhöht und die Zentralität einer Stadt gesteigert werden könnte, war im Rahmen des Forschungsprojekts empirisch nicht zu belegen. Auch der jeweilige Marktanteil der Innenstadt am gesamten Einzelhandelsumsatz einer Stadt, der entsprechend dem bundesweiten Trend in allen untersuchten 64 kreisfreien westdeutschen Städten innerhalb des Betrachtungszeitraumes von 1995-2008 tendenziell und teilweise auch deutlich rückläufig war, konnte in kaum einer Stadt gehalten, geschweige denn so wesentlich erhöht werden, dass nach Abzug des im Center selbst gebundenen Umsatzes noch ein Zugewinn für die übrigen innerstädtischen Geschäftslagen zu verzeichnen gewesen wäre. Das bedeutet, dass mit der Etablierung eines ISC regelmäßig Umsatzumverteilungseffekte gerade innerhalb der Innenstadt einhergehen, die umso stärker ausfallen:

- a) je geringer das Marktwachstumspotential der Innenstadt insgesamt ist, also ein je größerer Anteil zentrenrelevanter Ausgaben auch zuvor schon in der City getätigt wird
- b) je höher der zu erwartende Umsatz des ISC im Verhältnis zu den jeweiligen Umsatzanteilen in den bisher wichtigsten innerstädtischen 1a-Lagen ist und
- c) je besser die relative Wettbewerbsposition des ISC im Verhältnis dazu einzustufen ist, wie gut oder schwach die übrigen, jeweils einzeln zu bewertenden Geschäftslagen „aufgestellt“ sind

Über diese ökonomischen Effekte hinaus, die sich in der Regel in entsprechenden Mietpreiserückgängen und Immobilienwertverlusten in den besonders betroffenen Geschäftslagen niederschlagen, können mit einer ISC-Ansiedlung auch räumlich-funktionale bzw. qualitative Veränderungen der innerstädtischen Angebotsstrukturen verbunden sein, die unmittelbare Auswirkungen auf die von den Besuchern wahrgenommene Attraktivität der Innenstadt insgesamt haben. In welchem Umfang es in welchen Bereichen der City zu spürbaren Verschiebungen der Lagequalitäten kommt, ist abhängig davon, welche Wettbewerbsposition eine bestimmte Geschäftszone in Relation zur voraussichtlichen Stellung des ISC im innerstädtischen Zentrengefüge einnimmt. Der jeweilige Wert oder Nutzen einer Einkaufslage, der ihr aus Sicht der Konsumenten zugemessen wird, lässt sich anhand eines standardisierten Bewertungsschemas, mit dem die Kriterien Reichhaltigkeit und Dichte, Nutzungsmischung und Angebotsattraktivität sowie Raumstruktur und Lebendigkeit der Innenstadt beurteilt werden, recht genau ermitteln.

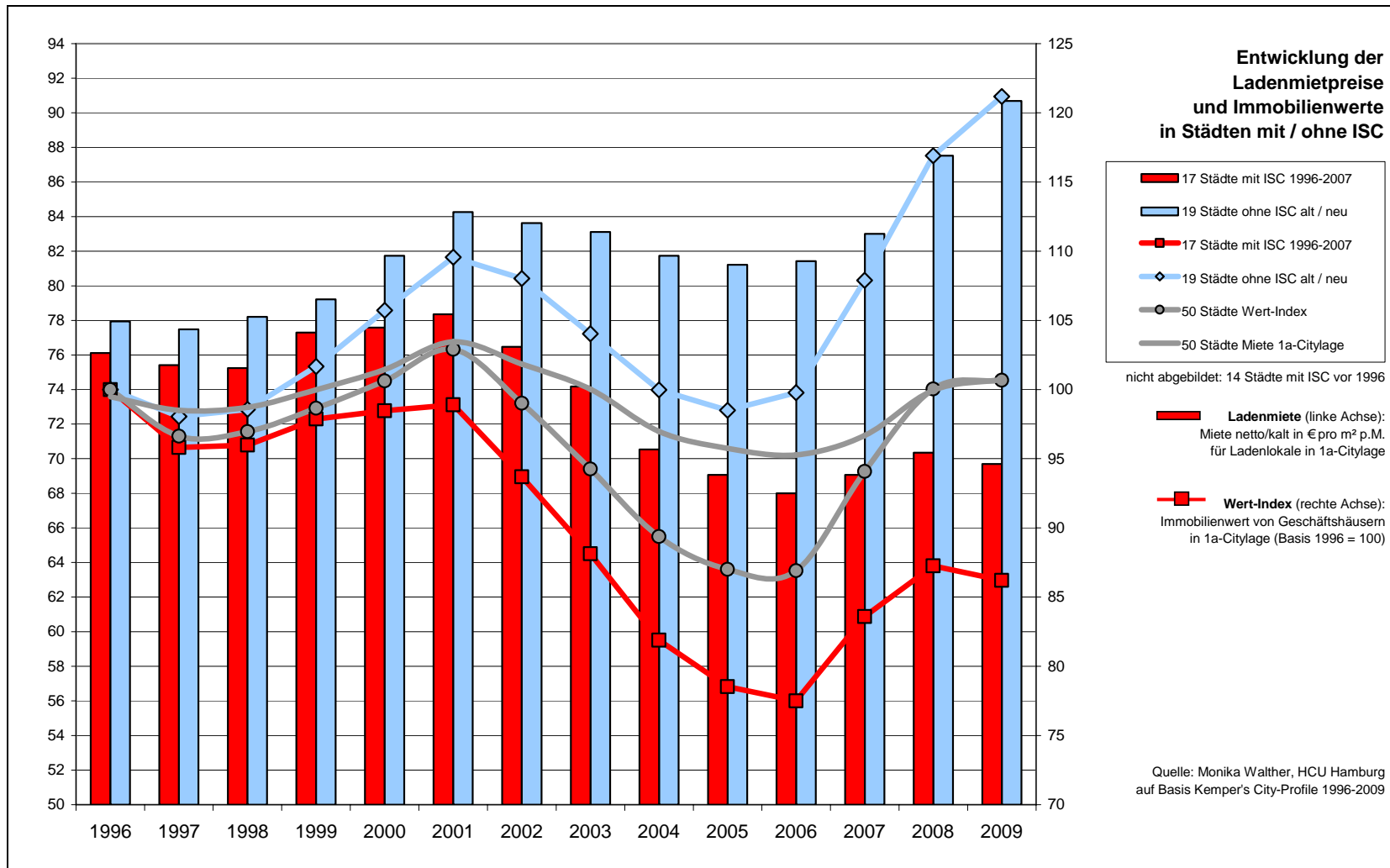
Auf dieser Basis ist es mit Hilfe eines im Rahmen des Forschungsprojekts entwickelten Wirkungs- und Prognosemodells möglich, Ausmaß und Richtung der Auswirkungen einer geplanten ISC-Ansiedlung auf einzelne innerstädtische Geschäftslagen vorherzusagen und somit Aussagen über die voraussichtliche Entwicklung der Nutzungsstrukturen und Funktionsverteilung sowie der Einkaufsbedeutung und Gesamtattraktivität eines Stadtzentrums zu treffen. Überraschend war in diesem Zusammenhang die Erkenntnis, dass weniger Lage und Größe, sondern vielmehr Ladenanzahl und Branchenmix eines ISC entscheidend sind für die Intensität der Wirkungen auf die gewachsenen Strukturen der Zentren.

Das Interesse der Shopping-Center-Entwickler konzentriert sich bevorzugt auf jene Städte, in denen bereits überdurchschnittlich hohe Pro-Kopf-Umsätze erzielt werden, die also entweder über ein hohes Kaufkraftniveau verfügen oder aber auch ohne ISC schon eine sehr starke Einzelhandelsbedeutung über die Stadtgrenzen hinaus aufgewiesen haben. Diese aus immobilienwirtschaftlicher Perspektive kaum überraschenden Erkenntnisse sind im planungswissenschaftlichen Kontext durchaus neu, denn sie widerlegen die Vermutung, dass Shopping Center auf gesamtstädtischer Ebene einen entscheidenden Beitrag zur Stärkung der Zentren bzw. zur Sicherung der oberzentralen Versorgungsbedeutung von Städten leisten würden. Die Zentralität bzw. Anziehungskraft der Innenstadt selbst lässt sich in den allermeisten Fällen durch eine ISC-Ansiedlung bestenfalls stabilisieren, kaum aber signifikant gegenüber dem Ursprungsniveau bzw. einem stadtgrößentypischen Durchschnittswert erhöhen. ISC sind folglich eben kein Garant für eine stadtentwicklungspolitisch stets erhoffte Steigerung der Anziehungskraft der Stadt insgesamt. Wohl aber ist ein autark konzipiertes Center (Typ A) in der Lage, die Umsatzverteilung, Nutzungsstrukturen und Lagequalitäten im Mikrosystem Innenstadt maßgeblich zu beeinflussen und zumindest in einigen innerstädtischen Geschäftszonen spürbar negative Effekte und städtebaulich unerwünschte Veränderungsprozesse auszulösen oder gegebenenfalls auch schon vorher sich abzeichnende Abwertungstendenzen erheblich zu beschleunigen.



Vergleich der Umsatz- und Zentralitätsentwicklung in Städten mit oder ohne ISC neueren Typs:

Die 20 untersuchten ISC-Städte wiesen bereits im Ausgangsjahr der Betrachtung eine deutlich höhere Umsatzleistung pro Einwohner auf als die übrigen Städte, die nicht im Fokus der Center-Entwickler standen. Hinsichtlich des tendenziellen Verlaufs der Entwicklungen von Pro-Kopf-Umsätzen und Zentralitätskennziffern – entsprechend der allgemeinen konjunkturellen Schwankungen – bestehen zwischen beiden Kategorien jedoch keine allzu großen Unterschiede.



Vergleich der Mietpreis- und Immobilienwertentwicklung in 1a-Citylagen von Städten mit oder ohne ISC:

Sinkende Ladenmieten resultieren in erster Linie aus einer deutlich abnehmenden Flächennachfrage – was nicht allein auf eine Vergrößerung des innerstädtischen Flächenangebotes durch das ISC zurückgeführt, sondern vor allem auch als Indiz für rückläufige Umsatzperspektiven in den gewachsenen Geschäftslagen gewertet werden kann. Dabei deutet die fortschreitende „Spreizung der Schere“ darauf hin, dass diese sichtbaren Marktveränderungen dauerhafter bzw. struktureller Natur sind und nicht etwa nur Ausdruck einer vorübergehenden „Marktirritation“.

Standort	Mietfläche	VKF	Handel	Läden	Parkplätze	VKF der 5 flächengrößten Mieter					VKF übrige Läden		Modeanteil (Bekleidung / Schuhe)			
						Eröffnung	gesamt in m²	in % VKF	Anzahl absolut	Top 1 m²	Top 2 m²	Top 3 m²	Top 4 m²	Top 5 m²	gesamt m²	Ø VKF m²
303 Center	29.700	25.200	92,9	65	1.500	7.000	3.600	2.200	1.400	1.000	10.000	167	6.900	27,4	19	29,4
115 Innenstadt	22.400	19.000	91,1	63	850	5.100	2.500	1.400	950	750	8.300	143	6.700	35,4	20	31,9
davon 44 Center Eröffnung bis 1995	21.600	18.400	91,3	57	950	5.900	2.600	1.500	900	700	6.800	130	5.900	32,2	16	28,2
davon 71 Center Eröffnung 1996-2007	22.900	19.400	91,0	66	800	4.600	2.200	1.300	1.100	800	9.400	150	7.300	37,2	22	33,9
117 Stadtteil	33.100	28.100	93,1	71	1.600	7.600	3.700	2.300	1.600	1.200	11.700	178	7.500	26,7	20	28,8
davon 61 Center Eröffnung bis 1995	36.400	30.900	93,1	72	1.800	8.700	4.300	2.500	1.700	1.300	12.400	184	7.600	24,5	20	28,0
davon 56 Center Eröffnung 1996-2007	29.500	25.000	93,0	69	1.400	6.400	3.000	2.000	1.500	1.100	11.000	172	7.400	29,8	20	29,6
71 Grüne Wiese	36.000	30.600	94,6	58	2.100	9.200	5.200	3.100	1.800	1.300	10.000	187	6.300	20,4	15	26,6
davon 53 Center Eröffnung bis 1995	38.300	32.500	95,1	64	2.400	9.400	5.300	3.500	2.000	1.400	10.900	184	7.000	21,5	18	27,5
davon 18 Center Eröffnung 1996-2007	29.400	25.000	92,7	42	1.200	8.500	4.900	2.000	1.300	1.000	7.300	200	3.900	15,8	9	22,3

Alle Angaben Circa-Werte nach Berechnungen M. Walther, HCU Hamburg, auf Basis Angaben EHI, Stand 1.1.2009 (erfasst nur Center ab 10.000 m² VKF, mind. 20 Ladenlokale, Eröffnung bis 2007)

Flächen- und Nutzungsstrukturen von Shopping Centern in unterschiedlichen Standortlagen und Eröffnungszeiträumen

Typ A: Autarke Center	Typ B: Ergänzende Center	Typ C: Abhängige Center
mind. 75 Ladenlokale	ca. 50-75 Ladenlokale	ca. 25-50 Ladenlokale
mind. 750 PKW-Stellplätze	ca. 500-750 PKW-Stellplätze	ca. 0-500 PKW-Stellplätze
mind. 10.000 m² VKF*	ca. 5.000-10.000 m² VKF*	ca. 1.000-5.000 m² VKF*
mind. 35% Modelflächenanteil	i.d.R. starker Ankermieter	i.d.R. kleinteilige Struktur
i.d.R. Innenstadttrandlage	unterschiedliche Lage	i.d.R. voll integrierte Lage

* ohne die Verkaufsfläche der separat erfassten fünf flächengrößten Mieter

Typologische Einordnung Innerstädtischer Shopping Center