

INNERSTÄDTISCHE EINKAUFSZENTREN PRO/CONTRA LOKALER HANDELSSTRUKTUR



Die Rathaus-Galerie in Leverkusen ist ein Beispiel dafür, dass ein Shopping Center die Handelsstruktur einer Stadt verbessern kann.

Die Diskussionen werden je nach Standpunkt oft mit erbitterter Härte geführt: ob ein innerstädtisches Einkaufszentrum zum Nutzen oder Schaden der gewachsenen Handelsstruktur einer Stadt beiträgt. Eine Studie des DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft hat sich jetzt dieses Themas angenommen – mit überraschenden Ergebnissen für beide Seiten.

Bevor ein neues Medikament auf den Markt gebracht wird, müssen Pharma-Unternehmen die Wirkungen des neuen Arzneimittels auf die Krankheit in langjährigen Beobachtungsreihen untersuchen – unter anderem dadurch, dass das Medi-

kament einer Patientengruppe verabreicht wird und die Ergebnisse mit der Krankheitsentwicklung bei einer Kontrollgruppe verglichen werden, die das Medikament nicht oder nur ein Placebo bekommt.

Für wirtschaftliche Entscheidungen sind solche vergleichenden Beobachtungsreihen in der Realität nicht möglich. Hier gibt es üblicherweise nur die Möglichkeit, eine bestimmte Maßnahme durchzuführen (z. B. eine neue Währung in Europa einzuführen) und dann die sich dadurch ergebenden Entwicklungen und Wirkungen zu beobachten. Man kann aber – trotz der von den Ökonomen oft angewandten „Ceteris-paribus-Klausel“ – nicht gleichzeitig

auch eine „Kontrollgruppe“ beobachten, die von der Maßnahme nicht betroffen ist.

Diese Unmöglichkeit der vergleichenden Betrachtung gilt auch für Einkaufszentren und ihre Auswirkungen auf die Entwicklung der lokalen und regionalen Handelsstruktur: Man kann beobachten, welche Entwicklungen sich im Gefolge der Eröffnung eines Einkaufszentrums in einer bestimmten Stadt ergeben, man kann diese Entwicklungen aber nicht mit den Entwicklungen vergleichen, die sich im selben Zeitraum (in dem fiktiven Fall) ergeben hätten, wäre das Einkaufszentrum nicht eröffnet worden. Und wie man weiß bedeutet nicht jede Wirkung und jeder be-



Einkaufszentren können das Angebot auf Einkaufsmeilen ergänzen.

obachtbare Zusammenhang, dass dabei auch notwendig eine Kausalität besteht.

Aus diesem Dilemma haben sich in den vergangenen Jahren zum Teil sehr emotional geführte Diskussionen über Nutzen und Gefahren von innerstädtischen Einkaufszentren ergeben. Wenn nach der Eröffnung eines Einkaufszentrums an anderer Stelle in der Stadt Geschäfte schließen, ist die Frage, ob dafür das Einkaufszentrum ursächlich ist oder ob diese Geschäfte auch ohne das neue Center geschlossen hätten – weil der Ladeninhaber aus Altersgründen aufgegeben hat, weil der Hauseigentümer gewechselt hat, weil der Mietvertrag ausgelaufen ist oder weil die Umsätze durch E-Commerce oder Ähnliches rückläufig waren.

Mit genau diesen Themen beschäftigt sich eine Studie des DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft über die „Wirkung von Einkaufszentren in der Innenstadt – Synoptische Aufbereitung vorliegender Studien“, die im Mai dieses Jahres erschienen ist. Mehr als drei Dutzend wissenschaftlicher Studien über Einkaufszentren in Deutschland wurden ausgewertet – nur einige wenige waren

wirklich vergleichbar, da ihrer Analyse der Auswirkungen von Einkaufszentren mehr oder weniger die gleichen Kriterien zugrunde lagen.

Das durchaus unerwartete Ergebnis dieses Vergleichs der verschiedenen wissenschaftlichen Untersuchungen lautet: Es gibt keine klaren Ergebnisse, welche Auswirkungen innerstädtische Einkaufszentren haben. Das könnte zu einem Ende vieler heftiger und manchmal ideologisch aufgeheizter politischer Diskussionen zwischen Gegnern und Befürwortern neuer innerstädtischer Einkaufszentren über die positiven oder negativen Wirkungen dieser Shopping Center beitragen. Darum seien hier kurz die Ergebnisse der DSSW-Studie zusammengefasst:

Ob mit einem innerstädtischen Einkaufszentrum

- die **Anzahl der Geschäfte** in der Stadt zu- oder abnimmt, lässt sich nicht eindeutig belegen. Es lässt sich lediglich eine leichte Tendenz zur Verringerung der Anzahl der Geschäfte feststellen, da dann vor allem nicht mehr zeitgemäße Läden schließen, was wiederum Raum für eine Modernisierung bietet.
- die **Umsätze** in der Stadt außerhalb des Centers sinken oder steigen, lässt sich ebenso wenig eindeutig feststellen. Tendenziell ergibt sich lediglich ein leichter Rückgang der Gesamtverkaufsfläche.
- die **Mieten** außerhalb des Centers steigen oder sinken, ist ebenso offen. Feststellbar ist lediglich eine leichte Tendenz zu sinkenden Mieten, was die Chance bietet, neue Geschäfte, die sich bisher die hohen Mieten in den Hauptlagen nicht leisten konnten, anzusiedeln.
- die **Zahl der Textilanbieter** in der Stadt sinkt oder steigt, bleibt ebenfalls offen. Es gibt einige Anzeichen dafür, dass ein innerstädtisches Einkaufszentrum zu einer geringeren Anzahl von Textilgeschäften außerhalb des Centers, aber zu einer Zunahme der Gesamtzahl aller Textilanbieter in der Stadt führt.
- die **Kundenfrequenz** in der Stadt außerhalb des Centers steigt oder sinkt, ist ein weiterer Diskussionspunkt. Hier spricht einiges dafür, dass die Kundenzahlen in

einigen Bereichen der Stadt außerhalb der 1A-Lagen zurückgehen.

- die **Kopplungseffekte** zu- oder abnehmen, wird ebenfalls heiß diskutiert. Tatsache ist, dass ungefähr die Hälfte der Besucher eines Einkaufszentrums auch andere Innenstadtgeschäfte aufsuchen und umgekehrt, insbesondere dann, wenn die Distanz zwischen Center und Innenstadt gering und die Wegeverbindung zwischen beiden eng und gut ist.
- die **Zentralität** (die Handelsumsätze im Verhältnis zur Kaufkraft) sinkt oder steigt, lässt sich zwar auch nicht immer eindeutig beantworten, doch gibt es starke Anzeichen dafür, dass die Zentralität aufgrund durch ein neues Center steigt.

Das Fazit dieser Ergebnisse: Man sollte mit der Aussage vorsichtig sein, dass innerstädtische Einkaufszentren „immer“ mit ganz bestimmten Wirkungen verbunden sind – im Positiven wie im Negativen. Es scheint eher so, dass viele Entwicklungen im Gefolge neuer innerstädtischer Einkaufszentren von einer Vielzahl unterschiedlicher Faktoren abhängen: von der Centergröße, von der Entfernung zu den anderen innerstädtischen Einkaufslagen usw. Eine individuelle (und transparente) politische, aber rationale Analyse der verschiedenen Entscheidungsoptionen ist bei jedem einzelnen Vorhaben zu empfehlen, damit Centerentwickler, örtliche Einzelhändler und Politiker genauere Vorstellungen über mögliche Wirkungen eines neuen Einkaufszentrums erhalten können.

Was bleibt also letztlich? Die DSSW-Studie ist ein wertvoller Beitrag zur Versachlichung der Diskussion. Sie zeigt aber auch, dass wissenschaftliche Analysen politische Entscheidungen nicht ersetzen können – und den Weg zur politischen Entscheidung manchmal auch nicht leichter machen. | **Dieter Bullinger**



*Dieter Bullinger ist Gründer und Geschäftsführer der debecon GmbH
Dieter Bullinger
Consulting for better shopping destinations.*

INNER-CITY SHOPPING CENTRES PRO/CONTRA URBAN RETAIL STRUCTURES



Rathaus-Galerie in Leverkusen is an example for the positive impact of a shopping centre on the retail structure of a city.

Discussions about if an inner-city shopping centre is of advantage or disadvantage to the traditional retail structures of a tend to become acrimonious and the each of adversaries is convinced to have the right arguments on his side. A recent study of DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft deals with this topic. The results of the analysis are unexpected.

Prior to launching a new product, pharmaceutical companies are obliged to evaluate the effects of the new ingredients on the disease in a long-term survey by a blinded experiment: They have to ap-

ply the new medical drug to a group of patients and to compare the results with those of a control group whose patients did not get the agents or just a placebo.

For economical decisions such comparing long-term observations are not possible in real life. Usually there is only the way to implement a specific action (for example, the introduction of a new currency in Europe) and then to monitor the impact and the developments following the action. Although economic scientists often use the so called "ceteris paribus" assumption, there is no possibility to check at the same time a "control group" not affected by the action and to com-

pare the results. This impossibility applies as well to shopping centres and their impact on the local and regional retail and urban structure: It is to observe what happens in a specific city in the years following the opening of a new shopping centre, but it is impossible to compare these changes to a (fictional) development during the same time span without the shopping centre. And, as it is well known, not every change and not every development following a specific action or implementation means that there is any causality.

In past years, this dilemma caused very emotional and partly acrimonious discus-



Shopping centre often complement high street retail.

sions regarding the positive impact and threats resulting from new inner-city shopping centres.

When—after the opening of a new shopping centre—shops are closing down in other parts of the city the question impossible to answer is if these closing-downs are a consequence of the opening of the new centre or are due to other facts that have nothing to do with the new shopping centre, as e.g. the retirement of the shop operator, a new landlord, the end of a lease agreement, a downturn in revenues due to the impact of e-commerce, etc.

Exactly this question is the main topic of a recent analysis on “The impact of inner-city shopping centres on urban centres. Synoptical revise of existing studies”, published in May this year by DSSW Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (German Seminar for Urban Development and Economy). More than three dozens of different scientific studies relating to shopping centres in German cities were examined. Only a few of them were really comparable as they analysed the impact of shopping centres more or less according to the same criteria.

The really unexpected result of the comparison of the different scientific analyses is: There are no clear-cut general results regarding the impact of inner-city shopping centres.

This could help to bring an end to many up-heated and sometimes very ideological political discussions between supporters and opponents of new inner-city shopping centres and about their positive or negative impact for traditional urban retail structures.

Here the main results of the mostly discussed and crucial point about inner city shopping centres:

Do inner-city shopping centre cause

- an increase or decrease of **number of shops** in the city outside the shopping centre? There are no clear results, at most a slight indication of a decrease in the number of shops due to the fact that especially outdated shops are closing down thereby offering the opportunity for modernisation.
- an increase or decrease of **total sales** in the city outside the shopping centre? Again there are no clear results. What is to say is that there is a slight tendency towards a decrease of the overall sales area.
- an increase or decrease of **rents** in the city outside the shopping centre? There is no general trend to state, only some flimsy indications of a decrease in rents. This can result in opportunities to establish new shops which cannot afford the highest downtown rents, and to enlarge the supply.
- an increase or decrease of the number of **fashion stores** in the city? There is some evidence that with a new shopping centre the number of fashion stores in other parts of the inner city will decrease, but definitely the overall number of fashion stores in a city will increase.
- an increase or decrease of **client footfall** in the city outside the shopping centre? In this case again there is some evidence that the number of visitors decreases, in particular outside the 1A locations.

- an increase or decrease of the so called **coupling effect**, i.e. shopping centre visitors also visit other downtown stores and vice versa? Yes, about 50 percent of shopping centre visitors are also visiting other stores in the city, in particular when distances between shopping centre and the other stores are short and when shopping centre and high street retail are well connected to each other.
- an increase or decrease of **retail sales in relation to purchase power** (absorption of purchasing power)? There is strong evidence that due to a new inner-city shopping centre there is a stronger absorption of purchasing power and that overall retail sales will increase.

The conclusion of all these results: There is not to state that inner-city shopping centres “always” have certain positive or negative impacts. On the contrary, it seems that many effects are depending on a broad range of different factors: size of the shopping centre, distance to the other main downtown shopping areas, etc. For each project an individual and transparent analysis of the different options is recommended. Only such a scrupulous analysis can be the rational base for political decisions and provide an idea of the potential impact for shopping centre developers, local retailers and local authorities as well.

What will remain? The DSSW study is an important contribution towards a more rational discussion about inner-city shopping centres. However, it proves as well that scientific analysis cannot replace political decisions—and in most cases it does not even facilitate the way to a final decision. | **Dieter Bullinger**



Dieter Bullinger is Founder and Managing Director of debecon GmbH Dieter Bullinger Consulting for better shopping destinations.