



Bundesinstitut
für Bau-, Stadt- und
Raumforschung

im Bundesamt für Bauwesen
und Raumordnung



BBSR-
Online-Publikation
07/2024

Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren

von

Stefan Kruse
Elisabeth Kopischke
Prof. Dr. Thomas Krüger
Dr. Sascha Anders
Prof. Dr. Heike Flämig

Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren

Empirische Ergebnisse aus sechs Fallstudien

Das Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau (ExWoSt)“ wurde vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Auftrag des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) durchgeführt.

IMPRESSUM

Herausgeber

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)
im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR)
Deichmanns Aue 31–37
53179 Bonn

Wissenschaftliche Begleitung

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
Referat RS 2 „Stadtentwicklung“
Dr. Andrea Jonas
andrea.jonas@bbr.bund.de

Referat RS 5 „Digitale Stadt, Risikvorsorge und Verkehr“
Manuel Weiß
manuel.weiss@bbr.bund.de

Begleitung im Bundesministerium

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB)
Referat S II 4 – Lebendige Zentren, Nationale Projekte des Städtebaus
Ingo Weiß

Auftragnehmer/Autorinnen und Autoren

Junker+Kruse, Stadtforschung Planung, Dortmund
Stefan Kruse, Elisabeth Kopischke
info@junker-kruse.de

HCU – HafenCity Universität Hamburg
Prof. Dr. Thomas Krüger, Dr. Sascha Anders
thomas.krueger@hcu-hamburg.de
sascha.anders@hcu-hamburg.de

TUHH – Technische Universität Hamburg
Institut für Verkehrsplanung und Logistik W8
Prof. Dr. Heike Flämig
flaemig@tuhh.de

Stand

Januar 2024

Gestaltung

Junker+Kruse Stadtforschung Planung, Dortmund
Susanne Hulitschke

Bildnachweis

Titelbild: William – stock.adobe.com

Vervielfältigung

Alle Rechte vorbehalten

Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des Herausgebers übereinstimmen.

Zitierweise

BBSR – Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR) (Hrsg.), 2024:
Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren: Empirische Ergebnisse aus sechs Fallstudien.
BBSR-Online-Publikation 07/2024, Bonn.

Inhaltsverzeichnis

Zentrale Ergebnisse im Überblick	5
Einführung	6
Analyserahmen	7
Erdgeschossnutzungen in den Innenstädten und an Fachmarktzentren	8
Nutzungsmix	8
Leerstände	10
Verkaufsflächenentwicklung	10
Perspektivische Entwicklung	10
Befragung von Bürgerinnen und Bürgern	11
Attraktivität der Innenstadt	11
Hauptbesuchsgrund der Innenstadt	11
Veränderung des Einkaufsverhaltens	12
Befragung der Gewerbetreibenden	14
Ausblick	15
Literatur	16

Zentrale Ergebnisse im Überblick

Die zentralen empirischen Ergebnisse der ExWoSt-Studie sind:

- Zu Beginn der Studie Ende 2021 lag der Fokus der Untersuchung auf den Auswirkungen durch den Onlinehandel und die COVID-19-Pandemie. Energiekrise, Inflation, Zinswende und die kriegerischen Auseinandersetzungen in der Ukraine und in Nahost haben allerdings zu einer großen Verunsicherung geführt, die die negativen Auswirkungen der Pandemie spätestens ab Mitte 2022 deutlich überlagert hat. Diese Multikrisen haben alle innenstadtprägenden Nutzungen über einen längeren Zeitraum stärker unter Druck gesetzt, als es allein durch die Pandemie zu erwarten gewesen wäre. Dies wirkt sich auch auf die Attraktivität der Zentren aus.
- Die Erhebungen der Erdgeschossnutzungen haben deutlich gemacht, dass die Innenstädte traditionell durch einen breiten Nutzungsmix gekennzeichnet sind. Von einer Monofunktionalität der städtischen Zentren kann deshalb in Deutschland nicht gesprochen werden. Vielmehr sind es die Fachmarktzentren an den Ausfallstraßen und in den Gewerbegebieten, die monofunktional auf den Einzelhandel ausgerichtet sind.
- Die Leerstandsquote (bezogen auf die Anzahl der Nutzungseinheiten) in den zentralen Erdgeschosslagen der Innenstädte ist in den Krisenjahren 2022/2023 auf 8 bis 10 % angestiegen. Dies ist zwar ein Anstieg gegenüber dem vorpandemischen Niveau, allerdings ist dieser nicht so stark, wie es zu Beginn der Pandemie vielfach befürchtet wurde.
- Dabei bestehen große Unterschiede zwischen den einzelnen Lagen innerhalb einer Stadt. Höhere Leerstandsquoten sind in einigen Städten vor allem in Shopping-Centern und in Randlagen festzustellen. Aber auch zwischen den einzelnen Fallstudienstädten gibt es große Unterschiede. Hier scheinen die sozioökonomische Dynamik und die Wettbewerbssituation mit anderen Städten und/oder zwischen Standorten innerhalb der Stadt eine besondere Rolle zu spielen.
- Die Onlinebefragungen haben unter anderem ergeben, dass ein Großteil der Bürgerinnen und Bürger die Attraktivität der Innenstädte vor allem nach den Einkaufsmöglichkeiten, den gastronomischen Angeboten sowie der Sauberkeit, attraktiven öffentlichen Räumen und dem Stadtbild beurteilt. Entsprechend werden als Hauptbesuchsgründe der Innenstadt auch Einkauf/Shopping, Gastronomiebesuch, besondere Events und Verweilen beziehungsweise Freunde treffen angegeben.
- Die Befragungen der Gewerbetreibenden zeigen, dass die COVID-19-Pandemie den Trend zum Online-Einkauf und zur Digitalisierung weiter verstärkt hat. Aktuelle Umsatzzahlen zeigen jedoch, dass der stationäre Einzelhandel mit dem Ende der Pandemie wieder an Bedeutung gewonnen hat. Die Umsätze aus der Zeit vor der Pandemie konnten bislang nicht wieder erreicht werden.
- Obwohl mittlerweile wieder verstärkt in den stationären Einzelhandel und andere zentrenaffine Nutzungen investiert wird (Stichwort „Nutzungsmischung“), blicken viele Gewerbetreibende eher mit unsicheren Erwartungen in die Zukunft. Trotzdem sind in den vergangenen Krisenjahren neue innovative Konzepte aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Kultur entstanden, die schon jetzt zur Attraktivität der Innenstädte beitragen.

Einführung

Die Innenstädte und Zentren in Deutschland stehen nicht erst seit Beginn der pandemiebedingten Geschäftsschließungen unter Druck. Bereits vor der Pandemie konnte der Onlinehandel vor allem in den sogenannten zentrenprägenden Branchen erhebliche Zugewinne verzeichnen und hat den klassischen stationären Einzelhandel erheblich unter Druck gesetzt. Aus diesem Grund wird bis Mitte 2024 im Auftrag des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) und des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) eine Forschungsstudie erarbeitet, die sich mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Onlinehandels auf den stationären Einzelhandel in den Zentren auseinandersetzt. Dieser Kurzbericht fasst die empirischen Ergebnisse der Studie zusammen, die sich aus verschiedenen Bausteinen zusammensetzen: Diese umfassen Expertengespräche sowie Bestandserhebungen, Onlinebefragungen der Bewohnerinnen und Bewohner sowie der Gewerbetreibenden in sechs Fallstudienstädten.

Analyserahmen

Um die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Onlinehandels auf den Einzelhandel in den städtischen Zentren zu untersuchen, wurden sechs Fallstudienstädte ausgewählt. Auswahlkriterien waren siedlungsstrukturelle Merkmale (siedlungsstrukturelle Kreistypen des BBSR), Stadtgröße, regionale Verteilung im Bundesgebiet und die wirtschaftliche Entwicklungsdynamik (Raumtypisierung wachsende und schrumpfende Gemeinden des BBSR). Folgende Innenstädte und Fachmarktstandorte wurden als Fallstudien ausgewählt:

■ kreisfreie Großstädte

- Berlin: Hauptzentrum Steglitz-Zehlendorf (Schloßstraße, inkl. Shopping-Center) sowie Ortsteilzentrum Tempelhof-Schöneberg (Bundesallee/Rheinstraße)
- Bochum: Innenstadt (inkl. Shopping-Center) und Fachmarktzentrum Ruhrpark

■ städtischer Kreis

- Hildesheim: Innenstadt (inkl. Shopping-Center) und Fachmarktzentrum „Bavenstedter Straße“
- Landau in der Pfalz: Innenstadt

■ ländlicher Kreis mit Verdichtungsansätzen

- Bernburg (Saale): Innenstadt und Fachmarktzentrum „An der Kalistraße“ (Prima-Einkaufs-Park, PEP)

■ dünn besiedelter ländlicher Kreis

- Ilmenau: Innenstadt

In den Fallstudienstädten wurden die bestehenden Erdgeschossnutzungen in den Innenstädten und an ausgewählten Sonderstandorten erhoben. Grundlage der Abgrenzung waren die in den kommunalen Einzelhandelskonzepten festgelegten zentralen Versorgungsbereiche beziehungsweise Fachmarktstandorte. Als zweiter Erhebungsbaustein wurden Onlinebefragungen der Bürgerinnen und Bürger sowie der Gewerbetreibenden in den sechs Fallbeispielkommunen durchgeführt. Die Befragungen dienten dazu, Einschätzungen zur Innenstadt abzufragen, aktuelle Informationen zum Einkaufsverhalten zu bekommen und die Veränderungen, die durch die Pandemie eingetreten sind, zu bewerten.

Die Erhebungen und Befragungen wurden erstmalig im Frühjahr/Sommer 2022 durchgeführt und im Frühjahr/Sommer 2023 wiederholt. Insgesamt konnten jeweils zwischen rund 2.000 und 3.000 Bürgerinnen und Bürger sowie zwischen 140 (2023) und 230 (2022) Gewerbetreibende befragt werden. Zusätzlich zu diesen Erhebungen wurden Gespräche mit Expertinnen und Experten zur Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung geführt.

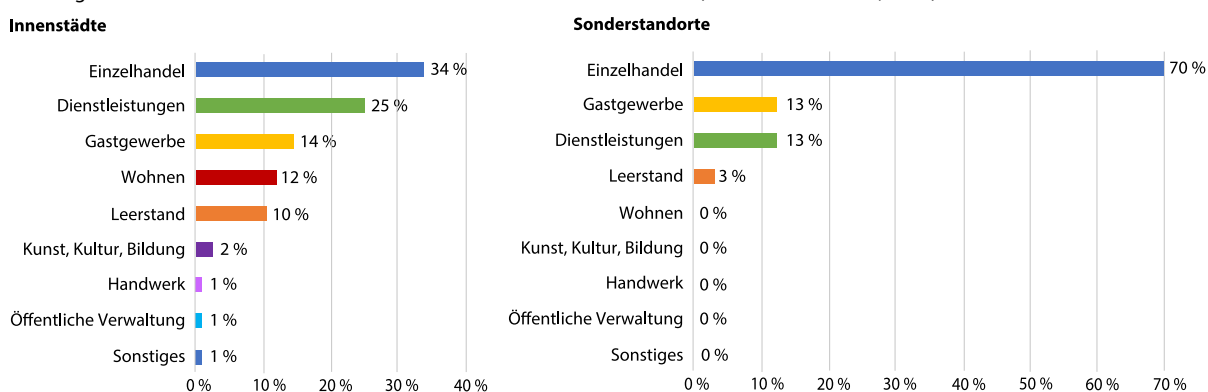
Erdgeschossnutzungen in den Innenstädten und an Fachmarktzentren

Die Erhebung der Erdgeschossnutzungen in den Fallstudienstädten wurde dazu genutzt, die Entwicklungen der verschiedenen Nutzungen in den Krisenjahren darzustellen. Mithilfe älterer Datenbestände aus den vorherigen Jahren konnte zusätzlich die Situation vor der Pandemie mit in die Analyse einfließen. Die empirischen Ergebnisse bilden deshalb vor allem die Auswirkungen der Pandemie ab. Sie dokumentieren aber teilweise bereits den Einfluss der aktuellen Krisensituation, auch wenn die vollständigen Wirkungen von Ukraine-Krieg, Energiekrise, Zinswende, Fachkräftemangel und Inflation zum Zeitpunkt der letzten Datenerhebung noch nicht abschließend im Straßenbild der Innenstädte ablesbar waren und dynamisch bleiben.

Nutzungsmix

Abbildung 1

Nutzungsmix der sechs Fallstudienstädte – Innenstädte und Sonderstandorte (Anzahl der Betriebe, 2023)



Quelle: eigene Erhebung

Als Ergebnisse aus den Nutzungserhebungen in den Zentren können die folgenden Punkte herausgestellt werden (s. Abbildung 1):

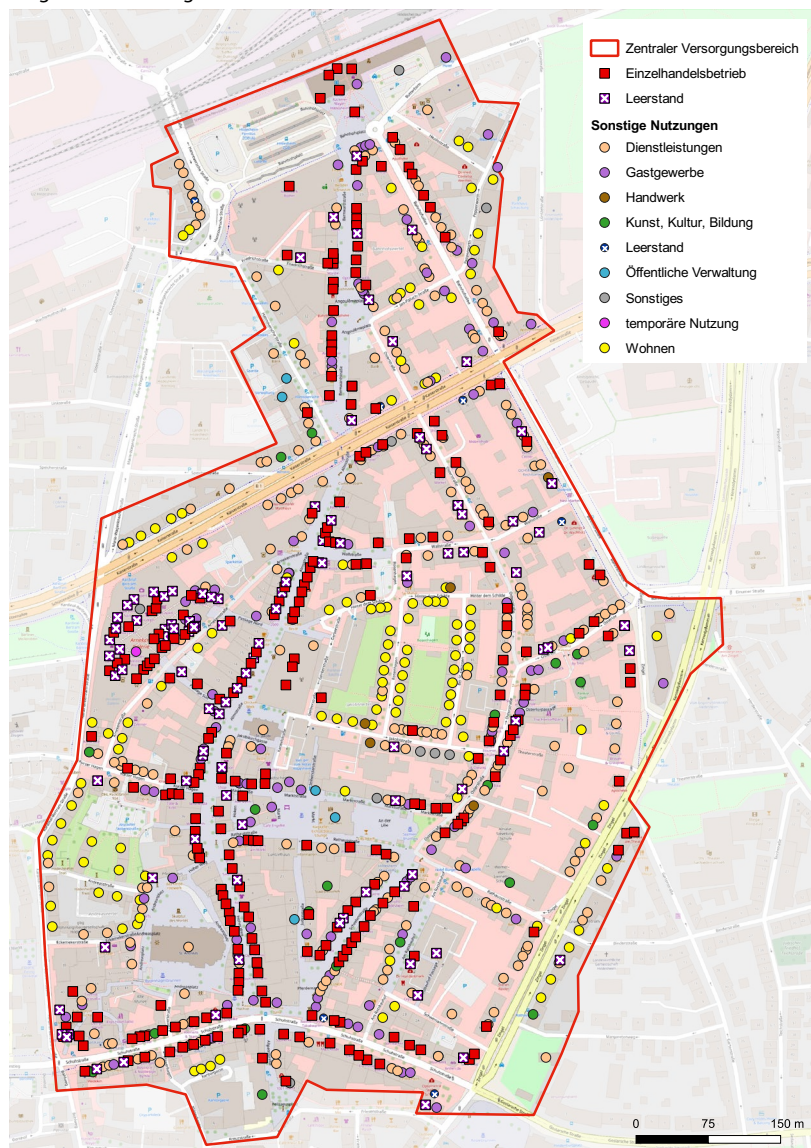
- Die untersuchten Innenstädte zeichnen sich durch einen vielfältigen Nutzungsmix aus. Gemessen an der Anzahl der Betriebe entfallen von den in den Erdgeschossen erhobenen Nutzungen in 2023 rund 34 % auf den Einzelhandel, danach folgen verschiedene Dienstleistungen (25 %) und die Gastronomie (14 %). Insbesondere in kleineren Städten und in Randbereichen der zentralen Versorgungsbereiche spielt auch das Wohnen eine größere Rolle. Bezogen auf die Innenstädte aller Fallstudien beträgt der Anteil des Wohnens an der Anzahl aller Nutzungen in den Erdgeschossen immerhin 12 %.
- Alle anderen Nutzungen (z. B. Bildung, Kultur oder das Handwerk) spielen eine sehr untergeordnete Rolle. Der relative Anteil der Zwischennutzungen ist kaum relevant.
- Die Leerstandsquote – gemessen an der Anzahl der Betriebe – lag bei der Erhebung im Frühjahr/Sommer 2023 bei rund 10 % und ist somit gegenüber 2022 (8 %) nur geringfügig angestiegen. Insgesamt ist also ein leichter Trend hin zu mehr Leerstand erkennbar, er ist aber zurzeit (noch) nicht so stark ausgeprägt wie zu Beginn der Pandemie befürchtet wurde.
- An den untersuchten Fachmarktstandorten stellt sich die Situation grundsätzlich anders dar. Dort dominiert die Einzelhandelsnutzung (69 % der Betriebe), Leerstände sind an diesen Standorten kaum auszumachen (3 %).

- Aus der Gegenüberstellung der Nutzungen 2022 zu 2023 sind keine grundsätzlichen Unterschiede zu erkennen, aus denen sich neue Trends ablesen lassen.

Die Innenstädte sind durch unterschiedliche Lagen geprägt. In der Regel bezeichnet die A-Lage den typischen Haupteinkaufsbereich mit einer deutlichen Konzentration auf Einzelhandelsangebote und ist in den Großstädten weitestgehend filialisiert. Die oberen Geschosse sind mit Ausnahme der Warenhausstandorte, größerer Fachmärkte oder Shopping-Center ab dem ersten oder zweiten Obergeschoss in der Regel durch Büronutzungen geprägt. Teilweise haben sich dort auch Arztpraxen oder andere serviceorientierte Dienstleistungen (wie z. B. Kanzleien) angesiedelt. In den Neben- und Quartierslagen ist dieser Nutzungsmix aus (häufig inhabergeführtem) Einzelhandel, Gastronomie, verschiedenen Dienstleistungen, Handwerk, Kultur und sozialen Angeboten bereits in den Erdgeschosszonen zu finden (s. Abbildung 2). In kleineren Städten sind bereits in den Erdgeschosszonen der Nebenlagen Wohnungen zu finden. In größeren Städten beschränken sich Wohnungen in der Regel auf vereinzelte Obergeschosse in Nebenlagen.

Abbildung 2

Erdgeschossnutzungen Innenstadt Hildesheim



Quelle: eigene Erhebung (Stand: Sommer 2023)

Leerstände

Die Erhebungen haben deutlich gemacht, dass die Pandemie im stationären Einzelhandel als Trendbeschleuniger gewirkt hat und bestehende negative Entwicklungsprozesse zusätzlich verstärkt hat. Leerstände – überwiegend kleinteilige – konzentrieren sich in den untersuchten Fallstudienstädten meist in den Lagen, die bereits vor der Pandemie durch eine negative Entwicklungsdynamik gekennzeichnet waren. Betroffen davon sind vor allem Randlagen. Die im Rahmen des Projektes durchgeführten Gespräche mit Expertinnen und Experten bestätigen außerdem, dass dies auch in einem häufigen Mieterwechsel und rabattorientierten Angeboten ablesbar ist. Erkennbar ist dieser Trend auch an der deutlich gestiegenen Anzahl an Leerständen in einigen Shopping-Centern, die es in diesem Ausmaß vor der Pandemie noch nicht gegeben hat. Auch hier sind vor allem die Shopping-Center betroffen, die schon vor der Pandemie Probleme hatten, ihre in der Regel höherpreisigen Gewerbeflächen entsprechend zu vermieten. Im Allgemeinen sind in vielen Städten einzelne Großimmobilien (Galeria) als Leerstände hinzugekommen oder kommen absehbar hinzu. Diese führen wegen ihrer starken – auch repräsentativen – Bedeutung für einzelne Innenstädte zu tiefgreifenden, strukturellen Problemen. Gleichzeitig zeigen die Erfahrungen aus älteren Umnutzungen vorheriger Schließungswellen, dass solche Problemimmobilien nach einer Umstrukturierung auch als Incentive für eine Trendumkehr sowie zur Wiederbelebung der Zentren führen können (vgl. Hangebruch 2021, 2020).

Verkaufsflächenentwicklung

Absolut betrachtet sind die innerstädtischen Verkaufsflächen in den sechs Fallstudienstädten in den vergangenen 10 bis 15 Jahren überwiegend stabil geblieben oder leicht zurückgegangen. Hier liegt der durchschnittliche relative Rückgang auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Bezogen auf ausgewählte Einzelhandelsbranchen ergibt sich allerdings ein differenziertes Bild: Während sich in der Branche „Nahrungs- und Genussmittel“ in den letzten Jahren eine weitgehend stabile Situation abzeichnete, sind in den innerstädtischen Leitbranchen „Bekleidung“ und „Unterhaltungselektronik“ bereits deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Dies gilt unabhängig von den aktuellen Standortschließungen und Neueröffnungen und bezieht sich sowohl auf die Entwicklung der Verkaufsfläche als auch auf die Anzahl der Geschäfte. Es ist zu vermuten, dass ihre Bedeutung auch in Zukunft eher zurückgehen und sich der Lebensmittelbereich stärker etablieren wird.

Perspektivische Entwicklung

In der Diskussion um die Zukunftsfähigkeit der Zentren und die Integration von (neuen) Nutzungen abseits des Einzelhandels bleibt herauszustellen, dass im Grunde alle zentrenaffinen Nutzungen durch die aktuellen (Multi-)Krisen unter Druck geraten sind. Dies betrifft besonders auch die Kulturstandorte und gastronomischen Betriebe. Auch im Bürosektor, der überwiegend in den oberen Geschossen zu finden ist, mehren sich mittlerweile die Anzeichen, dass auch hier die Digitalisierung (vor allem durch Homeoffice) zu Veränderungen führen wird (vgl. Thomeczek 2023). Es bleibt allerdings abzuwarten, ob sich diese Veränderungen auch auf andere Nutzungen in den Zentren auswirken werden.

Befragung von Bürgerinnen und Bürgern

Ähnlich wie bei den Erhebungen der Erdgeschossnutzungen konnten zwischen den Onlinebefragungen 2022 und 2023 keine grundsätzlichen Unterschiede festgestellt werden.

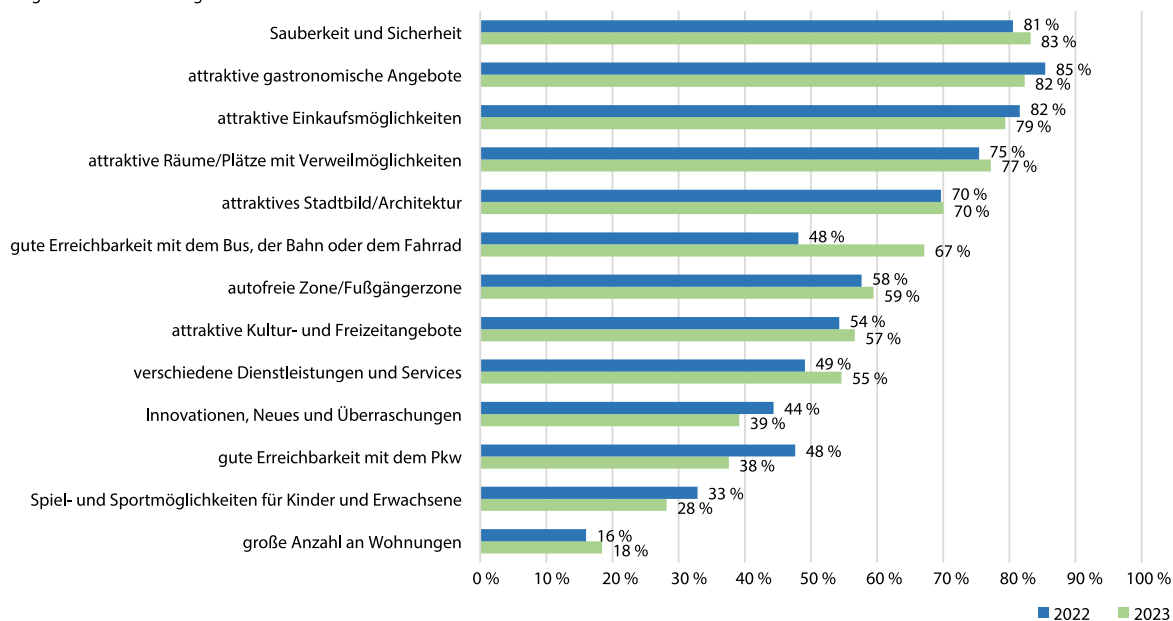
Attraktivität der Innenstadt

Auf die zu Beginn der Befragung gestellte Frage, was eine Innenstadt grundsätzlich attraktiv macht, wurden von den Teilnehmern besonders häufig attraktive Gastronomieangebote, Einkaufsmöglichkeiten sowie Sauberkeit und Sicherheit genannt. Außerdem werden attraktive öffentliche Räume und ein attraktives Stadtbild hervorgehoben. In den größeren Städten (Berlin, Bochum, Hildesheim) wird zudem ein attraktiver Umweltverbund stärker herausgestellt. Kultur- und Freizeiteinrichtungen werden zwar auch als Attraktivitätsmerkmale genannt, sie scheinen aber bei einem Großteil der befragten Personen keine besondere Rolle zu spielen. Wohnungen oder Sport- und Spielgeräte werden verhältnismäßig selten genannt.

Abbildung 3

Onlinebefragung – Attraktivität der Innenstädte

Frage: Was macht für Sie grundsätzlich eine attraktive Innenstadt aus?



Hinweise: geschlossene Frage mit vorgegebenen Antwortkategorien; Mehrfachnennungen möglich; Kategorien unter 15 % nicht abgebildet; alle sechs Fallstudienstädte aggregiert (2022: N = 1.866; 2023: N = 2.882)

Quelle: eigene Befragung

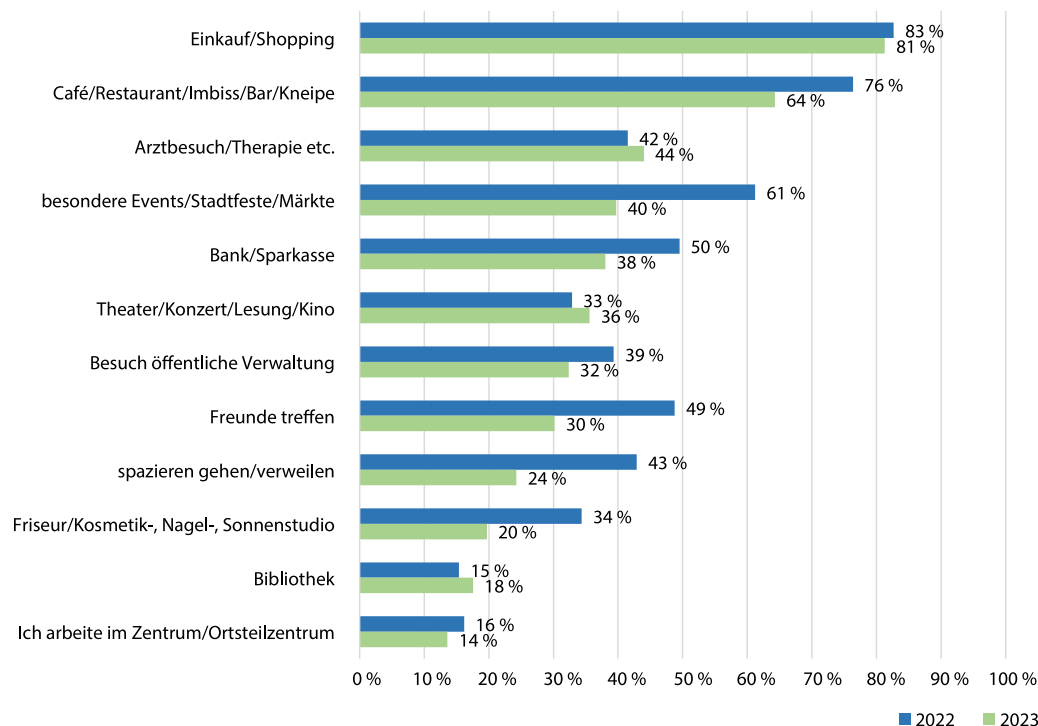
Hauptbesuchsgrund der Innenstadt

Als Hauptgrund für den Besuch der Innenstadt wird von den Bürgerinnen und Bürgern nach wie vor der Einkauf angegeben. Dies trifft unabhängig von der Stadtgröße und Altersgruppe zu, ist allerdings bei Jüngeren weniger dominant. Weitere Gründe sind Gastronomiebesuche, besondere Events, Freunde treffen, Kulturveranstaltungen, Arztbesuche und andere Dienstleistungen. Diese Priorisierung trifft grundsätzlich auf alle Altersgruppen zu. Allerdings spielt der Einkauf / das Shoppen in der jüngeren Altersgruppe bis 30 Jahre mit etwa 69 % eine weniger dominante Rolle als bei den älteren Altersgruppen (82 % der über 50-Jährigen). Hingegen ist die Altersgruppe bis 30 Jahre bei den Anlässen Gastronomiebesuch und Freunde treffen mit Werten von 66 % beziehungsweise 37 % überdurchschnittlich vertreten (gegenüber 53 % bzw. 21 % der über 50-Jährigen).

Abbildung 4

Onlinebefragung – Zweck des Innenstadtbesuchs

Frage: Zu welchem Zweck besuchen Sie hauptsächlich die Innenstadt von ...?



Hinweise: geschlossene Fragen mit vorgegebenen Antwortkategorien; Mehrfachnennungen möglich; Kategorien unter 15 % nicht abgebildet; alle sechs Fallstudienstädte aggregiert (2022: N = 1.731, 2023: N = 2.540)

Quelle: eigene Befragung

Diese aktuellen Befragungsergebnisse zur Attraktivität der Innenstadt und zum Hauptbesuchsgrund bestätigen die Ergebnisse anderer Befragungen (vgl. CIMA 2022: 31; IFH 2022), auch aus den Jahren vor der Pandemie. Demnach ist der stationäre Handel trotz Pandemie, Inflation, Energiekrise und Digitalisierung nach wie vor der Hauptbesuchsgrund für die Innenstadt und wird neben der Gastronomie und Aspekten hinsichtlich Sauberkeit und Sicherheit als wesentlicher Treiber für die Innenstadtentwicklung angesehen. Es wird aber auch deutlich, dass die sonstigen Nutzungen, angefangen bei Kultur und Bildung, bis hin zum Bereich öffentliche Dienstleistungen und Soziales in der Summe eine große Bedeutung für die Zentren besitzen. Dieser vielfältige Nutzungsmix, ein attraktiver Städtebau, qualitätsvolle Architektur, gute Erreichbarkeiten und einladende öffentliche Räume können positive Impulse für eine Weiterentwicklung der Innenstädte bieten. Das Zusammenspiel dieser Faktoren ist gleichzeitig der Grund dafür, warum Innenstädte als Orte der Begegnung, der Kommunikation und des Aufenthalts nach wie vor eine so große Bedeutung besitzen.

Veränderung des Einkaufsverhaltens

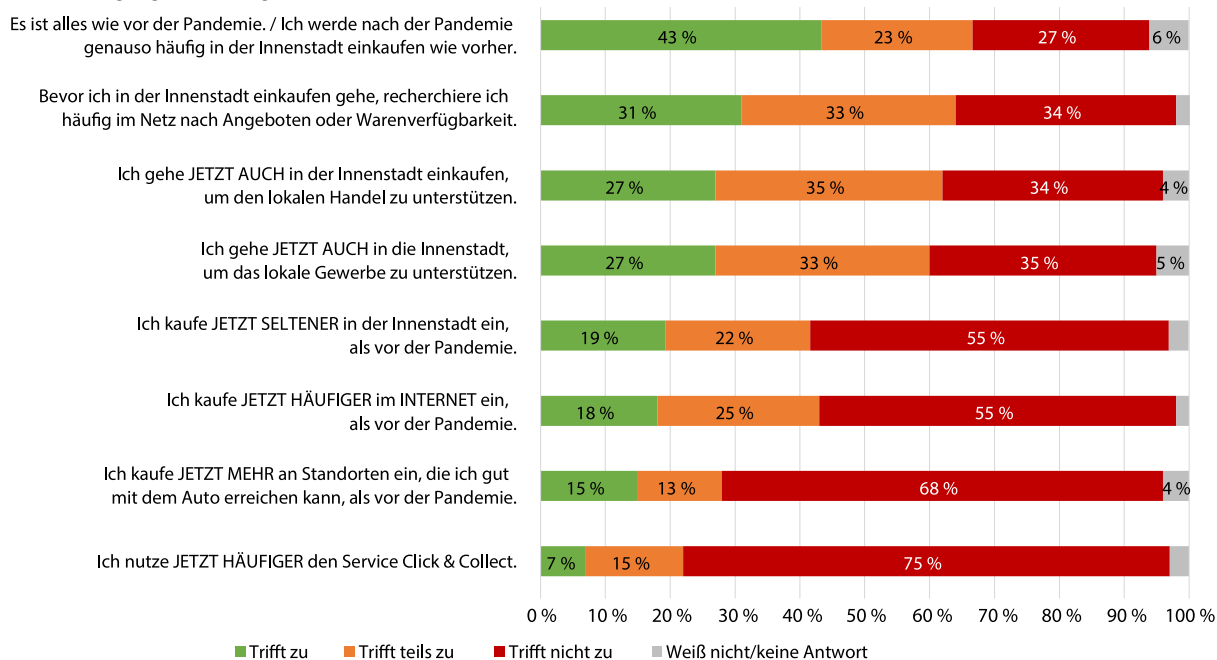
Auch wenn die Bestandserhebungen in den Fallstudien und die Fragen zur Bedeutung der Innenstadt keine großen Brüche in den Nutzungsstrukturen dokumentieren, hat sich das Einkaufsverhalten der Kundinnen und Kunden in den letzten Jahren verändert (s. Abbildung 5).

- So gaben im Sommer 2023 rund 41 % der Befragten an, aktuell seltener als vor der Pandemie in der Innenstadt einzukaufen. Entsprechend mehr wird im Internet geshoppt (43 %) (Aussagen: trifft zu/trifft teils zu). Andererseits hat auch ein Großteil der befragten Bürgerinnen und Bürger angegeben, dass sich durch die Pandemie das eigene Einkaufsverhalten nicht verändert hat.

- Gleichzeitig ist die schwierige wirtschaftliche Situation der Gewerbetreibenden durch die Pandemie stärker in das öffentliche Bewusstsein getreten. So gaben im Sommer 2023 immerhin rund 60 % der Kundinnen und Kunden an, mittlerweile auch in die Innenstadt zu gehen, um das lokale Gewerbe zu unterstützen (Aussage: trifft zu/trifft teils zu).
- Click & Collect-Services haben durch die Pandemie an Bedeutung gewonnen. Diese Services werden immerhin von rund 22 % der Befragten zumindest teilweise genutzt (Aussagen: trifft zu/trifft teils zu). Das spiegelt sich auch darin wider, dass rund 64 % der befragten Personen angeben (Aussagen: trifft zu/trifft teils zu), vor dem stationären Einkauf im Internet nach Angeboten oder der Warenverfügbarkeit zu recherchieren. Dieser Effekt (ROPO – Research Online, Purchase Offline) ist wesentlich höher als umgekehrt (vgl. HDE 2019: 41).

Abbildung 5

Onlinebefragung – Änderung des Einkaufsverhaltens durch die Pandemie



Hinweis: Alle sechs Fallstudienstädte aggregiert (2023: N = 2.692)

Quelle: eigene Befragung

Die Pandemie hat auch den Arbeitsalltag vieler Menschen verändert. In der Onlinebefragung gaben im Frühjahr/Sommer 2022 rund 30 % der Befragten an, vermehrt im Homeoffice zu arbeiten. Davon nutzen rund ein Viertel auch verstärkt die unterschiedlichen Infrastrukturen (Co-Working, Gastronomie, Einzelhandel) im Wohnumfeld. Bezogen auf die Grundgesamtheit entspricht dies immerhin 8 % der befragten Bürgerinnen und Bürger. Der positive Effekt für die Zentren dürfte allerdings gering sein, da ein Großteil der Befragten, die seit der Pandemie häufiger im Homeoffice arbeiten, eher ein bis zwei zusätzliche Tage im Homeoffice arbeitet (und nicht fünf).

Befragung der Gewerbetreibenden

COVID-19-Pandemie, Energiekrise, Inflation und der Ukraine-Krieg haben bei den Gewerbetreibenden deutliche Spuren hinterlassen. Die Gewerbetreibenden, die in den beiden Befragungsrunden 2022 (230 Teilnehmende) und 2023 (140 Teilnehmende) teilgenommen haben, schätzen ihre aktuelle wirtschaftliche Situation – wie zu erwarten war – eher skeptisch ein.

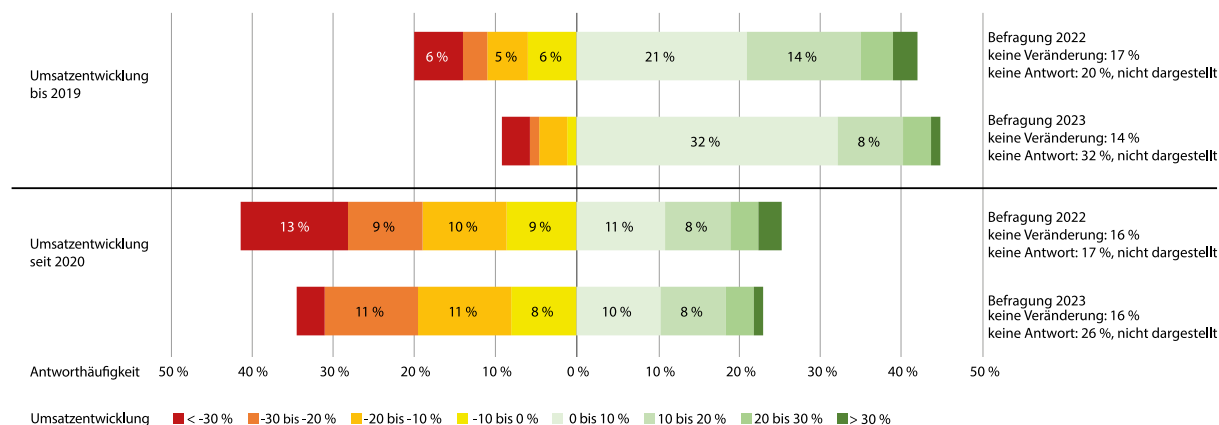
Bis zum Beginn der Pandemie Anfang 2020 waren die meisten Unternehmen bei der Einschätzung ihrer wirtschaftlichen Situation recht zuversichtlich. Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen hat die eigene Umsatzentwicklung bis 2019 als ausgeglichen oder leicht positiv beschrieben. Das hat sich mit dem Beginn der Pandemie grundlegend geändert. Seitdem haben sich für die Mehrheit der an der Befragung teilgenommenen Unternehmen die Umsätze in der Tendenz eher negativ entwickelt (s. Abbildung 6). Der in vielen Betrieben beginnende oder erweiterte Onlineverkauf konnte die Umsatzrückgänge nicht vollständig kompensieren.

Bei den befragten Unternehmen herrschte auch noch im Frühsommer 2023 eine sehr unsichere Stimmung vor. Dementsprechend werden Zukunftschancen unabhängig vom jeweiligen Standort des Unternehmens eher als schwierig, bestenfalls als durchschnittlich eingeschätzt. Passend dazu wird als Durchschnittsnote über alle Branchen und Fallstudiengebiete hinweg von den befragten Unternehmen lediglich eine 3,0 vergeben. In ähnlicher Weise fallen die Antworten zu geplanten Investitionen in naher Zukunft aus. Hier geben im Sommer 2023 lediglich rund 40 % der Unternehmen an, in naher Zukunft bedeutende Investitionen tätigen zu wollen.

Abbildung 6

Onlinebefragung 2022 und 2023 – Jährliche Umsatzentwicklung bis 2019 und ab 2020 (Beginn der Pandemie)

Frage: Haben sich gegenüber der Zeit vor der Coronapandemie Ihre Umsätze verändert? Bitte geben Sie eine Tendenz an.



Hinweise:

- Werte < 5 % nicht beschriftet
- Alle Umsätze aggregiert (stationär und digital); alle Fallstudienstädte aggregiert (2022: N = 174; 2023: N = 87)
- Lesebeispiel: 14 % der befragten Gewerbetreibenden im Jahr 2022 gaben an, dass sie bis zum Jahr 2019 eine jährliche positive Umsatzentwicklung von 10 bis 20 % hatten.

Quelle: eigene Befragung

Ausblick

Die Studienergebnisse belegen, dass die Innenstädte traditionell Orte mit hoher Nutzungsmischung sind. Vor diesem Hintergrund sollte es in der aktuellen Debatte nicht allein um „mehr“ Nutzungsmischung, sondern vielmehr um die „Körnigkeit“ neuer Nutzungen und die Förderung von innovativen und sozialen oder kulturellen Nutzungen gehen, die sich insbesondere durch Umnutzungen von leerstehenden Großimmobilien ergeben wird. Darüber hinaus belegen unsere empirischen Ergebnisse, dass die Pandemie zu einer Trendbeschleunigung des strukturellen Wandels im Einzelhandel geführt hat und die Nutzungsmischung weiter zunehmen wird. Die Zunahme der Leerstände und die weiter voranschreitende Digitalisierung sind Anzeichen dafür, dass sich die Einzelhandelsflächen in Zukunft in den zentralen Lagen eher verringern werden. Die Zukunftsfähigkeit des stationären Einzelhandels in den zentralen Lagen kann aber nicht pauschal bewertet werden. Es ist eine differenzierte Betrachtung zwischen den einzelnen Branchen (u. a. Lebensmittel, Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Baumarktartikel, Möbel) notwendig, die für sich genommen unterschiedliche Entwicklungsperspektiven aufweisen.

Auch zwischen den unterschiedlichen Zentrentypen sind große strukturelle Unterschiede festzustellen. Innenstädte und Stadtteilzentren unterscheiden sich nicht nur hinsichtlich ihrer Nutzungsstrukturen und deren Bedeutung für die Stadt und die Region, sondern auch im Hinblick auf die zukünftigen Entwicklungspotenziale. Unsere Ergebnisse zeigen, dass insbesondere die Innenstädte einiger Mittelstädte vor großen Herausforderungen stehen. Dabei sind vor allem die Standorte von einer negativen Entwicklungsdynamik betroffen, die bereits vor der Pandemie durch niedrigpreisige Sortimente und erkennbare Trading-Down-Prozesse (Niveauperlust) gekennzeichnet waren. Hingegen sind Nahversorgungs- und Fachmarktzentren bislang weitestgehend stabil durch die Krisen der vergangenen Jahre gekommen.

Grundsätzlich haben die Multikrisen dazu geführt, dass alle zentrenaffinen Nutzungen unter Druck geraten sind: In vielen Innenstädten haben die Passantenfrequenzen zwar wieder das vorpandemische Niveau erreicht, jedoch konnten die Umsätze im stationären Einzelhandel an vielen Standorten das vorpandemische Niveau (noch) nicht wieder erreichen. So ist auch vielerorts zu beobachten, dass die Immobilienpreise und Gewerbemieten in den vergangenen Monaten zurückgegangen sind. Daraus ergeben sich für innovative Konzepte oder für den stationären Lebensmitteleinzelhandel neue Möglichkeiten, sich (wieder) verstärkt in den Zentren anzusiedeln. Ebenso werden einige Leerstände mittlerweile durch neue Konzepte aus dem Einzelhandel, hybride Angebotsformen oder andere innovative Nutzungen wiederbelebt. In Abhängigkeit von der Stadtgröße und der Miethöhe findet dies in vielen Zentren tendenziell eher in den Nebenlagen statt. Dort haben Kultur- und Bildungseinrichtungen, Handwerk und Gewerbe oder neue innovative Konzepte und kreative Start-ups aufgrund der geringeren Mieten grundsätzlich bessere Voraussetzungen, sich auszuprobieren oder zu etablieren.

Der stationäre Einzelhandel wird auch in Zukunft eine stadtbildprägende Kraft besitzen. Er wird sich weiter verändern und die Digitalisierung wird weiter an Bedeutung gewinnen. Die Neubesetzung von leerstehenden Flächen wird dabei allerdings kein Selbstläufer sein. Die Erfahrungen aus der Vergangenheit zeigen, dass Leerstände und Nachnutzungen von Einzelhandelsflächen häufig zu Trading-Down-Prozessen führen. Es wird deshalb an vielen Standorten notwendig sein, diesen Transformationsprozess aktiv zu managen. Außerdem lässt sich aus den Experten- und Expertinneninterviews sowie verschiedenen Fallbeispielen darauf schließen, dass sich experimentelle Nutzungen wie Concept- oder Pop-up-Stores, kreative Zwischennutzungen und neue Kulturformate etablieren könnten. Dies kann auch als Anreiz für eine positive Trendumkehr genutzt werden.

Es hat sich gezeigt, dass die Stadtgesellschaft ihre Zentren als Orte der Begegnung und des Konsums schätzt und die Innenstädte hohes Potenzial besitzen, sich als Orte der Interaktion und Kommunikation (Third Place) zu etablieren. Hier bieten neue steuernde Ansätze hin zu einem veränderten Mobilitätsverhalten große Chancen, neue Ideen für den öffentlichen Raum umzusetzen und auf die Notwendigkeiten und Potenziale einzugehen, die sich aus der Anpassung an den Klimawandel und der Integration von grünen und blauen Infrastrukturen ergeben. Die neue Aufmerksamkeit für die Innenstädte eröffnet somit vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, die sich abzeichnenden Transformationsprozesse auch als Chance für die Stärkung und Weiterentwicklung der urbanen Zentren zu nutzen.

Literatur

CIMA Beratung und Management GmbH, 2022: Deutschlandstudie Innenstadt. Cima.Monitor. Kennziffern, Trends und Erwartungen. München.

Hangebruch, N., 2020: Neue Perspektiven für alte Warenhäuser. Ein Blick auf die Mittelstädte. Forum Stadt, 47. Jg. (2): 141–154.

Hangebruch, N., 2021: Eine Frage der Mischung. Von monofunktionalen Handelsimmobilien zu multifunktionalen Stadtbausteinen. RaumPlanung 213 (5/2021): 69–72.

HDE – Handelsverband Deutschland, 2019: Online-Monitor 2019. Berlin.

IFH – Institut für Handelsforschung Köln, 2022: Vitale Innenstädte. Köln.

Thomeczek, H., 2023: Den Metropolen drohen 30 % leere Büros. IZ – Immobilienzeitung, 20. Juli.