

„Die Zahl der Ladenleerstände in deutschen Städten ist gerade in den letzten Jahren enorm gestiegen und hat vielerorts ein alarmierendes Niveau erreicht.“ Dies könnte eine aktuelle Schlagzeile der Tagespresse sein. Es handelt sich jedoch um den ersten Satz in einer Tagungsdokumentation von Teilnehmenden aus Handel, Verwaltung, Kultur- und Immobilienwirtschaft, Planung und Grundstückseigentümern in NRW aus dem Jahr 2005 (!), welche die Verödung der Innenstädte und neue Ideen im Umgang mit Flächenwachstum, Stadt-Inszenierung und Leerstand diskutierten. Es zeigt: Das Verhältnis von Einzelhandel und (Innen-)Stadt ist ein Dauerthema in der europäischen und deutschen Stadtentwicklung und Planung. Die aktuellen Entwicklungen sind nicht neu und plötzlich, sie bekommen derzeit jedoch reichlich Fahrtwind durch die Entwicklungen im Online-Handel.

Kern sämtlicher Diskussionen ist, dass sich die Handels-tätigkeit zunehmend von unseren Städten abzukoppeln scheint: Die Verfügbarkeit von Waren ist global geworden und immer weniger an einen physischen Ort gebunden. Nahezu alle Produkte sind unabhängig von Zeit und Ort verfügbar. Positiv gesehen erfolgt eine Demokratisierung des Handels, die zumindest theoretisch den Produkten aller Produzenten – vom Konzern bis zum lokalen Kleinstproduzenten – ihren Platz im Online-Kaufhaus oder Online-Supermarkt garantiert. Einkaufszeiten von Montag bis Samstag zwischen 07 und 22 Uhr werden zum Relikt der Vergangenheit – und wer erinnert sich noch an den „langen Donnerstag“ mit dem 1989 die Ladenschlussgesetze erstmalig gelockert wurden? Der Handel braucht die Städte anscheinend nicht mehr unbedingt.

Am ehesten ist noch die Versorgung mit täglichen Gütern, also vor allem Lebensmitteln, physischer Natur, und damit meist an urbane Strukturen gebunden. Daher zählt die wohnortnahe Versorgung zu den wichtigsten Aspekten der Daseinsvorsorge. Die Nahversorgung mit Lebensmitteln wird als Element der Grundversorgung angesehen, die nach § 2 des Raumordnungsgesetzes für alle Teile der Bevölkerung sicherzustellen ist. Vor genau 10 Jahren gab es das letzte Schwerpunktheft (PLANERIN 3_07) zum Einzelhandel, in dem zentrale Fragen der Nahversorgung diskutiert worden sind. Unter dem Stichwort Nahversorgung wurde vor allem der Flächenverbrauch des Lebensmittel-einzelhandels, seine städtebauliche Integration und Standortpolitik thematisiert, Wege der Steuerung und dass die Versorgung mit Lebensmitteln für einzelne Bereiche der Stadt und des ländlichen Raums nicht mehr aufrechterhalten werden können.

Denn betrachtet man die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel, scheint nur eines sicher zu sein: Vieles ver-

ändert sich! An den Stadträndern werden die Supermärkte und Discounter immer größer und machen das Einkaufen zunehmend zum „Erlebnis“. Das Warenangebot wird nicht nur aufwendiger inszeniert, sondern auch selbst immer größer: Um alle Kundenbedürfnisse zu befriedigen müssen Produkte stets von mehreren Marken, großen, aber auch regionalen Herstellern und inzwischen natürlich auch „bio“ oder laktose-, gluten- und fleischfrei angeboten werden. Die Folge ist, dass sich der Wettbewerb um Kunden verschärft und auf größere Standorte und Anbieter konzentriert.

Die Verkaufsfläche im sogenannten „periodischen Bedarf“ nimmt zwar insgesamt weiterhin zu – verteilt sich aber auf immer weniger Standorte. Aber auch hier gibt es lokale und regionale Unterschiede. Gerade in den Ballungsräumen ist einiges in Bewegung, gerade hier werden neue (alte) Verkaufskonzepte erprobt (Bring- und Abhol-service etc.). Bewährte und rentable Ansätze werden, das ist sicher, in die Fläche getragen oder wurden dies bereits. Die Kombination von Supermarkt mit Gastronomie ist ausgebaut worden, ein architektonisches Upgrading selbst bei der Innenraumgestaltung von Discountern ist beobachtbar. Neue Einkaufsformate wie Showroom und Live-Cooking werden diskutiert und umgesetzt, wie jüngst ein Aldi-Süd-Pop-up-Store, der zu kostenlosen Weinproben einlädt.

In ländlichen Räumen, in denen sich der letzte klassische Lebensmittel-Einzelhändler nicht mehr halten kann, werden jedoch weiterhin längere Wege nötig oder die Lücke wird durch Tankstellenshops, die sich immer mehr zu Supermärkten mit Zapfsäule entwickeln, und durch im Ehrenamt getragene Dorfläden geschlossen. Doch ist dies eine erstrebenswerte Entwicklung? Und welche Rolle kann der Online-Handel spielen? Für manche Sortimente, wie beispielsweise Kleidung oder Elektronik, ist das Internet mittlerweile der wichtigste Vertriebskanal. Branchen wie der Buchhandel haben sich längst auf die elektronische Konkurrenz eingestellt und versuchen mit immer neuen Ideen Kunden an den stationären Handel zu binden.

Im Lebensmittelbereich hingegen spielt das Internet hierzulande noch eine untergeordnete Rolle. Gründe dafür liegen nicht nur in den überproportional aufwendigeren Liefer- und Kühlketten, sondern auch im Einkaufsverhalten: Noch möchte der Kunde die Ware persönlich in Augenschein nehmen. Ob hier ähnliche Wachstumsraten zu erwarten sind wie im Non-Food-Bereich, bleibt trotz des Ausbaus von Lieferdiensten – auch durch große Online-Händler – fraglich, aber auch unvorhersehbar angesichts der Tatsache, dass sich inzwischen 65 % aller Kunden in Deutschland laut einer Studie von A.T. Kearney (2015) vorstellen können, Lebensmittel vor allem online zu bestel-

len und liefern zu lassen. Der Anteil liegt bei haltbaren Lebensmitteln, Getränken, Haushaltswaren und Hygienartikeln sogar bei über 70 % und selbst bei Frischeprodukten bei stattlichen 35 %. Und was ist, wenn die heranwachsende Generation der Digital Natives ins Berufsleben einsteigt, Familien gründet etc.?

Was passiert mit unseren Innenstädten, wenn sich auch dort der Handel immer weiter zurückzieht beziehungsweise zur austauschbaren Kulisse der immer gleichen Ketten wird? Dieser Frage widmet sich vorwiegend die vorliegende Ausgabe der PLANERIN.

Den Einstieg ins Thema des Heftschwerpunktes bietet **Michael Reink**, der deutlich in Daten und Zahlen darstellt, welche tief greifenden Veränderungen die sogenannte „4. Industrielle Revolution“ für den Handel mit sich gebracht hat und noch bringen wird.

Dieter Bullinger vertieft diese Analysen nochmals explizit anhand der Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel und dessen Lagen. Hieraus zieht er Schlussfolgerungen, wie Stadtplanung den Handel stärken könnte.

Die Auswirkungen auf die Innenstädte, falls das nicht wie gewünscht gelingt, werden von **Ralf M. Beckmann** und **Jens Nußbaum** aufgegriffen und zu einem Szenario entwickelt, das beschreibt, was sein könnte, wenn sich die Symbiose zwischen Stadt und Handel tatsächlich wie befürchtet verändert und sich Innenstädte auf eine Perspektive ohne Einzelhandel einstellen müssen.

Dass Handel nicht alles ist, was städtisches Leben ausmacht, daran erinnern **Sascha Anders**, **Stefan Kreutz** und **Thomas Krüger** ergänzen das Thema um einen weiteren Aspekt und konzentrieren sich auf die kommunikativen und sozialen Faktoren der urbanen Zentren und wie diese als „Marktplätze des pluralen Lebens“ in Zukunft gestärkt werden könnten.

Im Anschluss an die vier ersten, einen grundsätzlicheren Überblick gebenden Beiträge werden einzelne Aspekte des Dialogs zwischen Stadt und Handel beleuchtet: Im Fokus steht zunächst die Verbindung zwischen den traditionellen analogen und künftigen digitalen Formen des Einzelhandels. **Tanja Korzer**, **Juliane Ribbeck** und **Silke Weidner** sehen hier die Einzelhändler künftig als zentrale Schnittstellengestalter zwischen lokalen und digitalen Räumen.

An dieser Schnittstelle des „Smart Retail“ öffnen sich zwei Möglichkeiten der stadtplanerischen Reaktion: Inwieweit sich lokale Einzelhandelsformen durch eine bewusst traditionelle architektonische Gestaltung und die Inszenierung des Einkaufserlebnisses ein Stück vom digitalen Trend absetzen können, beschreibt **Hendrik Müller** an einem Beispiel aus Großbritannien.

Die andere Möglichkeit ist, sich auch baulich den neuen Entwicklungen anzupassen. **Cyril Dahlgrün** und **Wiebke Köker** haben sich in einem Studienprojekt mit der Weiterentwicklung von Bautypologien im Lebensmittel-Einzelhandel befasst, dessen Trends in der Einführung bereits beschrieben wurden.

Einen besonderen Weg zwischen bewusster Abgrenzung und proaktiver Anpassung an die Digitalisierung des Handels geht das Modellprojekt „Digitale Einkaufsstadt Bayern“. **Kirsten Rosenthal** und **Jan Vorholt** geben in

ihrem Beitrag mit Bausteinen moderner Stadtentwicklung quasi Hilfe zur Selbsthilfe für lokale Einzelhandelsgemeinschaften.

Eine Sonderrolle der urbanen Einzelhandelslandschaft nehmen zweifelsohne die großen Shoppingcenter ein. Während Michael Reink eher kritisch auf die zukünftige Rolle der Center blickt, beschreibt **Benedikt Schmidt-Wächter** Herausforderungen, aber auch Chancen der Entwicklung eines Shoppingcenters in Singen.

Zuletzt verlassen wir mit dem Beitrag von **Henrik Beerboom** die städtische Ebene und betrachten die Steuerung des Einzelhandels aus der Perspektive des Regionalverbands Region Braunschweig, der aktuell sein regionales Einzelhandelskonzept fortschreibt.

Es zeigt sich mehr denn je: Handel wird sich radikal wandeln – um eine verbreitete Redewendung anzupassen. Die genannten Beiträge sollen und können nur einen Ausschnitt und Denkanstoß zur Zukunft der Handelsstadt geben. Dabei ist offen und muss dringend diskutiert werden, welche Einfluss Planung in der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung haben kann, muss und will. Dabei interdisziplinär planungspraktische und akademische Perspektiven zusammenzuführen hat sich bewährt und wird zunehmend auch in der universitären Ausbildung kultiviert.

Aktuell gibt es zum dritten Mal den Aufruf des „Wissensnetzwerk Stadt und Handel“ an die Hochschulen, sich in studentischen Studienprojekten mit den Veränderungsprozessen im Handel als Anzeiger, Ausdruck und Treiber eines umfassenden Strukturwandels auseinanderzusetzen, in diesem Jahr mit Fokus auf der Zukunft urbaner Handlungslagen und intelligenter „last mile“-Logistik. Der Mehrwert solcher Initiativen liegt auf der Hand: Es werden neue Sichtweisen und Fachperspektiven kennengelernt, neue Trends im Handel und der Strukturwandel im urbane Raum untersucht (gemeinsam mit den Digital Natives, die gerade in den Hochschulen als Studierende ankommen) und neue Netzwerke geknüpft.

In diesem Heft werden im Schwerpunktteil bewusst die (inner-)städtischen Perspektiven thematisiert. Die Veränderung des Einzelhandelsangebots im ländlichen Raum oder auch mit dem Handel einhergehende oder ihn begleitende stadregionale Veränderungen (Stichwort Logistik, Verkehr) wurden komplett vernachlässigt, da ansonsten der Rahmen eines Heftes gesprengt worden wäre. Geplant ist aber, dass sich die Redaktion in einer der kommenden Ausgaben der PLANERIN sowohl der Daseinsvorsorge in ländlichen Räumen widmen wird wie auch den stadregionalen Entwicklungen mit ihren Verkehrsstrukturen und Logistikflächen, die als Basis für die ökonomischen Entwicklung der Kernstädte im Allgemeinen unverzichtbar geworden sind. Wer hierzu einen Beitrag leisten kann und möchte, ist herzlich dazu aufgerufen.

Angela Million, nee Uttke, Prof. Dr.-Ing., Leiterin FG Städtebau und Siedlungswesen an der TU Berlin, Mitglied im Wissensnetzwerk Stadt und Handel, Mitglied der Redaktion

Tobias Preisung, Dr.-Ing., regionale Projektkoordination UrbanRural Solutions im Netzwerk Erweiterter Wirtschaftsraum Hannover (Region Hannover), Mitglied der Redaktion