

Akzeptanz und Probleme des mittelzentralen Einzelhandels im ländlichen Raum: Die Kreisstadt Meschede/Hochsauerland

Die 34 000 Einwohner zählende Kreisstadt Meschede ist eines von sieben Mittelzentren im Hochsauerlandkreis und übernimmt in diesem die Funktionen eines Wohn-, Arbeitsplatz- sowie Wirtschaftszentrums. Die innere Stadtstruktur Meschedes lässt sich als dispers beschreiben, da der Kernstadt als zentralem Versorgungsschwerpunkt und dem Stadtteil Freienohl als Ergänzungsstandort 17 weitere, wesentlich kleinere Ortsteile gegenüberstehen. In der Konsequenz ergibt sich – neben einer Konzentration der Wohnbevölkerung – eine Bündelung der Dienstleistungs- und Einzelhandelseinrichtungen sowie der Arbeitsplätze auf den im Ruhrtal gelegenen Hauptort.

Bedeutendes Mittelzentrum

Die Stellung Meschedes im regionalen Kontext lässt sich mittels verschiedener Kennzahlen verdeutlichen: So belegen der Einpendlerüberschuss von ca. 2 500 Personen bei 12 500 Beschäftigten in der Stadt, ein hoher Bindungskoeffizient der örtlichen Arbeitnehmer (54 %) sowie die geringe Arbeitslosenquote (6 %) die Bedeutung als Arbeitsplatzzentrum. Bei der Betrachtung einiger einzelhandelspezifischer Kennwerte sind allerdings auch bedenkliche Tendenzen auszumachen: Zwar liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (103,1) über dem bundesweiten Durchschnitt (100,0), doch weisen Rückgänge jeweils im Zeitraum 1997 – 2005 bei dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial (ca. -10 %), dem nominalen Einzelhandelsumsatz (-8 %), der Kaufkraftbindung (ca. -7 %), und der Einzelhandelszentralität (ca. -12 %) auf Problemlagen im Einzelhandel hin. In diesem Zusammenhang sind in jüngster Zeit Veränderungen im Stadtbild und Einzelhandelsbesatz zu beobachten, wie z. B. ein Rückgang spezialisierter Fachgeschäfte zugunsten des filialisierten Einzelhandels, Geschäftsleerstände oder die Zunahme von Mindernutzungen wie „Billigläden“ und Spielhallen. Diese auch aus anderen Mittelzentren bekannten Phänomene weisen auf unterschiedliche Problemkreise im Einzelhandel hin. Daher führte das Institut für Geographie der Universität Münster 2006

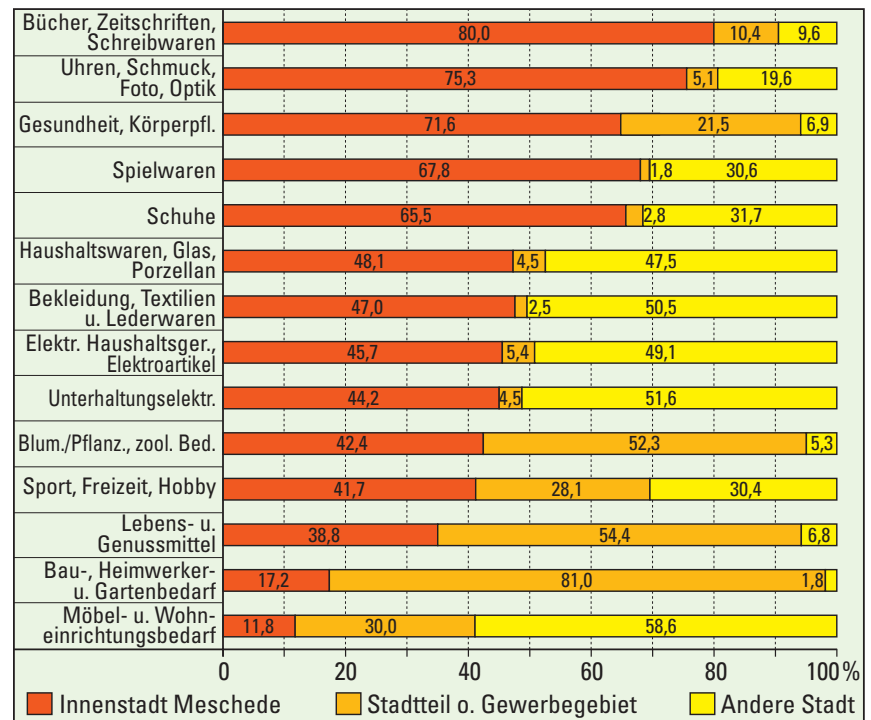


Abb. 1: Branchenspezifische Einkaufsorientierung in Meschede
(Quelle: S. SCHULTE 2007)

im Auftrag der Stadt Meschede umfangreiche Untersuchungen in der Innenstadt durch, um diese Entwicklungen zu erfassen und Gründe für die angesprochenen Negativtrends zu identifizieren. Des Weiteren sollten Stärken und Schwächen des Standorts definiert und umsetzungsorientierte Handlungsansätze entwickelt werden, um eine Aufwertung des Einzelhandelsstandorts zu bewirken (SCHULTE 2007, KRAJEWSKI u. LÖWER 2007).

Defizite in der Branchenstruktur

Konkrete Problemlagen ergeben sich aus der aktuellen Branchenstruktur der Innenstadt. Eine Analyse der Erdgeschossnutzungen zeigt zwar auf, dass eine prinzipiell recht ausgewogene Geschäfts- und Dienstleistungsstruktur vorhanden ist, die eine Vielzahl von Kopplungsaktivitäten bietet. Gleichzeitig sind aber auch gewisse Defizite nachweisbar: So wird die Sortimentsstruktur durch Betriebe aus dem Bekleidungssegment dominiert, zugleich aber durch das Fehlen qualitativ hochwertiger Anbieter dieser Branche geprägt. Zudem sind Ausstattungsdefizite in den Bereichen der Haushalts- und Elektrowaren sowie bei Sport- und Freizeitartikeln nachweisbar. Dies belegen auch die

vergleichsweise niedrigen Werte der Einzelhandelszentralität für die jeweiligen Sortimente, die als Maß der Kundenbindung angesehen werden können (Abb. 1). Als Konkurrenzstandorte sind vor allem das 20 km entfernte Mittelzentrum Arnsberg-Neheim und das 60 km entfernte Oberzentrum Dortmund anzusehen, welche nach dem Lückenschluss der BAB 46 im Jahr 2003 zügig zu erreichen sind. Kundenbefragungen zeigen zudem weitere Ausstattungsmängel der Innenstadt auf, die sich typischerweise in Mittelzentren des ländlichen Raumes feststellen lassen: Kritisiert werden vor allem die fehlende Vielfalt und die geringe Auswahl des Einzelhandelsangebotes oder – auf die Bekleidungsbranche bezogen – auch die fehlende Verfügbarkeit modisch ansprechender Ware. Als besonders positiv hingegen wird der Service im Einzelhandel bewertet, hierunter die Aspekte Freundlichkeit und fachliche Beratung. Ähnliche Urteile lassen sich in Untersuchungen zu vergleichbaren Mittelzentren finden (HEINEBERG u. JENNE 2006).

Dass sich die zur Erhöhung der Kundenbindung notwendige Etablierung einer ausgewogenen Branchenstruktur problematisch gestaltet, lässt sich dabei



Abb. 2: Innenstadt Meschede (Foto: CHR. KRAJEWSKI)

weniger auf eine unzureichende Ansiedlungspolitik oder mangelndes Interesse entsprechender Einzelhändler zurückführen. Vielmehr sind Defizite wie ein überdurchschnittlich hohes Mietpreisniveau für Geschäftsräume oder die kleinteiligen innerstädtischen Geschäftseinheiten, die den eher großflächigen Ansprüchen von Interessenten nur selten gerecht werden, als Ursache auszumachen. Mögliche Handlungsansätze, die auf die Akquisition entsprechender Geschäfte, auf die Schließung der Versorgungslücken und auf die Etablierung eines ausgewogenen Branchenmixes ausgerichtet sind, liegen in der Optimierung der Immobilien- und Geschäftsstrukturen, beispielsweise durch Geschäftszusammenlegungen oder auch durch eine Anpassung der Mietpreise. Als Initiatoren für solche Aktivitäten kommen dabei in Meschede bereits bestehende Institutionen in Betracht: das Stadtmarketing und die Interessengemeinschaft des Einzelhandels.

Mängel bei Flair und Atmosphäre

Neben den Defiziten in der Einzelhandelsstruktur bemängeln die Bürger die Einkaufsatmosphäre und das Stadtbild bzw. die Stadtgestaltung. Zurückzuführen ist das optimierungswürdige Flair im Mescheder Hauptgeschäftsbereich auf die städtebaulich und gestalterisch wenig anspruchsvolle Nachkriegsarchitektur sowie die Zunahme von Trading-Down-Effekten in der Fußgängerzone,

welche die Aufenthaltsqualität und das Einkaufserlebnis einschränken. Der Hauptgeschäftsbereich ist nach einer Verlagerung des Durchgangsverkehrs in den 1990er Jahren zwar überwiegend als Fußgängerzone gestaltet worden (Abb. 2), genügt jedoch heutigen Attraktivitätsansprüchen nur unzureichend. Ansatzpunkte zur Aufwertung des öffentlichen Raums und der Schaffung einer freundlichen Einkaufsatmosphäre sind aber durchaus gegeben: Eine umfassende Sanierung der Fußgängerzone erscheint zwar aufgrund der kommunalen Finanzknappheit nicht realistisch, jedoch sind kleinteilige Maßnahmen wie die Neugestaltung von Gebäudefassaden, eine Anpassung des Grünbestandes oder eine partielle Verbesserung der Straßenraumgestaltung als Erfolg versprechende Maßnahmen der Innenstadtaufwertung anzusehen.

Weiterhin sind diverse Alleinstellungsspotenziale gegenüber anderen Standorten vorhanden, die bisher nicht vollständig ausgenutzt erscheinen: Zum Beispiel bieten die innenstadtprägenden Plätze Chancen durch die Einrichtung ansprechender Verweilzonen, eventuell in Kombination mit Außengastronomie. Zudem wäre eine stärkere Öffnung des Hauptgeschäftsbereichs zur Ruhr denkbar, möglicherweise verknüpft mit einer Imagekampagne („Stadt am Wasser“). Weitere zu betonende Qualitätsmerkmale stellen die kompakte Struktur des Hauptgeschäftsbereichs mit kurzen Wegen sowie die Familien- und Kinderfreundlichkeit dar, welche durch einen Ausbau des bereits existenten und positiv angenommenen Spielpunktenetzes forciert werden könnte.

Darüber hinaus wird die Innenstadtentwicklung durch die Verkehrssituation beeinflusst. Prinzipiell profitiert die Innenstadt von einer guten Erreichbar-

keit, die jedoch durch die suboptimale Parkraumausstattung beeinträchtigt wird. Dies fällt besonders ins Gewicht, da die Kunden das Stadtzentrum vorwiegend mit dem Pkw aufsuchen und der ÖPNV lediglich eine marginale Rolle einnimmt. Die aufgezeigten Aspekte erhalten auch vor dem Hintergrund des demographischen Wandels einen Bedeutungsgewinn, da sowohl die Stadt Meschede als auch der Hochsauerlandkreis zukünftig zunehmend von Schrumpfungsprozessen betroffen sein werden.

Innenstadt Meschede als Einzelhandelsstandort mit Perspektive

In der Gesamtbetrachtung wird deutlich, dass sich die Mescheder Innenstadt mit unterschiedlichen Problemlagen konfrontiert sieht, die zum einen durch den Strukturwandel des Einzelhandels und zum anderen durch veränderte Kundenansprüche bedingt sind. Grundsätzlich sind zwar gesunde Versorgungsstrukturen vorhanden, die eine Deckung des Bedarfs speziell mit täglich verlangten Gütern sicherstellen. Um den beschriebenen Problemlagen zu begegnen und Kunden und Kaufkraft auch im Bereich der mittel- und langfristig verlangten Waren nachhaltig zu binden, erscheinen dennoch konkrete Maßnahmen sinnvoll. Diese könnten, wie angedeutet, im Bereich der Branchen- sowie Immobilien- und Geschäftsstrukturen, der Atmosphäre, aber auch bei der innerstädtischen Kommunikation und Kooperation ansetzen. Sie sollten entsprechend der mittelzentralen Funktion Meschedes entwickelt werden und auf die Bedürfnisse des lokalen Bedarfs ausgerichtet sein, um die örtliche Kaufkraft zu binden. Außerdem ergibt sich jedoch auch die Notwendigkeit, auswärtige Kunden in die Stadt zu locken, indem die Ausstrahlung ins nähere Umland gefördert wird. Die aktuellen Bemühungen der Stadt und des Stadtmarketings hinsichtlich der Ansiedlung attraktiver Einzelhändler, der Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone sowie einer verstärkten Inszenierung kultureller Events weisen dabei den Weg einer zukunftsfähigen Entwicklung auf.

CHRISTIAN KRAJEWSKI, SVEN SCHULTE