

Der Ruhr-Park in Bochum – das größte Shopping-Center Deutschlands

Die „Einzelhandelslandschaft“ des Ruhrgebietes, vor allem deren westfälischer Teil, zeichnet sich u. a. durch zahlreiche Shopping-Center aus. Derartige (neue) Einkaufszentren heben sich durch ihre zumeist einheitliche bauliche Gesamtkonzeption, überwiegend gemeinsame Verwaltung und z. T. auch Werbung deutlich von den gewachsenen traditionellen Geschäftszentren ab, mit denen sie in der Regel stark konkurrieren. Dies gilt insbesondere für das Einkaufszentrum Ruhr-Park in der westfälischen Großstadt Bochum, das heute Deutschlands größtes Shopping-Center darstellt.

Beispiel der ersten Shopping-Center-Generation mit beständiger Erweiterung und Modernisierung

Der Ruhr-Park zählt zu der ersten Generation der nach US-amerikanischem Vorbild errichteten Shopping-Center, die zunächst auf der „Grünen Wiese“, d. h. als städtebaulich nicht integrierte, aber verkehrsgünstig gelegene Geschäftskomplexe entstanden sind. In Deutschland war der Ruhr-Park nach dem Main-Taunus-Zentrum in Sulzbach bei Frankfurt das zweite derartige neue Einkaufszentrum. Beide wurden im Jahre 1964 eröffnet. Der Ruhr-Park, der somit das älteste der im Ruhrgebiet neu

geplanten Shopping-Center darstellt, wurde im östlichen Stadtgebiet von Bochum unmittelbar an der damals neu ausgebauten wichtigen West-Ost-Verkehrsachse B1, dem sog. Ruhrschnellweg (heute Autobahn A 40), nahe der Kreuzung (Bochumer Kreuz) mit der – erst ab 1966 bis 1981 in mehreren Abschnitten freigegebenen – Nord-Süd-Autobahn (A 43) unweit der Nähe der Dortmunder Stadtgrenze errichtet (Abb. 1).

Zu den Besonderheiten des Ruhr-Parks zählt, dass das Shopping-Center ein gewachsenes neues Einkaufszentrum ist. Denn bei seiner Eröffnung im November 1964 verfügte es nur über ein Fünftel der Geschäftsfläche von heute nahezu 126 000 Quadratmetern. In seinem ersten Bauabschnitt bestand der von Anfang an mit zahlreichen kostenlosen Parkplätzen versehene Ruhr-Park „seinerzeit lediglich aus zwei kreuzförmig verlaufenden offenen Ladenstraßen, an deren Nord- und Südenden mit dem Quelle-Warenhaus und dem Bekleidungshaus C&A Brenninkmeyer zwei Magnetbetriebe angeordnet waren. Als weitere Leitbetriebe wurden ein Lebensmittel-Supermarkt und ein Kleinpreiswarenhaus südlich des Kreuzungspunktes der beiden Malls errichtet. Zwischen diesen Magneten wurden

zumeist kleinere und mit der Querseite zu den Ladenstraßen ausgerichtete Fach- und Spezialgeschäfte sowie einige wenige Dienstleistungseinrichtungen angesiedelt. Im Südosten des Zentrums wurde eine Tankstelle mit Autoservice angefügt. Mit Ausnahme des zweigeschossigen Quelle-Warenhauses war das gesamte Ruhrpark-EKZ in eingeschossiger Bauweise errichtet worden“ (HEINEBERG/MAYR 1986, S. 36).

Seit 1968/69 ist der Ruhr-Park kontinuierlich – und zwar vor allem in West- und Ost-Richtung – erweitert und auch beständig modernisiert worden. Dies betraf z. B. die westliche Verlängerung der Mall bis zum neu angesiedelten dreigeschossigen Karstadt-Warenhaus. „Ein 1977 eröffnetes Tennis-, Squash- und Fitneß-Zentrum konnte sich nicht auf Dauer halten und wurde 1984 zu einem Einrichtungshaus umgebaut“ (HOMMEL 1993, S. 165). Erfolgreich blieb demgegenüber jedoch die Errichtung eines großen Kinocenters (UCI Kinowelt Ruhr-Park), eines der größten Kinos Deutschlands, mit 18 Kinosälen, Großleinwänden, Restaurants etc. im Jahre 1991.

„Als Reaktion auf diese neuen, geplanten Einkaufsstätten auf der grünen Wiese versuchen die Innenstädte seit den siebziger Jahren, durch abwechslungsreich gestaltete Fußgängerzonen, neue Parkhäuser, Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs und den Bau innerstädtischer Einkaufszentren ihre Attraktivität als Einkaufsorte zu steigern und das Einkaufen in der Stadt zum Erlebnis werden zu lassen. Um diesem neuen Trend gerecht zu werden, wurden in den achtziger Jahren im Ruhrpark die Malls mit Pflanzbeeten, Brunnen, Pavillons und Sitzgruppen ausgestattet. Die Fassaden wurden individueller gestaltet und mit breiten, gläsernen Vordächern versehen, und am Schnittpunkt der Malls wurde als neues Wahrzeichen ein 40 m hohes Spitzzeltedach errichtet, um wie in den jüngeren, völlig überdachten Einkaufszentren einen Einkauf im Trockenen zu ermöglichen“ (HOMMEL 1993, S. 165).

Das Bemühen der Centerverwaltung, die Attraktivität des Ruhr-Parks, insbesondere in Konkurrenz zu den



Abb. 1: (Luftbild) Ruhr-Park-Einkaufszentrum in Bochum: Gesamtansicht von Osten aus gesehen mit BAB 40 (Ruhrschnellweg, rechts) und BAB 43 (oben im Bild) (Foto: Centerverwaltung EPM Assetis GmbH)

Ruhr-Park Bochum

Innenstädten von Bochum und Dortmund sowie zu den anderen zahlreichen Geschäftszentren im Ruhrgebiet, nicht nur zu erhalten, sondern möglichst sogar zu steigern, zeigt sich u. a. auch darin, dass jüngst die Zufahrt von der A 40 zu den rd. 7 500 kostenlosen Parkplätzen aufwändig verbessert und letztere mit einem neuen Parkleitsystem ausgestattet wurden. Auch funktional konnte das Einkaufszentrum gewinnen, und zwar durch die Eröffnung eines weiteren Einkaufsmagneten, des SB-Warenhauses „Kaufland“ mit 4 000 qm Geschäftsfläche und einer Parkgarage mit 175 Plätzen im November 2004 anstelle eines ehemaligen Gartencenters. Einer „nachhaltigen Standortsicherung“ dienen auch jüngste Studien (Markt- und Wettbewerbsuntersuchungen unter dem Titel „Vision Ruhrpark 2020“) zur Weiterentwicklung des seit über 40 Jahren gut akzeptierten Einkaufszentrums, das



Abb. 2: Teilüberdachte offene Mall im Ruhr-Park-Einkaufszentrum (Foto: H. HEINEBERG)



Abb. 3: Moderner überdachter Gastronomiebereich („via bartolo“) im Ruhr-Park-Einkaufszentrum (Foto: H. HEINEBERG)



Abb. 4: Lageplan Ruhr-Park in Bochum (Quellen: Landesvermessungsamt NRW, EPM Assetis GmbH)

sich wegen der wahrscheinlich in den nächsten Jahren erfolgenden erheblichen Erweiterungen der Einzelhandelsflächen in geplanten oder bereits bestehenden Einkaufszentren des Ruhrgebiets (von zusammen über 350 000 qm neuer EH-Flächen) in einer noch weiter zunehmenden Konkurrenzsituation sieht (nach www.ruhr-park.de/artikel-info6.php v. 6.8.2006).

Einkaufs- und Aufenthaltsqualität

Die Einkaufsattraktivität des Ruhr-Parks mit einem regionalen Einzugsbereich ergibt sich insbesondere durch einen relativ breit gestreuten Branchenmix der aktuell 132 Geschäfte (Einzelhandels-, aber auch Dienstleistungseinrichtungen), der sich auf die „Konsumgewohnheiten breiter Schichten“ (HOMMEL 1993, s. auch Abb. 2) mit einem deutlichen Schwerpunkt im Einzelhandel mit Bekleidung, Textilien und Schuhen (36 Geschäfte sowie spezielle Fachabteilungen in den beiden Warenhäusern) orientiert. Ähnliches gilt auch für den Bereich der Dienstleistungen, die großenteils Gastronomiebetriebe sind. Diese tragen z. T. als Straßencafés in den Sommer-

monaten erheblich zur Aufenthaltsqualität bei. Im Jahre 2001 wurde zudem als Centererweiterung ein modern gestalteter, überdachter „Foodcourt“, die „via bartolo“, mit einem abwechslungsreichen Angebot von 13 unterschiedlichen Gastronomiekonzepten eröffnet (Abb. 3). Hinzu kommen andere Serviceleistungen (Friseure, eine Bankzweigstelle, zwei Sparkassengeldautomaten, einige Reisebüros etc.). Um die Attraktivität des Einkaufszentrums, insbesondere auch an Wochenenden, zu steigern, finden in den Malls regelmäßig Sonderveranstaltungen statt, beispielsweise Kinderaktionstage mit Spielangeboten oder Antik- und Trödelmärkte. Gehobene Dienstleistungen des sog. quartären Sektors, wie sie für gewachsene Großstadt-Cities oder bereits teilweise auch schon für Mittelstadtzentren charakteristisch sind, fehlen jedoch (mit Ausnahme eines Rechtsanwaltsbüros) gänzlich. Im Gegensatz zu derartigen traditionellen Geschäftszentren verfügt der Ruhr-Park auch in Bezug auf den öffentlichen Verkehr nur über wenige Busanbindungen (meist in Richtung Bochumer Stadtteile und zum Hauptbahnhof der Stadt); das ganz überwiegende Verkehrsmittel der – laut Aussage der Centerverwaltung – täglich durchschnittlich 45 000 bis 50 000 Kunden ist der Pkw.

HEINZ HEINEBERG