

Schluss mit den Grabenkämpfen zwischen Center und City. Die Diskussion muss endlich sachlich geführt werden.

Autorenbeitrag von Gerhard K. Kemper

Wenn es um die Frage geht, neues Shopping Center oder nicht, gleitet die Argumentation schnell ins ideologische ab: Shopping Center werden schnell in die Ecke „Zerstörer der urbanen Strukturen“ verbannt, während sich die gewachsene 1a-Lage gefallen lassen muss, als langweiliges Museum veralteter Einzelhandelsstrukturen ohne Dynamik dargestellt zu werden.

Shopping Center bieten in der Regel die bessere Erreichbarkeit mit dem Auto, versorgen den Handel mit neuen modernen Flächen mit langen, einheitlichen Öffnungszeiten und bieten Sicherheit, Sauberkeit und Schutz vor unwirtlichem Wetter.

Die gewachsene 1a-Lage ist in der Regel besser erreichbar mit den öffentlichen Verkehrsmitteln und punktet mit organisch gewachsenem Flair. Bei Sonnenschein blüht die Stadt: die Straßencafés sind voll, und die Kassen der Einzelhändler klingeln.

Bei der Abwägung neues Shopping Center oder nicht muss die Diskussion sachlich geführt werden. Naturgemäß fällt das den existierenden Einzelhändlern in der 1a-Lage am schwersten: sie sind prinzipiell gegen alles was neuen Wettbewerb bedeutet. Die wichtigen Fragen die es zu beantworten gilt lauten: ist die Größe des geplanten Centers noch innenstadtverträglich oder erschlägt es diese? Ist das Center in die Innenstadt integriert? Öffnet sich das Center gegenüber der 1a-Lage oder ist es eine geschlossene Veranstaltung? Diese Diskussion gilt es sachlich zu führen. Die Stadtverwaltung ist dabei gut beraten, eigene Gutachten in Auftrag zu geben, um die vom Centerentwickler und dessen Gutachter präsentierten Vorteile des neuen Centers unabhängig zu überprüfen.

Gerhard K. Kemper ist Leiter des Beratungsunternehmens GEKA KEMPER GmbH in Düsseldorf (www.gekakemper.de) und Dozent an der HAWK Fachhochschule Holzminden.

243 Wörter, Abdruck honorarfrei, Belegexemplar gewünscht