Die gesellschaftliche Transformation der Innenstädte

Autor: Nikolas Müller I EBS Universität für Wirtschaft und Recht

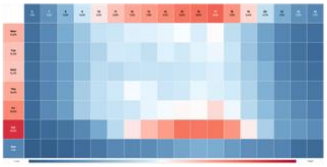
Kommunikation, Konsum und Mobilität haben sich im 21. Jahrhundert rapide verändert. Dies hat insbesondere Auswirkungen auf unsere Innenstädte und den dort ansässigen Einzelhandel: Das traditionelle Warenhaus ist aufgrund des Online-Handels veraltet. Überall sieht man Leerstände, obwohl die Menschen wieder vermehrt in die Innenstädte zurückkehren. Wie kann diesem Trend entgegengewirkt werden? Welche Investitionen und Strukturen machen Innenstädte attraktiv?

Die Studie **"Die gesellschaftliche Transformation deutscher Innenstädte"** untersucht neun deutsche Großstädte. Dort analysiert sie insgesamt 20 verschiedene Innenstadtlagen und zeigt auf, wie sich die Nutzung der Innenstädte verändert hat. Auf dieser Grundlage werden Lösungsansätze für eine stadtplanerische und projektbezogene Entwicklung vorgeschlagen, die auf die Steigerung der Lebensqualität abzielen. Für die Studie wurden spezielle Strategien zur Datennutzung und Analyse von Innenstädten entwickelt, die über die bisherigen Analysewerkzeuge der Stadtforschung hinausgehen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Innenstadt einer sozialen Transformation unterliegt. Die Kombination von GPS-Mobilfunkdaten mit weiteren Datenquellen liefert interessante Erkenntnisse. Es gibt bestimmte Veränderungen, die besonders hervorstechen:

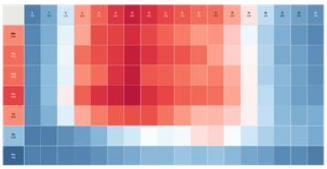
- Nach der Covid-19-Pandemie kehren die Menschen grundsätzlich in die Innenstädte zurück. Allerdings haben die Innenstadtlagen an Besucherstruktur verloren, was zu einer sinkenden Kaufkraft im Einzelhandel führt.
- Immobilienbesitzer und Projektentwickler stehen vor mehreren Herausforderungen, die geplante Investitionen in die Innenstadt in Frage stellen oder verzögern:
  - Hohe Inflation, steigende Baukosten und vor allem höhere Bauzinsen machen Wohnungsbau und innerstädtische Projektentwicklungen unwirtschaftlich.
  - Einzelhändler vor Ort leiden unter Umsatzeinbußen, einige können ihre Mieten nicht mehr zahlen und gehen in Insolvenz.
  - Die finanzielle Schwierigkeiten des Einzelhandels erhöhen das Risiko für Immobilienbesitzer (Geschäftsaufgaben, Leerstand).
  - Die Integration von Online- und stationärem Handel erfordert neue Vermietungsansätze für Mieter und Vermieter.
- Die räumliche Nutzung der Innenstadt hat sich je nach Standort im Detail verändert. Trotz der genannten Schwierigkeiten bleibt der stationäre Einzelhandel ein Anziehungspunkt in den Innenstädten.
- Die Nutzung der Einkaufsstraßen hat sich zeitlich konzentriert. In den Abendstunden und an Sonntagen ist weniger los als vor der Pandemie. In einigen Einkaufsstraßen kommen nur noch 2% der wöchentlichen Besucher an Sonntagen, während 45% der wöchentlichen Besucher an Freitagen und Samstagen kommen.
- Gemischt-genutzte Gebäude beleben die Umgebung über den Tagesverlauf hinweg mehr als einseitig genutzte Gebäude. Das zeigt sich zum Beispiel am Beispiel des Bikini Berlin. Während der Pandemie haben sich die Einzugsgebiete in allen Standorten individuell neu strukturiert. Dabei gibt es klare Unterschiede zwischen Volumen- und Premium-Einkaufsstraßen. Die Besucherzusammensetzung der Einkaufsstraßen variiert zwischen den Städten und auch innerhalb der Innenstädte.

Heatmap zeitliche Nutzung (Daily Traffic Distribution)
Unterschiedliche Nutzungskonzepte im Vergleich


Tauentzienstaße | 2022

Kurfürstendamm (Süd) | 2022

Bikini, Berlin (Mixed-Use)


CBD, Frankfurt

Quelle: CBRE (2023)

- Während der Pandemie haben sich die Einzugsgebiete in allen Standorten individuell neu strukturiert. Dabei gibt es klare Unterschiede zwischen Volumen- und Premium-Einkaufsstraßen. Die Besucherzusammensetzung der Einkaufsstraßen variiert zwischen den Städten und auch innerhalb der Innenstädte.
- Insgesamt zeigt sich, dass gutausgebildete, finanzstärkere junge Menschen die Innenstadt deutlich weniger frequentieren als vor der Pandemie. Der Rückgang liegt zwischen 2 und 30 Prozentpunkten, abhängig vom Standort und über einen Zeitraum von drei Jahren. Es gibt auch kleinräumig große Unterschiede. Diese Gruppe hat alternative Einkaufsmöglichkeiten entdeckt. Wenn nicht darauf reagiert wird, droht langfristig ein weiterer Kaufkraftverlust, da die nächste Generation seltener das Einkaufen in der Innenstadt kennenlernt.
- Die Arbeit liefert erstmalig weltweit ein Ordnungsmuster der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den Innenstadtlagen. Die Verwendung neuer Datennutzungsstrategien ermöglicht es, die Kaufkraft nach Herkunft der Besucher offenzulegen. Es gibt große Unterschiede auf kleinräumiger Ebene je nach Nutzungsart. Die Ergebnisse dienen als Frühindikator für gesellschaftliche und finanzielle Veränderungen vor Ort. Die Daten zeigen auch, dass die Nutzung der Gebäude spezifisch auf die Kaufkraft vor Ort wirkt.

Die Innenstadt hat jedoch damit keinesfalls als Marktplatz, als Ort des Austausches und des Pluralismus verloren! Vielmehr offenbart die Problemanalyse neue Ansätze für die Entwicklung zukunftsfähiger Innenstädte.

Handlungsempfehlungen

Zielgruppenspezifische Stadtentwicklung: Durch gezielte Projektentwicklungen bei denen die verschiedenen Nutzungsarten berücksichtigt werden, können High Potentials wieder in die Innenstadt gelockt werden, ohne andere Bevölkerungsgruppen zu benachteiligen.

Kooperation statt Konfrontation: Kommunen, Gewerbetreibende und Immobilieneigentümer sollten gemeinsam prüfen, ob die aktuellen Stadtentwicklungspläne tatsächlich einen Fortschritt für die Innenstadt bedeuten. Ein kuratierter, evidenzbasierter und strategisch ausgerichteter Prozess ist entscheidend für den Erfolg.

Die Kombination verschiedener Funktionen und Angebote erhöht die Attraktivität der Innenstädte und kann die Kaufkraft der Besucher positiv beeinflussen, abhängig von ihrer Herkunft.

Für langfristigen Erfolg ist eine ganzheitliche Betrachtung mit einer Vielzahl verschiedener Indikatoren wichtig. Dabei spielt die effektive Nutzung digitaler Mobilitäts-, Frequenz- und Nutzungsdaten eine Schlüsselrolle.

Kontakt

Dr. Nikolas Müller | +49-171-2181717 | nikolas.mueller@ebs.edu | linkedin.com/in/nikolasmueller/
Dr. Kevin Meyer I Midstad I +49 211 542 534 06 I kevin.meyer@midstad.com

Die Studie wurde von Midstad und CBRE unterstützt.

Hinweis zur gendergerechten Sprache
In diesem Factsheet wird aus Gründen der Lesbarkeit auf geschlechtsspezifische Schreibweisen verzichtet und stattdessen das generische Maskulinum verwendet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen und Begriffe gelten grundsätzlich für alle Geschlechter, um eine gleichberechtigte Behandlung sicherzustellen. Die Verwendung dieser verkürzten Sprachform erfolgt rein aus redaktionellen Gründen und enthält keine Wertung.