

Einkaufszentren - Wurzeln, Logik, Entwicklung

v o n

Otto E. Steinmann

Baden, 1999

aus: **Immobilien Magazin** (Sondernummer 1a/99):
Shopping Center Guide, Guntramsdorf, 1999

STANDORT + MARKT
Beratungsgesellschaft m.b.H.

Rathausgasse 11

A-2500 Baden

Tel.: +43/(0)2252/80640-0

Fax.: +43/(0)2252/80640-6

e-mail: office@standort-markt.at

www.standort-markt.at

Einkaufszentren – Wurzeln, Logik, Entwicklung

Otto E. Steinmann

Handel und hinsichtlich der Zielgruppen verwandte Dienstleistungen, soweit sie nicht "im Umherziehen" betrieben wurden, benötigten schon immer besondere Standorte. Großräumig gesehen waren das schon in frühen Zeiten beispielsweise Kreuzungspunkte von Karawanenstraßen und sonstigen Handelswegen (Bernsteinstraße, Donau). Stapelrecht und Marktrechte folgten dann einerseits zur Absicherung dieses Handels und andererseits sicher auch zur Nutzbarmachung für den Säckel der jeweiligen Stadt oder des Herrschers. Dennoch war Handel in frühen Zeiten mit einer weitgehenden Naturalwirtschaft auf das Spannungsfeld zwischen wenigen monopolartigen Produktionsgebieten und Produzenten und (ebenso) wenigen Abnehmern, die über Gold oder Geld verfügten, beschränkt. Der Standort aus kleinräumiger Sicht war damals für den Handel noch von untergeordneter Bedeutung. Der üblicherweise reisende Händler brachte seine Güter zu den wenigen, überschaubaren und bekannten Abnehmern. Dennoch entwickelten sich schon in alten Kulturen bzw. in deren größten Städten Handels- und Dienstleistungsbereiche, Straßen, Plätze und ganze Stadtviertel, die man durchaus als Urform unserer Einkaufszentren sehen kann.

Mit steigender Arbeitsteiligkeit zwischen Landwirtschaft, Handwerk aber durchaus auch der Verwaltung mußten dann immer mehr Menschen, vor allem in den Städten, mit immer mehr Bedarfsgütern versorgt werden. Damit bekam aber die Mikrostandortfrage für den Handel, der im immer größeren Ausmaß ortsfest wurde aber auch für marktfahrende Anbieter immer mehr speziell designierte und weitgehend unveränderte Plätze.

Wenn man heute bei kritischer Analyse der Handelsstandorte mit gutem Recht behaupten kann, daß die Mobilität der Menschen in direkter aber auch in indirekter Form (grundsätzliche Möglichkeit, konzentriertere umfangreichere Angebote in Anspruch zu nehmen) den Haupteinfluß auf die Handelsstandorte ausübt, dann ist es interessant, zu erfahren, daß nach den Forschungen von Professor Kurt Leibbrand, einem süddeutschen Verkehrs-

planer, die Städte immer, also bereits im Altertum, ein Ausdruck der Mobilität der breiten Massen waren. Wenn also die große Mehrzahl der Menschen zu Fuß gehen mußte und sich auch kein Reittier leisten konnte, dann konnte das alte Rom eben nicht über einen Durchmesser von etwa vier Kilometer hinaus wachsen. Naturgemäß hat auch damals bereits die Versorgung dieser Stadtbevölkerung mit den Gütern des täglichen Lebens, vor allem eben Nahrungsmitteln, durch die Landwirtschaft im Umland der Städte die wesentliche Rolle gespielt.

Erst in der vergleichsweise jüngeren Vergangenheit sind dann durch die technischen Entwicklungen die Ausbreitungsmöglichkeiten der Städte weiter gestiegen. Der ortsfeste Laden gewann immer mehr das Übergewicht gegenüber den Marktplätzen, und neben den Hauptzentren größerer Städte entwickelten sich auch städtische Subzentren, allerdings selten in einem derartigen zahlenmäßigen Ausmaß und in einer räumlichen Verteilung wie in Wien. Ebenerdige Geschäftslokale in den Gebäuden an bestimmten Straßen oder Plätzen waren lange Zeit der Normalfall. Dennoch entstanden parallel auch eigene Objekte für den Handel, oft nur zögerlich und bescheiden, wie viele alte "Passagen" und "Durchhäuser" zeigen, manchmal aber auch großzügig und äußerst erfolgreich. In letztere Kategorie muß man jene Entwicklung, die von vielen als der Urvater der modernen Einkaufszentren bezeichnet wird, nämlich den "Großen Bazar" in Konstantinopel, jetzt Istanbul, sehen. Aber auch viele andere Großstädte in Europa – alle Städte aufzählen wäre ermüdend – erhielten attraktive, oft auch heute noch sehr gut besuchte "überdachte" Einkaufszentren – von der Galleria Vittorio Emanuele in Mailand spannt sich der Bogen bis zu mehreren Arkaden in London, etwa von Picadilly aus, und von den Brüsseler Galerien bis zum Gum in Moskau.

Die ersten Einkaufszentren moderner Prägung entstanden in Nordamerika in den 20er und 30er Jahren. Es handelte sich damals aber zweifellos um Pionierleistungen, denen erst in den 50er Jahren die große Entwicklungswelle folgte, wobei die USA vor Kanada – auch unter Berücksichtigung der stark unterschiedlichen Einwohnerzahlen – jeweils einen Vorsprung hatten. Heute bestehen in Nordamerika über 40.000 Einkaufszentren, die über 50 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes binden. Und dies, obwohl auch in Nord-

amerika fachmarktartige Betriebe an Einzelstandorten (big boxes, power-stores, price clubs etc.) eine sehr dynamische Entwicklung aufzuweisen haben.

Für die Entwicklung der Einkaufszentren in Nordamerika zu ihrer heute dominierenden Stellung (etwa fünfmal so hoher Marktanteil wie im Durchschnitt Europas) dürfte aber auch sehr stark die Tatsache beigetragen haben, daß die ganz große Bevölkerungsexpansion, ja Bevölkerungsexplosion, stattgefunden hat, nachdem die Städte bereits ihre Form und ihr Straßenlayout erhalten hatten, während etwa in Europa die Großstädte bzw. die Hauptstädte meist erst nach den signifikantesten Bevölkerungsentwicklungen ihre bis heute wirksame Gestalt erhielten. (So wurde Wien bei einer heutigen Bevölkerung von etwa 1,5 Millionen Menschen bereits in Zeiten der Monarchie für 2,5 bis 3 Millionen Menschen geplant.)

Während in Australien und in Südafrika in der Einzelhandelsszene eher Verhältnisse vorzufinden sind, die an Nordamerika erinnern, sind in Mittel- und Südamerika und in Fernost eher jüngere Entwicklungen, dafür aber oft in besonders dynamischer Form, festzustellen. Waren die Tiger-Staaten (deren Tigerkrallen im Moment etwas stumpf erscheinen) in der jüngeren Vergangenheit besonders dynamisch, so sind heute etwa in den Großstädten Chinas beinahe unglaubliche Entwicklungen zu beobachten. Es steht uns allerdings nicht an, zu beurteilen, inwieweit es sich hier wirklich um die Befriedigung eines lange aufgestauten Nachholbedarfs handelt oder um eine Überhitzung und das Ergebnis von aus anderen Ländern verlagelter Immobilienspekulation.

In Europa hat die moderne Shopping Center-Entwicklung vor allem in Skandinavien (Farsta und Vällingby – Vororte von Stockholm) und in Holland (Lijnbaan in Rotterdam) besonders früh eingesetzt. In Deutschland wurden die beiden ersten regionalen Einkaufszentren 1964 eröffnet. In Frankreich begann die intensive Shopping Center-Entwicklung etwa mit Parly 2 im Westen von Paris Ende der 60er Jahre. In Großbritannien setzte nach ersten einfachen "Ladenzeilen" in sogenannten "new towns" eine von Kontinentaleuropa aus wenig zur Kenntnis genommene dynamische Entwicklung ein.

Die Entwicklung in England und Schottland dürfte übrigens in ähnlichem Ausmaß wie in Deutschland, der Schweiz aber auch in Österreich relativ deutliche Akzente auf innerstädtische Standorte gesetzt haben. Befinden sich doch in Österreich von 100 Einkaufszentren über 4.000 m² vermietbarer Fläche, die zu Beginn 1998 in Betrieb waren, nur 14 auf der "grünen Wiese".

Über die gesamtwirtschaftliche Position der österreichischen Shopping Center-Wirtschaft wird an anderer Stelle berichtet. Jedenfalls nimmt aber Österreich nicht nur geographisch, sondern auch hinsichtlich der Shopping Center-Entwicklung in Europa derzeit eine Mittelstellung ein. Bereits hinsichtlich der näheren Zukunft ist allerdings zu erwarten, daß der europäische Durchschnitt deutlich angehoben wird, betrachtet man die Dynamik in den Mittelmeer-Anrainerstaaten ebenso wie in den Reformländern und den neuen Bundesländern Deutschlands.