

ALTSTADT VS. KÜNSTLICHE ATMOSPHERE

Ansätze im Vergleich¹

In Folge werden zwei ('auf den ersten Blick') völlig unterschiedliche 'Einzelhandels-Modelle' vorgestellt. Zum einen handelt es sich um die Stadt Ravensburg (Baden-Württemberg), welche sich seit Jahren gegen die Ansiedlung eines Einkaufszentrums auf der "Grünen Wiese" ausspricht und zum anderen um das 'Mammut'-Projekt 'Freizeit- und Shoppingcenter Westside' in Bern, welches als "Urban Entertainment Center" klassifiziert werden kann.

Ravensburg-Altstadt:

Ravensburg-Ausgangssituation: Die Stadt Ravensburg² hatte, wie auch viele andere Städte, mit einem Kaufkraftabfluss 'Richtung' Einkaufszentren zu kämpfen. Es gab keinen Zusammenhalt (u.a. zwischen Kaufleuten) in der Stadt. Die Stadt hatte des Öfteren die Möglichkeit ein Einkaufszentrum auf der 'Grünen Wiese' zu errichten bzw. errichten zu lassen. Dies wurde jedoch stets abgelehnt.

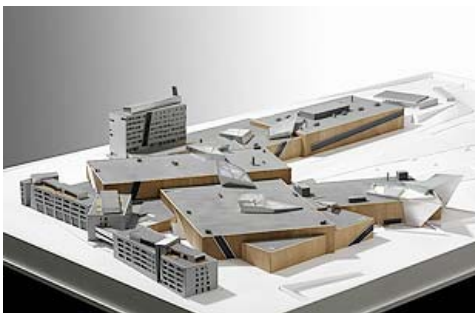
Ravensburg-Revitalisierung der Altstadt: Ravensburg setzte sich zum Ziel, 'seine' Altstadt bzw. Innenstadt zu revitalisieren. Es wurde Wert darauf gelegt, dass sich nur noch jene Einzelhändler in der Innenstadt niederlassen, welche ins 'Gesamtkonzept' der Stadt passen (um den 'richtigen' Branchenmix erzeugen zu können), frei nach dem Motto: 'Qualität statt Quantität'. Es wurde bzw. wird versucht, ein 'Wir-Gefühl' bei den Bürgern und Kaufleuten zu erzeugen. Das Problem der 'Lehrstehenden Immobilien' versucht man durch eine 'Online-Immobilienbörse'³ in den Griff zu bekommen, wo jederzeit (per Mausclick) nützliche Informationen (m², 'Zustand' der Immobilie, etc.) zu den Immobilien abrufbar sind. Um eine 'Frequenzsteigerung' zu erreichen, wurde die Hochschule in der Innenstadt angesiedelt und das Bahnhofsgelände an die Innenstadt 'angebunden'.

„Wir müssen in der Stadt Freude erzeugen, Emotionalität ist sehr wichtig, denn nur wenn sich die Bevölkerung in der Stadt wohl fühlt, ist sie auch bereit, freiwillig Investitionen zu tätigen die dann wiederum die gesamte Stadt aufwerten“, erklärte Oberbürgermeister Hermann Vogler bei seinem Gastbesuch in Bozen.



Ravensburg (Baden-Württemberg)

- Einwohner: ca. 48.000
- Fläche: 92,04 km²
- Bev. Dichte: 518 EW/km²
- Oberbürgermeister: Hermann Vogler (CDU)



Freizeit- und Einkaufszentrum Westside

- Bern
- Gesamtinvestition: ca. 500 Mio. Schweizer Franken (ca. 303 Mio. €)
- Projektmanager: Anton Gäumann
- Größtes privates Bauvorhaben der Schweiz

¹ Die Inhalte sind Ergebnisse einer Mitschrift aus der Tagung "Visionen im Einzelhandel", organisiert von der Stiftung der Kammer der Architekten, Raumplaner, Landschaftsplaner und Denkmalpfleger, vom 08.05.07 in Bozen, verfasst von Holger Gander, Europäische Akademie Bozen und GemNova.net-Südtirol

² Siehe <http://www.ravensburg.de/>

³ Siehe <http://www.ravensburg.de/immobilien/default.htm>

Ravensburg-Ergebnisse: Heute definiert sich die Stadt selbst als 'Einkaufs- und Erlebnisstadt'. Weiters besitzt die Stadt ein gut funktionierendes 'Verkehrskonzept', hat so gut wie keine Arbeitslosen, wenig Lehrstande und eine florierende Innenstadt mit einem ausgewogenen ('geplanten') Branchenmix.

Urban Entertainment Center- Begriffserklärung:

Das UEC ist eine Weiterentwicklung von herkömmlichen Einkaufszentren bzw. Shopping-Centern. Der Einzelhandel ist neben der Gastronomie (u.a. Erlebnisgastronomie) und der Unterhaltung (Kino, Bowling, Theater, Spielkasinos, Hotelanlagen, Kultur- und Bildungseinrichtungen etc.) nur "noch" ein "Baustein" von vielen. Im Grunde genommen handelt sich bei einem "Urban Entertainment Center" um eine künstlich geschaffene Stadt. Das Freizeit- und Einkaufszentrum Westside ist ein Beispiel für ein solches "Urban Entertainment Center".

Freizeit- und Einkaufszentrum Westside:

Am 08. Oktober 2008 öffnet, in der Nahе von Bern, das Freizeit- und Einkaufszentrum Westside⁴ seine Tore. Mit einer Gesamtinvestition von ca. 500 Mio. Franken (ca. 303 Mio. Euro) handelt es sich bei dem Projekt um das gröſste private Bauvorhaben der Schweiz. Das Freizeit- und Einkaufszentrum Westside ist Shoppingcenter, Kino Palast (11 Säle), Restaurant, Hotel, Konferenzzentrum, Seniorenresidenz, Kinderland, Erlebnisbad und Fitness-Center in einem. Erreichbar ist das 'Multifunktions-Zentrum' über zwei Autobahnen, mehrere Straßen, mehrere Bus- und S-Bahn-Verbindungen.

Laut Betreiber von Westside steht nicht mehr der reine 'Produktkauf' im Vordergrund, sondern der 'Erlebniskauf' – die Emotionalität ist entscheidend. Es wird versucht, dem Kunden das Einkaufen so 'einfach' als möglich zu machen, indem man mehr bietet als das reine Einkaufserlebnis.

Fazit:

Die Stadt Ravensburg versucht dem Bürger (Kunden) das Einkaufen so angenehm als möglich zu 'gestalten' (u.a. durch ein gut funktionierendes Verkehrskonzept) und der Oberbürgermeister der Stadt weist daraufhin, dass 'Emotionalität' sehr wichtig ist. Das Freizeit- und Ein-

kaufszentrum Westside versucht auch mit 'Emotionalität, Erlebnis und einer guten Erreichbarkeit' Kunden anzuziehen.

Beide Modelle im Vergleich lassen die Fragen zu:

- *"Was können Innenstädte von Einkaufszentren lernen?"*
- *Welchen Mehrwert schaffen Einkaufszentren bzw. "Urbane Entertainment Center"?"*

Dass der Übergang zwischen einer Innenstadt und einem UEC (wie z.B. dem Freizeit- und Einkaufszentrum Westside) fließend sein kann, erkennt man u.a. daran, dass man in der Literatur UEC's in UEC-District und UEC-Komplex untergliedert. Unter ersterem versteht man ein revitalisiertes Stadtviertel, das im Hinblick auf eine gewünschte, zukünftige Zielgruppe konzipiert wurde. Zumeist besteht diese Stadtstruktur aus 'traditionellen' Straßen, großzügigen Gehsteigen sowie Wohn- und Geschäftshäusern mit einer permanenten oder temporären Fußgängerzone. Beispiele dafür sind die 'Santa Monica's Third Street Promenade' (Los Angeles), der 'Times Square' in New York oder die Downtown Memphis.

Bei zweiterem (UEC-komplex) handelt es sich um einen zentral 'gemanagten' Komplex mit verschiedenen Mietern (Shop in Shop) – ähnlich einer Shopping Mall. Diese Komplexe werden sowohl für den Innenstadtbereich, als auch für die grüne Wiese konzipiert (z.B. Westside Bern), sie sind nach außen geschlossen und haben eine eigene 'corporate identity'.⁵

Könnte man nun zum Schluss kommen, dass nicht die 'herkömmlichen' Shopping-Center, die 'Hauptkonkurrenten' von Innenstädten sind, sondern künstlich geschaffene ('besser organisierte') 'Kleinstädte' wie das Westside Bern, oder anders ausgedrückt: Warum ist die Kopie (in den meisten Fällen) erfolgreicher als das Original?

⁴ Siehe <http://www.westside.ch/>

⁵ Vgl. <http://www.uni-protokolle.de/data/uec.php>