

Einzelhandel, Digitalisierung und die angebliche Verödung der Innenstädte

Text Steffen de Rudder

Stadt und Handel sind untrennbar miteinander verbunden. Handel war häufig sogar Auslöser für das Entstehen von Städten. An einer Furt durch einen Fluss wächst eine Siedlung, Güter und Lebensmittel werden getauscht, Marktgeschehen und Zentralität entwickeln sich. Markt und Kirche sind die typischen Fixpunkte der alten europäischen Stadt.

Marktgeschehen verbindet sich immer mit Mobilität, mit Kommunikation, mit wirtschaftlichem und kulturellem Austausch. Die großen europäischen Handelswege des Mittelalters reichten von Moskau bis Santiago de Compostela und von Bergen bis nach Neapel. Mit den Waren reisten auch Wissen und Sprache, die Erfahrung von Fremdheit, anderen Kulturen und der Größe der Welt. Handel war daher immer auch ein Treiber der Zivilisationsgeschichte und der Entwicklung der Städte. Die Konzentration des Handels und Han-



Steffen de Rudder

© Claus Bach

deins auf den Markt- und Stapelplätzen führte zu hochfrequentierten Stadträumen, zu Bereichen geballter Aktivität und Lebendigkeit.

Schon seit der Industrialisierung hat sich der Handel segregiert, dezentralisiert und häufig gelöst vom historischen Stadtkern.

Aus den innerstädtischen Stückguthäfen sind ferne Containerterminals geworden, die Messen sind aus der Mitte an den Rand der Stadt gerückt, Supermärkte haben die Marktplätze ersetzt.

Ein unaufhaltsamer Prozess

Die Ablösung eines großen Teils des alten Marktgeschehens, des Handels und Kaufens von den originären Orten der Innenstadt kann als Verlust angesehen werden. Verloren gegangen sind Lebendigkeit, Vielfalt, Unmittelbarkeit und damit städtische Lebensqualität. Die Transformation insbesondere des städtischen Einzelhandels aber ist ein permanenter wie nahezu unaufhaltsamer Prozess, der im besten Falle kanalisiert werden kann. Für diese These spricht vor allem die Beobachtung des eigenen Konsumverhaltens.



Lesen Sie weiter auf Seite 36.

Einer der stärksten Konkurrenten des innerstädtischen, lokalen, stationären, herkömmlichen Einzelhandels ist der Online-Riese Amazon. Amazon ist so groß, dass der Begriff „Unternehmen“ nicht mehr ganz treffend erscheint. Amazon ist eine globale Struktur, ein weltumspannendes Logistiknetz, ein unaufhörlicher Datenstrom und ein nicht fassbares und bezifferbares Wissen über Milliarden von Konsumenten, ihre Wünsche und ihre Gewohnheiten. Erst seit sechs Jahren erwirtschaftet Amazon dauerhaft Gewinne, über zwanzig Jahre gab es rote Zahlen. Dahinter steht die Strategie der Expansion um jeden Preis – bis das Ziel erreicht ist, den Einzelhandel weltweit zu dominieren. Das hat Amazon heute, 2020, erreicht. Zu Jeff Bezos, dem Gründer und Chef von Amazon, stehen die meisten Menschen, die im Internet Geld ausgeben, in einer direkten Beziehung. Es ist eine Geschäftsbeziehung, die uns, den Konsumenten, bequemes Konsumieren erlaubt und ihn, den Manager, zum reichsten Menschen der Welt gemacht hat. Bezos hat das digitale Einkaufen so einfach gemacht, dass fast niemand mehr auf diesen Service verzichten will.

„Die Konzentration im Handel, der Siegeszug der Ketten und globalisierten Marken hat zu einem ständigen Rückgang der Vielfalt geführt.“

Städte? – Nein, das lehrt ein Blick in die lange Geschichte der Innenstadt-Verödungs-Debatte. Den ersten schweren Schlag nach dem Krieg erlebten die Innenstädte mit der Massenmotorisierung und dem Zug in die Vorstädte, der sogenannten Suburbanisierung. Die Städte der sechziger und siebziger Jahre sa-

hen sich mit Schrumpfung und Abwanderung konfrontiert. Ein viel zitiertes Buch der Zeit war „Die Unwirtlichkeit unserer Städte“ von Alexander Mitscherlich. In der Geschichte des Städtebaus wird diese Entwicklung als Zeit des „Urban Decay“, des Verfalls der Städte bezeichnet.

Die Reaktion waren umfangreiche Programme zur „Revitalisierung der Innenstädte“ und die massenhafte Einführung von Fußgängerzonen und Passagen. Der nächste Schlag war nach 1989 die Entwicklung noch viel größerer Shoppingmalls, so in Leipzig-Paunsdorf mit 115.000 Quadratmetern Verkaufsfläche, fast doppelt so viel wie die des Berliner KaDeWe.

Die Konzentration im Handel, der Siegeszug der Ketten und globalisierten Marken hat zu einem ständigen Rückgang der Vielfalt geführt. Das Kölner Institut für Handelsforschung stellte schon vor der Corona-Krise fest, dass die Zufriedenheit der Kunden mit dem Einkaufen in der Innenstadt stetig abnimmt. Wie in vielen anderen Bereichen der Gesellschaft offenbart die Krise Defizite, die schon länger vorhanden waren. Viele Innenstädte waren bereits vor dem Lockdown durch eine Shopping-Monokultur verödet.

Kognitive Dissonanzen

Gegen die Bequemlichkeit des Verbrauchers ist kein Kraut gewachsen, dieser ernüchternden Einsicht kann man sich ange-sichts dieses Erfolgs kaum entziehen. Jedes bei Amazon bestellte Buch geht auf Kosten des lokalen Buchladens, jedes versandte Produkt auf Kosten des stationären Einzelhandels. Bei Amazon bestellen und den Niedergang des innerstädtischen Handels beklagen ist das, was Sozialpsychologen „kognitive Dissonanz“ nennen: wir wissen es eigentlich, aber wir tun es trotzdem, das Bestellen und das Beklagen. Es sind Krokodilstränen, die für den Einzelhandel vergossen werden. Unser eigenes Kaufverhalten sollte uns vor Augen führen, in welche Richtung der Zug rollt – und das diesen Zug wohl niemand mehr aufhalten wird.

Ist das so schlimm? – Ja, für jeden Inhaber, der sein Geschäft schließen muss, ist es schlimm. Aber ist es auch schlimm für die

Sozial und funktional gemischt

Der Handel war stets konstitutiver Bestandteil des städtischen Lebens, aber es war nicht der Handel allein. Es waren ebenso die Kirchen, die frühen Universitäten, das verdichtete Wohnen und die Begegnung im öffentlichen Raum, Feste und Musik, Kunst und Architektur. Innenstadt ist mehr als nur Shopping. Und vielen Innenstädten fehlt insbesondere eine elementare Zutat, die zuverlässig für Lebendigkeit und Vielfalt sorgt: das Wohnen. Das

alte Leitbild der „sozial und funktional gemischten Stadt“ muss wieder hervorgekramt werden. Dass es etwas abgedroschen ist, ändert nichts daran, dass es sich vielfach bewährt und als äußerst widerstandsfähig erwiesen hat.

Leerstehende Läden sind kein schöner Anblick. Wir werden ihn wahrscheinlich noch länger ertragen müssen, bis sich die Mieten der veränderten Nachfrage angepasst haben und neue Nutzungen – und auch Wohnen – wieder möglich sind. Die Digitalisierung ist nicht das Problem. Sie muss der Anlass sein, um über die Rolle der Innenstädte neu nachzudenken.

Über den Autor:

Steffen de Rudder ist Architekt und lehrt seit 2013 Städtebau und Entwerfen an der Bauhaus-Universität Weimar. Er war Gastprofessor für Stadt- und Architekturgeschichte an der Hochschule Anhalt in Dessau, DAAD-Fellow an der Academie van Bouwkunst in Amsterdam, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur Stadtarchitektur der Bauhaus-Universität sowie Lehrbeauftragter an der Fachhochschule Erfurt und am Institut für Kunst- und Bildgeschichte der Humboldt-Universität in Berlin.



Für Ideen, die rund laufen

Sie suchen die passende finanzielle Förderung für Ihre Geschäftsidee? Wir haben sie. Kompetent, zuverlässig und mit dem Ziel, Ihrer Unternehmensgründung zum nachhaltigen Erfolg zu verhelfen. Sprechen Sie mit uns!
Hotline Wirtschaftsförderung: 030 / 2125-4747

ibb.de/gruenden