

Neueröffnung nach Umbau

Konzepte zum Umbau
von Warenhäusern
und Einkaufscentern



Rolf Junker, Nicole Pöppelmann,
Holger Pump-Uhlmann

Inhalt

Vorwort: Hartwig Schultheiß	04
1. Aufgabenstellung / Einordnung	05
2. Warenhäuser	
Allgemeine Einordnung	07
Leer stehende Warenhäuser und ihre Revitalisierung	14
3. Umbau und Umnutzung von Warenhäusern – Best-Practice-Beispiele	17
3.1 Siegen ehemaliger Kaufhof KrönchenCenter	18
3.2 Neuss ehemaliger Horten Rheinisches Landestheater und Verwaltungssitz Rhein-Kreis Neuss	21
3.3 Lünen ehemaliger Hertie Wohn- und Geschäftshaus	25
3.4 Gelsenkirchen-Buer ehemaliger Hertie Lindenkarree	28
3.5 Detmold ehemaliger Hertie großflächiger Einzelhandel	31
3.6 Hamm ehemaliger Horten Heinrich-von-Kleist-Forum und Platz der Deutschen Einheit	34
4. Strategien zum Umgang mit leer stehenden oder problembehafteten großen Warenhäusern	
Gesamtstädtische Bedeutung versus Eingriffsmöglichkeiten	39
Umnutzungsoptionen und -bedingungen	41
Erhalt oder Abriss und Neubau?	43
5. Innerstädtische Einkaufszentren	
Allgemeine Einordnung	45
Revitalisierungsbedarf bei Einkaufszentren	49
6. Umbau- und Umnutzungspotenziale von Einkaufszentren – Fallstudien	51
6.1 Gummersbach Bergischer Hof	53
6.2 Dorsten-Barkenbergr Wulfener Markt	55
6.3 Bochum City-Point und Drehscheibe	58
6.4 Wuppertal Rathaus-Galerie	61
6.5 Solingen Clemens-Galerien	65
7. Strategien zum Umgang mit leer stehenden oder problembehafteten Einkaufszentren	
Grundsätzliche Einordnung	69
Indizien für die Revitalisierung von Einkaufszentren	71
Funktionale und baustrukturelle Aspekte der Umnutzung	72
8. Resümee	76
Literatur	78
Über die Autoren	81
Impressum	82

Vorwort

HARTWIG SCHULTHEISS, ARCHITEKT
VORSTANDSVORSITZENDER STADTBAUKULTUR
NRW E. V., STADTDIREKTOR DER STADT MÜNSTER

Städte sind Spiegelbilder ihrer Gesellschaft. Die Kluft zwischen starken Wirtschaftsregionen und wachsenden Städten einerseits und wirtschaftlich kritischen, schrumpfenden Städten andererseits nimmt zu. Stadt und Handel sind seit jeher eng mit diesen Prozessen verbunden.

Der Handel bildete die wirtschaftliche Grundlage für die Entstehung städtischer Ansiedlungen. Im Gegenzug boten die Städte die ideale räumliche Grundlage, um Handel zu treiben. Viele stadtbildprägende Architekturen und Stadträume sind über die Jahrhunderte aus dem Zusammenspiel zwischen Stadt und Handel hervorgegangen: Straßen, Wege, Plätze, Märkte und Passagen, Einkaufsstrassen, Geschäftshäuser, Kaufhäuser und Einkaufszentren. Heute wird der öffentliche Raum unserer Innenstädte signifikant durch den angrenzenden Handel geprägt.

An dem symbiotischen Verhältnis zwischen Stadt und Handel hat sich bis heute nichts geändert. Im Gegenteil: Ohne Handel sind keine attraktiven und vitalen Innenstädte denkbar, er bestimmt zu einem erheblichen Teil die Qualität unserer Städte. Aber der permanente gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungsprozess, dem Stadt und Handel unterworfen sind, erfordert eine große Anpassungsfähigkeit.

Kommunen und Unternehmen stehen hier gemeinsam in der Verantwortung. Sie müssen dafür Sorge tragen, dass sich Stadt und Handel im Sinne einer zukunftsfähigen Entwicklung ergänzen.

Wiederkehrende Herausforderungen sind die Diskussion um den zentrenrelevanten Handel an den Stadträndern, der Kampf um Lagegunst, die Kannibalisierung des Einzelhandels, der Umgang mit leerstehenden Handelsimmobilien usw.

In Zeiten exponentiell steigender Online-Umsätze und eines stetig wachsenden Verdrängungswettbewerbs ist die Kooperation von Stadt und Handel notwendiger denn je. Städte müssen wieder zu Marktplätzen werden – zu identitätsstiftenden Orten der Begegnung und der Kommunikation. Die Zukunft der Stadt muss somit zunehmend im öffentlichen Raum spielen. Das Internet kann nicht nur Showroom für den stationären Handel sein, sondern auch Lockstoff für die Innenstädte werden: für Erlebnisräume und multifunktionale Orte realen Begegnens.

Noch sind jedoch vielerorts die Probleme des stationären Handels, die Umsatzeinbrüche durch verändertes Kaufverhalten spürbar. Zahlreiche – auch traditionelle – Warenhäuser stehen bereits leer oder sind akut von Leerstand bedroht. An diesen Gebäuden, einst die „Kathedralen“ der westlichen Wohlstandsgesellschaft, sind die Veränderungen im Handel – und auch die Auswirkungen auf den städtischen Raum – am deutlichsten abzulesen. Eine ähnliche Entwicklung droht langfristig auch vielen Einkaufszentren, sollte es nicht gelingen, diese Strukturen an die sich ändernden Bedingungen im Einzelhandel anzupassen.

Dass diese Veränderungen nicht immer zum Nachteil der Städte sein müssen oder sogar als Chance erkannt werden können, zeigen die Beispiele von erfolgreich umgenutzten und umgebauten Warenhäusern, die in dieser Publikation vorgestellt werden. Sie zeigen auch, dass ein Erhalt dieser Gebäude nicht nur eine wirtschaftliche Alternative darstellt, sondern auch einen Beitrag zu einer nachhaltigen und geschichtsbewussten Stadtentwicklung leisten kann.

StadtBauKultur NRW richtet mit diesen Beispielen auch einen Appell an Kommunen, Handel und Unternehmen, weitsichtig zu „handeln“ und eng zusammenzuarbeiten.

1. Aufgabenstellung/ Einordnung

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich insbesondere seit den 1970er Jahren gravierenden Veränderungen ausgesetzt. Im Wesentlichen sind hierfür ein erhebliches Flächenwachstum, veränderte Standortanforderungen in verschiedenen Betriebsformen und ein sich stetig wandelndes Kundenverhalten verantwortlich.¹ Aufgrund der Bedeutung des Einzelhandels für die Entwicklung der (Innen-)Städte waren damit auch große städtebauliche Veränderungen verbunden. Hier sind bezogen auf die großen Betriebstypen aktuell zwei Veränderungen besonders prägend: erstens die Aufgabe einer großen Zahl von Warenhäusern und zweitens der enorme Erfolg und – damit verbunden – die deutliche Zunahme von zentral gesteuerten Einkaufszentren. Diese „zentralistischen Handelsformen stellen den größten Eingriff in die Stadtstruktur seit der Großstadtwerdung Ende des 19. Jahrhunderts dar“.² Sie haben in den Städten zu erheblichen Umwälzungen geführt und umfangreiche Überlegungen notwendig gemacht, wie mit diesen Entwicklungen umzugehen ist.³

Seit bald drei Jahrzehnten ist die tief greifende Krise der Betriebsform *Warenhaus* spürbar, die lange Zeit die Innenstädte geprägt hat. Inzwischen wurden viele Warenhäuser aufgegeben. Eine ganze Reihe von Standorten ist bereits wieder einer neuen Nutzung zugeführt worden. Daher liegen für diesen Betriebstyp umfangreiche Erfahrungen mit erfolgreich verlaufenen Umnutzungen vor, von denen einige in dieser Publikation exemplarisch dokumentiert werden.

In den vergangenen 20 Jahren war das *innerstädtische Einkaufszentrum* das Erfolgsmodell der Immobilien- und Einzelhandelswirtschaft. Entsprechend viele Center sind in dieser Zeit gebaut worden. Relativ neu ist die Tatsache, dass aktuell nicht mehr alle innerstädtischen Einkaufszentren befriedigend bewirtschaftet werden können. Infolge des immer schärfer werdenden Wettbewerbs, ausgelöst vor allem durch ein stetiges Wachstum an Einzelhandelsflächen, sind inzwischen auch bei ihnen Probleme nicht mehr zu übersehen.

Für die Zukunft ist – auch wegen der starken Zuwachsraten im Internethandel – zu erwarten, dass nicht nur weitere Warenhäuser, sondern auch Einkaufszentren in eine Vitalitätskrise geraten, dass ihre Umnutzung ansteht oder gar ein Abriss ins Auge gefasst werden muss. Vor diesem Hintergrund will die Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020 im Rahmen ihres Themenschwerpunktes UmBauKultur den Fragen des Umbau- und Umnutzungspotenzials von Warenhäusern und Einkaufszentren nachgehen. Im Einzelnen geht es dabei um folgende Fragen:

- Welche Möglichkeiten gibt es, großflächige Einzelhandelsbauten zukünftig sinnvoll und nachhaltig von den städtebaulichen und architektonischen Fehlern der Vergangenheit zu befreien?
- Können sie sinnvoll weitergenutzt werden – und wenn ja, wie?

- Wie können die betroffenen Standorte wieder zu einem Nukleus der innerstädtischen Revitalisierung werden?

In jeweils eigenen Einführungskapiteln zu den Gebäudetypen Warenhaus und innerstädtisches Einkaufscenter werden in diesem Heft die maßgeblichen Bestimmungsfaktoren und Perspektiven der beiden betroffenen Betriebsformen kurz erläutert (vgl. Kapitel 2 und 5). Dabei werden neben architektonischen und städtebaulichen Aspekten auch räumlich-funktionale sowie ökonomische Parameter angesprochen, um der Komplexität des Themas gerecht zu werden. Darauf aufbauend erfolgt im Fall der Warenhäuser eine beispielhafte Darstellung bereits erfolgreich durchgeführter Umbauten. Für Not leidende innerstädtische Einkaufscenter unterschiedlichen Typs werden die Bestandssituation sowie – daraus abgeleitet – Handlungsoptionen aufgezeigt. Konkrete Umbaukonzepte können für diesen Betriebstyp (noch) nicht vorgelegt werden, da sich die bei Centern durchgeführten Umbauten bisher nur auf ihre innere Struktur bezogen. Bei ihnen erfolgte in der Regel lediglich eine Art „Facelifting“. Den jeweiligen Centertypen werden typische Schwachstellen aus städtebaulicher Sicht zugeordnet und für einige Fälle erste Umbau- und Umnutzungsoptionen diskutiert.

Das Heft will Anregungen geben, wie in Zukunft mit Umbauten von Großimmobilien des Einzelhandels umzugehen ist. Letztlich wird auch die Frage diskutiert, ob sich Städte vor dem Hintergrund der Vollversorgung weitere monofunktionale, teilweise städtebauliche Strukturen auflösende Gebäude überhaupt noch leisten können. Und wenn ja, wie diese im Sinne einer nachhaltigen Stadtentwicklung auf zukünftige Umnutzungen vorbereitet werden können.

Die Autoren bedanken sich an dieser Stelle ausdrücklich bei den an der Erstellung dieser Untersuchung beteiligten Städten Bochum, Detmold, Dorsten, Gelsenkirchen, Gummersbach, Hamm, Lünen, Neuss, Siegen, Solingen und Wuppertal für die freundliche Unterstützung, insbesondere bei den dortigen für Stadtplanung zuständigen Dezernaten und Geschäftsbereichen. Für die Untersuchung der Warenhaus-Fallbeispiele danken

wir auch den an diesen Projekten beteiligten Architekten, Projektentwicklern und Centermanagern für ihre Gesprächsbereitschaft und für die Versorgung mit Foto- und Planmaterial. Ohne ihre Hilfestellungen wäre die Publikation nicht möglich geworden.

Insbesondere danken möchten wir dem Vorstand und der Geschäftsführung der Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020 für ihre unermüdlich fördernde Unterstützung des Projekts. Ihre kritisch-konstruktive Begleitung und die damit verbundenen intensiven Diskussionen waren hilfreich und wichtig für die Durchführung des Projekts.

1 Ausführlich hierzu: Reink 2014: 11–20

2 Guratzsch 2013

3 Dabei resultiert das kommunale Interesse an diesen Prozessen im Wesentlichen aus zwei Aspekten: Einmal waren die Objekte der Einkaufsort der Stadt, ein Verlust dieser Einrichtung ist meist ein wichtiges gesellschaftliches Thema in der Stadt. Daneben führt ein Verweisen dieser meist in zentralen Lagen befindlichen, großen Objekte zu erheblichen negativen Ausstrahlungseffekten auf das städtebauliche Umfeld.

2. Warenhäuser

Allgemeine Einordnung¹

Warenhäuser stehen seit einigen Jahrzehnten unter einem erheblichen Wettbewerbsdruck. Ihre Anteile am Einzelhandelsumsatz sinken kontinuierlich; dementsprechend mussten viele Häuser schließen und sogar einige Konzerne aufgeben. Wegen der großen Bedeutung für die Entwicklung der städtischen Zentren war und ist diese Problematik auch stets Gegenstand politischer und planerischer Diskussionen.

Die Geschichte der Warenhäuser beginnt etwa Mitte des 19. Jahrhunderts. Diese neue Angebotsform zielte mit ihrem Warensortiment – im Gegensatz zu ihrem Vorläufer, der Passage – auf eine breitere Käuferschicht, die mit dem erstmals zur Verfügung stehenden Massenangebot der industriellen Warenproduktion angesprochen werden sollte. Neue Verkaufsprinzipien waren vor allem ein breites Angebot auf Vorrat, ein hoher Umsatz sowie kleine und dabei feste Preise.² In großen, lichtdurchfluteten Räumen wurde ein

ungeheures Warenangebot zur Schau gestellt. Einkaufen sollte mehr als pure Zweckerfüllung sein. Shoppen wurde zu einem Erlebnis und zum gesellschaftlichen Ereignis. Die Gebäude unterstrichen ihren Anspruch nach außen durch prächtige und repräsentative Fassaden. Es entstanden Prunkstücke der Architektur, die insbesondere nachts durch die Beleuchtung eine märchenhafte Aura erhielten.

Als erstes echtes Warenhaus gilt der „Bon Marché“ in Paris,³ der 1838 eröffnet wurde. In Deutschland eröffneten die ersten Warenhäuser einige Jahre später und verbreiteten sich dank ihres Erfolgs rasch: 1876 übernahm Georg Wertheim in Stralsund das Textilgeschäft seiner Eltern, 1881 eröffnete Rudolf Karstadt sein „Manufactur-, Confections- und Tuchgeschäft“ in Wismar und ein Jahr später Hermann Tietz einen „Laden für Garn-, Knopf-, Posamentier-, Weiß- und Wollwaren“ in Gera.⁴ Die Liste lässt sich mit Namen wie Theodor Althoff in Dülmen und Simon Schocken in Zwickau leicht erweitern. So sprossen vom ausgehenden 19. Jahrhundert bis zum Ersten Weltkrieg in deutschen Städten überall monumentale Warenhäuser aus dem Boden – wenngleich auch wesentlich später als in Frankreich oder den USA. Das Prinzip „Alles unter einem Dach“ wurde zu ihrem Erfolgskonzept, weil es die Idee einer uralten urbanen Einrichtung konsequent fortsetzte: Kaufhäuser waren im Grunde nichts anderes als überdachte Marktplätze, die in die Vertikale wuchsen. Dabei waren die Warenhäuser aber nicht nur Orte des Konsums, sondern ebenso urbane Treffpunkte. Als Gebäude für den Handel, die durch ihre Marktfunktion ein ganz wesentliches



Abb. 1: Paris, Grands Magasins du Printemps, 1865 eröffnet, Architekt: Paul Sédille



Abb. 2: Berlin, Warenhaus Karstadt, 1929 eröffnet, Architekt: Philipp Schaefer

Element für unser Verständnis von Stadt in sich tragen, erlangten sie sehr schnell eine herausragende Anziehungskraft in den Städten. Sie wurden Impulsgeber für den Einzelhandel, Architekturikonen und Touristenattraktionen. Die erste Krise erlebte der Betriebstyp durch den Ersten Weltkrieg. Er schnitt Deutschland von Warenlieferungen aus dem Ausland ab, führte zu sinkenden Bevölkerungszahlen und mündete letztlich in einer Weltwirtschaftskrise.

Im Gegensatz zu den Warenhauspalästen des 19. und frühen 20. Jahrhunderts, die Émile Zola als das *Paradies der Damen* (*Au Bonheur des Dames*, 1884) beschrieb, wurde die Architektur der Warenhäuser in den 1920er Jahren von einer ästhetischen Versachlichung bestimmt. Das Warenhaus entwickelte sich vom komplexen Raum des Sinnesrausches zum optimal genutzten *department store*. Innere Organisation und Gestaltung wurden ökonomisiert. Die Grundrisse waren von einer ökonomischen Wegeführung geprägt. Wegen der Übereinanderstapelung der Verkaufsflächen erlangten Treppen, Fahrstühle und die neuartigen Rolltreppen besondere Bedeutung. Eine Formenberuhigung der Architektur rückte die Waren in den Vordergrund.

Auf das äußere Erscheinungsbild wurde zwar weiterhin erheblicher Wert gelegt, dennoch trat hier eine entscheidende Veränderung ein, die die Identitätsbildung des Bautypus „Warenhaus“ ganz wesentlich prägen sollte: Die Fassade, die aufgrund der bautechnischen Entwicklung im

Stahlbetonbau nicht länger ein tragendes Bauelement sein musste, wurde zunehmend zu einem Werbeträger. Natürlich kamen der Fassade immer noch traditionelle funktionale Aufgaben zu, wie die Belichtung der Innenräume und die Aussicht von innen nach außen. Jedoch wurde auf den repräsentativen Aspekt des äußeren Gewandes in Anlehnung an die klassische Architektursprache immer weniger Wert gelegt. Von derartigen Zwängen befreit, konnte die Fassade nun zu einem eigenen Markenzeichen werden, das vielerorts als Variation eines und desselben Themas in Erscheinung trat. Nachts effektiv beleuchtet, konnte es auf den Betreiber hinweisen, ohne dabei den jeweiligen städtebaulichen Kontext zu ignorieren. Die Warenhäuser sollten weiterhin einen besonderen Blickpunkt innerhalb ihres urbanen Umfelds darstellen. Insbesondere der Karstadt-Konzern und die Firma Schocken machten sich dieses Gestaltungsprinzip zu eigen. Bei letzterem Kaufhausbetreiber denkt man unwillkürlich an den Architekten Erich Mendelsohn, der wohl wie kein anderer eine Synthese aus Corporate Design und einer dynamisch-expressiven Großstadtarchitektur kreierte und damit diese Bauaufgabe zu seiner Zeit eindrucksvoll auf ein neues Niveau an hob (Kaufhäuser Schocken in Stuttgart 1926–1928 und in Chemnitz 1927–1930).

Massive Umwälzungen in der Eigentums-situation waren dann infolge der Machtübernahme durch die Nationalsozialisten festzumachen. Da „jüdische Kaufleute und Unternehmer im Handel



Abb. 3: Chemnitz, Warenhaus Schocken, 1930 eröffnet,
Architekt: Erich Mendelsohn

eine gewichtige Rolle spielten, konnten aus dieser Tatsache heraus leicht Generalisierungen formuliert werden: Das Warenhaus selbst wurde zur jüdischen Einrichtung⁵ – und die Unternehmen wurden nach und nach „arisiert“⁶.

Nach dem Zweiten Weltkrieg kam es dann zu einer neuen Blütezeit der Warenhäuser.⁷ Im Spannungsfeld zwischen Wiederaufbau und städtebaulichem Neubeginn im Sinne einer funktional gegliederten und aufgelockerten sowie autogerechten Stadt bildeten die Warenhäuser wichtige Fixpunkte in der City. An zentralen Stellen der Stadt sollten die Warenhäuser als Anziehungspunkte wirken, um vorhandene Einkaufsgegenden zu stärken oder zu verlagern. Die Warenhausketten versuchten sich mit großen Investitionen die besten Plätze zu sichern und arbeiteten zunehmend mit festen Architekturbüros zusammen, um in den verschiedenen Städten ein einheitliches Aussehen der Gebäude zu gewährleisten.

Die individuelle Mobilität prägte in dieser Zeit zunehmend das Alltagsleben und das Gesicht der autogerechten Städte. Mit dem Pkw gelangte man nun direkt in das Schlaraffenland der 1950er und 1960er Jahre – in die Warenhäuser. Aus der wachsenden Mobilität resultierten auch Veränderungen des äußeren Erscheinungsbilds. Die mit der Automatisierung einhergehende höhere Geschwindigkeit, mit der man sich durch den öffentlichen Straßenraum bewegte, veränderte auch die räumliche Wahrnehmung der Menschen. Da die Fassadengestaltung schon im Vorbeifahren



Abb. 4: Frankfurt am Main: Warenhaus Kaufhof, 1950
als zweigeschossiger Bau eröffnet, 1954 aufgestockt,
Architekt: Peter Grund

als charakteristisch erkannt werden sollte, bedurfte es einer simplifizierten Formensprache, die sich vom architektonischen Umfeld als Blickfang abhob und zugleich über Merkmale verfügte, die auch andernorts eine Wiedererkennung zuließen. Ein weiteres mit der zunehmenden Mobilität einhergehendes Phänomen war die planerische Einbeziehung von Parkhäusern. Die Schaffung von Parkmöglichkeiten für die Kunden wurde zu einem elementaren Aufgabenbereich innerhalb des Bauens von Warenhäusern. Viele Parkhäuser entstanden darum als architektonische Einheit mit den Warenhäusern: als Parkdeck auf dem Dach, in Form eines eigenständigen Parkhauses oder als Tiefgarage.

Nicht zuletzt um das breite Warenangebot, welches das „Wirtschaftswunder“ der Nachkriegszeit für jedermann erlebbar machte, besser räumlich unterbringen zu können und in den Mittelpunkt der räumlichen Inszenierung zu stellen, setzten die Warenhäuser baulich auf demonstrative Geschlossenheit, Schlichtheit und Funktionalität bei den Fassaden, die als Markenzeichen des jeweiligen Konzerns gestaltet wurden. Die Fassaden der einfachen Baukörper wurden je nach Konzernzugehörigkeit in ein relativ einheitliches Gewand gekleidet, das primär als Werbeträger und Erkennungszeichen der jeweiligen Kaufhauskette diente. Zu den Pionieren dieser Entwicklung gehörte neben Harald Loebermann und Helmut Rhode (Merkur Duisburg, 1958) vor allem Egon Eiermann (Horten Heidelberg, 1961 mit

Robert Hilgers). Dessen Gitterwerkfassade für die Horten-Warenhäuser wurde zum unübersehbaren Zeichen, das die Identität mit der Marke herstellte. Einerseits verhalf diese Art der Fassadengestaltung den Warenhäusern zu weiter Verbreitung und Popularität, andererseits jedoch beschwor sie eine heftige Kritik an diesen offensichtlich selbstgenügsamen Bauformen herauf.

Demgegenüber wurde auf die Ausgestaltung der Erdgeschossfassade, also des Kontaktbereichs zwischen Fußgängerweg und Verkaufsraum, besonderer Wert gelegt. Eingänge und Schaufenster wurden so gestaltet, dass sie die Passanten quasi in die Verkaufsräume hineinzogen. Aufgrund der Geschlossenheit bedurfte es nun eines durchdachten klimatechnischen Konzepts, um eine starke Aufheizung der Innenräume zu vermeiden. Im Inneren der Gebäude zielte die Warenpräsentation auf eine klare, technisch perfekte Ästhetik. So bildete sich ein Repertoire einfacher Formen und großflächiger Raumbegrenzungen heraus. Außer der Forderung nach großen zusammenhängenden Verkaufsflächen gab es für die Architekten kaum weitere bindende Vorgaben zu beachten. Das schon zu Weimarer Zeit bestehende Raumprogramm wurde um Restaurants bzw. Schnellrestaurants erweitert. Den Verkehrselementen – Fahrstuhl, Treppe, Rolltreppe – wurde zunehmend mehr Aufmerksamkeit geschenkt. Mit dem Zusammenschluss der Elemente Treppe und Rolltreppe in zentraler und den Kundenaufzügen in dezentraler Lage wurde der künftige Erschließungskanon entwickelt. Eine leichtere und transparentere Konstruktion von Rolltreppen und Kundenaufzügen erleichterte die Orientierung und minimierte Sichtbehinderungen.

Gegen die zunehmend introvertierter angelegte Architektur erhob sich immer häufiger Kritik. Die Vereinfachung der Gestalt und die Abschirmung der Innenwelt der Warenhäuser vom Außenraum führten vielerorts zu einer empfindlichen Störung des Stadtbilds. Die planerische Schwerpunktsetzung auf die Wahrnehmung der Marke, die Erreichbarkeit mit dem Auto und die räumliche Ökonomisierung führte zu solitären Großbauten, gegen die sich ab den 1970er Jahren zunehmend die Kritik an den Auswüchsen des Nachkriegsstädtebaus unter den Leitbildern der

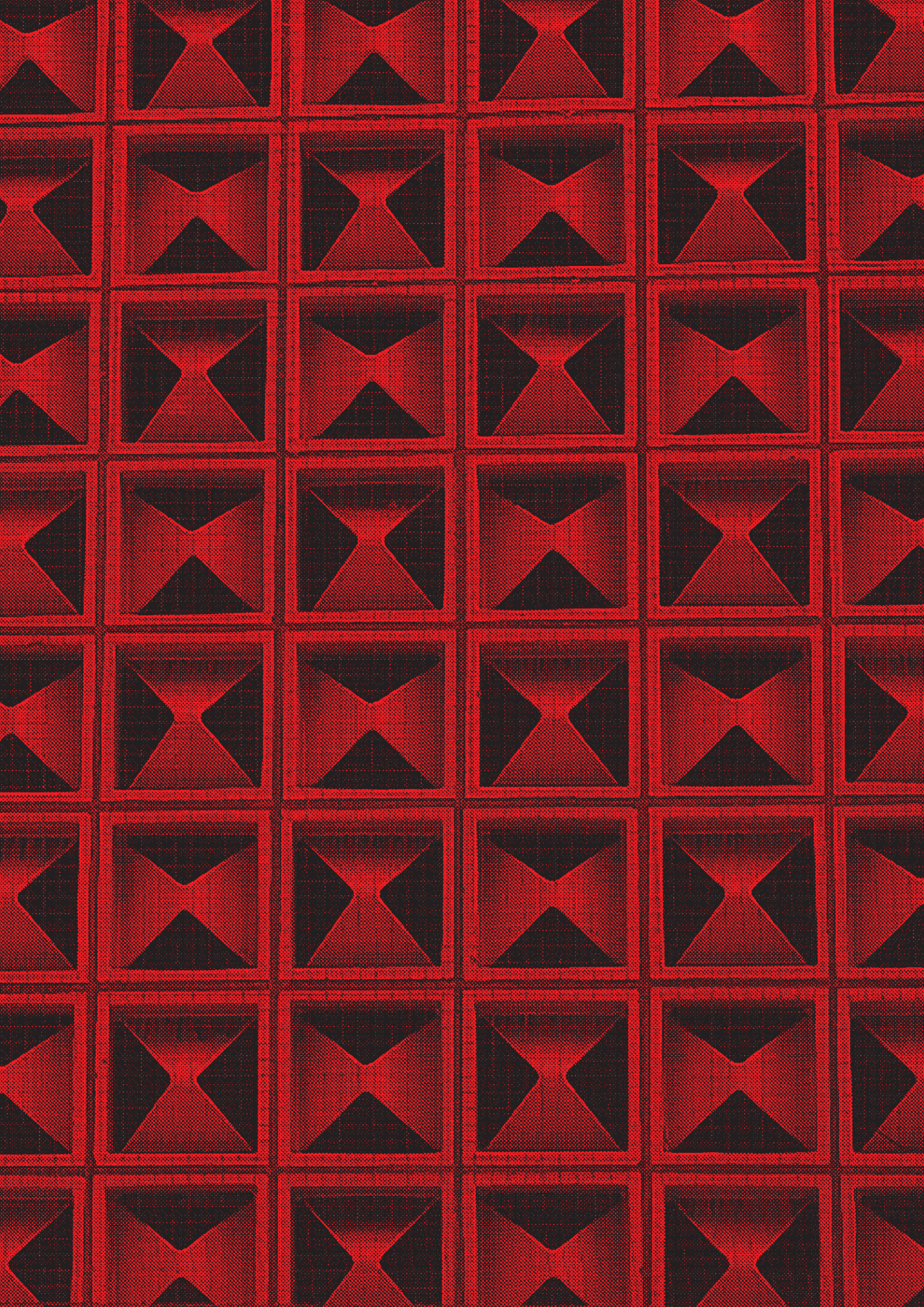


Abb. 5: Stuttgart, Warenhaus Merkur, 1967 eröffnet, Architekt: Egon Eiermann

„gegliederten und aufgelockerten“ sowie der „autogerechten Stadt“ richtete. Die Wahrnehmung dieser Warenhäuser im öffentlichen Straßenraum beschwor Unmut herauf. Pauschal lautete der Vorwurf, die Nachkriegswarenhäuser seien „durchrationalisierte Waren- und Verkaufschachteln, abgeschlossen nach außen, Illusionsfabriken im Inneren.“⁸

Ihren Bedeutungszenit überschritten die Warenhäuser Anfang der 1970er Jahre, als es in Westdeutschland noch 1.150 Kauf- und Warenhäuser gab, die einen Anteil von 10 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes auf sich vereinten.⁹ Seitdem sank der Umsatzanteil stetig: Lag er 1990 noch bei 4,6 Prozent, waren es 2010 nur noch 2 Prozent.¹⁰ Mitverantwortlich hierfür war neben der allgemeinen Steigerung der Verkaufsflächen und einem sich ständig ändernden Kundenverhalten das Vordringen zweier neuer Betriebstypen: des Verbrauchermarkts und des Einkaufszenters, beide zunächst vornehmlich auf der „grünen Wiese“ errichtet. Als die Einkaufszenters in den 1990er Jahren mehr und mehr in die Innenstädte vordrangen, wurden sie zu einer





unmittelbaren räumlich benachbarten Konkurrenz der Warenhäuser.

Die Kunden verabschiedeten sich vor diesem Hintergrund verstärkt vom Motto „Alles unter einem Dach“ und bevorzugten die spezialisierten Angebote des „Shop-in-Shop-Prinzips“ der Einkaufszentren. Zudem mieden sie immer häufiger die Obergeschosse, weil der Wunsch nach Bequemlichkeit wuchs und die Warenhäuser zu wenig Aufforderungscharakter zum Weitergehen in die oberen Verkaufsgeschosse entwickelten. Gleichzeitig wurde auf der Angebotsseite deutlich, dass bei einigen Warenhäusern die Standortbedingungen suboptimal waren. In den Boomjahren der Nachkriegszeit schien jeder Standort rentierlich zu sein; durch die neue Konkurrenz und die veränderten Kundenwünsche war das nun nicht mehr so.

Deutlich wird die Warenhauskrise besonders am Beispiel des ehemals größten deutschen Handelsunternehmens Karstadt, zu dem ab 1994 auch die Hertie-Warenhäuser gehörten, die nach und nach in Karstadt umbenannt oder geschlossen wurden. Nach der Fusion mit dem Versandhaus Quelle 1999 geriet der nun als KarstadtQuelle AG firmierende Konzern um 2004 in eine finanzielle Schieflage, in deren Folge er im August 2005 74 Filialen („Karstadt Kompakt“, mit Verkaufsflächen von weniger als 8.000 Quadratmetern) an den britischen Finanzinvestor Dawnay Day verkaufte. Dieser führte 2007 den Namen Hertie wieder ein. Die Finanzmarktkrise zerschlug jedoch die erhofften Renditeerwartungen. Im Juli 2008 musste Hertie Insolvenz anmelden. Die Schließung der kompletten Warenhauskette war nach Einschätzung des Insolvenzverwalters unvermeidbar, wenn sich der Hertie-Gesellschafter und Eigentümer Dawnay Day nicht zu drastischen Senkungen der weit über dem Marktwert liegenden Mieten bereit erklärte. In Nordrhein-Westfalen, wo mit 34 die überwiegende Zahl der verbliebenen Filialen lag, bot das Landeswirtschaftsministerium an, das Unternehmen mit einer Bürgschaft bei der Suche nach einem neuen Investor zu unterstützen, wenn es zu diesen Mietsenkungen bereit sei. Dies hätte den Warenhäusern gute Überlebenschancen eröffnet. Der Konzern glaubte jedoch, die Mietflächen einzeln zu weit höheren Preisen vermieten

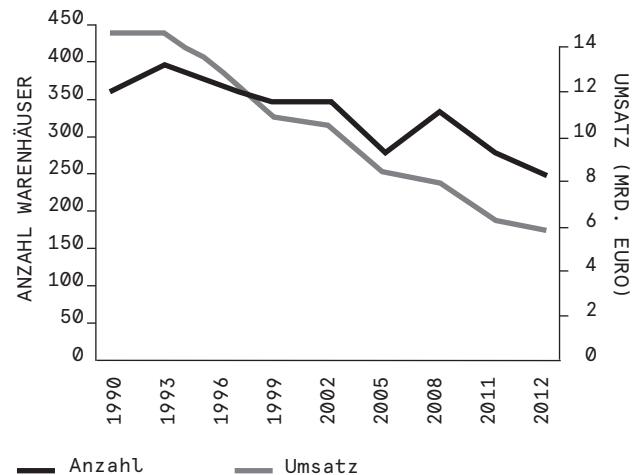


Abb. 6: Entwicklung der Warenhäuser (Karstadt, Kaufhof, Hertie, Horten) 1990–2012¹¹

zu können als en bloc unter Zugeständnis einer Mietsenkung (Gewinnmaximierungsprinzip), und wollte sich damit selbst sanieren. Als dies misslang, beschloss die Gläubigerversammlung im Mai 2009, die 54 noch unter dem Namen Hertie betriebenen Kaufhäuser zu schließen. So schlossen im Laufe des Jahres auch die Warenhäuser in Lünen, Gelsenkirchen-Buer und Detmold, deren Umbau- und Umnutzungskonzepte in Kapitel 3 beschrieben werden.

Wie sich diese Entwicklungen auf Anzahl und Umsatz der Warenhäuser niedergeschlagen haben, verdeutlicht Abbildung 6. Danach ist die Anzahl der ehemals vier großen Warenhausketten (Karstadt, Kaufhof, Hertie, Horten) von rund 330 Häusern im Jahr 1990 bis 2012 um fast ein Drittel gesunken und der Umsatz im gleichen Zeitraum sogar um fast zwei Drittel zurückgegangen. Neben den Horten- und Hertie-Häusern – die seit den 1990er Jahren umbenannt, verkauft oder geschlossen wurden – waren von den Schließungen vor allem Warenhäuser in Städten unter 100.000 Einwohnern, in Regionen mit hohem Flächenbesatz und solche abseits der 1A-Lagen betroffen.

Leer stehende Warenhäuser und ihre Revitalisierung

Die Öffentlichkeit stufte die Schließungen der Warenhäuser gemeinhin als großen Verlust ein, zumal negative Ausstrahlungseffekte nicht lange auf sich warten ließen. Sie waren zuvor meist der zentrale Einkaufsort gewesen, vielfach sogar Identifikationspunkt der Stadt bzw. Innenstadt, dies vor allem in Klein- und Mittelstädten. Die Wiederinwertsetzung dieser Objekte stand und steht daher in allen Städten ganz oben auf der Tagesordnung. Hinsichtlich der Umsetzung wird vor allem der Standort des Warenhauses in der Regel als günstig für eine neue Nutzung eingeschätzt;¹² aber auch die Größe der Objekte eröffnet viele Spielräume. Diese relativ günstigen Bedingungen spiegeln sich auch darin wider, dass nach einer Untersuchung der HafenCity Universität Hamburg 90 Prozent der untersuchten Standorte nachgenutzt werden. Dabei zieht sich der Ansiedlungsprozess in den meisten Fällen (40 Prozent) jedoch über mehr als fünf Jahre hin.¹³

Für diese relativ langen Entwicklungszeiten sind neben der wirtschaftsstrukturellen Situation der jeweiligen Stadt vor allem drei Aspekte verantwortlich:

1. Teilweise führen durch Insolvenzen entstandene, komplizierte, auch durch internationales Recht tangierte Eigentumsverhältnisse und hohe Kaufpreisvorstellungen zwangsläufig zu langwierigen, zähen Verhandlungen zwischen Immobilieneigentümern und Entwicklern.¹⁴

Eine zögerliche Bereitschaft zu Vermietung bzw. Verkauf wirkt hierbei zusätzlich negativ. Die Einsicht, dass es besser wäre, sich von zu hohen Buchwerten¹⁵ zu lösen, braucht Zeit und macht deshalb die Verhandlungen nicht einfach. Gerade in den letzten Jahren haben die Aktivitäten der Städte jedoch dafür gesorgt, dass sich die Immobilienwerte zunehmend an die tatsächlichen Marktgegebenheiten anpassen.

2. Einige Objekte befinden sich baulich in einem schlechten Zustand und sind zudem monofunktional auf eine Warenhausnutzung ausgelegt, sodass bei einer Wiedernutzung oder Umstrukturierung nicht unbeträchtliche Investitionskosten entstehen. In Zusammenhang mit dem zuvor genannten Punkt der überhöhten Kaufpreisvorstellungen ergeben sich daraus weitere erschwerende Rahmenbedingungen.
3. Ein vielerorts festzustellendes Überangebot an Einzelhandelsflächen bei gleichbleibenden Umsatzerwartungen führt zur Investitionszurückhaltung.

In naher Zukunft dürften die Zeiten für die noch existierenden Warenhäuser nicht ruhiger werden. Die Schlagzeilen aktueller Meldungen in Fach- und Tageszeitungen verdeutlichen, dass die Eigentümer nur noch begrenzte Freude an der Betriebsform haben und mal leiser, mal lauter über Verkäufe nachdenken. Auch die Option eines Zusammengehens von Karstadt und Kaufhof macht wieder die Runde.¹⁶ Neuere wissenschaftliche Studien bestätigen diese kritische Markt- und Wettbewerbsposition für die Betriebsform Warenhaus:¹⁷ Vor allem in Städten unter 100.000 Einwohnern hätten Warenhäuser kaum eine Zukunftsperspektive. In diese Klasse fallen 27 noch existierende Karstadt- und 22 Kaufhof-Häuser in Deutschland. Und auch bei einem Zusammengehen der Warenhäuser wird hier über die Schließung von rund 50 Häusern spekuliert.¹⁸

Die Umnutzungsaufgabe wird also weiter aktuell bleiben und nicht nur die Handelskonzerne oder Immobilieneigentümer beschäftigen, sondern auch die Kommunen. Vielleicht können die folgenden Best-Practice-Beispiele Anregungen für Lösungsansätze bieten.



Abb. 7: Herne, ehemaliges Warenhaus Hertie, seit 2009 leerstehend

- 1 Zentrale Teile der Darstellung beruhen auf den folgenden Veröffentlichungen:
Imorde/Junker 2014: S. 49–54; Pump-Uhlmann 2011: S. 9–21
- 2 Dörhöfer 2008: S. 27 f.
- 3 Ulrich 2013
- 4 Esslinger 2009
- 5 Strohmeyer 1980: S. 155
- 6 Ausführlich hierzu: Ladwig-Winters 1997
- 7 Schwanenflug 4/2013
- 8 Ullmann 1973: S. 46
- 9 Frei 1997: S. 160
- 10 Hessert 2013
- 11 Quelle: eigene Darstellung nach: Handel aktuell 1991, 1994, 1997, 2000, 2003, 2006/07, 2009/10, EHI Retail Institut, Köln und <http://www.handelsdaten.de/statistik/daten/studie/205841/umfrage/warenhaeuser---umsatz-der-fuehrenden-warenhausunternehmen-in-deutschland-im-jahr-2010>/<http://www.handelsdaten.de/statistik/daten/studie/205852/umfrage/zahl-der-warenhaeuser-der-groessten-warenhausunternehmen-in-deutschland-im-jahr-2010/>
- 12 Er liegt oft mitten in der Innenstadt bzw. im Stadtteilzentrum und zentral im Kundenlauf (Meyer 2011).
- 13 Hangebruch 2014: S. 52
- 14 Meyer (2011) führt aus, dass im Fall von Hertie vor allem mit regionalen Projektentwicklern verhandelt wurde; überregional agierten nur Kaufland und ECE.
- 15 Der Buchwert wird in der Bilanz des Eigentümers geführt, er liegt im Fall vieler Warenhäuser deutlich über dem Verkehrswert.
- 16 Zum Beispiel: Weber, Stefan: „Und er tut es doch. Anders als er es beteuert hat, verkauft Nicolas Berggruen nun Einzelteile von Karstadt. Die Signa-Gruppe übernimmt die Mehrheit an den Premium- und Sporthäusern. Verdi spricht von einer Zerschlagung des Unternehmens“. In: Süddeutsche Zeitung, Nr. 215 vom 17.9.2013; o. V.: „Metro will Kaufhof jetzt doch verkaufen. Pläne des Handelskonzerns heizen die Spekulationen um Warenhaus AG an“. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung, Nr. 228 vom 30.9.2013
- 17 Schwanenflug 2012
- 18 Bialdiga, Kirsten/Giesen, Christoph/Hägler, Max: „Aus der Not geboren. Karstadt plus Kaufhof: Die Eigentümer verhandeln über einen Zusammenschluss, doch es gibt noch einen Interessenten“. In: Süddeutsche Zeitung, Nr 115 vom 21.5.2015



Abb. 8: Lünen, ehemaliges Warenhaus Hertie während des Umbaus

3. Umbau und Umnutzung von Warenhäusern

BEST-PRACTICE-BEISPIELE

In den vergangenen fast drei Jahrzehnten ist eine Vielzahl von Warenhäusern leer gezogen – und der Großteil von ihnen ist wieder neu- oder nachgenutzt worden. Dementsprechend viele Umnutzungsbeispiele sind inzwischen bekannt. Für diese Publikation wurden sechs Warenhäuser ausgewählt, die baulich neue Maßstäbe setzen und für unterschiedliche Formen der Umnutzung stehen.

Zunächst werden Fälle vorgestellt, in denen die Gebäude (weitestgehend) durch eine öffentliche Einrichtung nachgenutzt werden. Hier war entweder eine privatwirtschaftliche Lösung nicht möglich und/oder die öffentliche Interessenlage passte unmittelbar zum leer gefallenem Gebäudeangebot. Ausgewählt wurden die Warenhäuser Kaufhof Siegen und Horten Neuss.

Die zweite Gruppe stellt Beispiele vor, bei denen eine hybride Nachnutzung gefunden wurde, meist Einzelhandel im Erdgeschoss und Dienstleistungen oder Wohnen in den Obergeschossen. Ausgewählt wurden hier die Warenhäuser Hertie Lünen und Karstadt Gelsenkirchen-Buer.

Schließlich wird auf ein Beispiel eingegangen, für das in vorbildlicher Weise wieder eine Einzelhandelsnutzung gefunden werden konnte. Ausgewählt wurde das Warenhaus Hertie Detmold.

Abschließend wird der Umgang mit der Horten-Immobilie in Hamm dargestellt. Dieses Projekt ist ein Beispiel für einen Gebäudeabriss mit anschließendem Neubau. Der Neubau wird

weitestgehend von öffentlichen Einrichtungen genutzt. Mit Blick auf die Nutzungen ist das Fallbeispiel Hamm somit den Umbauten der Warenhäuser Siegen und Neuss zuzuordnen.

3.1 Siegen

← ehemaliger Kaufhof → KrönchenCenter

- Langjähriger Leerstand
- kommunales Engagement
- kommunale Kultureinrichtungen und Einzelhandel

Standort: Markt 25, Siegen

Umbau:

Bauherr/Eigentümer: Stadt Siegen (heute)

Bauzeit: 2006–2007

Neue Nutzung: Kommunikations- und Kulturzentrum, Nahversorgungsmarkt

Architekt: Architektur-Atelier Jürgen Christ (Elftville–Martinsthal)

Oberirdische Geschosse: 3 zzgl. Dachgeschoss

Nutzfläche: ca. 10.000 m²

Parkplätze: 346 im benachbarten Parkhaus Rathaus/Markt

Umbaukosten: ca. 5 Mio. Euro inkl. Grunderwerbskosten

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Leonhard Tietz AG Köln, ab 1933 Westdeutsche Kaufhof AG

Baujahr: 1928 bzw. 1953 (Erweiterung)

Architekt: Wilhelm Kreis (Dresden)

1. Ausgangssituation¹

Die Innenstadt Siegens (103.000 Einwohner) ist durch die Bereiche Unter- und Oberstadt geprägt, die durch eine Hauptverkehrsstraße voneinander getrennt sind. Seit 1928 war das Kaufhof-Warenhaus in der Oberstadt ein namhafter Kundenmagnet mit großer Strahlkraft und diente zugleich als Endpunkt der bis dahin gemäß dem „Knochenprinzip“ funktional angelegten Innenstadt. Die Immobilie umfasste ca. 10.000 Quadratmeter Mietfläche bzw. ca. 8.000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Ab 1994 nutzte die Kaufhaus Kerber GmbH, eine Tochter der Kaufhof Warenhaus AG, mit flächenreduziertem Konzept einen Teil der Immobilie. Mit der Realisierung der City-Galerie als Einkaufszentrum in der Unterstadt entstand 1998 eine neue Einzelhandelskonkurrenz – mit der Folge, dass das Betreibermodell des Kaufhauses Kerber nicht mehr die frequenzerzeugende Anziehungskraft des Kaufhofs erreichen konnte.

Zudem verschärfte sich die Trennung der Siegener Innenstadt in Unter- und Oberstadt. Die Etablierung einer „Neuen Mitte“ an der Peripherie des Stadtkerns nahm dem alten Zentrum erwartungsgemäß seine Bedeutung als Ort des Handels. Dieser Funktionswandel beeinträchtigte die Altstadt stark und zog die Schließung vieler dort ansässiger alteingesessener Einzelhändler und Gastronomen sowie die Entleerung des Wochenmarkts nach sich. Die Standortverlagerung der Filialisten in die Unterstadt führte zu einer Funktionsänderung der Oberstadt und damit zu einem Bedeutungsverlust des ehemals wichtigsten Einzelhandelsstandortes. Nach Schließung des Kerber-Kaufhauses 1999 setzte sich die Erkenntnis durch, dass großflächiger Einzelhandel an diesem Mikrostandort nicht mehr anzusiedeln und ein Shop-in-Shop-System für die zu akquirierenden „kleinen“ Einzelhändler nicht finanzierbar sei.

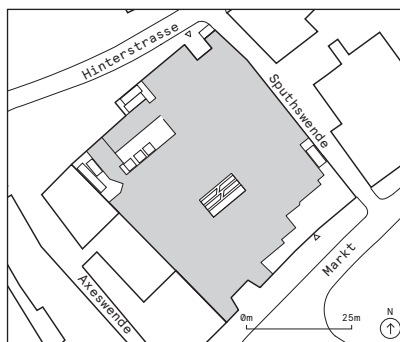
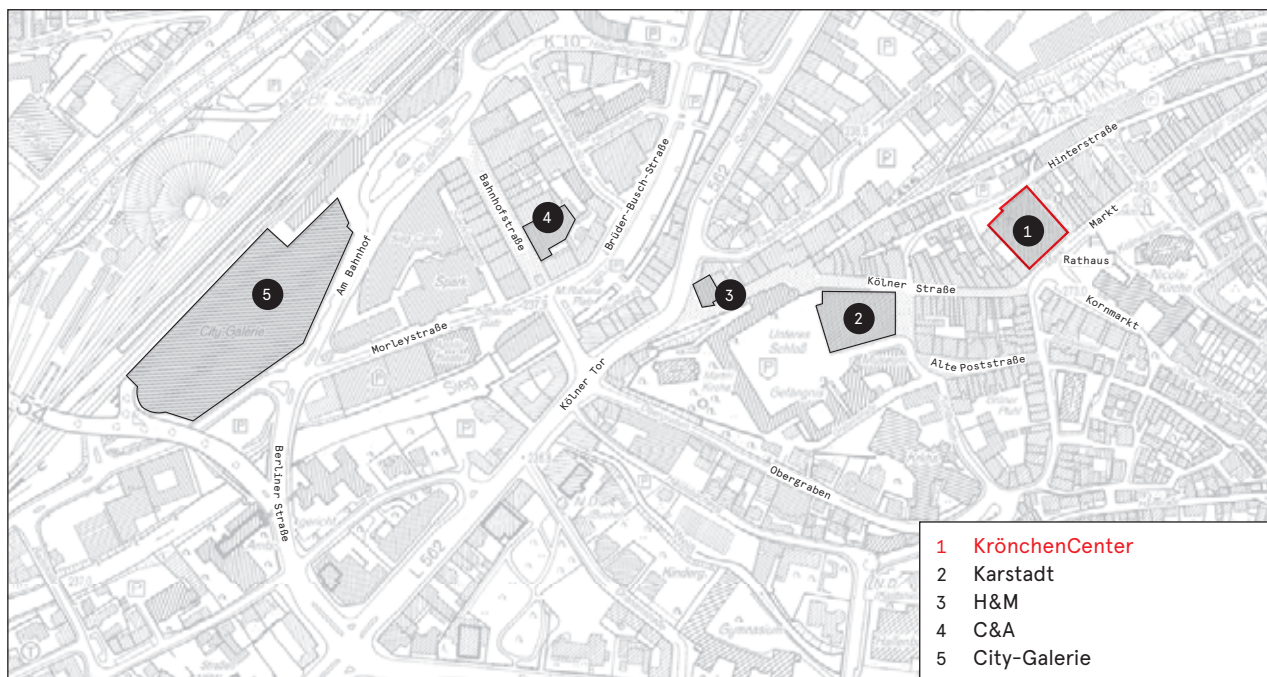
Um die im Zweitablauf zunehmende Leerstandsquote in der Oberstadt zu senken, musste die Stadt erhebliche Anstrengungen unternehmen. Der Einzug von marginalen Dienstleistern, Gastronomen und Konsumangeboten in die leeren Ladenlokale konnte den Qualitätsverlust zwar nicht beseitigen, jedoch etwas lindern. Von besonderer Bedeutung für die Stabilisierung der Oberstadt war die Wiederbelebung des ehemaligen Kaufhof-Warenhauses mit der auch ein Funktionswandel weg vom Einzelhandel verbunden war.

2. Planungsprozess

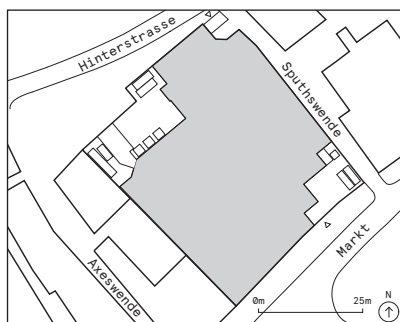
Die Wiederbelebung des 1928 erbauten und 1953 mit einem Erweiterungsbau versehenen Warenhausgebäudes hatte aufgrund seiner Bedeutung für die Oberstadt höchste Priorität innerhalb der Stadtentwicklung. Städtische Investitionen erschienen aber zunächst ausgeschlossen, da sich das Gebäude zum Zeitpunkt seiner Schließung nicht in kommunalem Eigentum befand. Nachdem jedoch die Akquisitionsbemühungen der Eigentümerin Deka Immobilien Investment GmbH um neue Mieter ergebnislos geblieben waren, bestand Verkaufsbereitschaft. Die fünfjährigen Anstrengungen der städtischen Projektgruppe „Reaktivierung Kaufhof“ wurden belohnt: Am 22. Dezember 2004 erwarben die Projektgesellschaft Heidenberg (inzwischen: „Projekte für Siegen“) und die Stadt Siegen die Immobilie gemeinsam in Teileigentum. Der nächste Schritt war die Entwicklung eines Nutzungskonzepts durch die neuen Eigentümer. Dieses Konzept sah vor, das ehemalige Traditionskaufhaus in ein Kulturzentrum (Krönchen-Center) mit ergänzender Einzelhandelsfunktion umzuwandeln.²

3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung³

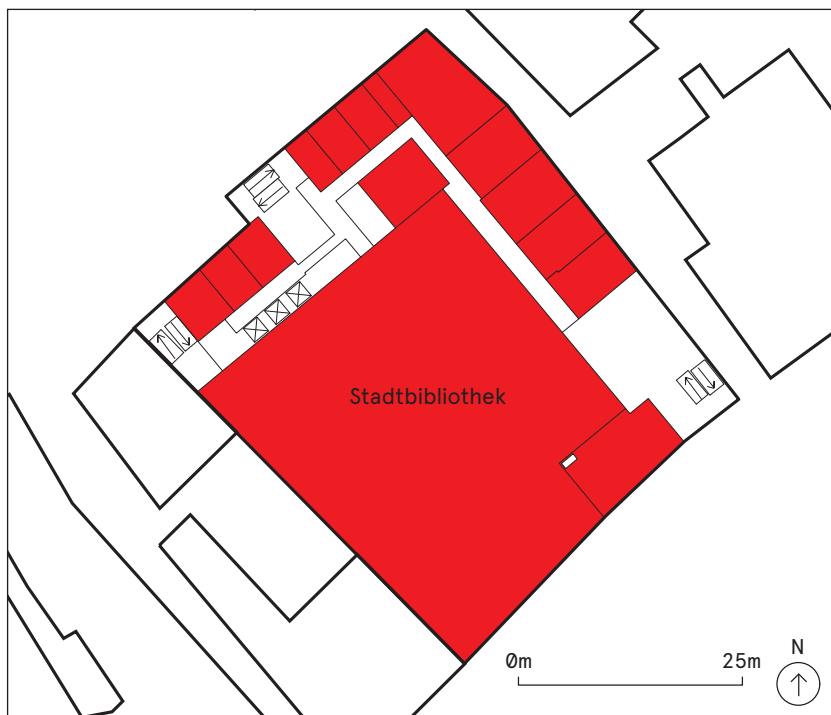
Das Konzept beinhaltete die übergeordnete Idee, die bisher im Stadtgebiet verteilten städtischen Kultureinrichtungen wie Stadtbibliothek, Volkshochschule, Stadtarchiv, aber auch die wissenschaftliche Bibliothek des Siegerlandmuseums sowie die Brüder-Busch-Gedenkstätte (Archiv der international bekannten Siegener Musikerfamilie) zu einem kommunalen Kommunikations- und Bildungszentrum zusammenzufassen. Von dieser Zusammenlegung zu einem „Treffpunkt der Kultur und Medien“ sollten alle genannten Kultureinrichtungen durch Synergieeffekte profitieren. Alle Einrichtungen hatten zuvor mit einer unzulänglichen Unterbringung zu kämpfen, was die



EG vor dem Umbau



EG nach dem Umbau



1. OG nach dem Umbau

- Einzelhandel, Gastronomie
- Kultur, Bildung
- Lufträume, Erschließung

Abb. 9: Siegen, ehemaliger Kaufhof/KrönchenCenter



Abb. 10: Siegen, KrönchenCenter



Abb. 11: Siegen, KrönchenCenter

Mitarbeiter wie auch die Besucher zunehmend belastete. Insbesondere der Stadtbibliothek und dem Stadtarchiv mangelte es an Raum für eine dringend notwendige Ausdehnung. Auch für die räumlich verteilte Volkshochschule bedeutet die Unterbringung von Geschäftsstelle und Unterrichtsräumen an einem Standort eine erhebliche Aufwertung.

Ein Nahversorgungsmarkt und gastronomische Einrichtungen im Erdgeschoss und im Basement des Gebäudes sollten das Konzept abrunden, um so das Versorgungsdefizit in der Oberstadt im Bereich Lebensmittel auszugleichen. Der Nahversorger bezog bereits im November 2006 die neuen Räumlichkeiten.

Ins 1. bis 3. Obergeschoss zogen dann 2007 auf insgesamt rund 6.000 Quadratmeter Fläche die Stadtbibliothek, die Volkshochschule, das Stadtarchiv und das städtische Kulturinstitut KulturSiegen sowie die Brüder-Busch-Gedenkstätte. Ein großer Veranstaltungsraum bietet allen Kultureinrichtungen des nun in KrönchenCenter umbenannten Bauwerks die Möglichkeit, dort Events aller Art wie Vorträge, Lesungen, Tagungen und Konferenzen, aber auch Konzerte stattfinden zu lassen. Die zentrale Unterbringung bietet den Einrichtungen so noch einen zusätzlichen synergetischen Nutzen.

Im Rahmen des Umbaus konnte die vorhandene Tragstruktur des Bauwerks der 1920er Jahre und des Erweiterungsbaus aus den 1950er Jahren vollständig erhalten bleiben. Lediglich die Vertikalerschließung (Rolltreppen und Treppenanlagen) und der Innenausbau mussten komplett entfernt und erneuert werden. Ebenso erfuhren die Fassaden zum Markt hin in den großen Schaufensterzonen des Erdgeschosses einige Veränderungen, die dem Erscheinungsbild beider historischer Fassaden – sowohl der denkmalgeschützten, mit einer reichen Ornamentik zwischen Jugendstil und Expressionismus versehenen Sandsteinfassade der 1920er Jahre als auch der Rasterfassade der frühen 1950er Jahre – guttaten. Geschickt wurde durch eine Rückstaffelung der Fassade im Erdgeschoss ein offener, überdachter, laubenähnlicher Eingangsbereich zu den kommunalen Kultureinrichtungen geschaffen. Ansonsten blieben die Fassaden zum Markt weitestgehend unangetastet. In der östlichen Seitenfassade wurden neue Fensteröffnungen hinzugefügt.

4. Bewertung

Das Beispiel des KrönchenCenters macht sehr anschaulich, welche Kraftanstrengungen eine Kommune unternehmen muss, um Leerstände zu beseitigen und erhaltenswerte Bauten einer sinnvollen und die Innenstadt belebenden Nutzung zuzuführen. Allerdings zeigt der Fall auch, wie infolge einer verfehlten Einzelhandelsentwicklung eine Innenstadt in Not geraten kann. Die dadurch verursachten Folgekosten fallen in aller Regel auf die Kommune zurück.

Das Projekt verdeutlicht außerdem, dass eine Kommune einen langen Atem braucht, weil es oftmals lange dauern kann, bis ein Immobilieneigentümer bereit ist, seine Immobilie zu einem angemessenen Preis an eine Kommune zu veräußern. Bis dann noch ein entsprechendes Nutzungskonzept maßgeschneidert und baulich umgesetzt ist, können schnell viele Jahre – in diesem Beispiel acht – vergehen. Das Siegener Beispiel zeigt, wie es gelingen kann, mit sehr geringen Umbaukosten ein identitätsstiftendes Gebäude zu erhalten. Eingriffe im Inneren waren vergleichsweise einfach zu realisieren, die Fassade zum Markt erfuhr sogar eine Aufwertung.

- 1 S. hierzu: Peppel 2006; Junker et al. 2008: S. 169–181
- 2 Homepage der Stadt Siegen zum KrönchenCenter (<http://www.siegen.de/standard/page.sys/433.htm>)
- 3 S. ebd.

3.2 Neuss

← ehemaliger Horten
→ Rheinisches
Landestheater und
Verwaltungssitz des
Rhein-Kreises Neuss

- Frühzeitige Planung der Nachnutzung
- Rückbau bis auf Tragwerk
- Kultur- und Dienstleistungszentrum

Standort: Oberstraße 95, Neuss

Umbau:

Bauherr/Eigentümer: Neusser Bauverein AG
(Theater, Kino und Passage) und Rhein-Kreis Neuss (Kreishaus)
Bauzeit: 1999–2000
Neue Nutzung: Landestheater, Kreishaus, Programmkino,
Ladenpassage mit Einzelhandel
Architekten: Ingenhoven & Ingenhoven (Neuss)
Oberirdische Geschosse: 3
Bruttogeschossfläche: 22.850 m²
Nutzfläche: knapp 21.000 m²
Parkplätze: ca. 450 (im benachbarten Parkhaus Tranktor)
Umbaukosten: ca. 43,5 Mio. Euro

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Helmut Horten GmbH
Baujahr: 1961–1962
Architekten: Helmut Hentrich und Hubert Petschnigg
(Düsseldorf)

1. Ausgangssituation

Die Innenstadt von Neuss (151.000 Einwohner) ist durch einen etwa 700 Meter langen Haupteinkaufsbereich von der Hafenstraße bis zur Zollstraße geprägt. An einem exponierten Standort an der Oberstraße/Ecke Zollstraße in unmittelbarer Nachbarschaft zum Busbahnhof bildete ein 1962 eröffnetes Merkur-Warenhaus das südöstliche Ende des innenstädtischen Einkaufs- und Geschäftszentrums. Es wurde später vom



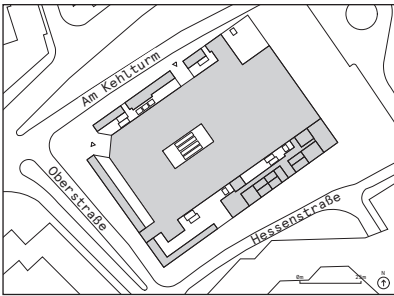
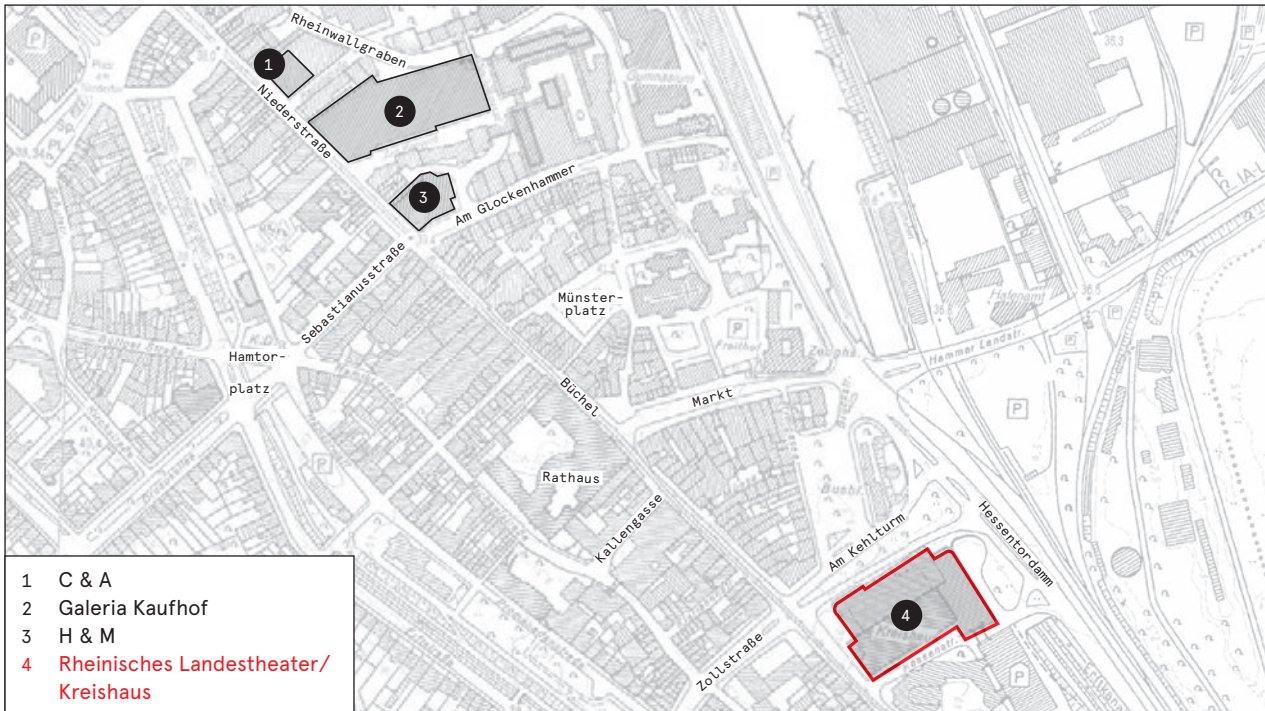
Abb. 12: Neuss, ehemaliges Merkur-Warenhaus, später Horten, um 1963

Horten-Konzern übernommen. Der Konzentrationsprozess im Einzelhandel, im Zuge dessen der Kaufhof-Konzern die Horten-Warenhäuser übernahm, führte 1999 zur Schließung des großflächigen Gebäudekomplexes mit seinem bekannten, allortigen gleichen Fassadenbild.

2. Planungsprozess

Da der Betreiber seine Absicht, das Horten-Warenhaus aufzugeben, der Stadt Neuss frühzeitig mitgeteilt hatte, konnten grundsätzliche Überlegungen und Planungen zur Umnutzung des Gebäudes noch während der Betriebsphase erfolgen. Im kommunalpolitischen Abwägungs- und Diskussionsprozess wurde eine Vielzahl von Nutzungsalternativen erörtert. Diese schwankten zwischen der Wiederbelebung des Einzelhandelsangebotes im Bestand und dem Totalabriss mit Errichtung kleinteiliger Ersatzneubauten für das innerstädtische Wohnen. Konsens gab es lediglich in dem Punkt, dass ein längerer Leerstand das Neusser Stadtzentrum belasten würde und daher in jedem Fall zu vermeiden war. In dieser Situation machte das Architekturbüro Ingenhoven & Ingenhoven, unterstützt durch die Neusser Bauverein AG, den Vorschlag zum Umbau des Gebäudekomplexes in ein Kultur- und Dienstleistungszentrum mit ergänzenden Einzelhandelsflächen für die Nahversorgung. Zum Zeitpunkt der Auflösung der Horten-Filiale suchte das Rheinische Landestheater bereits seit Jahrzehnten neue, angemessene Spielstätten, außerdem benötigte auch die Kreisverwaltung ein neues Verwaltungsgebäude als zentrale Dienststelle zur Verbesserung der inneren Abläufe und des Kundenverkehrs. Das bestehende, räumlich getrennte und ehemals von den Warenhauskunden genutzte Parkhaus wurde als für die Funktionsfähigkeit der Immobilie wesentliches Element in die Planungen mit einbezogen.

Die Entscheidungsgremien der Stadt und des Kreises griffen den Vorschlag auf. Sie erkannten die Chance, die Kulturmeile des Neusser Obertor-Viertels um neue Angebote zu ergänzen und gleichzeitig die Bedeutung der Stadt Neuss als Verwaltungsstandort eines der wirtschaftsstärksten Kreise in Nordrhein-Westfalen zu stärken. Der Rat der Stadt Neuss fasste im Jahr 1998 einen entsprechenden Beschluss zum Umbau des Gebäudes. Ab 1999 erfolgte daraufhin in nur 21-monatiger Bauzeit die Umwandlung des Warenhauses in ein multifunktionales Kultur- und Verwaltungszentrum.



EG vor dem Umbau



EG nach dem Umbau



1. OG nach dem Umbau

- Einzelhandel, Gastronomie
- Kultur
- Büro, Verwaltung
- Lufträume, Erschließung

Abb. 13: Neuss, ehemaliger Horten/Rheinisches Landestheater und Kreishaus



Abb. 14: Neuss, Rheinisches Landestheater und Kreishaus

3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung¹

Das ehemalige Warenhaus beherbergt nun den Sitz der Kreisverwaltung auf 10.867 Quadratmetern, den neuen Spielort des Rheinischen Landestheaters (RLT) mit einer Haupt- und einer Studiobühne (mit 450 bzw. 99 Plätzen), ein Programmkinos (mit 90 Plätzen), Gastronomie sowie eine Ladenpassage mit kleinteiligem Einzelhandelsangebot. Die Gesamtnutzfläche des neuen Konzeptes beträgt fast 21.000 Quadratmeter.

Um großflächigen Einrichtungen der beiden neuen Hauptnutzer – Landestheater und Kreisverwaltung – funktional störungsfrei unterzubringen, wurden sie räumlich getrennt. Hierfür bediente sich der Architekt eines Kniffs: Er durchschnitt das Gebäudevolumen in zwei eigenständige Hälften, in deren Mitte er eine Passage anordnete. An der Oberstraße wurde das Gebäude in der Breite einer Konstruktionsachse zurückgebaut. Durch diesen Rückbau der Warenhausfront im Kreuzungsbereich von Oberstraße und der Straße Am Kehlturn entstand vor dem Rheinischen Landestheater und der Theatergastronomie ein großzügiger Vorplatz. Die durch den Rückbau entfallene Nutzfläche wurde für das Theater in einem rückwärtigen Gebäudetrakt am Europadamms neu ergänzt. Auf diese Weise wurde ein stark gegliederter und differenzierter Baukörper geschaffen, der sich wohlthuend im Neusser Stadtbild als ein Bauwerk aus zwei gegeneinander verschobenen Gebäudehälften präsentiert.

Das alte Horten-Warenhaus wurde nahezu vollständig bis auf das Traggerüst zurückgebaut. Decken wurden aus- und räumlich neu zugeschnitten, großflächige Fenster eingeschnitten und Stützen eingesetzt; das Stahlbetonskelett des Warenhauses blieb jedoch als tragende Konstruktion für die neuen

Nutzungen weitgehend erhalten. Dieser nachhaltige Umgang mit vorhandener Gebäudesubstanz erzielte erhebliche Kostenvorteile gegenüber einer Neubaulösung. Außerdem konnte der Nachweis über die notwendigen Pkw-Stellplätze im erhalten gebliebenen, benachbarten Tranktor-Parkhaus erbracht werden.

Alle Zugänge zur Kreisverwaltung in der der Innenstadt abgewandten Gebäudehälfte führen unmittelbar in eine zentrale, von Glas überdachte, multifunktionale Halle, um die sich die jeweiligen Amtsbereiche gruppieren und organisieren. Dieser neu entstandene große Hof spendet den umliegenden Büroflächen von drei Seiten Licht. Publikumsorientierte Ämter wie das Gesundheitsamt und das Straßenverkehrsamt sind im Erdgeschoss, die übrigen Amtsbereiche, wie zum Beispiel die Verwaltungsleitung und die Besprechungsräume, im zweiten Obergeschoss untergebracht.

Eine 70 Meter lange Passage (Tranktorpassage) teilt und verbindet gleichzeitig die beiden Gebäudeteile. Hier waren zunächst vor allem Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Nachdem das Einzelhandelskonzept mit kleinteiligem Handel von hochwertigen Gütern nicht aufgegangen war und sich schon nach kurzer Zeit auf die Nahversorgung und einige Dienstleister neu ausgerichtet hatte, wurde dieser Bereich restrukturiert. 2007 zog der bis dato im Untergeschoss ansässige Aldi-Markt als innenstadtnaher Lebensmitteldiscounter auf eine größere Fläche von 820 Quadratmetern im Erdgeschoss. Einige kleinere Geschäfte und Dienstleister blieben, andere zogen aus. Die Passagenlösung wurde aufgegeben. Die Räume im Untergeschoss werden nun als Lager für den Lebensmittel-Discounter und vom Bauverein Neuss genutzt.

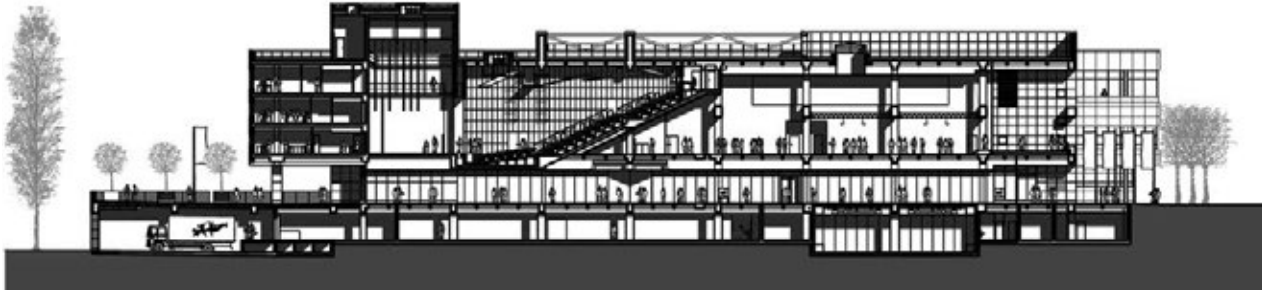


Abb. 15: Neuss, Schnitt durch das Rheinische Landestheater



Abb. 16: Neuss, Kreishaus

4. Bewertung

Das Beispiel verdeutlicht, wie wichtig eine frühzeitige Mitteilung über die Aufgabe eines Warenhausstandorts für eine Stadt sein kann. Dadurch konnten in Neuss konzeptionelle Überlegungen und Planungen zur Umnutzung noch während der Betriebsphase des Warenhauses erfolgen, sodass kein für die Innenstadt negativer Leerstand entstand.

Bauliche Veränderungen und eine Gliederung des Gebäudes brachten das ursprünglich wuchtige Bauvolumen auf eine stadtverträgliche Kubatur. Die städtebauliche Einbindung des Gebäudes ist dadurch deutlich verbessert: Der Baukörper öffnet sich zur Haupteinkaufsstraße und fächert die Fußgängerströme von dort in verschiedene Richtungen auf.

Der weitgehende Erhalt der vorhandenen Stahlbetonskelettkonstruktion war ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor, ebenso die Nutzung des benachbarten Parkhauses. Besonders bemerkenswert ist die mit dem klugen Teilrückbau und der schlüssigen Reorganisation verbundene architektonische Neuinterpretation des Gebäudes. So konnte eine hochwertige und zeitgemäße Architektur geschaffen werden, die das Gebäude besser in das Neusser Stadtbild einpasst, als es das Warenhaus je tat.

Die Innenstadt wurde durch die Bündelung verschiedener öffentlicher Nutzungen in diesem Gebäude in ihrer Funktionalität deutlich gestärkt. Das einzige Manko des Konzepts liegt in der Einrichtung des Einzelhandels in Form einer Passage. Dieses Konzept funktionierte von Anfang an nicht, weil die Passage ins Nirgendwo führt. Der Fehler konnte jedoch durch eine neuerliche Umstrukturierung des Einzelhandelskonzepts behoben werden.



Abb. 17: Neuss, Kreishaus, Lichthof

1 Angaben in diesem Abschnitt aus: Winkler 2002; Neusser Bauverein/Modernes Neuss 2006: S. 63–65

3.3 Lünen

← ehemaliger Hertie → Wohn- und Geschäftshaus

- Kommunale Handlungsstrategie
- Entkernung und Teilrückbau
- Neunutzung mit Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen

Standort: Willy-Brandt-Platz 4, Lünen

Umbau:

Bauherr/Eigentümer: Bauverein zu Lünen
Bauzeit: 2014–2015
Neue Nutzung: Handel, Gastronomie, Wohnen
Architekten/Projektentwickler: Uding Projektmanagement GmbH (Lünen)
Oberirdische Geschosse: 4
Bruttogeschossfläche: rund 11.600 m²
Nutzfläche: rund 8.700 m² (inkl. Tiefgarage)
Parkplätze: 51
Umbaukosten: ca. 12 Mio. Euro

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Hertie Waren- und Kaufhaus GmbH
Baujahr: 1968–1969
Architekt: unbekannt

1. Ausgangssituation

Im Jahr 1969 wurde das Hertie-Warenhaus in zentraler Lage am Willy-Brandt-Platz in der Lünen Innenstadt eröffnet. 40 Jahre lang stellte das Warenhaus einen markanten Handelsmagneten in direkter Anknüpfung an die Hauptgeschäftslage der Lünen City dar. Mit einer Grundfläche von rund 2.500 Quadratmetern fügte sich der kompakte fünfgeschossige Stahlbetonskelettbau in die großmaßstäbliche Struktur der unmittelbaren Nachbarbebauung ein und bildete die südliche Raumkante des Willy-Brandt-Platzes.¹ Der Hauptzugang des Hauses befand sich im Norden, ausgerichtet zum Willy-Brandt-Platz. Zudem war die Immobilie von der Marktstraße, dem Rathausplatz und der Mauerstraße aus über Nebeneingänge zugänglich. Das Warenhaus verfügte über keine hauseigenen Parkplätze, jedoch über Flächenanteile im Parkhaus am Markt.²

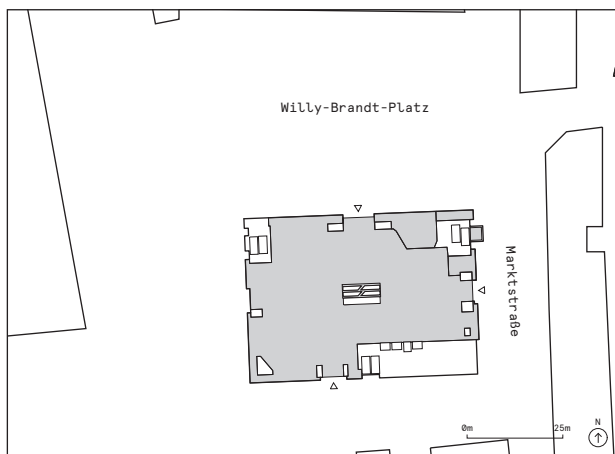
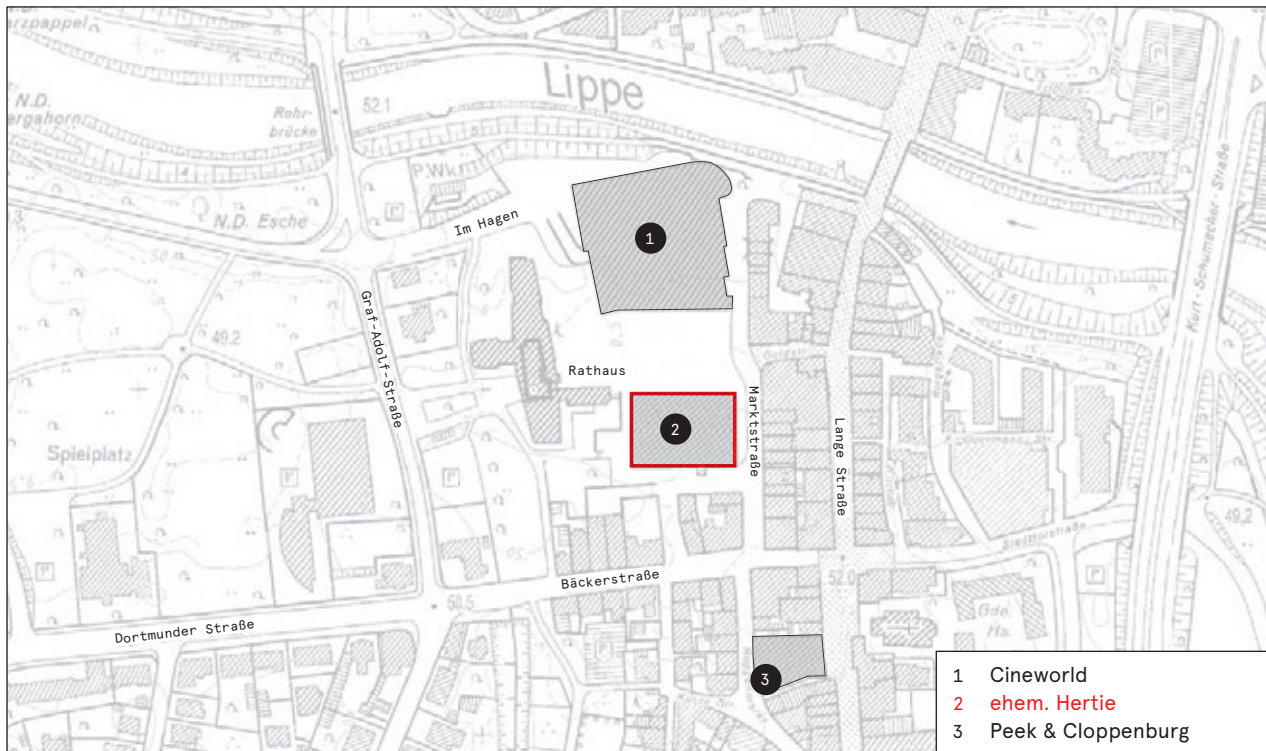
Das Hertie-Warenhaus umfasste fünf Verkaufsetagen mit zuletzt rund 7.500 Quadratmetern Verkaufsfläche, was rund ein Fünftel der Gesamtverkaufsfläche der Lünen Innenstadt ausmachte. In den oberen zwei Geschossen waren Lager- und Technikräume untergebracht. Aufgrund seines großen Flächenausmaßes wurden Teilflächen des Warenhauses seit jeher umstrukturiert oder blieben gänzlich ungenutzt.

In Zusammenhang mit dem Insolvenzverfahren des Mutterkonzerns erfolgte im März 2009 die Schließung des Warenhauses. Damit entstand ein Leerstand von rund 13.000 Quadratmetern Nutzfläche in zentraler Lage. Aufgrund seiner Größe und Massivität erfüllte das Gebäude nicht mehr die Ansprüche, die heute an eine qualitätsvolle innerstädtische Einzelhandelsimmobilie gestellt werden. Zudem war im Zuge der Schließung ein Abfall der Kundenfrequenz in der angrenzenden 1B-Einkaufslage auszumachen, damit einhergehend Umsatzeinbußen und die Zunahme an weiteren Leerständen in der Nachbarschaft. Um einer Abwertung des gesamten Innenstadtquartiers entgegenzuwirken, sah die Stadt Lünen sofortigen Handlungsbedarf.³

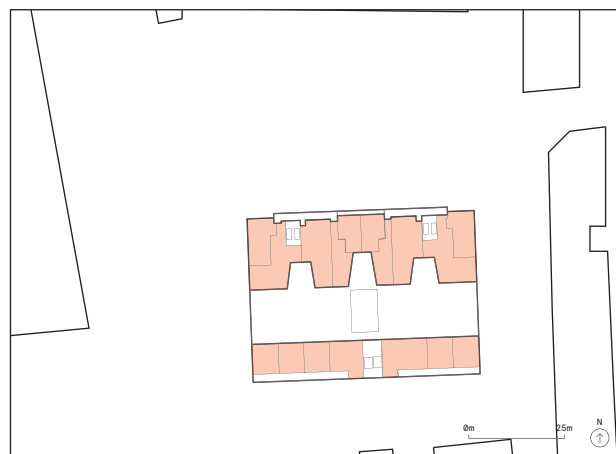
2. Planungsprozess

Um möglichst kurzfristig eine gemeinschaftlich getragene Neuentwicklung des ehemaligen Hertie-Standortes anzugehen, führte die Stadt Lünen Ende 2009 eine Expertenwerkstatt durch. Ziel dieser Werkstatt war es, unter Beteiligung der Einfluss nehmenden Akteure (Eigentümer, Land Nordrhein-Westfalen, lokale Akteure und externe Experten), die Entwicklungsperspektiven der Immobilie zu klären.⁴ Die Teilnehmer durchdachten verschiedene Szenarien und erarbeiteten letztlich ein Zielkonzept, das eine zielgerichtete Immobilienneuentwicklung durch einen umfassenden Umbau verfolgte. Ein Ergebnis der Werkstatt war, dass die vollständige Entkernung und ein Teilrückbau des Gebäudes vielfältige Nutzungsmöglichkeiten in exponierter Lage eröffnen würden.

Ein weiterer wichtiger Baustein bei der Umnutzung war die Zwischennutzung des Leerstandes. Ermöglicht wurde dies, weil die Stadtverwaltung Lünen über einen Vertrag mit dem Eigentümer der Hertie-Immobilie die Schlüsselgewalt über das Objekt erhielt. So bespielten im Rahmen des von der Stadt Lünen initiierten Wettbewerbs „Lünen SchauKasten“ ortsansässige Unternehmen, Vereine und Künstler die Schaufenster des leer stehenden Warenhauses und sorgten damit für deren attraktive Gestaltung.⁵ Parallel zu dieser temporären Aktion stand die Stadt Lünen in regem Kontakt mit dem Eigentümer. Die Maßnahmen der Ideenwerkstatt und der Zwischennutzung wurden über das Förderprogramm Stadtumbau West unterstützt. Darüber hinaus sprach die Stadt Lünen mit einem Investorenbrief, der alle Informationen und Zielvorstellungen zur Immobilienentwicklung zusammenfasste, gezielt Projektentwickler und Investoren an. Im September 2013 kaufte schließlich eine Wohnungsbaugenossenschaft, der Bauverein zu Lünen, die Immobilie und brachte zusammen mit einem Lünen Architekten und Projektentwickler den Umbau ins Rollen.

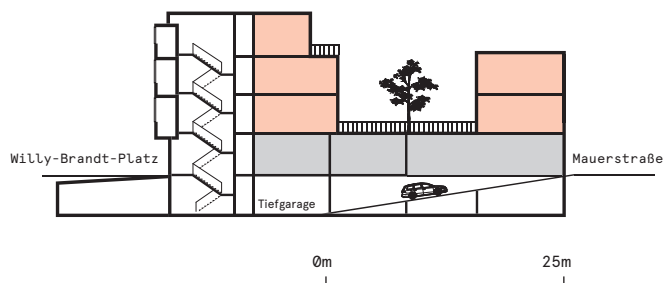


EG vor dem Umbau



1. OG nach dem Umbau

- Einzelhandel, Gastronomie
- Wohnen
- Lufträume, Erschließung



Schnitt durch das Gebäude nach dem Umbau

Abb. 18: Lünen, ehemaliger Hertie/Wohn- und Geschäftshaus

3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung

Anfang des Jahres 2014 begannen die Bauarbeiten des Umbauprojektes Hertie Lünen, das eines der größten privat finanzierten Projekte im Rahmen des Förderprogramms Stadtumbau West ist. Die oberen Geschosse wurden bis zum 4. Obergeschoss abgetragen und die Gebäudemitte, bis auf das Erdgeschoss, vollständig entkernt. In der Mitte des Gebäudes entsteht ein großer begrünter Lichthof in Form einer Ost-West-Schneise quer durch das Gebäude.

Das Entwicklungskonzept sieht eine Mischnutzung der Immobilie vor, bestehend aus Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen. Dabei bietet das Erdgeschoss auch zukünftig Flächen für gewerbliche Nutzungen. Neben einem größeren Gastronomiebetrieb wird die Volksbank als Ankermieter einziehen. Der Zugang wird von Norden aus, über den Willy-Brandt-Platz, gewährleistet sein, der daneben auch Flächen für außergastronomische Nutzungen bietet.

In den darüberliegenden Geschossen werden etwa 30 bis 35 barrierefreie Mietwohnungen entstehen, mit Flächen zwischen 50 und 100 Quadratmetern. Ein Teil der Wohnungen wird intern erschlossen, der andere Teil über die Nordseite des Gebäudes. Den Großteil der neu strukturierten Nutzfläche nehmen hochwertige Stadtwohnungen ein.

Das Untergeschoss, das ehemals auch als Verkaufsfläche diente, wird zu einer Tiefgarage mit Stellplatzflächen für Anwohner umstrukturiert. Die Zufahrt befindet sich im Süden des Gebäudes.

Nach aktuellem Stand (Dezember 2014) sind Rückbau und Entkernung weitestgehend abgeschlossen. Es folgen die Entwurfs- und Ausbauplanungen. Die Fertigstellung des Umbauprojektes ist für Ende 2015/Anfang 2016 geplant.



Abb. 19: Lünen, ehemaliges Hertie-Warenhaus, vor und während des Umbaus

4. Bewertung

Der Umbau des ehemaligen Hertie-Warenhauses am Standort Lünen zu einer gemischt genutzten Immobilie ist als Positivbeispiel für die Revitalisierung innerstädtischer Einzelhandelsimmobilien zu betrachten. Die städtebauliche und funktionale Einbindung des Gebäudes wird durch eine prägnante Architektur und die Ansiedlung zeitgemäßer Nutzungen optimiert. Der gut durchdachte Teilrückbau sowie die bauliche Umstrukturierung wandeln die alten baulichen Strukturen in eine neue, zeitgemäße Architektur um. Vorbildhaft sind darüber hinaus auch das Handlungsbewusstsein und die strategische Vorgehensweise der Stadtverwaltung Lünen, von der Durchführung verschiedener Ideenwerkstätten über eine temporäre Zwischennutzung bis hin zum Verkauf und der Konzepterarbeitung.

- 1 Stadt Lünen 2009: S. 6 f.
- 2 Stadt Lünen 2009: S. 8
- 3 Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 32 f.
- 4 Stadt Lünen 2009: S. 5, 13 f.
- 5 Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 34 f.

3.4 Gelsenkirchen-Buer

← ehemaliger Hertie
→ Lindenkarree

- Eigeninitiative von Einzelhändlern
 - behutsame Fassadensanierung
 - Mischnutzung mit kleinerem Einkaufszentrum, Dienstleistung und Wohnen
-

Standort: Hochstraße 40–42, Gelsenkirchen-Buer

Umbau:

Bauherr/Eigentümer: Investorengemeinschaft
Hochstraße 40–44

Bauzeit: 2013–2014

Neue Nutzung: Einzelhandel, Dienstleistung,
Senioren- und Pflegezentrum

Architekten/Projektentwickler: Dr. Schramm Fronemann
Partner (Gelsenkirchen)

Oberirdische Geschosse: 5

Bruttogeschossfläche: rund 11.560 m²

Nutzfläche: rund 8.600 m²

Parkplätze: 39

Umbaukosten: unbekannt

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Theodor-Althoff-Warenhauskette,
ab 1963: Karstadt AG

Baujahr: 1910–1912 bzw. 1928/29 erweitert

Architekt: Philipp Schaefer (Düsseldorf)

1. Ausgangssituation

1912 eröffnete Theodor Althoff ein Warenhaus in Gelsenkirchen-Buer für die Theodor-Althoff-Warenhauskette. Nach der Fusion mit der Karstadt AG lief der Betrieb des Warenhauses ab 1963 unter dem Namen Karstadt und seit 2005 unter dem Namen Hertie weiter. Im Zuge der allgemeinen Warenhauskrise Ende der 1980er Jahre wurden die Lebensmittelabteilung sowie das hauseigene Restaurant aufgegeben.

Der großflächige Baukörper mit einer Grundfläche von rund 2.000 Quadratmetern ist seit über hundert Jahren fester Bestandteil der baulichen Struktur des Haupteinkaufsbereichs Gelsenkirchen-Buers. Der Hauptzugang des Warenhauses lag



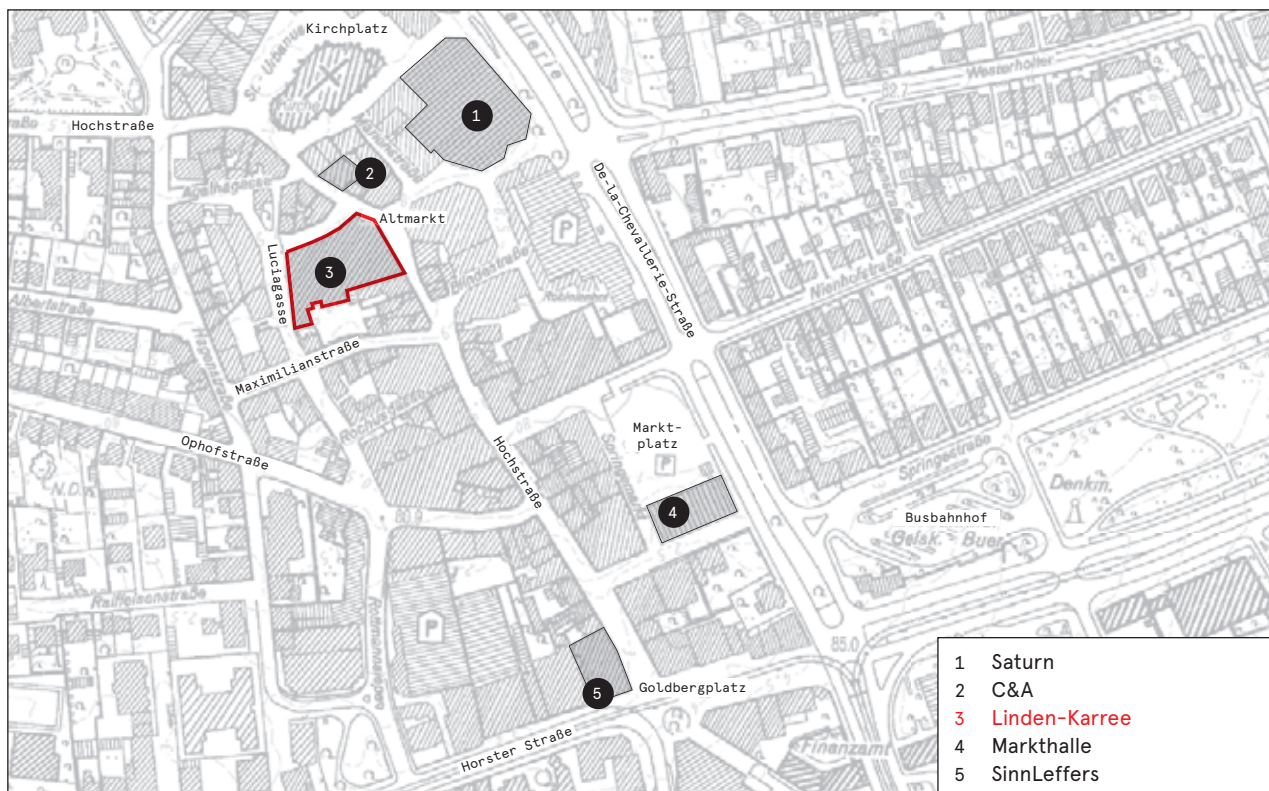
Abb. 20: Gelsenkirchen, Lindenkarree

an der belebten Hochstraße, die bis heute durch inhabergeführten Einzelhandel geprägt ist. Insgesamt umfasste das Hertie-Warenhaus rund 10.000 Quadratmeter Nutzfläche. Neben Verkaufsflächen waren im Gebäude Technik-, Büro- und Lagerräume untergebracht.

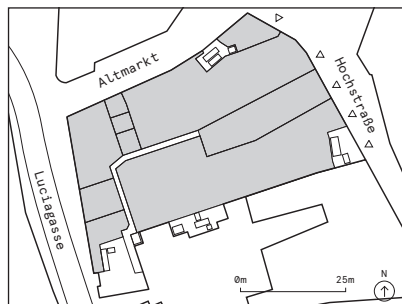
2009 schloss das Warenhaus im Zuge der Insolvenz Herties und hinterließ einen großen Leerstand mitten in der 1A-Lage Buers.

2. Planungsprozess

Um einer Schädigung der Buerer Bau- und Handelsstruktur erfolgreich entgegenzuwirken, sahen die Buer Management GmbH (kurz BMG – ein Zusammenschluss lokaler Grundeigentümer und Gewerbetreibender) sowie die Stadt Gelsenkirchen sofortigen Handlungsbedarf. Wegen zeitaufwendiger Verhandlungen mit dem Eigentümer, dem britischen Finanzinvestor Dawnay Day, sowie der Schwierigkeit, einen interessierten Investor zu finden, stand das ehemalige Hertie-Gebäude vier Jahre leer. Temporäre Handelsnutzungen in den Sortimentsbereichen Möbel und Home-Accessoires sorgten in dieser Zeit dafür, die Vitalität der Immobilie und ihrer Umgebung ein Stück weit aufrechtzuerhalten. Schließlich kaufte 2013 die Interessengemeinschaft Hochstraße 40–45, ein Zusammenschluss lokaler Investoren aus BMG und Bürgern, die Immobilie. Dies war der Startschuss für die Planungen des Umnutzungsprozesses, der kooperativ zwischen Stadt, Investorengemeinschaft und Architekten ablief. Die Öffentlichkeit wurde über die einzelnen Entwicklungs- und Bauphasen durch Pressekonferenzen und -mitteilungen informiert. Für interessierte Bürger organisierte der Pressesprecher der Investoren regelmäßige Führungen und Baustellenbesichtigungen. Ehemaligen Karstadt-Mitarbeitern wurden gesonderte Führungen angeboten, sie waren zudem auch bei der offiziellen Eröffnung als Ehrengäste dabei.



EG vor dem Umbau



EG nach dem Umbau



3. OG nach dem Umbau

- Einzelhandel, Gastronomie
- Wohnen
- Lufträume, Erschließung

Abb. 21: Gelsenkirchen-Buer, ehemaliger Hertie/Lindenkarree



Abb. 22: Gelsenkirchen, ehemaliges Hertie-Gebäude, vor dem Umbau



Abb. 23: Gelsenkirchen, Lindenkarree

3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung

Zügig nach dem Kauf durch die Interessengemeinschaft begannen 2013 die Umbauarbeiten des ehemaligen Hertie-Gebäudes zum Lindenkarree. Um aktuelle Anforderungen der Händler in Bezug auf Größe und Zuschnitt der Verkaufsflächen zu erfüllen und auch den oberen Geschossen neue Nutzungen zuordnen zu können, wurde das Innere der Immobilie vollständig entkernt. Die Natursteinfassade wurde durch eine behutsame Sanierung erhalten. Neue, großzügige Fenster und Schau-fenster sowie Eingangsbereiche sorgten für eine moderne Wirkung und ließen einen attraktiven Baukörper entstehen.

Das neue Lindenkarree eröffnete 2014 (Kellergeschoss, Erdgeschoss und 1. Obergeschoss) bzw. 2015 (2., 3. und 4. Obergeschoss) und umfasst eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Wohnen auf rund 8.600 Quadratmetern. Im Erdgeschoss sind Einzelhandel und ein gastronomischer Betrieb angesiedelt. Namhafte große Einzelhandelsunternehmen sind Rossmann, Xenos und Gerry Weber, die sich mit einer zur Fußgängerzone gerichteten Öffnung bestens in die bestehende Struktur integrieren. Darüber hinaus ergänzen inhabergeführte Geschäfte den Bestand im Kern des Stadtteils.

Mieter des 1. Obergeschosses ist ein Fitnessstudio, im 2. Obergeschoss sind nun die Stadtbibliothek und die Volkshochschule ansässig. Die oberen zwei Geschosse beherbergen ein Seniorenwohn- und Pflegezentrum. Parkmöglichkeiten für Kunden und Anwohner bietet eine Tiefgarage im Untergeschoss mit 39 Stellplätzen.

4. Bewertung

Die Revitalisierung des Hertie-Gebäudes in Gelsenkirchen-Buer durch eine gemischt genutzte Immobilie ist als gelungenes Umnutzungsbeispiel großer, innerstädtischer Leerstände zu bewerten. Trotz immenser baulicher Eingriffe im Inneren des Gebäudes ist dessen äußere Form erhalten geblieben und mit gestalterischen Mitteln aufgewertet worden.

Das außerordentliche Engagement der BMG im Zusammenschluss mit tatkräftigen Bürgern für ihren Stadtteil ist besonders hervorzuheben. Unterstützt durch die Stadt Gelsenkirchen haben sie einen die Bestandsstrukturen erhaltenden und identitätsstiftenden Baustein für Gelsenkirchen-Buer geschaffen.

3.5 Detmold

← ehemaliger Hertie → großflächiger Einzelhandel

- Aktive kommunale Steuerung
- Rückbau bis auf Tragwerk
- Neunutzung mit großflächigem Einzelhandel

Standort: Lange Straße 73, Detmold

Umbau:

Bauherr/Eigentümer: HLG Gesellschaft zur Entwicklung von Handelscentren mbH & Co. KG (Münster) und Amandla International GmbH & Co. KG (Unna)/neuer Eigentümer: Dereco (Köln)

Bauzeit: 2012–2014

Neue Nutzung: Einzelhandel

Architekten: Pfeiffer Ellermann Preckel (Münster)

Oberirdische Geschosse: 3

Nutzfläche: ca. 11.000 m² (ca. 10.000 m² Mietfläche)

Parkplätze: ca. 200

Umbaukosten: ca. 35 Mio. Euro

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Karstadt AG

Baujahr: 1978–1979

Architekt: Friedrich Spengelin (Hannover)

1. Ausgangssituation

Die Innenstadt von Detmold (73.000 Einwohner) ist durch zwei Einzelhandelsmagneten charakterisiert, die sich am nordöstlichen und südwestlichen Ende ihrer Fußgängerzone (Lange Straße) befanden: am südwestlichen Ende die Galerie Hornsches Tor und am nordöstlichen Ende ein Warenhaus aus den späten 1970er Jahren mit einer Verkaufsfläche von 7.500 Quadratmetern, zwischen denen sich die 1A-Lage der Detmolder Innenstadt erstreckte. Das Warenhaus beinhaltete zwei Verkaufsetagen im Erdgeschoss und Obergeschoss sowie zwei darüberliegende Parkdecks mit ca. 200 Stellplätzen. Die Zugänge erfolgten von der Woldemarstraße (Norden) und von der Langen Straße (Westen). Der Pkw-Verkehr wurde von der Woldemarstraße

über eine an östlicher Seite gelegene Spindel auf die Parkdecks geleitet. Die Warenhauskrise schwächte zunächst den nordöstlichen Pol der Innenstadt, der dann 2008 gänzlich leer stand. Die Wiederbelebung des Einzelhandelsstandorts an gleicher Stelle erfolgte Ende 2014 durch den Umbau des Warenhauses zu einem Einkaufscenter, dessen Geschäfte ausschließlich vom außen gelegenen Hauptgeschäftsbereich zugänglich sind.

2. Planungsprozess

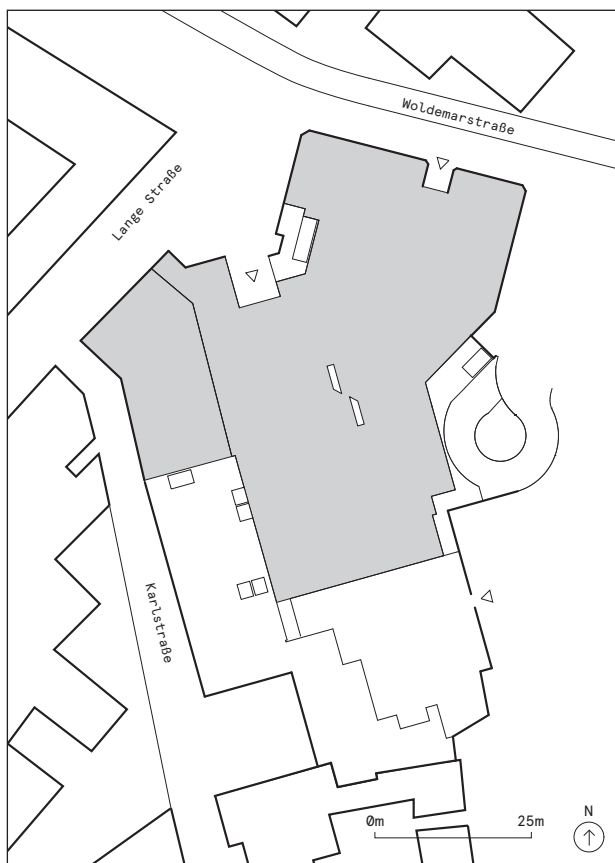
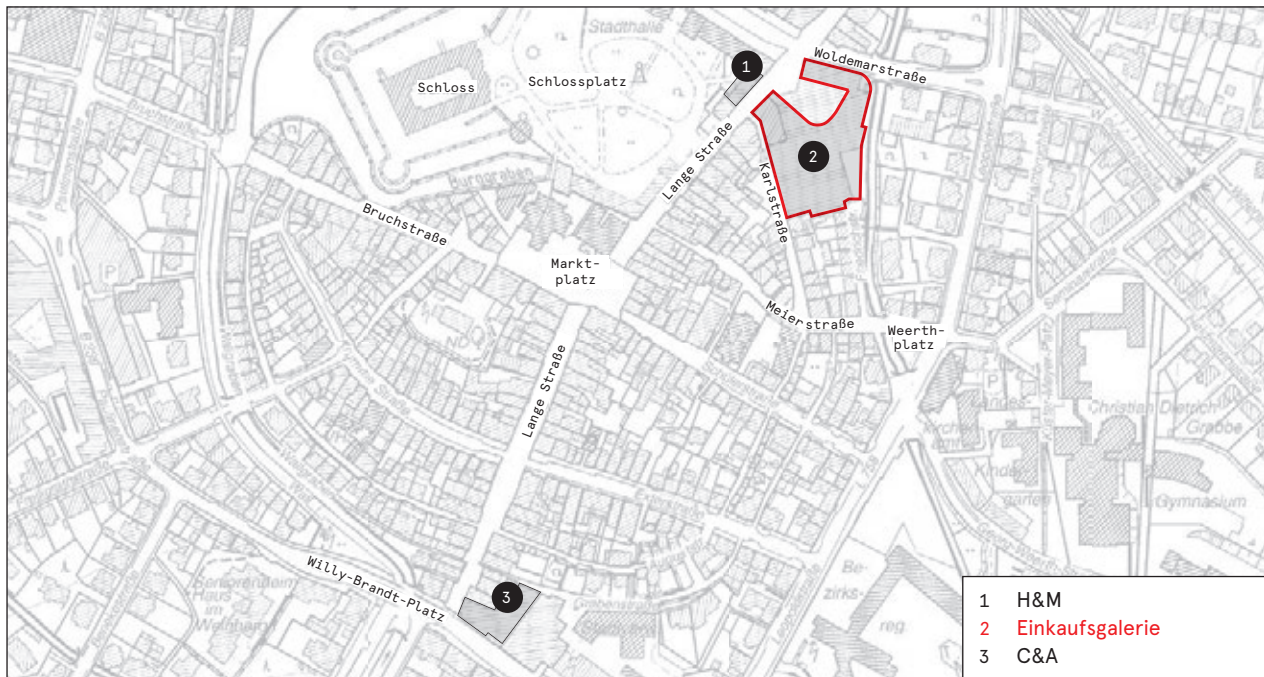
Das ursprünglich zum KarstadtQuelle-Konzern gehörende und nach dem Ankauf durch den britischen Finanzinvestor Dawnay Day in Hertie umbenannte Warenhaus musste 2009 infolge der Finanzkrise und der mangelnden Bereitschaft des Eigentümers, die Mieten zu reduzieren, geschlossen werden (siehe Kapitel 2.1). Die Stadt Detmold engagierte sich in den folgenden Jahren stark bei der Suche nach einem Neustart für den Einzelhandelsstandort. Ein großes Problem war zum einen die Überbewertung des Verkehrswerts des Gebäudes, die einen kommunalen Kauf ausschloss. Mit ca. 16 Millionen Euro war es viel zu hoch bewertet – vermutlich, um damit Verluste des ehemaligen Eigentümers in dessen Bilanzen zu minimieren. Nach einem zwischenzeitlichen Verkauf der Immobilie an einen neuen, jedoch wenig engagierten Privateigentümer kam es dann in den Jahren 2010 bis 2012 immer wieder zu Zwischennutzungen (Kurzzeitpachtverträgen), ohne dass sich dabei die Situation als Ganzes besserte. Kein neuer Magnet hielt Einzug in diesen etablierten Einzelhandelsstandort.

Um mehr Nachhaltigkeit zu erzeugen, verlangte die Stadt Detmold 2012 vom Eigentümer in Zusammenhang mit einem neuerlichen befristeten Nutzungsantrag einen Bauantrag, ein Brandschutzkonzept sowie die Rückerstattung von Außenständen wie der Grundsteuer. Diese Auflagen forcierten die Bereitschaft zu einem Verkauf der Immobilie an einen investitionsbereiten Investor.

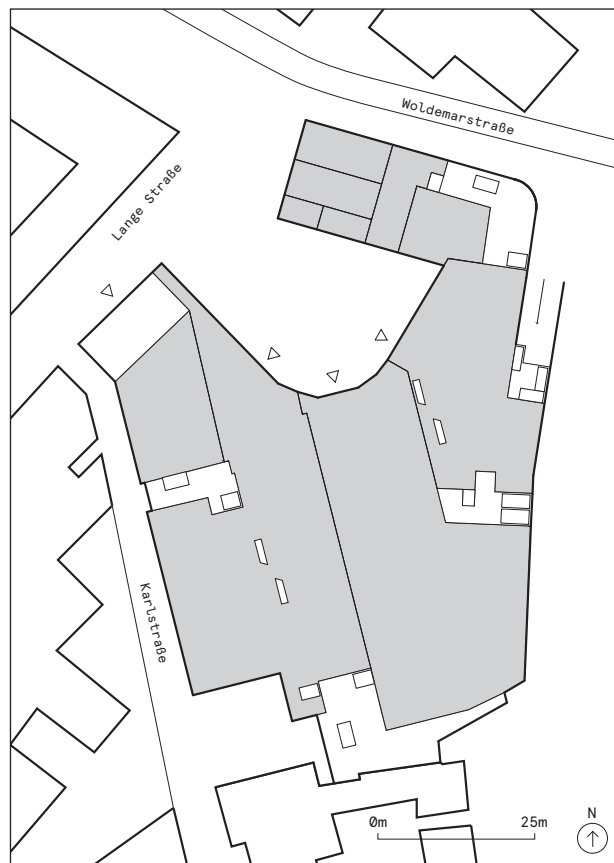
3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung

Im gleichen Jahr, 2012, wurde die Immobilie dann an ein Joint Venture, bestehend aus der HLG Gesellschaft zur Entwicklung von Handelscentren mbH & Co. KG aus Münster und der Amandla International GmbH & Co. KG aus Unna, verkauft. Diese planten und verwirklichten in den nächsten zwei Jahren den Umbau des ehemaligen Warenhauses zu einem innerstädtischen Einkaufszentrum mit einer Mietfläche von ca. 10.000 Quadratmetern für ca. 35 Millionen Euro. Erheblich beschleunigend wirkte sich bei der planerischen und baulichen Umsetzung aus, dass die Umbaumaßnahme im Rahmen des rechtskräftigen Bebauungsplans möglich war. Einige nötige Befreiungen von den geltenden Festsetzungen, zum Beispiel die Genehmigung einer Überschreitung der überbaubaren Flächen Richtung Woldemarstraße und zum angrenzenden Flüsschen Werre, berührten die Grundzüge der Planung nicht.

Auf zwei Etagen (Erdgeschoss und 1. Obergeschoss) entstanden ca. 8.400 Quadratmeter Einzelhandelsflächen. Das Sortiment ist mit den Marken C&A (2.700 Quadratmeter)



EG vor dem Umbau



EG nach dem Umbau

Einzelhandel, Gastronomie
 Lufträume, Erschließung

STUDIE

Abb. 24: Detmold, ehemaliger Hertie/umgebautes Warenhaus

sowie TK Maxx (1.500 Quadratmeter) besonders stark auf den Bekleidungssektor ausgerichtet. Als dritter Magnet fungiert eine Filiale der Drogeriekette Müller auf 2.100 Quadratmetern. Diese drei Marken nehmen die mit Abstand größten Flächen ein. Die kleineren Einzelhandelsflächen befinden sich derzeit noch in der Vermarktung. Ein Geschäft bietet unter anderem Schmuckartikel an. Darüber hinaus verfügt das Einkaufszentrum im Bereich des 2. Obergeschosses über ein Fitnesscenter auf ca. 1.200 Quadratmetern sowie ein Parkhaus mit rund 200 Stellplätzen in den oberen zwei Geschossen. Die Eröffnung erfolgte am 25. September 2014.²

Der Entwurf des Münsteraner Architekturbüros Pfeiffer Ellermann Preckel sah den nahezu vollständigen Rückbau unter weitgehender Beibehaltung der Tragstruktur des Skelettbaues vor. Im Bereich des ehemaligen Eingangs zur Langen Straße wurde das Gebäude zurückgebaut. Hier weicht es aus der ehemaligen Flucht der Langen Straße zurück, um so einen offenen Vorplatz von knapp 800 Quadratmetern Größe entstehen zu lassen, von dem aus die Geschäfte direkt erschlossen werden. Im Gegensatz zu einem konventionellen, introvertiert angelegten Einkaufszentrum erfolgen so die Zugänge zu den Geschäften (in diesem Fall zehn Handels- und Dienstleistungseinheiten) nicht von einer internen Erschließungsstraße aus, sondern von dem hier platzartig angelegten öffentlichen Raum. Ein bestehendes Schuhgeschäft in unmittelbarer Nachbarschaft konnte in das Gebäude integriert werden. Drei Handelsgeschäfte erstrecken sich jeweils über zwei Etagen, je über eigene interne Rolltreppen erschlossen. Diese großflächigen Einheiten von bis zu mehr als 3.000 Quadratmetern Größe bereichern das bisher auf kleinere Formate ausgelegte Angebot an Geschäften in der Detmolder Innenstadt.

Anstelle der ehemals nur im Erdgeschoss geöffneten Fassaden erhielt das Gebäude nun eine klassisch anmutende dreigeschossige Lochfassade, die von einer balustradenähnlichen Attika abgeschlossen wird.

Die bisherige Auffahrtsspinde zum Parkdeck wurde durch eine gerade Rampe ersetzt, die aus Lärmschutzgründen komplett hinter der Fassade liegt, die zum Flüsschen Werre (Osten) hin begrünt wird. Die Fassade selbst besteht aus durchgefärbtem Kratzputz in einem hellen Ockerton. Gestalterisch greift der Entwurf die in Detmold und insbesondere in der Straße Rosental anzutreffenden Gebäudetypen und deren Lochfassaden mit vertikalen Fensterformaten auf. Je nach Ausrichtung und Sichtachse variieren die Anteile von Fenstern und Mauerwerk und nehmen in ihren Proportionen die Vorgaben benachbarter Gebäude auf. Allein im Bereich des Vorplatzes ist die Fassade stärker aufgelöst.

4. Bewertung

Der Umbau von Hertie Detmold scheint als Positivbeispiel geeignet, um die Erneuerung eines Warenhauses an wichtiger Stelle innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches einer Stadt darzustellen. Beispielgebend ist sowohl das strategische Vorgehen der Stadt Detmold, um mittels Auflagen Druck auf einen wenig investitionsbereiten Eigentümer auszuüben, als auch eine im Zusammenspiel mit Investor, Entwickler und Architekt umgesetzte Konzeption, die sich extrovertiert zur



Abb. 25: Detmold, Karstadt, ab 2007 in Hertie umbenannt, 1980er Jahre



Abb. 26: Detmold, umgebautes Warenhaus

vorhandenen Fußgängerzone orientiert und auf eine introvertierte innere Erschließung komplett verzichtet. Dadurch gelang eine zeitgemäße Architektur mit einer städtischen Fassade. Die hier demonstrierte Umformung eines Warenhauses in großflächige, sich über zwei Etagen erstreckende Ladeneinheiten kann beispielgebend sein.

- 1 Stadt Detmold 2013
- 2 Stadt Detmold 2014

3.6 Hamm

← ehemaliger Horten → Heinrich-von-Kleist- Forum und Platz der Deutschen Einheit

- Abriss
- langjährige Leerstände und Zwischennutzungen
- kommunales Kultur- und Bildungszentrum

Standort: Platz der Deutschen Einheit 1, Hamm

Neubau:

Bauherr/Eigentümer: Stadt Hamm

Bauzeit: 2007–2010

Neue Nutzung: Bildung und Kultur (Stadtbücherei, Volkshochschule, Hochschule), Platz der Deutschen Einheit als Stadtgarten

Architekten/Projektentwickler: Heinrich-von-Kleist-Forum: ap plan (Stuttgart/Berlin); Platz der Deutschen Einheit: Irene Lohaus + Peter Carl (Hannover)

Oberirdische Geschosse: 5

Bruttogeschossfläche: rund 14.500 m²

Nutzfläche: rund 9.000 m²

Parkplätze: 365

Umbaukosten: ca. 28 Mio. Euro

Bauliches Original:

Bauherr/Eigentümer: Helmut Horten GmbH

Baujahr: 1969–1970

Architekt: unbekannt

1. Ausgangssituation

Das Fallbeispiel des ehemaligen Horten-Warenhauses in Hamm unterscheidet sich in einem wesentlichen Punkt von den anderen Beispielen: Dieses Warenhaus wurde gänzlich abgebrochen und nicht entkernt, teilabgebrochen oder umgebaut.

Das Bahnhofsquartier in Hamm entstand im Zuge der Stadterweiterungen im 19. Jahrhundert. Bahnhof und Bahnhofsvorplatz wurden zum Eingang der Innenstadt sowie zum Dreh- und Angelpunkt für die Hammer Bürger und

Besucher der Stadt. Zwischen den 1960er und den 1980er Jahren entwickelte sich dieser zentrale Bereich zu einem gefragten Einzelhandelsstandort, an dem sich neben kleineren Handelsgeschäften vor allem großflächiger Einzelhandel in der Betriebsform des Warenhauses ansiedelte.¹

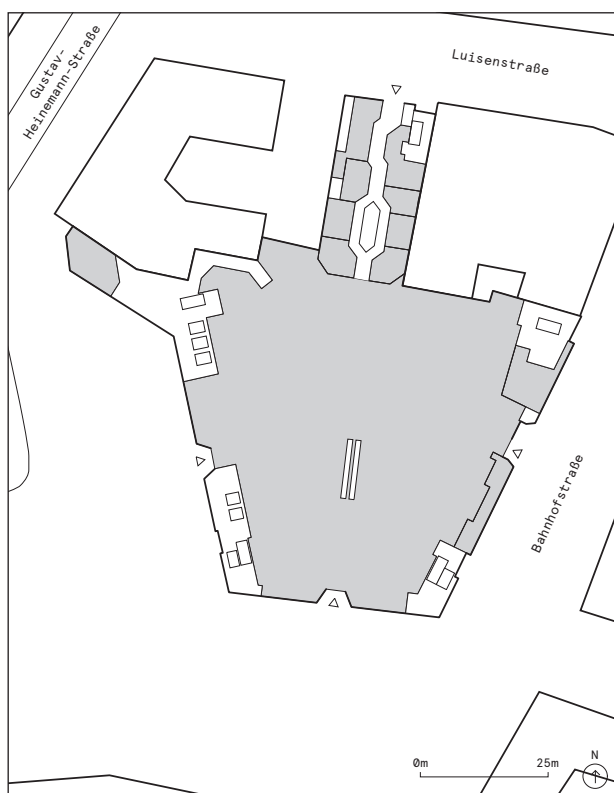
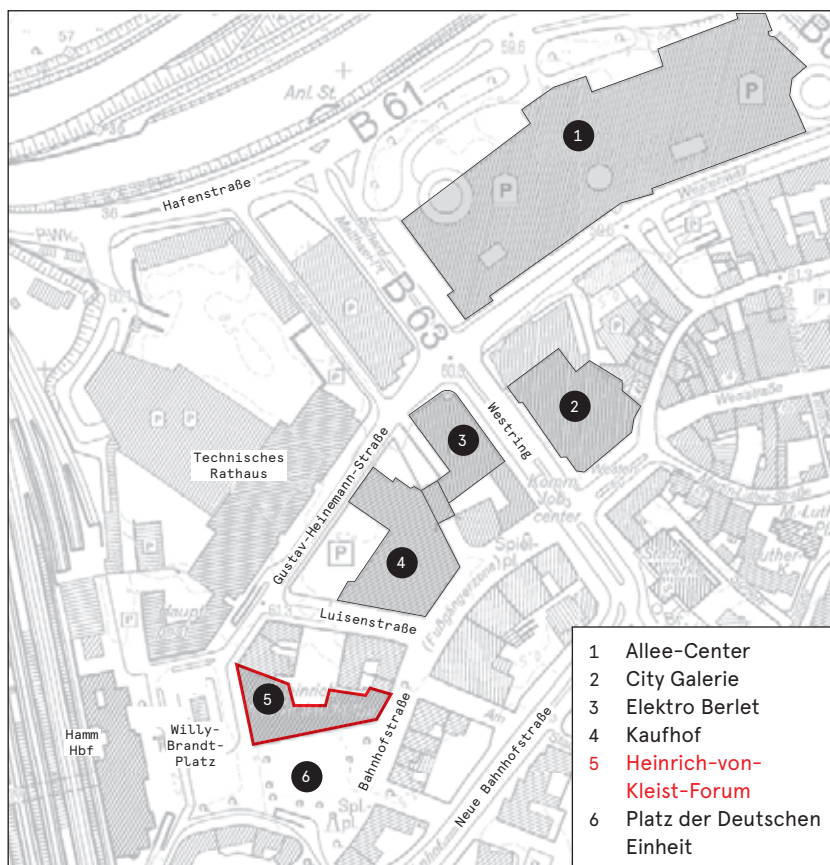
Neben den bereits ansässigen Warenhäusern TerVeen, Kaufhalle, C&A sowie später auch Kaufhof (1972) wurde im Oktober 1970 das viergeschossige Warenhaus Horten im Bahnhofsquartier eröffnet. Das größte Gebäude des Quartiers umfasste vom Untergeschoss bis ins 1. Obergeschoss eine Verkaufsfläche von rund 10.800 Quadratmetern und bot neben einem gastronomischen Angebot ein umfassendes Vollsortiment. Im 2. Obergeschoss waren Technik-, Lager- und Büroräume untergebracht. Zur Immobilie gehört eine zweigeschossige Tiefgarage mit 365 Stellplätzen.

Einhergehend mit der städtebaulichen Einbindung des Horten-Baus wurde die Verbindungsachse (Kurze Straße) zwischen Bahnhof und heutiger Fußgängerzone Bahnhofstraße überbaut und das Warenhaus mit seinen zum Bahnhofplatz und zur Bahnhofstraße ausgerichteten Ein- bzw. Ausgängen somit zum Durchgangsobjekt der Kundenlaufwege in die Innenstadt.²

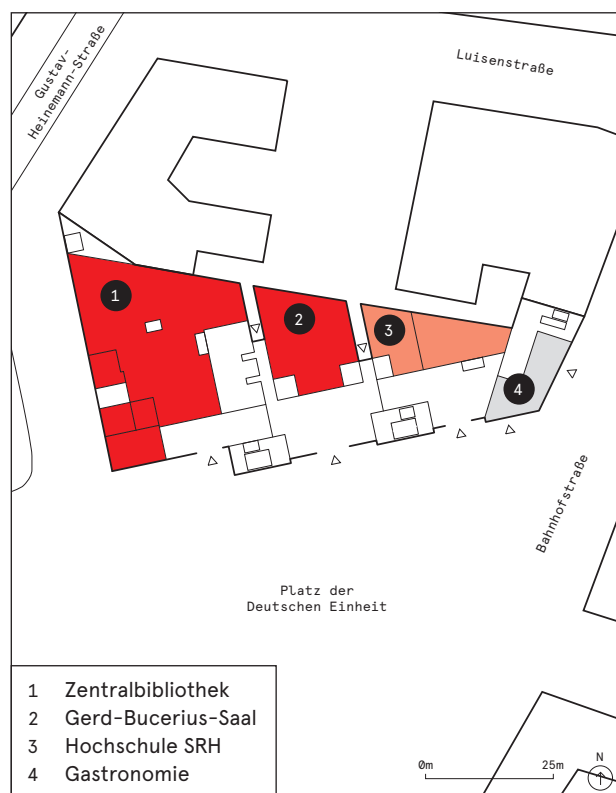
Bis in die 1980er Jahre hinein übte Horten im Zusammenspiel mit den anderen Warenhäusern und Handelsgeschäften noch eine große Anziehungskraft aus, die auch über die Stadtgrenzen hinausreichte. Der Bau des Allee-Centers am Rande des Bahnhofsquartiers in den 1990er Jahren und die allgemeine Warenhauskrise sorgten für eine Veränderung der Laufwege in die Innenstadt und führten letztendlich zum Funktionsverlust des Bahnhofsquartiers. Bis 2009 schlossen drei Warenhäuser, darunter auch Horten im Jahr 2000, wodurch die leer stehende Verkaufsfläche im Quartier auf 22.000 Quadratmeter anstieg. Um einer weiteren Abwertung entgegenzuwirken und den erforderlichen Strukturwandel voranzutreiben, wurde das Bahnhofsquartier nach der Aufstellung eines Handlungskonzeptes 2005 als Stadtumbaugebiet ausgewiesen.³ Dringenden Handlungsbedarf sah die Stadt Hamm dabei insbesondere in der Wiederbelebung der Horten-Immobilie, die als größter Bau und als Bindeglied zwischen Bahnhofsquartier und Innenstadt ein Schlüsselobjekt für die Quartiersentwicklung darstellte.⁴

2. Planungsprozess

Nach der Schließung im Jahr 2000 wurde zunächst versucht, der Abwertung der Immobilie und des gesamten Quartiers mit Zwischennutzungen und temporären, kreativen Schaufenstergestaltungen entgegenzuwirken. Von 2000 bis 2002 nutzte die Firma Yimpaş das Gebäude als größtes türkisches Kaufhaus außerhalb der Türkei. Zeitgleich lotete die Stadt Hamm zusammen mit dem Immobilieneigentümer (Metro Asset) verschiedene Möglichkeiten der dauerhaften Wiederbelebung des Standortes aus. Analysen zeigten, dass ein Umbau der Immobilie wirtschaftlich nicht tragfähig war – zum einen wegen der konstruktiven Voraussetzungen, zum anderen wegen der Ansprüche der sich abzeichnenden Nachnutzungsoptionen. Daraus entstand die neue Entwicklungsperspektive, einen Neubau zu errichten. Um die Anziehungskraft des vorhandenen Allee-Centers und anderer Einzelhandelslagen innerhalb des Stadtgebietes nicht zu gefährden, schloss die Stadt Hamm die



EG vor dem Umbau



EG nach dem Umbau

Abb. 27: Hamm, ehemaliger Horten/Heinrich-von-Kleist-Forum und Platz der Deutschen Einheit

Errichtung eines neuen Einkaufszentrums aus und setzte auf Kultur- und Bildungseinrichtungen.⁵ Aufgrund fehlender Investitionsbereitschaft auf privater Seite kaufte die Stadt 2006 mit Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen die Immobilie und lobte einen internationalen Hochbau-Realisierungswettbewerb für den Neubau eines Kultur- und Bildungszentrums, des Heinrich-von-Kleist-Forums, auf dem Horten-Grundstück aus.⁶ Zielvorgabe dieses Wettbewerbs war die räumliche Konzentration der Zentralbibliothek, der Volkshochschule und der privaten Hochschule SRH (Stiftung Rehabilitation Heidelberg). Im Jahr 2007 erfolgte dann der Abriss des ehemaligen Warenhauses und die Neubaurbeiten nach Planungen des Büros ap plan Stuttgart/Berlin begannen.

Die Planungen sahen südlich des Forums ein weiteres Baufeld von 2.500 Quadratmetern vor. Aufgrund des fehlenden privaten Investitionsinteresses entschied die Stadt Hamm, die Fläche vorerst von Bebauung freizuhalten, und entwickelte im Rahmen eines gutachterlichen Verfahrens verschiedene Ansätze zur freiraumplanerischen Gestaltung dieser Fläche. Ende 2009 beschlossen die politischen Gremien die Realisierung des Entwurfs der Landschaftsarchitekten Irene Lohaus + Peter Carl aus Hannover.⁷

3. Darstellung der baulichen und funktionalen Neuordnung

Im Februar 2010 wurde das Heinrich-von-Kleist-Forum auf dem ehemaligen Horten-Grundstück eröffnet und bietet seitdem auf rund 8.300 Quadratmetern der Zentralbibliothek, der Volkshochschule, der SRH sowie einem Gastronomiebetrieb neuen Raum. Anders als das ehemalige Warenhaus nimmt der neue Baukörper lediglich den nördlichen Teil der Grundstücksfläche ein. Damit wurde die historische Achse (Kürze Straße), die vor dem Bau der Horten-Immobilie das Bahnhofsquartier mit der Innenstadt verknüpfte, als neuer Verbindungsweg zur Innenstadt wieder aufgenommen. Die südliche Grundstücksfläche neben dem Heinrich-von-Kleist-Forum wurde zu einer attraktiven Freifläche, dem Platz der Deutschen Einheit, entwickelt.

Der fünfgeschossige, trapezförmige Neubau des Heinrich-von-Kleist-Forums aus Naturstein und Glas bildet zusammen mit dem Platz der Deutschen Einheit die östliche Raumkante des Willy-Brandt-Platzes und öffnet sich zu diesem mit einer klar strukturierten Fensterfassade und der neuen Verbindungsstraße in die Innenstadt. Von hier ist das Gebäude über den Haupteingang erschlossen, der sich großzügig über zwei Geschosse an der Süd-West-Gebäudeecke erstreckt. Die vertikale Gliederung in drei Teile ermöglicht den drei ansässigen Instituten eine Erschließung über eigene Eingänge und Foyers. Ein zentraler, für alle Nutzer zugänglicher Veranstaltungssaal im Erdgeschoss führt die Funktionen zusammen.⁸

Der Gastronomiebetrieb befindet sich im Süden des Gebäudes, angeschlossen an die Fußgängerzone Bahnhofstraße. Flächen für außergastronomische Nutzungen tragen zu einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität bei. Die oberste Ebene ist als Staffelgeschoss auf dem Dach errichtet und bietet Raum für die Verwaltungen der drei Institute.⁹

Der südliche, unbebaute Teil des ehemaligen Horten-Grundstück umfasst die Fläche zwischen Willy-Brandt-Platz und Bahnhofstraße und grenzt sich durch die neue

Verbindungsstraße in die Innenstadt vom Heinrich-von-Kleist-Forum ab. Der hier entstandene Platz der Deutschen Einheit bietet den Hammer Bürgern und Besuchern einen innerstädtischen Ort für Ruhe und Erholung. Bäume nehmen die Baufluchten des Heinrich-von-Kleist-Forums auf und sorgen damit für ein stimmiges Gesamtbild. Die Anpflanzung immergrüner Heckenreihen gibt Bewegungslinien zwischen Willy-Brandt-Platz und Bahnhofstraße vor und Bänke ermöglichen das Verweilen in einer stimmungsvollen Umgebung. Eine Lichtinstallation setzt den Platz der Deutschen Einheit auch bei Dunkelheit in Szene und gestattet eine Nutzung „rund um die Uhr“.¹⁰

4. Bewertung

Der Abriss der Horten-Immobilie im Zusammenhang mit dem Neubau des Heinrich-von-Kleist-Forums im Hammer Bahnhofsquartier ist als positives Beispiel für die Revitalisierung eines vom Strukturwandel betroffenen Quartiers zu sehen. Die Ansiedlung des Bildungs- und Kulturzentrums schuf neue Angebote im Bahnhofsquartier und stieß die Umstrukturierung des einst durch Einzelhandel florierenden Viertels an. Der imposante, identitätsstiftende Neubau und der sich anschließende Platz der Deutschen Einheit fügen sich in die bestehende städtebauliche Struktur ein und nehmen historische Strukturen wieder auf. In diesem Zusammenhang sind das Problembewusstsein der Stadt Hamm und ihre Handlungsbereitschaft als beispielhaft zu bewerten.

- 1 Stadt Hamm 2010: S. 6
- 2 Stadt Hamm: Bürgerreport 2007: S. 113
- 3 Stadt Hamm (Hrsg.); Junker und Kruse; Noweck+Pahmeyer (Bearb.): Stadtumbaukonzept für das Bahnhofsquartier in Hamm. Dortmund/Hamm 2005
- 4 innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 19
- 5 Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 23 f.
- 6 Stadt Hamm April 2007: S. 2
- 7 Stadt Hamm 2010: S. 6 f.
- 8 Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 19
- 9 Stadt Hamm 2011: S. 115
- 10 Stadt Hamm: Stadtgarten am Heinrich-von-Kleist-Forum. Rundbrief vom 4. Februar 2010, S.10 f.



Abb. 28: Hamm, ehemaliger Horten



Abb. 29: Hamm, Heinrich-von-Kleist-Forum



Abb. 30: Detmold, Warenhaus nach Umbau

4. Strategien zum Umgang mit leer stehenden oder problembehafteten großen Warenhäusern

Gesamtstädtische Bedeutung versus Eingriffsmöglichkeiten

Warenhäuser waren über Jahrzehnte *der* Einzelhandelsanziehungspunkt in den Innenstädten. Die in den 1980er Jahren beginnende Krise dieses Betriebstyps wurde in und von den Städten entsprechend aufmerksam verfolgt. Dies geschah nicht nur, weil die Schließung von Warenhäusern zum Verlust wichtiger Anbieter führte, sondern

auch, weil die Gefahr bestand, dass der Hauptgeschäftsbereich und benachbarte Handelslagen von Umsatzverlusten betroffen sein und sich Trading-down-Effekte einstellen könnten. Die reale Entwicklung sollte diese Befürchtungen bestätigen.

Sie ist stadtentwicklungspolitisch von hoher Relevanz, da sowohl mit der Schließung eines Warenhauses als auch mit den eventuell nachfolgenden Schließungen von benachbarten Fachgeschäften ein Verlust der Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandels einhergehen kann. Unter der Ausdünnung der Vielfalt des Warenangebots leidet die Attraktivität der Zentren in ihrer Funktion als zentraler Versorgungsstandort. In der Folge sucht die Bevölkerung andere Einzelhandelsstandorte auf, was wiederum zum Abfluss von Kaufkraft und zum Anstieg des Individualverkehrs führt. Mittelfristig wirken sich leer stehende Warenhausimmobilien auch auf ihr unmittelbares räumliches Umfeld aus. Wertverluste privater und öffentlicher Immobilien sind häufig die Folge.

Unabhängig von der gerade skizzierten gesamtstädtischen Bedeutung der Warenhäuser sind die Einflussmöglichkeiten der Städte aufgrund der Eigentumssituation jedoch begrenzt. Für die Kommune ist es wichtig, sich im Falle des

drohenden Leerstandes die möglichen Perspektiven des jeweiligen Warenhauses nüchtern vor Augen zu führen. Gleichzeitig muss sie klären, ob sie eine aktive Rolle bei der Wiederinwertsetzung spielen will – und wenn ja, wie diese aussehen soll.

Um eine ehemalige Warenhausimmobilie zu reaktivieren bzw. den Standort mit einem Nachfolgeobjekt wiederzubeleben oder gar selbst als Investor zu fungieren, bieten sich den Kommunen vielfältige Möglichkeiten, die Nach- oder Neunutzung positiv zu beeinflussen und drohende Ladenleerstände, Attraktivitäts- und Zentralitätsverluste, Verödungstendenzen, Frequenzrückgänge, unerwünschte Folgenutzungen etc. abzuschwächen oder in Gänze zu beseitigen. Dies funktioniert fast ausschließlich durch die direkte Ansprache von Investoren bzw. Entwicklern. Flankiert werden sollten derartige Aktivitäten durch kommunale Investitionen zur Stärkung und Attraktivitätssteigerung des Umfelds der problembehafteten Immobilie und mithilfe einer gezielten Einzelhandelssteuerung über Einzelhandels- und Zentrenkonzepte. Die kommunalen Handlungsoptionen zur Initiierung privatwirtschaftlicher Investments lauten:

- Aktivierung von Immobilieneigentümern und Entwicklern;
- Moderation von Entwicklungsprozessen;
- gezielte Suche nach und Ansprache von Investoren;
- Steuerung der Projektentwicklung durch formelle und informelle Instrumente.

Eine weitere Möglichkeit stellt die Entwicklung eigener kommunaler Konzepte zur Revitalisierung des betroffenen Standorts und des angrenzenden Gebiets dar. Diese sind immer dann leichter umzusetzen, wenn die Stadt Gebäude und Grundstück erworben hat. Voraussetzung hierfür ist jedoch die Bereitschaft des Immobilieneigentümers, zu einem angemessenen Preis zu verkaufen. Diese Investition sollte möglichst haushaltsneutral geschehen. Dies ist jedoch nur möglich, wenn das zum Zeitpunkt des Erwerbs bestehende Mietverhältnis für die reguläre Laufzeit für die Restnutzungsdauer des Gebäudes vertragsgemäß fortgeführt wird und die Kommune keinen

Aufwand für Betrieb und Instandhaltung aufzuwenden hat, wie dies exemplarisch beim Erwerb des Warenhauses am Schillerplatz in Iserlohn geschehen ist. Die kommunalen Handlungsoptionen zur Entwicklung neuer, durch die Kommune selbst initiiert Frequenzbringer in den Zentren sind:

- Entwicklung von Nachnutzungsideen und ggf. Erarbeitung von Nutzungskonzepten;
- Grundstückserwerb und ggf. Aufbereitung von Flächen;
- kommunale Projektentwicklung und -steuerung;
- Initiierung von geeigneten Wettbewerbsverfahren.

Den kommunalen Akteuren bietet sich in Abhängigkeit von den individuellen Voraussetzungen des Standorts und der Kommune die Möglichkeit, einzelne oder mehrere dieser Handlungsoptionen im Rahmen der Zentrenentwicklung umzusetzen. Die Entwicklungsprozesse können zudem durch den gezielten Einsatz von Mitteln der Städtebauförderung – etwa im Rahmen der Programme „Stadtumbau West“ oder „Aktive Stadt- und Ortsteilzentren“ – unterstützt werden, wenn die Bewilligung einer solchen gebietsbezogenen Maßnahme möglich und die Kommune in der Lage ist, den notwendigen kommunalen Eigenanteil aufzubringen.¹

Umnutzungsoptionen und -bedingungen

Als Folgenutzung wird in den meisten Fällen wieder Einzelhandel präferiert: So ist bei den leer gefallenen insgesamt 35 Hertie-Häusern in neun Fällen ein Einkaufscenter, in einem Fall ein SB-Warenhaus, in zwei Fällen ein Kauf- oder Warenhaus und in zehn Fällen ein Geschäfts- und Bürogebäude als Nachnutzung vorgesehen; bei 13 Häusern ist die Zukunft noch ungewiss.² Aktuell sind zehn Häuser noch nicht verkauft.³ Im überwiegenden Teil der Umnutzungsfälle erfährt das Gebäude also eine Wiedernutzung als Handelsfläche, nur das Geschäftssystem sowie die Form und Qualität des Angebots ändern sich. Zudem werden in den Obergeschossen oft publikumsorientierte und auf Zentren ausgerichtete Dienstleistungsbetriebe angesiedelt wie Büros und Praxen, Kindergärten, Fitnessstudios, Gastronomie und Kinos.⁴ In vielen Städten, insbesondere dort, wo eine hohe Wohnungsnachfrage herrscht, ist auch eine Umnutzung bzw. ein Abriss und Neubau der Obergeschosse und eine Wiedernutzung durch Wohnungen denkbar.

Das konkrete Umnutzungspotenzial ehemaliger Warenhausstandorte ist in erster Linie von den jeweiligen Rahmenbedingungen vor Ort (Eigentumsverhältnisse, Kauf- und Mietpreisforderungen, Standort, Größe und Zuschnitt der Immobilie sowie baulicher Zustand, einzelhandels-spezifische und wirtschaftliche Situation sowie Größe und Lage der betroffenen Kommune) abhängig. Hinzu kommen übergeordnete Faktoren wie zum Beispiel die gesamtwirtschaftliche Situation oder ein sich weiter vergrößerndes

Überangebot an großflächigen Einzelhandelsimmobilien. Die konkreten Umnutzungsoptionen sind wie folgt einzuordnen:

Umnutzungsoption: Einzelhandel

Die Analysen der hier aufgeführten Fallbeispiele und allgemeine Dokumentationen verdeutlichen, dass die Mehrzahl der aufgegebenen Warenhäuser wieder durch den Einzelhandel genutzt werden kann. Das liegt vor allem daran, dass sie meist über gute Lagequalitäten verfügen und dass gerade in vielen kleinteilig strukturierten Innenstädten und Nebenzentren nur bedingt größere Flächenpotenziale zur Verfügung stehen. Ehemalige Kaufhaus- und Warenhausimmobilien bieten dort nicht selten die einzigen innerstädtischen Standortpotenziale für die Entwicklung neuer Frequenzbringer im großflächigen Einzelhandel in der Innenstadt. Sie eignen sich für neue moderne Handelskonzepte oder auch hybride multifunktionale Innenstadtnutzungen. Für den Handelsbereich kommen vor allem folgende Betriebsformen infrage:

- SB-Warenhäuser (wie zum Beispiel in Dortmund-Aplerbeck);
- große Textil- oder Elektrokaufhäuser bzw. Lebensmittelmärkte (wie zum Beispiel in Düsseldorf oder Braunschweig);
- mehrere vertikal orientierte Filialbetriebe (wie zum Beispiel in Detmold oder in Berlin-Neukölln);
- Einkaufscenter (wie zum Beispiel in Bochum oder in Wiesbaden).

Eine Wiedernutzung als Warenhaus ist den Autoren nicht bekannt; auch daran wird deutlich, dass das Warenhaus offensichtlich immer seltener als zeitgemäßes Format für den Einzelhandel anzusehen ist.

Die Einflussnahme der Stadt ist in diesen Fällen nicht zwingend erforderlich und oft auch nicht möglich, da es sich um Privateigentum und privat organisierte Entwicklungen handelt.

Umnutzungsoption: multifunktionales Konzept

Bei einigen Standorten, die auch weiterhin teilweise durch den Einzelhandel genutzt werden, setzt sich insbesondere in den Obergeschossen häufig eine handelsfremde Nutzung durch. Dementsprechend spielen publikumsorientierte und zentrenprägende Dienstleistungen und Infrastrukturen bei der Nachnutzung ehemaliger Warenhäuser eine immer größere Rolle (zum Beispiel Büros und Praxen, Ärztezentren, Fitnessstudios, Gastronomie, Kinos). Auch die Ansiedlung öffentlicher Einrichtungen hat an Bedeutung gewonnen. Sie tragen dazu bei, die Vielfalt des Angebots zu steigern und weitere Zielgruppen anzusprechen, und dienen ebenso wie der Handel als Magneten, die über Kopplungseffekte wiederum den Handel positiv beeinflussen – ein wesentliches Argument dafür, auch technisch aufwendige Umbauten für eine Dienstleistungsnutzung nicht zu scheuen.

An Standorten, die unter Angebotsengpässen am Wohnungsmarkt leiden oder besondere Chancen für innerstädtisches Wohnen bieten, stellt auch das Abtragen von Geschossen und der Bau von Wohnungen auf dem Gesamtobjekt eine Möglichkeit dar (vgl. Fallbeispiel Lünen, Kapitel 3.3). Einige der gezeigten Fallbeispiele (Lünen, Gelsenkirchen) veranschaulichen, dass zumindest in Teilbereichen Umnutzungen zu Wohn- und Arbeitszwecken möglich sind. Eine komplette Umnutzung eines Warenhauses zur ausschließlichen Unterbringung von Büros erscheint leicht realisierbar. Von kleineren Beispielen weiß man, dass auch ein Umbau zu reinen Wohnzwecken möglich ist. So wurden zum Beispiel die oberen drei Etage des ehemaligen viergeschossigen Konsument-Warenhauses in Berlin-Lichtenberg zwischen 2010 und 2012 zu 85 Wohnungen umgebaut. Im Erdgeschoss wurden Einzelhändler und Dienstleister untergebracht, die als Nahversorgungszentrum dienen. Ein anderes Beispiel ist der 2009 bis 2010 erfolgte Umbau eines Quartier-Supermarktes im Winterthurer Quartier Rosenberg (Schweiz) zu fünf Stadthäusern mit eigenem Garten. Aufgrund der ähnlichen baulichen Typologie erscheint auch dieses Beispiel auf den Umbau von Warenhäusern übertragbar, allerdings nur bei Objekten geringerer Größe.

Umnutzungsoption: öffentliche Einrichtung(-en)

Wenn privatwirtschaftliche Nutzungen nicht greifen und gleichzeitig Flächenbedarf für öffentliche Einrichtungen besteht, kann auch eine solche Option zum Tragen kommen. Hierdurch können vormals oft am Rande der Innenstädte gelegene öffentliche Nutzungen, wie beispielsweise Bibliotheken, Kulturinstitute, Archive (vgl. Fallbeispiel Siegen, Kapitel 3.1), gezielt in die Zentren integriert werden. Die Bandbreite der Projekte reicht von der Integration öffentlicher Einrichtungen in zu kleineren Einzelhandelsstandorten umgebauten ehemaligen Warenhäusern bis hin zur Schaffung neuer Frequenzbringer durch die Kombination unterschiedlicher öffentlicher Einrichtungen in einem Gebäude oder an einem Standort (vgl. Fallbeispiele Neuss und Hamm, Kapitel 3.2 und 3.6). Aus kommunaler Sicht bieten diese Entwicklungen verschiedene Vorteile. Neben den zeitgemäßen, energetisch optimierten Flächen in solchen neu entwickelten oder umgebauten Immobilien und der Steigerung von Frequenzen an einem innerstädtischen Standort erscheint die räumliche Konzentration möglichst vieler öffentlicher Angebote in den zentralen Lagen der Stadt wegen der besseren infrastrukturellen Nutzung aus synergetischen und ökologischen Gründen (Verkehrsminimierung) geboten. Mit dem dadurch erlangten Bedeutungsgewinn von Nutzungen abseits des Einzelhandels gehen weitere attraktive Chancen zur Zentrenentwicklung einher. Vor allem Kultur-, Gastronomie- und Freizeitnutzungen ermöglichen eine Belebung der Zentren über die eigentlichen Geschäftszeiten des Einzelhandels hinaus.

Erhalt oder Abriss und Neubau?

Bei allen Nutzungsmöglichkeiten ist die Frage zu entscheiden, ob der Immobilienbestand zumindest teilweise erhalten bleibt oder komplett zugunsten eines Neubaus abgerissen wird.. Generell ist jedoch festzustellen, dass Warenhäuser baulich gut umnutzbar sind. Auch wenn in der Mehrzahl der Fälle eine Nachnutzung im Gebäudebestand gut möglich ist – vielfach aber erst nach kompletter Entkernung der gesamten Immobilie –, kommt es trotzdem nicht selten zu einem Abriss des ehemaligen Warenhauses und einem Neubau an gleicher Stelle. Die Ursache hierfür liegt in der Regel in einer ungünstigen Wirtschaftlichkeit der Umbaulösung, oft verbunden mit einem schlechten Zustand des Gebäudebestandes. Ein Abriss kann die Grundlage für eine positive Weiterentwicklung der Innenstadt bilden, um ein neues, vielfältiges, räumlich komplexes Konzept zu realisieren (vgl. Fallbeispiel Hamm, Kapitel 3.6).

Generell sprechen drei Aspekte für einen weitgehenden oder teilweisen Erhalt der Immobilie:

1. Ökologischer Aspekt: Die ökologische Bilanz eines Umbaus ist generell besser einzustufen als die eines Neubaus. Der Erhalt alter Bausubstanz spart wertvolle Baustoffe und graue Energie. Das gilt besonders für das Tragwerk eines Gebäudes, in dem rund 40 Prozent der grauen Energie stecken. Die Betriebsenergie eines entkernten und neu verkleideten Gebäudes ist mit der eines Neubaus vergleichbar.
2. Architektonische Aspekte: Durch den Erhalt eines alten Warenhauses können stadtbildprägende Bauten und denkmalwerte Bausubstanz bewahrt werden (s. Beispiele Siegen und Gelsenkirchen-Buer). Es können aber auch neue Architekturen von hoher Qualität entstehen (zum Beispiel Neuss).
3. Ökonomischer Aspekt: Die dargestellten Fallbeispiele machen sehr deutlich, dass ein Umbau gegenüber einem Neubau die wirtschaftlich bessere Lösung sein kann.

Bei den hier dargestellten Fällen überwiegen die Beispiele des weitgehenden (Siegen, Gelsenkirchen, vgl. Kapitel 3.1 bzw. 3.4) oder zumindest teilweisen Erhalts des Immobilienbestandes (Neuss, Lünen, Detmold, vgl. Kapitel 3.2, 3.3, 3.5) im Gegensatz zum kompletten Abriss und anschließendem Neubau (Hamm, vgl. Kapitel 3.6). Die umfassenden Baumaßnahmen sind – neben den vielfach langen Zeiträumen, bis ein Käufer für die Immobilie gefunden und ein Kaufvertrag abgeschlossen wird – ein wesentlicher Grund dafür, dass es meist mehrere Jahre dauert, bis eine Nachnutzung realisiert ist.

Architektonische und baukonstruktive Aspekte beim Umbau

Bei der Entscheidung für einen weitgehenden oder teilweisen Erhalt der Bausubstanz sind in aller Regel umfangreiche Umbau-, Abbruch-, Neubau- und Sanierungsarbeiten am bestehenden Gebäude notwendig. Abhängig von der jeweiligen Baualtersklasse des Bestandsgebäudes gibt es natürlich große Unterschiede in der Konstruktion und der Qualität der Bausubstanz. Die Nachkriegsbauten, insbesondere die der 1960er und 1970er Jahre, weisen eine vergleichsweise schlechtere Bausubstanz auf als Warenhäuser des ausgehenden 19. Jahrhunderts oder der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Generell lässt sich aber festhalten, dass die Grundstrukturen mit großen Deckenhöhen, wenigen Stützen und weiten ebenen Flächen bei nahezu allen Bauten gute Voraussetzungen für eine Verwendung mit unterschiedlichsten Nutzungen (Einzelhandel, Büros, Kultur etc.)

bieten und dadurch auch neue Nutzungsstrategien erleichtern. Bei gemischt genutzten Konzepten kommen zum Beispiel das Unter- und Erdgeschoss sowie das 1. Obergeschoss weiterhin für eine Handelsnutzung infrage. Hier können freie Flächen auch an Einzelhandelsmieter weitergereicht werden. Für die oberen Ebenen sind neue Lösungen wie eine Umwandlung in Räume für Dienstleistung, Freizeit oder Wohnen möglich.

In den meisten Fällen erfolgt ein Rückbau der Immobilie auf den Rohbauzustand. Der Entwurf ist dann dem Tragwerk mit seinem rasterartigen Stützensystem, den Unterzügen und Deckenplatten baulich anzupassen. Ebenso werden die vertikalen Erschließungsanlagen meist neu angelegt und nur wenige Treppenhäuser erhalten.

Gerade die großen, kastenförmigen Warenhäuser der Nachkriegszeit sind häufig durch eine hermetische Abriegelung nach außen gekennzeichnet. Die Verkaufsstrategie jener Bauten basierte auf der Maximierung der Stellfläche und der künstlichen Beleuchtung der Waren. Die typische Vorhangfassade besaß einen hohen Wiedererkennungswert und bildete ein Markenzeichen. Die groß dimensionierte Bauform und ihre Außenabschottung aufzubrechen ist eine ästhetische und städtebauliche Chance, frühere städtebauliche oder architektonische Fehler zu heilen. Die geringe Anzahl der Fenster und die geringe Dämmung sind im Bereich der Gebäudehülle dabei die größten Probleme. Für zeitgemäße zukünftige Nutzungen ist – nicht zuletzt wegen der immensen Gebäudetiefe – ein neues Belichtungskonzept erforderlich. Die großen geschlossenen Flächen sind also buchstäblich „aufzubrechen“.

Warenhausumbauten sind deshalb von vier zentralen Aufgabenstellungen geprägt:

- Anpassung der Haustechnik, die grundsätzlich bei allen Gebäuden zu erneuern ist, wenn sie älter als 20 Jahre alt sind, mithilfe neuer „Technikstränge“ (Sprinkler- und Klimaanlage).
- Aus architektonischer Perspektive bietet sich eine Reihe von Chancen:
- Ehemals zu groß geratene Baukörper lassen sich ihrer baulichen Umgebung anpassen.
 - Introvertiert angelegte Fassade können geöffnet werden; dies schafft einen Mehrwert auch für die städtische Umgebung.
 - Langwierige und aufgrund massiver Konstruktion teilweise kostenintensive Abrisse lassen sich vermeiden.
 - Durch Sicherungsmaßnahmen an den Nachbargebäuden bedingte schwierige Gründungen werden vermieden.
 - Der teilweise Erhalt verschafft häufig Akzeptanz und trägt zur Identitätsbildung bei.
- Anpassung der neuen Nutzung an die Tragstruktur.
 - Entwicklung einer neuen Fassade, die die baukonstruktiv und bauphysikalisch überalterten Fassaden ersetzt.
 - Minimierung der hohen Betriebskosten, die bei den Altbauten vorrangig durch den hohen Kühlaufwand zur Reduzierung der inneren Wärmelasten anfielen.

- 1 Vgl. hierzu: Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2011: S. 17
- 2 O. V.: „Nachnutzung von Warenhäusern. Der Wettlauf der Hertiebürgermeister“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 36 vom 12.9.2013
- 3 O. V.: „Hertie-Immobilien. Lamentieren hat keinen Sinn“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 9 vom 22.1.2015
- 4 Hangebruch 2012: S. 27

5. Innerstädtische Einkaufscenter

Allgemeine Einordnung

Die Entwicklung von innerstädtischen Einkaufszentren

Die Einzelhandelsentwicklung in den deutschen Innenstädten wird seit fast 20 Jahren ganz wesentlich durch den Neubau von Einkaufszentren¹ geprägt. Während die Warenhäuser in die Krise geraten sind, befinden sich Einkaufszentren auf der Erfolgsspur. Seit 1990 hat sich ihre Zahl fast verfünffacht.

Über 200 von ihnen sind mittlerweile in deutschen Innenstädten und Stadtteilzentren zu finden.² Darüber hinaus gibt es Planungen, allein in den nächsten vier Jahren über 40 weitere Center in zentralen Stadträumen zu bauen.³ Über die Entwicklung aller Einkaufszentren im Zeitablauf gibt Abbildung 31 Auskunft.⁴ In Nordrhein-Westfalen

weist der *Shopping-Center Report* zum Jahresbeginn 2014 79 Center aus, von denen 76 in Innenstädten oder Stadtteilzentren liegen.⁵ Mit den Centern Palais Vest in Recklinghausen und Minto in Mönchengladbach sind seitdem mindestens noch zwei hinzugekommen.

Die Größe der in jüngster Zeit fertiggestellten innerstädtischen Einkaufszentren (gemessen an den Mietflächen) bewegt sich auf einer beträchtlichen Bandbreite. Mit knapp 14.000 Quadratmetern Mietfläche liegt zum Beispiel die Königshof-Galerie in Mettmann an der unteren Grenze. Das Milaneo in Stuttgart ist mit 43.000 Quadratmetern Gesamtmietfläche das größte neuere Center.⁶ Die Mieterstrukturen in den Anlagen unterscheiden sich – gliedert man nach Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen – kaum voneinander. Der Einzelhandel ist mit einem Mietflächenanteil von generell über 80 Prozent, zum Teil sogar über 90 Prozent, der die Center dominierende Nutzer. Die Wettbewerbsvorteile großer Center liegen auf der Hand: Durch ihre Größe und ihre Möglichkeit, mittels eines einheitlichen Managements Miethöhen, Branchenmix und Marketing auf ein gemeinsames Unternehmensziel ausgerichtet steuern zu können, sind sie vielen Einzelkonkurrenten deutlich überlegen.

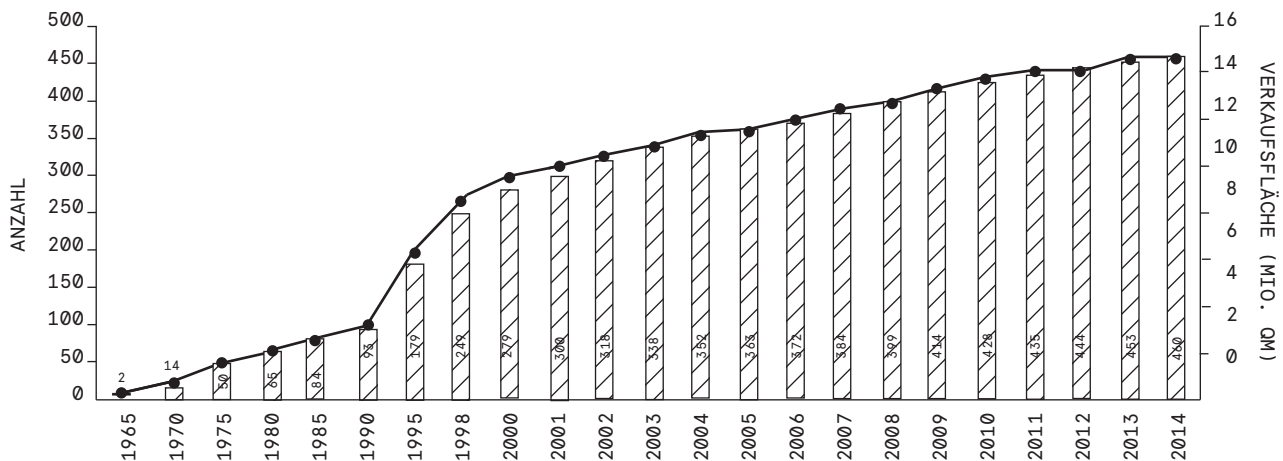


Abb. 31: Entwicklung von Einkaufszentren seit 1965. Quelle: *stores + shops special*, 5/2009; *EHI Shopping-Center Report 2010*; Statista 2014..

Einkaufszentrum und Innenstadt

Für die Innenstädte sind solche Entwicklungen ambivalent. Auf der einen Seite waren Veränderungen immer das Markenzeichen prosperierender Innenstädte, und natürlich stärken private und öffentliche Investitionen grundsätzlich die Kraft und die ökonomische Leistungsfähigkeit dieser Stadträume. Zudem haben viele Innenstädte einen Impuls zur Erneuerung ihrer Attraktivität nötig. Auf der anderen Seite können die neuen Einzelhandelsstrukturen nicht ohne Weiteres in die bestehenden innerstädtischen Bau- und Einzelhandelsstrukturen eingefügt werden. Oft sind schmerzhaft bauliche Eingriffe notwendig, um sie zu realisieren. Räumliche und ökonomische Brüche sind deren Folge. Dabei gehen die Meinungen über die Chancen und Risiken einer Centeransiedlung je nach Blickwinkel und Zielrichtung sowie in Abhängigkeit vom Vorstellungsbild darüber, was eine Innenstadt zukünftig ausmachen soll, sowohl in der Öffentlichkeit als auch in der Fachwelt weit auseinander.

Typologische Entwicklung von Einkaufszentren

Mit dem Main-Taunus-Zentrum eröffnete 1964 in Deutschland das erste Einkaufszentrum seiner Art in Sulzbach bei Frankfurt am Main. Diese erste Generation deutscher Einkaufszentren schoss an den Verkehrsknotenpunkten der Ballungsräume

weitab der Stadtzentren aus dem Boden. Nach amerikanischem Vorbild wurde nach den ersten anfänglich noch offenen Anlagen dann eine Vielzahl vollständig überdachter *pedestrian shopping malls* mit zahlreichen Parkplätzen auf dem Dach und drum herum errichtet. In Nordrhein-Westfalen können beispielhaft das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim und der Ruhr-Park in Bochum genannt werden.

Im Kontext der Kritik an der Stadtentwicklung der Nachkriegszeit und der Wiederentdeckung der Innenstädte in Zusammenhang mit dem europäischen Denkmalschutzjahr 1975 richtete sich auch der Blick innerhalb der Einzelhandelsentwicklung zunehmend wieder auf die Innenstadt. Nicht zuletzt infolge der Publikation von Jonas Geist wurden Passagen als Bautypus interessant.⁷ Mit der Stuttgarter Calwer Passage (Kammerer, Belz und Partner, 1978) und der Hamburger Hanseviertel-Passage (von Gerkan, Marg und Partner, 1980) entstanden zwei bauliche Beispiele, die sich an diesem Bautyp orientierten. Diese Projekte belebten einen Bautyp des 19. Jahrhunderts wieder, der in seinem Ursprung eine stadtbezogene, zum öffentlichen Raum orientierte Aneinanderreihung von Einzelhandelsgeschäften entlang eines überdachten Weges darstellt. Die Passage war eigentlich nichts anderes als die Überdachung einer Einkaufsstraße mit ihren zwei Schaufrenten zum Schutz gegen die negativen Einwirkungen der Witterung. Dabei fügte sie sich wie selbstverständlich in das vorhandene Straßen- und Wegenetz der Stadt ein.

Zahlreiche neue Einkaufszentren in Passagenform oder mit passagenähnlicher Konzeption folgten (Fallbeispiel Passage Wulfener Markt, Dorsten-Barkenberg). Viele verstanden jedoch die planerische Idee nicht richtig und gerieten deshalb fast zwangsläufig in Schwierigkeiten. Heute können nur noch wenige von ihnen befriedigend bewirtschaftet werden. Bereits 1990 zeigte Andrea Florian in einer empirischen Arbeit auf, dass nur etwa 20 Prozent der von ihr untersuchten elf Passagen aus Sicht der Ladenbetreiber ökonomisch ausreichend betrieben werden konnten. Dabei handelte es sich vor allem um solche, die exklusive Sortimente anboten.⁸ Bis heute hat sich die Situation der Passagen augenscheinlich nicht verändert; Trading-down-Prozesse und Leerstände sind in vielen unübersehbar, manche sind auch aufgegeben worden.

Gleichzeitig entstanden in dieser Zeit als Neubau, Umbau oder Ergänzung Mischformen aus Passagen und Warenhaus. Einige waren darauf ausgerichtet, den Einzelhandel im Umfeld eines Warenhauses neu zu beleben – wie die City-Passage in Bielefeld –, andere wurden ganz neu in dieser Form errichtet, wie der Bergische Hof in Gummersbach (vgl. Kapitel 6.1) oder die Lumina in Leverkusen. Fast alle dieser Typen befinden sich heute in deutlich sichtbaren Schwierigkeiten.

In den 1980er Jahren gelangten erste klassische, introvertiert angelegte Einkaufszentren in die Innenstädte – einerseits aufgrund der Kritik an Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ und ihren negativen Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel, andererseits weil Investoren und Entwickler die Marktchance erkannten. Zunächst wurden Kauf- und Warenhäuser zu vertikalen Einkaufszentren umgebaut – wie der City-Point in Bochum (vgl. Kapitel 6.3) –, dann entstanden am Kernrand der Innenstädte große introvertiert angelegte Einkaufszentren (Allee-Center in Remscheid, Allee-Center in Hamm, City-Galerie in Siegen). Ihre nach innen und auf den Autoverkehr ausgerichtete bauliche Form wurde dabei für den Standort Innenstadt kaum verändert, obwohl das städtische Umfeld ein ganz anderes war als das frühere entlang der großen Verkehrswege in der Peripherie.

Gegen dieses antiurbane architektonische Prinzip entwickelte Walter Brune das Konzept der „Stadt-galerie“. Es knüpfte an den Typus der Passage in Form der überdachten Durchquerung eines innerstädtischen Blockareals an und bereicherte ihn um einen deutlich komplexeren architektonischen und funktionalen Aufbau (Kö-Galerie in Düsseldorf, 1982–1986). Mit dem Konzept wurden nun häufiger Überlegungen zur Stadtreparatur verbunden (zum Beispiel für eine innerstädtische Blocksanierung wie bei der Rathaus-Galerie in Wuppertal). Indem das Zentrum des Blockinnenbereichs mit allen umlaufenden Straßen über die Malls verbunden wurde, wurde das Konzept weit mehr an die vorhandenen innerstädtischen Blockstrukturen angepasst, als dies bislang die eher linear orientierten Passagen getan hatten. Eine vorhandene Blockrandbebauung musste einer solchen Betriebsform nicht geopfert werden. Außerdem wurde der Multifunktionalität mehr Aufmerksamkeit gewidmet, als dies zuvor bei den klassisch introvertierten Einkaufszentren der Fall war. Das Konzept der Stadtgalerie verbindet den Handel mit der Arbeitswelt von Dienstleistern, mit kulturellen Einrichtungen wie Kino oder Theater oder auch mit dem Wohnen.

Neben solchen urbanen Formen von Einkaufszentren sind aber bis heute vor allem introvertierte monofunktionale Einkaufszentren in den Innenstädten entstanden. Deren bauliche Anlage entspricht in den meisten Fällen immer noch dem tradierten, introvertiert angelegten Schema. Es besteht aus:

1. der direkten Anbindung der Malls (Laufwege des Einkaufszentrums) an die Pkw-Parkdecks;
2. der völligen Innenorientierung und Abgeschlossenheit des Baukörpers nach außen;
3. der Aneinanderreihung der Geschäfte zwischen den Kaufmagneten entlang der Malls.

Aufgrund dieses Grundschemas lassen sich die meisten der geschlossenen Einkaufszentren kaum mit den vorhandenen innerstädtischen Baustrukturen vereinen. Ausnahmen bilden solche Center, die Blockinnenbereiche reaktivieren. Die geschlossenen Einkaufszentren dominieren in



Abb. 32: Münster, Stubengasse

der überwältigenden Mehrzahl aller Fälle aufgrund ihrer baulichen Dimension ihre städtebauliche Umgebung. Bei der Entwicklung der Center werden entweder größere Brachflächen am Kernrand genutzt oder aber in zentraler Lage mehrere Baublöcke zum Zweck einer Großform überbaut. Damit gehen häufig Unterbrechungen traditioneller Wegeverbindungen, ja manchmal sogar eine Überbauung von Straßen einher. Bei den häufig angewendeten sogenannten „Knochengrundrissen“ (lang gestreckte Mall mit Ankergeschäften an den jeweiligen Enden) entstehen Bauformen, die in aller Regel nicht an die vorhandenen Blockstrukturen anzupassen sind. Je nach Grundstückszuschnitt und -größe kommen vereinzelt auch Triangel- oder quadratische Wegetypen zum Einsatz.

Die bauliche Grundform hat starke Auswirkungen auf das äußere Erscheinungsbild der Center. Dies bezieht sich nicht nur auf ihre räumliche Ausdehnung, sondern auch auf die Eingänge, auf die Gestaltung der Fassaden und auf die Wegebeziehungen zwischen Center und Stadt. Damit hat eine Umkehrung von Innen- und Außenraum in die Städte Einzug gehalten. Der vorhandene öffentliche Raum unserer Innenstädte wird somit durch ein für periphere Räume ersonnenes Architekturkonzept abgewertet, die private Innenwelt des Einkaufszentrums dagegen aufgewertet.

Die beschriebene Grundform schränkt die Beziehungen der Center-Innenräume zum

umgebenden Außenraum in aller Regel stark ein. Dies steht in einem diametralen Gegensatz zur traditionellen Architektur unserer Städte. Die Vernetzung der Center mit dem vorhandenen öffentlichen Raum der Innenstädte ist von Investorenseite nur dort gewollt, wo ein Zugang eine höhere Frequenz von Passanten verspricht.⁹ Als große Projekte jüngerer Datums und dieses Typs sind die Einkaufszentren Limbecker Platz in Essen, Thier-Galerie in Dortmund, Hofgarten in Solingen oder Palais Vest in Recklinghausen zu nennen.

Ihnen gegenüber stehen wenige Beispiele offen angelegter Einkaufszentren, deren Anliegen es ist, sich nicht gegen den öffentlichen Raum der Stadt abzuschotten, sondern sich mit diesem zu vernetzen. Als Beispiele seien an dieser Stelle die Kamp-Promenaden in Osnabrück, die Stubengasse in Münster oder die Clemens-Galerien in Solingen (vgl. Kapitel 6.5) genannt. Hier sind die Geschäfte nicht auf eine innere Mall ausgerichtet, sondern auf die öffentlichen Wege und Plätze. Die Einheitlichkeit liegt eher in der gemeinsamen Verwaltung der Einzelhandelsagglomeration und ihrer Gestaltung. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass das äußere Erscheinungsbild der Einkaufszentren nicht die Qualität und den architektonischen Anspruch besitzt, die die Warenhäuser noch bis in die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts verkörperten. Es gibt nur wenige Ausnahmen, die diese Regel bestätigen.

Revitalisierungsbedarf bei Einkaufszentren

Mittlerweile sind viele der Einkaufszentren in die Jahre gekommen; das betrifft vor allem Center der ersten und zweiten Generation, bei denen funktionale Mängel und ein stark veränderter Zeitgeist ihre Architektursprache haben „altern“ lassen. Oft hat sich auch die Konkurrenzsituation, nicht selten durch die Ansiedlung eines weiteren, größeren Einkaufszentrums, stark verändert. Nach einer im Auftrag der Sonae Sierra von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) durchgeführten Studie ist in Deutschland aus Sicht der Betreiber fast jedes zweite Center überholungsbedürftig, weil die Flächenproduktivität für sie bzw. ihre Mieter nicht ausreicht.¹⁰ Nach Aussagen des Marktforschungsinstituts GfK erfüllt jedes dritte Einkaufszentrum die Erwartungen der Investoren nicht mehr.¹¹ Der Bedarf führt nun aber nicht zwangsläufig dazu, dass Investitionen erfolgen; bisher ist die „Revitalisierungswelle“ noch ausgeblieben.¹² Der aktuelle *Shopping-Center Report* führt nur 22 Center auf, bei denen Revitalisierungen, Erweiterungen oder Umstrukturierungen vorgenommen werden.¹³ Besonders ausgeprägt sind die Probleme offensichtlich bei ostdeutschen Centern sowie bei kleineren, älteren, passagenähnlichen Konzepten in westdeutschen Städten.¹⁴ Bisher sind vollständige Leerstände von Centern noch an einer Hand abzuzählen,¹⁵ doch die Trading-down-Tendenzen und Leerstände schreiten auch hier voran und

führen zu ähnlichen Situationen, wie sie in schwachen Geschäftslagen zu beobachten sind. Hinweise auf wirtschaftlich nicht optimal laufende Einkaufszentren liefert auch die jährlich von der *Immobilien Zeitung* durchgeführte Mieterbefragung in Centern.¹⁶

In den USA, dem Vorreiterland für Einkaufszentren, sind solche Erscheinungen schon deutlich weiter fortgeschritten. Wegen des Überangebots an Ladenflächen und veränderter Konsumgewohnheiten stehen hier bereits mehr als 450 Center leer.¹⁷ Offen gestaltete Ladenpassagen und sogenannte *life style center*¹⁸ liegen dort als Reaktion auf diese Ereignisse inzwischen im Trend.¹⁹

Die Gründe für wirtschaftliche Schieflagen sind vielfältig. Wichtige Ursachen auf der allgemeinen Ebene sind vor allem in einem generellen Verkaufsflächenüberhang und in der ökonomischen Situation von Region und Stadt zu suchen; aktuell kommt noch das enorme Wachstum des Internethandels hinzu. Bezogen auf das konkrete Objekt sind Aspekte wie eine suboptimale Mikrolage, unzulängliche Laufwege, mangelnde bauliche Anpassungsfähigkeit oder bauliche Mängel von Bedeutung.

Diese Entwicklungen werden natürlich auf der Entwickler- und Betreiberseite sensibel wahrgenommen und sind bereits seit einigen Jahren ein Thema. Wird hierzulande über die Neuaufstellung eines Centers diskutiert, spielt jedoch bisher – anders als in der US-amerikanischen Debatte – nicht die Grundstruktur des Centers eine maßgebliche Rolle, sondern man glaubt vielmehr, die Probleme vieler Einkaufszentren durch eine gestalterische und funktionale Optimierung im Inneren sowie durch eine Neuaufstellung im Branchenbesatz lösen zu können.²⁰ Gleichzeitig ist auch die Zahl der jährlichen Eröffnungen von Einkaufszentren in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen (vgl. Abbildung 31).

Daher stellt sich die Frage, wie man mit diesem sich allmählich aufbauenden Problem umgeht, um größere Leerstände des Bestandes und damit deren unerfreuliche Auswirkungen auf ganze Stadtquartiere zu vermeiden. Vielleicht bietet der notwendige Umstrukturierungsprozess aber auch Chancen. In diesem Zusammenhang ist einerseits auszuloten, ob es Möglichkeiten gibt,

die städtebaulichen und architektonischen Fehler der Vergangenheit auszuräumen und die jeweiligen Standorte zu einem Nukleus der innerstädtischen Revitalisierung zu machen. Andererseits ist zu prüfen, ob diese Gebäudetypen überhaupt ein Umnutzungspotenzial besitzen oder ob langfristig nur ein Abriss infrage kommt.

Eine Bereitschaft von Investoren, die zum Teil schon abgeschriebenen Center einer Total-sanierung zuzuführen und größere Summen in diese Standorte zu investieren, ist noch äußerst selten zu beobachten. Offensichtlich erscheinen die wirtschaftlichen Risiken zu groß, um ein derartiges Wagnis einzugehen. Außerdem gibt es noch viel zu wenige Beispiele gelungener Wieder-belebungen, die zeigen, dass sich der Aufwand lohnt. In erster Linie aber bedarf es bei der Lösung dieses Problems grundsätzlicher konzeptioneller Überlegungen, in welcher Weise eine Sanierung bzw. Umnutzung architektonisch-städtebaulich, funktional-räumlich und betriebswirtschaftlich gelingen kann.

- 1 Ein Einkaufszentrum ist eine als Einheit geplante, errichtete und verwaltete Agglomeration von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben mit einer Größe von mindestens 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche. Hiervon zu unterscheiden sind die „gewachsenen“ Agglomerationen ohne einheitliche Konzeption und ohne eigenes Centermanagement.
- 2 Wurden bis Anfang der 1990er Jahre nicht-integrierte Standorte bevorzugt, geht seitdem der Trend eindeutig hin zu zentralen Stadträumen – Innenstädten und Stadtteilzentren größerer Kommunen. Dies liegt hauptsächlich daran, dass die Genehmigungsvorbehalte bei „Grüne-Wiese-Standorten“ größer geworden sind. Zudem nutzen Entwickler und Betreiber gern die „natürliche Frequenz“ der Innenstadt.
- 3 HI 2014: S. 78 ff.
- 4 Diese Verkaufsflächenzuwächse müssen auch vor dem Hintergrund der allgemein eher nicht einfachen ökonomischen Rahmenbedingungen im Einzelhandel gesehen werden: Die Umsätze stagnieren und die Kaufkraft sinkt in den meisten Regionen Deutschlands – insbesondere als Folge der negativen Bevölkerungsentwicklung sowie des über einen längeren Zeitraum schwachen Wirtschaftswachstums. Zudem ist die aktuelle Verkaufsflächenausstattung hierzulande als Folge einer rasanten Aufwärtsentwicklung bei verschiedenen Betriebsformen in der jüngeren Vergangenheit bereits sehr hoch. Knapp 1,5 Quadratmeter Verkaufsfläche pro Einwohner bedeuten einen Spitzenplatz in Europa.
- 5 EHI 2014: S. 123 ff.
- 6 EHI 2014: S. 23
- 7 Geist 1969
- 8 Florian 1990: S. 165, 183
- 9 Junker et al. 2011: S. 24
- 10 Sierra Developments Germany 2010
- 11 O. V.: „Ladenleerstand“ 2011
- 12 O. V.: „Nachnutzung“ 2013)
- 13 EHI 2014: S. 94 f.
- 14 O. V.: „Ladenleerstand“ 2011
- 15 Genannt werden die Mauritius-Galerie in Wiesbaden, das Rössle-Center in Villingen-Schwenningen oder der Kaufplatz in Kulmbach (*Immobilien Zeitung*, Nr. 17 vom 28.4.2011).
- 16 Vgl. zum Beispiel: Schwanenflug 2013
- 17 Dokumentation leer stehender Einkaufszentren im Internet unter www.deadmalls.com.
- 18 Bei *life style centern* handelt es sich um offen angelegte Einkaufszentren mit zusätzlichen Angeboten für Erholung und Freizeit, die das Erlebnis von europäischen Einkaufsstrassen reproduzieren.
- 19 Wipperfürth 2009
- 20 Zum Beispiel: Pfaffenhausen 2011; Schacky 2011

6. Umbau- und Umnutzungspotenziale von Einkaufszentren

FALLSTUDIEN

Wie in Kapitel 5 betont, besteht von öffentlicher und privater Seite ein nur partiell übereinstimmendes Interesse an den inhaltlichen Schwerpunkten der Revitalisierungsmaßnahmen. Der Fokus der Kommunen richtet sich – unabhängig von der aktuellen wirtschaftlichen Situation des Centers – naturgemäß eher auf die augenfälligen baulichen und stadträumlichen Unzulänglichkeiten der Objekte. In Zusammenhang mit einer Revitalisierung setzen sie vor allem auf eine stärkere Öffnung des Gebäudes zum öffentlichen Raum. Dagegen geht es den Eigentümern und Betreibern im Kern ausschließlich um Revitalisierungen des Inneren der Immobilien, die nur noch begrenzt wirtschaftlich erfolgreich betrieben werden.

Die vorliegende Studie beschäftigt sich mit dieser zweiten Gruppe, da hier der dringendste Handlungsbedarf und die besten Erfolgsaussichten bestehen. Es handelt sich dabei um Center aus Nordrhein-Westfalen, bei denen von außen betrachtet vieles darauf hindeutet, dass sie gegenwärtig ökonomisch und funktional nur noch begrenzt funktionieren. Leerstände, Trading-down-Tendenzen und mangelnde Frequenzen sind unübersehbar; zudem werden oft auch schon negative Effekte auf die umgebenden Geschäftslagen deutlich. Im Einzelnen geht es um folgende Center:

- Bergischer Hof, Gummersbach;
Typ: Mall mit angeschlossenem Warenhaus;
- Wulfener Markt, Dorsten;
Typ: Passage;
- City-Point und Drehscheibe, Bochum;
Typ: Umbau eines Warenhauses und Angliederung eines benachbarten Centers;
- Rathaus-Galerie, Wuppertal;
Typ: innerstädtischer Baublock mit Passagen;
- Clemens-Galerien, Solingen;
Typ: teiloffenes Center.

An diesen Objekten sind bisher, mit Ausnahme der Bochumer Center, nur in geringem Maße Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt worden. Sie stehen für fünf Typen, die sich hinsichtlich Entstehungsjahr, Mikrolage, Bautyp und funktionaler Struktur unterscheiden. Die Analysen und Einsichten werden im Folgenden vorgestellt.

Die vorgenommene Auswahl bedeutet nicht, dass die überwiegend gebauten klassischen introvertierten Center (Achsen-Mall, Kreuz-Mall und ähnlich angelegte monofunktionale Anlagen) nicht krisenanfällig wären. Probleme sind aber bei ihnen aufgrund ihrer absoluten Größe und der damit verbundenen Managementvorteile bisher noch seltener. Es ist jedoch zu erwarten, dass der Überbesatz an innerstädtischen

Einzelhandelsflächen gerade in Centern sowie die Entwicklung des Internethandels auch hier für mehr Wettbewerb und Schwierigkeiten sorgen werden. Aktuell gehen massive Probleme bei einigen, auch neugebauten Centern des klassischen Typs durch die Fachpresse. Im Fokus stehen dabei die Aachen-Arkaden, das Skyline Plaza in Frankfurt am Main, das Gerber in Stuttgart sowie das Lilien-Carré in Wiesbaden. Auf ihre Revitalisierungsmöglichkeiten wird in genereller Weise eingegangen (s. Kapitel 7).

Im Gegensatz zu den Falldarstellungen der problembehafteten Warenhäuser, bei denen es sich um tatsächlich realisierte Umbauprojekte handelte, werden in den nachfolgenden Fallbeispielen problembehafteter Einkaufscenter die Bestandssituationen analysiert und Lösungsansätze für die Problembehebung skizziert.



Abb. 33: Gummertsbach, Bergischer Hof, Eingang zur Kaiserstraße

6.1 Gummersbach Bergischer Hof

- Einkaufscenter in Kombination mit Warenhaus
- Auftakt Fußgängerzone
- Investitionszurückhaltung

Standort: Kaiserstraße 35, Gummersbach

Bauherr/Eigentümer: überwiegend SASS Vermögensverwaltung, heute Highstreet sowie verschiedene Private

Eröffnung: 1975

Nutzung: Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie

Architekten: Rhode, Kellermann, Wawrowsky (RKW), Düsseldorf

Oberirdische Geschosse: 3–4

Nutzfläche: rd. 19.200 m²

Parkplätze: 358

1. Projektdaten

Baulich/städtebaulich

Das Einkaufscenter Bergischer Hof wurde als geschlossenes Einkaufscenter konzipiert und 1975 eröffnet. Es umfasst ein Karstadt-Warenhaus und eine ihm vorgelagerte kurze, zweigeschossige, L-förmig verlaufende, passagenähnliche Mall.

Das Center bildet den Anfangs- bzw. Endpunkt der Fußgängerzone Kaiserstraße und war jahrzehntelang wichtiger Frequenzerzeuger für die Innenstadt. Das große Eckgebäude wirkt wie ein Solitär, obwohl es zur Kaiserstraße in eine Blockrandbebauung übergeht.

Äußerlich wird der Bergische Hof im Wesentlichen durch eine typische Warenhausarchitektur der frühen 1970er Jahre geprägt, die mit ihrer „ruppigen“ Fassade aus großflächigen Betonfertigteilen stark introvertiert angelegt ist. Auf dem drei- bis viergeschossigen Baukörper befinden sich drei Parkdecks mit 358 Stellplätzen, die über eine Spindel von einer Andienungsstraße erschlossen werden. Der zur Kaiserstraße vorgelagerte Baukörper mit der Passage ist offener und weniger abgeschottet als das Warenhaus gestaltet. Die Fassade zu der dem Warenhaus vorgelagerten Passage hat partiell ein Facelifting erhalten. Sie ist zur Kaiserstraße hin etwas offen gestaltet. Das äußere Erscheinungsbild spiegelt den inneren Gebäudeaufbau nicht wider. Von den das Center umgebenden Straßen Kaiserstraße und Brückenstraße führen zwei Eingänge in die Mall und ein weiterer direkt in das Karstadt-Gebäude. Das Gebäude wirkt heute wie aus der Zeit gefallen und weist zudem einen erheblichen Instandhaltungs- und Modernisierungsbedarf auf.



Abb. 34: Gummersbach, Bergischer Hof, Fassade zur Brückenstraße

Einzelhandelsfakten

Das Center hat eine Mietfläche von knapp 11.000 Quadratmetern, von der 8.000 Quadratmeter auf das Karstadt-Warenhaus entfallen. Weitere Hauptmieter waren Quelle-Technik, Greko-Moden, Ihr Platz und Takko. Heute sind neben dem Karstadt-Warenhaus noch Greko-Moden, Takko und Deichmann ansässig. Die obere Mall ist stark durch Leerstände gekennzeichnet. Hier werden gegenwärtig nur noch ein Eiscafé, ein Imbiss, eine Reinigung, eine Bäckereifiliale, ein Nagel- und ein Fotostudio aktiv bewirtschaftet.

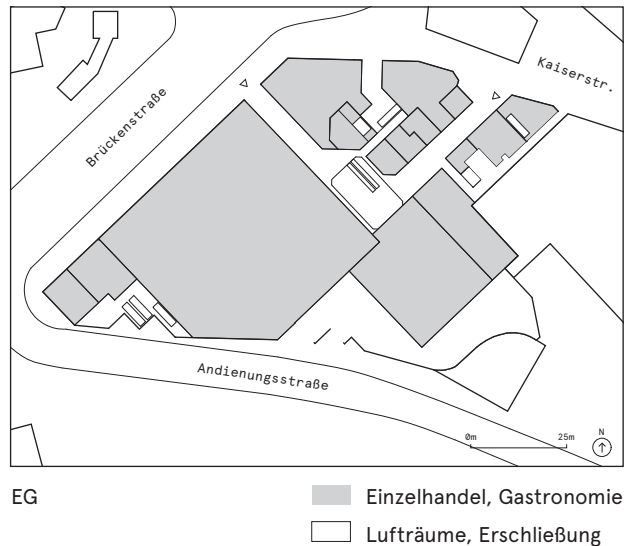
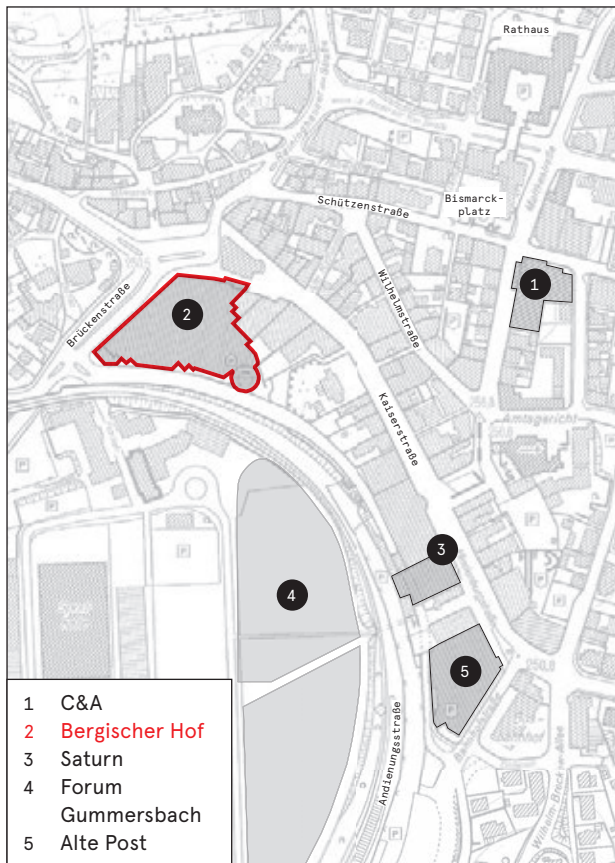
2. Einordnung der Bestandssituation

Raumstrukturelle und funktionale Aspekte

Bei dem Center handelt es sich um eine Kombination aus Warenhaus und kleinem Einkaufscenter. Dem damaligen Zeitgeist entsprechend ist versucht worden, die Vorzüge einer Mall mit denen des Warenhauses zu verbinden. Obwohl beide Elemente wegen der auffälligen Investitionszurückhaltung gegenwärtig nur noch begrenzt Glanz versprühen, sind – bis auf das 1. Obergeschoss der Mall – alle Verkaufsflächen belegt. Allerdings wird das Karstadt-Warenhaus häufig als abgänglich eingestuft, da es deutliche Mängel aufweist. Die L-förmig geführte zweigeschossige Mall führt im Erdgeschoss von der Kaiserstraße zur Brückenstraße. Da die Brückenstraße keine Attraktivität für Fußgänger besitzt, ist die Mall kein Verbindungsweg, sondern vor allem Erschließungsweg für einige Geschäfte und dient außerdem als Eingangsbereich in das Warenhaus.

Einzelhandelsaspekte

Der Bergische Hof bildet den westlichen Pol des innerstädtischen Einzelhandels, der sich vor allem entlang des Straßenzuges Kaiserstraße–Hindenburgstraße erstreckt. Da der östliche Gegenpol, die kleine Einkaufspassage Alte Post, allein quantitativ wesentlich schwächer aufgestellt ist, bildet er bis heute den Angebotsschwerpunkt der Innenstadt. Diese Situation wird sich durch die für September 2015 geplante Eröffnung eines Einkaufscenters mit rund 15.000 Quadratmetern Verkaufsfläche auf dem der Innenstadt benachbarten, ehemals



EG

Abb. 35: Gumpersbach, Bergischer Hof

gewerblich genutzten Gelände verändern. Diese Entwicklung verlangt in jedem Fall eine Neupositionierung des Bergischen Hofes.

3. Handlungsansätze/Empfehlungen

Der Bergische Hof ist in seiner heutigen baulichen und funktionalen Struktur nicht mehr zeitgemäß, um aktuellen Ansprüchen von Kunden zu genügen. Dies betrifft sowohl den Warenhaus- als auch den Mallbereich. Wenn das Objekt weiter wirtschaftlich erfolgreich sein will, ist eine grundlegende Neuordnung erforderlich.

Die bauliche Struktur des Bergischen Hofes und die Einzelhandelssituation der Stadt eröffnen einige Optionen zur Weiterentwicklung des Gebäudes. Voraussetzung dafür ist, dass größere Teile des Karstadt-Warenhauses erhalten oder adäquat umgenutzt werden können.

Erste Wahl für eine Revitalisierung ist sicherlich die Neustrukturierung der Einzelhandelsflächen. Hierzu gehören vor allem die Aufgabe der kaum zu reaktivierenden Mall im 1. Obergeschoss und eine Neuordnung der Ladenzuschnitte. Eine Verkleinerung des Karstadt-Warenhauses erscheint möglich.

Wenn der Fortbestand des Warenhauses nicht gewährleistet werden kann und die Eigentümer nur kleinere bauliche und funktionale Veränderungen anstreben, kann

die Umnutzung der vorhandenen Flächen in stärker discount-orientierte Betriebskonzepte eine wirtschaftlich sinnvolle Alternative sein. Aus städtebaulicher Sicht erscheint dann jedoch der Abriss des Gebäudes als die langfristig sinnvollere Option.

6.2 Dorsten-Barkenbergl Wulfener Markt

- Einkaufspassage mit darüberliegenden Wohneinheiten
- Randlage
- akuter Leerstand

Standort: Wulfener Markt, Dorsten

Bauherr/Eigentümer: Medico-Fonds Nr. 18 Leo Schmitz KG
(Kommanditisten: Deutsche Apotheker- und Ärztekbank
und Deutsche Genossenschaftsbank)

Eröffnung: 1982

Nutzung: Einzelhandel, Wohnen

Architekten: Josef Paul Kleihues (Dülmen, Berlin)

Oberirdische Geschosse: 2–4

Nutzfläche: ca. 5.600 m² Einzelhandel, ca. 10.000 m²
Wohnungen

Parkplätze: ca. 175

1. Projektdaten

Baulich/städtebaulich

Das Projekt ist eng verbunden mit der Planung der „Neuen Stadt Wulfen“, dem heute Barkenberg genannten Siedlungsbereich Dorstens, in den 1960er und 1970er Jahren. Von der ambitionierten Vision einer ursprünglich für 60.000 Einwohner geplanten, eigenständigen Stadt blieb mangels Erfolg des aus dem Ruhrgebiet nordwärts wandernden Steinkohlebergbaus nicht mehr übrig als ein Stadtteil für knapp 8.400 Einwohner sowie 5.200 Einwohner in Alt-Wulfen. Als Teil des Zentrums der Neuen Stadt entstand das ab 1975 von dem renommierten Architekten Josef Paul Kleihues geplante und zwischen 1979 und 1982 gebaute Wohn- und Geschäftszentrum. Zusammen mit einer Freizeit- und Begegnungsstätte mit Hallenbad (Gemeinschaftshaus), einer Gesamtschule und weiteren Geschäftshäusern sollte dieser Bereich das Bindeglied zwischen dem alten und dem neuen Teil des Dorstener Stadtteils Wulfen bilden.

Der Gebäudekomplex war als lang gestreckte Einkaufsstraße in Form einer Passage konzipiert, von der sich fingerartig terrassiert angelegte Wohnflügel mit überdachten Wegen erstrecken sollten. Errichtet wurden jedoch lediglich die beiden östlichsten Wohnflügel, die zugleich den Wulfener Markt an dessen westlicher Seite räumlich einfassen. Das Rückgrat der Gesamtanlage bildet zweifelsohne die 120 Meter lange Passage, die – um 30 Grad von der Linienführung eines alten Feldweges zwischen Alt- und Neu-Wulfen abzweigend – zwischen dem Marktplatz im Osten und der ringförmigen Erschließungsstraße im Westen eingespannt liegt.

Innerhalb der ca. 8,50 Meter breiten und ca. 9 bis 11 Meter hohen, von Glas bedeckten Passage reihen sich 37 Ladenlokale. Durchgängig zieht sich durch alle sechs Meter hohen Läden eine Galerieebene, etwa halb so tief wie die Läden selbst und jeweils mit einer eigenen Treppe von der Erdgeschosszone erschlossen.

Über den Läden liegen in zwei Ebenen 60 Wohnungen, die mithilfe offener Galerien oberhalb der Passage erschlossen werden. Zu diesen Galerien gelangen die Bewohner über einen im Freien liegenden Erschließungsweg und daran gelegene Treppenhäuser. Die Wohnflügel sind entweder über Treppenhäuser direkt von den Wohnstraßen oder über offene Treppenhäuser zugänglich. Die dort gelegenen 56 zum Teil terrassenartig angelegten Wohnungen werden von quer verlaufenden inneren Wegen in Form von Kolonnaden erschlossen.¹

Unterhalb der Ladenzone sind in einer Tiefgarage Stellplätze für Laden- und Wohnungsinhaber vorgesehen. Stellplätze für Besucher des Einkaufszentrums befinden sich in der Nachbarschaft.

Die auf einem modularen Konstruktionssystem basierende rationalistische Architektursprache differenziert kaum zwischen den unterschiedlichen Funktionsbereichen. Das Prinzip der Reihung immer gleicher Elemente wirkt sehr monoton. Die räumliche Offenheit der Passage an ihren Enden führt im Zusammenspiel mit dem offenen baulichen Umfeld zu Zugerscheinungen. Zwar bemühte man sich, mit Windkanalexperimenten den anfänglich unerklärlichen Luftflüssen auf die Spur zu kommen – ohne jedoch für Abhilfe durch eine Schließung des Witterungsschutzes zu sorgen.

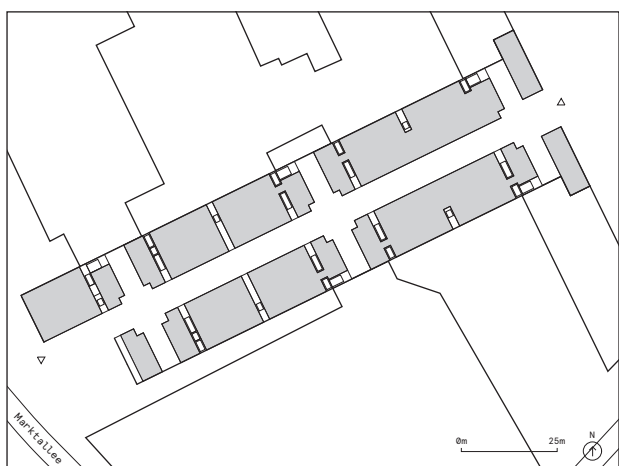
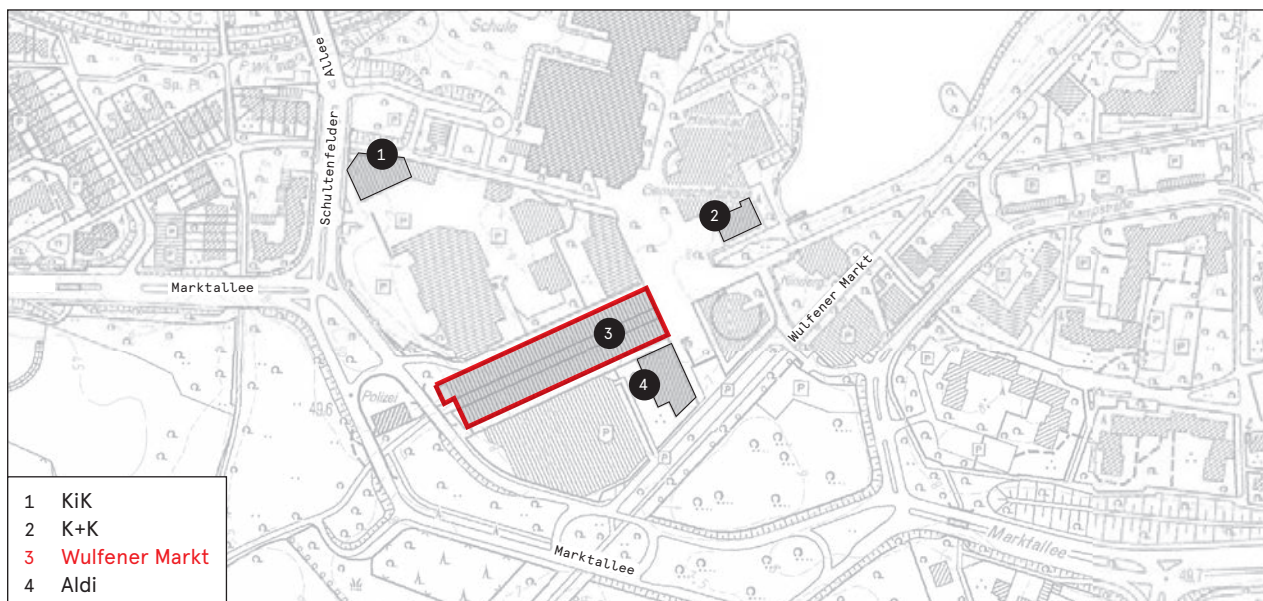
Einzelhandelsfakten

Die Passage beinhaltet ursprünglich 37 Ladenlokale mit ca. 5.600 Quadratmetern Verkaufsfläche. Letztmalig waren 1995 sämtliche Läden vermietet. Aktuell stehen fast alle innerhalb der Passage gelegenen Geschäfte leer, lediglich zwei Lokale werden noch genutzt. Letztlich findet dort also kein Einzelhandel mehr statt. Von den Wohnungen steht dagegen nur ein Viertel leer.

2. Einordnung der Bestandssituation

Raumstrukturelle und funktionale Einbindung

Die Einkaufspassage litt seit ihren Anfängen an der mangelhaften Einbindung in die benachbarten Ortsteile. Eigentlich als Zentrum geplant, besaß sie nur eine Randlage. Die für den Bautypus einer Passage notwendigen Anfangs- und Endpunkte fehlten.² Die als zentraler Übergang geplante Passage hat nie als solcher funktioniert: Der Wulfener Markt wurde niemals Mittelpunkt des Ortsteils. Als später in der Nachbarschaft ein weiteres Einkaufszentrum geplant wurde, unterblieb die notwendige Maßnahme, die Einkaufspassage als Bindeglied zwischen dem Platz und den ursprünglich geplanten großen Einzelhandelsflächen im Südwesten einzubeziehen. Ein zunächst geplantes Warenhaus, das formal und funktional unbedingt an das südwestliche Kopfende der Passage gehörte, wurde nicht realisiert, stattdessen entstand zunächst ein Flachbau mit 2.000 Quadratmetern Einzelhandelsfläche nordwestlich der Passage. Die zentrumsnahen Grundstücke in Richtung Alt-Wulfen wurden anfangs für die spätere Entwicklung freigehalten, sodass



EG Einzelhandel, Gastronomie
Lufträume, Erschließung

die für ein funktionsfähiges Zentrum notwendige Umbauung der Passage an deren Ein- und Ausgängen ausblieb. Spätere Ergänzungen des Einzelhandels erfolgten dann in konzeptionellem Widerspruch zur Anlage der Passage auf deren nordwestlicher und südöstlicher Längsseite, ohne sich dabei an ihr Wegesystem anzubinden. Auf diese Weise trat das neue Einzelhandelszentrum in unmittelbare Konkurrenz zur benachbarten Passage, anstatt sie sinnvoll zu ergänzen.

Ein weiteres grundlegendes Problem der mangelhaften raumstrukturellen Einbindung stellt die Fußgängerverbindung nach Alt-Wulfen bzw. zu den in späteren Bauphasen geplanten Wohngebieten dar. Da bei der Planung des Stadtteils auf eine strikte Trennung des motorisierten Verkehrs vom Rad- und Fußgängerverkehr geachtet wurde, die Fußgängerebene der Passage aber in der gleichen Höhe liegt wie der die Passage an ihrem südwestlichen Endpunkt tangierende Erschließungsring für den Pkw-Verkehr, taucht der Fußgängerweg innerhalb der Passage über eine 30 Meter lange Rampe in eine Unterführung ab. Derartige Unterführungen führen bei vielen Menschen zu Unbehagen. Erst recht widerspricht eine solche Konzeption der Idee einer Passage.

Andienung und Parken liegen im Untergeschoss. Die Waren werden über zwei schmale Lastenaufzüge und einen offenen Ausgang verteilt. Die Wege sind zum Teil sehr schmal. Aufgrund der unzureichenden Aufzugsgröße und der engen Radien bei den Belieferungswegen lassen sich größere Ladungen nur sehr schlecht transportieren.

Einzelhandelsaspekte

Das städtebauliche Umfeld ist trotz des hohen Leerstands des Wohn- und Geschäftszentrums durchaus intakt. Die dem Markt zugewandte Seite der Passage funktioniert. Der benachbarte Rundbau ist mit Dienstleistern und Wohnungen gut vermietet. Mit einer Gesamtschule und einem Gemeinschaftshaus finden sich über den Ort hinaus ausstrahlende Frequenzbringer in der Nachbarschaft. Jedoch gibt es keinen räumlichen oder funktional begründeten Anreiz, die kleinen Ladeneinheiten in der Passage vom Marktplatz aus aufsuchen zu wollen. Mit ihren anderthalb Geschossen sind sie auch nur bedingt für den

Abb. 36: Dorsten-Barkenberger, Wulfener Markt



Abb. 37: Dorsten-Barkenberg, Wulfener Markt



Einzelhandel geeignet. Aufgrund der Konkurrenz des unmittelbar benachbarten Einzelhandelszentrums im Nordosten besitzt der Standort in seinem Inneren keine Zukunft als Handelsstandort mehr.

Die schwierigen Besitzverhältnisse – mit einem Immobilienfonds als Eigentümer – erschweren einen sinnvollen Lösungsweg. Eine 2013 vom Rat der Stadt Dorsten verhängte Veränderungssperre für den Standort der Passage und seine Umgebung erfolgte leider zwanzig Jahre zu spät.

3. Handlungsansätze/Empfehlungen

Zunächst müssten zwei städtebauliche Grundsatzentscheidungen getroffen werden. Zum einen ist zu entscheiden, ob der Einzelhandelsstandort in Dorsten-Barkenberg überhaupt weiterentwickelt werden soll. In diesem Kontext gilt es zu beachten, ob aus Bedarfsperspektive zusätzliche Verkaufsflächen für dieses Nebenzentrum benötigt werden oder die (Nah-)Versorgung aktuell ausreichend ist. Wenn Letzteres nicht der Fall sein sollte und eine Ausweitung von weiteren Einzelhandelsflächen auch aus gesamtstädtischer Perspektive vertretbar erscheint, weil keine Kaufkraftabflüsse aus anderen (wichtigeren) Versorgungsbereichen zu befürchten sind, müsste darüber entschieden werden, welcher der beiden unmittelbar benachbarten Einzelhandelsstandorte weiterentwickelt wäre, da eine Entscheidung für beide Standorte ausgeschlossen erscheint.

Im Falle der Entscheidung zugunsten des Erhalts des jüngeren, aktuell funktionierenden Standorts ergeben sich für das Wohn- und Einkaufszentrum Wulfener Markt folgende Optionen:

- Umbau bzw. teilweiser Abriss des Wohn- und Einkaufszentrums unter Erhalt der Wohnflügel im Bereich der Platzrandbebauung des Wulfener Markts;
- städtebauliche Neukonzeption der Bebauung im Bereich des abzureißenden Passagenteils in Zusammenhang mit den Strukturen des neueren Zentrums;

- Einbindung mindestens eines Einzelhandelsmagneten an dieser Stelle.

Im Falle der Entscheidung zugunsten des Erhalts des Wohn- und Einkaufszentrums Wulfener Markt im Ganzen:

- bauliche Ergänzungen von Einzelhandel im Sinne der ursprünglichen Konzeption mit großflächigem Einzelhandel am südwestlichen Ende der Passage;
- Umbau der Wegeführung der Fußgänger als Alternative zu der Unterführung unter der ringförmigen Erschließungsstraße.

Im Falle von positiven Veränderungen im Bereich des Wohnimmobilien- und/oder Büroimmobilienmarktes (verstärkte Nachfrage) wäre auch der vollständige Umbau der Ladenlokale zu Wohneinheiten (zum Beispiel für alternative Wohnformen wie Altenwohngemeinschaften oder betreutes Wohnen) oder zu Büros (Start-up-Unternehmen oder Ateliers) denkbar. Die vorhandene Stahlbetonskelettkonstruktion ist aufgrund ihrer rasterförmigen Struktur sehr flexibel und so gut für Umbau- bzw. Umstrukturierungsmaßnahmen nutzbar.

1 S. hierzu: Kleihues 1983; Zlonicky-Krawietz 1982

2 Ullmann 1983

6.3 Bochum

City-Point und Drehscheibe

- Zwei miteinander verbundene Einkaufszentren
 - 1A-Lage innerhalb der Fußgängerzone
 - Leerstand in den Obergeschossen
-

Standort: Kortumstraße 87–89 (City-Point) und Kortumstraße 100 (Drehscheibe), Bochum

Bauherr/Eigentümer: City-Point: ECE Projektmanagement GmbH (Hamburg); Drehscheibe: Zentra-Grundstücks GmbH & Co. KG (Köln)

Eröffnung: City-Point: 1989 bzw. 1992 Erweiterung; Drehscheibe: 1984

Nutzung: Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung

Architekten: City-Point: ECE Bauabteilung (Hamburg); Drehscheibe: H. Dietrich und U. Herrmann (Köln)

Oberirdische Geschosse: 3

Nutzfläche (gesamt): ca. 20.700 m², davon 18.100 m² Einzelhandel (City-Point: 8.100 m², Drehscheibe: 10.000 m²) und ca. 2.600 m² Büroflächen bzw. Arztpraxen (City-Point: 1.100 m², Drehscheibe: 1.500 m²)

Parkplätze: ca. 700 im benachbarten Parkhaus Brückstraße

Bau- bzw. Umbaukosten: unbekannt

1. Projektdaten

Baulich/städtebaulich

Das Einkaufszentrum City-Point/Drehscheibe befindet sich an zentraler Stelle innerhalb der Bochumer Innenstadt, direkt an der Kreuzung Kortumstraße/Bongardstraße. Das Shoppingcenter besteht aus zwei kleineren Centern, dem City-Point und der Drehscheibe. Sie sind durch eine Überführung im 1. Obergeschoss miteinander verbunden.

Das Einkaufszentrum Drehscheibe wurde 1983/84 errichtet und durch den Betreiber des gegenüberliegenden City-Points mit in sein Management übernommen. Der City-Point entstand 1988/89 durch den Umbau des ehemaligen, 1957 errichteten und 1986 geschlossenen Kaufhauses Wertheim/Hertie. 1991/92 wurde es nach Abbruch des benachbarten Röl-Hauses erweitert. Der City-Point verfügt über zwei ebenerdige, zur Bongardstraße orientierte Eingänge und über einen unterirdisch gelegenen Eingang zur U-Bahn im Bereich der Kortumstraße, die Drehscheibe über drei ebenerdig gelegene Eingänge, von denen zwei ebenfalls zur Bongardstraße und einer zur Kortumstraße ausgerichtet sind, sowie über einen unterirdisch gelegenen Eingang zur U-Bahn im Bereich der Kortumstraße.

Das architektonische Erscheinungsbild beider Center ist recht unterschiedlich. Während sich der City-Point mit seiner vertikalen und wuchtigen Fassade eher an der klassischen großstädtischen Warenhausarchitektur orientiert, weist die Drehscheibe eine kleinteilige Fassade auf, die mithilfe von zweigeschossigen Fensteröffnungen und einer darüberliegenden Lochfassade sowie einer zurückspringenden Fassade im Dachgeschoss die funktional unterschiedlichen Ebenen optisch zu trennen versucht. Damit wirkt dieses Center zugleich weniger anziehend – nicht zuletzt, weil die Eingänge sehr zurückhaltend gestaltet sind.

Einzelhandelsfakten

In der Gesamttagglomeration befinden sich aktuell 60 Geschäfte (Handel, Gastronomie und Dienstleister) mit einer Verkaufsfläche von 18.100 Quadratmetern (8.100 Quadratmeter im City-Point, 10.000 Quadratmeter in der Drehscheibe). Zusätzlich befinden sich insgesamt ca. 2.600 Quadratmeter Büroflächen bzw. Arztpraxen (Drehscheibe) in den oberen Etagen beider Center. Der Einzelhandel erstreckt sich im City-Point über fünf, in der Drehscheibe über drei Geschosse. 700 Parkplätze stehen in dem benachbarten Parkhaus Brückstraße zur Verfügung. Es ist direkt über eine Brücke im 1. Obergeschoss an das Einkaufszentrum Drehscheibe angeschlossen.

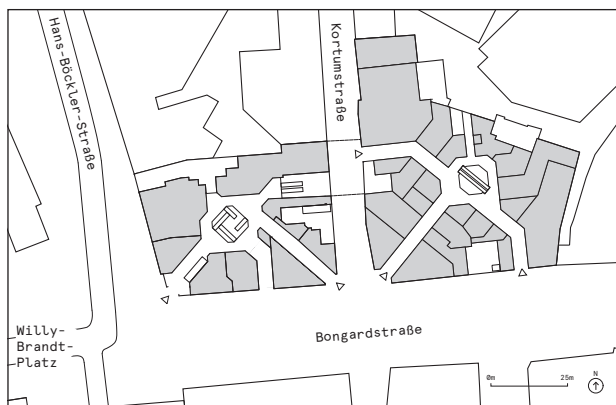
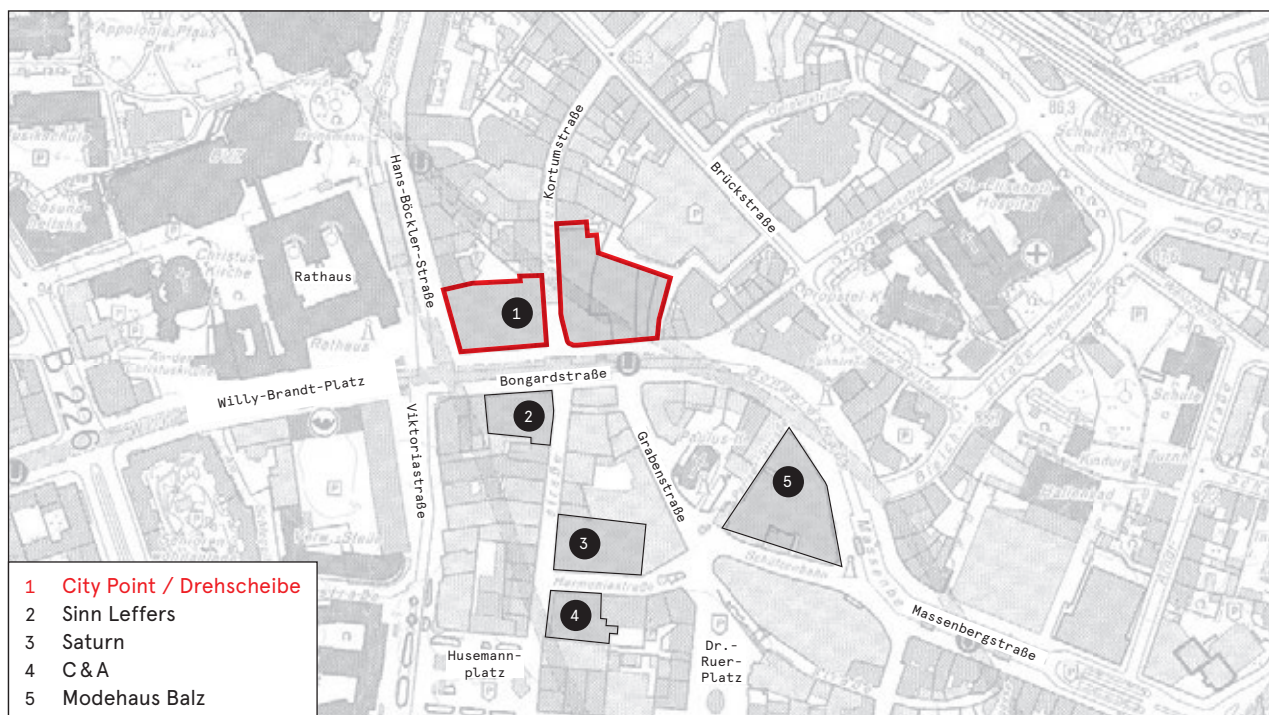
2. Einordnung der Bestandssituation

Raumstrukturelle und funktionale Einbindung

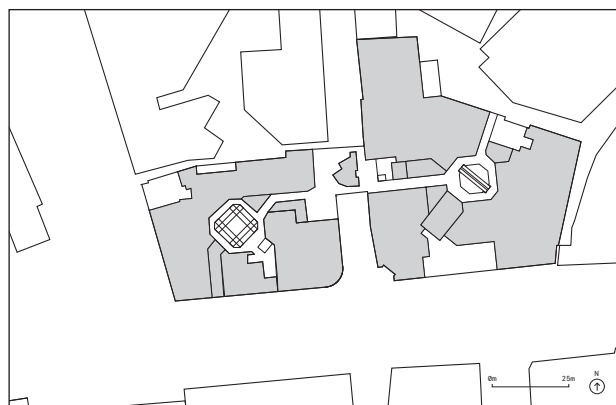
Die städtebauliche Integration beider Center ist gut. Zum einen nutzt der City-Point einen bereits seit Jahrzehnten etablierten innerstädtischen Einzelhandelsstandort, zum anderen befinden sich beide Center in bester Lage im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich. Auch wenn sie in ihren oberen Geschossen über Büroflächen bzw. Arztpraxen verfügen, so handelt es sich bei beiden Centern doch um eher monofunktionale Einzelhandelsarchitekturen.

Die Zugänge sind richtigerweise primär auf die Bongardstraße ausgerichtet. Unverständlich bleibt, warum beide Center in der Erdgeschosszone der Kortumstraße so wenig aufeinander eingehen. Die Brücke zwischen beiden Centern im 1. Obergeschoss ist aus funktionalen Gründen (Zusumschalten beider Center, Verkürzung der Wege) verständlich, sie verdunkelt jedoch wegen ihrer immensen Breite den unter ihr liegenden Raum stark und erzeugt so im öffentlichen Raum eine unattraktive Situation. Die Anbindung an das ÖPNV-Netz ist durch an bzw. unter den Häusern liegende S- und U-Bahn-Haltestellen sehr gut.

In beiden Einkaufszentren gruppieren sich die Verkaufsebenen um einen atriumähnlichen inneren Hof, der jeweils von einem Glasdach bekrönt wird. Um den Luftraum des Atriums verlaufen galerieartige Erschließungswege, von denen die Zugänge zu den Ladenlokalen abzweigen. Die Vertikalerschließung erfolgt im City-Point über vier tangential an das Atrium angelegte Rolltreppen und in der Drehscheibe über zwei radial angelegte Rolltreppen. Die Anordnung der Rolltreppen ist von ihrem Grundsatz her richtig, allerdings führt die räumliche Enge der Atrien dazu, dass das auf räumliche Großzügigkeit angelegte Konzept hier nicht greift. Die Rolltreppen schränken die Blickbeziehungen zwischen den Laufwegen und den Ver-



EG



1. OG

Einzelhandel, Gastronomie
 Lufträume, Erschließung

Abb. 38: Bochum, City-Point und Drehscheibe



Abb. 39: Bochum, City-Point und Drehscheibe

kaufsebenen erheblich ein. Besonders im City-Point scheinen die Rolltreppen das Atrium geradezu zu „umzingeln“.

Einzelhandelsaspekte

Beide Center weisen aktuell erhebliche Leerstände auf.¹ Das 3. Obergeschoss des City-Points steht vollständig leer, das 2. Obergeschoss zur Hälfte und das Untergeschoss der Drehscheibe in Teilen. Verantwortlich hierfür ist auf der einen Seite offensichtlich die starke Wettbewerbssituation in Bochum bzw. im Ruhrgebiet, auf der anderen Seite aber auch die Tatsache, dass die Geschossfläche zu klein ist, um eine interessante Einzelhandelsstruktur anbieten zu können. Die zukünftige großflächige Einzelhandelsnutzung zweier großer Areale in der Bochumer Innenstadt (ehemaliges Justizgebäude und Telekomblock) dürfte die Wettbewerbssituation für den City-Point und die Drehscheibe weiter verschärfen. Aufgrund der sehr guten Lage werden beide Center jedoch auch weiterhin gute Chancen haben, sich am Markt zu behaupten; hierzu sind jedoch einige Umbauten und ein verbessertes Erscheinungsbild erforderlich.

3. Handlungsansätze/Empfehlungen

Angeichts der planerisch nicht endgültig absehbaren Situation hinsichtlich der Erweiterungen durch großflächige Einzelhandelsprojekte in der Bochumer Innenstadt erscheint das Ausbleiben von Neuinvestitionen zwar verständlich, jedoch nicht hilfreich. Eine Neupositionierung, eventuell auch mit einem äußerlich verbesserten Erscheinungsbild, sollte bereits jetzt in Angriff genommen werden, nicht erst dann, wenn sich das innerstädtische „Magnetfeld“ der Passanten neu ausgerichtet hat. Nur so kann ein weiterer Niedergang der beiden Center verhindert werden.

Unabhängig davon dürfte der Standort selbst in jedem Fall seine herausragende Bedeutung für den Einzelhandel in der Innenstadt Bochums behalten. Er kann und sollte deshalb

weiter entwickelt werden. Auf baulicher Seite sind folgende Maßnahmen zu empfehlen:

- Vergrößerung von Ladenlokalen innerhalb der Center, eventuell auch über zwei Etagen mit einer inneren Erschließung.
- Beim City-Point: Überlegung zur Rückbesinnung auf das ehemals vorhandene Kaufhausprinzip.
- Für den Fall, dass die bisherige Konzeption beibehalten werden soll, wären insbesondere im City-Point eine großzügigere Gestaltung der Atrien sowie ein Überdenken der Vertikalerschließung notwendig.
- Gestalterische Überarbeitung der Eingangsbereiche der Drehscheibe.
- Überdenken der Notwendigkeit des breiten Übergangs im 1. Obergeschoss.
- Eventuell dauerhafte Aufgabe des 2. Obergeschosses im City-Point für eine Einzelhandelsnutzung, wie sie im 3. Obergeschoss durch die Anlage von Büroflächen bereits eingeleitet wurde oder in der Drehscheibe mit Arztpraxen schon besteht

1 Rorowski, Andreas: „Leerstand bleibt ein Dauerthema“. In: WAZ online, vom 11.4.2014

6.4 Wuppertal Rathaus-Galerie

- Drei Passagen auf unterschiedlichen Ebenen
- Randlage zum Hauptgeschäftsbereich
- multifunktionale Mischung

Standort: Friedrichstraße 40, Wuppertal

Bauherr/Eigentümer: Planungsprojekt Wuppertal GmbH & Co. KG (Wuppertal)

Eröffnung: 1994

Nutzung: Einzelhandel, Dienstleistungen (unter anderem Arztpraxen), Gastronomie, Büros, Wohnen

Architekten: RKW Rhode, Kellermann, Wawrowsky (Düsseldorf)

Oberirdische Geschosse: 4–6

Nutzfläche: ca. 22.000 m² (ca. 14.000 m² Einzelhandel, ca. 5.500 m² Büros und Arztpraxen, ca. 2.500 m² Wohnungen)

Parkplätze: ca. 850 (davon ca. 450 Parkplätzen unterhalb des Karlsplatzes und 400 eigene)

Baukosten: ca. 51 Mio. Euro

1. Projektdaten

Baulich/städtebaulich

Die Rathaus-Galerie wurde im Zuge städtebaulicher Sanierungsmaßnahmen im Nordbereich der Elberfelder Innenstadt, hinter dem Rathaus, auf einem brach liegenden Gelände erbaut.

Sie wurde 1994 als städtebaulich integriertes Center (Aufnahme der Blockstruktur) eröffnet. Auf die starken topografischen Niveauunterschiede wird mit drei auf unterschiedlichen Ebenen liegenden Passagen reagiert. Sie treffen sich in einem zentralen Forum, das die Passagen mit Rolltreppen und einem Aufzug verbindet. Eine vorhandene Tiefgarage mit 450 Parkplätzen unterhalb des Karlsplatzes wurde um weitere 400 Stellplätze in den Untergeschossen ergänzt.

Einzelhandelsfakten

Bei dem Center handelt es sich um ein multifunktional angelegtes, gemischt genutztes Center mit ehemals 60 (heute durch Flächenzusammenlegungen 45) Geschäften, Dienstleistern und gastronomischen Einheiten auf ca. 14.000 Quadratmetern auf drei Etagen.¹ Hauptmieter sind ein Toys“R“Us-Spielwarenmarkt und ein Edeka-Lebensmittelmart. Der Einzelhandelsbestand wird durch ca. 5.500 Quadratmeter Büroflächen, ein Ärztezentrum sowie ca. 2.500 Quadratmeter Wohnflächen mit 25 Wohnungen ergänzt. Das Center wurde 1996 von der Interessenvertretung der internationalen Centerwirtschaft, dem ICSC, in der Kategorie „bestes europäisches innerstädtisches Einkaufszentrum“ mit dem „European Shopping Center Award“ ausgezeichnet.

Die Rathaus-Galerie weist aktuell erhebliche Leerstände auf, die zum Teil gut kaschiert sind und dem Besucher nicht direkt ins Auge fallen. Die Leerstände konzentrieren sich auf die mittlere und die untere Ebene. Zwei Frequenzbringer (Apple-Store und Thalia-Buchhandlung) sind vor Kurzem ausgezogen. Die oberste Etage (Nordstadt-Mall) weist dagegen kaum Leerstände auf. Die Geschäfte hier sind vor allem auf den täglichen Bedarf ausgerichtet. In der obersten und mittleren Ebene finden sich im Bereich des Forums zahlreiche gastronomische Einheiten.

2. Einordnung der Bestandssituation

Raumstrukturelle und funktionale Einbindung

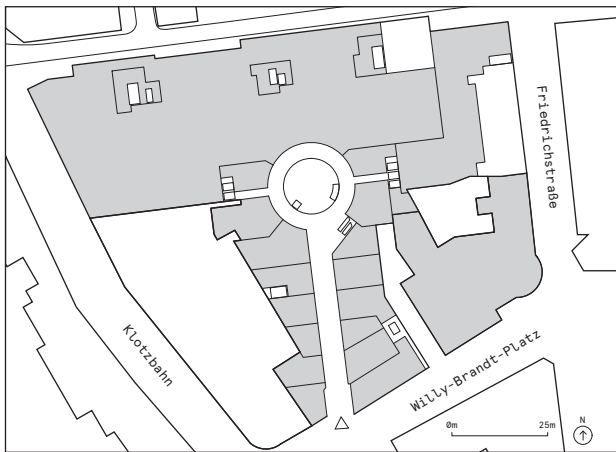
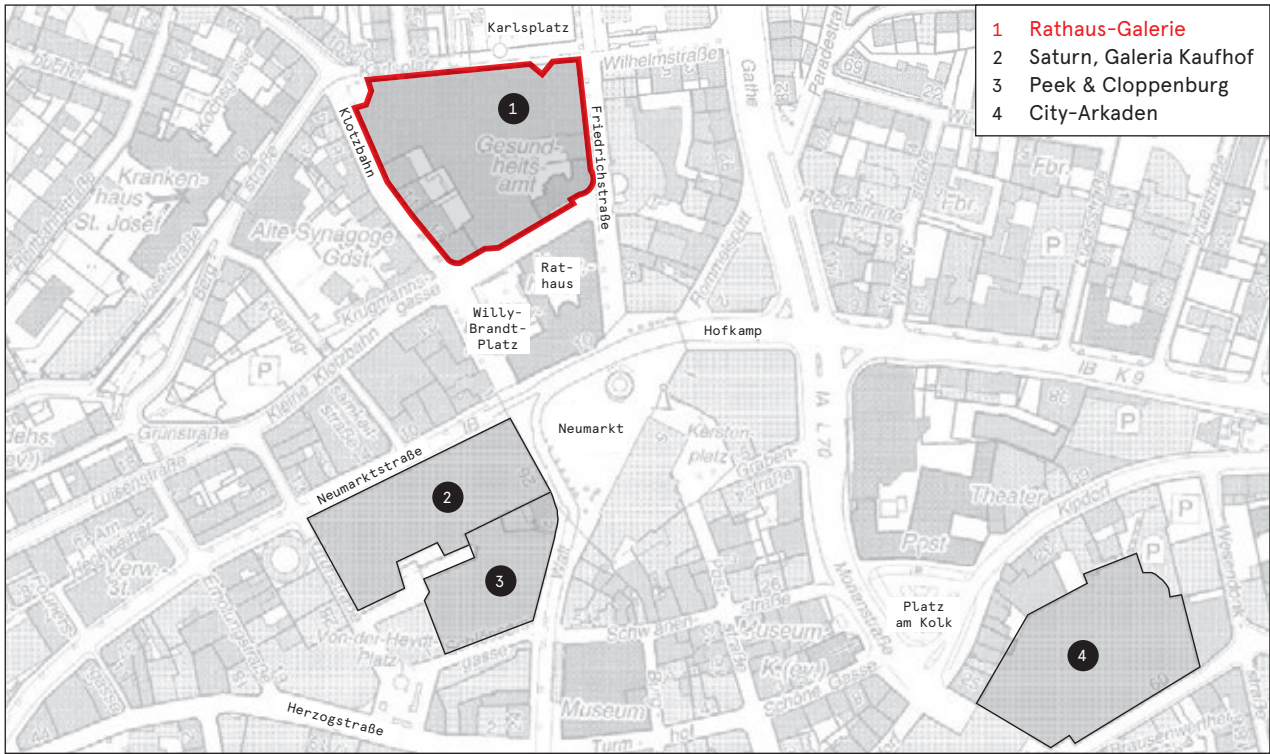
Der multifunktionale Ansatz der Galerie mit Einzelhandels-, Wohn- und Büronutzungen sowie Arztpraxen ist dem innerstädtischen Standort angemessen. Das Center ist zudem gut in das städtebauliche Umfeld integriert: Es reagiert auf sein Umfeld, die unterschiedlichen Straßen und Platzbereiche in der Nachbarschaft und ergänzt das Wegenetz. Eine gut frequentierte, da innenstadtnah gelegene Tiefgarage fungiert als Frequenzbringer für die untere Ebene der Rathaus-Galerie.

Durch den Bau der Rathaus-Galerie sind zugleich neue Laufwege entstanden, die in Konkurrenz zu den vorhandenen Einkaufsstrassen (insbesondere der Klotzbahn und mit Abstrichen auch der Friedrichstraße) stehen. Angesichts der insgesamt niedrigen Passantenfrequenz, die vor allem der versteckten Lage des Centers hinter dem Elberfelder Rathaus geschuldet ist, schwächt diese Konkurrenz alle Laufwegen.

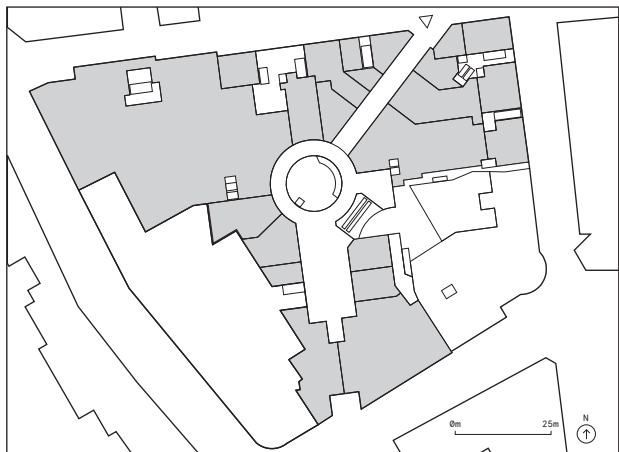
Die erheblichen topografischen Niveauunterschiede des Umfelds werden im Inneren des Centers durch Laufwege auf drei Ebenen und das Forum als räumlichen Vertikalverteiler ausgeglichen. Diese städtebaulich gut gemeinte Konzeption erschwert jedoch für den Besucher zum einen die Orientierung und behindert zum anderen die Unbeschwertheit des Bum-melns und Flanierens. Das Center mit seiner die Niveauunterschiede ausgleichenden Bauweise macht sich so die Probleme des Standorts zu eigen.

Bauliche Gestaltung

Die Architektursprache ist städtisch. Die Architektur der Blockrandbebauung ist mit einfachen Lochfassaden, entsprechend den unterschiedlichen Nutzungen der Geschosse, differenziert gegliedert und entspricht der baulichen Aufteilung des Blocks in einzelne Gebäude. Die Eingänge sind mittels baulicher Erhöhungen und vorspringender Dächer besonders betont. Die Gestaltung der Fassaden selbst ist unpräzise. Aufgrund der schwierigen topografischen Situation ist die Anbindung des Innenhofes des Baublocks an das Gebäudeinnere nicht barrierefrei. Gerade in einer solchen räumlich diffizilen Situation kommt der Vertikalverbindung eine zentrale Bedeutung zu. Dafür allerdings liegen die Rolltreppen zu unscheinbar und zu wenig zentral zu den Mallflächen. Sie sind somit aus dem Blick der Besucher gerückt. Gleiches gilt für die Zugänge des Parkhauses, das über Fahrstühle erreichbar ist. Die mittlere Mall ist in Form einer Sackgasse ausgebildet und erscheint so im Vergleich zu den anderen Laufwegen weniger attraktiv.



EG



1. OG

Einzelhandel, Gastronomie
Lufträume, Erschließung



2. OG

Abb. 40: Wuppertal, Rathaus-Galerie

STUDIE



Abb. 41: Wuppertal, Rathaus-Galerie, Eingang am Karlsplatz



Abb. 42: Wuppertal, Rathaus-Galerie, Eingang an der Friedrichstraße



Abb. 43: Wuppertal, Rathaus-Galerie, Eingang an der Ecke Karlsplatz/Klotzbahn

Einschätzung zur Zukunft des Handelsstandorts

Für die Rathaus-Galerie ist ein für den Einzelhandel hinsichtlich der Mikrolage und der Geländesituation nicht einfacher Standort gewählt worden. Nur in den ersten Betriebsjahren trug die Geschäftsidee befriedigend. Infolge der Neueröffnung der City-Arkaden (ECE) haben sich die Passantenfrequenzen innerhalb des Hauptgeschäftsbereichs deutlich zu deren Gunsten verändert. Die Rathaus-Galerie ist somit noch weiter in eine Randlage gerückt, in der sie sich durch die Schattenlage hinter dem Elberfelder Rathaus ohnehin schon befand. Dies wird durch eine weitere gegenwärtig im Bau befindliche Einzelhandelsentwicklung am Döppersberg weiter verstärkt.

Gleichzeitig weist das städtebauliche Umfeld im Norden und Westen des Centers erhebliche Defizite auf und ist zu den 1A-Lagen der Innenstadt nicht konkurrenzfähig.



Abb. 44: Wuppertal, Rathaus-Galerie,

3. Handlungsansätze/Empfehlungen

Die Veränderungen der letzten Jahre innerhalb der Elberfelder Innenstadt haben den Standort zusätzlich geschwächt. Weitere Entwicklungen wie zum Beispiel die städtebauliche und funktionale Aufwertung des Bahnhofsumfeldes auf dem Döppersberg mit neuen Einzelhandelsangeboten kommen hinzu. Ein Fortbestand des Centers in der bisherigen Form erscheint daher nicht sinnvoll. Eine grundlegende Umplanung ist notwendig, um den Standort funktional und wirtschaftlich langfristig – entsprechend den veränderten Rahmenbedingungen – zu erhalten.

Das Gebäude bedarf aufgrund seiner eingefassten und prominenten Lage eines grundlegenden Umbaus, der auf geeignete Nutzungsüberlegungen abgestimmt sein muss. Infolge der städtebaulich komplizierten Situation (Topografie, Blockstruktur) und der daraus resultierenden baulich komplexen Form gibt es allerdings für größere Umbaumaßnahmen nur geringe Spielräume. In erster Linie betrifft dies eine Neuanlage der Vertikalerschließung des 1. Obergeschosses vom Erdgeschoss aus durch Veränderung der Lage der Rolltreppen in den Mallbereich sowie eine Überarbeitung der Zone zwischen Forum und Blockinnenbereich.

Gleichzeitig gilt es, das Nutzungskonzept zu überarbeiten. Dabei erscheint die Ausrichtung auf den kurzfristigen Bedarf und Gastronomie im obersten Geschoss gelungen, weil sie auf die Ansprüche der Nachbarschaft reagiert. In der unteren und mittleren Ebene könnte die Zusammenlegung kleinerer Ladenflächen zu größeren Einheiten und deren funktionale Neuausrichtung auf weitere Geschäfte für die Deckung des kurzfristigen Bedarfs und die Ansiedelung weiterer Service-dienstleister ebenfalls mehr Leben schaffen. Eine Umwandlung der Handelsflächen in Flächen für Servicedienstleister erscheint insbesondere in der Süd-Mall sinnvoll, um den Innenstadtbesuchern auf dem Weg von der Tiefgarage zum Willy-Brandt-Platz zu ermöglichen, den Stadtbesuch mit notwendigen Erledigungen zu verbinden. Diese Servicedienstleister könnten auch stationäre Einrichtungen des Onlinehandels sein, wie sie als *retail labs* – in Zusammenhang mit der Initiative „Online-City-Wuppertal“ – mit Abhol- und Servicebereichen für verschiedene Onlineshops angedacht sind.

Die funktional-räumliche Wechselbeziehung zwischen dem öffentlichen Raum der Innenstadt und der Rathaus-Galerie erscheint ausbaufähig. Bedingt durch die abseitige Position hinter dem Rathaus und infolge der Auswirkungen von Verlagerungen der Passantenfrequenz innerhalb des Elberfelder Hauptgeschäftsbereichs erscheinen Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes insbesondere im Bereich von Klotzbahn und Wilhelmstraße unerlässlich, um die Attraktivität der Rathaus-Galerie zu erhöhen und das Quartier als Ganzes aufzuwerten. Eine Verbesserung der Querung der Neumarktstraße (bisher eher eine Barriere für Fußgänger) im Bereich des Übergangs vom Neumarkt zum Willy-Brandt-Platz wäre in diesem Zusammenhang ebenso zu empfehlen wie eine gestalterische Überarbeitung des Karlsplatzes und Neuüberlegungen zu seiner Nutzung. Eine gestalterische Aufwertung der öffentlichen Räume würde auch den dort zum Teil existierenden Einzelhandel beleben und für mehr Frequenz sorgen – auch für die Rathaus-Galerie.

6.5 Solingen Clemens-Galerien

- Teiloffenes Center
- Auftakt Fußgängerzone
- Handel und kommunale Einrichtungen

Standort: Mühlenplatz 1, Solingen

Bauherr/Eigentümer: Multi Development GmbH (Duisburg)

Eröffnung: 2000

Nutzung: Einzelhandel, Gastronomie, Bibliothek, Kino, Dienstleistungen

Architekten: Nattler Architekten (Essen) und Chapman Taylor Partners (London/Düsseldorf)

Oberirdische Geschosse: 3

Bruttogeschossfläche: 55.000 m²

Nutzfläche: ca. 27.200 m² (davon ca. 15.500 m² Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen, ca. 4.700 m² Kino, ca. 3.400 m² Bibliothek, ca. 3.600 m² Volkshochschule)

Parkplätze: ca. 550

Baukosten: ca. 71,5 Mio. Euro

1. Projektdaten

Baulich/städtebaulich

Die Clemens-Galerien wurden im Jahr 2000 in der Solinger Innenstadt an der Fußgängerzone Hauptstraße in Form eines offenen Einkaufszentrums eröffnet. Im Sinne einer Stadtrevitalisierung ergänzen die Mallflächen des Centers als frei zugängliche und größtenteils nicht überdachte Wege und Plätze das Wegenetz der Fußgängerzone an deren nördlichem Rand. Das Gebäude orientiert sich am Maßstab des vorhandenen Baubestandes und schirmt den Hauptgeschäftsbereich gegen die stark befahrene Goerdelerstraße (B 224) und die Kölner Straße ab. Durch Verkehrsumlenkungen und -beruhigungen erhielt die Fußgängerzone in diesem bis dahin vernachlässigten Bereich einen Entwicklungsschub und durch die Clemens-Galerien einen neuen Magneten als Endpunkt. Das Zentrum des Centers bildet der Mühlenplatz; er ist gleichermaßen Entree und Treffpunkt.

Das Center umfasst neben Einzelhandels- und Gastronomieflächen ein Cinemaxx-Kino, eine Volkshochschule und eine Stadtbibliothek, es schafft somit ein gemischt genutztes Quartier. Die Clemens-Galerien erhielten 2001 vom Internationalen Verband der Shoppingcenter (ICSC) die Auszeichnung als bestes Einkaufszentrum in der Kategorie „kleine Projekte“.

Einzelhandelsfakten

Bei dem Center handelt es sich – wie oben erwähnt – um ein multifunktional angelegtes, gemischt genutztes Center mit 50 Geschäften, Dienstleistern und gastronomischen Einheiten. Das Einzelhandels- und Gastronomieangebot umfasst ca. 14.000 Quadratmeter auf zwei Etagen. Hauptmieter sind diverse Fachgeschäfte wie zum Beispiel ein dm-Drogeriemarkt und der Systemgastronom Alex sowie Verkaufseinheiten des benachbarten, südlich gelegenen Kaufhof-Warenhauses, zu dem im 1. Obergeschoss des Centers ein Übergang führt. Eine Tiefgarage bietet Platz für 550 Pkw-Stellplätze. Der für das Center bestimmende Mühlenplatz ist vor allem gastronomisch ausgerichtet. Die Mall des Centers zum 1. Obergeschoss des Kaufhof-Warenhauses steht weitestgehend leer. Die zweite Mall im Erdgeschoss zur Kölner Straße funktioniert gegenwärtig. An der Fußgängerzone sind ehemalige Frequenzbringer ausgezogen, eine ganze Reihe von Flächen ist untergenutzt. Die Leerstände sind insbesondere im 1. Obergeschoss deutlich spürbar.

2. Einordnung der Bestandssituation

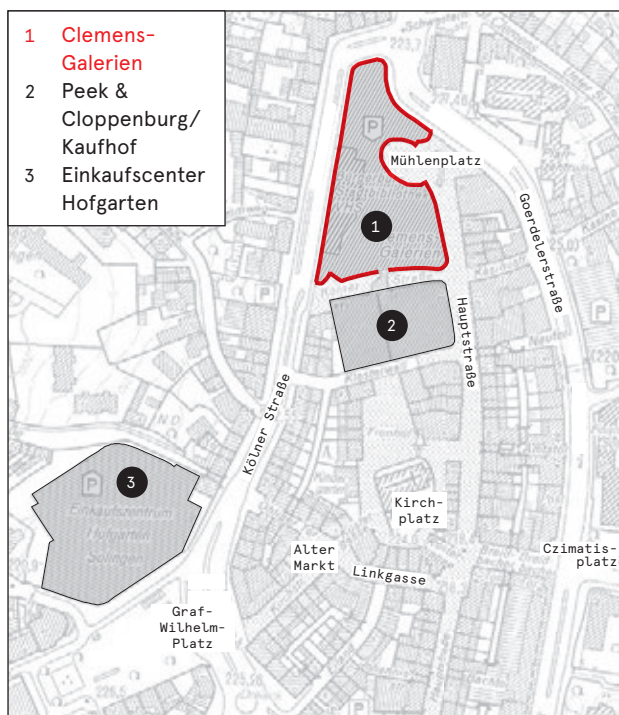
Raumstrukturelle und funktionale Einbindung

Die städtebauliche Integration der Clemens-Galerien als offenes Center mit dreiteiliger, sternförmiger Struktur ist von ihrem konzeptionellen Ansatz her vielversprechend, ebenso ihre Lage als nördlicher Endpunkt der Solinger Fußgängerzone und die räumliche Orientierung des Centers zu einer zentralen, öffentlichen Platzfläche (Mühlenplatz). Dieser Platz fungiert gestalterisch mit seiner elliptischen Rundform als eine Art Gelenk und erfüllt darüber hinaus eine Mehrfachfunktion: Er soll nicht nur der hier vielfältigen Außengastronomie dienen, sondern auch als innerstädtischer Verkehrsraum Verteiler sein und Raum für die Durchführung von Veranstaltungen (unter anderem Weihnachtsmarkt) bieten.

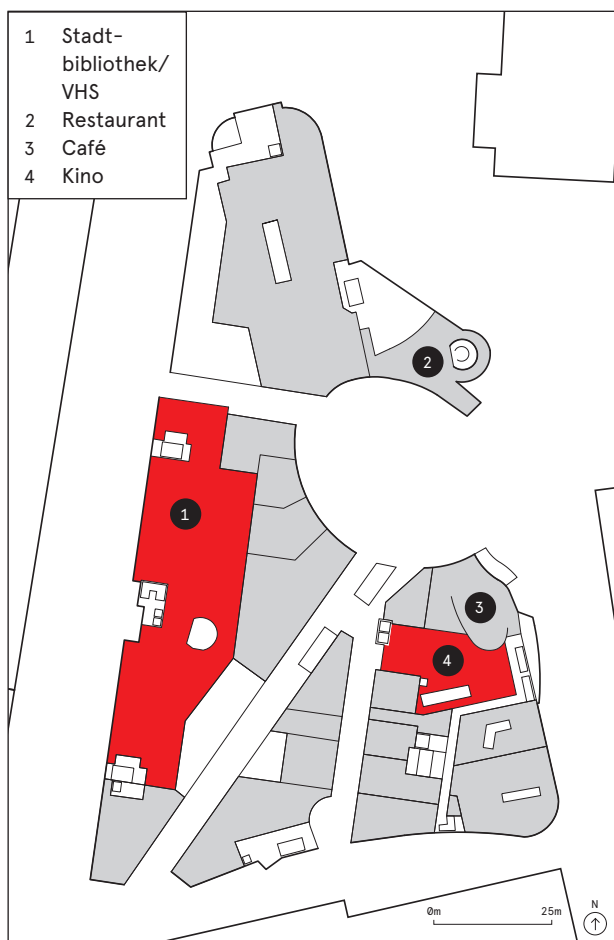
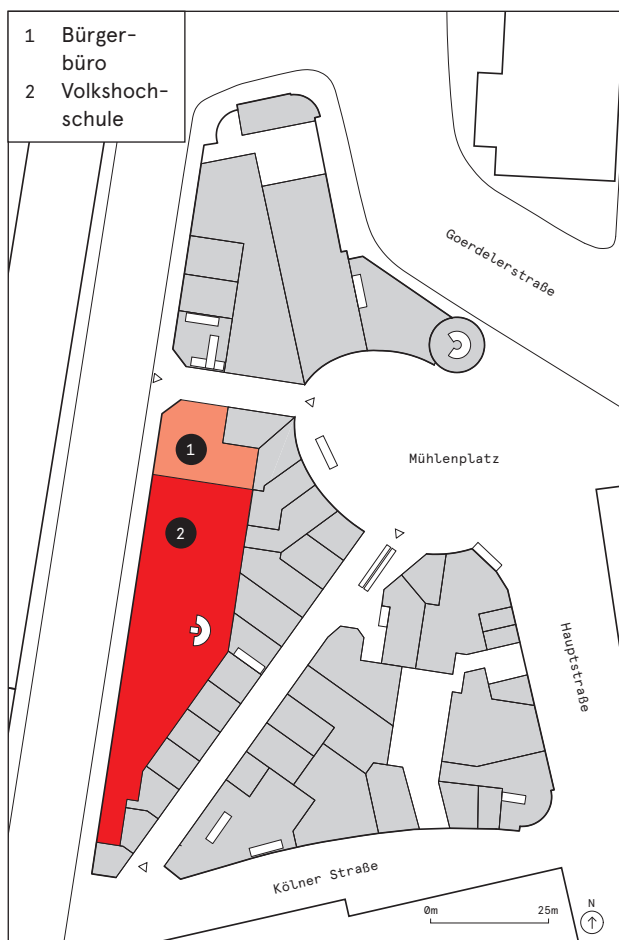
Der multifunktionale Ansatz der Einbindung von kulturellen und Bildungseinrichtungen (Bibliothek und Volkshochschule) sowie eines Großkinos und Gastronomie unterstützt das die Innenstadt ergänzende Konzept.

Das anspruchsvolle Konzept offenbart aus räumlich-funktionaler Sicht vor allem deshalb Schwächen, weil die Laufwege des Centers nicht auf die Fußgängerzone (Hauptstraße), sondern zur Kölner Straße bzw. zum Warenhaus hin ausgerichtet sind. Die große Piazza (Mühlenplatz) ist in ihrer räumlichen Öffnung und angesichts der amphitheaterähnlichen Terrassierung stärker auf den Verkehrsraum Goerdelerstraße ausgerichtet als auf die Fußgängerzone und schirmt sich so eher gegen diese ab. Darunter leidet die Aufenthaltsqualität.

Als problematisch für die Entwicklung des Centers hat sich auch seine unübersichtliche Wegeführung erwiesen. Die Malls liegen nicht übereinander bzw. besitzen nicht die gleiche Ausrichtung. Zudem sind die Rolltreppen zur internen Erschließung falsch lokalisiert. Denn diese machen einen 180-Grad-Richtungswechsel erforderlich, was den Seh- und Gehgewohnheiten der Besucher widerspricht und die Wegeführung zum 1. Obergeschoss erschwert. Weiterhin sind die Eingänge



- Einzelhandel, Gastronomie
- Kultur, Bildung
- Büro, Verwaltung
- Lufträume, Erschließung



EG

1. OG

Abb. 45: Solingen, Clemens-Galerien

zum Teil schlecht platziert. Den für die Verbindung zwischen Fußgängerzone und Center wichtigsten Ort, die Ecksituation zur Hauptstraße/Seitengasse, belegt ein Geschäft. Die Ladeneingänge in der südlich gelegenen Seitenstraße zwischen dem Center und den südlich benachbarten Waren- bzw. Kaufhäusern sind räumlich unzureichend aufeinander abgestimmt.

Bauliche Gestaltung

Die Fassaden der Clemens-Galerien zeigen ein Wechselspiel zwischen ornamentierten Ziegelflächen, Stahl-Glas-Elementen und transparenten Glasdächern. Die Materialien des Außenbereiches setzen sich konsequent im Innenraum fort, sodass diese beiden Bereiche miteinander verschmelzen. Die Fassaden öffnen sich auch zum Außenraum, zum Teil durch großflächige Schaufenster, an manchen Stellen auch über zwei Geschosse.

Einschätzung zur Zukunft des Handelsstandorts/

Umnutzungsoptionen

Das Center war als Ergänzung zum bestehenden Einzelhandelsangebot geplant und sollte gleichzeitig einen neuen Pol für die Innenstadt schaffen. Obwohl sich die Erstvermietung als nicht einfach erwies, fungierten die Clemens-Galerien viele Jahre als wichtiger Magnet für die Solinger Innenstadt. Als zwischen 2000 und 2010 eine ganze Reihe von Betrieben in der Fußgängerzone ihr Ladengeschäft aufgab, wirkte sich dies auch auf das Center aus. Spätestens seit der Schließung des Karstadt-Warenhauses im Jahr 2008 stand die Schaffung eines neuen Einzelhandelsschwerpunkts in Form eines Einkaufszentrums im Raum: Der Hofgarten Solingen wurde im Oktober 2013 eröffnet und schuf ein neues Angebot mit ca. 18.000 Quadratmetern Verkaufsfläche (29.000 Quadratmeter Mietfläche/GLA). Er sorgte dafür, dass sich das innerstädtische Magnetfeld neu ausrichtete und einige der ehemals in den Clemens-Galerien befindlichen Filialisten in das neue Center abwanderten. Die Clemens-Galerien sind aktuell zu schwach, um einen anziehungskräftigen Gegenpol zu bilden.

3. Handlungsansätze/Empfehlungen

Eine konzeptionelle Neuausrichtung scheint nach den aktuellen Veränderungen in der Solinger Einzelhandelslandschaft unausweichlich. Ohne größere Umbaumaßnahmen ist eine Revitalisierung schwer denkbar. Dabei muss jedoch nicht nur der Standort der Clemens-Galerien betrachtet werden, sondern die Fußgängerzone der Solinger Innenstadt als Ganzes, schon weil das Center ursprünglich als ein wichtiger Bestandteil in deren Kontext konzipiert wurde. Bauliche Änderungen werden wegen der komplexen baulichen Struktur und der vorhandenen Erschließung nicht einfach umzusetzen sein. Unter anderem wären folgende Maßnahmen denkbar, um die Wegführung und die Orientierung innerhalb des Centers zu verbessern und es mit seiner Umgebung besser zu vernetzen:



Abb. 46: Solingen, Clemens-Galerien

- Aufgabe der oberen Passage;
- räumliche Schließung des Mühlenplatzes zum Verkehrsraum nach Nordosten und bessere Öffnung des Platzes zur Fußgängerzone hin;
- stärkere Öffnung der benachbarten Waren-/Kaufhäuser im Bereich ihrer Erdgeschosse und Schaffung von offenen Ladenbereichen im gegenüberliegenden Center im Bereich der Kölner Straße zur Belebung dieser Zone.

Da die Einzelhandelsnutzung im 1. Obergeschoss nur noch sehr schlecht funktioniert, sollte eventuell ein kompletter Verzicht auf Einzelhandelsnutzung in diesem Bereich erwogen werden, nicht nur in der dort gelegenen Passage in Richtung der benachbarten Warenhäuser. Ob die vorhandene Brücke zu dem direkt benachbarten Kaufhof-/Peek&Cloppenburg-Gebäude dann weiterhin sinnvoll ist, sollte Inhalt einer zusammenhängenden Betrachtung beider Einzelhandelsagglomerationen sein, die für die künftige Gesamtkonzeption dieses Innenstadtbereichs zwingend notwendig erscheint.



Abb. 47: Dorsten-Barkenber, Wulfener Markt

7. Strategien zum Umgang mit leer stehenden oder problembehafteten Einkaufszentren

Grundsätzliche Einordnung

In gleichem Maße wie Warenhäuser vor allem seit den 1990er Jahren in den Abschwung gerieten, konnten sich seit dieser Zeit innerstädtische Einkaufszentren immer besser am Markt behaupten. Man kann eine unmittelbare Wechselwirkung zwischen dem Aufschwung der einen Einzelhandelsbetriebsform und dem Abschwung der anderen feststellen. Die Fertigstellungszahlen von Einkaufszentren stiegen zu Beginn der 1990er Jahre sprunghaft an – nicht zuletzt bedingt durch die Wiedervereinigung und den Nachholbedarf

an Einzelhandelsflächen in den neuen Bundesländern. In vielen Städten war eine zeitliche Kongruenz dieser gegenläufigen Entwicklungen zu beobachten und ist zum Teil immer noch zu erkennen. Eigentümlicherweise sind im Rahmen dieses Entwicklungsprozesses nur wenige Center entstanden, die städtebaulich bzw. architektonisch besonders vorzeigbar sind. Die meisten sind, zugespitzt formuliert, „von so deprimierender Langeweile und Einfallslosigkeit, dass sie eher abschrecken“.¹ Meist sind sie introvertiert, also auf sich bezogen, ausgerichtet. Ihre innere Logik und ein ausgeklügeltes Management führen dazu, dass bisher der überwiegende Teil der Center gut bis befriedigend zu wirtschaften scheint.

In den letzten Jahren ist angesichts der hohen Ausstattung mit Einzelhandelsflächen in Deutschland eine gewisse Sättigung beim Centerneubau zu beobachten. Aktuell sind weniger neue Centerentwicklungen festzustellen als noch vor Jahren. Stattdessen rückt die Revitalisierung der Center in den Vordergrund. Dabei werden natürlich vor allem die Center modernisiert, bei denen gute wirtschaftliche Perspektiven in Aussicht stehen. Die Modernisierung bezieht sich meist auf die innere Struktur des Gebäudes, also auf eine Optimierung

der Laufwege und des Erscheinungsbilds sowie auf die Einteilung der Shops und deren Laden-ausstattung. Aus Sicht der Städte wären dabei Maßnahmen, die stärker auf das städtebauliche Umfeld eingingen, mindestens ebenso wichtig.

Vollständige Leerstände von Einkaufs-centern sind bisher eher selten aufgetreten.² Häufiger kommt es jedoch dazu, dass die Objekte nach und nach schlechter laufen, gleichwohl aber weiter betrieben werden. Dabei sind oftmals Verkäufe der Objekte zu beobachten. Nach und

nach sind in vielen dieser Fälle Teil-Leerstände und Trading-down-Tendenzen zu beobachten. Solche Abwertungsprozesse sind häufig durch Lageabwertungen des Standorts und Abwan-derung wichtiger Magneten der Center infolge von Neuansiedlungen neuer Einzelhandels-agglomerationen oder durch falsch konzipierte Laufwege bedingt – oder durch schlechtes Management bzw. einen falschen Branchenmix verursacht.

KRITERIUM	INDIZ
Wettbewerbssituation	Deutlich ausgeprägte Konkurrenzsituation durch gleichwertige oder höherwertige Zentren mit vergleichbarem Einzelhandelsbesatz in räumlicher Nähe Überangebot im städtischen Zentrum und deutliche Angebots-überschneidungen mit dem Center (beispielsweise mehrere Center mit ähnlichem Angebot) Vorhandensein eines größeren, neueren Centers
Mikrostandort	Randlage zum Hauptgeschäftsbereich; geringe Austauschbeziehungen mit der Umgebung; frequenzschwache, zentrenuntypische Nutzungen in der Umgebung; defizitäre Ausstrahlung/Ausstattung des städtischen Zentrums
Baualter	Eröffnung vor 2000 (zu berücksichtigen sind in diesem Zusammenhang auch in der Zwischenzeit durchgeführte Renovierungen des Centers)
Bauliche Struktur	Überholte, nicht mehr zeitgemäße bauliche Standards (wie beispielsweise Gestaltung, Kundenführung, Größe und Zuschnitt der Ladeneinheiten)
Größe	Begrenzte Flächengröße (i. d. R. Center kleiner als 10.000 m²)
Instandhaltung	Defizite in der Instandhaltung (bauliche Mängel/Verwahrlosung)
Leerstände/Trading-down-Tendenzen	Längere Zeit leer stehende, schwer vermietbare Ladenlokale; sinkendes Qualitätsniveau der Nutzungen
Zufriedenheit der Mieter	Wirtschaftlichkeit der Betriebe (vgl. Befragungen Immobilienzeitung)

Abb. 48: Kriterien und Indizien für den Revitalisierungsbedarf von Einkaufszentren

Indizien für den Revitalisierungsbedarf von Einkaufszentren

Im Falle von Leerständen oder Teil-Leerständen von Einkaufszentren ist es für die Städte wichtig einzuschätzen, wie sich die Marktposition der Objekte in der Stadt und ihr Revitalisierungsbedarf darstellen. Um hier weiterzukommen, sollten zunächst folgende Fragen gestellt werden:

- In welchen Centern besteht grundsätzlich Revitalisierungsbedarf und welche können in eine ökonomische Schieflage geraten?
- Wird dieser Bedarf auch von Betreiber- bzw. Investorenseite gesehen und sind Investitionen zu erwarten?
- Bei welchen Centern erscheint es ange- raten, dass die Stadt proaktiv auf die Eigentümer bzw. das Centermanagement zugeht?

Innerhalb dieses Spektrums an Fragen ist die erste sicher am eindeutigsten zu beantworten, weil sie auf die Erscheinungsebene abzielt. Hier greifen qualitative Maßstäbe und Anforderungen an die Center, die sich auf den ansässigen Einzelhandel, ihre Funktionalität, ihre Mikrolage und ihre Gestaltung beziehen, wie sie unter anderem der vorliegende Bericht formuliert. Gleiches gilt für das Aufzeigen von Möglichkeiten, die durch diesbezügliche Maßnahmen erzielt werden

könnten. Deutlich schwieriger ist es, von außen zu beurteilen, wie sich in diesem Zusammenhang das unternehmerische Kalkül darstellt, weil in der Regel kein Einblick in die wirtschaftlichen Zahlen und Handlungsstrategien möglich ist. Grundsätzlich nimmt die unternehmerische Seite Veränderungen vor allem dann in Angriff, wenn eine wirtschaftliche Notlage, oft ausgelöst durch einen hohen Konkurrenzdruck, besteht und sich ökonomisch sinnvolle Perspektiven abzeichnen. Wichtig kann in diesem Zusammenhang auch sein, die Möglichkeit bzw. Notwendigkeit räumlicher Erweiterungen von Centern zu beleuchten. Hierin sehen Investoren und Betreiber oft eine gute Chance, der wachsenden Konkurrenz zu begegnen. Die Kommune sollte insbesondere zu der Frage Zielvorstellungen entwickeln, ob durch die möglich werdenden Investitionen auch Verbesserungen der Versorgung der Bewohner und Optimierungen etwaiger städtebaulicher bzw. architektonischer Missstände erzielt werden können. Zudem spielt natürlich die städtebauliche Verträglichkeit neuer Entwicklungen in absatzwirtschaftlicher und funktional-räumlicher Hinsicht eine besondere Rolle.

Zur Ableitung des absehbaren Revitalisierungsbedarfs der Center sind auf der Basis der vorliegenden Erkenntnisse im Folgenden Kriterien und Indizien zusammengestellt worden, anhand derer eine erste Einordnung von Objekten vorgenommen werden kann, die einer genaueren Betrachtung zu unterziehen sind. Dabei bedingen die Kriterien einander zum Teil, zudem beeinflussen sie sich teilweise auch gegenseitig.

Funktionale und baustrukturelle Aspekte der Umnutzung

Die Frage der funktionalen Umnutzung von Einkaufszentren wird im Wesentlichen von der Wettbewerbssituation im Einzelhandel in Stadt und Region sowie von der Mikrolage des Objekts bestimmt. Sind beide Aspekte positiv einzuordnen, wird in der Regel eine Einzelhandelsansiedlung die richtige Nachnutzungsoption sein. Ist einer der beiden Punkte negativ einzuordnen, sind jedoch andere innenstadt-relevante Nutzungen gefragt. Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang, dass in der Vergangenheit häufig Center an suboptimalen Standorten, in Randbereichen der Innenstadt, entstanden sind. Wenn diese in die Krise geraten, ist dringend zu empfehlen, sie zugunsten anderer Nutzungen aufzugeben. Gerade in den USA sind in den letzten zwei Jahrzehnten interessante Beispiele entstanden, wie Center zu Büro- oder Verwaltungsbauten oder gar Appartementshäusern umgebaut wurden (zum Beispiel Umbau der Villa Italia Mall in Belmar Lakewood, Colorado, oder Cooper Towne Center, Somerdale, New Jersey).³ Die Nachteile, die gewachsenen Innenstädten durch Errichtung der Center in der Vergangenheit entstanden sind, können auf diese Weise abgebaut werden.

Bei Einkaufszentren handelt es sich in der Regel um Spezialimmobilien, die allein zum

Zweck des Einkaufens – mit zusätzlichen gastronomischen und kleineren Dienstleistungsangeboten – meist nach dem klassischen Knochenprinzip gebaut worden sind.

Bei kleineren Objekten (s. Fallbeispiele Bochum bzw. Solingen, Kapitel 6.3 bzw. 6.5) kann es, wenn die Einzelhandelsnutzung erhalten werden soll, sinnvoll sein, die Mall-Ebenen im 1. Obergeschoss oder in den darüberliegenden Geschossen aufzugeben, die Ladenlokale durch größere Einheiten zu ersetzen, sie neu über zwei oder mehrere Ebenen anzulegen und vom Erdgeschoss aus innerhalb des Geschäfts vertikal zu erschließen.

Hybride, multifunktional angelegte Center, die in den oberen Etagen andere Nutzungen aufweisen, stellen für den Umbau eine besondere Herausforderung dar, weil zum Beispiel Wohn- und Büronutzungen im Gegensatz zum Einzelhandel gut funktionieren können. Hier bieten sich meist nur Umnutzungsmöglichkeiten und kleinere bauliche Eingriffe in den unteren Geschossen an (s. Fallbeispiele Wuppertal bzw. Dorsten-Barkenberg, Kapitel 6.2 bzw. 6.4).

Bei den relativ großen Centern (15.000 Quadratmeter und mehr) mit einer klassischen innen liegenden Mall und der daraus resultierenden einseitigen Prägung des Gebäudes ist eine Folgenutzung schwerer umzusetzen.⁴ Allerdings eröffnet die Größe des Baukörpers einige, jedoch nicht einfache und vielfach wenig kostengünstig umzusetzende Umnutzungsmöglichkeiten:⁵

- Durch die Aufgabe der Mall einschließlich ihrer Überdachung entstehen zwei Baukörper, die grundsätzlich für verschiedene Nutzungen, wie Büros oder Wohnen, geeignet sind. Diese Option ist nur zu realisieren, wenn keine Parkdecks auf dem Dach angelegt sind oder diese abgetragen werden.
- Bei einer Aufgabe der Mall und gleichzeitigem Erhalt der Überdachung entsteht ein großes Gebäude, das die Möglichkeit eröffnet, großflächige Ladenlokale anzulegen. Es kann sich so etwas wie ein Fachmarktzentrum entwickeln. Möglicherweise sind auch andere Nutzungen denkbar.





Grundsätzlich ist aus städtebaulicher Sicht bei einem Umbau ein stärkeres Eingehen auf die bauliche Umgebung zu fordern. Maßgebliche Elemente sind hierbei das Schaffen zusätzlicher Eingänge bzw. individuell von außen erschlossener Ladeneinheiten sowie die Gestaltung einer Fassade, die die Zusammenhänge von innen und außen stärker betont. Diese Anforderungen sind aufgrund der Lage und Struktur der in der Regel introvertiert angelegten Center in den meisten Fällen jedoch nur schwer umzusetzen.

Diese Einschätzung zeigt, dass Einkaufscenter baulich nur schwer und/oder sehr kostenintensiv sinnvoll umzunutzen sind. Ihre monofunktionale Ausrichtung und Optimierung auf einen Zweck sowie ihre bauliche Größe werden bei einem wirtschaftlichen Niedergang zur Falle. Zur Bereinigung der Situation wird in den meisten Fällen eher der Abriss infrage kommen als der Umbau.

Letztlich ist aus städtebaulicher Sicht zu empfehlen, zukünftig auf den Bau klassischer Einkaufscenter zugunsten von klassischen Geschäftshäusern zu verzichten. Wenn aus spezifischen Gründen dennoch am Konzept der Einkaufscenter festgehalten werden soll, müssen in verstärktem Maß die Anforderungen an nachhaltige, umnutzungsfähige Baukörper eingehalten werden, um Nachnutzungsrui- nen zu vermeiden.

Bei einem Umbau klassisch introvertiert angelegter Center wären folgende Aspekte im Hinblick auf eine bessere räumliche, architektonische und funktionale Integration zu beachten:⁶

Städtebauliche Dimension, Größe:

Bei einem strukturellen Umbau sollte zum Beispiel geprüft werden, ob ein Umbau in eine offene Baustruktur möglich ist, etwa auch durch Rückgriff auf traditionelle Blockstrukturen.

Laufwege:

Bei ihrer möglichen Neuausrichtung sollten sie an das vorhandene städtische Wegenetz anschließen. Als „Kommunikationsachsen“ der Stadt könnten sie die typologische Tradition der Passage fortsetzen. Offene Wege müssen nicht zwangsläufig zu einer Minderung der Aufenthaltsqualität führen. Im Gegenteil können sie, wie es zum Beispiel die

life style center in den USA vorerzieren, gerade anziehend auf die Öffentlichkeit wirken.

Baukörperliche Gestalt:

Gerade eine stärkere bauliche Öffnung bisher introvertiert ausgerichteter Center und die Schaffung einer offenen Baustruktur eröffnen die Möglichkeit, den Baukörpern mithilfe attraktiver Außenfassaden wieder eine architektonisch ansprechende Gestalt und damit ein stadtbildgerechtes Erscheinungsbild zu geben.

Grundriss:

Ein Grundrisskonzept, das sich mit dem vorhandenen öffentlichen Raum verzahnt, ist der vielleicht wichtigste Aspekt für die Innenstadtverträglichkeit eines Centers. Durch einen Grundriss, der nicht ausschließlich zur inneren Mall ausgerichtet ist, sondern ebenso zu den vorhandenen öffentlichen Räumen (Straßen, Plätzen), können zwei wesentliche Integrationsprobleme vermieden werden: die Introversion des Centers und die daraus resultierende Geschlossenheit der Fassaden. Nicht nur der öffentliche Raum der Stadt würde von offeneren Konzepten profitieren, auch das Center selbst kann Vorteile haben, wenn es Kontakt mit seiner Nachbarschaft aufnimmt.

Multifunktionalität:

Multifunktionalität kann – wenn sie richtig konzipiert ist – Frequenzen erzeugen und den Einzelhandel befruchten. Monostrukturierte Center bieten urbanes Leben nur bis zum Ladenschluss, multifunktional angelegte darüber hinaus.

- 1 Guratzsch 2013
- 2 Die bekanntesten sind Kudamm-Karree, Berlin, Hansa Center, Bottrop, und Mauritius-Galerie, Wiesbaden.
- 3 S. hierzu auch: *Congress for the New Urbanism* 2005
- 4 Als Beispiele problembehäfteter Einkaufscenter dieses Typs sind beispielsweise die Aachen-Arkaden und die Galerie Neustädter Tor in Gießen zu nennen.
- 5 Den Autoren sind hierfür keine Beispielfälle bekannt. Üblich ist bisher der Abriss von Einkaufszentren und der Neubau. Als Beispiele seien das Hansa-Zentrum in Bottrop sowie die Mauritius-Galerie und die City-Passage (geplant) in Wiesbaden erwähnt.
- 6 Junker et al. 2011: S. 20 ff.

8. Resümee

Anpassungen in der städtebaulichen und baulichen Struktur der Städte infolge gesellschaftlicher und/oder ökonomischer Veränderungen sind für die Stadtgesellschaft nichts Außergewöhnliches. Sie gehören gewissermaßen zum historischen Erbe. Sie werden teils beklagt, weil Gewohntes zu Ende geht, teils werden sie freudig erwartet, weil Neues einen Entwicklungsschub verheißt. In der Geschichte der europäischen Stadt hat es jedoch bei allen Veränderungen strukturelle Merkmale gegeben, die zeitübergreifend als die Anatomie der Stadt angesehen werden konnten (öffentliche Plätze, Straßen- und Wegenetz, Blockstrukturen etc.). Diese Konstanten bildeten so etwas wie den stadträumlichen Rahmen, innerhalb dessen sich die baulichen Veränderungen abspielten. Sie schufen über Jahrhunderte hinweg erstaunlich flexible Strukturen, innerhalb derer Zweit- bzw. Nachnutzungen möglich waren. Auch bei der Entwicklung neuer Einzelhandelsformate sollten diese städtebaulichen Spielregeln weiter Bestand haben. Ihre bauliche Struktur hat sich dem Grundkonsens zu fügen, nicht umgekehrt die Stadt sich an die neuen Formate anzupassen.

Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Analysen großer Einzelhandelsobjekte in Innenstädten zeigen, dass aktuell nicht nur das profitable Wirtschaften von Warenhäusern, sondern auch das von Centern vielfach nicht mehr gesichert ist. Dies ist auf der einen Seite vor allem dem enormen Zuwachs an Verkaufsflächen geschuldet, auf der anderen Seite hat sich das Kundenverhalten deutlich verändert. Der Internet-handel kommt hinzu. Durch diese Entwicklungen

hat sich auch die Lebensdauer der Objekte oftmals deutlich verkürzt: Die ersten Warenhäuser hatten und haben über viele Jahrzehnte Bestand, die Nachkriegswarenhäuser gerieten dagegen oft schon nach wenigen Jahrzehnten in die Krise, und einigen Einkaufszentren ist bereits nach einigen Jahren anzusehen, dass sie betriebswirtschaftlich nur begrenzt Freude bereiten. Angesichts der allgemein hohen Flächenausstattung im Einzelhandel und der Zunahme des Internethandels ist zu erwarten, dass sich weitere Warenhäuser, aber auch Einkaufszentren in Zukunft nicht mehr am Markt behaupten können. Die Nachhaltigkeit solcher Objekte muss daher, zumal es sich um Spezialimmobilien handelt (vgl. oben), beim Neu- oder Umbau viel stärker auf den Prüfstand gestellt werden als bisher.

Während die Problematik vor sich hin dümpelnder Einkaufszentren in Deutschland noch vergleichsweise selten aufgetreten ist und dementsprechend in den Städten kaum wahrgenommen wird, sind leer stehende Warenhäuser ein wichtiges Thema der Stadtgesellschaft. Der Leerstand wird stark beklagt, zum einen weil ein bedeutendes Verkaufsangebot wegfällt, zum anderen weil negative Auswirkungen auf das Umfeld erwartet werden. Offensichtlich sind die Warenhäuser im Bewusstsein der Bevölkerung noch stärker präsent als die Einkaufszentren. Diese Reaktion wird auch dadurch hervorgerufen, dass Warenhäuser von heute auf morgen geschlossen werden, während problembehaftete Einkaufszentren die Geschäfte noch über einen längeren Zeitraum hinweg geöffnet halten.

Leer stehende bzw. Not leidende Warenhäuser und Einkaufscenter führen für die Städte zu ähnlichen Problemlagen. Die Versorgungsqualität verschlechtert sich und durch den Rückgang der Frequenz entstehen negative Ausstrahlungseffekte auf das Umfeld. Um diese abzuschwächen, muss die Kommune bei diesen Ereignissen frühzeitig eine aktive Rolle einnehmen. Dies ist einerseits schwierig, weil sie zunächst keinen Zugriff auf das Gebäude hat; andererseits kommt der Niedergang der Objekte in aller Regel nicht überraschend. Viele erfolgreich durchgeführte Umnutzungsprozesse zeigen, dass dieser immer dann positiv gestaltet werden kann, wenn die Stadt frühzeitig eine Position bezieht, eine Entwicklungsperspektive entwickelt und den Prozess (mit-)gestaltet. Hierbei sind Nutzungs-, Kosten- und Umbauüberlegungen sowie Eigentumsfragen parallel anzugehen.

Die Analysen zeigen auch auf, dass Warenhäuser deutlich leichter umzubauen sind als Einkaufscenter. Der überwiegende Teil der ehemals leer gefallenen Warenhäuser konnte wieder genutzt werden. Die hervorragende Lage und der prinzipiell umbaufähige Baukörper spielen hierbei eine besondere Rolle. Die Gebäudeform und -struktur lassen nicht nur eine Wiedernutzung als Einzelhandelsfläche, sondern auch vielfältige andere Nutzungsarten aus den Bereichen Kultur, Bildung, Freizeit, Dienstleistung oder Wohnen zu. Eine Umnutzung macht meist einen Rückbau der Immobilie bis zum Rohbau (Erhalt des Tragwerks) notwendig, was zu durchaus wirtschaftlichen und architektonisch ebenbürtigen Lösungen im Vergleich zu einem Neubau führen kann. Ein vollständiger Abriss ist meist dann erforderlich, wenn die Bausubstanz für eine kostenneutrale Wiederherstellung nicht mehr ausreichend intakt ist. Vor allem wegen hoher Erwerbskosten und der oft nicht einfach zu lösenden baulichen Fragestellungen erfolgte die Wiedernutzung jedoch oft erst nach einer ganzen Reihe von Jahren.

Bei grundlegenden Revitalisierungsbemühungen von Einkaufscentern werden dagegen die Vorteile eines Abrisses die einer Umnutzung überwiegen. Grundlegende Nutzungsänderungen und damit notwendige Umbauten oder – im Falle der Beibehaltung von Einzelhandelsnutzung –

Änderungen des Branchenmix sowie kleinere bauliche Umbaumaßnahmen versprechen nur dann Erfolg, wenn das Center gravierende Fehler in der Sortimentsaufstellung oder innerhalb der Wegeführung aufweist. Bauliche Center mit besonderen Erschließungskonzepten und/oder Nutzungsüberlegungen sowie mit einer nicht optimalen Mikrolage erscheinen aktuell besonders gefährdet. Ihre Baustruktur, gemischte Nutzungsstruktur und/oder Mikrolage machen bei diesen Centertypen einen Umbau und eine anschließende Wiedernutzung äußerst komplex, kostenintensiv und – vor allem, wenn gemischt genutzte Immobilien vorliegen – nur schwer möglich. Zudem erschweren – wie immer in solchen Fällen – Eigentümergemeinschaften den Zugriff. Demgegenüber scheinen klassisch und autark angelegte Einkaufscenter momentan noch Wettbewerbsvorteile zu besitzen, wenngleich es auch hier erste deutliche Anzeichen für Fälle von Problemimmobilien gibt. Diese Center sind als kaum bis gar nicht umbaufähig einzustufen.

Aus städtebaulicher Sicht wird der bauliche „Wandel im Handel“ langfristig nur dort erfolgreich sein, wo städtisch angepasste und keine autonomen Formate entstehen. Sie müssen die Anatomie der Stadt respektieren, in einer tatsächlich zentralen Lage verortet sein und in ihrer Baustruktur schon ihr mögliches Ende bedenken, das heißt einen Umbau ermöglichen. Die wenigen wirklich positiv einzuordnenden Einkaufscenter¹ wie die Stübengasse in Münster oder der Maasboulevard in Venlo zeigen dabei ebenso wie für Einzelhandelszwecke wiedergenutzte ehemalige Warenhäuser überdeutlich, dass nach wie vor das klassische Geschäftshaus das in der Regel geeignete Format für Einzelhandel in der Innenstadt ist.

1 Bei passagenähnlichen Centern können die Münster-Arkaden und das Entre Deux in Maastricht als vorbildlich eingestuft werden.

Literatur

Allgemein

Anderer, Michael: *Internationalisierung im Einzelhandel. Strategien, Steuerungsmodelle*. Frankfurt/Main 1997

Kruse, Stefan: *Handbuch Einzelhandel*. Bonn 2012

Reink, Michael: „Aktuelle und zukünftige Trends im Einzelhandel – und mögliche räumliche Auswirkungen auf die Innenstadt“. In: *Informationen zur Raumentwicklung*, 1/2014, S. 11–20

Rudolph, Hedwig/Potz, Petra/Bahn, Christopher: *Metropolen handeln. Einzelhandel zwischen Internationalisierung und lokaler Regierung*. Wiesbaden 2005

Warenhäuser

Esslinger, Detlef: „Längst nicht mehr Jacke wie Hose“. In: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 45 vom 24.2.2009

Frei, Helmut: *Tempel der Kauflust. Eine Geschichte der Warenhauskultur*. Leipzig 1997

Hangebruch, Nina: „Revitalisierung von Warenhausstandorten“. In: *RaumPlanung*, 147/2009, S. 290–291

Hangebruch, Nina: „Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und ihre Konsequenzen für die Nachnutzung ehemaliger Kauf- und Warenhausstandorte“. In: Konze, Heinz/Wolf, Michael (Hg.): *Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern!*. Hannover 2012, S. 22–29

Hangebruch, Nina: Perspektiven für aufgegebenen Warenhausstandorte. In: *RaumPlanung*, 176/2014, S. 52–53

Hessert, Gerd: „Warenhäuser in Deutschland. Starke oder schwache Magnete“. In: *Insight Newsletter*, 2, 2.6.2013. <http://www.heuer-dialog.de/pages/insight-2013-02-Hessert->

Zukunft-Warenhausstandorte, 14.5.2015

Hocquél, Wolfgang/Gartrell, John Dennis: *Architektur für den Handel: Kaufhäuser, Einkaufszentren, Galerien, Geschichte und gegenwärtige Tendenzen*. Basel/Boston/Berlin 1996

Holl, Christian: „Von innen heraus. Das Kaufhaus als Baustein städtischer Typologie.“ In: *Deutsches Architektenblatt*, 3/2005, S. 10–15

Imorde, Jens/Junker, Rolf: „Shoppen ja, aber nur nicht im Warenhaus!“. In: *Informationen zur Raumentwicklung*, 1/2014, S. 49–54

Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hg.): *Umnutzung von Kaufhäusern. Innovative Ansätze und Beispiele zur Umnutzung von Kaufhäusern*. Düsseldorf 2009

Innovationsagentur Stadtumbau NRW: *Nach dem Niedergang der Warenhäuser. Neue Frequenzbringer für die Zentren*. Düsseldorf 2011

Irrgang, Thomas: *Deutsche Warenhausbauten. Entwicklung und heutiger Stand ihrer Betriebs-, Bau- und Erscheinungsformen*. Berlin 1980

Ladwig-Winters, Simone: *Wertheim. Geschichte eines Warenhauses*. Berlin 1997

Meyer, Christoph: „Wir sind Hertie-Mädchen für alles“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 31 vom 4.8.2011

Neusser Bauverein AG/Modernes Neuss GmbH (Hg.): *2006. Wohn- und Baukultur in Neuss – 115 Jahre Neusser Bauverein AG*. Neuss 2006

Panteleit, Siegbert: *Integrierte Standortentwicklung in B- und C-Lagen. Kaufhausmodernisierung durch private Investitionen in Gelsenkirchen*. Unveröffentlichte Präsentation für Handelsimmobilien-Gipfel 2015, Düsseldorf

Pfeifer, Hans-Georg: „Entstehung und Entwicklung der Kauf- und Warenhäuser von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis in die 30er Jahre des 20. Jahrhunderts“. In: Hocquél, Wolfgang et al.: *Architektur für den Handel: Kaufhäuser, Einkaufszentren, Galerien, Geschichte und gegenwärtige Tendenzen*. Basel/Boston/Berlin 1996, S. 14–53

Pump-Uhlmann, Holger: „Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie. Abriss der Geschichte der deutschen Einzelhandelsarchitektur des 20. Jahrhunderts“. In: Pump-Uhlmann, Holger (Hg.): *Vom Kaufhaus zur Stadtgalerie, Bauten für den Handel von Walter Brune*. Berlin 2011, S. 9–21

Schwanenflug, Christoph von: „Ade, ihr Kaufhöfchen und Karstädtchen“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 42 vom 18.10.2012

Schwanenflug, Christoph von: „An guten Tagen stellten wir Ordner an die Rolltreppe“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 14 vom 11.4.2013

Stadt Detmold: *Umbau im ehemaligen Hertie-Gebäude läuft*. Pressemitteilung vom 13.3.2013

Stadt Detmold: *Kaufhaus-Neueröffnung am ehemaligen Hertie-Standort*. Pressemitteilung vom 25.9.2014.

Stadt Hamm (Hg.): Junker und Kruse; Noweck+Pahmeyer (Bearb.): *Stadtumbaukonzept für das Bahnhofsquartier in Hamm*. Dortmund/Hamm 2005

Stadt Hamm: *Bürgerreport* 2007

Stadt Hamm: *Mehr als ein Gesicht für die Stadt*. Rundbrief vom April 2007

Stadt Hamm: *Stadtgarten am Heinrich-von-Kleist-Forum*. Rundbrief vom 4. Februar 2010

Stadt Hamm: *Bürgerreport* 2011

Stadt Lünen: *Zukunftskonzept Kaufhäuser. Ergebnisse der Expertenwerkstatt Hertie-Immobilie*. Lünen 2009

Strohmeyer, Klaus: *Warenhäuser. Geschichte, Blüte und Untergang im Warenmeer*. Berlin 1980

Ullmann, Gerhard: „Kaufhäuser, Orte des Kaufens“. In: *Deutsche Bauzeitung*, 1/1973, S. 45–54

Ulrich, Stefan: „Krone des Konsums“. In: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 1 vom 2.1.2013

Wiemken, Torsten/Froessler, David R.: *Nach dem Niedergang der Warenhäuser. Neue Frequenzbringer für die Zentren. Formen zentraler Frequenzbringer & kommunale Steuerungs- und Ansiedlungsmöglichkeiten*. Workshop-Dokumentation. Düsseldorf 2011

Winkler, Olaf: *Ingenhoven & Ingenhoven: Metamorphose eines Warenhauses*. München/Berlin/London/New York 2002

Einkaufszentren

Brune, Walter: *Die Stadtgalerie. Ein Beitrag zur Wiederbelebung der Innenstädte*. Frankfurt am Main/New York 1996

Brune, Walter/Junker, Rolf/Pump-Uhlmann, Holger (Hg.): *Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen*. Düsseldorf 2006

Brune-Consulting (Hg.): *Rathaus-Galerie Wuppertal-Elberfeld*. Broschüre. Düsseldorf 1992

Congress for the New Urbanism (Hg.): *Malls into Mainstreets. An in-depth guide to transforming dead-malls into communities*. A report by the Congress for the New Urbanism in cooperation with the United States Environmental Protection Agency. Chicago 2005

Dörhöfer, Kerstin: „Wer eine kennt, kennt alle. Utopia und die Shopping-Mall“. In: *RaumPlanung*, 81/1998, S. 87–91

Dörhöfer, Kerstin: *Shopping Malls und neue Einkaufszentren. Urbaner Wandel in Berlin*. Berlin 2008

EHI Retail Institute GmbH: *EHI Shopping-Center Report 2014*. Köln 2014

Florian, Andrea-Johanna: *Passagen. Ein Beispiel innerstädtischer Revitalisierung im Interessenkonflikt zwischen Stadtentwicklung und Einzelhandel*. Köln 1990

Geist, Jonas: *Passagen. Ein Bautyp des 19. Jahrhunderts*. München 1969

Guratzsch, Dankwart: „Lernen von Los Angeles“. In: *Welt am Sonntag*, Nr. 45 vom 10.11.2013

Junker, Rolf/Kühn, Gerd/Nitz, Christina/Pump-Uhlmann, Holger: *Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren*. Berlin 2008

Junker, Rolf/Kühn, Gerd/Pump-Uhlmann, Holger: *Zum Umgang mit großen innerstädtischen Einkaufszentren*. Arbeitshilfe im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf 2011

Junker, Rolf/Pump-Uhlmann, Holger: „Notwendiger Schub oder maßloser Druck? Wie wirken Einkaufszentren auf die Innenstädte? Ergebnisse einer Wirkungsanalyse“. In: *Denkmalpflege in Westfalen-Lippe*, 2/2008, S. 4–9

Kleihues, Josef Paul: „Wohn- und Einkaufszentrum Neue Stadt Wulfen“. In: *Bauwelt*, 9/1983, S. 298–304

Mayer-Dukart, Anne: *Handel und Urbanität. Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren*. Detmold 2010

O. V.: „Chronischer Ladenleerstand. Tote Einkaufszentren“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 17 vom 28.4.2011

O. V.: „Nachnutzung von Warenhäusern. Der Wettlauf der Hertiebürgermeister“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 36 vom 12.9.2013

O. V.: „Revitalisierungswelle ausgeblieben“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 39/40 vom 3.10.2013

Wipperfürth, Heike: „Amerikas Shoppingcenter kämpfen ums Überleben“. In: *NZZ Online*, 9.11.2009

O. V.: „Hertie-Immobilien. Lamentieren hat keinen Sinn“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 9 vom 22.1.2015

Zlonicky-Krawietz, Marlene: „Die Passage in Wulfen“. In: *Der Architekt*, 10/1982, S. 464–468

Peppel, Andreas: *Innerstädtische Einzelhandelsentwicklung durch Großprojekte – Auswirkungen auf traditionelle Einzelhandelsbereiche am Beispiel des Shopping-Centers „City-Galerie“ in Siegen*. Bochum 2006

Pfaffenhausen, Wilhelm: *Restrukturierung leistungsgestörter handelsaffiner Immobilien*. Hamburg 2011

Rowe, Peter G.: „Die Geschichte der Shopping Mall“. In: *ARCH+*, 114/115/1992, S. 81–90

Schacky, Katharina von: „Shoppingcenter sukzessive revitalisieren“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 30 vom 28.7.2011

Schwanenflug, Christoph von: „Shoppingcenter Performance Report 2013. Lago ist bestes Shoppingcenter“. In: *Immobilien Zeitung*, Nr. 38 vom 26.9.2013

Sierra Developments Germany GmbH (Hg.): *Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland*. Düsseldorf 2010

Sturm, Verena: *Erfolgsfaktoren der Revitalisierung von Shopping-Centern – ein Turnaround-Management-Ansatz*. Köln 2006

Ullmann, Gerhard: „Vom Nichts ins Nichts. Anmerkungen zu einer mißglückten Passage in Wulfen“. In: *Deutsche Bauzeitung*, 4/1983, S. 28–31

Walther, Monika: „Shoppingcenter – Fluch oder Segen für die Innenstadt?“. In: *Immobilien Zeitung*, 22/2006, S. 19

Walther, Monika: „Shoppingcenter helfen den Städten nicht automatisch“. In: *Immobilien Zeitung*, 23/2006, S. 12

Walther, Monika: „Bärendienst für gewachsene Lagen in Innenstädten“. In: *Immobilien Zeitung*, 24/2006, S. 7

Walther, Monika: „1-Euro-Shops statt Young-Fashion“. In: *Immobilien Zeitung*, 25/2006, S. 7

Walther, Monika: „Neue Mitte statt Belebung der gewachsenen Innenstadt“. In: *Immobilien Zeitung*, 26/2006, S. 12

Walther, Monika: *„Im Zentrum der Stadt – Wirkungen und Nebenwirkungen innerstädtischer Shoppingcenter“*. In: *archithese*, 5/2008, S. 54–59

Wehrheim, Jan (Hg.): *Shopping Malls. Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps*. Wiesbaden 2007

Über die Autoren

Dr. Holger Pump-Uhlmann, Braunschweig

Dipl.-Ing. Architekt

1960 in Lübeck geboren. 1981 – 1989 Studium der Architektur an der TU Braunschweig. Anschließend angestellter und freiberuflicher Architekt. 1997 Promotion an der TU Delft. Lange Jahre wissenschaftlicher Assistent am Historischen Seminar und am Institut für Bau- und Stadtbaugeschichte der TU Braunschweig sowie am Institute of History of Art, Architecture and Urbanism der TU Delft/Niederlande. Aktuelle Arbeitsfelder:

- Stadtbauhistorische bzw. bauhistorische Gutachten und Forschungsarbeiten
- Städtebauliche Entwicklungskonzepte und deren Umsetzung
- Energetische Quartierskonzepte unter Berücksichtigung denkmalpflegerischer Belange
- Wirkungsweisen innerstädtischer Einkaufszentren; Beratungen von Bürgerinitiativen und Kommunen zu diesem Thema

Nicole Pöppelmann, Dortmund

Dipl.-Ing. für Raumplanung

1983 in Münster geboren. 2003 – 2006 Ausbildung zur Bauzeichnerin in einem Planungsbüro für Messebau in Münster. 2006 – 2012 Studium der Raumplanung an der TU Dortmund. Erste Berufserfahrungen bei Stadt + Handel in Leipzig und seit Mai 2014 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Büro Junker + Kruse. Aktuelle Arbeitsfelder:

- Integrierte Handlungskonzepte im Bereich Städtebau und deren Umsetzung
- Einzelhandelskonzepte
- wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Einzelhandels für die Stadt

Rolf Junker, Dortmund

Dipl.-Ing. für Raumplanung

1950 in Soest geboren. Studium der Kartographie und der Raumplanung in Berlin und Dortmund. Wissenschaftlicher Angestellter beim Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen, Dortmund, danach freiberuflich tätig. Seit 1998 geschäftsführender Gesellschafter des Büros Junker + Kruse Stadtforschung Planung in Dortmund. Mitglied der Deutschen Akademie für Städtebau und Landesplanung. Aktuelle Arbeitsfelder:

- Bürgerbeteiligung und Moderation in der Stadtplanung
- Städtebauliche Planung
- Konzepte für Innenstädte und Stadtteilzentren
- Einzelhandelskonzepte
- Innerstädtische Einkaufszentren

Impressum

Herausgeber:

Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020
www.stadtbaukultur.nrw.de

Gefördert durch das Ministerium für Bauen,
Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen (MBWSV)

Autoren:

Rolf Junker, Nicole Pöppelmann,
Holger Pump-Uhlmann

Lektorat:

Regine Anacker, Buchstablerei, Dortmund

Redaktion und Satz

Christine Kämmerer; StadtBauKultur NRW

Layout und Design:

Studio Matthias Görlich
(Fabian Beier, Matthias Görlich)

Druck:

Schürmann + Klagges, Bochum



StadtBauKulturNRW

Ministerium für Bauen, Wohnen,
Stadtentwicklung und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen



Bestellungen:

StadtBauKultur NRW e. V.,
info@stadtbaukultur.nrw.de
www.stadtbaukultur.nrw.de

ISBN:

978-3-939745-14-3

Bildnachweis:

Baumeister, 60. Jg., 1963, S. 724: S. 21
Bildarchiv Foto Marburg: S. 11
Ingenhoven & Ingenhoven Architekten,
Neuss: Zeichnung S. 24 o.
Léon et Lévy: S. 8 l.
Cristóbal Márquez, Bochum: Titel, S. 15, 16, 23, 24
u. l., 27 beide, 28, 30 beide, 33 u., 37 u., 38, 57
beide, 60, 63, 68, 73 alle
Max Missmann: S. 8 r.
Walter Möbius/Deutsche Fotothek: S. 9 r.
Holger Pump-Uhlmann, Braunschweig: S. 64
Christian Richters, Berlin: S. 32
Helga Schmidt-Glassner/Bildarchiv Marburg: S. 10
StadtBauKultur NRW: S. 53, 67 beide,
Stadtarchiv Detmold: S. 33 o.
Stadt Hamm: S. 37 o.
Michael Stojan, Siegen: S. 20 beide
Francis Yerbury: S. 9 l.
Frank Vincentz, Wikimedia Commons: S.52
Holger Knauf, Düsseldorf: S. 24 u. r.

S. 11: Wien, Warenhaus Gerngroß, 1904
(Architekten: Fellner und Helmer, 1902-04),
große Halle)
S. 12: „Hortenkacheln“
S. 73: Bochum, Drehscheibe
S. 74: Solingen, Clemens-Galerien

Alle Pläne wurden von den Autoren auf
Grundlage der von den betroffenen Kommunen
und Eigentümern zur Verfügung gestellten
Daten erstellt.

Wir haben uns bemüht, alle Inhaber von
Bildrechten zu ermitteln. Sollte dies in Einzelfällen
nicht gelungen sein, setzen Sie sich bitte mit
uns in Verbindung.

StadtBauKultur NRW

StadtBauKultur NRW ist eine partnerschaftliche Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen mit Berufsverbänden und Institutionen aus den Bereichen Architektur, Ingenieurwesen, Innenarchitektur, Landschaftsarchitektur, Forschung, Wohnungswirtschaft, Einzelhandel, Kunst u. a. StadtBauKultur NRW setzt sich für eine lebenswerte, nachhaltige und qualitativ gestaltet bauliche Umwelt in Nordrhein-Westfalen ein. Ihre Aufgabe besteht darin, bei Bürgern und Bürgerinnen, Bauherren, Fachleuten und Kommunen das Bewusstsein und das Engagement für Baukultur zu stärken sowie die Qualität und Innovation in der baukulturellen Praxis zu fördern.

StadtBauKultur initiiert und unterstützt Projekte in den Themenfeldern „UmBauKultur“, „Wir-Urbanismus“, „LebensRäume“ und „StadtGespräche“.

„Neueröffnung nach Umbau“ ist ein Projekt im Themenfeld:

UmBauKultur – Häuser von gestern für die Stadt von morgen

Unsere gebaute Umwelt steht unter gewaltigem Anpassungsdruck. Sie muss an den demografischen Wandel, an den Klimawandel und an sozio-kulturelle Veränderungen angepasst werden. Diese Herausforderungen müssen wir vor allem mit dem bewältigen, was wir haben: mit unserem baulichen Bestand. Die Anpassung von Gebäuden und städtischen Räumen ist nicht nur eine Notwendigkeit, sondern birgt großes Potenzial für baukulturelle Innovationen. Darum unterstützt die StadtBauKultur NRW Projekte, die in herausragender und vorbildlicher Weise demonstrieren, dass die Anpassung unseres baulichen Bestandes einen baukulturellen Mehrwert für Nordrhein-Westfalen erbringen kann.



Herausgeber

Landesinitiative StadtBauKultur NRW 2020
Leithestr. 33
45886 Gelsenkirchen
+49-209-31981-0
+49-209-31981-11
info@stadtbaukultur.nrw.de