

## Karstadt-Krise und Corona

# Die letzten Sargnägeln der Innenstädte?

Die Finanzkrise von 2008, Missmanagement, der Siegeszug des Online-Shoppings und nun auch noch Corona: Die 1a-Lagen sind in einer Krise – und damit die Innenstädte der Kommunen.

> Interview mit Beate Hollbach-Grömig

**AKP:** Über 60 Karstadt-Häuser standen im Juni auf der Schließungsliste, inzwischen scheint ein gutes Dutzend Filialen fürs Erste gerettet zu sein. An der Überzeugungskraft der OberbürgermeisterInnen allein wird's nicht gelegen haben, oder?

**Beate Hollbach-Grömig:** Die unterschiedlichsten Akteure haben ein Interesse daran, dass die Kaufhäuser gerettet werden: der Immobilieneigentümer, andere Einzelhändler, die Gastronomie, die Beschäftigten sowieso und natürlich auch „die Stadt“, die einen attraktiven Einzelhandel und eine lebendige Innenstadt bieten will.

Also wird verhandelt und offensichtlich sind an einer Reihe von Standorten alle bereit gewesen, sich zu bewegen. Den Immobilieneigentümern war klar, dass eine geringere Miete besser ist als gar keine; die Signa-Gruppe, also Karstadt/Kaufhof, versprach im Gegenzug Modernisierungen. Die Städte haben die Aufwertung des öffentlichen Raums oder – so unbürokratisch wie möglich – eine Baugenehmigung in Aussicht gestellt. Wohl wissend, dass ein einmal geschlossenes Kaufhaus in der Nachnutzung nicht einfach ist: Weder wenn es um das

Finden von Investoren geht, noch um ein mögliches eigenes finanzielles Engagement der Kommune oder einen Umbau für einzelhandelsfremde Nutzungen. Erfahrungen aus Wolfenbüttel, Lünen oder Hamm haben gezeigt, dass das durchaus mehrere Jahre dauern kann.

**AKP:** Von Krise ist ja seit Jahrzehnten die Rede, wenn es um den Handel in den Innenstädten geht. Der Lösungsvorschläge gibt es viele. Taugen sie nicht mehr oder werden sie nicht richtig umgesetzt?

**Beate Hollbach-Grömig:** Städte und Gemeinden machen viel, damit ihre Zentren attraktiv bleiben oder werden. Es gibt Einzelhandels- und Innenstadtkonzepte, vielfältige Stadtmarketing-Aktivitäten, Investitionen, um den öffentlichen Raum einladend zu gestalten, oder es werden Online-Stadtportale entwickelt. Das läuft meist in Kooperation verschiedener Akteure sehr gut. Auch Hilfeplattformen gehören dazu, mit denen viele Städte in der Krise ihren örtlichen Handel und ihre örtlichen Dienstleister stützen wollen. Die Lösungen taugen erst einmal sehr gut – wenn sie denn auf die stadtspezifischen Rahmenbedingungen zugeschnitten sind. Auch wenn vieles oft gar nicht so neu ist.

**AKP:** Neu ist aber, dass die Karstadtkrise nicht alleine kommt.

**Beate Hollbach-Grömig:** Ja, in der momentanen Situation ballen sich mancherorts die Probleme. Nicht genug, dass ein Kaufhaus dichtmachen soll. Auch Textilhändler, die im Schnitt etwa ein Viertel des Innenstadt-Einzelhandels ausmachen, sind in der Krise. Und es bleibt abzuwarten, wie es weiter geht. Wenn Weihnachtsmärkte als Anziehungspunkt fürs Weihnachtsgeschäft ausfallen oder die Insolvenzantragspflicht wieder gilt, werden weitere Läden und Lokale schließen müssen. Die Gastronomie hat durch den Lockdown erheblich gelitten. Ähnliches gilt für Kultureinrichtungen. Bei vielen Pleiten und Leerständen stoßen irgendwann die kommunalen Handlungsmöglichkeiten und die Instrumente einfach an Grenzen.

Zudem zeichnen sich im Büromarkt ebenfalls Veränderungen ab. Das Homeoffice, das in den letzten Monaten verstärkt genutzt wurde, wird am Büroflächenmarkt nicht spurlos vorbeigehen und ebenfalls Leerstand – und ebenfalls in Innenstädten – erzeugen. Dann sind noch weniger Menschen in der Innenstadt unterwegs – und damit wieder weniger potenzielle KundInnen für Handel, Gastronomie und anderes mehr.

**AKP:** An kreativen Ideen für eine Nach- und Mischnutzung mangelt es nicht. Aber was ist realistisch?

*„Die Mieten sind das Hauptproblem“*

**Beate Hollbach-Grömig:** Die Frage von Stadt ohne Handel oder zumindest mit deutlich weniger Handel wird ja immer wieder mal diskutiert. Neben innovativeren Shoppingkonzepten werden als Alternativen gerne Gastronomie und Kultureinrichtungen genannt, Kindergärten und Schulen, Altenheime und Tagesstätten, Co-Working-Spaces, Handwerk oder das urbane Gewerbe. Also alles, was Menschen in die Stadt bringt. Wohnen wäre theoretisch auch denkbar – fällt aber im Erdgeschoss schon mal aus.

Es geht darum, Innenstadt neu zu denken. Multifunktional, stärker gemeinwohlorientiert, in Zusammenarbeit. So könnte fürs leere Kaufhaus zum Beispiel ein Fusionskonzept mit Gastronomie, Kunst, Handel, Büros funktionieren. Das ist allerdings viel leichter gesagt als getan. Denn es erfordert interessierte und engagierte Akteure. Es braucht Zeit, ein vielleicht auch mal unkonventionelles Denken und Vorgehen. Und die Immobilieneigentümer müssten zu niedrigeren Mieten bereit sein. Die Mieten sind das Hauptproblem. Ein Handwerksbetrieb kann nicht so viel wie eine große Textilkette zahlen.

**AKP:** Mehrere tausend Beschäftigte des Warenhauskonzerns Galeria Karstadt Kaufhof werden arbeitslos werden. Kann eine lokale Arbeitsmarktförderung da überhaupt etwas ausrichten?

**Beate Hollbach-Grömig:** Da aktuell fast der gesamte Einzelhandel mit Problemen zu kämpfen hat und nicht offensiv neu einstellen wird, ist eine Beschäftigungsmöglichkeit in der gleichen Branche sicher schwer zu finden. Und alternative Beschäftigung? Wie schwierig das ist, hat sich ja vor einigen Jahren bei Schlecker gezeigt: Eine Idee war, dass die MitarbeiterInnen neue berufliche Perspektiven in Pflegeheimen und Kindertagesstätten finden könnten. Jahre nach der Pleite war immer noch knapp die Hälfte dieser Entlassenen – je nach Region – ohne Job.



Foto: Arturo Rey / Unsplash

**AKP:** Horten, Hertie, nun Karstadt/Kaufhof: Die Tage der Kaufhäuser scheinen gezählt. Wie sehen unsere Fußgängerzonen in zehn Jahren aus?

**Beate Hollbach-Grömig:** Ich denke nicht, dass die Tage der Warenhäuser gezählt sind. Sie sind wichtige Anziehungspunkte einer City. Sicherlich in mittelgroßen Städten noch einmal mehr als in Großstädten. Sie erzeugen Frequenz und beleben die Innenstadt, sind Treffpunkt, auch wenn sie am Einzelhandelsumsatz nur einen sehr geringen Anteil haben. Oft brauchen sie dringend eine Aufwertung, sprechen derzeit bestenfalls ein älteres Publikum an. Es wird weniger Kaufhäuser geben, sie müssen attraktiver werden, – aber sie werden überleben. Das gilt im Übrigen auch für Shopping Malls, die gerade ebenfalls eine schwierige Zeit durchlaufen. Manche sind auch noch heruntergekommen oder sie machen sich gegenseitig Konkurrenz.

Menschen werden sich weiterhin gerne physisch treffen wollen. Und da ist die Innenstadt ein wichtiger Ort. Im guten Fall mit viel Grün und Ruhebereichen, mit Kulturangeboten, Gastronomie und mit Handel, innovativer, sicher digitaler. Es gibt keine Patentrezepte für den richtigen Weg. Jede Stadt muss ihre eigene, spezifische Strategie finden. Der lokale Einzelhandel – analog und digital – ist und bleibt dabei ein zentrales Thema.

> Dr. Beate Hollbach-Grömig ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Projektleiterin im Deutschen Institut für Urbanistik. Ihre Themenfelder sind: kommunale Wirtschaftspolitik, nachhaltiges Wirtschaften, interkommunale Kooperation und demografischer Wandel. Ihr Beitrag „Klicken statt Bummeln“ aus Heft 4/2017 ist auf [akp-redaktion.de](http://akp-redaktion.de) zu finden: [gruenlink.de/1t7v](http://gruenlink.de/1t7v)

Die Fragen stellte Rita A. Herrmann, Redaktion Alternative Kommunalpolitik.

*„Das Homeoffice wird am Büroflächenmarkt nicht spurlos vorbeigehen“*