

Antrag der Fraktion DIE LINKE

EKZ Ansgarikirchhof: Keine Subvention eines weiteren Konsumtempels – Lloydhof zu urbanem Zentrum ausbauen!

Im Dezember 2012 hat die Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB) im Auftrag des Senats den „Lloydhof“ für 25,47 Mio. € angekauft – eine zum Teil leerstehende Immobilie, deren Verkehrswert deutlich unterhalb des gezahlten Preises liegt. Der Senat verband damit die Hoffnung, dass „mehr als zehn“ ernsthafte Interessenten in harte Konkurrenz um die angebotenen Grundstücke Lloydhof und Parkhaus am Brill (Wert: ca. 15 Mio. €) eintreten würden, um dort ein Einkaufszentrum (EKZ) zu errichten. Diese Hoffnung hat sich nicht erfüllt – letztendlich hat ein einziger Bewerber (Sonae Sierra) ein ernst zu nehmendes Angebot abgegeben. Dieser ist aber laut Presseberichten nur zur Zahlung von 20 Mio. € für die beiden Grundstücke bereit. Dazu kommt laut Pressemeldungen die notwendige Verlegung von Strom- und Gasleitungen in der Ansgaritorstraße, die die Stadt vorab zu Kosten von weiteren 5 Mio. € vornehmen müsste. Wenn der Senat dieses Angebot annimmt, subventioniert er den Bau des geplanten Einkaufszentrums mit 25 Mio. €.

Daher besteht noch einmal die Gelegenheit zu prüfen, ob dieses Einkaufszentrum dringend benötigt wird und positive Auswirkungen auf die Innenstadt und den Einzelhandel in Bremen und in der Region hat. Der Senat erwartet laut Vorlage in der Wirtschaftsdeputation (November 2012) und des städtischen Haushalts- und Finanzausschusses (Dezember 2012) sowie der Antwort auf eine umfangreiche Berichtsbite der Fraktion DIE LINKE im städtischen Haushalts- und Finanzausschuss (27. Dezember 2012) eine Reihe von positiven Auswirkungen des projektierten Einkaufszentrums.

- Es behebe deutliche Defizite der Innenstadt in Bezug auf die Größe der Verkaufsfläche und der Qualität des vorhandenen Angebots.
- Es diene der Abschöpfung von „Absatzspielräumen im dreistelligen Millionenbereich“, die sich bis 2017 durch leichtes Bevölkerungswachstum in der Region Bremen ergeben sollen.
- Es solle insbesondere überregionale Besucher nach Bremen locken und damit auch noch zu zusätzlichen Übernachtungen führen.
- Es schaffe dauerhaft über 1 000 zusätzliche Arbeitsplätze in Bremen.
- Damit führe es in den 20 Jahren nach Inbetriebnahme zu kumulierten positiven Fiskaleffekten (nach Länderfinanzausgleich) von 19,5 Mio. €.

Diese Erwartungen können durch das geplante Einkaufszentrum mit Sicherheit nicht erfüllt werden.

1. Die Kaufkraft der Bremer Region wird mehr als abgeschöpft. Laut dem Endbericht zum Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzept (2008) weist die Region Bremen im Vergleich zu den Regionen Frankfurt, westliches Ruhrgebiet und München die höchste Verkaufsfläche je Einwohnerin/Einwohner auf (Bremen: 1,7 m², Ruhrgebiet: 1,5 m², Frankfurt: 1,3 m², München: 1,2 m²). Dem stehen die geringsten Einnahmen pro m² Einkaufsfläche gegenüber (Bremen: 3 275 €, Ruhrgebiet: 3 700 €, Frankfurt: 4 125 €, München: 5 125 €). In der Region Bremen gibt es also besonders viele Einkaufsmöglichkeiten, in denen besonders wenig verdient wird.

Die vom Senat angeführten „Absatzspielräume im dreistelligen Millionenbereich bis 2015/2017“ stammen aus der Studie von Junkers und Kruse (2008) und beruhen auf hypothetischen Annahmen eines Bevölkerungszuwachses in Bremen, welches jedoch nicht eingetreten ist. Dieser Umstand ist auch dem Senat bekannt.

Tatsächlich sind deutschlandweit die nominalen Einnahmen im stationären Einzelhandel von 2006 bis 2014 um nur 5 % gestiegen, inflationskorrigiert um 7 % gesunken. Dem steht ein Anwachsen des Online-Handelsvolumens von 5,7 % auf 16,6 % des gesamten Einzelhandels gegenüber. Für die nächsten Jahre wird mit einer weiteren Steigerung des Online-Handelsvolumens gerechnet, dem eine weitere Abnahme des Umsatzes im stationären Einzelhandel gegenübersteht.

Dementsprechend kommt das Regionale Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen (2013) zu der klaren Aussage:

„Prognosen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung ergeben, dass in der Region Bremen kaum noch Ansiedlungsspielraum für den Einzelhandel besteht. Jede Neuansiedlung hat eine Umverteilung von Kaufkraft und damit eventuell die Schließung von Betrieben an anderer Stelle zur Folge“ (S. 3).

2. Ein ganz normales Einkaufszentrum lockt keine Touristinnen/Touristen von weiter an. Die Annahme, dass das neue Einkaufszentrum in der Bremer Innenstadt eine große Anzahl von Touristinnen/Touristen von außerhalb der Bremer Region nach Bremen locken könnte, ist schlicht nicht nachvollziehbar. In den letzten zwei Jahrzehnten erhöhte sich die Zahl von Einkaufszentren in Deutschland von unter 100 auf über 650. In allen deutschen Großstädten über 100 000 Einwohnern gibt es inzwischen ein innenstädtisches EKZ, mit zwei Ausnahmen: Göttingen und Bremen. Auch in vielen Klein- und Mittelstädten haben inzwischen EKZs eröffnet. Insofern ist die Annahme des Senators, dass das projektierte EKZ am Ansgarkirchhof Scharen von Auswärtigen anlocken würde, offensichtlich unbegründet. Dazu brauchten sie nicht wegzufahren.
3. Die Region Bremen ist eine der EKZ-haltigsten der Bundesrepublik. Hinzu kommt, dass auswärtige Touristinnen/Touristen in der Bremer Region schon jetzt ein reichhaltiges Angebot von EKZs vorfinden – nur liegen diese nicht in der Innenstadt. Dodenhof (120 000 m²) ist das größte Einkaufszentrum in ganz Deutschland, der Weserpark mit ca. 87 000 m² das sechstgrößte EKZ. Dazu gibt es mehrere weitere Einkaufszentren, darunter architektonisch anspruchsvolle (Waterfront, Haven Hööv't, Mediterraneo), sowie das Outlet Center Ochtum Park vor den Toren Bremens. Warum bei dieser gegebenen Konkurrenz ein weiteres, ganz durchschnittliches Einkaufszentrum am Rande der Bremer Innenstadt irgendeine größere, gar überregionale Strahlkraft entfalten soll, ist unverständlich.
4. Tatsächliche Arbeitsplatz- und Fiskaleffekte sind wesentlich geringer als behauptet. Aktuelle Forschungen zeigen, dass die Ansiedlung von EKZs in Innenstädten häufig nicht zu einer Attraktivierung der Innenstadt, sondern zu einem Verfall der Immobilienpreise und zu flächenhaftem Leerstand in der Innenstadt (Hamel, Siegen, Wetzlar) führen. Dazu kommt ein Ausfall von Steuereinnahmen, weil Betreiber und Filialisten ihre Gewinne am Firmensitz versteuern – im Gegensatz zu den lokalen Einzelhändlerinnen/Einzelhändlern, deren Umsatz durch die Konkurrenz gemindert wird. Ein tatsächlicher Zuwachs von Arbeitsplätzen findet in der Regel nicht statt.

Festzuhalten bleibt daher: Es gibt weder überschüssige Kaufkraft in der Region Bremen noch Grund für die Annahme, zusätzliche touristische Kaufkraft von außerhalb der Bremer Region könnte durch das projektierte EKZ in die Innenstadt gelenkt werden. Das bedeutet: dem Umsatz und den Arbeitsplätzen, die in dem neuen Einkaufszentrum möglicherweise geschaffen werden, steht eine äquivalente Abnahme von Umsatz und damit Vernichtung von Arbeitsplätzen an anderer Stelle der Innenstadt, der Stadtteilzentren und der Region gegenüber. Laut ifh-Studie (Institut für Handelsforschung GmbH) „Vitale Innenstädte 2014“ kommen zwei Drittel der Innenstadtbesucherinnen/Innenstadtbesucher aus Bremen, ein Drittel aus der Region. Ähnlich würde die Arbeitsplatzvernichtung ausfallen: ca. 660 würden in Bremen verloren gehen, ca. 340 im Umland. Der tatsächliche Arbeitsplatzgewinn in Bremen (auf Kosten des Umlands) würde also bestenfalls 340 Arbeitsplätze umfassen. Der positive Fiskal-

effekt nach Länderfinanzausgleich (LFA) würde sich, kumuliert über 20 Jahre, auf 5,99 Mio. € reduzieren. DIE LINKE hat bereits darauf hingewiesen, dass sich die tatsächlichen positiven Effekte im Haushalt nach Einbezug der Bundesergänzungszuweisungen um weitere 75 % reduzieren und damit nicht mehr als ca. 1,5 Mio. €, kumuliert über 20 Jahre, betragen.

5. Das Einkaufszentrum ist zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt wenig geeignet. Gern zitiert der Senat zwei Studien zur Innenstadtentwicklung, die angeblich festgestellt haben, dass ein Ausbau der Verkaufsflächen durch ein Einkaufszentrum für die Funktion der Innenstadt dringend notwendig sei. Diese Aussage findet sich in den besagten Studien aber nicht. Was die beiden Studien von Junkers und Kruse konstatieren, ist, dass der Anteil der Verkaufsfläche der Bremer Innenstadt an der gesamten Verkaufsfläche in Bremen oder im Verhältnis zu anderen Großstädten vergleichsweise klein ist. Das stimmt. Das ist jedoch die Folge davon, dass die Verkaufsflächen in den vorhandenen bremischen Einkaufszentren ungewöhnlich groß sind. Und die Existenz der großen Anzahl Bremer EKZ ist zum guten Teil eine Folge früherer wirtschaftspolitischer Entscheidungen von Senat und Bürgerschaft. Gerade die Entscheidung zum Bau des Space Parks, der in Form der „Waterfront“ eine für Bremen nachgerade oberzentrale Angebotspalette für Bekleidung anbietet, liegt noch nicht lange zurück.

Als Resultat dieser politischen Entscheidungen ist die Innenstadt in den letzten Jahrzehnten merklich geschrumpft – früher ging sie bis zum Bamberger Haus. Trotzdem ist sie in ihrer jetzigen Form eine attraktive „Innenstadt der kurzen Wege“. Junkers und Kruse definieren in Kapitel 2.2 umfangreiche Ansprüche an die Urbanität und Funktionalität von Innenstädten und konstatieren: „Die Innenstadt Bremens erfüllt diese Anforderungen in hohem Maß“ (S. 16). Die aktuellen Umfrageergebnisse der Studie „Vitale Innenstädte 2014“ belegt, dass die Besucherinnen/Besucher der Bremer Innenstadt dieser in vielen Aspekten eine vergleichbar hohe Attraktivität zusprechen wie die Besucherinnen/Besucher der Vergleichsstädte (Dortmund, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Köln und Stuttgart). Ein geringeres Maß an Zufriedenheit im Vergleich zu den Einschätzungen der Besucherinnen/Besucher der anderen Städte zeigten die Bremer Besucherinnen/Besucher nur in zwei Bereichen: beim „Erlebnischarakter“ und bei „Vielfalt und Angebot der Geschäfte“, insbesondere beim Bekleidungs-sortiment.

Hierzu existieren in Bremen jedoch mit der Waterfront und dem Weserpark Alternativen, die für die Bremer Region eine große Vielfalt im Bekleidungs-sortiment sicherstellen. Das geplante EKZ könnte hier Raum für zusätzliche Bekleidungsangebote bieten – die dort abgeschöpfte Kaufkraft würde aber insbesondere bei der Galeria Kaufhof, bei Karstadt und der Waterfront fehlen.

Für eine Verbesserung des „Erlebnischarakters“ der Bremer Innenstadt ist das EKZ dagegen nicht geeignet. EKZs sind nach dem Bauboom der letzten 20 Jahre allgegenwärtig, und gerade in Bremen gibt es mit der Waterfront und dem Weserpark zwei EKZs, die wesentlich attraktiver sind als das geplante neue EKZ am Ansgarikirchhof. Tatsächlich geraten EKZs mehr und mehr in die Kritik und werden als einfallslose, meist mit den gleichen Filialisten bestückte, langweilige Konsumtempel eingeschätzt. Mehr und mehr EKZs geraten in die Krise, und Städteplanerinnen/Städteplaner postulieren bereits, dass die Zeit der Shopping-Malls vorbei ist. Auch die Studie von Junkers und Kruse weist bei der Evaluation des Baus eines EKZs am Ansgarikirchhof darauf hin: „Dabei ist von Interesse, dass in einigen Städten anstelle traditioneller, häufig eben auch unmaßstäblicher Mallkonzepte, wieder über durchmischte und kleinkörnigere Strukturen nachgedacht wird und diese auch entstehen“ (S. 59).

6. Das Einkaufszentrum selbst ist kein Selbstläufer. Besonders bedenklich ist aber, dass eine größere Anzahl von ernsthaft interessierten EKZ-Investoren abgewunken haben – obwohl Bremen (neben Göttingen) die letzte Großstadt Deutschlands ist, die noch kein EKZ in der Innenstadt hat. Die Gründe wird der Wirtschaftssenator genau kennen. Die ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG hat laut Presseberichten mitgeteilt, dass das geplante EKZ zu groß ist – offensichtlich bestehen bei den abgesprungenen Investoren substanzielle Zweifel, ob an dieser Stelle der Innenstadt bei der gegebenen Konkurrenz und Kaufkraftabschöpfung ein EKZ überhaupt lukrativ zu betreiben ist. Auch der jetzige Anbieter ist nicht bereit, die geforderten 40 Mio. € für den Standort zu bezahlen –

kein Signal für die Erwartung einer profitablen Investition. Es besteht die Gefahr, ein architektonisch angepasstes, weitgehend vermietetes Gebäude (Lloydhof) mit einer teilweise leerstehenden Einkaufspassage durch ein großes, unangepasstes, teilweise leerstehendes EKZ zu ersetzen. Ob das die Attraktivität der Innenstadt erhöht, ist zweifelhaft.

7. Urbane Attraktivität steigern geht anders! Um die Attraktivität der Innenstadt zu steigern, ist ein EKZ die einfallsloseste und langweiligste Variante. Bremen sollte stattdessen mit seinem Pfund wuchern, eine EKZ-freie Innenstadt zu besitzen. Die zukünftige Entwicklung sollte darauf abstellen, den Freizeitwert der Innenstadt zu erhöhen. Dazu tragen nicht noch ein paar Filialisten bei, sondern eine Steigerung der Angebote an Kultur, Freizeit, an unkommerziellen Aufenthaltsmöglichkeiten, an Genussmöglichkeiten und generell eine Steigerung des urbanen Lebens.

Die Stadtbürgerschaft möge beschließen:

1. Die Stadtbürgerschaft weist die vom Senat vorgebrachten wirtschaftlichen Analysen, die die Profitabilität und Vorteilhaftigkeit eines Einkaufszentrums am Ansgarikirchhof belegen sollen, als unzureichend zurück: die behaupteten positiven Effekte, insbesondere auf Arbeitsplatzzuwächse und fiskalische Effekte, sind angesichts der tatsächlichen Kaufkraftabschöpfung in der Bremer Region offensichtlich unrealistisch.
2. Die Stadtbürgerschaft fordert den Senat auf, die Verhandlungen zum Verkauf des Lloydhofs und des Parkhauses am Brill zum Zweck der Errichtung eines EKZs abubrechen.
3. Der Senat wird aufgefordert, ein alternatives Nutzungskonzept für den Lloydhof zu erstellen, welches geeignet ist, die urbane Qualität der Innenstadt zu heben, sowie generell Maßnahmen zur Attraktivierung des Freizeitwerts der Innenstadt zu planen und umzusetzen.

Klaus-Rainer Rupp,
Kristina Vogt und Fraktion DIE LINKE