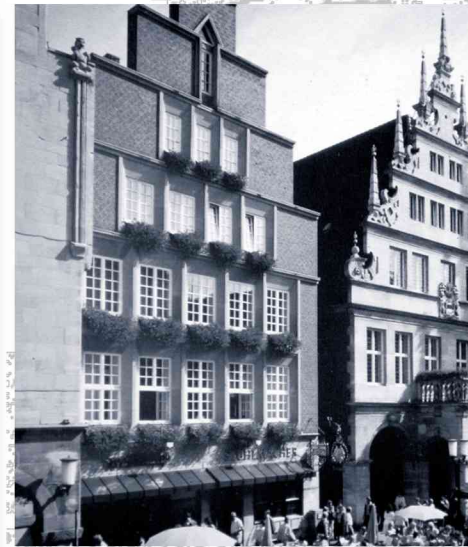


WAS KOMMT DA AUF UNS ZU?

Auswirkungen des Online-Handels auf die Innenstädte

Rudolf Scheuven, TU Wien

ZUR BEDEUTUNG DER INNENSTADT

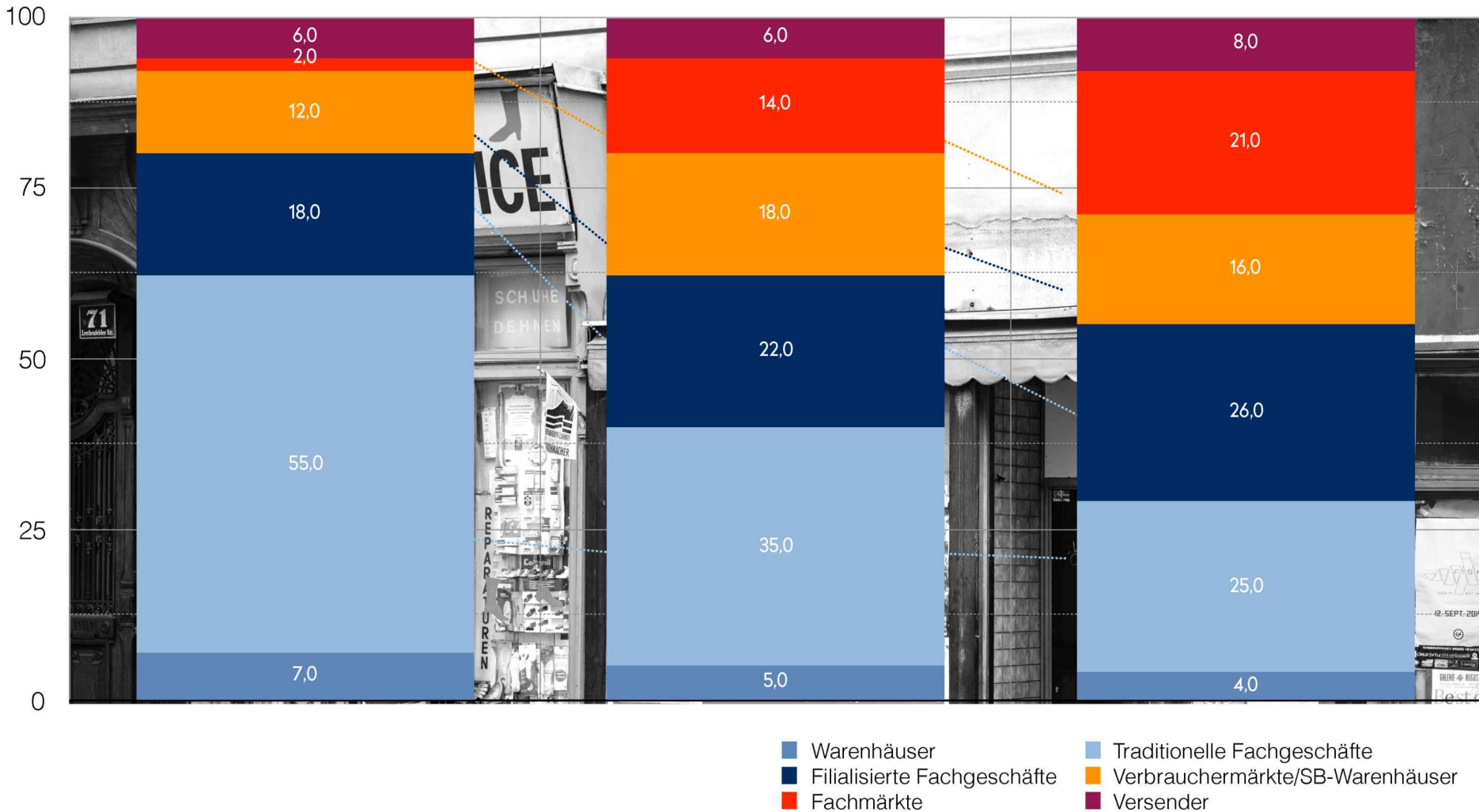


- DIE INNENSTADT ALS ZENTRUM DER STADT, IST ORT...
- + der lokalen Geschichte und des kulturellen Erbes
 - + der politischen und gesellschaftlichen Auseinandersetzung,
 - + der lokalen Demokratie
 - + des bürgerschaftlichen Engagements
 - + der sozialen und gesellschaftlichen Kontakte und der Öffentlichkeit
 - + des Kulturschaffens und der Bildung
 - + des Marktes, des Tauschs, des Handels und der Dienstleistungen



Strukturwandel im Handel

Die Entwicklung der Betriebsformen des Einzelhandels 1980 bis 2010 (in Prozent)



Quelle: GMA Darstellung nach IFO-Institut



© Daniel Dutkowski



© Daniel Dutkowski



© Daniel Dutkowski

Anteil der Einzelhandelsumsätze in den privaten Konsumausgaben Deutschland 2003-2014



Quelle: Statistisches Bundesamt nach HDI 2015, Bearbeitung BBE in: BBSR-Onlinepublikation 08/2017, S. 20

20.000 m² Verkaufsfläche
entspricht
1 km Einkaufsstraße

größten Fertigstellungen im Großraum
Wien bis 2013:

**!SCHÖNER!
!GRÖßER!
ZENTRALER**

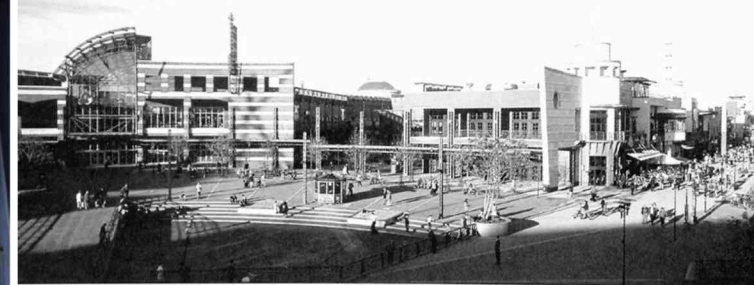
178.000 m² Verkaufsfläche

=

1 x gesamte Verkaufsfläche
der Inneren Mariahilferstraße

oder:

8,9 km Einkaufsstraße



Von

Neuen Mitten

und..



EXPRESS
SCHUH-SERVICE

HEUTE
GEBRACHT
MORGEN
GEMACHT

SCHUHE
DEHNEN

SCHUPFLEGE
WOLLE

REPARATUREN

GÖKHAN ÖZEN GÖKHAN ÖZEL
DIRTY PHONIES DIRTY PHONIES
06.09.14 06.09.14
CLUB34 CLUB34
pub sorglos

ZU VERMIETEN
0864 / 8410 757

12. SEPT. 2014
12. SEPT. 2014
Beck's

...alten Zentren



Der „**Donut-Effekt**“ - Volle Ränder, leere Kerne

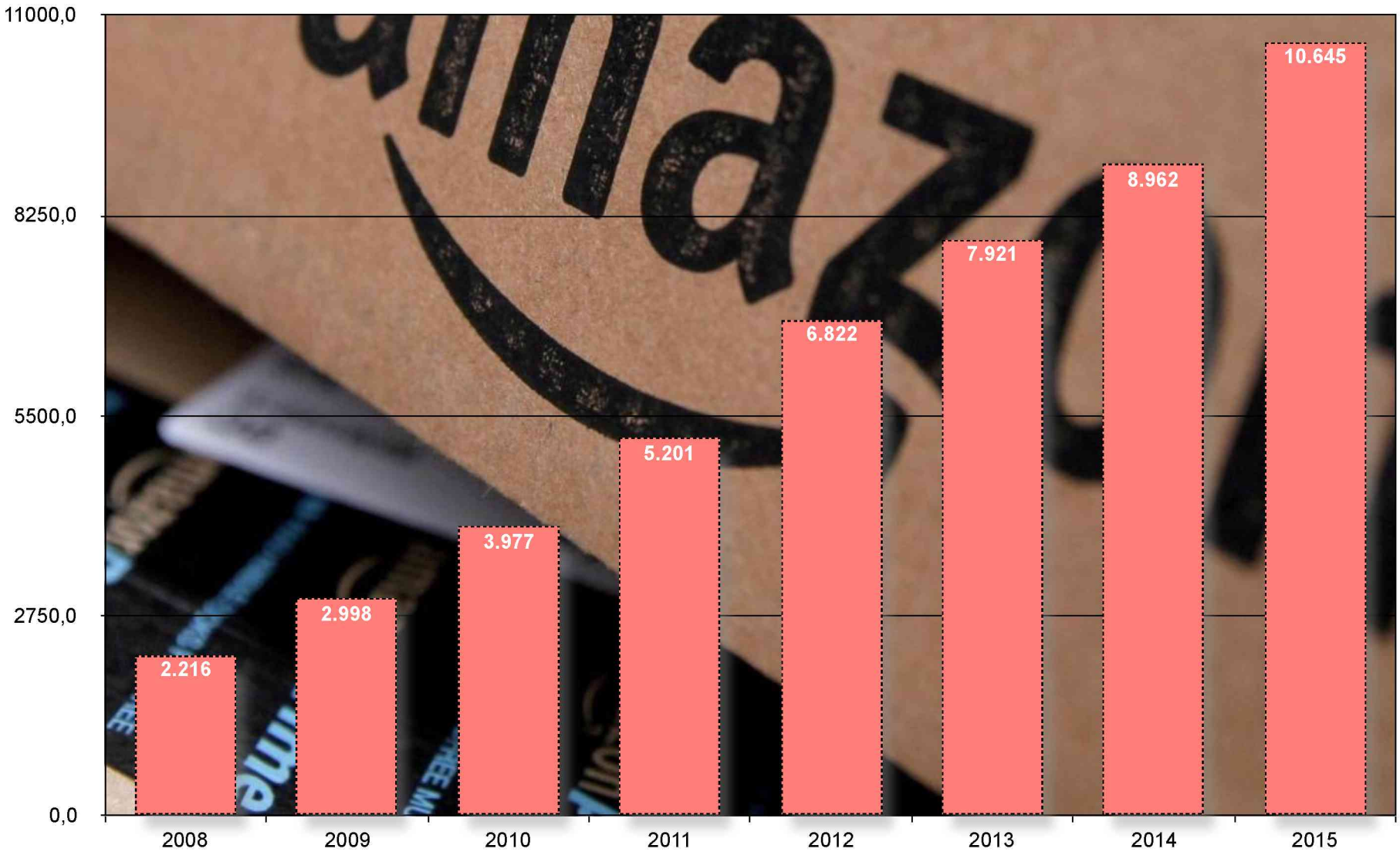
*Die Stadt benötigt den Handel -
aber benötigt der Handel die Stadt?*



Trends im Onlinehandel

Amazon Deutschland Umsätze 2008-2015

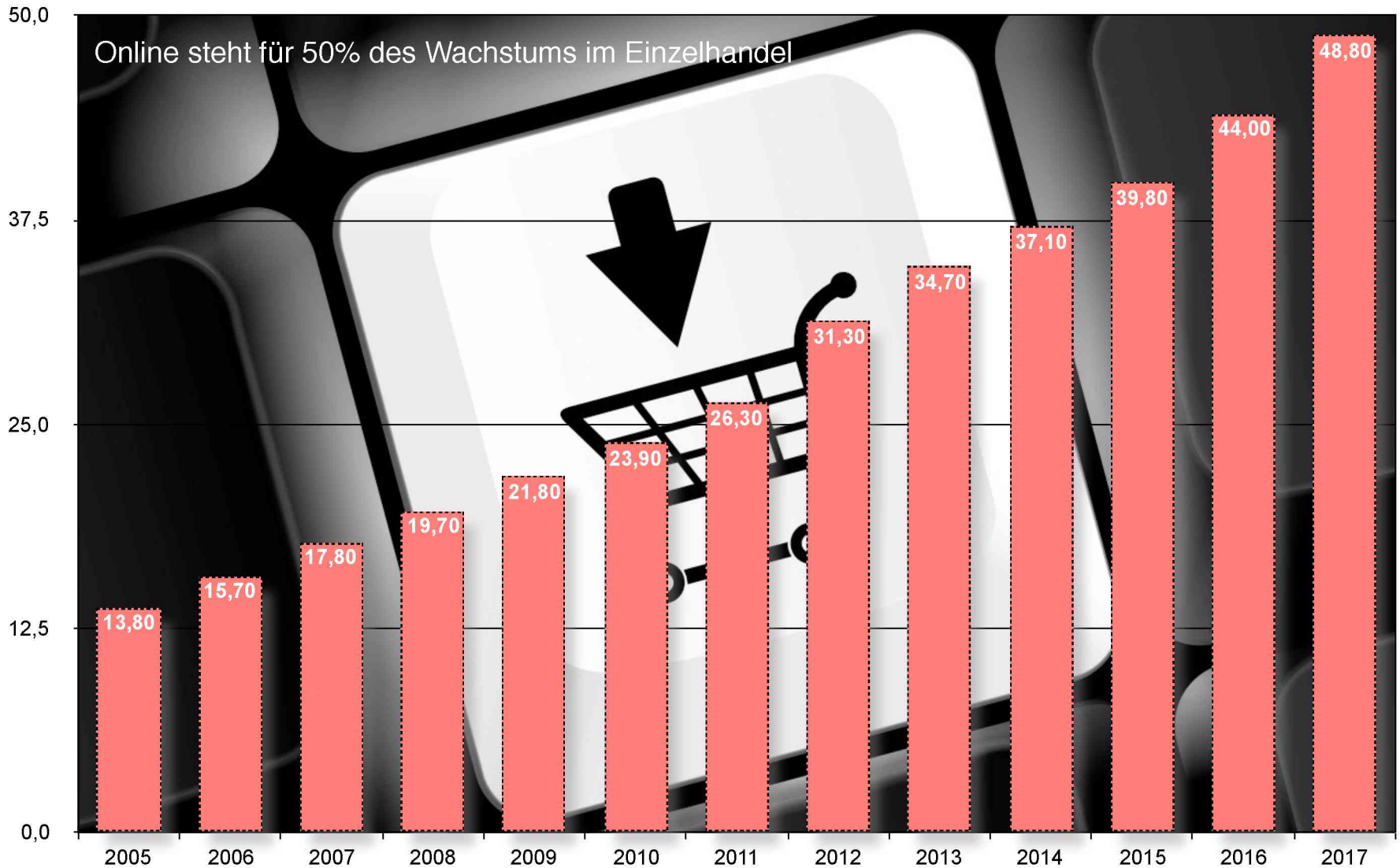
in Mio Euro



Quelle: HDE, Handelsverband Deutschland, eigene Darstellung

Umsatz im Online-Handel

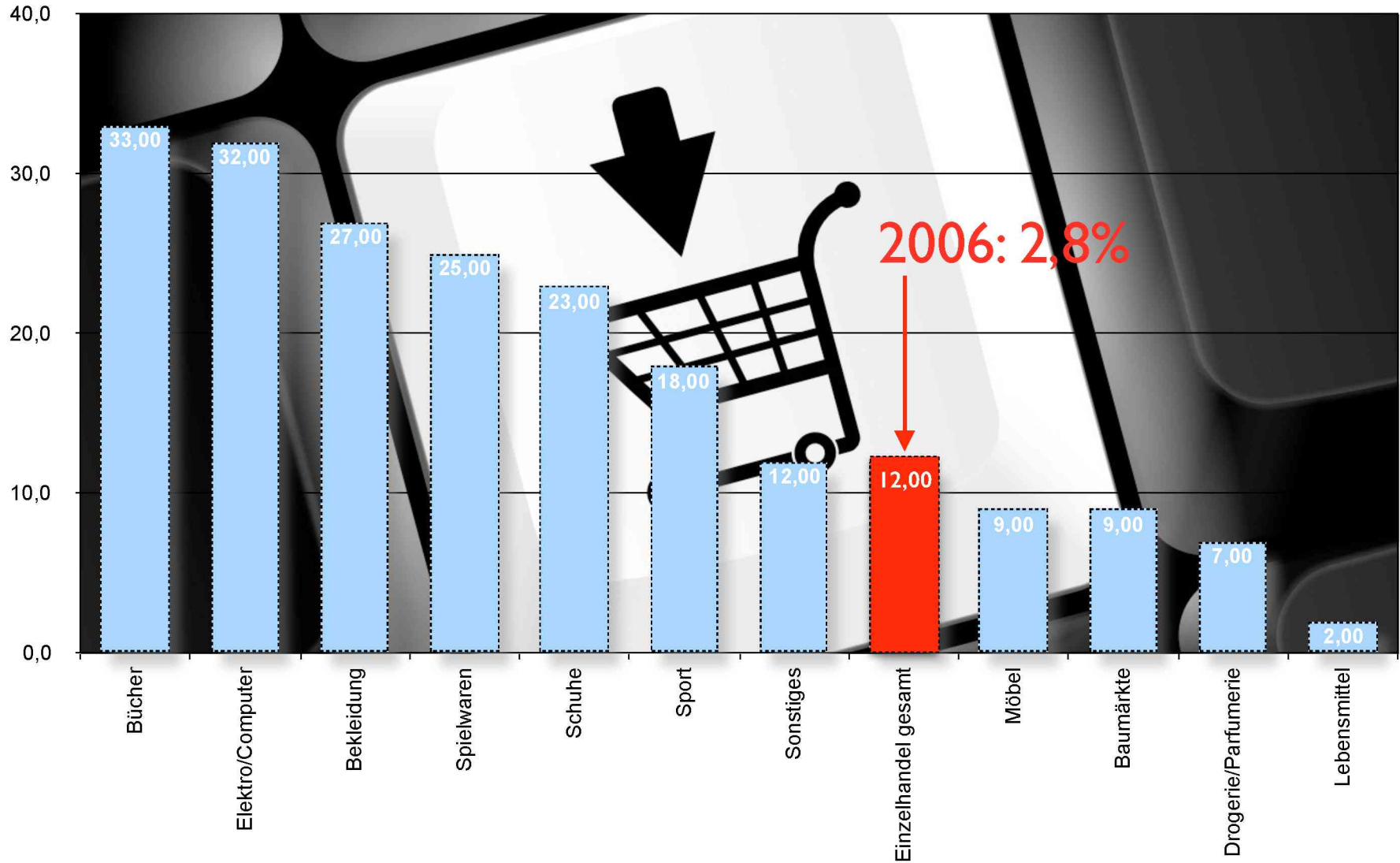
in Mrd. Euro



Quelle: HDE, Handelsverband Deutschland, eigene Darstellung

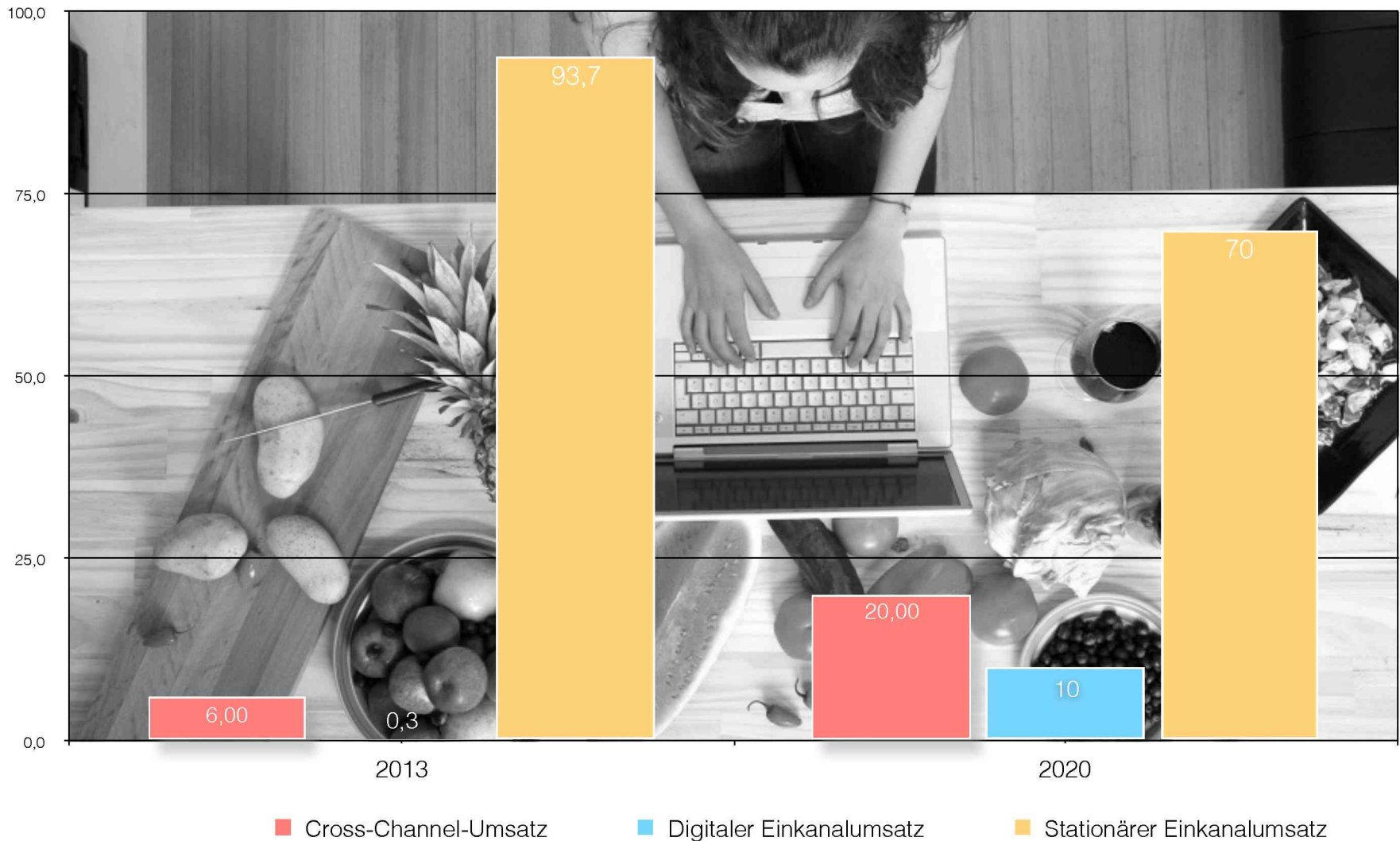
Anteil der Online-Umsätze an den Gesamtumsätzen nach Produktgruppen

Österreich 2016



Quelle: RegioData 10/2016, www.marktmeinungmeinsch.at 2016

Umsatzanteil der digitalen und stationären Vertriebskanäle im Lebensmitteleinzelhandel in Prozent



Quelle: Handelsdaten 2017

TRENDS UND RAUMWIRKUNGEN 1



- **Der Online-Handel wächst weiter** (+11% gegenüber dem Vorjahr)
- **Online-Handel als „Trendverstärker“** wirkt polarisierungsunterstützend: 1A-Lagen gewinnen, Nebenlagen dünnen aus
- Zukunft wird in der **Verknüpfung von Online- und Offline-Handel** gesehen („Multichannel-Handel“ bzw. „Same Day Delivery“)
- Insgesamt wird eine **Reduktion der gesamten Handelsfläche** um ca. 20% bis 2025 erwartet.
- Der Strukturwandel wird sich **unterschiedlich auf Groß- Mittel- und Kleinstädte** auswirken.

TRENDS UND RAUMWIRKUNGEN 2



Der Trend zum Online-Handel erfährt eine immer stärker Bedeutung:

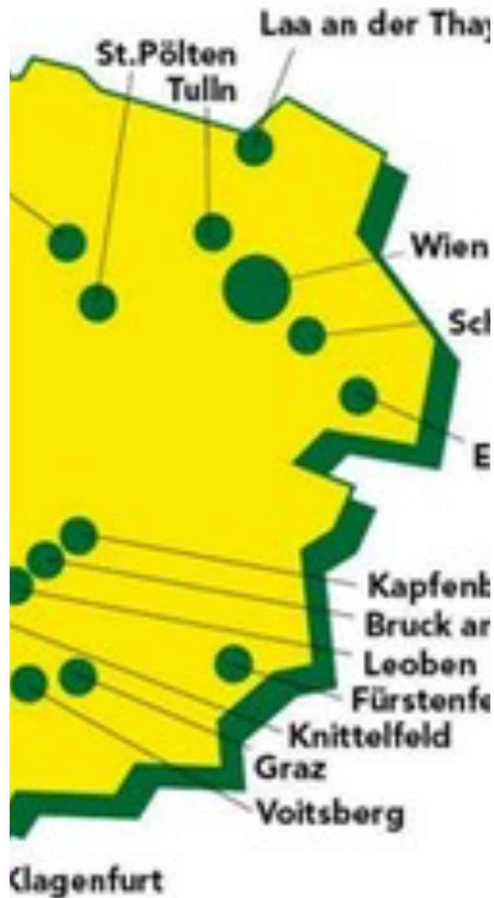
- **Leerstände** in klassischen Geschäftsstraßen
- **Verkürzung der Nutzungszyklen** von Handelsimmobilien
- **Verödung öffentlicher Räume**
- **Verschlechterung der Versorgungssituation** in Teilräumen
- **Zunahme der Distributionsverkehre**

In Wechselwirkung mit anderen sozioökonomischen Entwicklungen (Demografie, Reurbanisierung) treten diese **Veränderung räumlich selektiv** auf.

Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 8

TRENDS UND RAUMWIRKUNGEN 3

- Aufgrund vielfältiger und differenzierter Handelsangebote werden **Großstädte auch weiterhin feste Bestandteile der Handelslandschaften** sein.
- Selbst **stagnierende bis schrumpfende Großstädte** (ab 100.000 EW) **werden Trading-Down-Prozessen eine gewisse Zeit widerstehen.**
- **Für Mittelstädte** (20.000 bis unter 100.000 EW) **wird eine größere Gefährdung gesehen** - wenngleich die Einschätzung hier weit auseinander gehen
- **Kleinstädte** (5.000 bis unter 20.000 EW) **und Städte in „Sandwich-Positionen“ werden hingegen mehrheitlich starke Nachfrageverluste und Leerstände** zu verzeichnen haben.



Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 8



Entwicklungsperspektiven

ENTWICKLUNGSPHASEN DES STRUKTURWANDELS



Quelle: handelsjournal.de

GROSSSTÄDTE - ANKER DER HANDELSLANDSCHAFT

- Großstädte weisen das vielfältigsten und differenziertes Handelsangebot auf. Sie sind **Impulsgeber und Katalysatoren neuer Handelsangebote**
- Generell zeigt sich eine immer intensivere **Verzahnung von Online- und Offline-Aktivitäten** (z.B. Google, Zalando, Cyberport etc.)
- **Der Druck auf die 1A-Lagen steigt weiter.** Vor allen die Global Player drängen hinein und sorgen für steigende Mieten und eine Verknappung der verfügbaren Flächen
- Im Gegensatz dazu werden **B-Einkaufslagen und Nebenlagen von Schrumpfungprozessen** betroffen sein
- Selbst stagnierende und schrumpfende Großstädte können, zumindest in ihren Kernen, aufgrund ihrer Substanz **eine gewisse Zeit den Trading-Down-Prozessen widerstehen.**

Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 62f

MITTELSTÄDTE - AUSGANGSLAGE UND PERSPEKTIVE ENTSCHEIDEN

- **Peripheren Mittelstädten werden in der Regel mehr Chancen zugeschrieben als denen am Rande von Agglomerationen**
- Große, **prosperierende Mittelstädte stehen hinsichtlich ihrer soziodemografischen Rahmenbedingungen den Großstädten nicht sonderlich nach**, bieten teilweise sogar bessere Bedingungen
- **In Verbindung mit Gastronomie, Tourismus, Kultur und weiteren Dienstleistungen** übernimmt der Handel eine zentrale Rolle für die Stadt und ist wichtiger Motor der Innenstadtentwicklung
- Ein immer wichtiger werdender **Standortfaktor sind Hochschulen**, durch deren kreatives oder studentisches Milieu sich neue Perspektiven für eine größere Handelsvielfalt ergeben
- Die **Gefahr besteht darin, dass neue Handelsansiedlungen zu einer Verdrängung des bestehenden Handels** führen.

Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 62f

KLEINSTÄDTE - PERSPEKTIVE NAHVERSORGUNG

- Unter Berücksichtigung der Auswirkungen des Online-Handels werden für Kleinstädte **weitere Nachfrageverluste, Leerstände und größere Probleme** erwartet
- **Ganz besonders wird dies Städte in „Sandwich-Positionen“ betreffen**
- Im Umkehrschluss aber werden auch **kleinere Städte in peripheren Lagen** ihre Bedeutung als **Standorte der Nahversorgung** zumindest teilweise behalten werden.
- Die Frage nach welchen **Raumbildern** diese Entwicklungen ablaufen, kann nicht einheitlich beantwortet werden. In vielen Fällen wird es der **Discounter an der Ausfallstraße** sein.

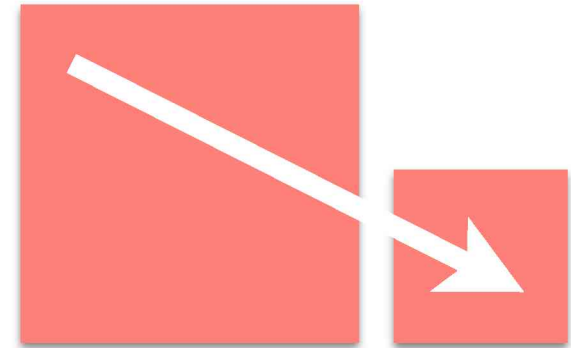
Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 62f

LÄNDLICHER RAUM - PERSPEKTIVE ONLINE-HANDEL

- Seit Jahren wird in ländlichen Räumen eine **Ausdünnung der Versorgung mit Lebensmitteln** beobachtet
- Gleichzeitig werden gerade hier die **größten Zuwachsraten im Online-Handel** verzeichnet -> Schliessung von Angebotslücken.
- Eine **vollständige Übernahme** wird dennoch aufgrund mangelnder Profitabilität, Verbraucherstruktur und noch unklarer Lieferbedingungen als **unwahrscheinlich** gesehen
- **Hybride Nahversorgungslösungen und Knotenpunkte** als Lösung (Verknüpfung von Arten sozialer Begegnung rund um Abholboxen und Paketstationen)
- **Veränderungen des Ortsbildes und der Nutzungsstruktur** sind zu erwarten

Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 62f

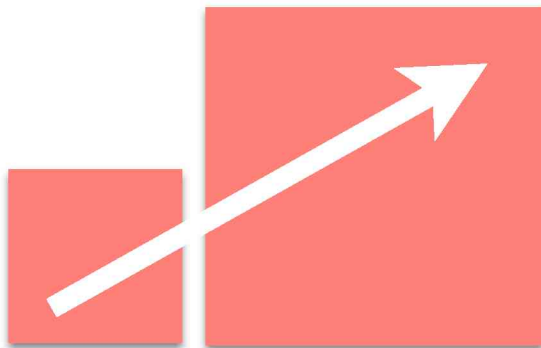
PARADIGMENWECHSEL IM HANDEL



Substitution von Fläche durch Information



Substitution von Information durch Fläche



Quelle: BBSR Online-Publikation Nr. 08/2017: Online-Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadt- und Ortszentren, S. 8



Handlungsansätze

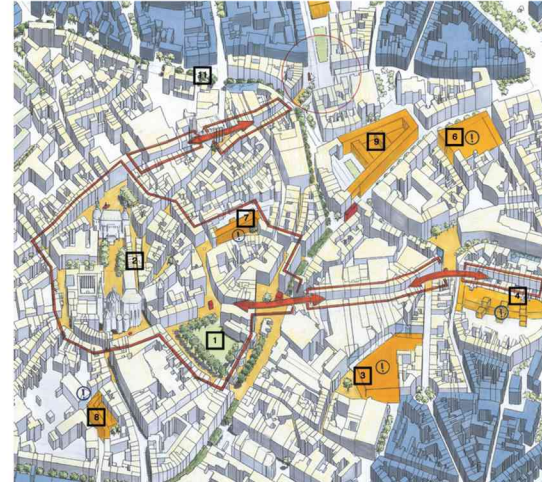
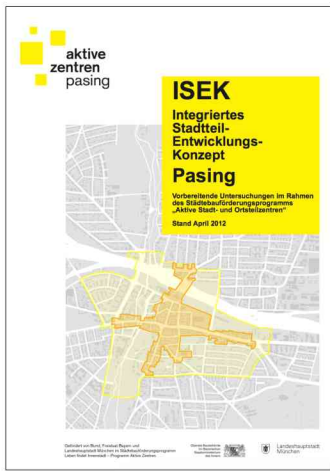


REGIONALE/STÄDTISCHE HANDELSKONZEPTE

Der Handel ist und bleibt die Leitfunktion für die Innenstadt. Es wird zu einer wichtigen Aufgaben einer integrierter **Standortentwicklungspolitik**, ein ökonomisch tragfähiges Einzelhandelsangebot in der Innenstadt zu sichern und zu stärken. Dies kann und muss als **gemeinsame Aufgabe der Kommune und des Einzelhandels** gesehen werden.

- + Konsequente **Ausrichtung der kommunalen Flächenpolitik auf die zentralen Versorgungsbereiche** und gegen eine Standortentwicklung auf der grünen Wiese (Erweiterung Bedeutung **Raumverträglichkeitsprüfungen**)
- + Erarbeitung **städtischer/regionaler Einzelhandelskonzepte**
- + Erarbeitung innerstädtischer, **integrierter Entwicklungskonzepte**
- + Weiterentwicklung vorhandener **Handelskonzepte** (Multichanneling, Hybridformen)
- + ...

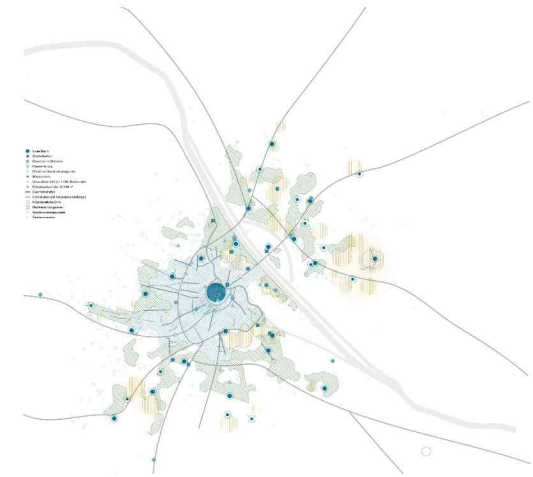
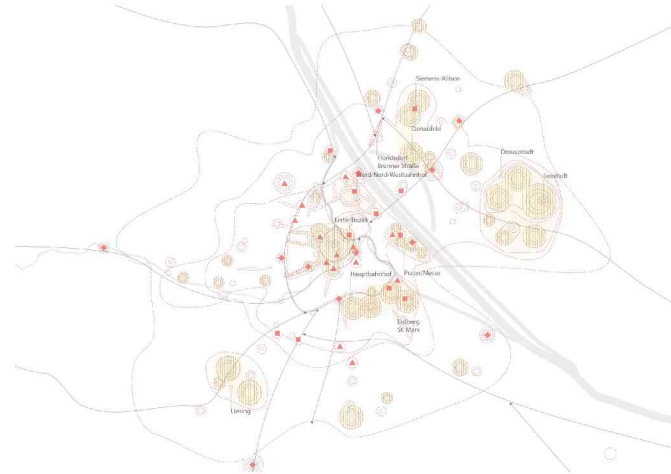
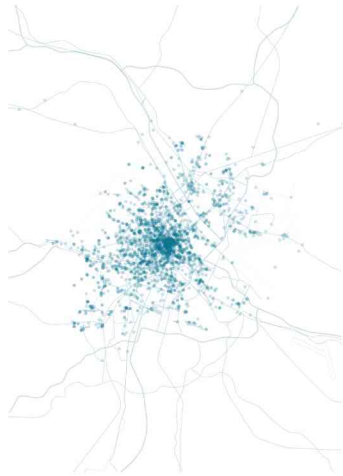
Aus: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung: Weißbuch Innenstadt, Starke Zentren für unsere Städte und Gemeinden, Berlin/Bonn 2011



INTEGRIERTE KONZEPTE UND NEUE PARTNERSCHAFTEN

Ziele und Maßstäbe für Qualität und Innovationen in der Entwicklung der Innenstädte entstehen nicht von allein. Sie erfordern den **Dialog** und sie benötigen **creative Prozesse und Instrumente**. Mit Blick auf die Stärkung der urbanen Qualitäten der Städte und Zentren sind die **vorhandenen Kräfte und Finanzmittel konsequent zu bündeln und zu vernetzen**. Konventionelle, eindimensionale Pläne verlieren dabei mehr und mehr an Bedeutung. Informelle und vielschichtige Pläne werden immer wichtiger. Notwendig sind **ganzheitliche Entwicklungskonzepte** und ein **aktiver Kommunikationsprozess**, die eine klare Vorstellung über die Zukunft und über den Weg dorthin vermitteln müssen.

- + Entwicklung **integrierter Konzepte und Strategien**
- + Organisation der vernetzten Mitarbeit/**Zusammenarbeit aller Akteure_innen**
- + Ausbau übergreifendes **Management- und Finanzierungsstrukturen** in der Entwicklung von Einkaufsstraßen
- + Entwicklung von **Instrumenten, beispielsweise zu Business-Improvement-Districts**



Quelle: Wien :polyzentral: Zentrenstudie

ERWEITERUNG DES ZENTRENVERSTÄNDNISSES

Die städtischen Zentrenstruktur durchlaufen einen gravierenden Bedeutungswandel. Die alleinige Orientierung auf die Handelsfunktion verliert dabei an Bedeutung gegenüber **vielfältigen, hybriden Nutzungs- und Funktionsmodellen in der Zentrenstruktur**. Dies stellt besondere Anforderungen an die Entwicklung strategisch angelegter **Zentrenstrategien**, die darauf ausgerichtet sind, **Kultur, Dienstleistungen, Büros, Gastronomie und Handel in Beziehung zueinander zu setzen und Synergien zu nutzen**.

- + Erarbeitung **regionaler/städtischer/stadtteilbezogener Zentrenkonzepte**
- + Konsequente **Ausrichtung der kommunalen Flächenpolitik auf die zentralen Versorgungsbereiche** und gegen eine Standortentwicklung in nicht integrierten Lagen
- + **Sicherung/Entwicklung öffentlicher Einrichtungen** in zentralen Lagen



Quelle: Kurier.at



Quelle: Kurier.at

DIE RÜCKGEWINNUNG DES ÖFFENTLICHEN RAUMES

Straßen und Plätze bilden die Räume der Zentren und deren Qualität trägt wesentlich zum Funktionieren der Zentren bei. Diese Räume schaffen Aufenthaltsqualitäten und generieren eigenständige Orte in einer Stadt, die viele Funktionen für die persönliche Identifikation und Verbundenheit, das soziale Leben, für kulturelle Aktivitäten sowie das Lebensumfeld übernehmen. In Zukunft wird es vermehrt darum gehen, Zentrenstrukturen wieder aktiv in die Stadtstruktur einzugliedern und Zentrenbausteine zu reurbanisieren. **Eine wichtige Schlüsselfunktion haben hier die öffentlichen Räume - auch in ihrer Funktion als Bühne und Handlungsraum der Stadtgesellschaft.**

- + **Attraktive Gestaltung** der öffentlichen Räume/**Intendanz** für den öffentlichen Raum
- + **Förderung der Stadtbaukultur** und Auseinandersetzung mit experimentellen und kreative Formen zukunftsweisende Bau- und Planungskultur (Wettbewerbe, Qualitätsleitfäden...)
- + Stärkung des **bürgerschaftlichen Engagements** in und für die Innenstädte

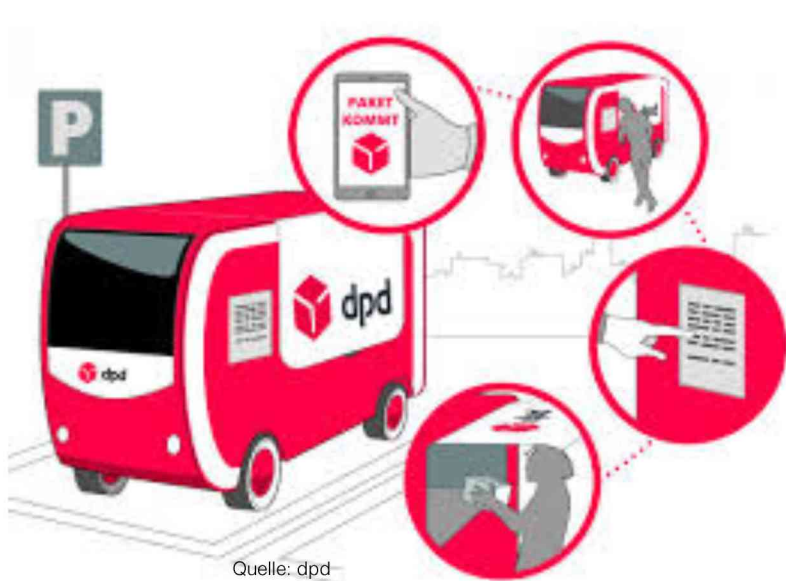


<https://it-onlinemagazin.de/sap-tochter-hybris-ermoeglicht-omnichannel-im-b2b-handel/>

VERKNÜPFUNG VON ONLINE UND OFFLINE-HANDEL

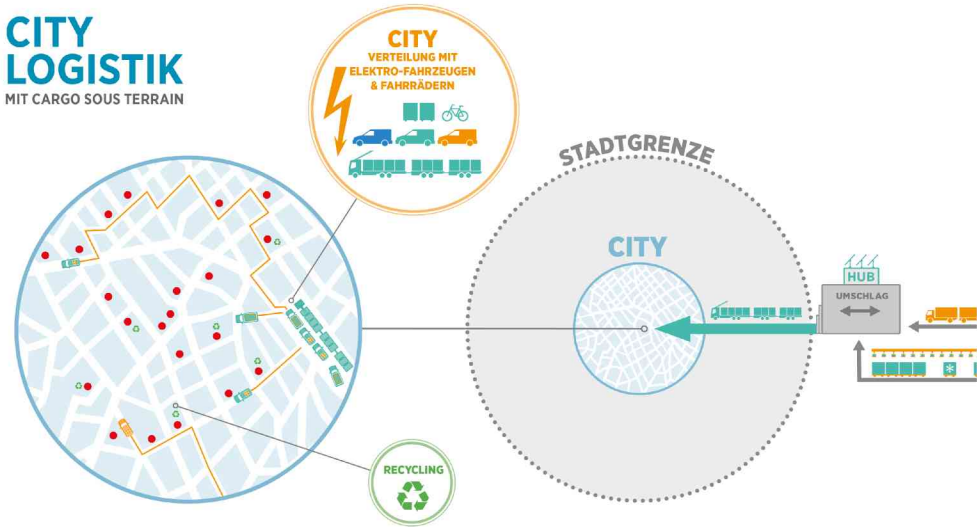
Die Händler müssen ihre Kunden dort abholen, wie sie gerade einkaufen wollen: egal, ob beim Einkaufsbummel in der Stadt oder mit Tablet auf der Couch. Es geht hier nicht mehr um online gegen offline sondern um die online plus offline. Die Zukunft liegt in der intelligenter Verknüpfung von Online und Offline Handel - dem Multichannel-Handel.

- + Konsequente Angebote von Coaching-, Aus- und Fortbildungsprogrammen für Händler im Kontext der „digitalen Transformationen“
- + Aufbau digitaler Stadtportale in Zusammenarbeit der unterschiedlichen Akteure einer Stadt (Verwaltung, Marketing, Citymarketing, Händler, Tourismus, Gastronomie, Kultur etc.)



Quelle: dpd

CITY LOGISTIK
MIT CARGO SOUS TERRAIN



Quelle: <https://www.frachtraum.com/de/blog/cargo-sous-terrain/>

INTERMODALE KONZEPTE ZUR CITYLOGISTIK

Handel und Konsumverhalten erleben umfassende Veränderungen, die das **System City-Logistik** tiefgreifend transformieren. Das Konzept „**just in time**“ gilt heute auch für die Distribution - dies mit der Konsequenz einer starken Zunahme des **Bedarfs an dezentralen Lagerräumen und Logistikflächen**. All dies stellt die Güterlogistik und den Wirtschaftsverkehr in den Städten und Ballungsräumen vor neue Herausforderungen.

- + Entwicklung von Konzepten einer **intermodalen, effizienten und leistungsfähigen City-Logistik**
- + Aufbau **stadtverträglicher Abholssysteme und Lieferlogistik**
- + Sicherung von **Flächen für Logistik-Hubs**
- + ...



PERSPEKTIVE ERDGESCHOSS

Im Zuge der Transformation von Stadt entstehen durch auslaufende Nutzungen oder Nutzungswechsel immer wieder Leerstände, welche die Frage nach neuen Nutzungen aufwerfen. Insbesondere die Erdgeschosszone ist in diesem Kontext von elementarer Bedeutung. Als **Indikator für soziokulturelle Dynamiken und als Visitenkarte städtischer Milieus** ist die Erdgeschoßzone gleichsam Rahmen und Bestandteil des urbanen Lebensraums. Angesichts der zunehmenden Flächenfreisetzung im Handel wird ein **aktives und stimulierendes Veränderungsmanagement mit Mut zu unkonventionellen, kreativen Strategien und Prozessen** benötigt.

- + Sicherung **flexibel nutzbarer Sockelzonen** und Aufbau eines quartierbezogener **Managementkonzepte** in der Entwicklung neuer Stadtteile
- + **Erleichterung/Deregulierung von Nutzungskonzepten im Bestand**
- + ...



RÄUME UND PROZESSE FÜR EINE ZIVILGESELLSCHAFTLICHE ERFINDUNGSKRAFT

Gerade im feinmaschigen, lokalen Bereich der Stadt sind es häufig **bürgerschaftliche Akteurinnen, Akteure und Initiativen, die Zentren schaffen und prägen** und damit einen nicht zu unterschätzenden Beitrag für die Vitalität der städtischen Zentrenstruktur und für die öffentlichen Räume leisten. **Diese AkteurInnen zu unterstützen und zu befähigen liegt häufig im Zulassen und Nicht-Behindern sowie in der Förderung des lokalen Engagements.** Der Anspruch erfordert politisch/administrative Rahmenbedingungen, die eine vielfältige Nutzung von Räumen unterstützen und damit den **Nährboden für eine Kultur der Vielfalt** bilden. Dazu zählt auch, die zivilgesellschaftliche Erfindungskraft mehr in die Entwicklung der Stadt einzubeziehen.

„Gerade im Zeitalter der Globalisierung und der Digitalisierung steigt der Bedarf nach Orten, die Orientierung geben, Verlässlichkeiten im sozialen und kulturellen Umfeld bieten. Entscheidend wird sein, die Chancen zu einer wirklichen Identitätsbildung durch unverwechselbare, dem Genius Loci nutzende Formen und Funktionen, durch eine Urbanität fördernde Mischung und vor allem durch nutzbare öffentliche Räume zu sichern.“

Tom Sieverts