

## **Rede Stadtgalerie 27. Januar 2014**

**Frank Eschrich, Ratsfraktion DIE LINKE**

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Dr. Matheis,

sehr geehrte Damen und Herren,

die Anhörung am vergangenen Montag hat keinen Erkenntnisgewinn gebracht. Der Informationsgehalt der Veranstaltung ging gegen Null. Von den rund 500 in der Beschlussvorlage abgedruckten Fragen der Öffentlichkeit wurde nur ein Bruchteil konkret beantwortet. Wiederholt wurden stattdessen in unendlichen Variationen die Wunschvorstellungen und vagen Hoffnungen, die wir alle bereits zur Genüge kennen. Wir erlebten eine geschickt eingefädelte Werbeveranstaltung für die geplante Stadtgalerie. Kritische Stimmen aus dem Rat waren unerwünscht und die Zusammensetzung des Podiums garantierte ein breites, bisweilen peinliches Zustimmungsgesülze ohne konkrete Fakten und Zahlen. Die Bürgerinnen und Bürger in der Wasgauhalle erfüllten allerdings nur ungenügend die ihnen zuge dachte Statistenrolle und verließen größtenteils schon vor dem Ende die Veranstaltung. Mit Bürgerbeteiligung hatte das Ganze nichts zu tun.

Sehr geehrte Damen und Herren,

aus dem Leuchtturmprojekt Stadtgalerie ist ein volkswirtschaftliches Nullsummenspiel geworden. Insbesondere im Kernsegment Bekleidung, Wäsche und Schuhe ist kein Frequenzbringer in Sicht. Die noch vorhandene Schuhindustrie in Pirmasens sieht kaum Möglichkeiten für ein Engagement in der Fußgängerzone oder gar in der Stadtgalerie. Im Kernsegment ist der Umsatz innerhalb von zwei Jahren nochmals um fast 14 Prozent eingebrochen, gegenüber dem Basisjahr 2006 sogar um 25 Prozent. Hochwertige Bekleidungshäuser als Neuansiedlungen sind ebenfalls nicht in Sicht. Stattdessen wollen H & M und C & A ihr Angebot an die gleiche Kundschaft ein paar Meter nebendran verkaufen. Denn auch die großen, zusätzlichen Kaufkraftströme aus dem Umland werden ausbleiben. In der Prognose für 2013 werden im untersuchten Bereich Bekleidung weiter sinkende Kaufkraft und eine geringere Strahlkraft im Einzugsbereich festgestellt. Die höchste Umsatzverlagerung zu Gunsten der Stadtgalerie wird mit 14,5 Prozent aus der Innenstadt von Pirmasens und nicht etwa aus dem Einzugsbereich erfolgen. In den verschiedenen Einzugsbereichen von außerhalb wie Kaiserslautern oder den Style Outlets Zweibrücken bleiben die Kaufkraftzuflüsse durchschnittlich bei knapp 5 Prozent. Alleinstellungsmerkmale der Pirmasenser Stadtgalerie könne man sich abschminken, ebenso der versprochene attraktive Branchenmix mit hochwertigen Angeboten, statt dessen die x-beliebigen Filialisten, die es in jeder Stadt gibt. Und selbst die Filialisten werden nur zweite Wahl sein, sagte sinngemäß Gutachter Karutz in der Ratssitzung am 18. November 2013. Einen nennenswerten Zuwachs an Verkaufsfläche wird es mit maximal 2000 – 5000 m<sup>2</sup> in der Innenstadt nicht geben. Das Fazit des letzten Cima-Gutachtens: Bestenfalls könne die Stadtgalerie das bisherige Niveau des Einzelhandels stabilisieren.

Sehr geehrte Damen und Herren,

schon die Grundvoraussetzungen bevorzugter Standorte für die Neuansiedlung von innerstädtischen Shopping-Centern treffen kaum auf Pirmasens zu. Erwartet werden überdurchschnittliche Kaufkraft in Stadt oder Umland sowie eine bereits hohe Einzelhandelszentralität und ausgeprägte Bedeutung der Innenstadt als Einkaufsstandort. Diese Werte erreicht Pirmasens allerdings bei weitem nicht und liegt im Gegenteil mit knapp 90 Prozent der durchschnittlichen Kaufkraft landesweit im unteren Drittel. Und selbst wenn diese Faktoren zutreffen, scheitern inzwischen 80 Prozent der Neueröffnungen. Dabei ist es unerheblich, ob der Flop in einen kompletten Leerstand mündet oder ob sich das Scheitern in Raten vollzieht, d.h. sich das Angebot immer mehr in Richtung Ramsch entwickelt oder große Teile der Verkaufsfläche abwechselnd leer stehen. Interessant ist in diesem Zusammenhang insbesondere die Größe der Shopping-Center. Das Risiko des Scheiterns ist nach einer Studie der GfK Geomarketing GmbH am höchsten bei Einkaufszentren mit 10 – 15.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Floppt die Stadtgalerie in Pirmasens in der ein oder anderen Weise, ist eines vorab schon sicher: In der Innenstadt wird es bis zu diesem Zeitpunkt schon längst keinen nennenswerten Einzelhandel mehr geben und Pirmasens seinen Status als Versorgungszentrum verlieren. Die gravierendsten Auswirkungen wird dies auf die Versorgungssituation der Bevölkerung im ländlichen Raum haben, die auf die Stadt als Einkaufsmöglichkeit existenziell angewiesen ist. Bei der bekannten Kaufkraftschwäche der Stadt Pirmasens und des Landkreises kann es bei der Inbetriebnahme der Stadtgalerie aus logischen Gründen nur zu Umsatzverlagerungen, nicht jedoch zu tatsächlichen Zuwächsen kommen. Bleibt der zu verteilende Kuchen gleich oder wird sogar kleiner und kommen weitere „Kuchenesser“ dazu, werden die zu verteilenden Stücke eben nicht größer, sondern kleiner. Oder anders ausgedrückt: Jeder Euro kann nur einmal ausgegeben werden. Bei der generell stattfindenden Konzentration des Handels in den Städten, werden deshalb die Versorgungssituation und die Einkaufsmöglichkeiten im Landkreis noch schlechter werden, als sie heute schon sind. Auch diese Entwicklung des ländlichen Raums nach der Etablierung von Shopping-Centern in den Klein- und Mittelzentren ist durch Studien eindeutig belegt.

Im bundesweiten Kontext wurden innerstädtische Shopping-Center in einer Forschungsstudie der HafenCity Universität Hamburg untersucht. Die HafenCity Universität Hamburg ist die einzige Universität Europas, die ausschließlich auf Bauen und die Gestaltung von Stadt fokussiert ist. Sie bietet Studiengänge in Architektur, Bauingenieurwesen, Geomatik, Kultur der Metropole, REAP (Resource Efficiency in Architecture and Planning), Stadtplanung sowie Urban Design an. Sie vereint als Universität die drei akademischen Bereiche Ingenieur- und Naturwissenschaften, Geistes- und Sozialwissenschaften sowie Gestaltung und Entwurf.

Die Ergebnisse der Studie sind ernüchternd: Innerstädtische Shopping-Center führten keineswegs immer zu einer Erhöhung von Umsatz und Zentralität. Diese Faktoren hingen vielmehr vom bereits erreichten Zentralitätsniveau der Stadt bzw. dem regionalen Kontext ab. Der Pro-Kopf-Umsatz in Städten mit neueren

Ansiedlungen sei zwar gestiegen, aber der absolute Umsatzzuwachs pro Stadt liege nicht höher als in Städten ohne Einkaufszentrum. Durch die Konzentration des Angebots im Shopping-Center verliere die restliche Innenstadt an Attraktivität. Angesagte Marken wirkten weniger als Magnet für die City, sondern als Frequenzbringer für das Center. Auf gesamtstädtischer Ebene bestehe kein Zusammenhang zwischen Shopping-Center Ausstattung und Umsatzentwicklung. Bei den 64 untersuchten kreisfreien Städte in Westdeutschland war der Zentralitätszuwachs ausschließlich durch eine negative Einwohner- und Kaufkraftentwicklung im Umland bedingt. Auf innerstädtischer Ebene deuteten Mietpreiserückgänge und Wertverluste von Geschäftshäusern auf Umsatzverluste innerhalb der Innenstadt in Folge neu angesiedelter Shopping-Center hin. Die Mietpreis- und Wertverluste von Immobilien in Städten mit Einkaufszentren betragen gegenüber Städten ohne Einkaufszentrum durchschnittlich 28 Prozent. Besonders krasses Beispiel ist Ludwigshafen: Dort waren die Ladenmieten mit dem Bau der Rheingalerie im Jahr 2009 um mehr als 47 Prozent gegenüber dem Basisjahr 1996 gesunken. Die Passantenfrequenz in der Fußgängerzone nahm mit dem innerstädtischen Einkaufszentrum „Rheingalerie“ um mehr als 32 Prozent ab. Diese Feststellung muss man sich vor Augen halten und ihre Bedeutung verstehen: Die gebetsmühlenartig vorgetragene Belegung der Innenstadt durch die Stadtgalerie ist nicht einmal Wunschdenken, sondern durch die Hamburger Studie eindeutig widerlegt. In Städten **ohne** Einkaufszentrum ist der Besuch von 1a Citylagen deutlich **höher** als in Städten mit Konsumtempel. In 15 untersuchten Städten ohne Einkaufszentrum wurden an einem Samstag im Mai 2009 in einer Stunde durchschnittlich 5600 Passanten gezählt, in 9 Städten mit Neueröffnungen bis 2010 waren es im gleichen Zeitraum nur 3600. Dies wird in der Studie auf die Konzentration des Einzelhandels an einem Standort bei gleichzeitigem Attraktivitätsverlust der restlichen Innenstadt zurück geführt. Darüber hinaus kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass bei den untersuchten innerstädtischen Shopping-Centern gerade der Anteil der zentrumsrelevanten Sortimente Bekleidung, Schuhe und persönlicher Bedarf inklusive Lebensmitteln mit 25 Prozent besonders gering ist. Beobachtet wird vielmehr eine deutliche Zunahme des Dienstleistungsanteils, während der Modeanteil - das Kernstück des Einzelhandels – im Branchenmix deutlich sinkt.

Die Folge von innerstädtischen Einkaufszentren sind mehr Leerstände im direkten Umfeld. Damit steht die geplante Stadtgalerie dem bisherigen Einzelhandelskonzept der Stadt Pirmasens diametral entgegen.

Die letzten ortsansässigen und inhabergeführten Geschäfte in der Fußgängerzone, am Exe und in der Schlossstraße werden nach der Inbetriebnahme der Stadtgalerie aufgeben müssen. Und kommt es ganz schlimm steht nach einigen Jahren auch die Stadtgalerie selbst leer.

Eine echte Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit dem Projekt hat der Stadtrat mehrheitlich verhindert. Eine Kultur der Bürgerbeteiligung existiert in Pirmasens nicht und ist politisch auch nicht erwünscht. Eine direkte, bewusste und willentliche

Entscheidung der Bürgerinnen und Bürger über den Bau der Stadtgalerie hat nicht stattgefunden. Stattdessen hat man den Pirmasenserinnen und Pirmasensern mehrfach attestiert, dass solche Entscheidungen ihren Horizont übersteigen und deshalb nur vom erlauchten Stadtrat selbst getroffen werden können. Damit wird die Stadtgalerie niemals zu einer Herzensangelegenheit werden, sondern immer ein Fremdkörper bleiben. Wirtschaft und Handel sind zu 90 Prozent Psychologie. Dass man diese Erkenntnis in Pirmasens völlig ausgeblendet hat, wird ebenfalls zum Scheitern der Stadtgalerie beitragen.

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Dr. Matheis,

sehr geehrte Damen und Herren,

der Bau der Stadtgalerie wäre verantwortungslos gegenüber den Einzelhändlern, die sich seit Jahrzehnten gegen Niedergang stemmen und von der Stadtgalerie verdrängt würden. Der gravierende Eingriff in das Stadtbild, die einschneidenden Folgen für die Stadt Pirmasens und die Bevölkerung in Stadt und Landkreis bei einem Scheitern, die zu erwartenden Kosten für den notwendigen Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und weitere Folgekosten für den maroden Haushalt der Stadt Pirmasens sind in Anbetracht der nochmals deutlich gesunkenen Erfolgsaussichten des Projektes Stadtgalerie nicht mehr zu vertreten.

Ich lehne die Verlängerung der Entwicklungsvereinbarung ab. Dem Punkt 3 der Beschlussvorlage stimme ich ausdrücklich zu.

Frank Eschrich, Stadtratsfraktion DIE LINKE