



Leerstand und Billigläden in Feuerbach und Cannstatt: typische Merkmale des „Trading Down-Effekts“

TRADING-DOWN-EFFEKT: DER NIEDERGANG DES EINZELHANDELS IN DEN VORORTEN IST AUCH HAUSGEMACHT

ERLEBENSWERTE GEGENWELTEN

Nagelstudio, Spielsalon, Ein-Euro-Shop – die untere Stuttgarter Straße in Feuerbach liefert derzeit bestes Anschauungsmaterial für das, was sich hinter dem Schlagwort „Trading-Down-Effekt“ verbirgt. Neben Läden wie diesen finden sich hier gleich drei Ladenflächen, die leer stehen und – bis auf Weiteres wohl vergeblich – auf Neumieter warten: ein ehemaliges Fischfachgeschäft und zwei einstige Bäckereien.

Was sich in Feuerbach abspielt, kann man auch in vielen anderen Vororten Stuttgarts beobachten: in Zuffenhausen genauso wie in Cannstatt, in Weilimdorf wie in Untertürkheim. In der Betriebswirtschaftslehre beschreibt der sogenannte „Trading-Down-Effekt“ einen weltweiten Entwicklungstrend „vom vollständigen Angebot mit pulsierendem Leben

zu zunehmenden Leerständen inklusive ausbleibender Kundschaft“. Dazwischen machen sich dann Geschäfte aus Branchen breit, die (eigentlich) nicht zur Nachfrage am Standort passen.

NAGELSTUDIO STATT FISCHLADEN

„Das ist kein Stuttgarter Phänomen“, sagt Stadtteilmanager Tosten von Appen, „sondern ein globales.“ Womit bereits zum Ausdruck gebracht ist, dass ein Gegensteuern auf lokaler Ebene kein einfaches Unterfangen sein dürfte. Dennoch oder gerade deswegen hat der Stuttgarter Gemeinderat kürzlich 2,7 Millionen Euro bewilligt, um dem Trend entgegenzuwirken. „Die Maßnahmen zielen darauf ab, die Stadtbezirke

für Kunden attraktiv zu machen“, bestätigt die Leiterin der Wirtschaftsförderung Ines Aufrecht. „Es muss eine Entwicklung hin zur Urbanisierung der Vororte geben“, ergänzt von Appen.

Die Gründe für den Niedergang des Einzelhandels in den Randbezirken sind vielfältig: Im vergangenen Jahr haben sich Studierende der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) unter Professor Sven Köhler und die Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart zusammengetan, um die Situation in sechs ausgewählten Bezirken zu untersuchen. Sie entwickelten Handlungsempfehlungen für die Stadtplanung. Stichworte: Aufwertung der Einkaufsqualität, der Infrastruktur, der Sauberkeit, der Sicherheit, des Angebots in Gastronomie, Handel und Dienstleistung.

Wie von Appen weiß auch Köhler, dass ein guter Teil der Negativentwicklung auf den Onlinehandel zurückgeht. Er gräbt den Randlagen in besonderer Weise das Wasser ab. Eine wichtige Maßnahme der Wirtschaftsförderung ist es deshalb, auch kleine Einzelhändler durch Schulungen fit für den parallelen Internethandel mit Abholservice zu machen. „Da gibt es großen Bedarf“, sagt von Appen. Sven Köhler konkretisiert diese Analyse: Denn „der Onlinehandel profitiert von der Schwäche des stationären Handels“, sagt er.

Der reine Bedarfskauf könne aus dem Netz nicht wieder zurückgeholt werden. „Wir müssen den Einzelhandel deshalb komplett neu denken“, so Köhler. Das verlange nicht nur die technische Verknüpfung von online und sta-



tionär, sondern vor allem auch die Schaffung von neuartigen Einkaufskonzepten und -erlebnissen in den Einkaufsstraßen der Vororte – und direkt in den kleinen Läden. Identifikation mit dem örtlichen Handel ist das Zauberwort. „Ein grundsätzliches Kaufkraftproblem haben wir in Stuttgart jedenfalls nicht“, so Köhler.

DIE WEICHEN FALSCH GESTELLT

Viele Fehler, die sich später unter den Bedingungen eines scheinbar übermächtigen Onlinehandels als fatal erwiesen, wurden bereits vor Jahrzehnten gemacht.

Und damit zurück zur Stuttgarter Straße in Feuerbach: Den viel zu schnellen Autoverkehr dort hatten die Studenten der DHBW ne-

ben einigem anderen als ein massives Standortproblem ausgemacht. Die Weichen hierfür wurden aber schon vor über 30 Jahren falsch gestellt. Denn als damals die Straßenbahn aus der einstigen 1-A-Einkaufsstraße verbannt wurde, entschieden sich Stadt und Einzelhandel gegen eine Fußgängerzone und für den Verkehr in der Straße.

Eine Entscheidung mit Folgen: „Früher dachten die Händler, sie könnten nur überleben, wenn der Kunde mit dem Auto kommt. Das Gegenteil ist der Fall“, sagt Köhler. Er ist sich sicher, dass der Einzelhandel nur dann eine Zukunft hat, wenn er es – mit Unterstützung entsprechender städtischer Maßnahmen – schafft, für eine „erlebenswerte Gegenwelt“ zum Onlinehandel zu sorgen. Autoverkehr gehört nicht dazu. Torsten Schöll

[LIFT 11.18]

Jetzt
einfach
online
wechseln

NACHHALTIGES
LEBEN
BRAUCHT
DEINEN
KONTOWECHSEL



Zeige auch du Haltung mit dem GLS Girokonto: damit dein Geld ausschließlich sozial und ökologisch wirkt – konsequent nachhaltig und transparent. [glsbank.de](https://www.glsbank.de)

GLS Bank
das macht Sinn