

Der Zollhofhafen in Ludwigshafen
als Standort für ein Einkaufszentrum
in **LUDWIGSHAFEN**

Kurzfassung der GMA-Markt- und
Standortuntersuchung im Auftrag der Stadt Ludwigshafen

Projektleitung:
Dipl.-Geogr. Monika Kollmar

Projektverantwortung:
Dr. Stefan Holl

1. Ausgangsbedingungen und Prüfauftrag

Das Oberzentrum Ludwigshafen, traditionell geprägt durch Industrie und Produzierendes Gewerbe, steht als Handelsplatz in starkem Wettbewerb zur Nachbarstadt Mannheim, aber auch zu anderen Städten im Rhein-Neckar-Raum. Trotz großer Anstrengungen in den vergangenen Jahren seitens der Stadt und der Händlerschaft, z. B. durch Zuschüsse oder Personal, durch URBAN-Förderung sowie erheblichen Investitionen in Werbung, Citymanagement, Veranstaltungen usw. hat der Einkaufsstandort Innenstadt an Wettbewerbsfähigkeit verloren und mehren sich in der Haupteinkaufslage von Ludwigshafen Leerstände. Das Bild in der Fußgängerzone wird auch geprägt von einer Vielzahl von Billiganbietern, Schnellgastronomie usw.; diese Entwicklungen lassen sich mit dem Begriff „trading down“ zusammenfassen.

Eine mögliche Aufwertung der City könnte durch Investitionen der Stadt, vor allem aber durch ein breites und attraktives Einzelhandelsangebot erfolgen, das auf bestehenden oder neuen Flächen angesiedelt werden kann.

Vor diesem Hintergrund wurde die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg – Erfurt – Köln – Wien beauftragt, eine mögliche Entwicklung der Flächen am Zollhofhafen als Standort für ein Einkaufszentrum mit einer Verkaufsfläche von ca. 25.000 – 30.000 m² zu untersuchen. Dort stehen zukünftig Flächen für eine Neunutzung zur Verfügung, die es ermöglichen, die bisher auf die Fußgängerzone und Ludwigstraße sowie das Rathaus-Center orientierte Innenstadt von Ludwigshafen in Richtung Rhein zu öffnen und um einen attraktiven Handelsmagneten zu ergänzen. Neue Einzelhandelsflächen entfalten in Innenstädten idealtypisch zwei Wirkungen:

1. Sie schaffen ein breites Angebot für die Kunden und erhöhen die Anziehungskraft des Platzes (Attraktivitätsgewinn)
2. Sie verschärfen die Wettbewerbssituation im Einzelhandel, insbesondere wenn dort nur bereits vor Ort bestehende Angebote nochmals angesiedelt werden können (Kannibalisierungseffekt).

Die Bewertung dieser Ansiedlungsmöglichkeit erfolgt unabhängig von den bisher in der öffentlichen Diskussion bekannten Planungen der beiden Investoren; es waren drei Szenarien zu prüfen:

- Ansiedlung eines klassischen Shopping-Centers mit textilen Sortimenten (Variante I)
- Ansiedlung eines Fachmarktzentrums (Variante II)
- Weiterentwicklung der Innenstadt als Handelsplatz in den bestehenden Strukturen ohne „neues“ Einkaufszentrum am Zollhofhafen (Variante III: sog. „Nullvariante“).

2. Ausgangspunkt der Bewertung: Daten zu Einzelhandel, qualitative Bewertung

Für die Bewertung der Varianten wurden zunächst Grundlagendaten zur Einzelhandelsstruktur der Stadt Ludwigshafen aufbereitet und analysiert. Hierzu zählen neben einer Bestandsaufnahme aller innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe auch eine qualitative Bewertung der derzeitigen Angebote, des Branchenmix sowie eine kritische Analyse des städtebaulichen Rahmens der unterschiedlichen Einzelhandelslagen und ihrer Entwicklungsmöglichkeiten. Die wesentlichen Eckpunkte der Bestandsanalyse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Gesamtverkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt beträgt ca. 62.800 m².¹
- Die Umsatzleistung liegt zwischen 230 und 240 Mill. €.
- Als Hauptgeschäftslage sind das Rathaus-Center und die Bismarckstraße zu nennen.
- Der Markenbesatz ist unterdurchschnittlich entwickelt und weist noch einige „weiße Flecken“ auf.
- Das Rathaus-Center mit den Ankermietern Saturn und P & C und einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 16.500 m² entspricht nicht mehr den Standards moderner, regional wirksamer Shopping-Center.

¹ Ohne Walzmühlcenter

3. Bewertung der Varianten

Darauf aufbauend werden die wirtschaftlichen und städtebaulichen Konsequenzen der verschiedenen Varianten ermittelt:

3.1 Keine Veränderung des Status Quo: „Nullvariante“

Die sog. **Nullvariante** entspräche der heutigen Situation ohne Ansiedlung von Einzelhandelsprojekten am Areal Zollhofhafen. Eine sukzessive Optimierung der städtebaulichen Rahmenbedingungen („Software“) würde ohne eine deutliche Verbesserung der Angebotsstrukturen („Hardware“) ins Leere laufen, d.h. der notwendige wesentliche Attraktivitätsgewinn kann so nicht erzielt werden. Diese Variante stellt aus Handelssicht keine wesentliche Perspektive für die Innenstadt von Ludwigshafen dar. Wie bereits angeführt, wurden in den vergangenen Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, die Innenstadt als Einzelhandelsplatz aufzuwerten. In den Bereichen Städtebau, Aufenthaltsqualität, Werbung usw. sind zwar weitere Maßnahmen denkbar, zu einer wesentlichen Trendwende bei der Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes, besonders im höherwertigen Bereich, kann diese Variante aus Gutachtersicht jedoch nicht beitragen. Hierbei spielt nicht nur der starke Wettbewerbsstandort Mannheim-Innenstadt eine wesentliche Rolle, auch das Image der Innenstadt Ludwigshafen für potenzielle Investoren, Handelsunternehmen, usw. wird sich bei Fortführung der heutigen Strukturen nicht verbessern. Die „Nullvariante“ bedeutet ein „weiter so“ für die bisherige Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen in Ludwigshafen, die Umlandausstrahlung wird weiter zurückgehen. Das Angebot dürfte perspektivisch einen Schwerpunkt im täglichen Bedarf bilden und überwiegend Versorgungsfunktion für die Innenstadt und die umgebenden Stadtquartiere einnehmen.

3.2 Ansiedlung von Handelsnutzungen auf dem Gelände „Zollhofhafen“

Eine Einzelhandelsansiedlung auf dem Gelände „Zollhofhafen“ in der o. a. Größenordnung kann grundsätzlich dazu beitragen, die Einzelhandelsbedeutung der Stadt Ludwigshafen auszubauen und das Einzugsgebiet des innerstädtischen Einzelhandels v. a. in Richtung Pfalz zu stabilisieren bzw. auch zu erweitern. Für eine Bewertung der möglichen Folgen einer Ansiedlung ist der Branchenmix des potenziellen Einkaufszentrums entscheidend, je

nach Typ des angestrebten Einkaufszentrums treten unterschiedliche Wirkungen auf bestehende Einzelhandelslagen auf:

- **Variante I** mit der Ansiedlung eines **klassischen Shopping-Centers mit Textilschwerpunkt** verbucht einen deutlichen Attraktivitätsgewinn des Handelsplatzes Innenstadt Ludwigshafen auf der Habenseite. Ein modernes Shopping-Center mit ca. 25.000 – 30.000 m² VK entspricht einer Verkaufsflächensteigerung gegenüber dem heutigen innerstädtischen Einzelhandel um ca. 40 – 47 %. Gleichzeitig kann mit dieser Variante die Kaufkraftbindung in den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung / Wäsche / Schuhe / Lederwaren sowie Sportartikel um 8 – 10 Punkte erhöht werden, hinzu kommen erhöhte Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland. Variante I wird außerhalb des bislang bestehenden Standortgefüges auf der einen Seite eine erhebliche Konkurrenz zum Rathaus-Center und der Bismarckstraße / Ludwigstraße aufbauen; die dann hinzunehmenden Umsatzverluste in den bisherigen Lagen der Innenstadt lägen in den Kernsortimenten Textilien / Schuhe / Lederwaren / Sport / Elektrowaren zwischen ca. 20 und 30 %. Neben der Ansiedlung neuer Betriebe, die bisher in Ludwigshafen noch nicht vertreten sind, dürfte es, sofern keine gezielten Maßnahmen hinsichtlich des Branchenmix unternommen werden, auch in erheblichem Umfang zu Verlagerungen von bestehenden Betrieben kommen, die mit ihren bisherigen „Alt“-Standorten unzufrieden sind, und sich vom „neuen Center“ höhere Umsätze erwarten. Insgesamt ist bei Variante I eine deutliche Verschiebung innerhalb der Einzelhandelsstrukturen in der Ludwigshafener Innenstadt festzuhalten; eine Neubewertung der Standortlagen innerhalb der bisherigen axialen Struktur vom Rathaus-Center über die Bismarckstraße zur Walzmühle wäre die Folge.

- In **Variante II** mit einem **fachmarktbetonten Ansatz** ist die Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsplatzes Innenstadt aus Gutachtersicht deutlich geringer als in Variante I. Damit werden Wettbewerbsstrukturen vorhandener Fachmarktzentren, z. B. an der B 9, aber auch der Walzmühle, tangiert. Die Frequenz am Standort Zollhofhafen dürfte deutlich ansteigen, die Wechselbeziehungen und der damit verbundene Attraktivitätsgewinn für die Innenstadt wird schwächer ausfallen. Auch sind die wirtschaftlichen Auswirkungen auf die bisherigen innerstädtischen

Handelslagen geringer als in Variante I; die Stärkung der Innenstadt im Sinne einer wesentlich höheren Kaufkraftbindung wird damit jedoch nicht in gleichem Umfang wie in Variante I erreicht.

Angesichts der bisherigen Einzelhandelsstrukturen in der Ludwigshafener Innenstadt und den trading-down-Tendenzen der vergangenen Jahre ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Frage, ob der Mietermarkt den neuen Standort eines Shopping-Centers in der Größenordnung von 25.000 – 30.000 m² akzeptiert, für beide Varianten zu stellen ist. Dies gilt sowohl für den Standort Ludwigshafen-Innenstadt grundsätzlich und den Mikrostandort Zollhofhafen im speziellen.

4. Vorläufiges Fazit der Untersuchung

Zusammenfassend stellt sich Variante I mit einer großen Lösung eines attraktiven Shopping-Centers trotz der zu erwartenden Auswirkungen auf die bisherigen Einzelhandelsstrukturen zunächst als Wunschvariante dar. Damit das Umfeld einschließlich des bestehenden Einzelhandels von dieser Variante optimal profitieren kann, sind eine Reihe von Rahmenbedingungen zu beachten bzw. auszuformen.

4.1 Optimale Anbindung des Standortes an bestehende Auflagen

Für den Fall der Ansiedlung ist der Standort möglichst weitgehend an die bestehenden Einzelhandelsstrukturen der Innenstadt anzubinden, um Synergieeffekte zwischen den bestehenden Standortlagen und dem neuen Einzelhandelsschwerpunkt auszuschöpfen. Dabei sind in besonderer Weise die Verbindungen zur Fußgängerzone, die verkehrliche Erreichbarkeit (Zu- und Abfahrverkehr), die Funktionsanordnung im Shopping-Center, usw. zu optimieren.

Dabei besteht unter städtebaulich-funktionalen Aspekten die Möglichkeit, einen Übergang entlang des Rheins über eine Promenade / öffentliche Räume in die im Handlungskonzept Innenstadt dargestellten zukünftigen Funktionen am Rheinufer zu schaffen.

4.2 Optimierung der Nutzungsstrukturen

Unabhängig von der realisierbaren Größenordnung sind folgende Eckpunkte besonders wünschenswert bzw. weisen einen höheren Nutzen für den Gesamtstandort auf:

- Hochwertiges Lebensmittelangebot (z. B. Verbrauchermarkt ca. 4.500 – 5.000 m² mit Food-Court)
- ein attraktiver Sportanbieter (ca. 3.000 m²)
- ca. 5.000 m² im Textilsektor, v. a. Junge Mode
- sowie eine Abrundung durch Shops / Monostores.

Insgesamt sollte mindestens eine Verkaufsfläche von 20.000 m² als Zielverkaufsfläche verfolgt werden, die durch ergänzende Nutzungen aus dem Freizeit- und Gastronomiektor einen deutlichen Attraktivitätsgewinn erfahren könnte.

4.3 Schlussbemerkung

Vor dem Hintergrund der trading-down-Tendenzen der vergangenen Jahre trotz erheblicher Bemühungen von Seiten der Stadt und der Händlerschaft zur Aufwertung der Innenstadt ist ohne weiteren Magneten in Ludwigshafen von keinen wesentlichen Verbesserungen der Einzelhandelsstrukturen, sondern maximal von Stillstand auszugehen. Mit der möglichen Ansiedlung am Zollhofhafen sind zwar erhebliche strukturelle Umbrüche in der Handelslandschaft der Innenstadt von Ludwigshafen verbunden, dennoch sollte die Stadt aus Sicht der GMA die Chance ergreifen, sorgfältig prüfen und weiter ausformen, um dem Einzelhandelsstandort Innenstadt Ludwigshafen einen deutlichen Schub zu geben.

Die Fläche am Zollhofhafen ist neben einer wünschenswerten Erweiterung des Rathaus-Centers - soweit zu sehen - die einzige Chance für die Stadt Ludwigshafen, die geeignet wäre, den Handelsplatz Innenstadt deutlich aufzuwerten. Ein Beibehalten an den bisherigen Strukturen nach dem Motto „keine Experimente“ bedeutet zwar kein Risiko, aber auch keine Chance. Das vermeintlich geringe Risiko lässt auch eine andere Interpretation zu: „Wer nichts riskiert, riskiert alles!“