

Presseartikel

Modellkommune: Erlangen  
Erscheinungsdatum: 24.04.2007  
Zeitung: Nürnberger Nachrichten

# Tote Hose statt pralles Leben?

LBE: Vormarsch der Großflächen gefährdet klassische Händler und Innenstädte

Gute Einkaufsmöglichkeiten gleich um die Ecke, das wünschen sich die meisten Verbraucher. Die Realität freilich sieht in Sachen Nahversorgung vielerorts trostlos aus: Kein Geschäft für die Dinge des täglichen Bedarfs weit und breit – und das, obwohl die Verkaufsflächen im Einzelhandel seit Jahren steigen.

NÜRNBERG – Statistisch betrachtet, ist Deutschland ein Einkaufsparadies: Auf jeden Bundesbürger kommen heute 1,5 Quadratmeter Ladenfläche – 1990 war es noch nicht einmal ein Quadratmeter. Und das Wachstum, prognostizieren Fachleute, geht dynamisch weiter.

Die Metropolregion Nürnberg liegt schon heute über dem Bundesschnitt. Laut dem mittelfränkischen Einzelhandelsverband entfallen in Fürth auf jeden Einwohner 2,2 Quadratmeter Verkaufsfläche, in Nürnberg knapp 1,8. In Ansbach sind es sogar gut 2,3 Quadratmeter – hier schlägt das „Brückencenter“ zu Buche.

Einkaufszentren dieser Größenordnung betrachtet der Verband mit Argwohn, erst recht, wenn sie an der Peripherie liegen: „Der innerstädtische Handel leidet unter solchen Standorten, da diese Kunden und damit Kaufkraft abziehen“, sagt Jan-Jörg Brunner, Bezirksgeschäftsführer des Landesverbandes des Bayerischen Einzelhandels (LBE) in Nürnberg. Tote Hose statt pulsierendes Leben in der City: Diese Gefahr beschwören Experten angesichts der wachsenden Zahl der Handelskolosse auf der grünen Wiese schon seit längerem.

Zu den großen Verlierern der Flächenexpansion zählen vor allem die kleineren mittelständischen Läden. Mit jedem, der aufgeben muss, verschwindet immer auch ein Stück Vielfalt, betont Brunner. Der Verbraucher bezahle die Zeche mit, bedeuten doch weniger Läden unter dem Strich eine schlechtere wohnortnahe Versorgung.

## „Nicht auf Rosen gebettet“

Bereits jetzt ist dem LBE zufolge gut jeder zweite Quadratmeter Verkaufsfläche in Nürnberg und in Mittelfranken dem großflächigen Einzelhandel zuzuordnen – Geschäfte mit über 1000 Quadratmetern Ladenfläche also. Keineswegs begeistert ist Brunner über die Pläne des Sportartikelherstellers adidas, in Herzogenaurach ein



Experten fürchten um die Vielfalt in den Innenstädten: Immer mehr, vor allem kleinere Händler können im Verdrängungswettbewerb nicht bestehen. Foto: Böhner

großes Marken-Zentrum zu errichten: Er befürchtet gravierende Nachteile für die örtlichen Geschäfte. „Wir sind nicht generell gegen Großprojekte“, sagt Brunner. Doch Politik und Planungsbehörden dürften mit ihren Entscheidungen dem Mittelstand nicht die Luft zum Atmen nehmen.

Die ist ohnehin dünn genug. Von der konjunkturellen Erholung spürt die Branche bislang wenig. Für das laufende Jahr erwartet der mittelfränkische Einzelhandel ein nominales Umsatzplus zwischen 0,5 und einem Prozent, inflationsbereinigt eine schwarze Null. „Der Handel“, resümierte LBE-Pressesprecher Uwe Wer-

ner, „ist nach wie vor nicht auf Rosen gebettet“ – ebenso wie viele Verbraucher. Im mittelfränkischen Einzelhandel arbeiten gut 46000 Frauen und Männer.

Die Zahl der Beschäftigten ist nach den Worten Werners im vergangenen Jahr stabil geblieben. Allerdings, so sein Kollege Brunner, habe sich der Trend fortgesetzt, Vollzeit- in Teilzeitstellen umzuwandeln. Die Unternehmen der Branche mit insgesamt 8000 Verkaufsstellen erzielten 2006 rund neun Mrd. € Umsatz, die Umsatzrendite liegt dem LBE zufolge im Schnitt zwischen zwei und drei Prozent.

VERENA LITZ