



GEOFOCUS

Marburg

online

Herausgeberinnen:

Michaela Paal
Simone Strambach

Heft 1

Thorsten LAU

Die Auswirkungen des
Strukturwandels im
Marburger Einzelhandel



Zitat: LAU, Thorsten (2009): Die Auswirkungen des Strukturwandels im Marburger Einzelhandel. – In: GEOFOCUS Heft 1.
Online-Version: www.uni-marburg.de/FB19/personal/professoren/paal/geofocus
www.uni-marburg.de/FB19/personal/professoren/strambach/geofocus

Suchbegriffe: Einzelhandel, Strukturwandel, Marburg

Abstract:

Marburg is a typical medium-sized town, performing the supply tasks of a regional center within the German System of Central Places. But in spite of that serious problems concerning the structure and the dynamics in retail trade are identified. The traditional historic center gets into increasing competition with suburban shopping centers and other neighbored towns, due to the fact of bad accessibility und upscale retail trade offers. At the same time, the restructuring of business ownership and retail trade organization takes place.

Main objective of this publication is the structural analysis of retail trade in Marburg as well as the interpretation of the dynamic change and its consequences for safeguarding the local supply facilities for the resident population.

Herausgeberinnen:

Michaela Paal (Stadtgeographie; Raumordnung und –planung)
Simone Strambach (Geographie der Dienstleistung, Innovation und Kommunikation)
beide: FB 19 Geographie der Philipps-Universität Marburg

ISSN 1865-6811
(erscheint unregelmäßig)

© GEOFOCUS Marburg 2009. All rights reserved

Anstelle eines Vorworts

Michaela Paal

Stadtgeographie ist in erster Linie Großstadtforschung. Begründet ist diese Fokussierung in der Mannigfaltigkeit und Intensität, mit der soziale, ökonomische und politische Prozesse in den großen Verdichtungsräumen zu beobachten sind. Parallel zu dieser – zweifellos auch der Globalisierung und dem Zeitgeist geschuldeten – Hinwendung zu Megacities, Global Cities oder Weltstädten findet die Vernachlässigung der Arbeit über Klein- und Mittelzentren statt.

Diese entwickeln sich quasi im Schatten der großen Agglomerationen und geraten aufgrund vielfältiger Restrukturierungsprozesse in einen regionalen Wettbewerb, den sie – wie es augenblicklich scheint – kaum gewinnen können. Immer weiter ins Umland expandierende Einzugsbereiche von Großstädten, die Veränderung individueller Versorgungsmuster, aber auch Einsparungsmaßnahmen der öffentlichen Hand stellen das Postulat von der flächendeckenden Güter- und Dienstleistungsversorgung innerhalb einer hierarchischen Zentrenstruktur zunehmend in Frage. Selbst in Ober- und Mittelzentren zeichnet sich die Tendenz zur Reduktion ihrer Multifunktionalität ab, die nicht nur durch den demographischen Wandel zu erklären ist. Im günstigsten Fall spezialisieren sie sich auf ein kulturelles und/oder touristisches Angebot, während andere wichtige wirtschaftliche Funktionen der großstädtischen Konkurrenz überlassen werden.

Umso erstaunlicher ist es, dass auf den unteren Ebenen des deutschen Städtesystems und außerhalb der von dramatischen Schrumpfungsprozessen betroffenen Regionen im Osten Deutschlands relativ wenig Grundlagenforschung betrieben wird. Die Ursache liegt aber nicht nur in der zunehmenden Präferenz von Geographen, sich diverser Problemlagen eher essayistisch als empirisch anzunehmen, sondern auch im Mangel an zuverlässigen statistischen Grundlagen, wie sie beispielsweise im Rahmen von bundesweiten Großzählungen gewonnen, in anderen europäischen Ländern üblich und der Forschung problemlos zugänglich sind.

Dieses Defizit an Wissen über die detaillierten sozio-ökonomischen Strukturen betrifft nicht nur die Wissenschaft, sondern – und dies vielleicht in noch stärkerem Maße – auch die Kommunalplaner und politischen Entscheidungsträger. Ohne fundierte Kenntnis über vorhandene Stärken und Schwächen, basierend auf aussagekräftigen Daten, ist für sie die Entwicklung mittel- und langfristiger Konzepte fast unmöglich. Vor diesem Hintergrund ist es kein Wunder, dass Wissenschaft und (Planungs)Praxis es auch abseits diverser gegenseitiger Vorbehalte schwer haben, zueinander zu finden. Die Wissenschaft hat auf die Fragen der Praktiker häufig nur theoretische Antworten, die wenig hilfreich sind, das Vorurteil vom universitären Elfenbeinturm abzubauen.

Die mit diesem Band eröffnete Reihe versucht den Brückenschlag zwischen universitärer Grundlagenforschung und planerischer Praxis. Sie wendet sich an jene, die sich für konkrete, empirisch gestützte Forschungsergebnisse aus der Region Marburg interessieren und denen diese Arbeiten vielleicht als Basis für künftige Konzepte und Strategien dienen können. Auf den theoretischen Bezugsrahmen, in den diesen Forschungen eingebettet sind, wird daher nur am Rande Bezug genommen – der Schwerpunkt liegt auf der Präsentation der empirischen Ergebnisse und den daraus abgeleiteten allgemeinen Erkenntnissen.

Die Auswirkungen des Strukturwandels im Marburger Einzelhandel

Thorsten LAU

1. Einleitung

Der Einzelhandel in Deutschland hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert. Seit etwa vierzig Jahren kann in nahezu allen Kommunen eine Reduktion der Zahl von Einzelhandelsbetrieben beobachtet werden. Parallel dazu ist es zu einer deutlichen Vergrößerung der Verkaufsfläche gekommen. Infolge dieser Entwicklung finden sich in traditionellen, innerstädtischen Einkaufsbereichen immer mehr leer stehende bzw. aufgegebene Ladenlokale, während am Rand der Kommunen neue und große Einkaufszentren entstehen. Gleichzeitig hat sich auch die Unternehmensstruktur verändert. Während nach dem Zweiten Weltkrieg noch kleine, inhabergeführte Betriebe den Einzelhandel bestimmten, dominieren heute Filialen national und international agierender Handelskonzerne.

Auch eine Stadt mittlerer Größe wie Marburg blieb von solchen Entwicklungen nicht verschont, und über deren Ursache wird in Politik, Öffentlichkeit und in der lokalen Presse immer wieder diskutiert. Im Frühjahr 2004 veranstalteten die Arbeitsgruppen „Nachhaltige Stadtentwicklung“ und „Ökologie“ der lokalen Agenda 21 eine Podiumsdiskussion mit dem Thema „Ladenleerstand in Marburg – Verödung der Innenstadt“, wo über mögliche Ursachen und Lösungsansätze zur Leerstandproblematik diskutiert wurde. Im Verlauf der Veranstaltung kam es zu heftigen Wortgefechten zwischen ortsansässigen Einzelhändlern und Vertretern des Magistrats der Stadt Marburg. Es stellte sich heraus, dass sowohl über das Ausmaß als auch über die Ursachen und Prozesse des Strukturwandels sowie über deren räumliche Auswirkungen ein gewaltiges Informationsdefizit bestand.

Ziel dieser Arbeit ist es daher, vorhandene Strukturen des Marburger Einzelhandels zu erfassen und zu analysieren, die Ursachen und Auswirkungen des Strukturwandels herauszuarbeiten sowie die Grundlage für Folgeuntersuchungen zu schaffen, die für die Entwicklung tragfähiger Strategien für den Marburger Einzelhandel unerlässlich sind.

2. Städtebaulich-historische und ökonomische Rahmenbedingungen in Marburg

Marburg gehört nach dem Landesentwicklungsplan Hessen 2000 neben Gießen und Wetzlar zu den drei Oberzentren Mittelhessens. In seiner Funktion als Oberzentrum soll in Marburg eine auf die Deckung des spezialisierten, höheren Bedarfs ausgelegte Infrastruktur anbieten. Dazu gehören Einrichtungen im Bereich Kultur und Bildung (Hochschulen, Bibliotheken, überregional bedeutsame Museen, Kongresszentrum), Soziales und Sport (Krankenhäuser zur Maximalversorgung, Frauenhäuser, überregional bedeutsame Sportstätten), Verkehr (ICE/IC Haltepunkt, innerstädtisches öffentliches Verkehrsnetz) sowie Verwaltungseinrichtungen (Behörden höherer oder mittlerer Verwaltungsebene, Gerichte höherer oder mittlerer Instanz). Aus Sicht des Einzelhandels sollen Einrichtungen zur Deckung des höheren und spezialisierten Bedarfs vorhanden sein (HESSISCHES MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, VERKEHR UND LANDESENTWICKLUNG 2000, S. 19 ff.).

Das Stadtgebiet von Marburg erfuhr im Zuge der Gemeindegebietsreform 1974 durch Eingemeindung von ehemals 18 selbstständigen Umlandgemeinden einen deutlichen Flächenzuwachs. Das administrative Stadtgebiet besteht heute aus elf Kernstadtteilen und achtzehn Außenstadtteilen.

Marburg entstand aus einer Burgsiedlung auf dem heutigen Schlossberg und wurde erstmals in den Jahren 1138/39 urkundlich erwähnt. Zunächst beschränkte sich das Stadtgebiet auf die an den Hängen des Schlossbergs gelegenen und durch eine Stadtmauer geschützten Bereiche der heutigen Alt- bzw. Oberstadt. Einen Bedeutungszuwachs erreichte die Stadt im Jahre 1527 durch die Gründung der Universität, welche bis heute einen wichtigen Wirtschaftsfaktor darstellt. In der Zeit von 1235 bis 1868 kam es dennoch nur zu einem sehr geringen Stadtwachstum, indem im Westen die ebenfalls durch eine Mauer geschützten Gebiete des Deutschhausordens verdichtet wurden. Gleichzeitig entstanden bis zum Jahre 1845/46 neue Vororte bzw. wurden bestehende, nicht ummauerte Siedlungsteile erweitert (Ketzerbach, Weidenhausen, Am Grün, Pilgrimstein). Aufgrund des allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwungs erlebte Marburg zwischen 1870 und 1914 einen deutlichen Flächenzuwachs. Nach dem Durchbruch der Stadtmauer im Bereich der Untergasse/Gutenbergstraße begann 1875 die Erschließung und Bebauung des Südviertels. Parallel dazu entstand im Bereich des Bahnhofs die Nordstadt und ab 1897 das Biegenviertel. In der Zeit von 1907 bis zum Beginn des Zweiten Weltkrieges konzentrierte sich die Stadterweiterung auf Gebiete westlich des Hauptbahnhofs bzw. auf den nördlichen Teil des Ortenbergs (LEIB 1994; DÖPP 1990).

Nach dem Zweiten Weltkrieg bestand bis in die 1960er Jahre in Marburg eine akute Wohnungsnot. Grund dafür war zum einen der Zuzug von fast 20.000 Flüchtlingen und zum anderen der Wohnungsbedarf der alliierten Streitkräfte. Im Zuge dieser Entwicklung entstanden seit Mitte der 1950er Jahre neue Wohngebiete in Form von Ein- und Zweifamilienhäusern sowie später Mehrfamilienhäuser und Sozialwohnungen. Die Besiedlung erfolgte entlang der Hänge der Lahnberge vom Waldtal bis nach Cappel. Östlich der Lahn wurde die Stadt um die Ortsteile Wehrda, Marbach und Ockershausen erweitert. Insgesamt erfuhr Marburg von 1938 bis 1963 ihren höchsten Flächenzuwachs. In den folgenden dreizehn Jahren erfolgte der Bau der Großwohnanlage am Richtsberg, wo Wohnraum für bis zu 9.000 Einwohner geschaffen wurde. Zur gleichen Zeit begann auch die Bebauung des neuen Universitätsgeländes auf den Lahnbergen.

Von besonderer Bedeutung war – auch aus Sicht des Einzelhandels – die in den 1970er Jahren beginnende Altstadtsanierung in den Bereichen „Oberstadt“ und „Weidenhausen“, wo durch zum Teil sehr umfangreiche Bau- und Sanierungsmaßnahmen der Großteil der historisch wertvollen Baussubstanz erhalten werden konnte. Gleichzeitig wurde in der „Oberstadt“ eine Fußgängerzone geschaffen und damit weite Teile des historischen Kerns für den Durchgangsverkehr gesperrt. Auch in der „Universitäts-/Gutenbergstraße“ kam es zu umfangreichen baulichen Umgestaltungen, in deren Verlauf teilweise historisch wertvolle Gebäude abgerissen und durch moderne Geschäftsgebäude (z.B. das Schlossbergcenter) ersetzt wurden.

Den baulichen Entwicklungsschwerpunkt der letzten beiden Jahrzehnte bildet die in den 1980er Jahren begonnene Neugestaltung von Marburgs „Neuer Mitte“. Dazu zählen die Neubauten eines Hotel- und Geschäftsgebäudes zwischen dem Pilgrimstein und der Biegenstraße, ein modernes Großkino mit angeschlossener Kunsthalle sowie zwei Einkaufszentren am Erlenring.

Die Wirtschaftsstruktur ist stark geprägt durch die beiden größten Arbeitgeber der Stadt, die Philipps-Universität Marburg mit ca. 7.500 Beschäftigten sowie die früheren Behringwerke Marburg und ihre Nachfolgefirmer mit ca. 4.000 Beschäftigten. Mehr als 80% der Arbeitnehmer sind im

Dienstleistungssektor tätig, vor allem im öffentlichen Dienst (Universität, Finanzamt, Katasteramt, Landratsamt, usw.) Der Anteil der Arbeitnehmer im Handel betrug 2003 15,8%. Als Hauptgründe für diesen im Vergleich zu anderen hessischen Städten sehr geringem Anteil werden zum einen die unterdurchschnittliche Kaufkraft in Marburg (Tab. 1) und zum anderen die Kaufkraftabflüsse in die Mittelzentren Gladenbach, Kirchhain, Stadtallendorf, Biedenkopf sowie in die Oberzentren Kassel, Gießen und Frankfurt genannt (MAGISTRAT DER STADT MARBURG 1996, S. 18; MAGISTRAT DER STADT MARBURG 2001, S. 15). Ein weiterer Grund für die niedrige Kaufkraft ist die hohe Zahl an Studierenden (19.300 im WS 2005/06; www.uni-marburg.de), die in der Regel über eine wesentlich geringere Geldmittel verfügen als normale Erwerbstätige sowie die monostrukturelle Wirtschaftsstruktur (SAILER-FLIEGE 1996, S. 526).

Tab. 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Marburg und Umgebung im Vergleich

Ort	Einwohner (Stand 9.2005)	Absolute einzelhandels- relevante Kaufkraft in € (Stand 9.2005)	Absolute einzelhandels-relevante Kaufkraft pro Einwohner und Monat in € (Stand 9.2005)
Marburg	77.510	382.881.048	412
Biedenkopf	13.824	74.749.116	451
Gladenbach	12.549	62.449.630	415
Kirchhain	16.393	86.382.980	439

Quelle: eigener Entwurf nach Acxiom Deutschland GmbH 2005

3. Der Marburger Einzelhandel im Überblick

Im administrativen Stadtgebiet von Marburg wurden im Erhebungszeitraum von April bis September 2005 insgesamt 612 Einzelhandelsstandorte erfasst, von denen 60 keine aktive wirtschaftliche Nutzung aufwiesen. Daraus ergibt sich eine gesamtstädtische Leerstandsquote von 9,8%. Vergleicht man diese mit den Ergebnissen der HDE-Umfrage „Stadt und Handel 2004“, so liegt Marburg 0,3 Prozentpunkte unter dem dort ermittelten Durchschnittswert für Städte bis 100.000 Einwohner.

83,2% (n=509) der Einzelhandelsstandorte konzentrieren sich im Gebiet der Kernstadt und 16,8% (n=103) in 12 der 19 äußeren Stadtteile, wobei Wehrda mit 39 Standorten (überwiegend im nicht-integrierten Einkaufszentrum „Kaufpark Wehrda“) einen eindeutigen Schwerpunkt bildet. In den Stadtteilen Bauerbach, Bortshausen, Dilschhausen, Haddamshausen, Hermershausen, Moischt und Ronhausen konnten kein Einzelhandels festgestellt werden. Die Leerstandsquote in den äußeren Stadtteilen betrug zum Erhebungszeitpunkt 2,9 %.

Der Haupteinkaufsbereich („Innenstadt-Hauptgeschäftslage“) erstreckt sich nicht flächenhaft erstreckt, sondern bandartig auf drei verschiedene Standorte (SAILER-FLIEGE 1996, S. 526): die „Oberstadt“, die „Universitäts-/Gutenbergstraße“ und die „Nordstadt“.

Außerhalb dieser Hauptzone existieren mehrere Einzelhandelsballungen entlang von Hauptverkehrsstraßen oder in Wohngebieten, die aufgrund ihrer räumlichen Distanz zur „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ dem Lagetyp „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ zugeordnet werden können. Dazu zählen beispielsweise die Straßen Am Grün, die Biegenstraße die Weidenhäuser Straße oder die Frankfurter Straße.

Einzelhandelsstandorte in Stadtteilen, die direkt an das Gebiet der Kernstadt angrenzen sowie Stadtteils- bzw. Nachbarschaftszentren in reinen Wohnlagen innerhalb des Gebietes der Kernstadt sind als „Städtische Vorort/Stadtteilszentren“ zu verstehen. Dazu zählen die Stadtteile Cappel, Ockershausen und Marbach sowie die Stadtteils- bzw. Nachbarschaftszentren in den Wohngebieten „Richtsberg“ und „Friedrich-Ebert-Straße“. Eine Ausnahme bildet der Stadtteil Wehrda, dessen Einzelhandelsstandorte entweder dem Lagetyp „Sonder-/Gewerbegebiet“ oder dem Lagetyp „Ländliche Gemeinde“ zuzuordnen sind.

Weitere Einzelhandelsstandorte bzw. Einzelhandelsagglomerationen finden sich in verschiedenen Sonder- und Gewerbegebieten („Kaufpark Wehrda“, „Afföllerstraße“ sowie „Marburg Süd“, „Tannenberg/Stadtwald“ und „Im Rudert“). Standorte in äußeren Stadtteilen, die nicht direkt an das Gebiet der Kernstadt angrenzen, wurde dem Lagetyp „Ländliche Gemeinde“ zugeordnet. Dazu zählen die Stadtteile Cyriaxweimar, Dagobertshausen, Elnhausen, Ginseldorf, Gisselberg, Marbach, Michelbach, Schröck, Wehrda und Wehrshausen.

3.1 Innenstädtische Hauptgeschäftslagen

Die drei Teilbereiche „Oberstadt“, „Universitäts-/Gutenbergstraße“ und „Nordstadt“ bilden keine zusammenhängende Einkaufszone, sondern sind nur lose miteinander verbunden. Um sie zu durchqueren, muß aufgrund der topographischen Gegebenheiten ein Höhenunterschied von bis zu 75 Metern überwunden werden. Dazu kommt, dass einzelne verbindende Straßenzüge (z.B. der Steinweg) kein durchgängiges Band von Einzelhandelsbetrieben aufweisen und/oder stark befahrene innerstädtische Hauptverkehrsstraßen darstellen (z.B. der Pilgrimstein).

Bei der **Oberstadt** handelt es sich um den am Schlossberg gelegenen historischen Stadtkern Marburgs. Charakteristisch sind enge, verwinkelte, teils recht steile Gassen sowie eine kleinteilige Gebäudestruktur.

Hier befinden sich 27% (164) aller im Stadtgebiet vorhandenen Einzelhandelsstandorte. Sie sind zu mehr als 90% in Gebäuden untergebracht, die vor 1910 errichtet worden sind. Der Gebäudenzustand kann trotz des beträchtlichen Alters der Gebäude generell als gut bezeichnet werden und ist auf die umfangreiche Sanierungstätigkeit zurückzuführen, die seit den 1970er Jahren im Rahmen der Städtebauförderung gelaufen ist. Die Nutzung der Gebäude erfolgt zum größten Teil gemischt, wobei die Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss untergebracht ist und sich im restlichen Teil des Gebäudes Wohnungen und teilweise auch Büros befinden. Nutzungen, die das gesamte Gebäude als Verkaufs- oder Lagerfläche nutzen, sind kaum vorhanden.

Die Leerstandsquote in der Oberstadt betrug 2005 10,4% und lag damit über der gesamtstädtischen Leerstandsquote von 9,8%. Die Leerstände konzentrierten sich überwiegend auf nördlichen Teil der Oberstadt (Neustadt, Renthof, Roter Graben, Steinweg) und waren schon längere Zeit ungenutzt.

Unter Verwendung der fünfstelligen Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2005) konnten in der Oberstadt 42 verschiedenen Branchen differenziert werden. Dabei dominieren „Einzelhandel mit Damenbekleidung und Bekleidungszubehör“ (14%), „Einzelhandel mit Bekleidung ohne ausgeprägten Schwerpunkt“ (9%), „Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln“ (11%) und „Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck“ (7%) (Abbildung 2).

Typisch ist auch eine Konzentration von Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die durchschnittliche Verkaufsfläche liegt unter Abzug dreier Ausreißer (mit 350, 400 bzw. 800m²) bei 75,2m² pro Betrieb. Dabei ist zu beachten, dass die meisten Betriebe entweder im Keller oder in der ersten Etage über zusätzliche Lagerräume verfügen.

Betrachtet man die personelle Ausstattung, so ergibt sich ein durchschnittlicher Personalbesatz von 2,6 Vollzeitstellen pro Betrieb. Ähnlich wie bei den Verkaufs- und Betriebsflächen liegt der Personalbesatz bei 58% der Betriebe unter dem ermittelten Durchschnittswert. Von den 129 dem Non-Food-Einzelhandel zurechenbaren Betrieben sind 99,2 % der Betriebe die Betriebsform „Fachgeschäft“ und einem Betrieb die Betriebsform „Discounter“ (0,8 %) zuzurechnen. Die Lebensmittelgeschäfte weisen einen hohen Spezialisierungsgrad des Sortiments auf. Vor diesem Hintergrund überraschen die Dominanz inhabergeführter Einbetriebsunternehmen (72%) und der geringe Filialisierungsgrad (28%) kaum. Selbst die 41 Filialbetriebe sind fast zur Hälfte (46%) lokalen bzw. regionalen Unternehmen zuzurechnen. Der Anteil an Filialbetrieben von überregional bzw. national tätigen Unternehmen und von international tätigen Mehrbetriebsunternehmen lag jeweils bei 27%. Allerdings sind auch die eigentümergeführten Betriebe überwiegend angemietet - lediglich bei 14% aller diesbezüglich erfassten Betriebe der Oberstadt waren im Eigentum des jeweiligen Einzelhändlers.

Fast die Hälfte aller 110 befragten Geschäftsleute war allerdings nicht bereit, Angaben über die Höhe der Miete zu machen. Bei 57 Geschäftsräumen lag die Kaltmiete pro m² zwischen 5 und weniger als 10€, mehr als ein Drittel der erhaltenen Angaben betrifft eine Kaltmiete über 20€ pro m². Bei den Mieten existieren zum Teil erhebliche räumliche Unterschiede, wobei ein direkter Zusammenhang zwischen Lage des Geschäfts und der Höhe der Miete nur bedingt erkennbar ist. Mieten in den Randbereichen der Fußgängerzone (Anfang der Barfüßer Straße, im nördlichen Teil der Neustadt) oder außerhalb der Fußgängerzone (Untergasse, Steinweg) sind teilweise wesentlich niedriger als beispielsweise in der Wettergasse.

Universitätsstraße und **Gutenbergstraße** weisen hauptsächlich eine Bebauung aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auf, die daher über wesentlich großzügigere Gebäudegrundrisse als die Oberstadt verfügt. Zudem kam es in diesem Bereich nach dem Zweiten Weltkrieg zu umfangreichen baulichen Umgestaltungen. Die in Abb. 2 dargestellte Branchen- und Leerstandsverteilung zeigt, dass in den 58 Objekten 26 verschiedene Branchen zu finden sind und zum Zeitpunkt der Erhebung nur Ladenlokal leer stand. Auch hier dominieren – wie in der Oberstadt – der Bekleidungs Einzelhandel und der Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck. Eine deutliche Konzentration einzelner Branchen, wie beispielsweise beim „Einzelhandel mit Damenbekleidung und Bekleidungszubehör“ auf das Gebiet der Oberstadt, konnte im Bereich der Universitäts- und Gutenbergstraße nicht festgestellt werden. Dies liegt sicher auch am Vorhandensein großer Betriebsformen, die verschiedene Sortimente führen. Dazu zählt ein Fachkaufhaus (Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen und Spielwaren) ebenso wie der „Einzelhandel mit Spielwaren“. Der als Warenhaus klassifizierte Betrieb bietet Waren aus 20 bis 25 verschiedenen Branchen an, wobei der Schwerpunkt auf qualitativ hochwertigen Produkten liegt.

Ordnet man den einzelnen Betrieben Bedarfsstufen zu, so erkennt man einen mit 37,9% für Innenstadt-Hauptgeschäftslagen relativ hohen Anteil an Waren des kurzfristigen Bedarfs und einen mit 62,1% eher geringen Anteil an Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Abb. 1: Die Marburger Einzelhandels-Lagetypen

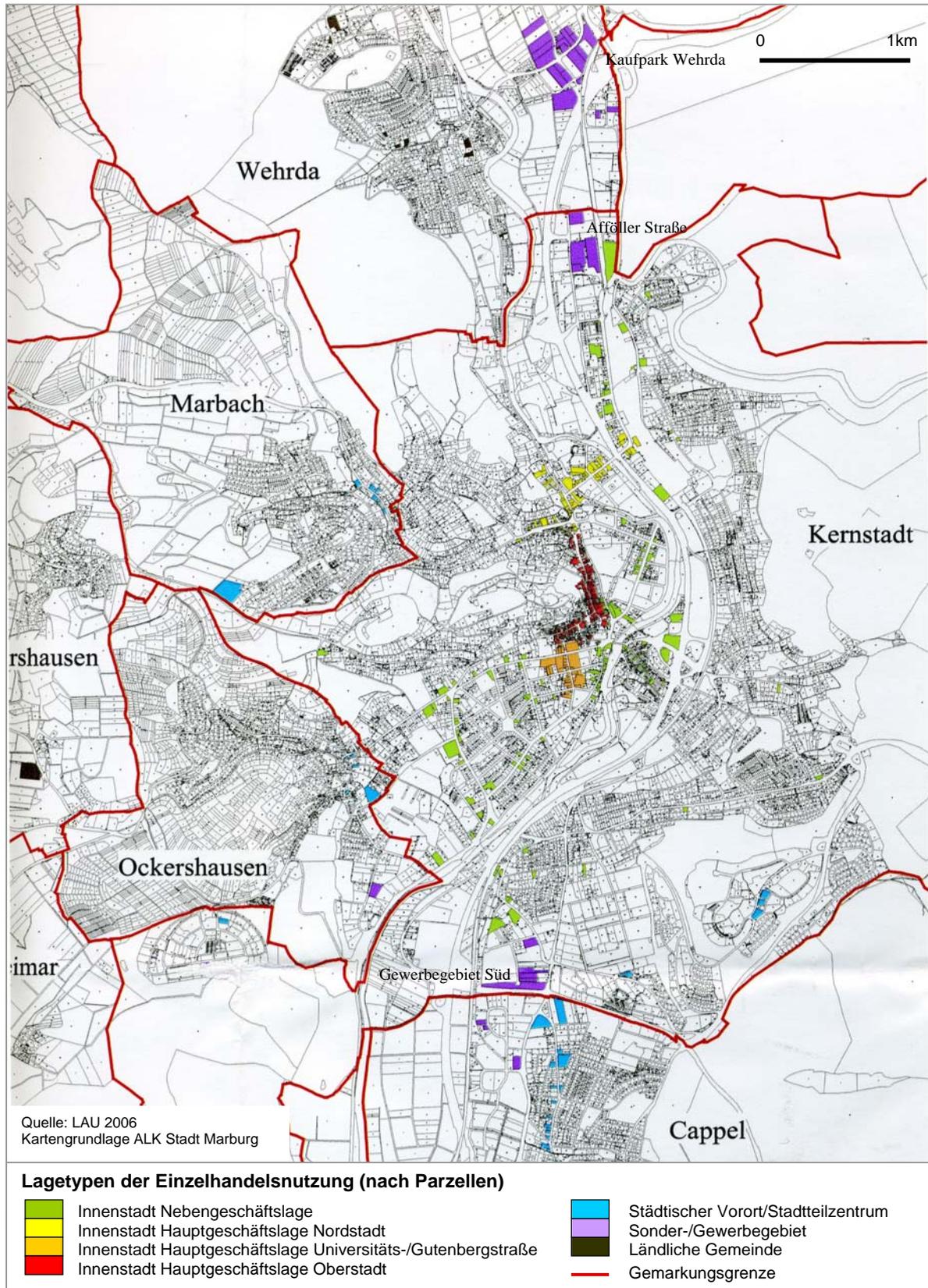
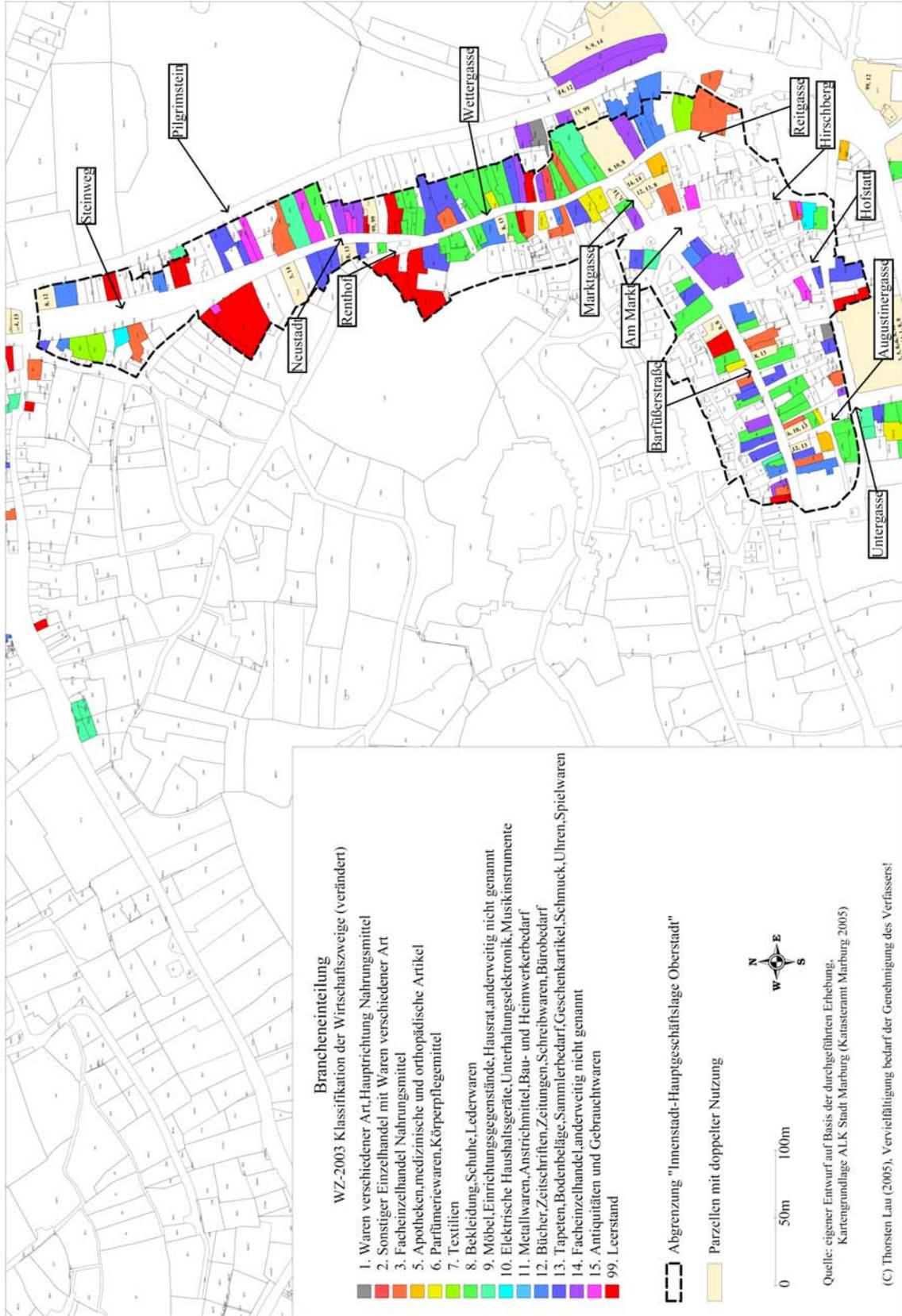


Abb. 2: Branchenverteilung und Leerstände in der Oberstadt



Im Gegensatz zur Oberstadt ist der Großteil der Branchen (58%) dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen. Dabei handelt es sich um Lebensmittel-Spezialgeschäfte der Branchen „Einzelhandel mit Backwaren“ (23,8 %) und „Einzelhandel mit Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild“ (9,5 %). Des Weiteren wurden insgesamt vier Betriebe mit einem breiten und tiefen Nahrungs- und Genussmittel-Sortiment erfasst (Abbildung 3).

Hinsichtlich der Größe der Verkaufs- und Betriebsflächen sind deutliche Unterschiede zur Oberstadt feststellbar. Während dort die vorhandenen Verkaufs- und Betriebsflächen stark durch die historisch bedingte kleinteilige Gebäudestruktur geprägt sind, weisen die Betriebe in der Universitätsstraße und der Gutenbergstraße durchschnittlich 470m² pro Betrieb auf, wobei allein drei Einzelhandelsstandorte mit insgesamt 16.300m² einen Anteil von 71% an der Gesamtverkaufsfläche dieses Gebietes haben. Die „großen Drei“ der Universitätsstraße sind auch dafür verantwortlich, dass die durchschnittliche Beschäftigtenzahl pro Betrieb bei 11,1 Stellen liegt. Unabhängig davon dominiert auch in diesem Teilbereich – wie in der Oberstadt – der Typ des Fachgeschäftes (91%). Der Filialisierungsgrad liegt allerdings – hier ein Gegensatz zur Oberstadt – bei 52%. Damit hängt auch zusammen, dass die Auskunftsfreudigkeit bezüglich der zu mehr als 90% angemieteten Ladenlokale noch geringer war als in der Oberstadt. Die 49 ausgewerteten Angaben zeigen aber auch hier große Unterschiede. Bei etwa zwei Drittel dieser Betriebe lag die Kaltmiete pro m² bei maximal 20 €; das restliche Drittel bezahlte z.T. mehr als 25 € pro m².

Bebauung und Gebäudestruktur der **Nordstadt** gleichen besonders in den westlichen Bereichen (Steinweg, Ketzerbach) in ihrer Kleinteiligkeit der Oberstadt und haben ebenfalls eine im Rahmen der Altstadtsanierung durchgeführte Erneuerung hinter sich. Die Bahnhofsstraße weist eine etwas stärker gemischte Baualtersstruktur auf. Hier stammen zahlreiche Gebäude aus den 1960er und 1970er Jahren.

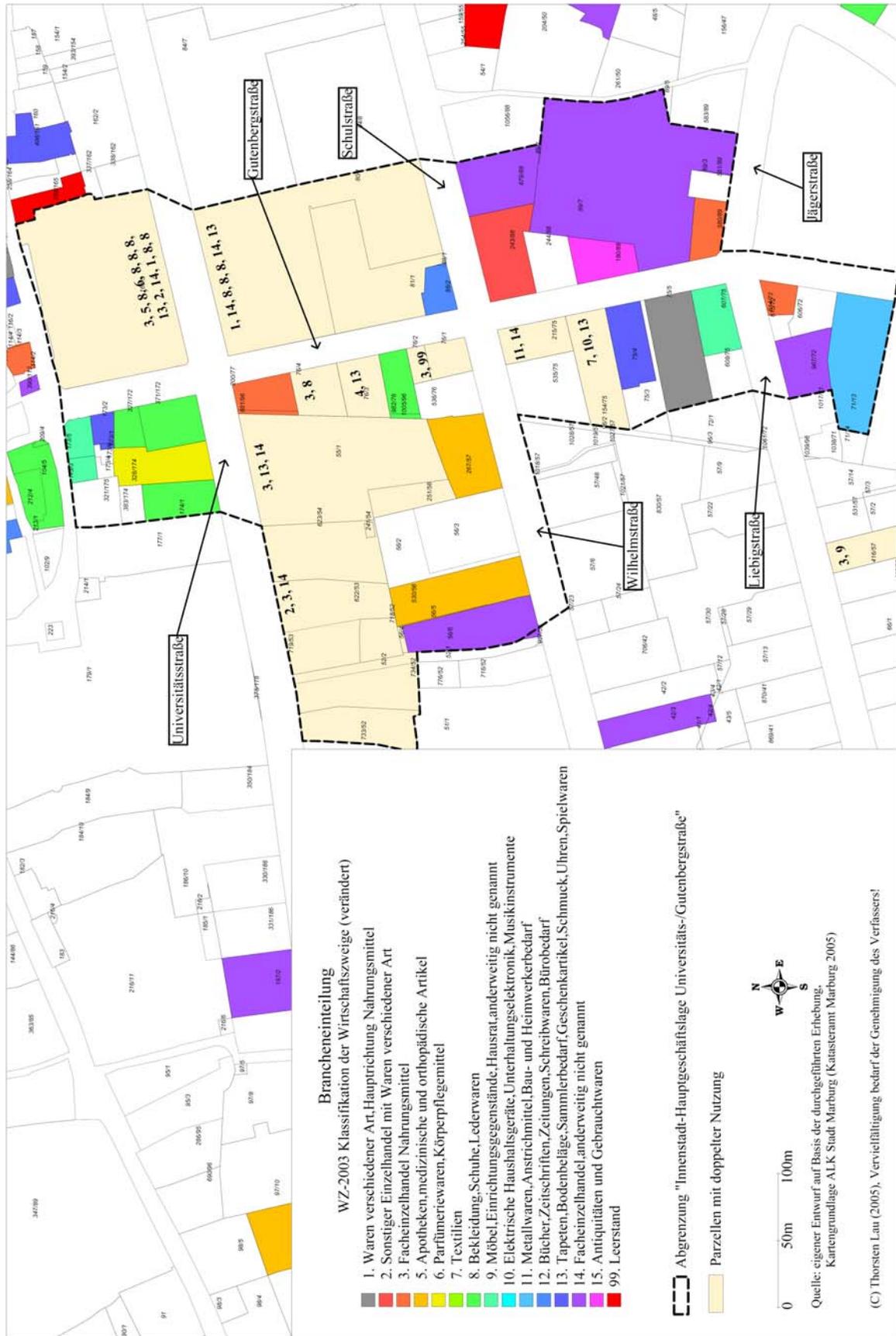
Obwohl sich hier nur 13% (n=81) aller im gesamten Stadtgebiet erfassten Einzelhandelsstandorte (n=612) befinden, handelt es sich auch bei der Nordstadt um eine Hauptgeschäftslage. Allerdings ist der Bauzustand im Vergleich zu den Sanierungsgebieten der Oberstadt und des Steinwegs/der Ketzerbach etwas schlechter. Bei mehr als der Hälfte (62,1%) der Betriebsgebäude zeigten sich leichte Schäden; der Zustand der restlichen Gebäude mit Einzelhandelsnutzung konnte als gut bezeichnet werden.

Die Leerstandsquote in der Nordstadt betrug 2005 16% und war somit im gesamtstädtischen Vergleich (9%) relativ hoch. Die Leerstände befanden sich überwiegend im Kreuzungsbereich des Wehrdaer Wegs und der Elisabethstraße sowie im westliche Teil der Ketzerbach.

Gleichzeitig ist die Branchenvielfalt der Nordstadt mit 33 verschiedenen Branchen sehr differenziert. Die höchsten Anteile erreichen der „Einzelhandel mit Backwaren“ (10%) und der „Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck“ (7%). Die Anteile der übrigen Branchen lagen zwischen 1,5 und 6%. Damit ist eine deutliche Dominanz einzelner Branchen nicht erkennbar. Vergleicht man die Branchenausstattung der Nordstadt mit dem gesamtstädtischen Einzelhandel, so fällt auf, daß letztlich nur jene Branchen hohe Anteile aufweisen, die im gesamten Stadtgebiet eher selten vertreten waren und dass diese stark auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtet sind (46%), z.B. der Lebensmittel-Einzelhandel.

Auch in der Nordstadt verzerren drei große Einzelhandelsbetriebe den Durchschnittswert für die Verkaufsfläche. Lässt man diese drei Betriebe mit Verkaufsflächen von 1.000, 1.050 und 1.800 m² als statistische Ausreißer unberücksichtigt, ergibt sich eine durchschnittliche Verkaufsfläche von ca. 120m² pro Betrieb. Der Einzelhandel in der Nordstadt bietet insgesamt 200 Vollzeitstellen und

Abb. 3: Branchenverteilung und Leerstände in der Universitätsstraße



durchschnittlich vier Vollzeitstellen pro Betrieb. Betrachtet man auch hier wieder die kumulierten Prozentwerte in einer Häufigkeitstabelle, so erkennt man, dass der Personalbesatz bei 70,8 % der Betriebe unterhalb des hier errechneten Durchschnittswertes liegt. Lässt man auch beim Personalbesatz die drei größten Betriebe einmal unberücksichtigt, liegt der durchschnittliche Personalbesatz bei 2,9 Vollzeitstellen pro Betrieb.

Im Bereich des Non-Food-Einzelhandels (N=52) wurden mit einem Anteil von 92,3 % die meisten Betriebe als „Fachgeschäft“ eingestuft. Außer dem Fachgeschäft konnten zwei Betriebe als „SB-Warenhaus“ (3,9 %) und jeweils ein Betrieb als Fachkaufhaus (1,9 %) bzw. als Discounter (1,9 %) eingestuft werden. Zu dem als Discounter eingestuften Betrieb muss jedoch angemerkt werden, dass dieser lediglich aufgrund seines Sortiments bzw. der angebotenen Qualitäten dieser Betriebsform zugeordnet wurde. Bezüglich dessen Verkaufsfläche von 90 m² ist der Betrieb jedoch nicht mit einem klassischen Discounter vergleichbar (Abbildung 4).

Der Filialisierungsgrad der Nordstadt liegt 44%, wobei der Schwerpunkt von Filialen lokaler bzw. regionaler tätiger Mehrbetriebsunternehmen gebildet wird. Nur 10% der Filialen können internationalen Ketten zugeordnet werden – ein Wert, der deutlich unter jenem der Oberstadt und der Universitätsstraße liegt. Mit 12% an den gesamten Einzelhandelsbetriebe ist auch der Eigentümeranteil höher als in den anderen Hauptgeschäftslagen. Die Kaltmiete pro m² in den Mietobjekten lag bei jeweils 29% der Betriebe bei weniger als 10€ und zwischen 15 und 20€, ein Drittel der Betriebe, die überhaupt bereit waren, Angaben zu machen (weniger als die Hälfte aller 52 Betriebe) lag die Kaltmiete über 20€/m².

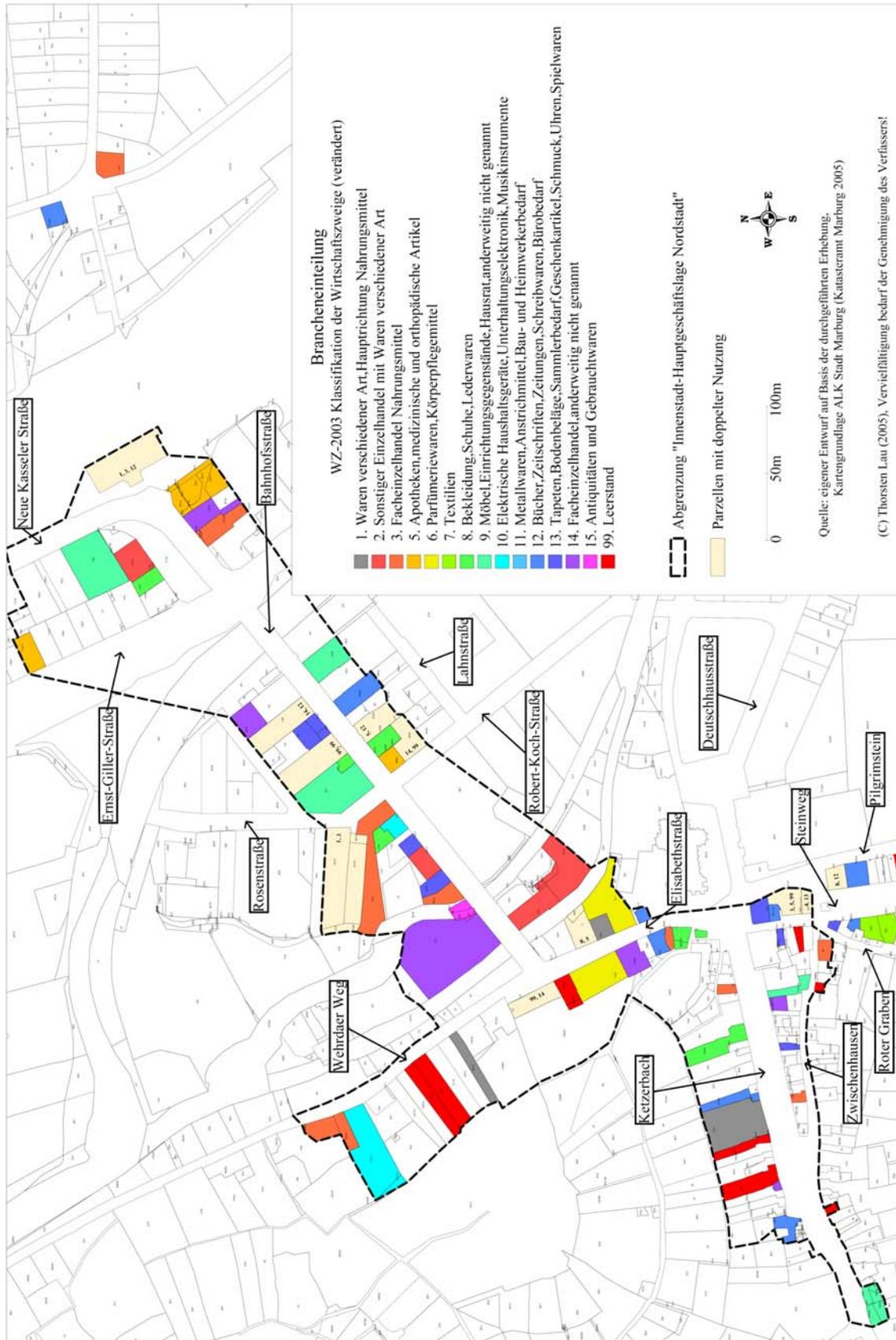
3.2 Innenstädtische Nebengeschäftslagen

Dem Lagetyp „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ wurden alle Einzelhandelsstandorte innerhalb des administrativen Grenzen Marburgs zugeordnet, sofern sie nicht in den Hauptgeschäftslagen oder in den Sonder-/Gewerbegebieten verortet werden konnten. Die Einzelhandelszonen befanden sich größtenteils an Hauptverkehrsstraßen („Schwanenallee, Frankfurter Straße, Am Grün, Universitätsstraße, Erlenring, Pilgrimstein, Biegenstraße, Krummbogen, Neue Kasseler Straße) oder in reinen Wohngebieten wie beispielsweise Weidenhausen, Ortenberg oder in der näheren Umgebung des Südbahnhofs. Insgesamt befinden sich 27% aller 612 Einzelhandelsstandorte in diesen innerstädtischen Nebenlagen.

Knapp mehr als die Hälfte der Einzelhandelsstandorte nutzt Gebäude, die vor 1910 entstanden sind, doch ist der Anteil von Bauwerken aus der Zeit nach 1990 mit 11% relativ hoch. In den Nebenlagen weisen allerdings wesentlich mehr Gebäude (43%) Bauschäden auf als in den anderen Lagetypen. Die meisten Einzelhandelsstandorte, bei denen zum Erhebungszeitpunkt Schäden am Betriebsgebäude zu erkennen waren, befinden sich in der Frankfurter Straße, Am Grün oder in der Weidenhäuser Straße. Zwar dominiert auch in den Nebenlagen die Mischnutzung der Gebäude, doch ist der Anteil rein gewerblicher Nutzungen mit 25% im Vergleich zu den anderen Lagen relativ hoch. Die Leerstandsquote lag 2005 bei 16% und lag damit deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von 10%.

Hinsichtlich der Branchenstruktur zeigt sich auch in den Nebenlagen eine hohe Branchenvielfalt. Der Bestand von 137 Betrieben differenziert sich in 35 Branchen. Typisch für die Nebenlagen sind neben dem Angebot für den kurzfristigen Bedarf der „Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien“, oder der „Einzelhandel mit Computern, Computerteilen, peripheren Einheiten“.

Abb. 4 Branchenverteilung und Leerstände in der Nordstadt



Gleichzeitig waren aber auch deutliche Angebotslücken erkennbar, denn es konnten beispielsweise keine Betriebe der Branchen „Einzelhandel mit Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild“, „Einzelhandel mit Obst, Gemüse und Kartoffeln“, „Einzelhandel mit Tabakwaren“ oder „Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln“ erfasst werden. Sehr lückenhaft ist das Angebot des mittel- und langfristigen Bedarfs in den Nebenzentren – nur vier der insgesamt 59 Betriebe haben außerhalb der Hauptzentren ihren Standort.

Mit 108m² liegt die durchschnittliche Verkaufsfläche über jener in den Hauptgeschäftszentren, der durchschnittlicher Personalbesatz beträgt 4,2 Vollzeitstellen pro Betrieb. Der Filialisierungsgrad liegt mit 26% sogar unter jenem der Oberstadt (28%), und auch hier dominieren in erster Linie Filialen von lokal bzw. regional tätigen Mehrbetriebsunternehmen. Die Auskunftsbereitschaft bei den Mietkosten kann im Vergleich zu anderen Zentren als gut bezeichnet werden, denn mehr als 67% der 80 Mieter waren bereit, Angaben zur Kaltmiete pro m² zu machen. Das Mietpreisniveau ist deutlich niedriger als in den Hauptzentren, denn fast 40% der Mieten finden sich in der Kategorie bis 15€.

3.3 Städtischer Vorort/Stadtteilzentren

Dem Lagetyp „Städtischer Vorort/Stadtteilzentrum“ wurden alle Einzelhandelsstandorte zugeordnet, die sich entweder unmittelbar an das Gebiet der Kernstadt angrenzenden Stadtteilen oder in Stadtteilzentren innerhalb oder in der Nähe von Wohnzentren befinden. Zu ersteren zählen Ockershausen, Marbach und Cappel, als Stadtteilzentren gelten Einzelhandelsstandorte am Richtsberg sowie im Bereich der Friedrich-Ebert-Straße.

Insgesamt entsprechen 54 Einzelhandelsstandorte diesem Lagetyp, wobei sich fast die Hälfte davon im Ortsteil Cappel befindet (Abb. 4). 74% aller Einzelhändler dieser Lagetyps haben ihr Lokal in Gebäuden aus der Zeit nach 1945. Dementsprechend gut ist daher der Bauzustand. Auch die Leerstandsquote ist mit 1,9% die geringste aller Marburger Lagetypen. 19 verschiedene Branchen bieten vor allem Güter des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs an („Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“ 19%, „Einzelhandel mit Backwaren“ 15%, „Apotheken“ 11%, „Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut“ 9%). Gleichzeitig sind im Vergleich zu anderen Lagetypen im Bereich des mittel- oder langfristigen Bedarfs deutliche Angebotslücken feststellbar.

Die Verkaufsflächen dieses Lagetyps schwanken extrem und liegen zwischen 15 m² und 3.200m², was die Bildung eines Durchschnittswertes extrem problematisch macht. Ähnlich wie in den bisher dargestellten Lagetypen ist auch im Bereich der „Städtischen Vororte/Stadtteilzentren“ der Personalbesatz in erster Linie von der Größe des Betriebes bzw. von den verfügbaren Verkaufsflächen abhängig und liegt – verursacht durch drei große Unternehmen – durchschnittlich bei 6 Vollzeitstellen pro Betrieb. Trotzdem ist das Fachgeschäft auch in diesen Zentren der vorherrschende Betriebstyp (84%), nur zwei der 53 Betriebe konnten als Discounter bzw. als Fachmarkt eingestuft werden. Dementsprechend gering ist auch der Filialisierungsgrad (28%) bei gleichzeitig hohem Anteil der im Eigentum der Betreiber befindlichen Betriebsräume. Gleichzeitig sind die Mieten im Vergleich zu allen anderen Lagetypen am niedrigsten – 70% aller Angaben (n=17) bezogen sich auf maximale Quadratmeterkaltmieten von weniger als 10€.

3.4 Ländliche Gemeinden

Dieser Lagetyp umfasst alle Einzelhandelsstandorte, welche sich in den äußeren Stadtteilen Marburgs befinden und die nicht direkt an das Gebiet der Kernstadt angrenzen bzw. sich nicht in deren räumlichen Nähe befinden. Dazu zählen Cyriaxweimar (1), Dagobertshausen (2), Einhausen (4), Ginseldorf (2), Gisselberg (5), Michelbach (3), Schröck (4), Wehrda (11) und Wehrshausen (1). In Bortshausen, Dilschhausen, Haddamshausen, Hermershausen, Moischt und Ronhausen wurden dagegen keine Einzelhandelsstandorte bzw. Einzelhandelsbetriebe festgestellt.

In den ländlichen Gemeinden liegen 33 aller 612 Marburger Einzelhandelsbetriebe, und zwar zu zwei Drittel in Gebäuden, die nach 1945 errichtet worden sind und sich in einem guten Zustand befinden. Wenngleich zumindest fast ein Fünftel der Betriebe die ausschließliche Nutzung darstellen, dominiert auch in diesen ländlichen Bereichen die Mischstruktur aus Einzelhandel und Wohnen pro Gebäude.

Von den 33 erfassten Einzelhandelsstandorten standen zwei zum Zeitpunkt der Erhebung leer (= Leerstandsquote 6,1%). Im Vergleich zur Gesamtstadt (9,8%) liegt diese im Lagetyp „Ländliche Gemeinde“ also deutlich niedriger. Hierbei muss allerdings beachtet werden, dass in diesen Lagen ungenutzte Einzelhandelsstandorte wesentlich schneller in eine andere Nutzung überführt werden als beispielsweise in Hauptgeschäftslagen und daher als Geschäftslokale häufig gar nicht mehr zu erkennen sind (Abbildung 5).

Bei den erfassten Leerständen handelte es sich zum einen um das aufgegebene Betriebsgebäude einer Metzgerei im Ortsteil Schröck und zum anderen um die „Reste“ eines Nachbarschaftszentrums im Ortsteil Wehrda, einem Komplex mit verschiedenen großen Ladenlokalen mit Flächen zwischen 40 und 240m², der in den 1970er Jahren als Nahversorgungszentrum für die umliegenden Wohnlagen errichtet wurde. Die Nutzung erfolgte allerdings in Konkurrenz zum zeitgleich eröffneten „Kaufpark Wehrda“ und war daher nur von kurzer Dauer. Der Großteil der dort vorhandenen Flächen ist bereits seit dreißig Jahren nicht mehr vermietet worden. Kleinere Flächen innerhalb dieses Gebäudekomplexes werden seit mehreren Jahren entweder als Wohnraum an Studenten oder an Rechtsanwälte und Ärzte als Büro- oder Praxisräume vermietet.

Die vierzehn festgestellten Branchen dominieren der „Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränken und Tabakwaren“ (16%), „Einzelhandel mit Fleisch, Fleischwaren, Geflügel und Wild“ (13%) sowie „Einzelhandel mit Backwaren“, „Einzelhandel mit sonstigen Getränken“ und „Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut“ mit einem Anteil von jeweils 10%.

Insgesamt liegen die durchschnittlich erfassten Verkaufsflächen mit 69m² sowie die durchschnittliche Zahl der Vollzeitstellen (2) deutlich niedriger als in anderen Lagetypen. Während in den meisten bisher dargestellten Lagetypen ein starker Zusammenhang zwischen den Variablen „Verkaufsfläche“ und „Zahl der Mitarbeiter“ beobachtet wurde, kann hier nur von einer schwachen Korrelation gesprochen werden. Die Gründe liegen zum einen in der geringen Grundgesamtheit und zum anderen in den vorherrschenden Branchen, die über eher kleine Verkaufsflächen und einen hohen Personalbesatz verfügen (z.B. Apotheken, Bäcker, Metzger). Filialen werden – so vorhanden (22%) – ausschließlich von lokal bzw. regional tätigen Mehrbetriebsunternehmen betrieben. Der Eigentümeranteil in den Läden beträgt mehr als die Hälfte (52%). Die Mieten lagen zu drei Viertel unter 10€.

Abb. 5: Branchenverteilung und Leerstände in Cappel



3.5 Sonder-/Gewerbegebietslagen

Das einzige für den Einzelhandel ausgewiesene Sondergebiet Marburgs ist der „Kaufpark Wehrda“, wobei es sich um ein klassisches Beispiel eines nicht-integrierten Einkaufszentrums handelt. Daneben finden sich weitere Einzelhandelsbetriebe in den Gewerbegebieten an der Afföllerstraße, Im Rudert und in der Siemensstraße. Insgesamt konnten 6,9% (58) aller im Stadtgebiet erfassten Einzelhandelsstandorte dieser Kategorie zugeordnet werden.

Erwartungsgemäß ist die Gebäudestruktur relativ jung und ihr Zustand überwiegend gut. Die Objekte werden mit zwei Ausnahmen ausschließlich für den Einzelhandel genutzt, Leerstand ist nicht vorhanden. Bei den 25 festgestellten Branchen ist keine eindeutige Dominanz erkennbar – der Angebotsschwerpunkt liegt aber beim „Einzelhandel mit Wohnmöbeln“ (9%), „Einzelhandel mit Schuhen“, „Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“ sowie „Einzelhandel mit Backwaren“ mit einem Anteil von jeweils 7%. Einige dieser Branchen (z.B. Möbel, Heimwerkerbedarf) treten aufgrund ihres enormen Flächenbedarfs nur in den Sonder-/Gewerbegebieten auf, doch sind umgekehrt aufgrund der dortigen Branchenvielfalt kaum Lücken im Vergleich zu Innenstadt erkennbar.

Waren des kurzfristigen, mittelfristigen und langfristigen Bedarfs sind zu je einem Drittel vertreten. Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt deutlich höher als in allen anderen Standortlagen Marburgs, doch zeigen sich Differenzierungen zwischen den einzelnen Gewerbegebieten. Wehrda weist mit durchschnittlich 1.892m² eine deutlich höhere durchschnittliche Verkaufsfläche auf als beispielsweise das Gewerbegebiet Süd (620m²). Auch hinsichtlich der Betriebsformen ergeben sich beträchtliche Unterschiede zu den anderen Lagetypen. Supermärkte, Fachmärkte und Discounter dominieren diese peripheren Standorte, bei denen aufgrund der Mobilität die Nähe zum Kunden nur mehr eine untergeordnete Rolle spielt.

Der Filialisierungsgrad liegt 67%, wobei zu mehr als einem Drittel national und international tätige Unternehmen vertreten sind. Bei einigen großen Unternehmen sind die Flächen nicht angemietet, sondern das Eigentum von Tochtergesellschaften, welche als Vermieter auftreten. Dementsprechend machten auch nur kleinere, eigenständige Einbetriebsunternehmen Angaben zu ihren Mietkosten. Bei 53% einer Grundgesamtheit von 15 lag die Kaltmiete pro m² unter 15€.

4. Die Dynamik des Marburger Einzelhandels

Vergleiche über die Entwicklung der Zahl von Unternehmen im Einzelhandel im Rahmen von Zeitreihen gestalten sich nicht nur in Marburg extrem schwierig. Das Fehlen von Kompletterhebungen in regelmäßigen Abständen sowie divergierende Definitionen des Untersuchungsobjektes „Einzelhandel“ machen fundierte Aussagen nahezu unmöglich. Im Rahmen dieser Untersuchung konnte lediglich für die Oberstadt dank einer vom Magistrat der Stadt Marburg bei der Forschungsstelle für den Handel (FfH) in Auftrag gegebenen Untersuchung aus dem Jahr 1995 teilweise Vergleiche gezogen werden.

Demnach hat sich in der Oberstadt die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte zwischen 1995 und 2005 um 22 verringert. Dabei handelt es sich vermutlich weniger um die generellen Auswirkungen des Strukturwandels als um die für Marburg typische hohe Fluktuation hinsichtlich der Nutzung der Läden, da besonders in der Oberstadt Schließungen und Neueröffnungen rasch aufeinander folgen. Vergleicht man die vom Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) 2004 veröffent-

lichte, durchschnittliche Leerstandsquote für Städte bis 100.000 Einwohner von 10,1% (HDE 2005, S. 36) mit Marburg, so lag der Marburger Wert mit 9,8% unter dem deutschen Durchschnitt, doch existierten starke Unterschiede zwischen den Lagetypen (Tabelle 2).

Tab. 2: Übersicht über die Einzelhandelsstruktur nach Lagetypen

Lagetyp	Zahl der erfassten Betriebe	Leerstandsquote in % (gerundet)	Zahl der Branchen	Durchschn. Verkaufsfläche in m ²	Durchschn. Zahl der Beschäftigten pro Betrieb	Filialisierungsgrad in % (gerundet)
Innerstädtische Hauptgeschäftslage						
- Oberstadt	184	10	42	75	2,6	28
- Universitätsstraße	59	2	26	470*	11,1	52
- Nordstadt	81	16	33	192*	4,2	44
Innerstädtische Nebenlage	137	16	35	108*	4,2	26
Vorort-/Stadtteilzentrum	54	2	19	273*	6	32
Ländliche Gemeinden	30	6	14	69	2	23
Sondergebiete	58	0	25	1.257	14,5	33

* unter Einrechnung diverser großer Einzelhandelsbetriebe
Quelle: Erhebung LAU 2005

Diese Leerstände werden vor allem dann zum Problem, wenn sie sich in topographisch benachteiligten Lagen (z.B. am Steinweg) befinden und/oder wenn sie an Verbindungsstraßen zwischen den Haupteinzelhandelszonen auftreten. Bei Konzentrationen von acht Leerständen auf 500m, wie sie in Weidenhausen zu beobachten sind, muss auch mit einer deutlichen Verschlechterung des Kopplungspotentials, rückläufigen Besucherzahlen und somit mit negativen Auswirkungen auf die verbleibenden Betriebe gerechnet werden (HEINRITZ 1991, S. 123 ff.). Zudem kommt es auch zu einem Verlust an stadtbildprägenden Elementen und damit zur Minderung der Attraktivität des städtischen Raumes.

Als weitere Auswirkung leerstehender Geschäftslokale wird häufig die Ausdünnung des Angebotes und eine Verschlechterung der Versorgungssituation für Bevölkerungsschichten mit eingeschränkter Mobilität genannt. Dies ist für den Lagetyp der „Ländlichen Gemeinden“ sicher zutreffend, doch kann in Marburg eine Verschlechterung der Versorgungssituation aufgrund fehlender Vergleichsdaten nicht zweifelsfrei nachgewiesen werden. 2005 existierten nur in den Ortsteilen Elnhausen, Ginseldorf, Schröck, Wehrda, und Michelbach Betriebe mit einem der Grundversorgung dienenden Lebensmittelsortiment, wobei die Läden in Ginseldorf und Michelbach städtisch geförderte „Dorfläden“ waren, die sowohl bei den Miet- als auch bei den Personalkosten Zuschüsse erhielten.

Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass es sich bei diesem Lagetyp nur noch zum Teil um klassische ländliche Siedlungen handelt. In nahezu allen Ortsteilen finden sich ausgedehnte Neubaugebiete, deren Bevölkerung außerhalb des Ortes arbeitet und sich auch extern versorgt. Die Entfernung zur Marburger Kernstadt bzw. zu den nächst gelegenen Versorgungszentren be-

trägt je nach Ortsteil maximal fünf Kilometer. Diese Distanz ist im Vergleich zu anderen ländlichen Ortsteilen, wie beispielsweise im Gebiet der Städte Gladenbach, Biedenkopf oder Kirchhain als eher gering einzustufen. Des Weiteren verfügen die äußeren Ortsteile Marburgs über eine gute Anbindung an den ÖPNV. Selbst die am weitesten vom Kernstadtgebiet entfernten Ortsteile werden in der Zeit von 8h bis 18h mindestens einmal pro Stunde angefahren, so dass selbst in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsschichten den Ortsteil für Besorgungen relativ bequem verlassen können (vgl. LOKALE NAHVERKEHRSGESELLSCHAFT MARBURG GMBH 2005).

In den „Innenstadt-Haupt- und Nebengeschäftslagen“ bzw. den „Städtischen Vororten/ Stadtteilzentren“ ließ sich generell eine bessere Versorgungssituation erkennen, auch wenn nur in den wenigsten Wohngebieten ein in fußläufiger Entfernung zu erreichender Versorgungsstandort erfasst werden konnte. Betrachtet man zunächst die als „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ gefassten Bereiche, so zeigen sich zwischen den einzelnen Teilbereichen leichte Unterschiede. Während in den Teilbereichen „Universitäts-/Gutenbergstraße“ und „Nordstadt“ ein für „Innenstadt-Hauptgeschäftslagen“ hoher Anteil an Waren des kurzfristigen Bedarfs festgestellt werden konnte (35,6% „Universitäts-/Gutenbergstraße“, 45,6% „Nordstadt“), lag dieser im Bereich der „Oberstadt“ mit 21,1% deutlich niedriger. Des Weiteren fanden sich in der „Oberstadt“ ausschließlich „LM-Spezialgeschäfte“ mit einem sehr spezialisierten und begrenzten Lebensmittelangebot. Daraus folgt, dass der Großteil der Bewohner der „Oberstadt“ ihren Lebensmittel- bzw. Grundbedarf in den angrenzenden Bereichen der „Nordstadt“ und der „Universitäts-/Gutenbergstraße“ decken muss. An zwei Tagen in der Woche finden an drei verschiedenen Innenstadt- bzw. innenstadtnahen Standorten sog. „Wochenmärkte“ statt, wo ausschließlich frische Lebensmittel angeboten werden. Zu den drei Standorten zählen der Marktplatz in der Oberstadt, der Firmaneiplatz in der Nordstadt sowie ein Standort an der Frankfurter Straße im Südviertel. Im Bereich der „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ ist der Anteil an Waren des kurzfristigen Bedarfs mit 46% relativ hoch, wobei allerdings auch hier zwischen den einzelnen Branchen und Betrieben differenziert werden muss. Bei den meisten Betrieben handelte es sich um „LM-Spezialgeschäfte“ des Nahrungsmittel-Handwerks oder um kleinere „LM-Läden“ deren Sortiment teilweise sehr spezialisiert war und nur manchen Bevölkerungsschichten zur Grundversorgung dient („Asia“- oder „Orient“-Shops). Insgesamt wurden im Bereich der „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ fünf Betriebe mit einem breiten und tiefen Lebensmittelsortiment erfasst, wovon sich vier Betriebe in unmittelbarer Nähe zu Wohngebieten befanden. Die maximale Distanz zwischen Versorgungsstandorten mit Waren des Grundbedarfs und den am entferntest gelegenen Wohngebieten im Bereich der „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ betrug maximal 1.500m. Dazu zählen insbesondere die am Ortenberghang gelegenen Wohngebiete östlich der Lahn sowie die Wohngebiete am Tannenberghang/Stadtwald, wo von einer eher lückenhaften Grundversorgung gesprochen werden muss. Zusammenfassend ist trotz dieser vereinzelter Versorgungslücken die Grundversorgungssituation im Bereich der Kern- bzw. Innenstadt generell ausreichend. Selbst die Wohngebiete, in denen kein Grundversorgungsstandort in fußläufiger Distanz erfasst wurde, verfügen über eine gute ÖPNV Anbindung (Anfahrt in der Regel zweimal pro Stunde), so dass mit einem eher geringen Zeitaufwand ein Grundversorgungsstandort zu erreichen ist (LOKALE NAHVERKEHRSGESELLSCHAFT MARBURG GMBH 2005).

Eine durchaus vergleichbare Versorgungssituation ist trotz leichter Unterschiede zwischen einzelnen Stadtteilen innerhalb des Lagetyps „Städtischer Vorort/Stadtteilzentrum“ zu erkennen. Mit einem Anteil von 51,3% konnten die meisten dieser Betriebe (n=39) einer Branche des Lebensmittel-Einzelhandels zugeordnet werden. Besonders im Stadtteil Cappel besteht eine sehr gute

Grundversorgungssituation, während die Stadtteile Ockershausen, Marbach und Wehrda schwächer ausgestattet sind, da die Distanz dieser Stadtteile zum Bereich der Kern- bzw. Innenstadt oder zu dem nächstgelegenen Versorgungsstandort maximal 1.000m beträgt und in Anbetracht der ebenfalls guten ÖPNV Anbindung die Grundversorgungssituation als ausreichend bezeichnet werden kann (LOKALE NAHVERKEHRSGESELLSCHAFT MARBURG GMBH 2005).

4.1 Betriebsformenwandel

In den letzten vierzig Jahren war im Einzelhandel ein deutlicher Verkaufsflächenanstieg sowie Konzentrations- und Internationalisierungsprozesse mit der Folge der zunehmenden Dominanz von Filialen großer Betriebe zu beobachten. Bei der Beurteilung, inwieweit sich die Verkaufsfläche im Marburger Einzelhandel vergrößert hat, steht man allerdings wieder vor dem Problem der mangelnden Datenverfügbarkeit.

Nach den Ergebnissen der Handels- und Gaststättenzählung 1993 (HGZ 93) wurden im Stadtgebiet von Marburg 97.900m² Verkaufsfläche (Stichtag 30.04.1993) in der Gruppe „Einzelhandel“ und eine Gesamtverkaufsfläche von 130.942 m² (n=434) erfasst (HESSISCHES STATISTISCHES LANDESAMT 1996, S. 13).

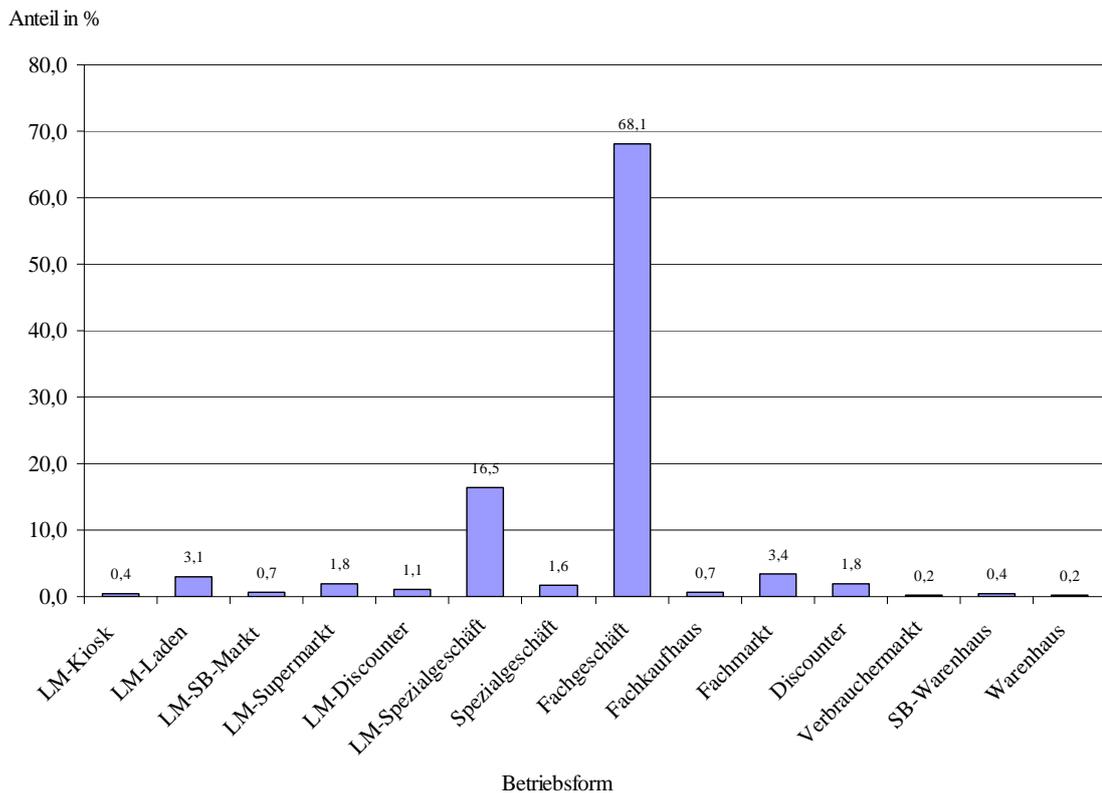
Da der vorliegenden Untersuchung eine engere Definition von „Einzelhandel“ zugrunde liegt als in der HGZ 93, können an dieser Stelle keine exakten Aussagen über Veränderungen bei der Gesamtverkaufsfläche gemacht werden. Betrachtet man aber nur die im Rahmen dieser Untersuchung vollständig erfassten Betriebe, so lässt sich damit bereits ein deutlicher Verkaufsflächenanstieg dokumentieren. Fasst man die Verkaufsflächen aller Betriebe zusammen (n=398), bei denen das Alter des Betriebsgebäudes auf die Zeit vor 1990 datiert wurde, ergibt sich eine Gesamtverkaufsfläche von 101.469 m². Daraus folgt, dass in der Zeit nach 1990 bis zum Erhebungszeitraum dieser Untersuchung die Gesamtverkaufsfläche um 29.473m² auf 130.942m² gestiegen ist. Hierbei muss beachtet werden, dass als zeitliches Trennungsmerkmal das Gebäudealter verwendet wurde. Einzelhandelsbetriebe, die in der Zeit nach 1990 entstanden und sich in einem älteren Betriebsgebäude befanden, wurden bei dieser Berechnung automatisch der Zeit vor 1990 zugerechnet.

Betrachtet man die Lagetypen innerhalb des Kernstadtgebiets, in denen nach 1990 die höchsten Verkaufsflächenzuwächse erzielt wurden, so lässt sich dabei eine Konzentration auf die Lagetypen „Sonder-/Gewerbegebiete“ (18.381m², vor allem Verkaufsflächenzuwächse im Bereich des „Kaufpark Wehrda“ und im Gewerbegebiet „Afföllerstraße“) und „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ (8.255m², vor allem in der Neuen Mitte) feststellen. Große Verkaufsflächenzuwächse im Bereich der „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ sind aufgrund der fehlenden Freiflächen und der baulichen Strukturen nicht zu finden. Zwar kam es im Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“ zu massiven baulichen Umgestaltungsmaßnahmen, allerdings fanden diese bereits in der Zeit von 1960 und vor 1990 statt. Dazu zählen beispielsweise die Erweiterung des „Kaufhaus Ahrens“ (1974) und der Bau des Warenhaus „Horten“ (1975) (BUCHHOFER, JÜLICH & JÜNGST 1980, 1980a).

Der allgemeine Verkaufsflächenanstieg wird vor allem von flächenintensivere Betriebsformen getragen. Im Bereich des Lebensmittel-Einzelhandels ersetzen zunächst die „LM-SB-Märkte“ und „LM-Supermärkte“ die traditionellen „Tante-Emma-Läden“. Später entstanden dann noch größere Betriebsformen wie „SB-Warenhaus“ und „Verbrauchermarkt“. Im Bereich des Non-Food-Einzelhandels verlieren die traditionellen Betriebsformen wie „Fachgeschäft“ und „Warenhaus“

deutliche Marktanteile an neuere Betriebsformen wie dem „Fachmarkt“ oder dem „SB-Warenhaus“. Betrachtet man die in Abbildung 6 dargestellten Anteile am gesamten Betriebsbestand der im Stadtgebiet von Marburg erfassten Betriebsformen, so lässt sich mit einem Anteil von 68,1% eine deutliche Dominanz der „Fachgeschäfte“ erkennen.

Abb. 6: Anteile einzelner Betriebsformen am gesamten Betriebsbestand im Marburger Einzelhandel (n=552)



Quelle: eigener Entwurf auf Basis der durchgeführten Datenerhebung

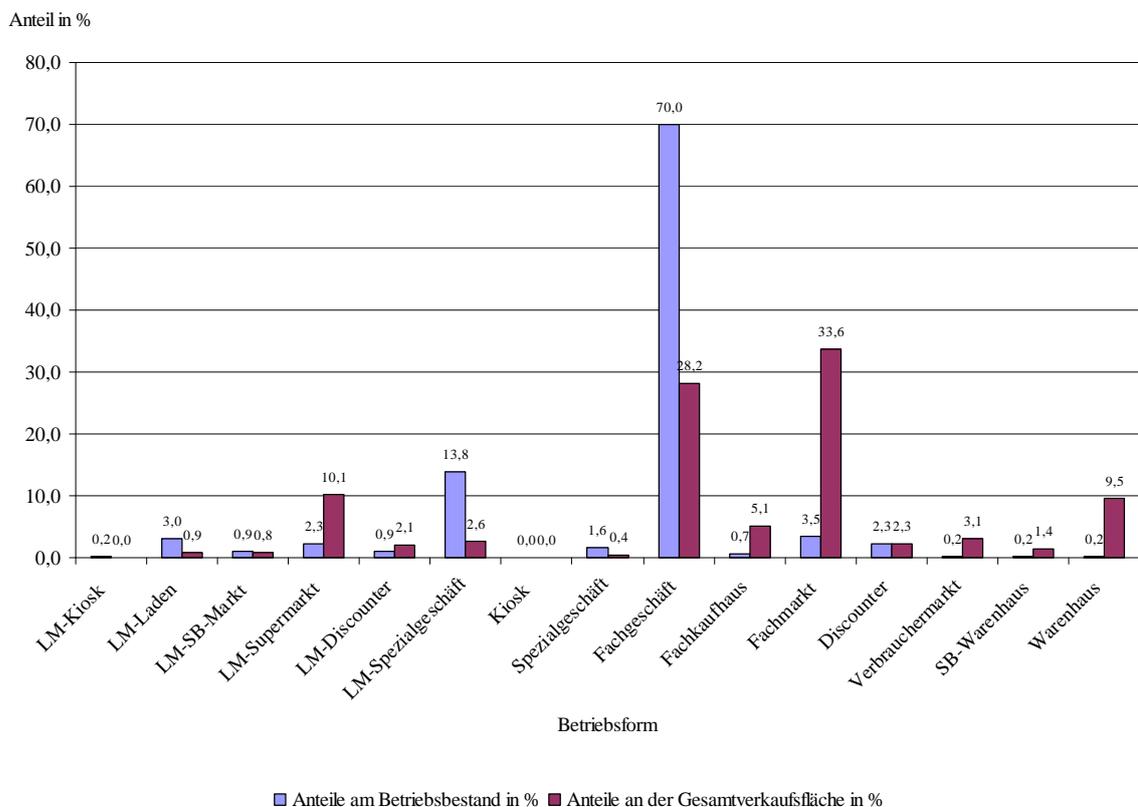
Auffällig ist, dass die im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel entstandenen Betriebsformen sowohl im Bereich des Lebensmittel-Einzelhandels als auch im Bereich des Non-Food-Einzelhandels in Relation zum gesamten Betriebsbestand in Marburg nur eine sehr geringe Bedeutung besitzen.

Ein vollkommen anderes Bild gewinnt man, wenn man sich einmal die in Abbildung 7 dargestellten Anteile einzelner Betriebsformen an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Marburg und deren Anteile am gesamten Betriebsbestand im Vergleich betrachtet. Hierzu muss angemerkt werden, dass sich bei den Anteilen am gesamten Betriebsbestand insofern Unterschiede zur vorherigen Abbildung ergeben, als hier nur jene Fälle berücksichtigt wurden, zu denen vollständige Daten zur Verkaufsfläche vorliegen (n=434). Hier wird deutlich sichtbar, dass neuere Betriebsformen (Fachmärkte, Discounter etc.) in Relation zur gesamtstädtischen Verkaufsfläche einen deutlich größeren Anteil haben.

„LM-Supermärkte“ haben beispielsweise zwar nur einen Anteil von 2,3% am gesamtstädtischen Betriebsbestand, verfügen aber andererseits über 10% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Auf-

fällig sind die geringen Anteile der Betriebsform „LM-Discounter“ mit 1,1%¹, da planerische Beschränkungen hinsichtlich der Ansiedlung großer Einzelhandelsbetriebe auch in Marburg wirksam werden. Da die meisten „LM-Discounter“ umfangreiche Nebensortimente mit größtenteils innenstadt-relevanten Warengruppen (Haushaltswaren, Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Computer) führen, ist deren Ansiedlung nach dem Magistratsbeschluss von 1999 und der daraus resultierenden Änderung der Bebauungspläne nur in ausgewiesenen Kern- und Sondergebieten zulässig. Da aber die dort vorhandenen Flächen sowohl begrenzt als auch sehr teuer sind, finden sich in Marburg nur wenige Betriebe dieser Betriebsform.

Abb. 7: Betriebsformen am gesamten Betriebsbestand (n=434) in % und deren Anteile an der Gesamtverkaufsfläche im Marburger Einzelhandel im Vergleich



Quelle: eigener Entwurf auf Basis der durchgeführten Datenerhebung

Noch deutlicher werden die Unterschiede bei Betriebsformen und Verkaufsflächen im Vergleich der absoluten Zahlen. Während 304 „Fachgeschäfte“ eine Gesamtverkaufsfläche von 36.945m² erreichen, liegt die Verkaufsfläche der 15 „Fachmärkte“ um 7.053m² höher (insgesamt 43.998m²). Diese Beispiele veranschaulichen eindrucksvoll den enormen Größenunterschied zwischen den traditionellen, eher kleinflächigen und den im Zuge des Strukturwandels entstandenen neuen, großflächigen Betriebsformen.

¹ Im gesamtdeutschen Einzelhandel gehört die Betriebsform „LM-Discounter“ zu den Betriebsformen, die in den letzten Jahren deutliche Marktanteile hinzugewonnen haben. Im Jahr 2005 lag der Marktanteil der Betriebsform „LM-Discounter“ im Bundesdurchschnitt bei 11,5 % (BAG 2005, S. 12).

Als eine direkte Konsequenz des Verkaufsflächenanstiegs ergeben sich höhere Bau- und Betriebskosten, die durch eine Steigerung der Kundenzahlen erwirtschaftet werden müssen. Die Vergrößerung des Einzugsgebietes und die dezentrale Standortwahl der neuen Betriebsformen sorgen für eine verstärkte Pkw-Nutzung und ein erhöhtes Verkehrsaufkommen. Auch in Marburg liegen die Standorte der im Zuge des Strukturwandels entstandenen Betriebsformen vor allem dezentral und sind Pkw-orientiert. Der „Kaufpark Wehrda“ ist eines der klassischen Beispiele für ein nicht-integriertes Einkaufszentrum. Er befindet sich direkt an der zweispurig ausgebauten Bundesstraße 3 und verfügt sogar über eine eigene Abfahrt. Im Gegensatz zu den Lagetypen „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ und „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ sind die meisten der 1.218 Kundenparkplätze kostenlos. Eine ähnliche hohe Parkplatzzahl gibt es innerstädtisch nur im Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“, diese sind allerdings kostenpflichtig. Bereits SAILER-FLIEGE (1996) stellte fest, dass der Großteil der Kunden des „Kaufpark Wehrda“ entweder aus den äußeren Stadtteilen (31%) oder aus dem Marburger Umland (45%) kommt. Daher muss davon ausgegangen werden, dass die Anreise – wie auch im Fall der Standorte Erlenring-Center und Gewerbepark Süd – überwiegend mit dem Pkw erfolgt.

Deutliche Unterschiede zu den in der Literatur aufgeführten Fallbeispielen zu nicht-integrierten Einkaufszentren (KULKE 1994) bzw. zu den Standorten großer Betriebsformen zeigen sich im Stadtgebiet von Marburg hinsichtlich der Anbindung an das Liniennetz des ÖPNV. Diese ist im Gegensatz zu anderen nicht-integrierten Einkaufszentren sowohl beim „Kaufpark Wehrda“ als auch im „Gewerbegebiet Süd“ zufriedenstellend, denn an beiden Standorten halten Busse zwei- bis dreimal pro Stunde (LOKALE NAHVERKEHRSGESELLSCHAFT MARBURG GMBH 2005).

Da für Betriebsflächen und Gebäude seitens der Unternehmen Kostenobergrenzen bestehen, befinden sich die neueren Betriebsformen überwiegend in kostengünstigen, eingeschossigen Hallen. Auch hier ist der „Kaufpark Wehrda“ ein gutes Beispiel. Nur bei wenigen Betrieben erstreckt sich die Verkaufsfläche über zwei Geschosse. Die Hallen sind überwiegend in standardisierter Stahlkonstruktionsbauweise errichtet, die ursprünglich Gewerbebetriebe beherbergten und erst nachträglich in eine Einzelhandelsnutzung überführt wurden.

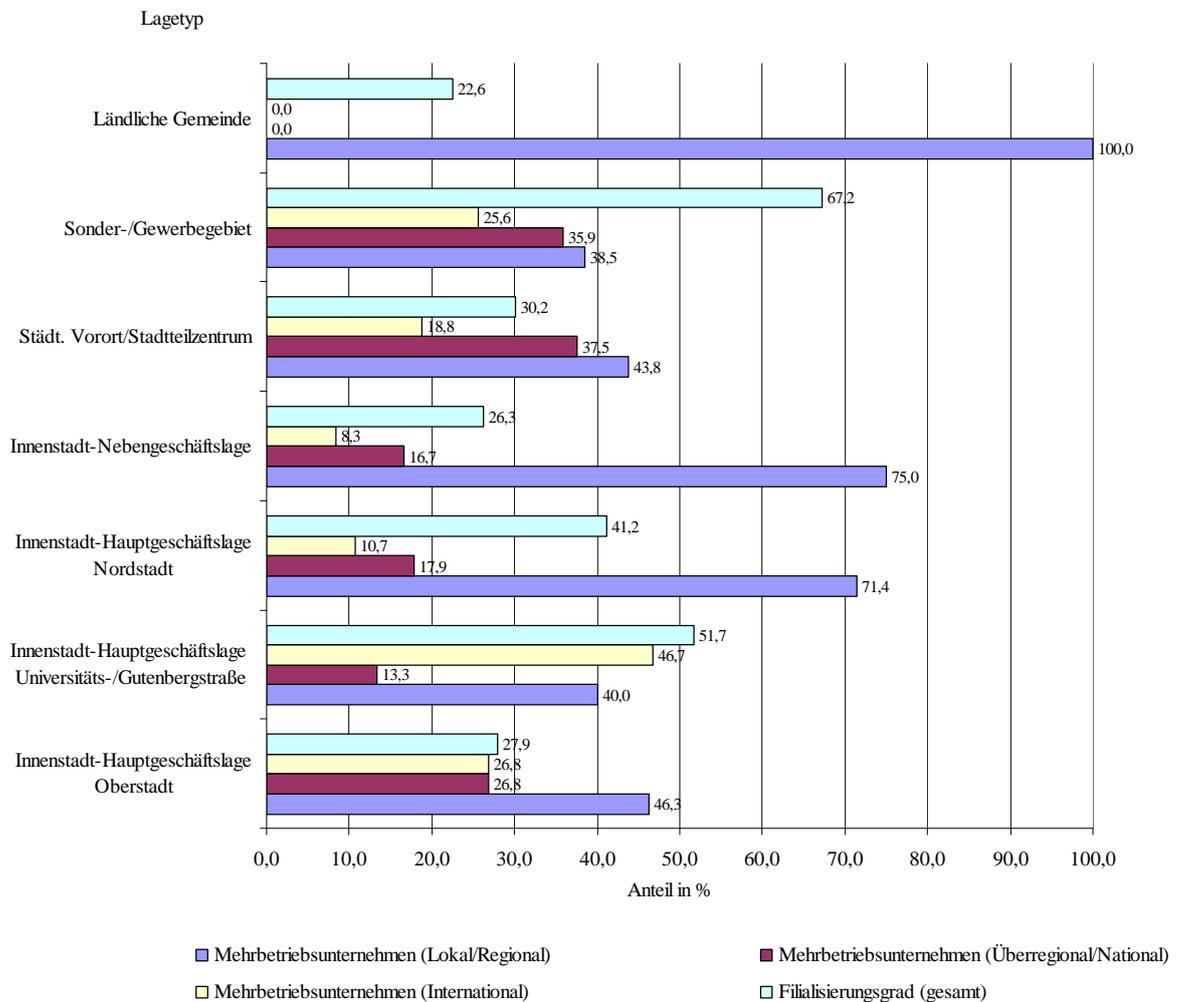
Im Zuge der Umstrukturierung zu Großbetriebsformen kam es durch gleichzeitige Rationalisierungsmaßnahmen zu einem Ersatz von Personal durch Fläche. Gerade die neuen Betriebsformen sind durch einen deutlich geringeren Personalbesatz gekennzeichnet als traditionelle Betriebsformen. Während in den meisten dargestellten Lagetypen eine starke Korrelation zwischen den Variablen „Verkaufsfläche“ und „Zahl der Mitarbeiter“ zu beobachten war, konnte im Lagetyp „Sonder-/Gewerbegebiete“ nur eine schwache Korrelation nachgewiesen werden.

Die Zahl der Vollzeitstellen pro m² Verkaufsfläche liegt beim „Fachmarkt“ und beim „LM-Discounter“ deutlich niedriger als bei den „Fachgeschäften“ und „LM-Spezialgeschäften“. Diese Unterschiede resultieren in erster Linie aus der vorherrschenden Andienungsform. Stark kostenminimierende Betriebsformen arbeiten mit einer konsequenten Umsetzung des Selbstbedienungsprinzips, während bei „Fachgeschäften“ eher Bedienung und Beratung im Vordergrund steht. Der höchste Personalbesatz in Relation zur Verkaufsfläche findet sich daher bei der Betriebsform „LM-Spezialgeschäft“, wo der Verkauf ausschließlich im Rahmen der Fremdbedienung erfolgt.

Als ein weiterer Prozess des Strukturwandels im Einzelhandel gilt die fortschreitende Filialisierung. Marburg ist diesbezüglich durch große Unterschiede zwischen den Lagetypen gekennzeichnet. Die meisten Filialbetriebe befinden sich in den „Sonder-/Gewerbegebieten“ und in der „Innen-

stadt-Hauptgeschäftslage“, insbesondere im Bereich „Universitäts-/Gutenbergstraße“, während die „Innenstadt-Nebengeschäftslagen“ und „Ländlichen Gemeinden“ kaum betroffen sind (Abbildung 8)

Abb. 8: Filialbetriebe in den einzelnen Standortlagen im Einzelhandel von Marburg differenziert nach deren Verbreitung



Quelle: eigener Entwurf auf Basis der durchgeführten Datenerhebung

Das Vorhandensein von Filialen großer, national oder international agierender Handelsunternehmen ist häufig an beste innerstädtische Lagen gebunden, weil dort ungeachtet der hohen Ladenmieten (die für lokale Betriebe häufig zu teuer sind) auch die höchsten Renditen zu erwirtschaften sind. Für Marburg bedeutet die Konzentration dieser Filialen im Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“, dass es sich hier – im Gegensatz zur Oberstadt – um einen äußerst attraktiven Standort handeln muss, denn hier ist das Kopplungspotenzial wesentlich höher als in der Oberstadt oder in der Nordstadt.

Das geringe Auftreten von Filialbetrieben innerhalb des Lagetyps „Innenstadt-Nebengeschäftslage“ und „Ländliche Gemeinde“ erklärt sich dadurch, dass vor allem größere Filialbetriebe ihren Standort nach strengen Kosten und Erlösfaktoren auswählen und somit Standorte mit einem geringen Passantenaufkommen eher meiden. Innerhalb dieser Lagetypen finden sich

dann vermehrt Filialen von kleineren, lokal bzw. regional tätigen Mehrbetriebsunternehmen, bei denen insbesondere die Kostenfaktoren eine große Rolle bei der Standortwahl spielen.

4.2 Veränderungen in der Standortstruktur

Deutsche Oberzentren haben seit längerem einen deutlichen Funktions- und Bedeutungsverlust zu verzeichnen, der im Bereich der Innenstädte zu Kaufkraftabflüssen und zur Schließung traditioneller Fachgeschäfte und großer Kaufhäuser führt. Grund dafür ist das Wachstum von Einzelhandelsagglomerationen an nicht-integrierten Standorten sowie in benachbarten Mittelzentren (HEINRITZ 1989, KULKE 1992, KLEIN 1997).

Ähnliche Prozesse und Entwicklungen sind auch in Marburg zu beobachten. Zwar konnte das Oberzentrum in den 1980er und 1990er Jahren im Vergleich zu benachbarten Mittel- und Oberzentren einen deutlichen Bedeutungsgewinn verzeichnen, allerdings resultierte dieser aus einer überdurchschnittlichen Bedeutungszunahme des „Kaufparks Wehrda“ (SAILER-FLIEGE 1996, S. 528). Gleichzeitig wurden, ähnlich wie in fast allen Städten Deutschlands, Gewerbegebiete zweckentfremdet und zur Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe genutzt (HEINRITZ/KLEIN/POPP 2003, S. 45).

Im Zuge dieser Entwicklungen kam es im Bereich der Innenstadt zu deutlichen Kaufkraftabflüssen zugunsten des „Kaufparks Wehrda“ oder anderen außerhalb der Innenstadt gelegenen Einkaufsbereichen. Nach den Ergebnissen der Untersuchung des Magistrats der Stadt Marburg „Die Lage des Einzelhandels in der Marburger Kern-/Oberstadt“ aus dem Jahr 1995 profitieren vor allem die benachbarten Mittelzentren Gladenbach, Kirchhain, Stadtallendorf und Biedenkopf sowie in die Oberzentren Kassel, Gießen und Frankfurt vom Marburger Kaufkraftabfluß. Die „GfK-Einzelhandelszentralität“ (Bindungsquote der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft) der Stadt Marburg ist in der Zeit von 2001 bis 2005 deutlich gesunken ist, während sie sich in den umliegenden Orten im gleichen Zeitraum erhöht hat (Tabelle 2).

Tab. 2: Entwicklung GfK-Einzelhandelszentralität in Marburg und Umgebung

Ort	2001 (in %)	2003 (in %)	2005 (in %)	Veränderung 2001-2005 (in Prozentpunkten)
Biedenkopf	111,1	114,3	125,6	+ 14,5
Gladenbach	94,0	100,7	111,5	+ 17,5
Kirchhain	79,6	75,5	82,7	+ 3,1
Stadtallendorf	85,2	89,4	95,5	+ 10,3
Marburg	123,9	121,2	115,6	- 8,3

Quelle: GfK-Marktforschung GmbH 2005

Die deutlichste Steigerung ist beim Mittelzentrum Biedenkopf zu erkennen. Hier lag die „GfK-Einzelhandelszentralität“ im Jahre 2005 bei 125,6%, woraus folgt, dass 25,6% des Einzelhandelsumsatzes von Kunden außerhalb von Biedenkopf stammen. Bei den hier dargestellten Vergleichen ist allerdings zu beachten, dass die Berechnungsmethode der „GfK-Einzelhandelszentralität“ bzw. die Berechnung der „GfK-Kaufkraft“ von Jahr zu Jahr verbessert wird und somit bei den einzelnen

Werten leichte Unterschiede in der Berechnung vorliegen könnten. Trotz dieser Einschränkungen lässt sich für den Einzelhandel der Stadt Marburg für den Zeitraum von 2001 bis 2005 eine deutliche Bedeutungsabnahme erkennen.

4.3 Die Parkraumbewirtschaftung als innerstädtisches Problemfeld

Bezüglich der Erreichbarkeit der innerstädtischen Einkaufszonen und des Vorhandenseins von zentrumsnahen Parkmöglichkeiten ist Marburg mit ähnlichen Problemen konfrontiert wie alle größeren Städte. Während seitens des Magistrats der Stadt Marburg das innerstädtische Parkplatzangebot als gut bezeichnet wird (MAGISTRAT DER STADT MARBURG 1997), beklagen Einzelhändler und Kunden immer wieder die schlechte Erreichbarkeit und unzureichende Parkmöglichkeiten (SAILER-FLIEGE 1996).

Besonders im Bereich der „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ verfügen nur die wenigsten Betriebe über eigene, betriebszugehörige Kundenparkplätze, so dass der Großteil der Kunden auf den öffentlichen Parkraum angewiesen ist. Sowohl bei der Anzahl öffentlicher Parkplätze als auch bei der mittleren Distanz zwischen Parkplatz und Einzelhandelsbetrieben bestehen allerdings deutliche Unterschiede. Die geringste Parkplatzanzahl (n=275) in fußläufiger Entfernung zu den Einzelhandelsbetrieben wurde im Bereich der „Oberstadt“ festgestellt. Im Vergleich dazu bietet der Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“ 640 und die „Nordstadt“ 774 öffentliche Parkplätze im direkter Umgebung. Das bedeutet, dass die Oberstadt zwar das größte Einzelhandelsangebot anbietet, aber die geringste Zahl an Parkplätzen im Nahbereich zur Verfügung steht. Aufgrund der topographischen Gegebenheiten der Oberstadt ist es aber nahezu unmöglich für diesen Teilbereich ein attraktiveres Parkplatzangebot zu schaffen. Selbst wenn am Fuße oder an den Randbereichen der Oberstadt das Parkplatzangebot verbessert werden könnte, bestünde immer noch das für viele Kunden ungeachtet der Fahrstühle am Pilgrimstein abschreckende Problem des zu bewältigenden Höhenunterschieds.

Seitens des Magistrats wird bei Kritik am Parkplatzangebot stets darauf verwiesen, dass dieses ausreichend sei und dass die vorhandenen Parkplätze schlecht ausgelastet seien. In einem Falblatt der Stadtwerke Marburg heißt es „Wo Parken zum Spaziergang wird – Marburg ist immer gut zu erreichen – ob mit dem Auto oder dem öffentlichen Nahverkehr. Über 6.000 Parkplätze stehen rund um die Oberstadt sowie im Süd- und Nordviertel bereit und Kenner wissen – Fußwege in Marburg sind kurz und attraktiv.“ (STADTWERKE MARBURG, o.J.). In der Realität stellt sich jedoch die Situation etwas anders dar. Zu den 6.000 aufgeführten Parkplätzen zählen unter anderem verschiedene „Park & Ride“-Parkplätze im Süden und Norden der Stadt, deren Akzeptanz in erster Linie vom ÖPNV-Angebots abhängig ist. Gerade in Marburg ist aber der Pkw – wie auch in anderen Städten vergleichbarer Größe (KULKE 1992, S.292) – mit einem Anteil von 57% das dominierende Verkehrsmittel bei innerstädtischen Einkaufsfahrten. Ob Kunden des Marburger Einzelhandels dazu bereit sind, bis zu 30 Minuten Warte- bzw. Anfahrtszeit zwischen Parken und Erreichen der ersten Einkaufsmöglichkeiten in Kauf zu nehmen, muss an dieser Stelle bezweifelt werden. Fast die Hälfte der 6.000 Parkplätze liegen in den innerstädtischen Wohngebieten, werden überwiegend von Anwohnern genutzt und stehen somit für Kurzzeitparker nur bedingt zur Verfügung. Bezüglich der „kurzen und attraktiven Fußwege“ sei angemerkt, dass diese gerade im Bereich der Innenstadt nicht immer attraktiv sind, zumal es sich häufig um viel befahrene Straßen mit schmalen Fußwegen handelt.

Die Analyse der errechneten Auslastung der städtischen Parkflächen im Bereich der Innenstadt zeigt für einige Straßen Auslastungen von weit über 100%, verursacht durch die starke Nachfrage bei gleichzeitiger Unterschreitung der für Marburg durchschnittlich errechneten Parkdauer (2,2h). Besonders die am Fuße der „Oberstadt“ gelegenen Parkflächen, z.B. am Pilgrimstein, weisen eine hohe Auslastung auf. Auch für das nach Aussagen des Magistrats der Stadt Marburg oft nur schwach ausgelastete „Oberstadt Parkhaus“ konnte im Rahmen dieser Untersuchung eine Auslastung von 129 % errechnet werden. Ebenfalls sehr gefragt sind die meisten Parkflächen innerhalb der „Nordstadt“ (Robert-Koch Straße, Uferstraße, Ketzerbach, Steinweg und Bahnhofsstraße). Hierbei muss allerdings vermutet werden, dass es sich bei den Nutzern dieser Parkflächen überwiegend um Besucher der Kliniken oder des in der Robert-Koch-Straße gelegenen Finanzamtes handelt. Innerhalb des Südviertels finden sich die höchsten Auslastungen in den Einkaufsbereichen „Universitäts-/Gutenbergstraße“. Ansonsten sind die außerhalb der Kernstadt gelegenen Parkflächen im Norden und Südwesten deutlich schwächer ausgelastet, da sie für Innenstadtbesucher aufgrund der Entfernung zu den nächst gelegenen Einkaufsbereichen eher unattraktiv sind.

Vor dem Hintergrund dieser hohen Auslastungen ist die Kritik auswärtiger Besucher am Parkplatzangebot durchaus nachvollziehbar. Gerade in Bezug auf die Parkplatzzkapazität und bei der Erreichbarkeit der Parkplätze besteht großer Handlungsbedarf, um weitere Kaufkraft- und Zentralitätsverluste zugunsten benachbarter Ober- und Mittelzentren wie Gießen oder Wetzlar zu verhindern.

In beiden Städten wurden 2004 („Forum Wetzlar“) und 2005 („Galerie Neustädter Tor“ Gießen) jeweils große Shopping-Center in integrierten Lagen mit entsprechendem Parkplatzangebot eröffnet. Auch in Marburg gab es in der Vergangenheit bereits eine Anfrage von Investoren, die in direkter Nähe zur Bundesstraße 3 den Bau eines Shopping-Centers planten. Dabei handelte es sich um die gleiche Investorengruppe, die bereits das „Forum Wetzlar“ errichtet hatten. Die Anfrage wurde aber seitens des Magistrats der Stadt Marburg abgelehnt (OBERHESSISCHE PRESSE vom 22.05.2004).

Inwieweit die Ansiedlung eines Shopping Centers in Marburg zu Verbesserung der Einzelhandelszentralität führen würde, muss allerdings stark angezweifelt werden. Wie das Beispiel der Stadt Siegen veranschaulicht, kommt es mit einer solchen Ansiedlung zu Kaufkraftabflüssen in den traditionellen Einkaufsbereichen und in der Folge zur rapiden Zunahme von Leerständen.

5. Fazit und Ausblick

Die Einzelhandelsentwicklung der letzten vierzig Jahre ist von einem Rückgang der Zahl von Einzelhandelsbetrieben bei einem gleichzeitigen deutlichen Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsflächen geprägt. Während noch in den 1960er Jahren der eigentümergeführte Betrieb dominierte, werden heute weite Teile des Handels von großen Unternehmen beherrscht. Dabei ist zu beobachten, dass sich diese Handelsunternehmen durch Übernahmen, Aufkäufe und Fusionen immer weiter vergrößern und dadurch letztlich ihre Marktstärke weiter ausbauen. Diese Unternehmenskonzentrationsprozesse vollziehen sich nicht nur auf internationaler und nationaler Ebene, sondern auch in den regionalen Zentren.

Gestützt wurde diese Entwicklung durch die Konsumenten, die zum einen durch gestiegene Einkommen immer mehr Produkte nachfragten und zum anderen aufgrund ihrer gestiegenen Mobilität die dezentral gelegenen Einzelhandelsstandorte erreichen konnten. Gleichzeitig ermöglichte

der technische Fortschritt eine häusliche Vorratshaltung, so dass die Konsumenten durch den Kauf größerer Mengen ihre gestiegenen Transportkosten zum Erreichen der dezentralen Standorte kompensieren konnten. Dabei vollzogen sich deutliche Veränderungen im Konsumentenverhalten. Während die Konsumenten bei Waren des Grundbedarfs ein ausgesprochenes Preisbewusstsein entwickelten, erhöhte sich gleichzeitig die Ausgabebereitschaft bei höherwertigen Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs.

Diese Entwicklung hatte letztlich auch Folgen für den Einzelhandel. Während die großen, dezentral gelegenen Einzelhandelsstandorte aufgrund ihres attraktiven und preiswerten Angebots an Bedeutung gewannen, wurden wohnnahe Einzelhandelsstandorte aufgrund ihrer geringeren Auswahl und dem im Vergleich zu den neueren Betriebsformen unattraktiven Angebot nur noch bei „Vergesslichkeitseinkäufen“ in Anspruch genommen und verloren dadurch konstant an Bedeutung. Begleitet wurde diese Entwicklung durch Unternehmensfusionen und Konzentrationsprozesse, wodurch sich die Marktposition großer Handelsunternehmen stetig verstärkte und viele kleine Betriebe dem Konkurrenzdruck nicht mehr gewachsen waren und vom Markt verdrängt wurden.

Durch die Umstrukturierung zu Großbetriebsformen und den damit verbundenen Investitionen erweiterte sich das zum rentablen Betrieb erforderliche Einzugsgebiet. In Verbindung mit der dezentralen Standortwahl der neuen Betriebsformen führte dies letztlich zu verlängerten Einkaufswegen und somit zu einem gestiegenen Verkehrsaufkommen. Durch die fortschreitenden Unternehmenskonzentrationsprozesse und durch die enorme Marktstärke großer Unternehmen erhöhte sich der Konkurrenzdruck auf kleinere Betriebe, die folglich vom Markt verdrängt wurden. Dadurch entstanden in manchen Gebieten, gerade im Bereich der Grundversorgung, Versorgungslücken, und es kam zu einer Verschlechterung der Versorgungssituation.

Des Weiteren sorgt das Wachstum von Einzelhandelsagglomerationen in nicht-integrierten Lagen vor allem im Bereich der Innenstädte zu massiven Kaufkraftabflüssen. Begleitet wurde diese Entwicklung von einem Wachstum von Einzelhandelsagglomerationen in Mittelzentren, wodurch weitere Kaufkraftabflüsse ausgelöst wurden und viele Oberzentren an Bedeutung verloren. Dadurch kam es im innerstädtischen Bereich zur Schließung von Kaufhäusern und traditionellen Fachgeschäften, deren aufgegebenen Standorte entweder von finanzkräftigen Filialbetrieben übernommen wurden oder es ging die aktive, wirtschaftliche Nutzung des Einzelhandelsstandortes verloren.

Auch im Marburger Einzelhandel sind diese Entwicklungen zu beobachten. Die Stadt verfügt über mehrere „Einzelhandelsknoten“, wobei die meisten Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Lagetyps „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ erfasst wurden, die sich im Gegensatz zu vielen anderen Städten auf drei verschiedene, nur schlecht miteinander verbundene Teilbereiche verteilt. Daneben fanden sich verschiedene Einzelhandelsstandorte entlang von Hauptstraßen sowie in reinen Wohngebieten. Im Norden und Süden der Stadt treten Einzelhandelsagglomerationen in Sonder- und Gewerbegebieten („Kaufpark Wehrda“, „Gewerbegebiet Süd“) mit neueren und großflächigen Betriebsformen auf. Im Bereich der äußeren Stadtteile wurde dagegen nur ein schwacher Einzelhandelsbesatz festgestellt. Als Hauptgrund kann in erster Linie die teilweise sehr geringe Einwohnerzahl der äußeren Stadtteile angeführt werden.

Betrachtet man den Prozess und die Auswirkungen des Betriebsrückgangs, so zeigen sich die sichtbarsten Auswirkungen bei den erfassten Leerständen, wo sich zum Teil deutliche Unterschiede im Stadtgebiet zeigen. Leerstände sind vor allem in jenen Teilbereichen der Innenstadt, die im Zuge der Altstadtsanierung aufwendig saniert wurden und die häufig von Touristen oder anderen

Stadtbesuchern aufgesucht werden, problematisch. Hier besteht die Gefahr, dass es zu Besucher-rückgängen und somit auch zu negativen Auswirkungen auf die verbliebenen Betriebe kommt. Während aber in den „Innenstadt-Hauptgeschäftslagen“ immerhin auf eine Fluktuation bzw. auf eine starke Dynamik im Betriebsbestand verwiesen werden kann, weist in den „Innenstadt-Nebengeschäftslagen“ vieles auf einen dauerhaften Verlust der Einzelhandelsnutzung hin. „Städtische Vorort/Stadtteilszentren“ und „Ländliche Gemeinden weisen eher niedrige Leerstandsquoten auf, verursacht durch den ohnehin niedrigen Einzelhandelsbesatz. Für das Fehlen von Leerständen in den „Sonder-/Gewerbegebieten“ die geringe Anzahl an verfügbaren Einzelhandelsstandorten ebenso verantwortlich wie die deutlich größeren Verkaufsflächen. Besonders attraktiv sind die Standorte innerhalb des „Kaufpark Wehrda“, wo inzwischen so viele verschiedene Branchen ansässig sind, dass das Kopplungspotential durchaus mit innerstädtischen Lagen vergleichbar ist.

In manchen Teilbereichen, insbesondere innerhalb des Lagetyps „Ländliche Gemeinde“, weist Marburg deutliche Versorgungslücken auf. Allerdings gibt es keine Hinweise, ob sich die Versorgungssituation erst innerhalb der letzten Jahrzehnte verschlechtert hat oder seit je her schlecht war. Auch wenn eine wohnnahe Versorgung in allen städtischen Teilbereichen für die dort wohnende Bevölkerung wünschenswert wäre, muss bedacht werden, dass der Einzelhandel nur dort wirtschaftlich betrieben werden kann, wo ausreichende Nachfrage vorhanden ist. Ob öffentlich geförderte, auf „Vergesslichkeitseinkäufe“ angewiesene Dorfläden eine langfristige Lösung zur Verbesserung der Versorgungssituation bilden, muss bezweifelt werden.

Der Betriebsformenwandel ist in Marburg nur bedingt zu beobachten. Da es sich bei den meisten Gebäuden der „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ um denkmalgeschützte Gebäude handelt, blieb die historisch bedingte kleinteilige Gebäudestruktur in weiten Teilen erhalten. Dies hat letztlich auch Auswirkungen auf die verfügbaren Verkaufsflächen und die darin zu realisierenden Betriebsformen. Innerhalb der „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ konnten daher nur in den Bereichen größere und neuere Betriebsformen gefunden werden, wo es im Rahmen von Abbruchsanierungen zu baulichen Umgestaltungsmaßnahmen kam.

Neue Betriebsformen – besonders im Kaufpark Wehrda und im Gewerbegebiet Süd – unterscheiden sich sowohl hinsichtlich der vorhandenen Verkaufsflächen als auch bei der personellen Ausstattung und der Ausstattung mit Kundenparkplätzen von traditionellen Betriebsformen. Die Betriebsform „Fachmarkt“ besitzt hinsichtlich der Verkaufsfläche bereits mehr Marktanteile als das in Marburg zahlenmäßig dominierende, traditionelle Fachgeschäft. Auch hinsichtlich der Unternehmenskonzentration und Filialisierung sind innerhalb des Stadtgebiets deutliche Unterschiede erkennbar. Während innerhalb der Lagetypen „Innenstadt-Hauptgeschäftslage“ und „Sonder-/Gewerbegebiete“ ein hoher Filialisierungsgrad erkannt wurde, fanden sich in den anderen Teilbereichen nur vereinzelt Filialisten.

Das Auftreten von Filialbetrieben, insbesondere von großen, international tätigen Unternehmen, gibt eindeutige Hinweise auf die Qualität und vor allem die Rentabilität eines Einzelhandelsstandortes. Während im Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“, also dem Bereich mit den attraktivsten innerstädtischen Verkaufsflächen, eine große Anzahl international tätiger Mehrbetriebsunternehmen erfasst wurde, ist der eher kleinflächige Betriebsbestand der „Oberstadt“ durch eine Dominanz eigenständiger Einbetriebs- und lokal bzw. regional tätiger Mehrbetriebsunternehmen gekennzeichnet. Ein ähnliches Bild ergibt sich für die „Nordstadt“, wo überwiegend Filialen von lokal bzw. regional tätigen Mehrbetriebsunternehmen zu finden waren.

Neben dem Prozess des Betriebsformenwandels wurden als eine weitere Auswirkung des Strukturwandels Veränderungen in der Standortstruktur festgestellt. Während SAILER-FLIEGE (1996) noch für die Zeit der 1980er und 1990er eine Bedeutungszunahme bzw. einen Zentralitätsgewinn des Marburger Einzelhandels konstatierte, wurde im Rahmen dieser Untersuchung für die Zeit von 2001 bis 2005 ein rapider Rückgang der Einzelhandelszentralität zugunsten benachbarter Mittel- und Oberzentren ermittelt. Während alle umliegenden Mittelzentren eine deutliche Bedeutungszunahme verzeichnen konnten, hat Marburg im gleichen Zeitraum deutlich verloren. Vor dem Hintergrund, dass es bereits durch den „Kaufpark Wehrda“ zu bedeutenden innerstädtischen Kaufkraftumlenkungen kam, findet sich hier der Hauptgrund für die Entstehung von Leerständen bzw. für die starke Dynamik im innerstädtischen Betriebsbestand, denn nur noch bei wenigen Warengruppen ist die Innenstadt das dominante Einkaufsziel.

Betrachtet man die aus diesen Entwicklungen resultierenden Auswirkungen und Prozesse im Bereich der Innenstadt, so ergeben sich im Falle Marburgs einige Besonderheiten. Eine Spezialisierung des innerstädtischen Warenangebots auf Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs sowie Verdrängungsprozesse des traditionellen Fachgeschäftes durch Filialen großer Handelsunternehmen sowie eine Verringerung der Angebotsbreite („Textilisierung“, „Banalisierung des Angebots“) sind in Marburg nur bedingt zu beobachten. Im Bereich der „Universitäts-/Gutenbergstraße“ und in Teilbereichen der „Nordstadt“ ist immer noch ein relativ hoher Anteil von Waren des kurzfristigen Bedarfs bzw. Waren zur Grundversorgung vertreten, da die hohe Einwohnerzahl im Bereich der Kernstadt die damit verbundene Grund- und Nahversorgungsfunktion durch den innerstädtischen Einzelhandel sicherstellt. Lediglich in der „Oberstadt“ ist eine deutliche Spezialisierung auf Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs (Bekleidungs-Einzelhandel, „Textilisierung“) erkennbar, getragen von eigentümergeführten Laden und geringem Filialisierungsgrad.

Vor dem Hintergrund der Einzelhandelsentwicklung in den Oberzentren Wetzlar und Gießen, die mit dem Bau von „Shopping-Centern“ über nach heutigen Maßstäben attraktive und schnell erreichbare innerstädtische Einkaufszentren verfügen, besteht in Marburg dringender Handlungsbedarf, um weiteren Bedeutungs- und Kaufkraftverlusten entgegen zu steuern. Gerade im Hinblick auf den zu erwartenden Bevölkerungsrückgang und der damit verbundenen Abnahme der lokalen Kaufkraft ist es unumgänglich, mehr Kaufkraft von außerhalb an Marburg zu binden. Wie die hohe Anzahl an Leerständen und das Überangebot an Verkaufsflächen dokumentieren, führt die Schaffung neuer, attraktiver Verkaufsflächen letztlich nur zu Verlagerungen und zur Verschärfung der Leerstandsproblematik in weiten Teilen der Stadt. Vielmehr gilt es, das bestehende Angebot an Verkaufsflächen besser in Wert zu setzen. Dazu zählen zum einen Großveranstaltungen wie das Stadtfest oder der Elisabethmarkt sowie ein überregionaler Werbe- bzw. Marketingauftritt des gesamtstädtischen Einzelhandels. Zwar existieren in Marburg verschiedene Werbe- und Interessensgemeinschaften im Einzelhandel, allerdings beschränken diese sich auf einzelne, räumliche Teilbereiche. Das Warenangebot dieser Teilbereiche wird langfristig nicht dazu beitragen, Kunden davon abzuhalten, nach Gießen oder Wetzlar zu fahren. Hier wären eine bessere Kooperation der einzelnen Werbe- und Interessensgemeinschaften im Einzelhandel und eine Präsentation und Vermarktung des gesamtstädtischen Einzelhandels erstrebenswert.

Des Weiteren besteht großer Handlungsbedarf im Bereich der Erreichbarkeit und beim Parkplatzangebot. Innenstädte können ihr Einzugsgebiet nur durch die Verbesserung der Erreichbarkeit vergrößern. Dies sollte allerdings nicht nur „auf dem Papier“, sondern durch attraktive innerstädtische Parkflächen erfolgen. Auch wenn das Konzept der „Park & Ride“-Parkplätze aus Sicht der

Planung eine gute Lösung darstellt, darf dabei nicht die starke Konkurrenz durch andere Städte in der Marburger Umgebung vergessen werden, wo auf eine schnelle und gute Erreichbarkeit geachtet wird.

Bewertet man die gerade in den letzten Jahren realisierten Bauprojekte (z.B. „Marburgs neue Mitte“), so haben diese nicht zu einer Steigerung der Einzelhandelszentralität geführt. Zwar wurden durch den Bau des „Erlenring-Centers“ Parkplätze geschaffen, allerdings verfügen die dort ansässigen Einzelhandelsbetriebe bis auf einen Elektro-Fachmarkt über keinerlei Magnetfunktion. Ob ein Lebensmittel-, ein Drogeriemarkt, eine Apotheke und ein Bekleidungsdiscounter dazu beitragen, Kaufkraft von außerhalb an Marburg zu binden, muss bezweifelt werden.

Für die Aufwertung der Oberstadt haben die Parkplätze am Erlenring nur geringe Bedeutung. Die Distanz zur Oberstadt oder zur Universitäts-/Gutenbergstraße beträgt zwischen 450 und 600 Metern und gilt als eher unattraktiv. Zwar wurde im Bereich von „Marburgs neuer Mitte“ durch den Bau einer Fußgängerbrücke über die Lahn eine Verbindung geschaffen, die es den Besuchern der Stadt erspart, direkt an einer Hauptverkehrsstraße entlang laufen müssen, allerdings besitzt dieser Weg aus Sicht des Kunden aufgrund des schwachen Besatzes an Einzelhandelsbetrieben keinerlei Kopplungsmöglichkeiten.

Für den Marburger Einzelhandels besteht großer Handlungsbedarf. Die aufgezeigten Defizite sind in weiten Teilen nicht durch „weiche“ Maßnahmen lösbar, sondern verlangen nach einem stärkeren Einsatz des Magistrats und der Planung, vor allem hinsichtlich der Schaffung eines attraktiven Einzelhandelsumfeldes und der Präsentation der Stadt nach außen.

6. Literatur

- AGERGAARD, E./OLSEN, P.A. & J. ALLPASS (1970): The interaction between retailing and the urban center structure: a theory of spiral movement. — In: *Environment and Planning* 2: 55-71.
- ACXIOM DEUTSCHLAND GMBH (2005): COSMOS RVM-Manager Version 3.5.7.82. — Neu-Isenburg.
- BLOTEVOGEL, H. H. (2000): Strukturwandel im Handel – Konsequenzen für die Stadt. – In: DEUTSCHE BAU- UND GRUNDSTÜCKS-AG/UNIVERSITÄT BONN (Hrsg.): *Die Zukunft des Handels in der Stadt*. Bonner Städtebautag 2000: 10–29.
- BORCHERDT, C. (1995): Standorte von Versorgungseinrichtungen in Dörfern und Kleinstädten in ausgewählten kleinräumigen Gebieten des ländlichen und suburbanen Raumes im Regierungsbezirk Stuttgart. – In: *Materialien des Geographischen Instituts Universität Stuttgart* 38.
- BUCHHOFER, E & J. LEYKAUF (1993): Einzelhandel im thüringischen Mittelzentrum Ilmenau. – In: *Marburger Geographische Schriften* 124.
- BUCHHOFER, E, JÜLICH, V. & P. JÜNGST (1980): Warenhausniederlassung und Fußgängerzone als Mittel der Zentralitätsförderung am Beispiel Marburgs. – In: 42. Deutscher Geographentag Göttingen: 402–404.
- BUCHHOFER, E, JÜLICH, V. & P. JÜNGST (1977): Innerstädtische Funktionsverlagerungen im Gefolge einer Warenhausniederlassung am Beispiel Marburgs. – *Planung-Information*, Heft 6.
- DÖPP, W. (1990): Marburg an der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert. Hinweise auf Stadtplanung und Stadterneuerung. – In: *Marburger Geographische Schriften*. Heft 115: 79–99.
- FICHTNER, D. (1990): Stadtplanung und Stadtsanierung in Marburg seit dem Zweiten Weltkrieg. In: *Marburger Geographische Schriften*. Heft 115, S. 100–128.
- GANS, P & R. LUKHAUP. (Hrsg.)(1998): *Einzelhandelsentwicklung. Innenstadt versus periphere Standorte*. – Mannheim.
- GfK MARKTFORSCHUNG GMBH (Hrsg.) (2005): *Erläuterungen GfK Einzelhandelszentralität 2005 für alle 5-stelligen Postleitzonen in Deutschland*. – Nürnberg.
- GIESE, E. (2003): Auswirkungen integrierter großflächiger Shopping-Center auf den innerstädtischen Einzelhandel in Mittelstädten Westdeutschlands. – In: *Münstersche Geographische Arbeiten*. Heft 46: 125–135.
- GIESE, E. (1999): Bedeutungsverlust innerstädtischer Geschäftszentren in Westdeutschland. – In: *Berichte zur deutschen Landeskunde*. Band 73, Heft 1: 33-66.
- GIESE, E. (1991): Entwicklung der Einzelhandelszentralität Zentraler Orte in Mittelhessen 1967-1986. – In: *Erdkunde*. Band 45, Heft 2: 108-118.

- GIESE, E. & V. SEIFERT (1989): Die Entwicklung innerstädtischer Geschäftszentren in Mittelhessen unter der besonderen Berücksichtigung des Einzelhandels. – In: Geographische Zeitschrift, Band 77: 1-22.
- HANS, M. (2005): Strukturen des Einzelhandels in der Marburger Nordstadt – Probleme, aktuelle Entwicklungen, Perspektiven. – Unveröffentlichte Diplomarbeit. Marburg.
- HAUPTVERBAND DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS E.V. (HDE)(Hrsg.)(2005): HDE Zahlenspiegel 2005. – Berlin.
- HAUPTVERBAND DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS E.V. (HDE)(Hrsg.)(2004): HDE Zahlenspiegel 2004. – Berlin.
- HEINRITZ, G. (Hrsg.) (1999): Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. – Passau.
- HEINRITZ, G. (1991): Nutzungsabfolgen an Einzelhandelsstandorten in Geschäftsgebieten unterschiedlicher Wertigkeit. – In: Erdkunde. Band 45: 119-127.
- HEINRITZ, G. (1989): Geographische Untersuchungen zum Strukturwandel im Einzelhandel. – In: Münchener Geographische Hefte, Band 63.
- HEINRITZ, G., KLEIN, K. & M. POPP (2003): Geographische Handelsforschung. – Stuttgart.
- HESSISCHES MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, VERKEHR UND LANDESENTWICKLUNG (Hrsg.)(2000): Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Wiesbaden.
- HESSISCHES STATISTISCHE LANDESAMT (Hrsg.) (1996): Arbeitsstätten, Beschäftigte und Umsatz des Handels und Gastgewerbes in den hessischen Gemeinden 1993. Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung 1993. Wiesbaden.
- JÜNGST, P. (1976): Bewertung und Nutzungsdifferenzierung innerstädtischer Versorgungsbereiche am Beispiel Marburgs. Marburg.
- JÜRGENS, U. (1995): Großflächiger Einzelhandel in den neuen Bundesländern und seine Auswirkungen auf die Lebensfähigkeit der Innenstädte. In: Petermanns Geographische Mitteilungen. Heft 3: 131-142.
- KLEIN, K. (2001): Empirische Erhebungen im Rahmen von Gutachten. Was ist sinnvoll? Was ist machbar? Welche Regeln müssen eingehalten werden? In: Geographische Handelsforschung. Band 9: 25-46.
- KLEIN, K. (1997): Wandel der Betriebsformen im Einzelhandel. In: Geographische Rundschau. Band 49, Heft : 499-505.
- KÖHLER, F. (1990): Die „Dynamik der Betriebsformen des Handels“. Bestandsaufnahme und Modellerweiterung. – In: Marketing - Zeitschrift für Forschung und Praxis. Nr. 12: 59-64.
- KULKE, E. (2005): Weltwirtschaftliche Integration und räumliche Entwicklung. – In: Geographische Rundschau 57/2: 4-11.
- KULKE, E. (1998): Einzelhandel und Versorgung. – In: Wirtschaftsgeographie Deutschland: 162-182.
- KULKE, E. (1994): Auswirkungen des Standortwandels im Einzelhandel auf den Verkehr. – In: Geographische Rundschau 46/5: 290-296.
- LEIB, J. & M. PAK (Hrsg.) (1994): Marburg – Maribor, Geographische Beiträge über die Partnerstädte in Deutschland und Slowenien. Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (2005): Marburger Zahlen 2003. In: Schriften zur Marburger Standortentwicklung. Heft 42/2005. Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (2004): Marburg 2020 – Demographischer Wandel. In: Schriften zur Marburger Standortentwicklung. Heft 41/2004. Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (2001): Rahmendaten für die Entwicklung der Stadt Marburg. Aktualisierung der Basisdaten zum Entwicklungskonzept der Stadt aus dem Jahr 1996. – Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (1997): Marburg als Einkaufs- und Tourismusstadt. – Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (1996): Entwicklungsperspektiven für den Wirtschaftsstandort Universitätsstadt Marburg. – Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (1995a): Die Lage des Einzelhandels in der Marburger Kern-/Oberstadt. – Marburg.
- MAGISTRAT DER STADT MARBURG (Hrsg.) (1995b): Satzung über die Schaffung von Stellplätzen und Garagen sowie von Abstellplätzen für Fahrräder in der Stadt Marburg (Stellplatzsatzung). – Marburg.
- POPP, M. (2002): Innenstadtnahe Einkaufszentren. Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelhandelsstandorten. – In: Geographische Handelsforschung. Band 6.
- SAILER-FLIEGE, U. (1996): Konkurrenz oder raumfunktionale Arbeitsteilung: Entwicklungen und Bewertungen des Marburger Einzelhandels. – In: Berichte zur deutschen Landeskunde 70/2: 523–543.
- SAILER-FLIEGE, U. (1996a): Die Dezentralisierung der Zentralität: Der Marburger Einzelhandel im Spiegel seiner Kunden. – In: Jahrbuch der Marburger geographischen Gesellschaft. Band 1995: 154–161.
- STADTWERKE MARBURG CONSULT GMBH (Hrsg.) (o. J.): Parken und Einkaufen in Marburg. Marburg.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2005a): Beschäftigte, Umsatz, Aufwendungen, Lagerbestände, Investitionen und Warensortiment im Handel 2002. – Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2005b): Erwerbstätige in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 1991 bis 2003. – Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2004): Beschäftigte, Umsatz, Aufwendungen, Lagerbestände, Investitionen und Warensortiment im Handel 2001. – Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2003): Bevölkerung Deutschlands bis 2050. – Wiesbaden.
- STATISTISCHES BUNDESAMT (Hrsg.) (2002): Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2003. – Wiesbaden.