

# IM SCHATTEN DES BILLSTEDT-CENTERS?



POTENZIALE DES LOKALEN GEWERBES IM DIREKTEN  
UMFELD EINES SHOPPING-CENTERS

**HCU**

HafenCity Universität  
Hamburg

## **Im Schatten des Billstedt-Centers?**

Potenziale des lokalen Gewerbes im direkten  
Umfeld eines Shopping-Centers

### **Bachelorthesis**

zur Erlangung des Hochschulgrades  
Bachelor of Science an der HCU-Hamburg

Vorgelegt von	Coşkun Ulaş (3022966)
Studienbereich	Bachelor Stadtplanung, BPO 2009
Datum	30. Oktober 2013
Betreuung	Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger Dipl.-Ing. Sascha Anders

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	04
1. Einleitung: Fragestellung und Zielsetzung.....	06
1.1 Einordnung in die übergeordnete Thematik.....	07
1.2 Aufbau der Ausarbeitung.....	08
2. Methodisches Vorgehen.....	10
2.1 Literatur- und Internetrecherche.....	10
2.2 Experteninterviews.....	10
2.3 Begehungen und Beobachtungen vor Ort.....	11
3. Shopping-Center.....	13
3.1 Geschichtlicher Hintergrund in Deutschland.....	13
3.2 Aktuelle Entwicklungen und Positionen.....	16
3.2.1 Auswirkungen innerstädtischer Shopping-Center, oder: „Angriff auf die City?“.....	16
3.2.2 Auswirkungen innerstädtischer Shopping-Center, oder: „Revitalisierung der City?“..	19
3.3 Im Herzen Billstedts: Das Billstedt-Center.....	20
3.3.1 Thematische Einordnung des Billstedt-Centers.....	22
4. Bestandsaufnahme.....	24
4.1 Der Hamburger Stadtteil Billstedt.....	24
4.1.1 Entwicklungen im Billstedter Zentrum.....	27
4.2 Die Angebotssituation im Billstedter Zentrum.....	28
4.2.1 Das Billstedt-Center.....	30
4.2.2 Die Billstedter Hauptstraße und die Möllner Landstraße.....	35
4.3 Die Nachfragesituation im Stadtteil Billstedt.....	44
5. Bestandsanalyse.....	48
5.1 Konzepte von oben? Der Entwicklungsraum Billstedt-Horn.....	48
5.1.1 Förderungsmaßnahmen im Billstedter Zentrum.....	51
5.1.2 Förderung der lokalen Ökonomie und des Einzelhandels.....	53
5.2 Kundenverhalten und -präferenzen.....	57
5.3 Zentrale Analyseergebnisse.....	61
5.4 Zusammenfassung der Analyse.....	74
6. Handlungsempfehlungen.....	75
7. Schlussfolgerungen.....	78
7.1 Zusammenfassung und Rückblick auf die Fragestellung.....	78
7.2 Fazit und Ausblick.....	80
Eidesstattliche Erklärung.....	81
Quellenverzeichnis.....	82

# Abbildungsverzeichnis

## Abbildungen:

1: Das Southdale Center in Minneapolis, 1956.....	14
2: Main-Taunus-Zentrum am Rand von Frankfurt am Main, 2004.....	14
3: Sinkender Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum.....	17
4: Shopping-Center nach Standortlage.....	19
5: Das Billstedt-Center, nördlicher Ausgang.....	21
6: Das Billstedt-Center in Hamburg-Billstedt.....	21
7: Detailausschnitt Billstedt-Center.....	22
8: Lage Billstedts im Osten Hamburgs.....	25
9: Einfamilienhausgebiet im zentralen Billstedt.....	26
10: Der Billstedter U-Bahnhof.....	26
11: Der Öjendorfer See .....	26
12: Das Zentrum von Billstedt.....	28
13: Die Kreuzung Schiffbeker Weg/Billstedter Hauptstraße.....	28
14: Das gesamte Untersuchungsgebiet.....	29
15: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Lebensmitteleinzelhandel..	36
16: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Textileinzelhandel.....	37
17: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, weitere Einzelhandelsangebote.....	38
18: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Gastgewerbe.....	39
19: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Gesundheitsdienstleistungen.....	40
20: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, weitere Dienstleistungsangebote.....	41

---

21: Räumliche Nutzungsschwerpunkte an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße	43
22: Entwicklungskonzept Billstedt-Horn	49
23: Aufbau des Entwicklungskonzeptes für das Billstedter Zentrum	52
24: Unternehmer ohne Grenzen	55
25: Fußgängerzone Möllner Landstraße (auf der linken Seite das Billstedt-Center)	58
26: Kundenbewegungsrichtungen am Wochenende, Ausgang Fußgängerzone	59
27: Kundenbewegungsrichtungen am Wochenende, Ausgang Hauptstraße	60
28: Sitzmöglichkeiten in der Fußgängerzone	60
29: Türkische Lebensmittelhändler und Restaurants an der Billstedter Hauptstraße	62
30: Das Billstedt-Center neben internationalen Restaurants	63
31: Das Restaurant „Meram“	64
32: Türkischer Lebensmittelhändler bei abendlicher Beleuchtung	65
33: Der „Gesundheitsbereich“ in der Fußgängerzone	65
34: Lage der beiden Lebensmittel-Discounter im Billstedter Zentrum	68
35: Der Wochenmarktplatz in der Fußgängerzone	69
36: Werbeplakat für die BilleVue 2012	70
37: Der motorisierte Verkehr im Billstedter Zentrum	72
38: Sanierungsbedürftige Gebäudestrukturen an der Billstedter Hauptstraße	73

# Vorwort

Seit nunmehr fünf Jahren lebe ich zusammen mit meiner Freundin im Hamburger Stadtteil Billstedt. Als ich nach einer kaufmännischen Ausbildung im Jahre 2010 schließlich das Bachelorstudium der Stadtplanung an der HafenCity Universität begonnen habe, hatte ich zu diesem Zeitpunkt bereits grundlegende Einblicke in diesen multikulturell geprägten Stadtteil erhalten. Das anschließende dreijährige Studium hat schließlich meinen Blick auf das lokale Gewerbe im Stadtteilzentrum, dessen Angebote und Dienstleistungen auch von mir und meiner Freundin regelmäßig mit großem Interesse wahrgenommen werden, wesentlich verändert. Für mich empfahl es sich bereits zu einem frühen Zeitpunkt in meinem Studium, das Gebiet um das Billstedt-Center herum hinsichtlich seiner ökonomischen und sozialen Funktion genauer zu untersuchen. Schlussendlich war das Thema wie geschaffen für eine Untersuchung im Rahmen einer Bachelorthesis.

Zum Gelingen dieser Ausarbeitung haben zahlreiche Personen mit ihrer engagierten und tatkräftigen Unterstützung entscheidend beigetragen.

Mein erster Dank gilt meinen Betreuern Herrn Prof. Dr.-Ing. Thomas Krüger und Herrn Dipl.-Ing. Sascha Anders vom Arbeitsgebiet „Projektentwicklung und -management“ an der HafenCity Universität für die Ermöglichung dieser Bachelorthesis im Rahmen meines Studiums der Stadtplanung. Ebenso bedanke ich mich bei Ihnen für die fachliche und bereitwillige Unterstützung, für die wertvollen Anregungen und für die nützliche Kritik während der Erstellung der Bachelorthesis.

Ein besonderer Dank geht auch an die zahlreichen Interviewpartner, die durch Ihre Bereitschaft und freundliche Unterstützung zu wertvollen Inhalten und Erkenntnissen im Rahmen der Analyse beigetragen haben.

Darüber hinaus möchte ich mich bei meiner Freundin Katharina Beneke bedanken. Mit Ihrer Hilfe und persönlichen Unterstützung konnte ich nicht nur während des Studiums die Zeit aufbringen, meine beruflichen Pläne und Wünsche zu realisieren. Sie gab mir auch während der Erstellung dieser Ausarbeitung den wichtigen persönlichen Rückhalt und ermöglichte mir den benötigten Freiraum, meine Konzentration vollends der Bachelorthesis zu widmen.

Für die tatkräftige Unterstützung in der finalen Korrekturphase möchte ich mich bei Daniel Ablass und für die innovative Gestaltung dieser Bachelorthesis auch herzlich bei Tyll Weiß bedanken.

Zum Schluss gilt mein Dank auch allen, die mich während des Studiums unterstützt haben und stets an meiner Seite standen: Meiner Familie und meinen langjährigen Bekannten und Freunden, meinen Kommilitonen und Arbeitskollegen an der HafenCity Universität und meinen Arbeitskollegen bei der Hanseatic Bank.

# 1. Einleitung: Fragestellung und Zielsetzung

Die vorliegende Ausarbeitung ist eine analytische Untersuchung im Bereich „Lokales Gewerbe mit dem Schwerpunkt Einzelhandel und Gastronomie im direkten Umfeld eines Shopping-Centers“. Dabei beschränkt sich die Analyse nicht auf den kleinteilig angelegten lokalen Einzelhandel, sondern beschreibt vielmehr dessen Situation im räumlichen und funktionalen Bezug zum angrenzenden Shopping-Center. Sie arbeitet die Potenziale des untersuchten Gebietes aus und beschreibt auch in diesem Zusammenhang bereits existierende bzw. mögliche Probleme.

Das ausgewählte Untersuchungsgebiet ist das Zentrum des Hamburger Stadtteils Billstedt. Billstedt liegt im Bezirk Hamburg-Mitte und genießt in der Öffentlichkeit einen negativen Ruf als sogenannter „Problemstadtteil“. Umso interessanter ist daher die Tatsache, dass ausgerechnet in einem Hamburger Stadtteil mit einer überdurchschnittlich hohen Quote an Arbeitslosigkeit und Sozialhilfeempfängern (s. *Daten vom Statistikamt Nord*) ein umsatzstarkes und stark frequentiertes Shopping-Center angesiedelt ist, und dass auch das angrenzende Gewerbe an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße sich einer regen Kundschaft zu erfreuen scheint. Die Gründe für diese „Beliebtheit“ des Einzelhandels- und Gastronomieangebotes im Billstedter Zentrum sind das Kernthema der durchgeführten Analyse.

Dabei spielt das vom Branchenführer ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG geleitete Billstedt-Center als Besuchermagnet im Stadtteilzentrum eine übergeordnete Rolle. Das Billstedt-Center kann als der soziale Treffpunkt Billstedts, als eine reine Shopping- und Erlebnis-Mall oder auch als Einrichtung für zahlreiche Veranstaltungen und Events im Stadtteil eine starke Anziehung und ein großflächiges Einzugsgebiet vorweisen. Davon scheinen nicht nur die Eigentümer und die Händler des Centers zu profitieren, sondern auch der umliegende Einzelhandel. Dessen Angebotsstruktur, die stark an die multikulturell geprägte Bevölkerung Billstedts mit einem niedrigen bis mittleren Einkommen ausgerichtet ist, mag somit eine Ergänzung zum Angebot im Center darstellen. Die aktuelle Ausrichtung der Angebotsstruktur im Einzelhandels- und im Gastronomiebereich ist im Billstedter Zentrum das Ergebnis einer Entwicklung, die über mehrere Jahre hinweg stattgefunden hat und das Gewerbe sowie das heutige Stadtbild prägt.

Auf den ersten Blick jedoch ist diese Situation im Billstedter Zentrum nicht zu erkennen. Die vorhandene Verkehrssituation in Verbindung mit einer niedrigen Aufenthaltsqualität und der „über die Jahre heruntergekommenen“ baulichen Substanz der betroffenen Gebäude unterstreichen den negativen Eindruck nach außen. Entscheidend für die Erarbeitung von Potenzialen und Problemen ist der „zweite Blick“.

Um diesen Sachverhalt in einer fachlichen Ausarbeitung analytisch festzuhalten und vorhandene Potenziale herauszuarbeiten, wurde für diese Bachelorthesis die übergeordnete Fragestellung formuliert, inwiefern das Angebot an Gütern und Dienstleistungen an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße das Angebot des Billstedt-Centers ergänzt und in welchem Umfang dieses Angebot an die Bevölkerungsstruktur des Stadtteils angepasst ist. Tiefergehende thematische Analyseschwerpunkte sind hierbei die Untersuchung der Angebotsstruktur hinsichtlich der Qualität und Quantität der Güter und Dienstleistungen, die Darstellung der aktuellen Eigentümer- und Mietpreissituation innerhalb und außerhalb des Billstedt-Centers und das Aufzeigen einer möglichen Zusammenarbeit der Beteiligten vor Ort.

Die Zielsetzung und das damit verbundene Erkenntnisinteresse hierbei ist die Ausarbeitung von Potenzialen und Problemen, die die strukturelle Situation im untersuchten Gebiet vorweist. Im Rahmen der Analyse wird diese Situation abschließend bewertet und auf diesen Ergebnissen aufbauend werden erste Handlungsempfehlungen bzw. Verbesserungsvorschläge formuliert.

## 1.1 Einordnung in die übergeordnete Thematik

Seit nunmehr rund 50 Jahren (Stand 2013) gibt es in Deutschland Shopping-Center nach amerikanischem Vorbild. Nachdem zu Beginn der Realisierung von Shopping-Centern diese weitgehend in Stadtrandlagen und an peripheren Standorten errichtet worden sind, ist in den letzten zwei Jahrzehnten die Errichtung der Shopping-Center in innerstädtischen Lagen und Stadtteilzentren immer mehr in den Vordergrund gerückt.

Zusammen mit der Realisierung der Center, von denen die Investoren auch heute noch hohe Renditechancen erwarten, gab es zu jeder Zeit auch kritische Stimmen. In der damaligen und auch in der heutigen Fachliteratur diskutieren zahlreiche Werke über das Verhältnis von Shopping-Centern mit dem bisher gewachsenen innerstädtischen Gefüge und seiner funktionalen Bedeutung. Dabei rückten parallel zu den Veränderungen in der Entwicklung der Einkaufszentren die Auswirkungen von innerstädtischen Shopping-Centern auf den umliegenden Einzelhandel in den Vordergrund.

Vor allem in der jüngeren Fachliteratur werden die Chancen und Risiken von Shopping-Centern in zentralen Stadt(-teil)lagen kontrovers diskutiert. Auf der einen Seite bekräftigen die Befürworter ihre Standpunkte insbesondere mit der hohen Anziehungskraft von Shopping-Centern auf zahlungskräftige Konsumenten in einem weiträumigen Einzugsgebiet, während auf der anderen Seite die Kritiker die zumeist negativen Auswirkungen (Leerstand, Kaufkraftentzug) der Center auf das gewachsene Stadtgefüge und seinen lokalen Einzelhandel anführen.

Die vorliegende analytische Untersuchung ordnet das ausgewählte Gebiet im Billstedter Zentrum in diese kontroverse Thematik ein, zumal das untersuchte Shopping-Center an sich eine wirtschaftlich enorm wichtige Bedeutung für den Stadtteil und für den Hamburger Bezirk hat. Darüber hinaus empfahl es sich, auch das Gewerbe, welches hauptsächlich aus Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben besteht, im direkten Umfeld des Shopping-Centers zu untersuchen. Das Gewerbe im Billstedter Zentrum rechtfertigt insofern eine gesonderte Betrachtung in diesem stadtplanerischen Kontext, da es im Laufe der Jahre, in denen Billstedt seine heutige multikulturelle Bevölkerungsstruktur erhalten hat, ebenfalls ein gewachsenes Gefüge mit einer speziell angepassten Angebotsstruktur vorweisen kann.

## 1.2 Aufbau der Ausarbeitung

Die folgende Ausarbeitung ist in vier größere Abschnitte aufgeteilt. Zunächst wird der thematische Rahmen im übergeordneten Kontext von Shopping-Centern vorgestellt (Abschnitt 3). Hierzu wird in einem ersten Schritt die bisherige Entwicklung von Shopping-Centern in Deutschland beschrieben. Im Hauptteil dieses Abschnittes sind schließlich aktuelle Positionen von Befürwortern und Kritikern aufgeführt, ohne eine abschließende Bewertung der einzelnen Standpunkte vorzunehmen. Um den Anschluss an die eigentliche Untersuchung zu erhalten, wird im letzten Teil von Abschnitt 3 das Billstedt-Center vorgestellt und in einen Gesamtkontext der Shopping-Center eingeordnet.

In Abschnitt 4 wird die Grundlage für die Analyse, die im darauf folgenden Abschnitt zu finden ist, gelegt: die Bestandsaufnahme. In der Bestandsaufnahme wird das Untersuchungsgebiet detailliert vorgestellt, wobei das Hauptaugenmerk auf der Angebotssituation im Billstedter Zentrum liegt. Hierzu werden die vorhandenen Nutzungen an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße und auch im Billstedt-Center textlich und grafisch dargestellt und festgelegten Kategorien zugeordnet. Abschließend wird in der Bestandsaufnahme auch die Nachfragesituation im Hamburger Stadtteil Billstedt anhand der Bevölkerungsstruktur und Kaufkraftlage erläutert.

Die Analyse der aufgenommenen Ergebnisse im Untersuchungsgebiet ist in Abschnitt 5 zu finden. Hierbei werden bisherige (Förderungs-)Maßnahmen für den Einzelhandel auf politischer Ebene in Billstedt vorgestellt, durch eigene Beobachtungen das aktuelle Kundenverhalten im Billstedter Zentrum erläutert und auf diesen Erkenntnissen aufbauend Potenziale und Probleme des Gebietes festgehalten und analysiert.

Im letzten großen Abschnitt sind Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge formuliert. Dabei sind diese Vorschläge auf einer allgemeinen Ebene angelegt und daher auch auf andere Stadtteile mit ähnlichen Strukturen und Problemen bzw. Potenzialen übertragbar.

Zusätzlich zur eigentlichen Ausarbeitung sind vom Autor sogenannte Infoboxen erstellt worden, die weitergehende Informationen zu den Themen liefern, die diese Thesis aufgrund des Hauptanliegens und der Kompaktheit nur „anreißen“ kann. Diese Boxen sind in den fortlaufenden Text an den entsprechenden Stellen eingebettet. Es wird außerdem darauf hingewiesen, dass, um eine flüssigere und bessere Lesbarkeit des Textes zu gewährleisten, in der Ausarbeitung ausschließlich das männliche Genus verwendet worden ist.

## 2. Methodisches Vorgehen

Für die Erreichung der in Abschnitt 1 formulierten Zielsetzung und des daraus resultierenden Erkenntnisinteresses wurden eine Reihe methodischer Bausteine und Instrumente verwendet, die in diesem Abschnitt ausführlich vorgestellt werden.

### 2.1 Literatur- und Internetrecherche

In der Einleitung des vorherigen Abschnitts wurde bereits erwähnt, dass die vorliegende Untersuchung in eine übergeordnete Thematik eingebettet ist, die eine Bandbreite an Diskussionsschwerpunkten und fachlichen Auseinandersetzungen vorweisen kann. Um eine möglichst fundierte Grundlage und eine inhaltlich nachweisbare Basis für die Bestandsaufnahme und -analyse in den folgenden Abschnitten zu erhalten, sind für die ausgearbeitete Thematik in Abschnitt 3 zahlreiche Werke der Fachliteratur und fachliche Veröffentlichungen im Internet verwendet worden. Dabei wurde darauf geachtet, dass die Werke, die dem Wortlaut nach zitiert oder dem Sinn nach paraphrasiert worden sind, eine ausreichende Aktualität und inhaltliche Korrektheit besitzen. Alle verwendeten Werke und Veröffentlichungen sind im Quellenverzeichnis alphabetisch und anschließend chronologisch aufgelistet.

### 2.2 Experteninterviews

Das Hauptanliegen der übergeordneten Zielsetzung war, insbesondere Informationen aus „erster Hand“ von den Akteuren vor Ort zu erhalten, um einen besseren und umfassenderen Einblick in die aktuelle Situation im Untersuchungsgebiet zu bekommen. Mit der Absicht, eine gute Basis und Ergänzung zum theoretischen Teil (Abschnitt 3) sowie zur eigenen Bestandsaufnahme (Abschnitt 4) zu erreichen, wurden während der Untersuchung Experteninterviews durchgeführt.

Experteninterviews sind eine spezielle Anwendungsform von Leitfadeninterviews. Dabei liegt das Interesse der Interviewführenden auf der Eigenschaft des Befragten als Experte in einem bestimmten Handlungsfeld. Wer als Experte in Betracht gezogen werden kann, ist vor der Untersuchung zu klären. Die Zielgruppe der Befragten sollten jedoch Mitglieder betroffener Organisationen in spezifischen Funktionen und mit einem bestimmten Erfahrungswissen sein (vgl. Flick 2011, S. 214 ff).

Im Falle dieser Ausarbeitung wurde die Strategie verfolgt, die Fragestellung aus allen möglichen Positionen im Untersuchungsgebiet zu betrachten. Dazu gehörten neben der politischen Ebene (Bezirks- und/oder Stadtteilverwaltung) auch die Händler und Ladenbesitzer (u. a. Restaurants, Lebensmittelhändler), das Center-Management des Billstedt-Centers und evtl. vorhandene Gewerbevereine oder Wirtschaftsorganisationen. Schlussendlich wurden Interviews mit dem Verein der „Unternehmer ohne Grenzen“, die seit 2011 das lokale Gewerbe im Billstedter Zentrum unterstützen, mit dem Center-Management des ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG im Billstedt-Center und der Hamburger Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft mbH (steg Hamburg) als Projektpartnerin im Entwicklungsraum Billstedt-Horn geführt. Die Interviews dauerten in der Regel 60 bis 90 Minuten, wobei die ausgearbeiteten Fragen seitens des Interviewers als eine Art Leitfaden für ein offen geführtes Gespräch dienten. Aus der Gruppe der Ladenbesitzer hat sich der Geschäftsführer des in ganz Hamburg und Umgebung populären türkischen Restaurants „Meram“ für ein formloses und kurzes Gespräch zur Verfügung gestellt.

Die Ergebnisse der Interviews sind neben den eigenen Beobachtungen als Hauptbestandteile in die Bestandsanalyse eingegangen. Die für die Untersuchung relevanten Informationen, die aus den Gesprächen gewonnen wurden, sind entsprechend gekennzeichnet und ggf. zusammengefasst. Die einzelnen leitfadengestützten Fragebögen sind im Anhang zu finden.

### 2.3 Begehungen und Beobachtungen vor Ort

Im Rahmen der Bestandsaufnahme im Abschnitt 4 wurde eine ausführliche Begehung des Untersuchungsgebietes durchgeführt. Die Begehung fand im September des Jahres 2013 statt und stellte somit eine Momentaufnahme zu jenem Zeitpunkt dar. Dabei sind im festgelegten Gebiet die Nutzungen im Erdgeschoss (im Billstedt-Center die vorhandenen Ladenmieter auf allen Verkaufsebenen) einzeln aufgenommen und in übergeordneten Kategorien zusammengezählt worden. Die Ergebnisse wurden textlich und grafisch festgehalten und anschließend EDV-gestützt digitalisiert.

Zusätzlich zu den Begehungen im Untersuchungsgebiet wurden an festgelegten Wochentagen punktuelle Kundenbeobachtungen durchgeführt, um das Verhalten der Besucher im Billstedter Zentrum zu analysieren. In der Gesamtbetrachtung qualitativer Sozialforschung gibt es verschiedene Arten und Konzeptionen von Beobachtungen. Dabei lässt sich Beobach-

tung als qualitative Forschungsmethode mit unterschiedlichen Arten der Teilnahme im untersuchten Feld kombinieren. An einem Ende des Spektrums der methodischen Strenge und Flexibilität steht die nicht-teilnehmende Beobachtung, die dadurch gekennzeichnet ist, dass die Distanz zum untersuchten Feld gewahrt bleibt. Das andere Ende bildet die Ethnographie, die eine ausgedehnte Teilnahme am Geschehen impliziert und die angewendeten Methoden dem untersuchten Feld anpasst. (vgl. Flick 2011, S. 302)

In der vorliegenden Untersuchung wurden insgesamt an drei verschiedenen Wochentagen (Montag, Donnerstag und Samstag) im September 2013 nicht-teilnehmende Beobachtungen jeweils für die Dauer einer Stunde durchgeführt. Dabei wurde darauf geachtet, dass der Beobachter das Verhalten der beobachteten Besucher durch seine Anwesenheit nicht beeinflusst. Ein gewisser räumlicher Abstand wurde hierbei eingehalten. Thematisch im Fokus stand das Verhalten der Besucher des Billstedt-Centers, nachdem sie das Gebäude des Centers nach Süden hin verlassen hatten. Die Erkenntnisse, ob sie im Anschluss die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Fußgängerzone und an der Billstedter Hauptstraße aufgesucht oder ignoriert haben, wurden in einer Zählung statistisch festgehalten und anschließend analysiert.

In der Analyse in Abschnitt 5 wurde diesen Kundenbeobachtungen ein eigenes Kapitel zugeordnet. Der Anteil dieser Methode an der Erreichung der Zielsetzung ist nicht unwesentlich, zumal die Situation des Billstedt-Centers und auch des lokalen Gewerbes im Stadtteilzentrum von den Verhaltensweisen und Präferenzen der Besucher und Kunden abhängig ist. Die Beziehung zwischen der vorhandenen Nachfrage- und Angebotssituation in Billstedt und dem beobachteten Kundenverhalten ist in den entsprechenden Teilen dieser Ausarbeitung ausführlich erläutert worden.

# 3. Shopping-Center

Um einen grundlegenden Überblick über die derzeitige Thematik von Shopping-Centern zu erlangen, wird in diesem Abschnitt der geschichtliche Hintergrund der heutigen Shopping-Center-Situation in Deutschland kurz erläutert. Dadurch werden Rückschlüsse auf die Bedeutung der innerstädtischen Shopping-Center für das städtische Gefüge und für den Einzelhandel gezogen. Aktuelle Entwicklungen und Diskussionsschwerpunkte schließen den groben Einblick in die Thematik, während das letzte Kapitel in diesem Abschnitt das untersuchte Shopping-Center in Billstedt vorstellt und in das übergeordnete Themenfeld einordnet. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass der folgende Abschnitt in dieser Ausarbeitung keine neue Diskussion mit Vor- und Nachteilen von innerstädtischen Shopping-Centern für das städtische Gefüge anstreben möchte, sondern auf einer neutralen Ebene die aktuelle Situation in Deutschland beschreibt und eine Grundlage für die darauf folgende nähere Untersuchung des Fallbeispiels in Hamburg-Billstedt bildet.

## 3.1 Geschichtlicher Hintergrund in Deutschland

Als Erfinder der klassischen, introvertierten Shopping-Mall wird der österreichische Architekt Victor Gruen (Victor David Grünbaum, 1903-1980) gesehen, der den funktionellen Schwächen von rasant in die Fläche wachsenden US-amerikanischen Städten in der Mitte des 20. Jahrhunderts die Idee des Einkaufszentrums entgegensetzte. Er verortete die Geschäfte abseits von den Hauptverkehrswegen und fasste diese in der Mitte eines großen Areals konzentriert zusammen (vgl. Kühn 2006, S. 18).

Dabei fungierten zwei große Warenhäuser als Magnete an den Ausgängen des Centers, während dazwischen weitere, kleinere Geschäfte angesiedelt wurden und beide Warenhäuser über eine Passage miteinander fußläufig verbunden. Gruens Idee der überdachten Shopping-Mall ging jedoch weit über die Versorgung der Bewohner mit Gütern und Dienstleistungen hinaus. Das Einkaufszentrum sollte die Multifunktionalität der damaligen Innenstädte Nordamerikas widerspiegeln und negative Erscheinungen wie beispielsweise Lärm und Wetter ausblenden. Das 1956 eröffnete Southdale Center in Minneapolis gilt als einer der ersten Vertreter dieser neuen Konzeption der überdachten und klimatisierten Mall (vgl. Popp 2002, S. 9 ff).



Abbildung 1: Das Southdale Center in Minneapolis, 1956, Quelle: <http://evoluscope.blogspot.de/>

In den darauf folgenden Jahrzehnten entstanden so in zahlreichen Städten Nordamerikas mehrere Shopping-Center. Als Ursache für die rasante Verbreitung der Einkaufszentren in den USA werden das Bevölkerungswachstum, die Suburbanisierung und der hohe Motorisierungsgrad genannt (vgl. Popp 2002, S. 10). Bereits in den 1950er-Jahren entwickelten sich bestimmte sich wiederholende Grundrisstypen für diese Shopping-Center, die bis heute noch Anwendung finden. Grundelemente sind hierbei Ankerbetriebe, Ladenzeilen und Fußgängerpromenaden, an deren Enden meistens ein Magnetbetrieb (Frequenzerzeuger) zu finden ist. Auch die heute üblichen großflächigen Parkplatzangebote für den motorisierten Individualverkehr (MIV) fanden zu jener Zeit ihren Ursprung (vgl. Kühn 2006, S. 19).



Abbildung 2: Main-Taunus-Zentrum am Rand von Frankfurt am Main, 2004, Quelle: <http://de.academic.ru/>

Die ersten Shopping-Center amerikanischen Typs in der Bundesrepublik Deutschland entstanden mit einer zeitlichen Verzögerung von ca. 20 Jahren. 1964 wurde am Stadtrand von Frankfurt am Main das Main-Taunus-Zentrum eröffnet. Diese Shopping-Center an nicht integrierten Stadtrandlagen bekamen die Bezeichnung der Einkaufszentren „auf der grünen Wiese“. Ein Jahr später folgte mit dem Europa-Center in Berlin das erste innerstädtische

Einkaufszentrum (vgl. Kühn 2006, S. 20). Erst zu Beginn der 1970er-Jahre erfuhren die Center einen dynamischen Zuwachs (vgl. Popp 2002, S. 10 ff). In der fachlichen Diskussion um die Standortlage und Integration wurden für Deutschland bisher vier Generationen von Shopping-Centern festgestellt:

Die 1. Generation (1964-1973) ist gekennzeichnet durch große Objekte an nicht integrierten peripheren Standorten (grüne Wiese) mit einer offenen und architektonisch anspruchslosen Bauweise. Die 2. Generation (1973-1982) ist vor allem durch die Errichtung von überdachten Shopping-Centern an innerstädtischen Standorten geprägt. In der 3. Generation (1982-1992) haben innerstädtische Shopping-Center bereits ein deutliches Übergewicht. Eine zunehmende Bedeutung der architektonischen Gestaltung und vom Image ist spürbar, allerdings haben die gebauten Objekte bis heute keine eigenständige bauliche Form gefunden. Die 4. Generation (seit Anfang der 1990er-Jahre) ist dadurch gekennzeichnet, dass mehrere Entwicklungen parallel laufen. In den neuen Bundesländern wurden Shopping-Center und Fachmarktzentren zum größten Teil auf der grünen Wiese errichtet, während die Revitalisierung älterer Zentren immer mehr an Bedeutung gewinnt. (vgl. Mayer-Dukart 2010, S. 49)

Die Errichtung von Shopping-Centern wurde gesetzlich erstmals zu Beginn der 1980er-Jahre gesteuert, da in diesen Jahren eine Stagnation in der Entwicklung der Center festzustellen war. Die Gründe hierfür lagen neben einer gedämpften Einzelhandelsentwicklung auch im Mangel an geeigneten Standorten, so dass die Realisierung von Shopping-Centern durch gesetzliche Regelungen und neue Planungsleitbilder begrenzt wurde (vgl. ebd., S. 49 ff).

Nicht integrierten Shopping-Centern abseits der Innenstädte wurde schon zu einem frühen Zeitpunkt die Schuld an der Verödung der Innenstädte gegeben. Es wurde häufig der Abzug der Kaufkraft aus den Citylagen in periphere Stadtrandgebiete kritisiert und die Shopping-Center als pure Verkaufsmaschinen mit diversen Tricks zur Verführung der Besucher zum Massenkonsum bezeichnet. Im Laufe der Zeit wurden Shopping-Center jedoch vermehrt auch in bzw. am Rande der Innenstädte errichtet, wobei damit die Hoffnung verbunden wurde, dass dies zu einer Erweiterung der Innenstadt und ihrer Aufwertung als Einzelhandelsstandort führen wird (vgl. Popp 2002, S. 8). Dennoch wurden auch bei innerstädtischen Shopping-Centern schnell kritische Stimmen laut, deren Grundpositionen und die Argumente der Befürworter im folgenden Kapitel dargestellt werden.

## 3.2 Aktuelle Entwicklungen und Positionen

In der heutigen Zeit wird die steigende Zahl der Eröffnungen von Shopping-Centern in zentralen Lagen deutscher Großstädte kontrovers diskutiert. Dieses Kapitel verschafft einen kurzen und prägnanten Einblick in die aktuelle Diskussionslage, ohne eine bestimmte Wertung der einzelnen Standpunkte wiederzugeben.

### 3.2.1 Auswirkungen innerstädtischer Shopping-Center, oder: „Angriff auf die City?“

Seit geraumer Zeit finden in der Einzelhandelslandschaft tiefgreifende Veränderungen statt, verursacht durch gesellschaftliche Veränderungen und dem damit verbundenen Strukturwandel im Handel (s. Infobox 1). Die Leerstandstendenzen von Einzelhandelsgeschäften in den Innenstädten werden auch durch Kaufkraftabflüsse in neu errichtete Shopping-Center verursacht. Die Verlierer dieser Veränderungen sind vor allem Geschäfte in Nebenlagen von Mittel- bis Oberzentren, in einigen Städten aber auch der Einzelhandel in 1a-Lagen (vgl. Brockhoff 2006, S. 93). Des Weiteren sind innerstädtische Shopping-Center für zum Teil erhebliche Veränderungen in den Innenstädten selbst verantwortlich. Es finden grundlegende Wechsel im Waren- und Flächenangebot statt, Wegebeziehungen, Kaufkraftströme und Frequenzen der Nachfrager sind Umschichtungen unterworfen, und vor allem das Mietniveau, die Bodenwerte und die Investitionen in den Geschäftslagen der Städte werden durch Shopping-Center entscheidend beeinflusst (vgl. Krüger, Walther 2007, S. 191).

#### Strukturwandel im Einzelhandel

In den letzten Jahrzehnten fand in Deutschland ein grundlegender Strukturwandel in der Einzelhandelslandschaft statt. Dabei sind im Lebensmitteleinzelhandel generell zwei Entwicklungen zu beobachten. Durch Geschäftsaufgaben, Firmenzusammenschlüsse und -übernahmen verringert sich die absolute Anzahl der Lebensmittelgeschäfte, während bei langfristiger Betrachtung Umsatzsteigerungen und vor allem eine Ausweitung der Verkaufsflächen zu verzeichnen sind. Obwohl diese zeitgleich ablaufenden Trends auf den ersten Blick widersprüchlich klingen, wird bei näherer Betrachtung ein harter Konkurrenzkampf der Handelsunternehmen mit Konzentrationsprozessen am Markt deutlich. Auf der Gewinnerseite stehen neben Discountern, Fach- und Verbrauchermärkten auch große Shopping-Center mit starken Zuwächsen bei den Verkaufsflächen und Umsätzen. Inhabergeführte Geschäfte, vor allem der Lebensmitteleinzelhandel in Großstädten, zählen in diesem Strukturwandel zu den Hauptverlierern. (vgl. Junker, Kühn 2006a, S. 30 ff)

1

## Sinkender Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum



Angaben in Prozent

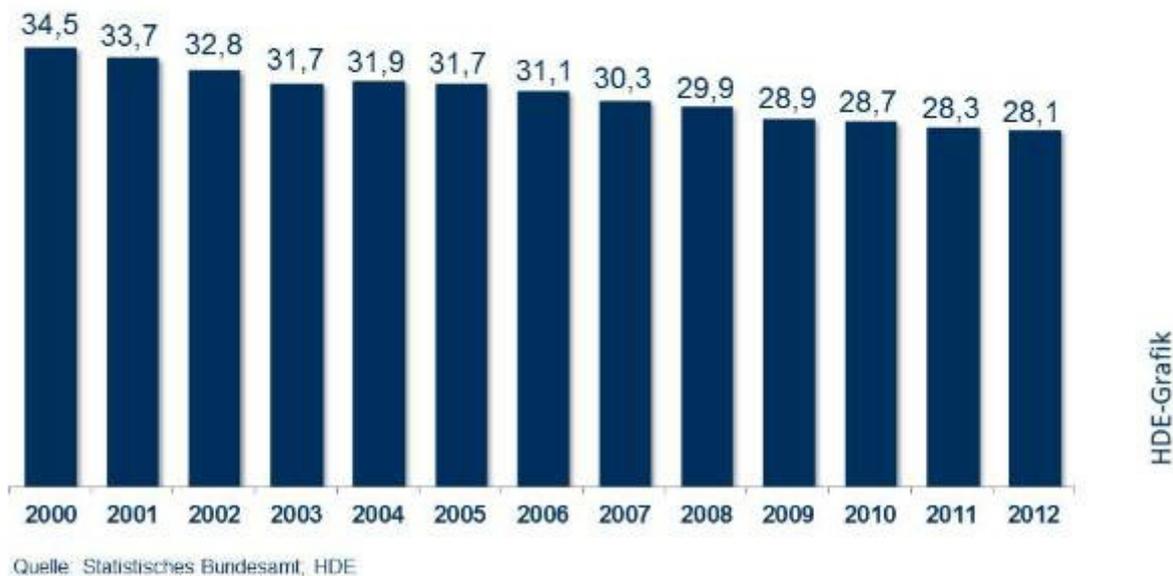


Abbildung 3: Sinkender Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum, Quelle: <http://www.einzelhandel.de/>

Eine grundlegende Determinante in der Entwicklung vom lokalen Einzelhandel ist das Nachfragerverhalten. Momentan lassen sich Trends beobachten, die den Anteil des Einzelhandels am privaten Konsum seit Jahren für rückläufig erklären (s. Abb. 3) und auf eine Polarisierung zwischen Gütern niedriger und hochwertiger Preisklasse (bis hin zu Luxusgütern) schließen lassen. Shopping-Center bieten den Nachfragern das, was der traditionelle innerstädtische Einzelhandel in dem Ausmaß nicht anbieten kann, nämlich kostenlose Parkplätze in ausreichender Anzahl, Sicherheit, Sauberkeit und einen ausgewogenen Branchen- und Mietermix. Daher sind kurzfristige Umsatzrückgänge in Shopping-Centern bei weitem nicht so groß wie beim Einzelhandel in der Innenstadt, zumal eine zentrale Koordinierungsstelle (Center-Management) das Angebot im jeweiligen Center steuern und somit flexibler auf Nachfrageveränderungen reagieren kann. (vgl. Brockhoff 2006, S. 94)

Ein weiterer wesentlicher Vorteil bei Shopping-Centern ist die Organisation der Händler innerhalb des Centers selbst. Während die Finanzierung zahlreicher Maßnahmen wie z. B. Events für die Kunden über gemeinschaftliche Einzahlungen der Mieter im Shopping-Center sichergestellt wird, ist die Durchsetzung einer derartigen Marketingstrategie auf der lokalen Ebene mit Konflikten und Problemen verbunden (s. dazu im untersuchten Fallbeispiel die Ergebnisse der Analyse in Abschnitt 5). Die erfolgreiche Durchführung einer gemeinsamen Strategie setzt gemeinsame Interessen, Motivation auf Seiten der Gewerbetreibenden und

eine einheitliche Organisation voraus, die in den meisten Fällen in den gewachsenen City-Lagen so noch nicht gegeben ist. Einen möglichen Lösungsansatz für eine einheitliche Organisation mehrerer Einzelhändler stellen in diesem Zusammenhang die Business Improvement Districts dar (s. Infobox 2).

2

### **Business Improvement Districts**

Business Improvement Districts (BIDs) wurden in den nordamerikanischen Städten als Antwort auf die ansteigende Konkurrenz durch einheitlich organisierte Shopping-Center ins Leben gerufen. Dabei gibt es keine einheitlich genaue Begriffsdefinition vom BID, zumal in den USA in den einzelnen Staaten zahlreiche BID-Gesetze mit vielfältigen Bezeichnungen existieren. Aus diesen Gründen ist es schwierig, eine allgemein gültige und genaue Definition von BIDs festzulegen (vgl. Vollmer 2011, S. 7 ff).

Wesentlich ist aber der Umstand, dass einige Merkmale typisch für BIDs sind. Da sind zum einen die räumliche Abgrenzung und die zusätzlichen Abgaben, die innerhalb dieser Gebiete erhoben werden. Zum anderen ist die Finanzierung von Leistungen materieller oder immaterieller Art, die zusätzlich zu denen der Stadt erbracht werden, ein typisches Merkmal für BIDs. Darüber hinaus sind eine gesetzliche Grundlage, auf dem die Regelungen und Aufgaben des BID festgelegt sind, und die Rolle der öffentlichen Hand bei der Einrichtung und Kontrolle des BID entscheidende Kriterien für eine Begriffsbestimmung. Auch in der deutschen Literatur sind Unschärfen bei der Definition vorhanden. Das Ministerium für Städtebau und Wohnen, Kultur und Sport (MSWKS) des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen hat für BIDs eine Definition gewählt, bei der vor allem die Rolle der Gemeinde auf die eines Mitteleinzugs- und Weiterleitungsmechanismus reduziert wird (vgl. ebd., S. 9):

„Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende zusammenschließen, um Maßnahmen zur Verbesserung ihres Umfeldes durchzuführen. Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt dabei über eine Sonderabgabe, die von der Gemeinde zusammen mit der Grundsteuer eingezogen und dem BID zur Verfügung gestellt wird.“ (MSWKS 2001, S. 11)

Zu beachten ist hierbei, dass mit dem Begriff Business Improvement District sowohl das Gebiet, die eine klar abgegrenzte Raumeinheit darstellt, als auch die Organisation, die dieses Gebiet verwaltet, bezeichnet werden kann (vgl. Vollmer 2011, S. 11).

### 3.2.2 Auswirkungen innerstädtischer Shopping-Center, oder: „Revitalisierung der City?“

Es ist unumstritten, dass für die Zentralität und Urbanität von Städten ein funktionierender Einzelhandel prägend ist (vgl. Krüger, Walther 2007, S. 191). Als Antwort der Städte auf den Trend in der Wirtschaft seit den 1970er-Jahren, Einzelhandelsangebote nicht im Zentrum, sondern an nicht integrierten Stadtrandlagen anzusiedeln, wurden Shopping-Center seit Mitte der 90er-Jahre verstärkt in den Innenstädten errichtet (s. Abb. 4). Von den ca. 450 Shopping-Centern in Deutschland ist derzeit rund die Hälfte in innenstädtischen Lagen zu finden (vgl. BBSR 2013, S. 5).

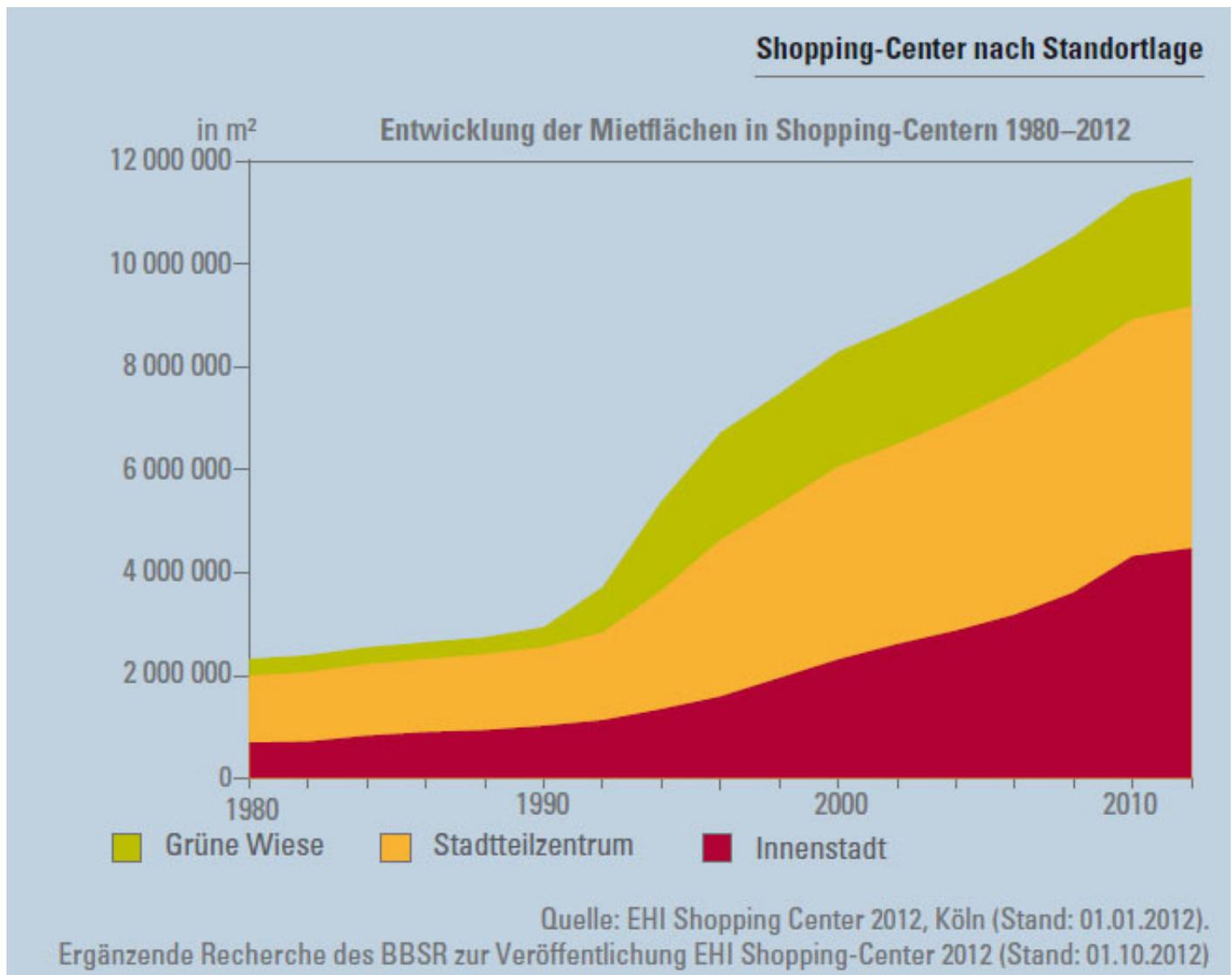


Abbildung 4: Shopping-Center nach Standortlage, Quelle: BBSR 2013

Gemeinhin werden Shopping-Center in der Gesellschaft begrüßt. Das Hauptargument der Befürworter ist hierbei, dass diese im Stande sind, die Probleme der Innenstädte zu lösen. Hinzu kommen, dass der traditionelle und lokale Einzelhandel sich vielerorts schwer tut, neuen Herausforderungen in der Handelslandschaft nachhaltig zu begegnen, und die Nachfrager selbst das komplette Angebot der Shopping-Center suchen.

(vgl. Junker 2006b, S. 109 ff)

Zusammenfassend kann man festhalten, dass die wichtigsten Ziele einer Shopping-Center-Ansiedlung in innerstädtischen Lagen aus kommunaler Sicht die Erhöhung der Kaufkraftbindung und Zentralität sowie Steigerungen des Umsatzes für den Einzelhandel sind. Darüber hinaus werden größere Flächen für den Einzelhandel bereitgestellt, um neue Angebotsformen zu ermöglichen und die Vielfalt und Qualität des Angebots zu erhöhen.

(vgl. Beckmann et al. 2008, S. 9)

### 3.3 Im Herzen Billstedts: Das Billstedt-Center

Im Hamburger Stadtteil Billstedt (Bezirk Hamburg-Mitte) wurde im Jahre 1997 nach einer umfassenden Modernisierung und Erweiterung auf die jetzige Verkaufsfläche von rund 40.000 m<sup>2</sup> mit drei Verkaufsebenen das Billstedt-Center neu eröffnet (vgl. ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG). Zuvor wurde das Center auf einer kleineren Fläche erstmals im Jahre 1969 errichtet.

Das Center grenzt nördlich an den Billstedter U-Bahnhof (Linien U2 und U4), östlich an das Kundenzentrum Billstedt (Bezirksamt), südöstlich an die Fußgängerzone der Möllner Landstraße und südwestlich an die Billstedter Hauptstraße. Westlich des Centers ist eine reine Wohnbebauung zu finden. Das Billstedt-Center ist über vier Haupteingänge für die Besucher erreichbar (s. Abb. 5 bis 7). Zwei Eingänge sind nach Süden hin zur Billstedter Hauptstraße und zur Fußgängerzone der Möllner Landstraße gerichtet, während im Osten ein weiterer Zugang vom großflächigen Wochenmarktplatz (ebenfalls Möllner Landstraße) existiert. Der vierte und durch die optimale Erschließung mit dem angrenzenden Bus- und U-Bahnhof häufigsten benutzte Eingang ist am nördlichen Ausläufer der Center-Ladenstraße zu finden.



Besucher mit einem Pkw können auf 1.500 Stellplätze in zwei Parkhäusern auf acht Ebenen zurückgreifen, von denen sie einen direkten Zugang zu den Ladenstraßen des Centers haben. Das Billstedt-Center und seine Geschäfte haben Montag bis Samstag von 09:30 Uhr bis 20:00 Uhr geöffnet.

Abbildung 5: Das Billstedt-Center, nördlicher Ausgang, Quelle: <http://www.pro-wohnen.de/>

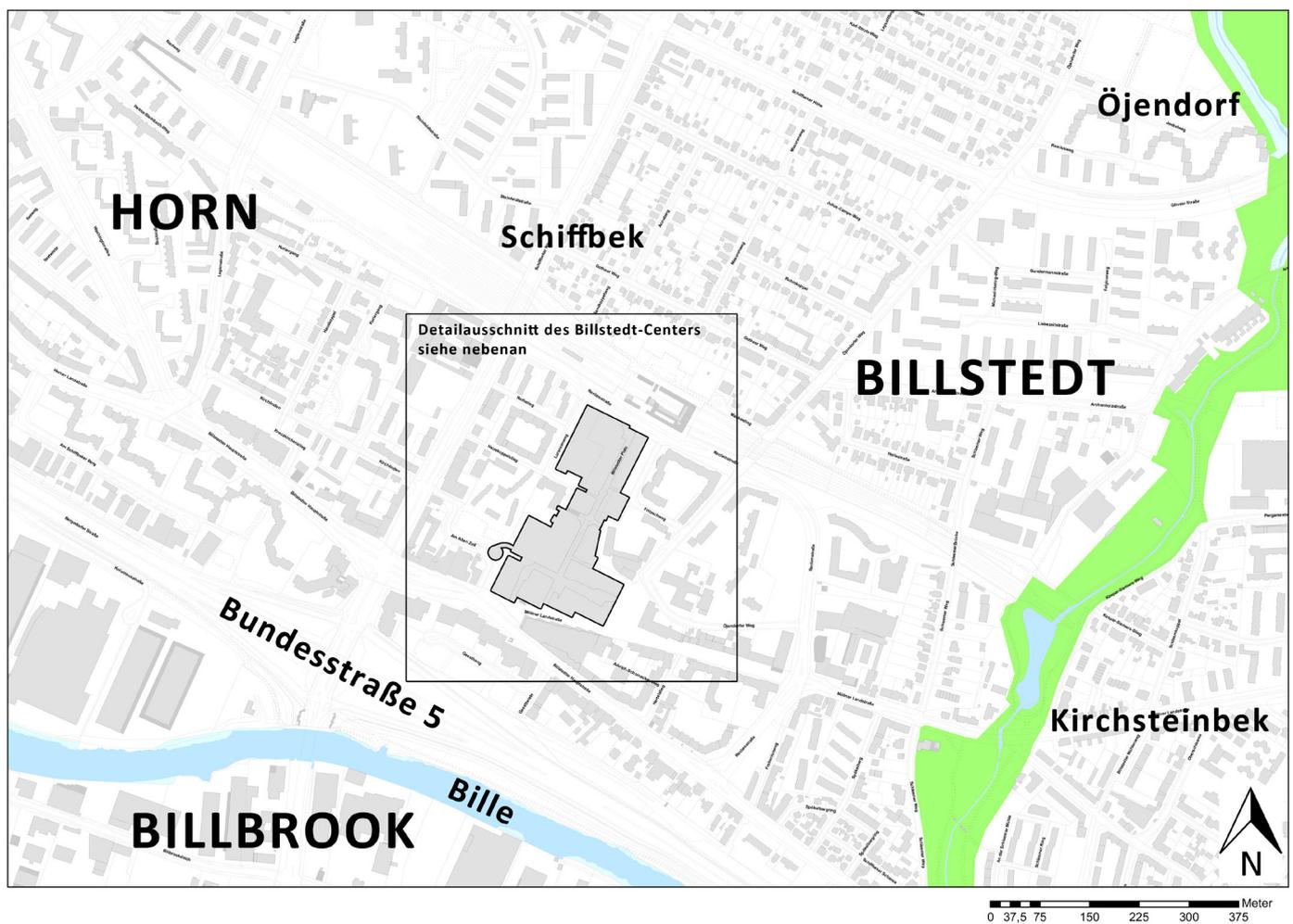


Abbildung 6: Das Billstedt-Center in Hamburg-Billstedt, Kartengrundlage: ALKIS 2010

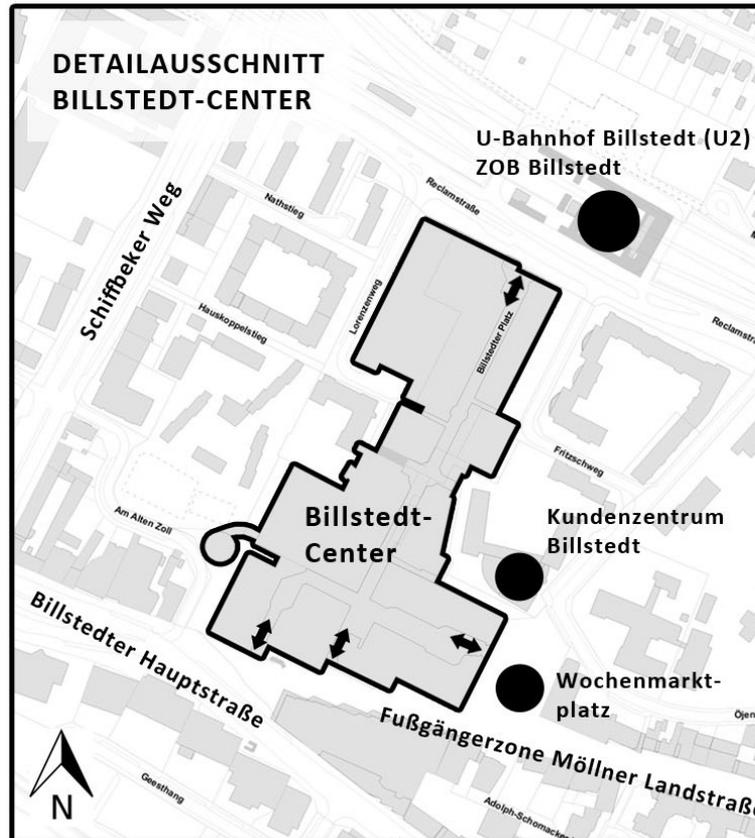


Abbildung 7: Detailausschnitt Billstedt-Center, Kartengrundlage: ALKIS 2010

### 3.3.1 Thematische Einordnung des Billstedt-Centers

Nach Lademann (2011, S. 8) werden vier verschiedene Formen von Einkaufszentren unterschieden, deren Systematisierung anhand der angebotenen Sortimente unterschieden wird:

- Shopping-Center (Shopping-Malls, Galerien und Passagen ...)
- Fachmarktzentren
- Urban-Entertainment Center
- Sonderformen (z. B. Nahversorgungszentren)

Das Billstedt-Center ist gemäß der nach dem angebotenen Sortiment unterschiedenen Kategorisierung in den Bereich der Shopping-Center, genauer Shopping-Malls, einzuordnen. Das Center ist als eine von der ECE Projektmanagement geleitete, zusammenhängende und überdachte Immobilie durch einen „umfangreichen Mieter-, Betriebsgrößen- und Branchenmix“ charakterisiert (vgl. Lademann 2011, S. 9).

Bereits ein erster grober Einblick in das vorhandene Sortiment im Billstedt-Center lässt Rückschlüsse darauf zu, dass die Einordnung in den Bereich der Shopping-Malls zutrifft. Im Center liegt der Sortimentsschwerpunkt, wie es auch die genaue Bestandsaufnahme in Abschnitt 4 zeigen wird, auf „Shopping-Gütern“, die in die übergeordnete Kategorie der zentrentypischen Sortimente eingeordnet werden können. Zentrentypische Sortimente umfassen demnach Güter, die vor allem in zentralen Standortlagen (Billstedt als Hamburger Neben-zentrum) angeboten werden. Fehlende Transportsensitivität und hohe Handelsspannen gehören in erster Linie zu den Eigenschaften von diesen Gütern (vgl. *Lademann 2011, S. 11*). Bekleidung, Spiel- und Schreibwaren sowie Uhren & Schmuck sind einige Beispiele für diese Güter.

Zu erwähnen ist hierbei allerdings, dass dieses Angebot an „Shopping-Gütern“ andere Sortimente nicht kategorisch ausschließt, sondern lediglich einen Schwerpunkt setzt. Vielmehr ist es in der aktuellen Center-Landschaft so, dass auch nichtzentrentypische (z. B. Gartengeräte, Wohnmöbel, Autozubehör) und nahversorgungstypische Sortimente (u.a. Lebensmittel, Blumen, Genussmittel) angeboten werden - so auch im Billstedt-Center.

# 4. Bestandsaufnahme

Während der Untersuchungen im Rahmen dieser Bachelorthesis wurde für die Analyse des lokalen Gewerbes im Billstedter Zentrum in der unmittelbaren Umgebung des Billsstedt-Centers eine ausführliche Bestandsaufnahme durchgeführt. In diesem Abschnitt werden zunächst der Stadtteil Billstedt, in dem das Untersuchungsgebiet liegt, in einer Gesamtbeurteilung und die Angebotssituation des Billstedter Zentrums vorgestellt. Diese ist in die Laden- und Gastronomiezeile an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße auf der einen sowie in das Shopping-Center auf der anderen Seite unterteilt. Abschließend wird die Nachfragesituation im Raum Billstedt dargestellt, um dann mit diesen Daten die Analyse im fünften Abschnitt einzuleiten.

## 4.1 Der Hamburger Stadtteil Billstedt

Im Osten Hamburgs liegt an der Grenze zum Bundesland Schleswig-Holstein der Stadtteil Billstedt. Im Bezirk Hamburg-Mitte gelegen, umfasst Billstedt eine Fläche von ca. 16,8 km<sup>2</sup>, in denen Ende 2011 ca. 69.000 Einwohner lebten. Das entspricht einer Bevölkerungsdichte von rund 4.123 Einwohnern pro km<sup>2</sup>. Billstedt gehört somit zu den am dichtesten bewohnten Stadtteilen von Hamburg, wo der Durchschnitt bei ca. 2.331 Einwohnern pro km<sup>2</sup> liegt (vgl. *Statistikamt Nord, 2011*).

Billstedt selbst besteht aus den ehemaligen preußischen Dörfern Schiffbek, Kirchsteinbek und Öjendorf, aus deren Zusammenschluss im Jahre 1928 die damalige Großgemeinde und der heutige Stadtteil mit dem Namen Billstedt hervorging. Zehn Jahre später wurde Billstedt nach Hamburg eingemeindet. Vor allem zwischen den 1960er- und 1980er-Jahren stieg die Einwohnerzahl Billstedts enorm an, als zahlreiche Großsiedlungen an verschiedenen Orten des Stadtteils errichtet wurden. Durch ihre Größe mit ca. 7.000 Wohneinheiten sticht dabei die Siedlung Mümmelmansberg, welche Ende der 70er-Jahre komplett fertiggestellt wurde, besonders hervor. Außerdem wurden Ende der 1960-Jahre das Einkaufszentrum in Billstedt nördlich der Billstedter Hauptstraße und der heute noch stark frequentierte U-Bahnhof Billsstedt nördlich des Einkaufszentrums errichtet. (vgl. *Geschichtswerkstatt Billstedt*)

Heute grenzt Billstedt im westlichen Teil an den ebenfalls dicht bebauten Stadtteil Horn. Nördlich von Billstedt liegen jenseits der Autobahn A 24 Marienthal und Jenfeld, während im Osten die Gemeinden Barsbüttel und Oststeinbek des Kreises Stormarn (Bundesland Schleswig-Holstein) die Grenze bilden. Die Hamburger Stadtteile Lohbrügge, Billwerder und Billbrook liegen an der südlichen Grenze von Billstedt (s. Abb. 8).

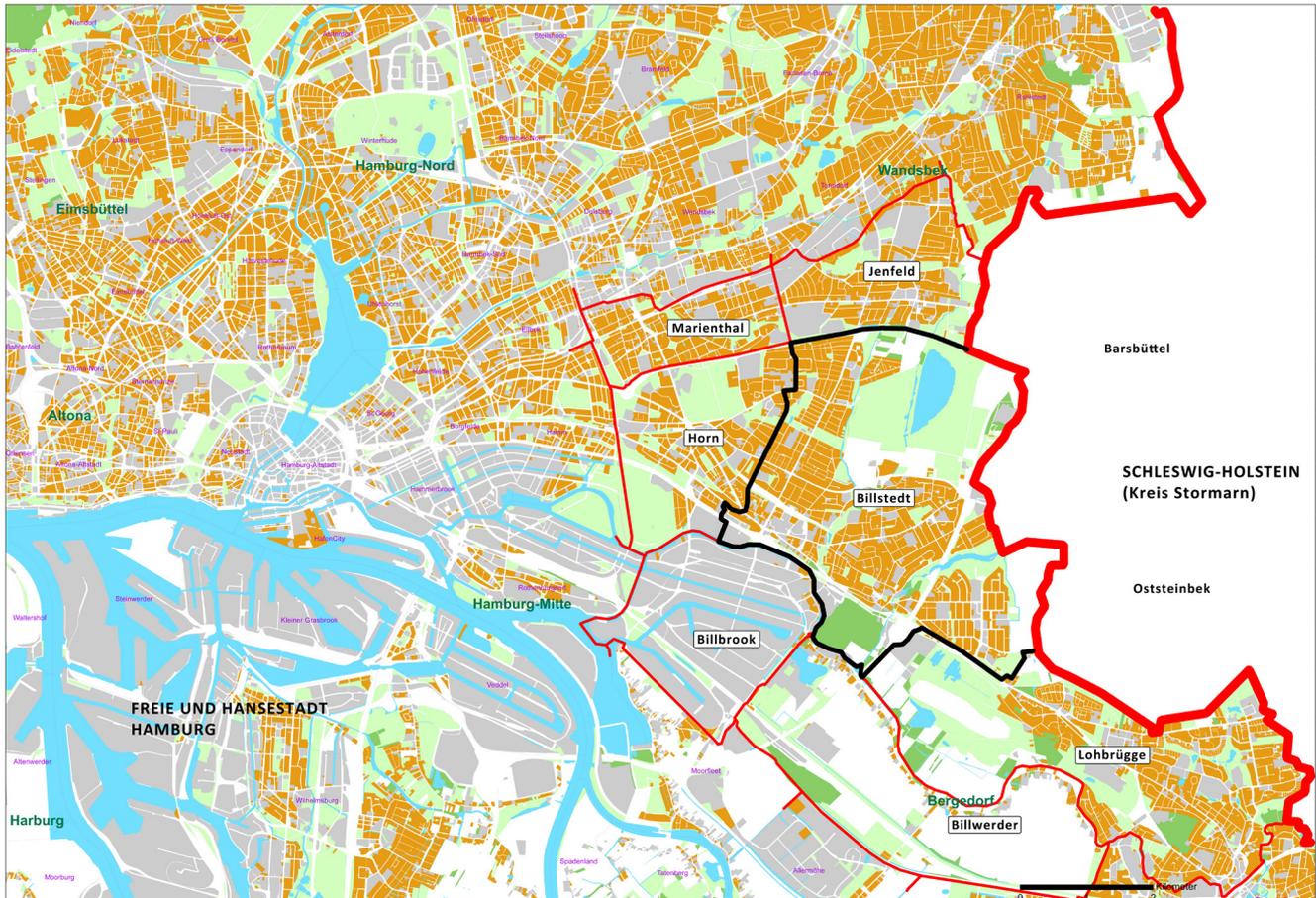


Abbildung 8: Lage Billstedts im Osten Hamburgs, Kartengrundlage: ALKIS 2010

Städtebaulich betrachtet ist in Billstedt eine sehr heterogene Struktur zu finden. Im westlichen Teil an der Grenze zu Horn dominiert eine niedriggeschossige Bauweise früherer Arbeitersiedlungen mit größtenteils Zeilen- und Reihenhausbebauung. Die nördliche Siedlung Öjendorf besteht hauptsächlich aus dem Öjendorfer Friedhof, der zweitgrößte Friedhof in Hamburg, und dem Öjendorfer Park mit dem gleichnamigen See. Südlich vom Öjendorfer Park ist bis zum Billstedter U-Bahnhof eine offene Bauweise mit zahlreichen Einfamilienhäusern zu finden. Das Gewerbe (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) Billstedts ist im zentralen Gebiet zwischen dem Bahnhof und der Billstedter Hauptstraße konzentriert. Hier ist auch eine typische Stadtteilkernbebauung mit mehrgeschossigen Häusern zu finden. In den einzelnen Quartieren Billstedts sind auch Nahversorgungszentren mit grundlegenden

Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten angesiedelt. Der südöstliche Teil des Stadtteils wird von der bereits erwähnten Großwohnsiedlung Mümmelmansberg eingenommen. Südlich der Billstedter Hauptstraße liegt die stark befahrene Bundesstraße B5, über die innerhalb weniger Minuten die Hamburger Innenstadt im Westen bzw. der Bezirk Bergedorf im Südosten erreicht werden kann. Die südliche Grenze zum Industriegebiet von Billbrook und Billwerder bildet der Fluss Bille.



Abbildung 9: Einfamilienhausgebiet im zentralen Billstedt, Quelle: Eigene Aufnahme 2013



Abbildung 10: Der Billstedter U-Bahnhof,  
Quelle: <http://www.pro-wohnen.de/>



Abbildung 11: Der Öjendorfer See,  
Quelle: <http://www.pro-wohnen.de/>

Im Kapitel 4.3 dieses Abschnittes wird die Bevölkerungsstruktur von Billstedt näher erläutert.

### 4.1.1 Entwicklungen im Billstedter Zentrum

Die bedeutsamen Entwicklungen im Billstedter Zentrum, die bis heute das Stadtteilzentrum prägen, setzten vor allem ab der Eröffnung der U-Bahn und des Einkaufszentrums im Jahr 1969 ein. Das Einkaufszentrum bildete ab den 1970er-Jahren einen starken Konkurrenten zum kleinteiligen Einzelhandel an der Billstedter Hauptstraße, so dass hier ein Niedergang einsetzte. Diese negative Entwicklung im Einzelhandel wurde zudem von der neuen Ausrichtung des Stadtteilzentrums an den Erfordernissen des Straßenverkehrs verstärkt. So entstand u. a. die stark befahrene Kreuzung Schiffbeker Weg/Billstedter Hauptstraße (s. Abb. 13). Auch auf städtebaulicher Ebene erfuhr das Zentrum gravierende Veränderungen. In den späten 1970er-Jahren wurden an den Südseiten der Billstedter Hauptstraße massive Gebäudestrukturen realisiert (vgl. *Geschichtswerkstatt Billstedt*).

Den Auftakt zu dieser grundlegenden Neubebauung bildete das heutige Hotel mit 12 Geschossen an der Billstedter Hauptstraße. Dahinter wurden stadteinwärts umfangreiche Plattenbauten mit mehreren hundert Wohnungen realisiert. Auf der Nordseite der Hauptstraße wurde zwischen dem Schiffbeker Weg und der Legienstraße das neungeschossige Legi-center errichtet. Anfang der 1990er-Jahre wurde an der Einmündung der Fußgängerzone in die Billstedter Hauptstraße ein achtgeschossiger Bau errichtet. Dieser Gebäudekomplex hatte bis vor einigen Jahren noch mit starken strukturellen Problemen zu kämpfen, da sich die Vermietung der Ladenflächen als äußerst schwierig erwies. Erst nach dem Eigentümerwechsel im Jahr 2007 wurde das Gebäude schließlich grundlegend saniert. Es konnten im Anschluss zahlreiche attraktive Mieter gewonnen werden. Heute sind u. a. ein Sportstudio, ein Spielartikelhändler und ein Restaurant in diesem Gebäude anzufinden (s. Kapitel 4.2.2) (vgl. *ebd.*).

## 4.2 Die Angebotssituation im Billstedter Zentrum

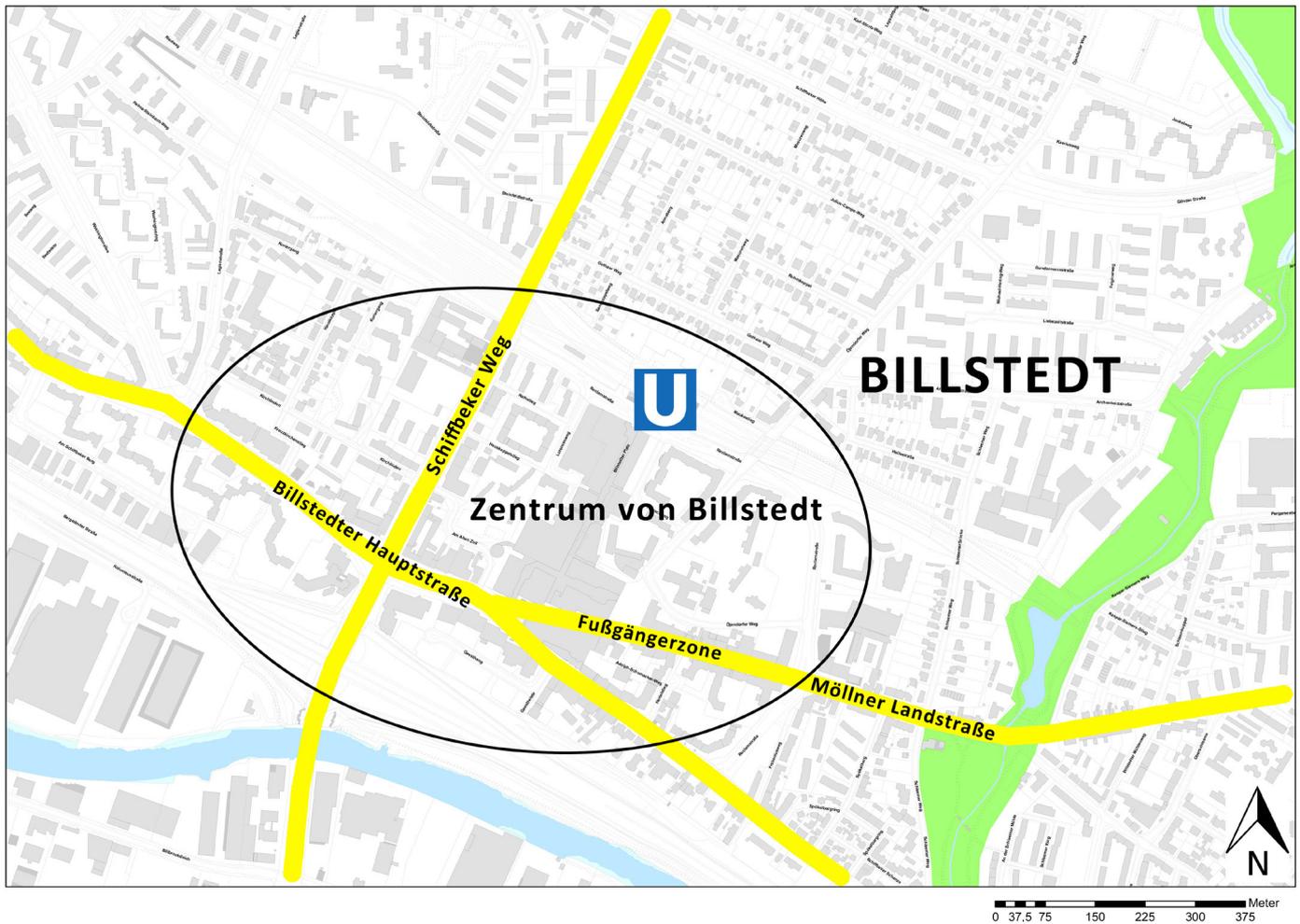


Abbildung 12: Das Zentrum von Billstedt, Kartengrundlage: ALKIS 2010

Wie bereits erwähnt konzentriert sich das Gewerbe in Billstedt hauptsächlich im Kerngebiet zwischen dem U-Bahnhof Billstedt und der Billstedter Hauptstraße. Das Hauptaugenmerk der Untersuchung liegt somit auf diesem Gebiet, wobei sich die folgende Bestandsaufnahme auf den zentral gelegenen Gewerbestandort einschließlich der Einmündung der Schiffbeker Höhe in die Billstedter Hauptstraße im Westen und der Fußgängerzone der Möllner Landstraße im Osten beschränkt. Räumlich zentral ist hierbei das Billstedt-Center zu finden. Insgesamt ist das untersuchte Gebiet rund 11 ha groß (Grundfläche brutto).



Abbildung 13: Die Kreuzung Schiffbeker Weg/Billstedter Hauptstraße, Quelle: <http://www.pro-wohnen.de/>

Das sogenannte Legiencenter an der Ecke Billstedter Hauptstraße/Legienstraße wurde hierbei nicht berücksichtigt, da die direkte räumliche Nähe zum Billstedt-Center nicht gegeben ist und die Stadtteilverwaltung die Entwicklung des Legiencenters vom Billstedter Zentrum auch thematisch abgekoppelt hat. Des Weiteren ist im Billstedter Zentrum an der nordwestlichen Grenze am Schiffbeker Weg und an der östlichen Grenze an der Reclamstraße jeweils ein Discounter zu finden. Auch diese Handelseinrichtungen wurden bei der Bestandsaufnahme nicht berücksichtigt, da der Fokus in der Wechselwirkung zwischen dem Shopping-Center und dem direkt angrenzenden Gewerbe liegt. In der Bestandsanalyse im nächsten Abschnitt hingegen werden diese beiden für die lokale Ökonomie wichtigen Verkaufseinrichtungen berücksichtigt. In der folgenden Abbildung sind die genannten Gebiete grafisch dargestellt.

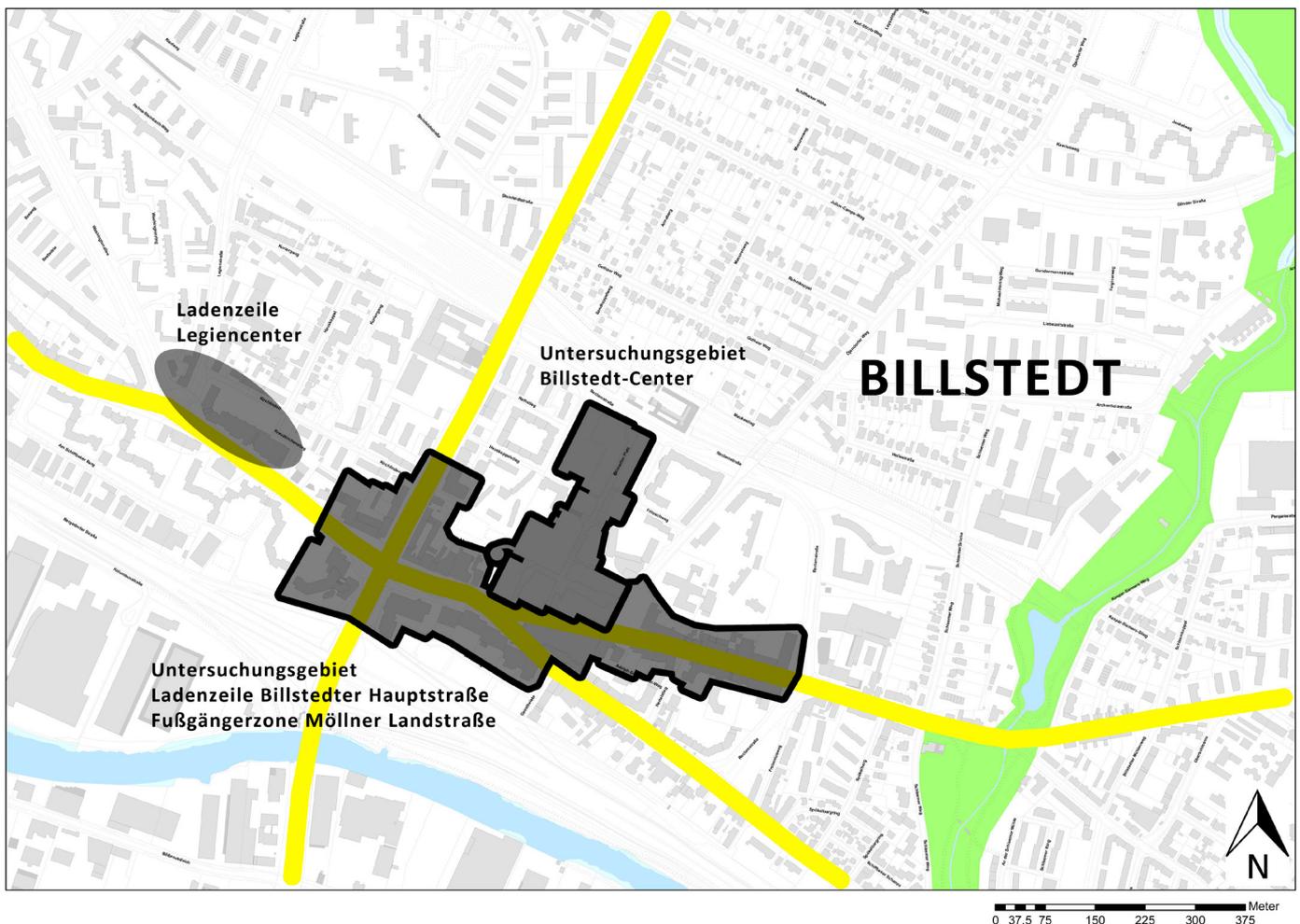


Abbildung 14: Das gesamte Untersuchungsgebiet, Kartengrundlage: ALKIS 2010

Methodisch wurde eine reine Bestandsaufnahme mit Zählung der auffindbaren Angebote im Einzelhandel, in der Gastronomie sowie in weiteren Dienstleistungen wie beispielsweise Handwerksdienstleistungen durchgeführt. Die Ergebnisse wurden in übergeordnete Kategorien zusammengefasst, um einen besseren Überblick zu ermöglichen. Die Kategorisierung orientiert sich dabei an der im Jahre 2002 durchgeführten Einzelhandelsuntersuchung

von Monika Popp im Rahmen der „Geographischen Handelsforschung“ (s. Popp 2002, S. 163 ff). Die folgende Tabelle gibt einen Einblick in die festgelegten Kategorien während der Bestandsaufnahme.

Kategorie	Beispiele
<b>EINZELHANDEL</b>	
Bekleidung, Textilien, Schuhe	Schuh-, Klamotten-, Modegeschäfte...
Buchhandlung	Büchereien...
Drogerie	Drogeriefachgeschäfte...
Elektro, Computer, Kommunikation	Elektrofachmarkt, Handy-Shops...
Freizeitbedarf	Angel-, Bastelgeschäft, Modelleisenbahnen...
Geschenkartikel und Wohnaccessoires	Dekorier-, Geschenkartikelgeschäfte...
Haushaltswarendiscounter	Ein-Euro-Shops, Euro-Discounter...
Hausrat und Wohnbedarf	Gardinen-, Kleinmöbelgeschäft...
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittelgeschäfte, Supermärkte, Discounter, Bäckereien, Fleischereien...
Papier- und Schreibwaren	Kiosk, Zeitschriftenhändler...
Parfümerie	Parfümerien...
Spiel- und Sportartikel	Spielwaren-, Sportartikelgeschäfte...
Uhren, Schmuck	Juwelier, Accessoires, Uhrengeschäfte...
Warenhaus	Warenhäuser...
Sonstiges	Blumengeschäfte, Zoofachgeschäfte...

Kategorie	Beispiele
<b>GASTGEWERBE</b>	
Beherbergung	Hotels, Gaststätten, Pensions...
Gastronomie	Restaurants mit Bedienung...
Kleingastronomie	Kneipen, Cafés, Bars, Imbissbuden...
<b>DIENSTLEISTUNGEN</b>	
Finanzen	Bankfilialen, Kreditbüros...
Gemeinschaftliche Einrichtungen/ Vereine	Moscheen, Kulturvereine, Kitas, öffentl. Bücherhallen...
Gesundheit	Apotheken, Optiker, Sanitätshäuser...
Handwerk	Friseursalons, Nagelstudios, Schlosser, Graveur...
IT	Internetcafés, Copy-Shops, Fotostudios...
Post	Postfilialen, Versandannahmestellen...
Vergnügung	Spielhallen, Wettbüros, Veranstaltungszentren...
Versicherungen	Versicherungsfilialen...
Sonstiges	Sonnenstudios, Fitness-Studios, Bestattungsinstitut, Reisebüros, Fahrschulen...

Tabelle 1: Kategorisierung des Gewerbes für die Bestandsaufnahme

Zur besseren Lesbarkeit sind in der textlichen Beschreibung der aufgenommenen Angebote die Zahlen 2 bis 12 nicht ausgeschrieben worden.

### 4.2.1 Das Billstedt-Center

Die Angebotsstruktur im Billstedt-Center wurde Anfang September 2013 ermittelt. Es wurden insgesamt 112 Läden im Shopping-Center gezählt. Für die räumliche Verteilung und für die Wahl der angebotenen Güter und Dienstleistungen (Branchenmix) ist das Center-Management des ECE zuständig. Grundlegende Informationen über das Billstedt-Center aus dem Experteninterview sind in Infobox 3 aufgeführt. Weiterführende Erkenntnisse auch hinsichtlich der Beziehung zum umliegenden Gewerbe im Billstedter Zentrum sind in die Ergebnisse der Analyse (s. Abschnitt 5) geflossen.

### Center-Management im Billstedt-Center

Das Center-Management des Billstedt-Centers ist seit 1989 im Stadtteil tätig. Bevor das Shopping-Center seine heutige, baulich zusammenhängende Gestalt annahm, bestand die jetzige Center-Fläche Ende der 1980er-Jahre aus zwei großen Blöcken: Eine geschlossene Bebauung mit einzelnen Verkaufseinrichtungen bildete den südlichen Teil der Fläche, während eine offene Ladenstraße dieses kleine Einkaufszentrum mit dem U-Bahnhof nach Norden hin verband. Als das Center-Management der ECE 1989 die Leitung des geschlossenen Teils und ein Jahr später auch die des offenen Teils der Gewerbefläche übernahm, wurde nach der Ausweitung des Einzugsgebietes und nach der baulichen Zusammenführung der beiden Einkaufspassagen im Jahre 1995 schließlich zwei Jahre später, 1997, das Billstedt-Center in seiner heutigen Gestalt eröffnet.

Vor der Management-Übernahme durch die ECE sei das Angebot des ursprünglichen Einkaufszentrums größtenteils auf den kurzfristigen Bedarf der ansässigen Bevölkerung, ähnlich eines Nahversorgungszentrums, gerichtet gewesen. Nach der großen Wiedereröffnung 1997 habe sich das Angebot des Billstedt-Centers vermehrt dem mittelfristigen Bedarf zugewendet, zumal ein vergrößertes Einzugsgebiet diese Entwicklung begünstigte. Seitdem habe sich das Shopping-Center im Hamburger Osten etabliert und könne inzwischen ein Einzugsgebiet mit rund 900.000 Einwohnern vorweisen. Räumlich ausgedrückt entspräche das dem gesamten östlichen Bereich Hamburgs mit großen Teilen von Hamburg-Bergedorf und Hamburg-Wandsbek sowie zahlreichen Gemeinden und Städten in Schleswig Holstein.

In seinen eigentlichen Aufgaben ist das heutige Center-Management für die einheitliche Organisation der Mieter und Händler, für die Neuvermietung von in Zukunft frei werdenden Flächen und mit der allgemeinen Stadtteilentwicklung (z. B. durch die Beteiligung an Veranstaltungen wie der BilleVue) beschäftigt. Darüber hinaus steuert das Management auch zukünftige Entwicklungslinien des gesamten Centers. Derzeit herrsche in der Mieterstruktur eine relativ geringe Fluktuationsrate; die aktuelle Gesamtsituation bei den Händlern sei sehr positiv einzuordnen. Bei grundlegenden Veränderungen in der Verkaufsflächenstruktur werden rechtzeitig Gespräche mit den Mietern geführt und so über Wünsche und Vorstellungen diskutiert.

Weitere Informationen aus dem Gespräch sind in die Analyseergebnisse in Abschnitt 5 eingebaut.

Ein erster Überblick über das Angebot im Billstedt-Center lässt erkennen, dass der Großteil der vorhandenen Händler Güter mit einem aperiodischen Bedarf anbietet. Im Gegensatz zum periodischen Bedarf, auch täglicher Bedarf genannt, bei dem alle Waren mit einem kurzfristigen Beschaffungsrhythmus gekennzeichnet sind (z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel), bezeichnet der aperiodische Bedarf alle weiteren Güter mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus. Dazu gehören beispielsweise Textilprodukte, Einrichtungsgegenstände oder auch elektronische Erzeugnisse (*vgl. GIF 2000, S. 7*).

Im Billstedt-Center liegt der Schwerpunkt der Angebotsstruktur im Bereich der Textilprodukte. Dabei bildet der Bereich der Bekleidung und Schuhe den Großteil der angebotenen Güter. In Zahlen ausgedrückt sind das von den 112 Angeboten insgesamt 30 Geschäfte (ca. 27 %), die in die Kategorie der Bekleidung, Textilien und Schuhe zugeordnet werden können. Es werden im Textilbereich Waren der niedrigen bis mittleren und vereinzelt auch hohen Preisklasse angeboten, wobei die Angebote in den niedrigen bis mittleren Preisklassen den Großteil ausmachen. Ein filialisierter Textilhändler (mittlere Preisklasse) mit einer vergleichsweise großen Verkaufsfläche ist als Ankerbetrieb am südöstlichen Ausgang des Billstedt-Centers zu finden. Alle anderen Händler sind auf zwei Ebenen über das gesamte Center verteilt.

Der weitere Einzelhandel mit Gütern des aperiodischen Bedarfs umfasst eine breite Palette an zahlreichen Angeboten. Hervorzuheben sind hierbei die Geschäfte, die Produkte im Bereich „Elektro, Computer und Kommunikation“ anbieten. Insgesamt wurden hier 8 Geschäfte (7 %) gezählt, von denen ein Geschäft ein großflächiger und filialisierter Fachmarkt ist und 6 weitere Geschäfte, sogenannte Handy-Shops, die ausschließlich Produkte im Kommunikationsbereich anbieten. Der Elektronikfachmarkt ist auf den südlichen Ausgang des Centers gerichtet.

Des Weiteren sind auch Anbieter von Uhren und Schmuck im Billstedt-Center zu finden. Insgesamt sind 6 Geschäfte in diese Kategorie einzuordnen, wobei jedes Geschäft eine vergleichsweise geringe Verkaufsfläche vorweisen kann. Im Center sind neben den Uhren- und Schmuckhändlern auch 2 Spiel- und Sportartikelhändler, eine Parfümerie, 3 Anbieter von Geschenkartikeln und Wohnaccessoires sowie 2 Haushaltswarendiscounter zu finden. Alle Händler in diesen Bereichen bieten Produkte der unteren bis mittleren Preisklasse an, wobei die Uhren- und Schmuckhändler sowie die Parfümerie auch höherwertige Güter im Sortiment haben.

Vergleichsweise hervorstechende Verkaufsflächen nehmen 2 filialisierte Warenhäuser ein, die ein breites Angebot an allen möglichen Gütern des aperiodischen Bedarfs abdecken. Hierzu gehören neben Geschenkartikeln und Wohnaccessoires auch Uhren und Schmuck sowie Bekleidung, Schuhe und Haushaltsartikel. Abschließend im Bereich der Güter vom mittel- bis langfristigen Beschaffungsrhythmus sind 2 Buchhandlungen zu nennen, die jeweils am südlichen und am nördlichen Ausgang des Billstedt-Centers zu finden sind.

Wie bereits im Kapitel 3.3 in dieser Ausarbeitung erwähnt, sind auch einige Angebote von Gütern des periodischen Bedarfs im Billstedt-Center anzufinden. 11 von den gezählten 112 Geschäften (ca. 10 %) bieten vorwiegend Nahrungs- und Genussmittel an. Dabei fungieren ein Vollsortimenter am nördlichen Ausgang des Centers und ein Lebensmittel-Discounter am südlichen Ausgang als Magnetbetriebe. Diese Anordnung von Geschäften mit Lebensmittelangeboten an den Ein- bzw. Ausgängen eines Shopping-Centers sind grundlegende Merkmale der Gestaltung. Diese Betriebe bieten Güter mit einem kurzfristigen Beschaffungsrhythmus an, so dass eine regelmäßige und hohe Frequenz von Besuchern an den Eingängen der Shopping-Center erzeugt wird und diese durch die räumliche Geschlossenheit dazu animiert werden, andere Händler (aperiodischer Bedarf) im gleichen Gebäude aufzusuchen: „Wenn ich schon einmal hier bin, kann ich auch gleich ... besorgen.“ Alle anderen Nahrungs- und Genussmittelhändler sind Läden mit vergleichsweise kleineren Verkaufsflächen und bieten bestimmte ausgewählte Produkte an, z. B. Bäckerei oder Fleischerei.

Am nördlichen Ausgang des Billstedt-Centers ist neben dem Vollsortimenter eine Filiale einer bekannten Drogeriekette zu finden. Auch dieser Händler dient als Magnet für Kunden, die vom Billstedter U-Bahnhof den direkten Eingang ins Center nutzen. Ein weiteres Drogeriegeschäft ist zentral im Center zu finden. An den Ein- und Ausgängen sind zusätzlich noch Papier- und Schreibwarenhändler zu finden, die ebenfalls in die Kategorie des periodischen Bedarfs zugeordnet werden können. 2 Apotheken sowie 2 Blumenhändler schließen den Bereich der Güter mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus ab.

Neben dem bisher aufgezählten Einzelhandel sind im Billstedt-Center auch zahlreiche Dienstleistungsangebote zu finden. Zu nennen sind hierbei insgesamt 5 Finanzdienstleister und ein Anbieter von Versicherungsdienstleistungen. Das größere Angebot ist allerdings in den Bereich der Handwerksdienstleistungen einzuordnen (8 Geschäfte, ca. 7 %). 5 Geschäfte davon bieten Friseurdienstleistungen (niedriges bis mittleres Preisniveau) an, während die restlichen 3 Geschäfte jeweils ein Textilpfleger, ein Nagelstudio sowie ein Schlosser sind. 2 weitere Dienstleister (Fotostudio und Copy-Shop) runden den Bereich der Dienstleistungen im Billstedt-Center ab.

Als dritte übergeordnete Kategorie im Billstedt-Center ist das Gastronomieangebot abzugrenzen. Mit 13 Angeboten (ca. 12 %) ist dieser Bereich stark vertreten, wobei lediglich ein italienisches Restaurant mit separater Bedienung am Tisch zu finden ist. Alle übrigen Gastronomieangebote sind entweder filialisierte Schnellimbissgeschäfte oder Eiscafé (mit und ohne Bedienung am Tisch). Auffallend ist hierbei, dass im Gegensatz zu den Gastronomieangeboten an der Billstedter Hauptstraße (s. Kapitel 4.2.2) im Billstedt-Center kein bestimmter Zielgruppenansatz verfolgt wird, sondern ein breit gefächertes Gastronomieangebot für alle möglichen Zielgruppen zu finden ist.

Zusammenfassend kann man festhalten, dass das Billstedt-Center ein vielfältiges Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot vorweisen kann. Im Einzelhandel sind neben den zahlreichen Angeboten des aperiodischen Bedarfs auch für die Kundenfrequenz wichtige Güter des periodischen Bedarfs zu finden, wobei der Schwerpunkt der dargebotenen Ware in der mittleren Preisklasse liegt. Ein breit gefächertes Gastronomieangebot und weitere Dienstleistungen wie beispielsweise Friseure schließen den Branchenmix im Billstedt-Center ab. Eine Übersicht über die aufgenommenen Angebote im Billstedt-Center ist in der folgenden Tabelle den Kategorien nach geordnet aufgelistet und in einem Diagramm dargestellt.

Kategorie	
EINZELHANDEL	Anzahl Geschäfte
Bekleidung, Textilien, Schuhe	30
Buchhandlung	2
Drogerie	2
Elektro, Computer, Kommunikation	8
Freizeitbedarf	0
Geschenkartikel und Wohnaccessoires	3
Haushaltswarendiscounter	2
Hausrat und Wohnbedarf	0
Nahrungs- und Genussmittel	11
Papier- und Schreibwaren	3
Parfümerie	1
Spiel- und Sportartikel	2
Uhren, Schmuck	6
Warenhaus	2
Sonstiger Einzelhandel	4

Kategorie	
GASTGEWERBE	Anzahl Geschäfte
Beherbergung	0
Gastronomie	1
Kleingastronomie	12
DIENSTLEISTUNGEN	
Finanzen	5
Gemeinschaftliche Einrichtungen/ Vereine	0
Gesundheit	5
Handwerk	8
IT	2
Post	0
Vergnügung	0
Versicherungen	1
Sonstige DL	2

**Insgesamt 112 Geschäfte**

Tabelle 2: Angebote im Billstedt-Center

## Verteilung Angebotsstruktur: Billstedt-Center

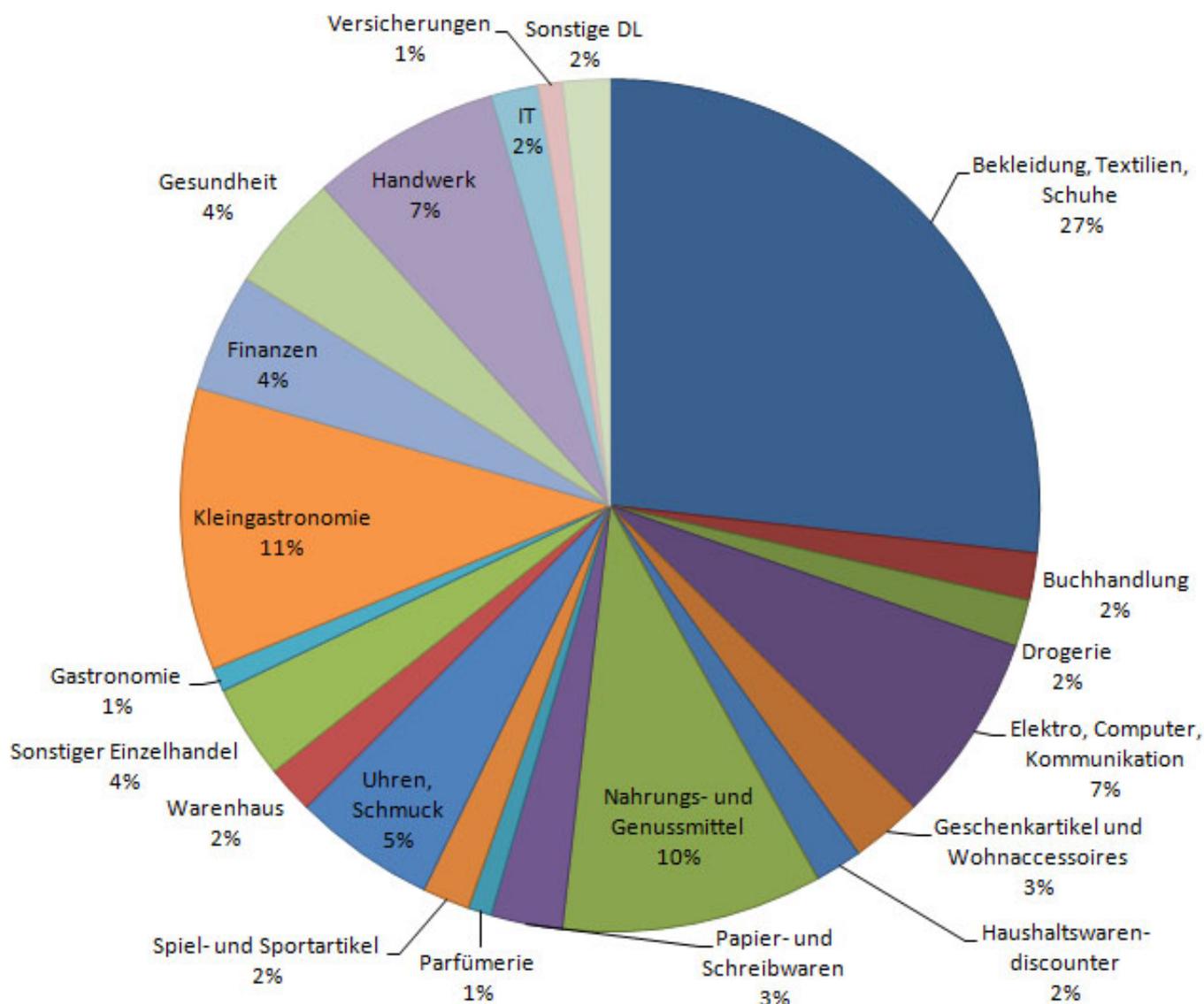


Diagramm 1: Verteilung der Angebotsstruktur im Billstedt-Center

### 4.2.2 Die Billstedter Hauptstraße und die Möllner Landstraße

Die Angebotssituation an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße wurde - ebenso wie im Billstedt-Center - Anfang September 2013 ermittelt. Dabei wurde der Schwerpunkt in der Bestandsaufnahme auf die Nutzungsstruktur gelegt. Bauliche Strukturen, verkehrstechnische und stadträumliche Gegebenheiten sowie „weiche“ Faktoren wie beispielsweise Aufenthaltsqualität sind zwar bei der Begehung nicht komplett ausgeblendet worden, wurden aber in der Tiefe nicht so stark festgehalten und analysiert wie die vorhandene Nutzung. Insgesamt wurden 105 verschiedene gewerbliche und gemeinschaftliche Nutzungen im Erdgeschoss, sämtliche Arztpraxen und Anwaltskanzleien ausgenommen, festgehalten.

Zunächst ist bei der Aufnahme der Nutzungen aufgefallen, dass der Großteil des Einzelhandels und auch der Gastronomie einen multikulturellen Hintergrund hat. Besonders der Lebensmitteleinzelhandel mit täglich frischen Gütern für den periodischen Bedarf ist weitestgehend an die Billstedter Bevölkerung mit Migrationshintergrund angepasst. Insgesamt wurden im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel 6 Lebensmittelhändler erfasst, die verteilt über das gesamte Untersuchungsgebiet hauptsächlich Lebensmittel für eine migranische Bevölkerung anbieten. 2 weitere Händler bieten orientalische Backwaren an, während am Schiffbeker Weg ein türkischer Metzger nach religiösen Vorgaben speziell hergestelltes Frischfleisch verkauft. In der Fußgängerzone der Möllner Landstraße sind weitere filialierte Backwarenhändler, auch Selbstbedienungs-Backwarenanbieter, zu finden. Man kann somit festhalten, dass von den 105 erfassten Händlern insgesamt über 10 % (12 Angebote) im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels einzuordnen sind. Dabei überwiegt der Anteil des Angebotes mit ausländischen Lebensmittel (9 von 12 Händlern).

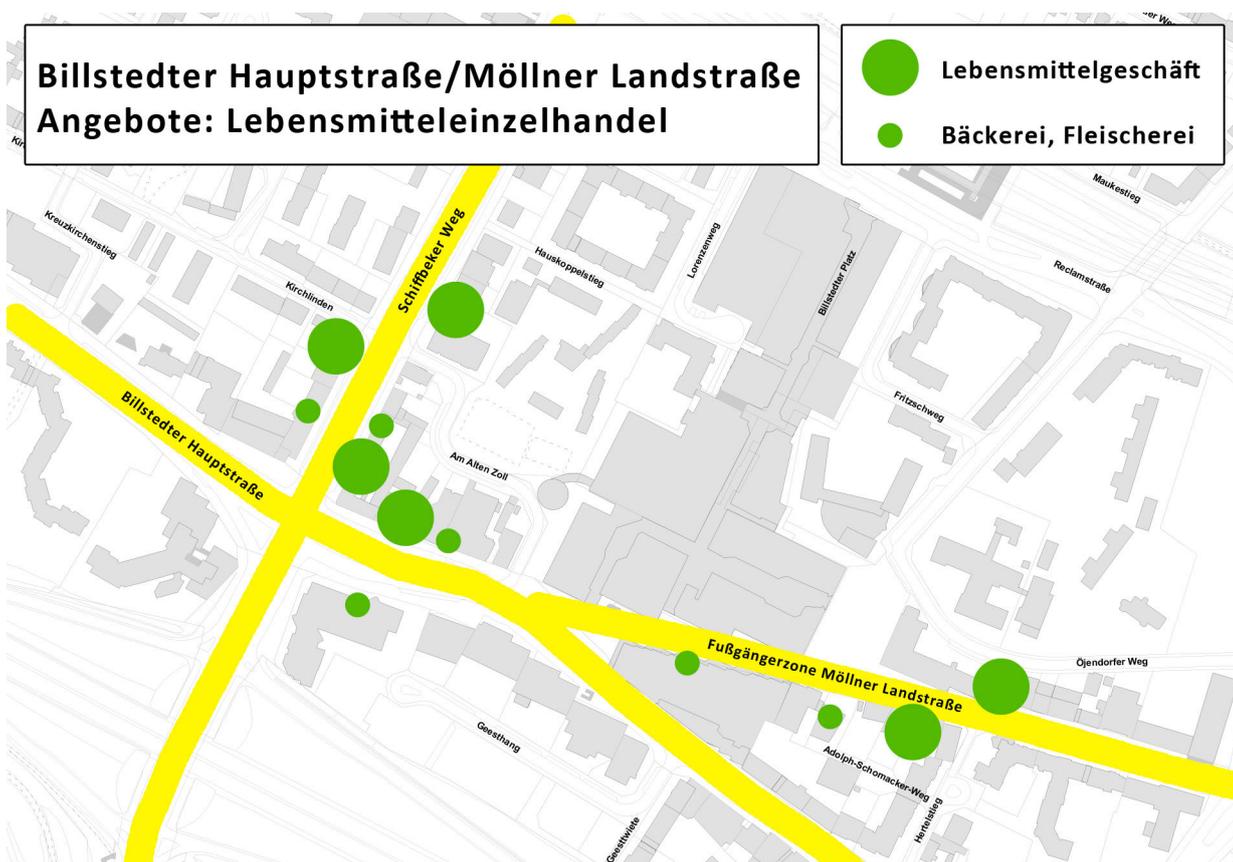


Abbildung 15: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Lebensmitteleinzelhandel

In den weiteren Einzelhandelsbranchen sind zahlreiche Vertreter, ebenfalls über das gesamte Untersuchungsgebiet verteilt, zu finden. Besonders hervorzuheben ist hier der Anteil im Bereich Bekleidung, Textilien und Schuhe. 6 Händler verkaufen Produkte aus diesem Bereich, wobei die Bestandsaufnahme ergeben hat, dass zwei Drittel der Händler ihre Geschäfte südlich vom Billstedt-Center in der Fußgängerzone haben. Qualitativ betrachtet

bieten die Händler, mit Ausnahme eines Geschäftes in der Möllner Landstraße, das größtenteils das mittlere Preissegment abdeckt, ausschließlich eine Produktauswahl aus dem niedrigen Preissegment an. Im Textilbereich spiegelt sich auch der Trend zum multikulturellen Angebot wider. In der Fußgängerzone beispielsweise bietet ein Geschäft ausschließlich türkische Brautmode an.

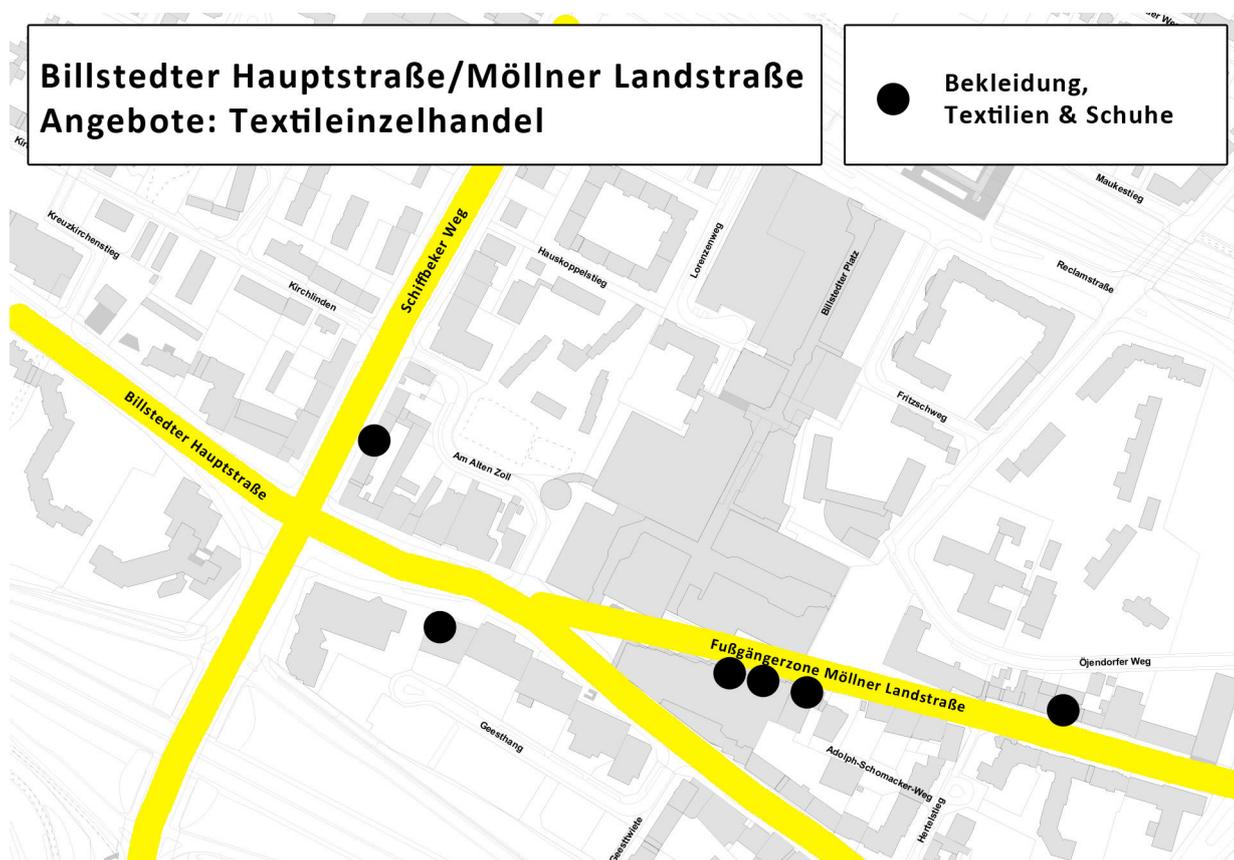


Abbildung 16: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Textileinzelhandel

Der dritte größere Einzelhandelszweig ist in die Papier- und Schreibwarenbranche einzuordnen. Insgesamt sind 3 Papier- und Schreibwarenhändler (u. a. Zeitschriften) an der Billstedter Hauptstraße und ein weiterer in der Fußgängerzone zu finden, wobei dieser sein Geschäft erst im Jahr 2013 eröffnet hat. An der Billstedter Hauptstraße sind ferner ein Juwelier (Uhren und Schmuck), ein Angelcenter (Freizeitbedarf) und 2 Händler mit Angeboten aus dem Bereich Elektro, Computer und Kommunikation ausgemacht worden.

Ein Vertreter der Elektrobranche ist neben einem Spiel- und Sportartikelhändler und einer Gardinengalerie (Wohnbedarf) auch am Schiffbeker Weg zu finden. In der Fußgängerzone der Möllner Landstraße bieten abgesehen von der breiten Palette an Textilhändlern ein weiterer Spielartikelhändler sowie zwei Haushaltswarendiscounter ihre Produkte an. Entsprechend den Bekleidungsgeschäften im Billstedter Zentrum sind die Preise auch in den Haushaltswaren- und Spielartikelbereichen im unteren Segment einzuordnen.

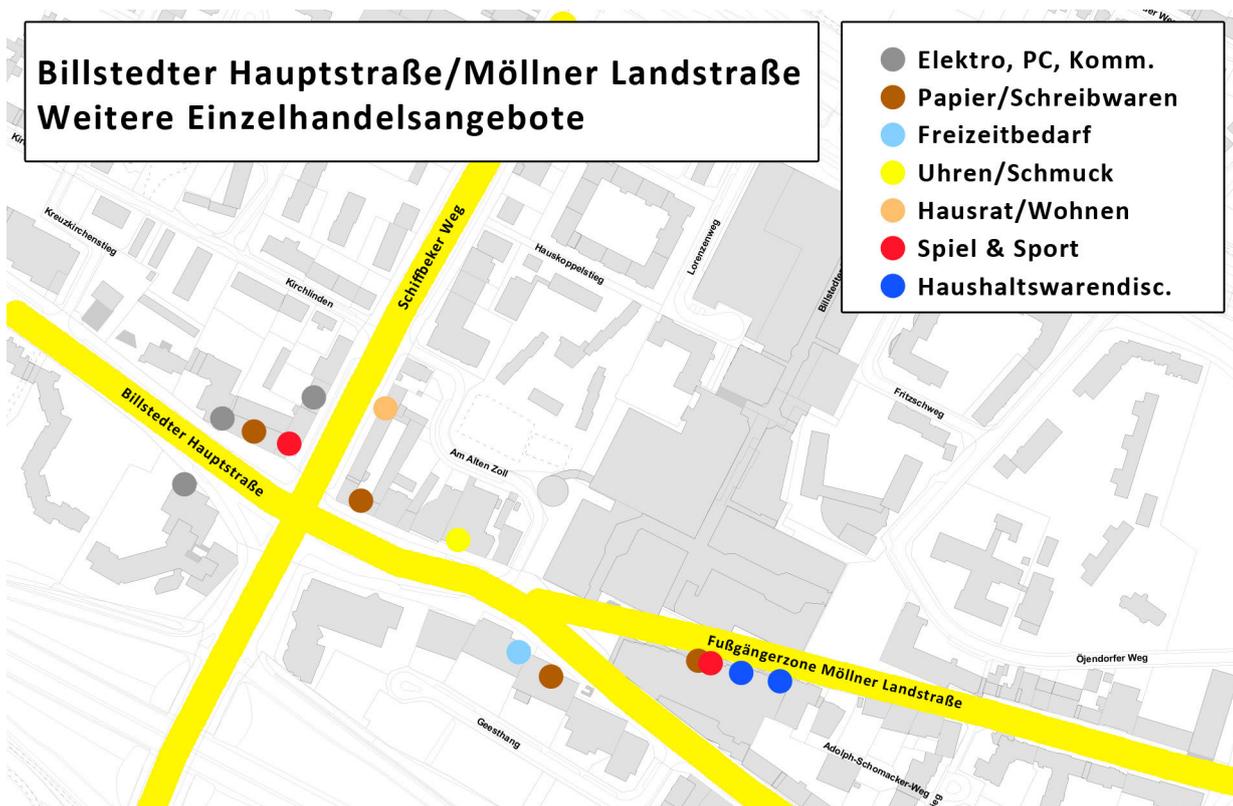


Abbildung 17: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, weitere Einzelhandelsangebote

In einem multikulturellen Stadtteil wie Billstedt darf während der Bestandsaufnahme der Gastgewerbebereich als wichtiger Faktor in der Kundenanziehung und -bindung nicht unbeachtet bleiben. Das Gastgewerbe wurde hierfür in drei verschiedene Kategorien unterteilt (s. Tabelle 1):

- Kleingastronomie (Kneipen, Cafés, Bars, Imbissbuden),
- Gastronomie (Restaurants mit Bedienung),
- Beherbergung (Hotels, Gaststätten, Pension).

Insgesamt wurden 18 Anbieter von gastronomischen bzw. Beherbergungsdienstleistungen gezählt. 8 davon (ca. 45 %) sind Restaurants mit Bedienung durch eigene Servicekräfte. 6 Restaurants bieten Gerichte und Getränke aus internationaler Küche an, wobei der Anteil der türkischen Restaurants mit 4 (inkl. einem türkischen Fischrestaurant) überwiegt. Besonders hervorzuheben ist hierbei, dass die Verortung der Restaurants eine räumliche Konzentration an der Billstedter Hauptstraße ergeben hat. Alle 4 türkischen Restaurants, ein chinesisches Restaurant sowie die Filiale einer Restaurantkette sind an der stark befahrenen Hauptstraße zu finden. Der Kleingastronomiebereich ist mit ebenfalls 8 Geschäften stark vertreten. Hier ist eine breitgefächerte Palette an Angeboten ausgemacht worden, die von der traditionellen deutschen Kneipe bis hin zum türkischen Imbiss reicht. Abschließend sind zwei Hotels an der Ausfahrt der Bundesstraße 5 südlich der Billstedter Hauptstraße zu finden, die durch ihre

verkehrsgünstige und innenstadtnahe Lage zahlreiche Gäste auch außerhalb von Hamburg anziehen.

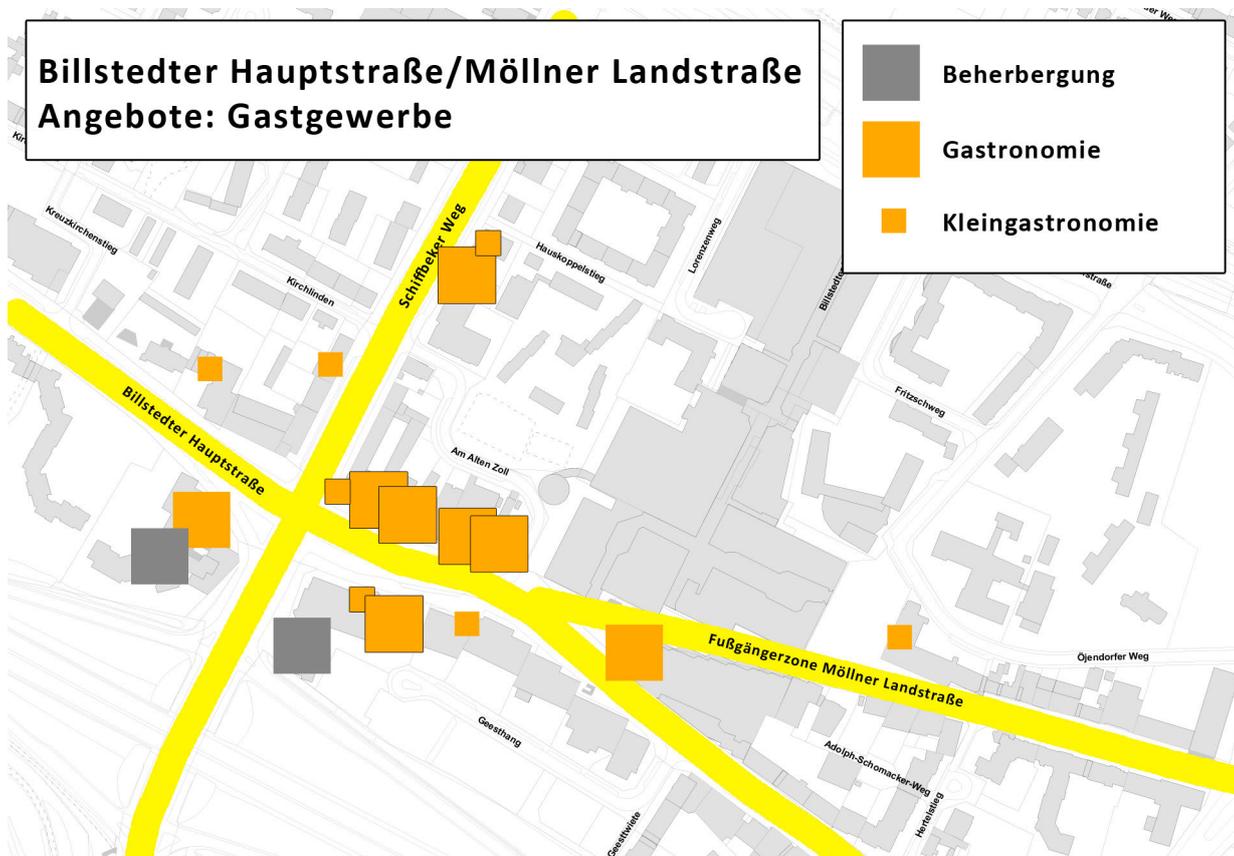


Abbildung 18: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Angebote im Gastgewerbe

Der zweite große Dienstleistungsbereich im Billstedter Zentrum ist das Angebot an Gesundheitseinrichtungen. Dazu zählt auch der Apothekeneinzelhandel. Es sind insgesamt 11 Anbieter von Gesundheitsdienstleistungen gezählt worden, die hauptsächlich in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße zu finden sind. Lediglich eine Apotheke und ein Anbieter von Altenpflegedienstleistungen sind an der Billstedter Hauptstraße verortet worden. 2 weitere Apotheken bieten ihre Produkte in der Fußgängerzone direkt unter den Arztpraxen an. Räumlich neben den Apotheken sind 6 weitere Dienstleister (u.a. Optiker und Sanitätshäuser) zu finden. Die Zahl dieser Dienstleister ist besonders hervorzuheben, zumal weitere Apotheken und z. B. Optiker desselben Preissegments im Billstedt-Center zu finden sind (s. Kapitel 4.2.1). Eine örtliche Krankenkassenfiliale schließt das Angebot an Gesundheitsdienstleistungen im untersuchten Gebiet ab.

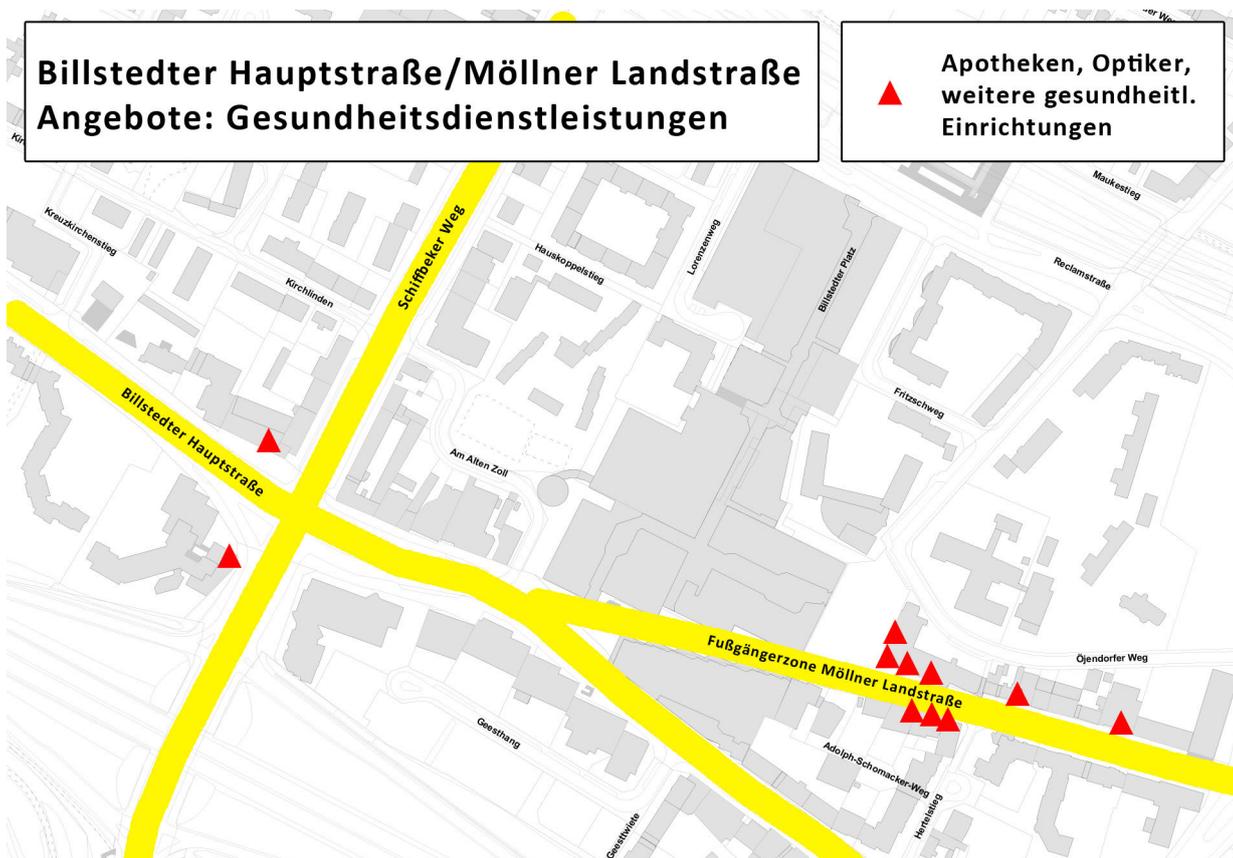


Abbildung 19: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, Gesundheitsdienstleistungen

Neben den bisher genannten Dienstleistungsbereichen ist der Vergnügungsbereich besonders stark vertreten. 8 Anbieter von Casinos, Spielhallen und Wettbüros wurden während der Bestandsaufnahme erfasst. Das entspricht einem Anteil von ca. 8 %. Bringt man die öffentliche Diskussion um Spielhallen und ihre Wirkung auf das Stadtteilgefüge mit dieser Zahl in Verbindung, so lässt sich dieser relativ hohe Anteil an Vergnügungstätten für ein Stadtteilzentrum negativ einordnen (s. *Bestandsanalyse*).

Weitere Dienstleistungsangebote sind in einer ausreichenden Zahl über das gesamte Untersuchungsgebiet verteilt zu finden. Dabei sind 6 Finanz- (Bankfilialen) und ein Postdienstleister gezählt worden. 10 Handwerksdienstleister (7 Friseure, 2 Nagelstudios und ein Graveur) bieten ebenfalls ihren Service an. Auch in dem Bereich der handwerklichen Dienstleistungen ist das Angebot an die Billstedter Bevölkerung angepasst: Die Friseure bieten ihren Service in unteren Preisklassen an, wobei 2 Friseure und ein Nagelstudio ihre Angebote an Dienstleistungen im multikulturellen Bereich angesiedelt haben (z. B. türkischer Herrenfriseur). Ebenfalls stark vertreten ist in diesem Zusammenhang das Angebot an internationalen IT- und Kommunikationsdienstleistungen. Zu nennen sind hierbei 5 Geschäfte, von denen 3 Callshops mit Internetzugang sind und besonders günstige internationale Anrufe anbieten. In den Bereich der sonstigen Dienstleistungen sind u. a. 2 Sonnenstudios, ein Bestattungsinstitut und eine Fahrschule aufgenommen worden.

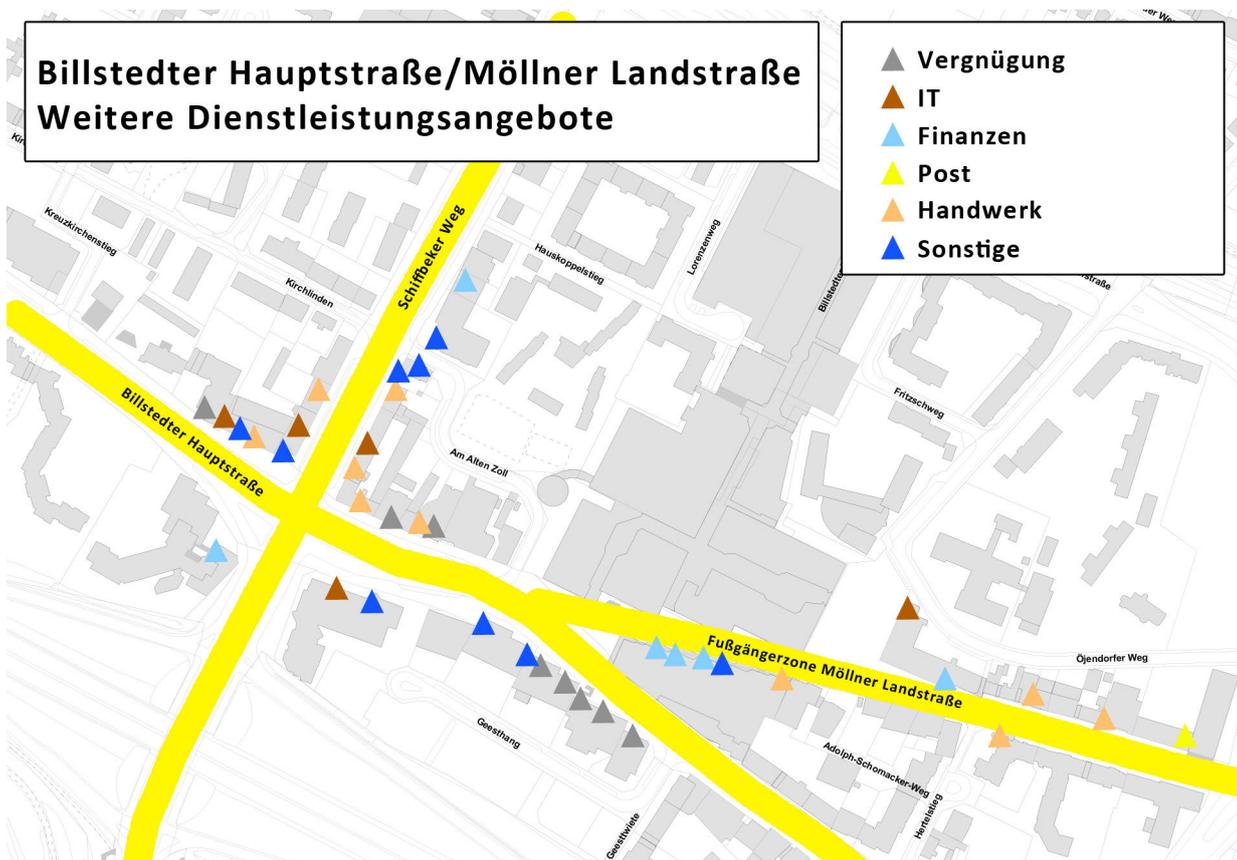


Abbildung 20: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, weitere Dienstleistungsangebote

Die letzte erfasste Gruppe in der Bestandsaufnahme sind die gemeinschaftlichen Einrichtungen oder Vereine. Es sind insgesamt 5 solcher Einrichtungen im Untersuchungsgebiet zu finden. 2 davon sind einem multikulturellen Hintergrund zuzuordnen: Ein türkischer sowie ein arabischer Kulturverein mit Moschee. An der Billstedter Hauptstraße sind darüber hinaus eine Kindertagesstätte und in der Fußgängerzone eine öffentliche Bücherhalle sowie eine öffentliche Tagesbetreuung zu finden.

Zur Leerstandssituation im Billstedter Zentrum lässt sich sagen, dass zum Zeitpunkt der Untersuchung auf den Erdgeschosebenen der Gebäude keine leer stehende Ladenfläche zu finden gewesen ist. Die letzten ungenutzten Ladenflächen am Schiffbeker Weg wurden einige Monate vor dieser Untersuchung mit der türkischen Fleischerei und einem türkischen Cafe besetzt. Um einen besseren Überblick über die Ergebnisse der Bestandsaufnahme im Untersuchungsgebiet zu bekommen, sind eine Liste mit den aufgenommenen Gewerbenutzungen und ein dazugehöriges Diagramm erstellt worden.

Kategorie	
EINZELHANDEL	Anzahl Angebote
Bekleidung, Textilien, Schuhe	6
Buchhandlung	0
Drogerie	0
Elektro, Computer, Kommunikation	3
Freizeitbedarf	1
Geschenkartikel und Wohnaccessoires	0
Haushaltswarendiscounter	2
Hausrat und Wohnbedarf	1
Nahrungs- und Genussmittel	12
Papier- und Schreibwaren	4
Parfümerie	0
Spiel- und Sportartikel	2
Uhren, Schmuck	1
Warenhaus	0
Sonstiger Einzelhandel	0

Kategorie	
GASTGEWERBE	Anzahl Angebote
Beherbergung	2
Gastronomie	8
Kleingastronomie	8
DIENSTLEISTUNGEN	
Finanzen	6
Gemeinschaftliche Einrichtungen/ Vereine	5
Gesundheit	11
Handwerk	10
IT	5
Post	1
Vergnügung	8
Versicherungen	0
Sonstige DL	9

Insgesamt 105 Geschäfte/Angebote

Tabelle 3: Angebote an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße

### Verteilung Angebotsstruktur: Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße

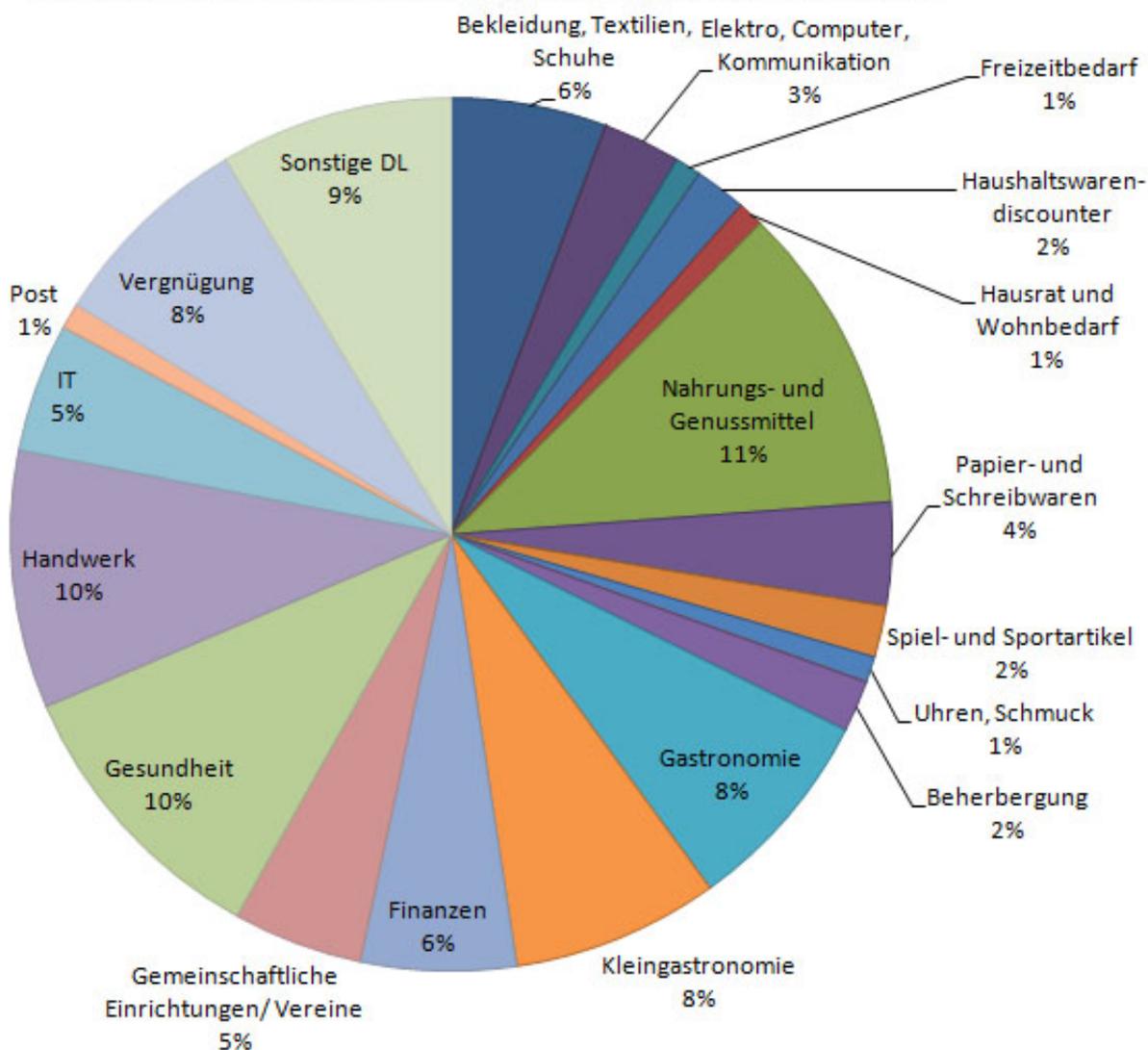


Diagramm 2: Verteilung der Angebotsstruktur an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße

Trotz des vielfältigen und kleinteiligen Angebotes an Dienstleistungen und Einzelhandel sind in einer abschließenden Abbildung räumliche Schwerpunkte des Gewerbes im untersuchten Gebiet ausgearbeitet worden. Dabei sollen die festgelegten Abteilungen keine vollkommene räumliche Konzentration des jeweiligen Bereiches darstellen, sondern vielmehr Tendenzen und erste Wahrnehmungen der Bestandsaufnahme wiedergeben.

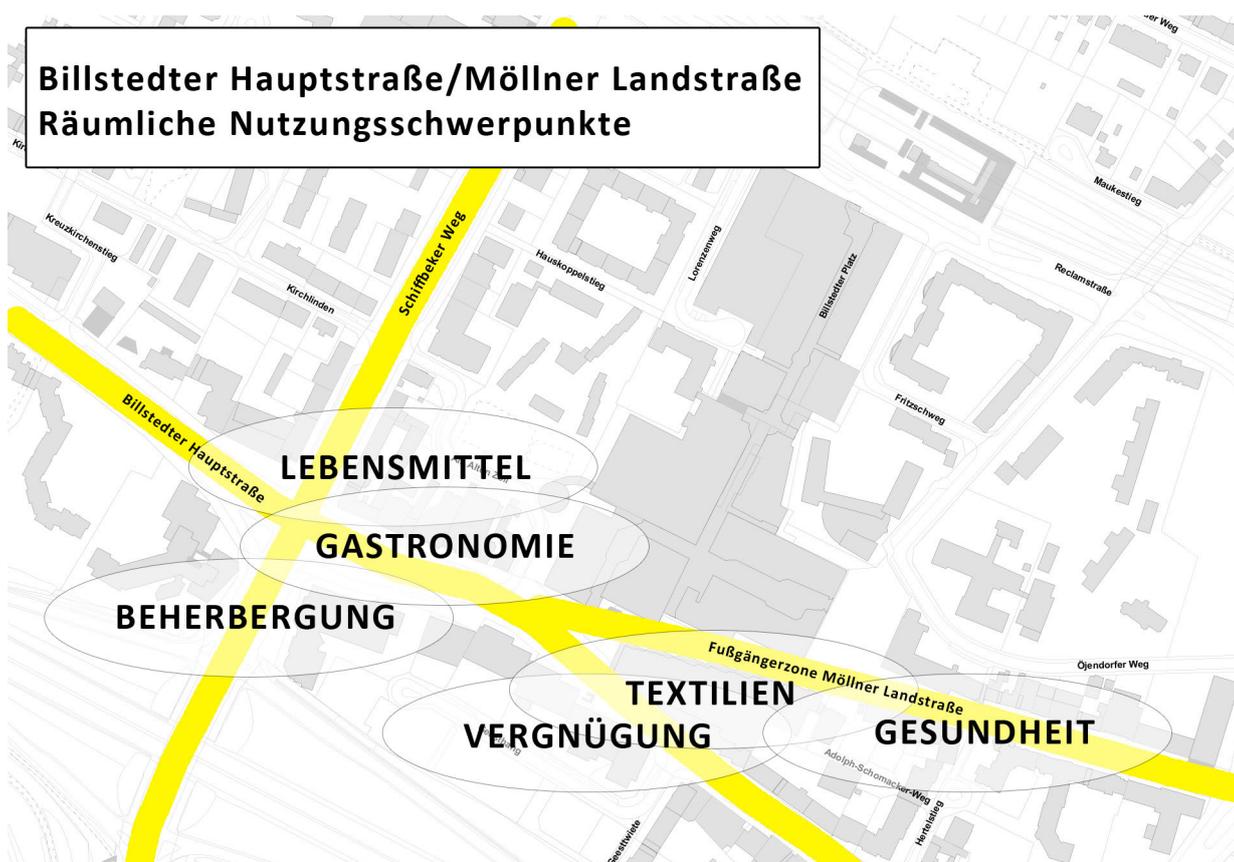


Abbildung 21: Räumliche Nutzungsschwerpunkte an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße

Zusammenfassend kann man festhalten, dass das Billstedter Zentrum auch außerhalb des Shopping-Centers ein umfassendes, wenn auch vom Preisniveau her größtenteils niedriges Angebot an Dienstleistungen und Einzelhandel vorweisen kann. Der multikulturelle Anteil am gesamten Angebot ist hierbei besonders hervorzuheben, zumal genau dieser Aspekt in der Angebotsstruktur den größten Unterschied zum Angebot im Shopping-Center im positiven Sinne ausmacht. In der Bestandsanalyse (s. Kapitel 5.3 ff) werden die Potenziale und Probleme der in diesem Kapitel aufgenommenen Angebote herausgearbeitet und mit dem Angebot im Billstedt-Center in einen strukturellen Zusammenhang gebracht.

### 4.3 Die Nachfragesituation im Stadtteil Billstedt

Um das in Kapitel 4.2 aufgenommene Angebot an Dienstleistungen, Gastronomie und Einzelhandel im gesamten Billstedter Zentrum abschließend in der Bestandsanalyse beurteilen zu können, ist es notwendig, auch die „andere Seite“ des untersuchten Marktes festzuhalten: die Nachfrage. Wie es im Allgemeinen in der volkswirtschaftlichen Lehre seit jeher bekannt ist, bestimmen Angebot und Nachfrage die Marktpreise für ein bestimmtes Gut (vgl. Krätke 1995, S. 194 ff). Dabei ist es von wesentlicher Bedeutung, welcher Preisklasse die Güter und Dienstleistungen in einem bestimmten Stadtgebiet (z. B. Stadtteil oder Quartier) angehören, wenn in jenem Gebiet eine gewisse Bevölkerungsstruktur und Kaufkraft vorherrschen. In den folgenden Kapiteln wird dieser Aspekt der Nachfragesituation des Stadtteils Billstedt in seinen Grundzügen vorgestellt.

Sämtliche folgende Daten und Zahlen wurden dem Internetauftritt des Statistischen Amtes für Hamburg und Schleswig-Holstein (Statistikamt Nord, 2011) entnommen. Sie spiegeln die Bevölkerungssituation in Billstedt wieder, auch im Vergleich zum betroffenen Bezirk Hamburg-Mitte und zu den Zahlen des gesamten Hamburger Stadtgebietes, damit die Daten für Billstedt im Gesamtkontext besser eingeordnet werden können.

#### Einwohnerzahl

<b>Billstedt</b>	<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>Bevölkerungsdichte</b>	<b>Fläche in km<sup>2</sup> 2011</b>
2011	69261	4123	16,8

<b>HAMBURG</b>	<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>Bevölkerungsdichte</b>	<b>Fläche in km<sup>2</sup> 2011</b>
2011	1760017	2331	755,2

Ende 2011 lebten in Billstedt 69.261 Menschen. Billstedt ist somit einer der bevölkerungsreichsten Stadtteile Hamburgs (nur die Einwohnerzahl Rahlstedts liegt mit knapp 87.000 über dem von Billstedt). Dies spiegelt sich zum einen im Anteil der Einwohner von Billstedt an der Einwohnerzahl vom Bezirk wider, zum anderen aber auch an der Hamburger Gesamtbevölkerung. Demnach leben rund 4 % der Hamburger Bevölkerung (2011: ca. 1,76 Mio.) und rund 24 % der Bevölkerung des Bezirkes Hamburg-Mitte in Billstedt. Auch hervorzuheben ist die Bevölkerungsdichte von Billstedt. Die liegt mit 4.123 Einwohnern pro km<sup>2</sup> fast doppelt so hoch wie im gesamten Hamburger Stadtgebiet (2.331 Einw. pro km<sup>2</sup>).

## Migrationsanteil

<b>Billstedt</b>	<b>Ausländer/innen in % der Bevölkerung</b>	<b>Migrationshintergrund (Bevölkerung)</b>	<b>Migration Anteil an der Bevölkerung in %</b>
2011	23,2	35206	50,7

<b>HAMBURG</b>	<b>Ausländer/innen in % der Bevölkerung</b>	<b>Migrationshintergrund (Bevölkerung)</b>	<b>Migration Anteil an der Bevölkerung in %</b>
2011	13,7	513050	29,2

Wie bereits mehrmals in dieser Ausarbeitung erwähnt, besitzt die Billstedter Bevölkerung einen relativ hohen Anteil an Menschen mit Migrationshintergrund. In Hamburg lebten Ende 2011 ca. 513.000 Menschen mit Migrationshintergrund. Das sind knapp 30 % der gesamten Hamburger Bevölkerung. In Billstedt jedoch liegt der Anteil wesentlich höher. Hier lebten zum gleichen Zeitpunkt ca. 35.206 Menschen mit Migrationshintergrund. Auf die Gesamtbevölkerungszahl von Billstedt bezogen ergibt das etwas mehr als 50 %. Das bedeutet, dass jeder zweite Bewohner Billstedts ausländischer Herkunft ist. Durch den hohen Anteil der Billstedter Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung des Bezirkes Hamburg-Mitte befindet sich auch auf dieser Ebene der Anteil der Menschen mit Migrationshintergrund auf einem relativ hohen Niveau: ca. 45 %. Auch der tatsächliche Ausländeranteil (Einwohner mit nicht-deutscher Staatsbürgerschaft) liegt in Billstedt mit 23,2 % fast doppelt so hoch wie in Hamburg (13,7 %).

## Altersstruktur

<b>Billstedt</b>	<b>Unter 18-Jährige in % der Bevölkerung</b>	<b>65-Jährige und Ältere in % der Bevölkerung</b>
2011	19	17,8

<b>HAMBURG</b>	<b>Unter 18-Jährige in % der Bevölkerung</b>	<b>65-Jährige und Ältere in % der Bevölkerung</b>
2011	15,6	18,9

Betrachtet man die Altersstruktur von Billstedt, so lässt sich feststellen, dass die Werte in diesem Bereich nah am Hamburger Durchschnitt liegen. Der Anteil der unter 18-Jährigen an der Gesamtbevölkerung in Billstedt liegt bei 19 %, in Hamburg bei 15,6 %. Der leicht höhere Billstedter Wert lässt sich wohl auf die Familienvorstellungen vom hohen migrantischen Bevölkerungsanteil zurückführen. Schließlich haben ca. 70 % der unter 18-Jährigen in Billstedt einen Migrationshintergrund. Noch ausgeglichener ist die Situation beim Anteil der 65-Jährigen und Älteren: 17,8 % der Billstedter Bevölkerung gehören dieser Alterskategorie an (Hamburg: 18,9 %).

## Haushalte

<b>Billstedt</b>	<b>Einpersonenhaushalte in % aller Haushalte</b>	<b>Haushalte mit Kindern in % aller Haushalte</b>
2011	44,8	22,5

<b>HAMBURG</b>	<b>Einpersonenhaushalte in % aller Haushalte</b>	<b>Haushalte mit Kindern in % aller Haushalte</b>
2011	53,6	17,4

Die deutschlandweit grundlegende Entwicklung in der Haushaltsstruktur, dass der Anteil der Einpersonenhaushalte - vor allem in Großstädten - in der Bevölkerung stetig größer wird, ist in der Momentaufnahme von Billstedt so nicht zu erkennen. Während in Hamburg mit 53,6 % über die Hälfte aller Haushalte aus sogenannten „Single-Haushalten“ besteht, hält sich dieser Anteil in Billstedt mit 44,8 % im unteren Drittel von allen Hamburger Stadtteilen. Dies lässt sich wohl wieder auf das gesellschaftliche Grundverständnis der migrantischen Bevölkerungsmehrheit zurückführen, in dem die Ehe und die Familie mit zwei oder mehr Kindern einen hohen Stellenwert besitzen. Somit liegt der Anteil der Haushalte mit Kindern in Billstedt mit 22,5 % weit über dem Hamburger Durchschnitt (17,4 %) bzw. dem Bezirksdurchschnitt (16,7 %).

## Beschäftigtenzahlen und Sozialstruktur

<b>Billstedt</b>	<b>Arbeitslose in % der 15- bis unter 65-Jährigen</b>	<b>Leistungsempfänger/innen nach SGB II (Hartz IV) in % an der Bevölkerung insg.</b>
2011	9,2	23,5

<b>HAMBURG</b>	<b>Arbeitslose in % der 15- bis unter 65-Jährigen</b>	<b>Leistungsempfänger/innen nach SGB II (Hartz IV) in % an der Bevölkerung insg.</b>
2011	5,7	10,5

<b>Billstedt</b>	<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte</b>	<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in % der 15- bis unter 65-Jährigen</b>
2011	21856	47,4

<b>HAMBURG</b>	<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte</b>	<b>Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in % der 15- bis unter 65-Jährigen</b>
2011	630902	52,7

Dank der hohen Gesamtbevölkerungszahl kann Billstedt in Hamburg den dritthöchsten absoluten Wert in der Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten vorweisen. 21.856 Menschen gingen im Dezember 2011 einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach (in Hamburg: 630.902 Beschäftigte). Dieser Wert lässt sich aber relativieren, da die Beschäftigtenquote in Billstedt bei 47,4 % liegt. Die Beschäftigtenquote drückt in diesem Zusam-

menhang den Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Wohnort an den Erwerbsfähigen (15- bis unter 65-Jährige) aus. Der Hamburger Durchschnitt dieser Quote liegt bei 52,7 %.

Ein weiterer negativer Aspekt hinsichtlich der Beschäftigtenzahlen lässt sich in der Arbeitslosenquote finden (Stand: Juni 2012). Der Anteil der Arbeitslosen an den Erwerbsfähigen ist im Stadtteil Billstedt mit 9,2 % deutlich höher als in Hamburg (5,7 %). Auch die Arbeitslosenquote im Bezirk Hamburg-Mitte liegt mit 8,3 % weit über dem Hamburger Durchschnitt. Besonders hoch und damit ein entscheidender Indikator für die lokale Kaufkraftsituation und die preisliche Qualität in der Versorgungsstruktur ist der Anteil der Leistungsempfänger nach Sozialgesetzbuch (SGB) II an der Billstedter Gesamtbevölkerung: 23,5 %. Somit bezieht beinahe jeder vierte Einwohner im Stadtteil Leistungen nach SGB II. In Hamburg liegt diese Quote bei 10,5 %.

### **Kaufkraftsituation**

In der Wirtschaftslehre wird die subjektbezogene Kaufkraft als die Geldsumme definiert, die einem Wirtschaftssubjekt real für den frei wählbaren Konsum zur Verfügung steht (vgl. *Gabler Wirtschaftslexikon*). Als Vergleichswert bestimmter Raumeinheiten (Bundesländer, Gemeinde, Postleitzahlgebiete usw.) wird der sogenannte Kaufkraftindex herangezogen. Dieser Wert gibt an, wie stark die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft innerhalb der betroffenen Raumeinheit in Bezug auf eine übergeordnete Raumeinheit (meist das deutsche Bundesgebiet) ist. Der Bundesdurchschnitt wird hierbei mit 100 festgesetzt. Für die Freie und Hansestadt Hamburg liegt der Kaufkraftindex im Jahre 2012 bei 113,3 (vgl. *MB-Research*).

Ein wesentlicher Indikator für die Ermittlung des Kaufkraftindex und für die Einschätzung der Kaufkraftsituation einer bestimmten Raumeinheit ist somit das durchschnittliche Einkommen je Steuerpflichtigem pro Jahr, aus dem sich neben anderen Ausgaben auch der zur Verfügung stehende Anteil für den privaten Konsum ableiten lässt. Das durchschnittliche Einkommen lag während der letzten Erhebung im Jahr 2004 in Billstedt bei rund 22.000 EUR. Der Hamburger Durchschnitt lag allerdings mit ca. 32.500 EUR weit höher. Aktuellere Daten liegen dem Statistikamt Nord zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht vor.

Der Vergleich des durchschnittlichen Einkommens in Billstedt mit dem Hamburger Durchschnittseinkommen lässt vermuten, dass die Kaufkraftsituation, obwohl der Kaufkraftindex in Hamburg über dem Bundesdurchschnitt liegt, in Billstedt insgesamt weitaus negativer einzuordnen ist als in Hamburg, zumal der relativ hohe Anteil an Arbeitslosen und Leistungsempfängern nach SGB II erschwerend hinzukommt.

# 5. Bestandsanalyse

Nach der umfassenden Bestandsaufnahme der Angebotsstruktur im Billstedter Zentrum und der Nachfragesituation im betroffenen Stadtteil werden in diesem Abschnitt die gewonnenen Ergebnisse analysiert. Dazu werden auch die bisherigen Konzepte und Förderungsmaßnahmen fürs Stadtteilzentrum, die „von oben“ gesteuert und durchgeführt werden, vorgestellt und in diesem Zusammenhang bewertet. Eigene Beobachtungen zum Kundenverhalten in Verbindung mit dem Shopping-Center und der Ladenzeile runden die Bestandsanalyse ab, so dass im letzten Schritt eine Zusammenfassung der aktuellen Gewerbesituation mit ihren Potenzialen und Problemen erstellt werden kann.

## 5.1 Konzepte von oben? Der Entwicklungsraum Billstedt-Horn

In der Metropole Hamburg ist integrierte Stadterneuerung seit vielen Jahren ein wichtiger Bestandteil nachhaltiger Stadtentwicklung. In den verschiedenen Quartieren und Stadtteilen entstehen immer wieder Situationen, die eine gezielte Steuerung seitens der Stadt erforderlich machen. In diesem Zusammenhang ist der Entwicklungsraum Billstedt-Horn, in dem auch das untersuchte Gebiet dieser Ausarbeitung liegt, mit seinen insgesamt rund 105.000 Einwohnern und ca. 2.000 Hektar Fläche das bundesweit größte Stadtteilentwicklungsgebiet. Die Basis für die Aufnahme dieses Fördergebietes in das Programm der „Aktiven Stadtteilentwicklung“ bildete die Anmeldung des Bezirksamtes Hamburg-Mitte im Jahre 2004 bei der Fachbehörde für Stadtentwicklung und Umwelt (BSU).

Insgesamt wurde dem Hamburger Osten eine wichtige Bedeutung als Wohnstandort zugesprochen, wobei die beiden Stadtteile Billstedt und Horn bei vielen Bürgern außerhalb des Entwicklungsgebietes keinen guten Ruf hatten. Vor allem übergreifende Themen der Stadtteilentwicklung sollten mit der Festlegung eines größeren Entwicklungsraumes besser und effizienter integriert werden. (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 1*)

Die Abgrenzung des Entwicklungsraumes folgte hauptsächlich dem 2005 noch aktuellen Ortsamtsbereich „Billstedt“. Dieser umfasste die Stadtteile Horn und Billstedt ohne die Billstedter Gebietsteile südlich der Bundesstraße 5. Der ebenfalls zum ehemaligen Ortsamtsbereich gehörende Stadtteil Billbrook wurde aufgrund seiner funktional wenigen Bezüge als überregionaler Industrie- und Gewerbestandort nicht ins Entwicklungskonzept einbezogen (vgl. *ebd., S. 2 ff*).

In der Anmeldung des Bezirksamtes Hamburg-Mitte wurden zunächst drei Gebiete als Quartiere und sogenannte Interventionsschwerpunkte identifiziert, die besonderen Handlungsbedarf haben:

- Schiffbeker Berg/Legiencenter/Washingtonring,
- Jenkelweg/Archenholzstraße,
- Steinfurther Allee/Kaltenbergen.

Für die Menschen vor Ort stellen lokale Handlungsstrategien und Lösungsansätze direkte Bezüge zu ihrem Lebensumfeld dar. Darüber hinaus wurden nach einer städtebaulichen Analyse vier weitere Gebiete in das Entwicklungsprogramm aufgenommen. Hierzu gehören neben der Quartiersentwicklung in der Horner Geest und in der Großwohnsiedlung Mümmelmannsberg die Konzepte für die beiden Stadtteilzentren: „Neue Mitte Horn“ und „Zentrum Billstedt“ (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 9 ff*).

Seit November 2008 nun liegt das übergreifende Entwicklungskonzept von Billstedt-Horn vor. Das Konzept wurde von den Planern des Bezirksamtes Hamburg-Mitte und der Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft (steg) Hamburg mbH unter Beteiligung der Bürger erarbeitet und mit zahlreichen Akteuren abgestimmt. Die Stadtteilentwicklung ist als ein dynamischer Prozess zu verstehen, da das Konzept fortlaufend ergänzt und so stets auf aktuelle Problemstellungen angepasst wird. (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte*)



Abbildung 22: Entwicklungskonzept Billstedt-Horn, Quelle: Bezirksamt Hamburg-Mitte, 2008

Das Entwicklungskonzept wird neben den räumlich festgelegten Schwerpunktbereichen in insgesamt neun thematische Handlungsfelder unterteilt.

- Soziale Situation,
- Städtebau und Wohnen,
- Mobilität,
- Lokale Ökonomie und Einzelhandel,
- Kultur und Freizeit,
- Natur und Stadtgrün,
- Bildung,
- Zusammenleben,
- Image.

Wesentliche Bestandteile für die Analyse der vorliegenden Untersuchung sind in diesem Entwicklungskonzept zum einen der räumliche Schwerpunkt „Zentrum Billstedt“, in dessen Zusammenhang auch das Interview mit der steg Hamburg mbH geführt worden ist, und zum anderen das thematische Handlungsfeld „Lokale Ökonomie und Einzelhandel“, für das der Verein „Unternehmer ohne Grenzen“ seine Unterstützung liefert.

Seit 2010 wird das Entwicklungskonzept Billstedt-Horn schrittweise an die Vorgaben des „Rahmenprogramms zur Integrierten Stadtteilentwicklung“ (RISE) angepasst. (vgl. *Bezirkssamt Hamburg-Mitte*).

### 5.1.1 Förderungsmaßnahmen im Billstedter Zentrum

Das Billstedter Zentrum zwischen dem Schiffbeker Weg im Westen, der Reclamstraße im Osten, der Bille im Süden und der U-Bahnstation Billstedt im Norden erfüllt eine wichtige Versorgungsfunktion für den gesamten Entwicklungsraum Billstedt-Horn. Vor allem der U-Bahn-Ausbau in den späten 1960er-Jahren trug zum heutigen Erscheinungsbild bei. Unter dem Einfluss verschiedener städtebaulicher Leitbilder ist das Billstedter Zentrum heute sehr heterogen gebaut (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 129*).

Die Arbeitsgruppe „Ein attraktives Zentrum für Billstedt“ wurde im Juli 2007 gegründet, nachdem die Bezirksversammlung Hamburg-Mitte die Konstituierung von Arbeitsgruppen im Mai desselben Jahres im Rahmen der „Aktiven Stadtteilentwicklung“ für beide Stadtteilzentren beschlossen hatte. In diesen Arbeitsgruppen wurden schließlich die lokalen Potenziale und Defizite des Billstedter Zentrums u. a. im ökonomischen, sozialen und kulturellen sowie im städtebaulichen Bereich herausgearbeitet (vgl. *ebd., S. 129 ff*).

Die Diskussion um Handlungsmaßnahmen in der Arbeitsgruppe wird durch die Ämter Stadt- und Landschaftsplanung sowie Management des öffentlichen Raumes des Bezirksamtes Hamburg-Mitte fachlich gesteuert. Bis Ende 2007 konnten einige Vorschläge als Sofortmaßnahmen umgesetzt werden, darunter der barrierefreie Ausbau des Weges zwischen der U-Bahnstation Billstedt und dem Billstedter Marktplatz in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße. 2008 wurde außerdem die Entfernung der Mauern in der Möllner Landstraße am Südeingang des Billstedt-Centers und die gleichzeitige Einrichtung von Fahrradständern realisiert. Auch wurde im Rahmen der Erarbeitung des Entwicklungskonzepts eine Bewertung der Einzelhandelssituation im Billstedter Zentrum vorgenommen und im Jahre 2011 die U-Bahnstation Billstedt grundlegend von der Hamburger Hochbahn AG erneuert. (vgl. *ebd., S. 130 ff*)

Im Gespräch mit der steg Hamburg mbH wurde ein im Jahre 2009 ausgearbeiteter städtebaulicher Rahmenplan für das Billstedter Zentrum erwähnt, nach dessen Handlungsgrundlage sich einzelne Maßnahmen zur Aufwertung des Stadtteilzentrums ableiten und realisieren lassen. Die Abbildung 23 gibt einen zeitlichen und strukturellen Überblick über die Organisation des lokalen Schwerpunktes „Zentrum Billstedt“ einschließlich der Erstellung des Rahmenplans.

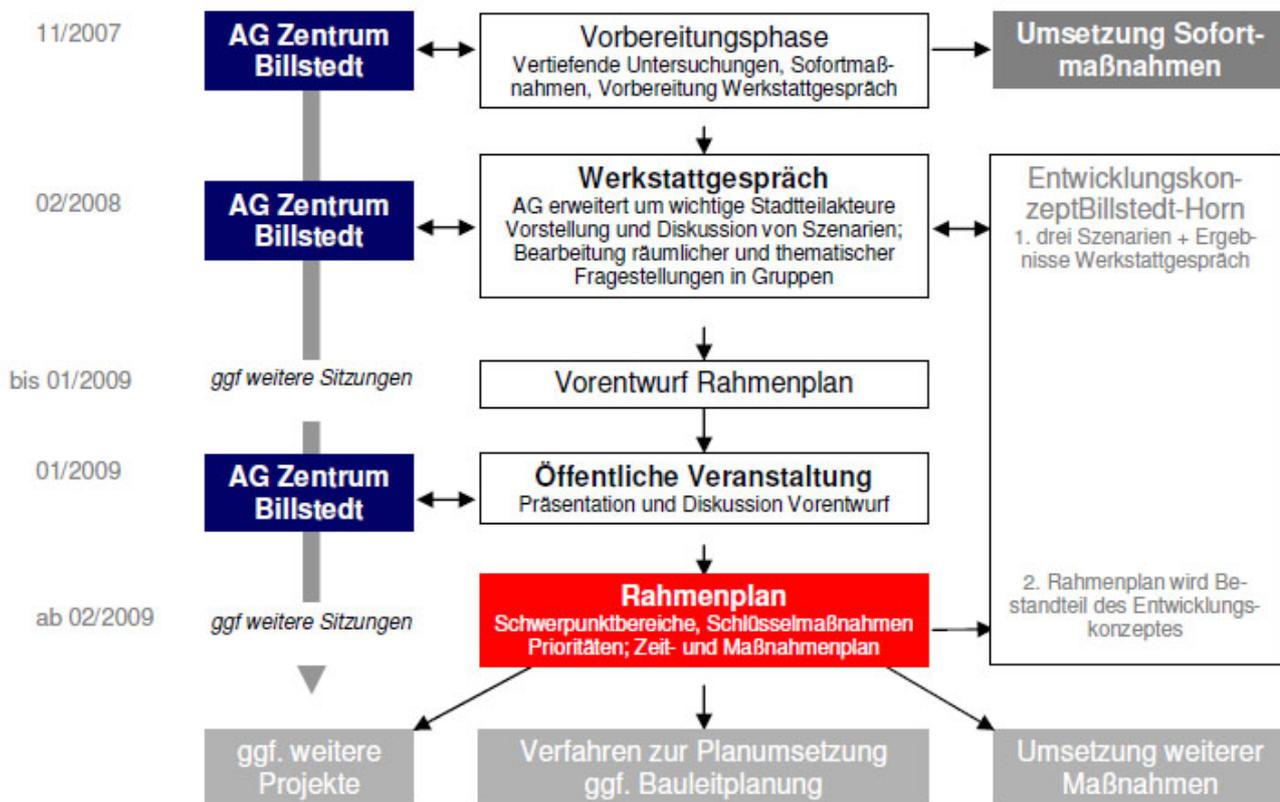


Abbildung 23: Aufbau des Entwicklungskonzeptes für das Billstedter Zentrum, Quelle: Bezirksamt Hamburg-Mitte, 2008

Übergeordnete Ziele in diesem Konzept sind u. a. die Stärkung der Zentrenfunktion, die städtebauliche und stadträumliche Aufwertung und die Verbesserung der Verkehrssituation im Billstedter Zentrum. Insbesondere die Stärkung der Funktion als Einzelhandelsstandort und Versorgungszentrum für den Stadtteil sowie die gestalterische Aufwertung der Billstedter Hauptstraße spielen laut der steg Hamburg eine bedeutende Rolle. Es sollen in diesem Zusammenhang Strategien zur Sicherung des Einzelhandelsstandortes und zur Reduzierung von aufkommenden Leerständen entwickelt werden.

Ein weiteres wichtiges Ziel der steg Hamburg als Koordinator und Auftragnehmer des Schlüsselprojektes „Ein attraktives Zentrum für Billstedt“ sei die Schaffung von eigenständigen ökonomischen Strukturen. Dazu gehöre die Überzeugung der Gewerbetreibenden, dass ein „gemeinsames und geschlossenes Auftreten“ eine nachhaltige und profitable Entwicklung mit sich bringt. In diesem Zusammenhang seien bisher Anstrengungen unternommen worden, eine tragfähige Interessensgemeinschaft der Gewerbetreibenden im Billstedter Zentrum mit einzelnen Vertretern des lokalen Gewerbes zu gründen.

Unterschiedliche Gründe wie beispielsweise die vielfache Ablehnung von freiwilligen Zusammenkünften der Gewerbetreibenden und ein gewisses Desinteresse an der Zusammenarbeit mit lokalen Unterstützern haben bis zum jetzigen Zeitpunkt die erwünschte Interessensgemeinschaft verhindert.

### 5.1.2 Förderung der lokalen Ökonomie und des Einzelhandels

Im gesamten Entwicklungsraum Billstedt-Horn ist eine starke Gewichtung innerhalb des lokalen Gewerbes zu erkennen, die sich auf den Einzelhandel und auf einzelhandelsnahe Dienstleistungen (Friseur, Gastronomie, etc.) konzentriert (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 61*). Dies spiegeln auch die Ergebnisse der Bestandsaufnahme des Billstedter Zentrums, die im Rahmen dieser Ausarbeitung durchgeführt wurde, wider (s. *Abschnitt 4*). Somit ist davon auszugehen, dass der Handel der bedeutsamste Beschäftigungsträger in Billstedt und Horn ist.

Der Entwicklungsraum verfügt über insgesamt 15 Einzelhandelsstandorte (ca. 73.380 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Diese gewährleisten vorwiegend eine Versorgung der Anwohner mit Gütern des periodischen und persönlichen Bedarfs. Eine darüber hinausreichende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des aperiodischen Bedarfs wird im Entwicklungsraum beinahe ausschließlich durch das Billstedt-Center bereitgestellt (vgl. *ebd., S. 62*). Zum gleichen Ergebnis kommt in diesem strukturellen Zusammenhang auch die Bestandsaufnahme des Angebotes im Billstedt-Center und der Ladenzeile im Billstedter Zentrum im Rahmen dieser Ausarbeitung (s. *Abschnitt 4*).

Zentrum	Typologie	Verkaufsfläche (Einzelhandel inkl. Leerstand)	Anzahl Ladengeschäfte	
			Einzelhandel	Gesamt
Mümmelmannsberg	Ortsteilzentrum	7.915 m <sup>2</sup>	36	48
EKZ Horner Rennbahn	Ortsteilzentrum	3.910 m <sup>2</sup>	19	38
Horner Landstraße	Nahversorgungszentrum	3.085 m <sup>2</sup>	25	56
Legiencenter	Nahversorgungszentrum	2.515 m <sup>2</sup>	9	26
Papyrus-Center / Merkenstraße	Ortsteilzentrum	2.325 m <sup>2</sup>	14	28
EKZ Manshardtstraße	Ortsteilzentrum	2.285 m <sup>2</sup>	23	36
Hermannstal / Krogblöcke	Nahversorgungszentrum	1.975 m <sup>2</sup>	9	21
Vierbergen / Washingtonallee	Nahversorgungszentrum	1.275 m <sup>2</sup>	6	8
Schiffbeker Weg / Dringsheide	Nahversorgungszentrum	1.155 m <sup>2</sup>	9	12
Kaltenbergen	Nahversorgungszentrum	1.140 m <sup>2</sup>	5	11
Sonnenland	Kleinstzentrum	610 m <sup>2</sup>	4	6
Kirchsteinbeker Hauptstraße	Kleinstzentrum	230 m <sup>2</sup>	4	12
Pagenfelder Platz	Kleinstzentrum	45 m <sup>2</sup>	3	11

Tabelle 4: Einzelhandelsstandorte im Entwicklungsraum Billstedt-Horn (ohne Billstedt-Center und Zentrum Billstedt), Quelle: Bezirksamt Hamburg-Mitte, 2008

Mit seinen rund 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nimmt das Billstedt-Center im Vergleich zu den anderen Versorgungszentren eine dominante und bedeutsame Rolle innerhalb des gesamten Entwicklungsraumes ein. Das Billstedt-Center stelle laut der steg Hamburg inzwischen sogar das eigentliche Stadtteilzentrum in Billstedt dar, zumal eine städtebaulich geschickte räumliche Anordnung zwischen dem U-Bahnhof und der Billstedter Hauptstraße sowie die Rolle als Haupt-Frequenzbringer die Bedeutung des Centers in der lokalen Ökonomie verstärken.

Das übergeordnete Ziel der Arbeitsgruppe ist die Förderung der lokalen Ökonomie durch ein angemessenes gewerbliches Management. Durch die hohe Bedeutung des Einzelhandels und der einzelhandelsnahen Dienstleistungen sind für die Beschäftigung im Entwicklungsraum folgende allgemeine Zielsetzungen abgeleitet worden, welche auch für das Untersuchungsgebiet in dieser Ausarbeitung so übernommen werden können

(vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 63 ff*):

- Gründung von Interessensgemeinschaften bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Immobilienwirtschaft,
- Beratungs- und Unterstützungsangebote für Existenzgründer mit dem Schwerpunkt migrantische Ökonomie,
- Aktive Steuerung der Angebotsstrukturen durch Geschäftsstraßenmanagement,
- gemeinsame Entwicklung von Marketing-Strategien für den Einkaufsstandort.

Neben den bedeutsamen Einzelhandelszentren Horn und Mümmelmansberg sind auch speziell für das Gewerbe im Billstedter Zentrum mit seinem Schwerpunkt im Einzelhandel konkrete Zielsetzungen formuliert worden, um eine nachhaltige Entwicklung in diesen Zentren zu gewährleisten. Zu diesem „Zielepaket“ gehören eine Aufwertung des öffentlichen Raumes (im Untersuchungsgebiet z. B. die Fußgängerzone der Möllner Landstraße), die Verbesserung der Erreichbarkeit für sämtliche Verkehrsarten (z. B. ÖPNV-Anbindung über die Billstedter Hauptstraße), die Modernisierung der Ladenflächen und Fassaden gemäß heutiger Einzelhandelsstandards (z. B. Ladenzeile an der Billstedter Hauptstraße) und die teilweise städtebauliche Neuordnung der zentralen Einkaufsbereiche (vgl. *ebd.*, S. 64).

Der umfassende Handlungsschwerpunkt im Billstedter Zentrum liege laut steg Hamburg und den Unternehmern ohne Grenzen hierbei in der Bereitstellung eines funktionierenden und ergänzenden Angebotes zum Billstedt-Center. Durch ein aktives Management sei eine Steuerung der Sortimentsstruktur und eine gezielte Ansiedlung von zentrumstypischen Waren möglich. Ein hervorstechendes Potenzial besitze insbesondere die Fußgängerzone der Möllner Landstraße, die großzügig angelegte Freiraumstrukturen, welche vor allem während des

Wochenmarktes ausreichend genutzt werden, und eine damit einhergehende Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum anbieten könne.

Ein Schlüsselprojekt im Bereich der Förderung der lokalen Ökonomie ist die „Arbeit und Wirtschaft im Quartier“ (AWIQ). Dieses Projekt wird vom Verein der Unternehmer ohne Grenzen in Kooperation mit lokalen Partnern fortgeschrieben und konkretisiert (vgl. *Bezirksamt Hamburg-Mitte 2008, S. 67*). In Infobox 4 wird der Verein „Unternehmer ohne Grenzen“, mit dem im Rahmen dieser Ausarbeitung auch ein Experteninterview geführt wurde, mit seinen konkreten Aufgaben im Billstedter Zentrum vorgestellt.

## UNTERNEHMER OHNE GRENZEN



Abbildung 24: Unternehmer ohne Grenzen, Quelle: <http://js-mediablog.eu>

### **Unternehmer ohne Grenzen e.V.**

Der eingetragene Verein Unternehmer ohne Grenzen (UOG) beschäftigt sich in seinem aktuellen Projekt (Stand: September 2013) „Förderung lokaler Ökonomie“ mit der Sicherung und Stärkung von Nahversorgungsfunktionen in insgesamt 5 Hamburger Quartieren. Neben dem in dieser Ausarbeitung untersuchten Gebiet des Billstedter Zentrums sind die UOG ebenfalls in den Billstedter Quartieren Legiencenter und Kaltenbergen sowie in Altona in der Großen Bergstraße und in der Neuen Großen Bergstraße tätig.

Für das Billstedter Zentrum mit seinen heutigen Unternehmen und Händlern stehen die UOG seit Anfang 2011 mit ihren kostenfreien Informations-, Beratungs- und Weiterbildungsangeboten zur Verfügung. Das übergeordnete Ziel des Projektes ist hierbei die Sicherung einer nachhaltigen, ökonomischen und sozial angepassten Versorgungssituation der lokalen Bevölkerung unter besonderer Berücksichtigung der betriebswirtschaftlichen Effizienz der Betriebe (*Näheres dazu: s. Internetauftritt der UOG, <http://www.unternehmer-ohne-grenzen.de/>*).

Ein Kernpunkt dieses Projektes ist die Unterstützung der ansässigen Händler und Betriebe bei der Durchführung gemeinsamer Marketingaktivitäten und Veranstaltungen. Vor allem für das vorhandene Gewerbe im Billstedter Zentrum spielt dieses Angebot der UOG eine große existenzielle Rolle, zumal die aktuelle Händler- und Eigentümersituation in der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße die effektive Durchführung dieser Maßnahmen derzeit beträchtlich erschwert (*s. Kapitel 5.3 in diesem Abschnitt*).

Das Projekt „Förderung lokaler Ökonomie“ wird vom Europäischen Sozialfonds und der Freien und Hansestadt Hamburg finanziell gefördert. Als beaufsichtigende Behörden begleiten die Behörde für Wirtschaft und Arbeit sowie die Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt das Projekt.

Nach der Vorstellung der bisherigen Entwicklungsrichtungen in der Stadtteilverwaltung und -förderung sind im nächsten Kapitel die Ergebnisse der in Abschnitt 2 bereits erwähnten Kundenbeobachtungen festgehalten, um auch einen kurzen und prägnanten Einblick in das tatsächliche Verhalten der Besucher vom Billstedter Zentrum und ihre Präferenzen beim Einkauf zu bekommen.

## 5.2 Kundenverhalten und -präferenzen

Im Monat September wurden parallel zur Bestandsaufnahme Kundenbeobachtungen durchgeführt (*näheres zur Vorgehensweise s. Abschnitt 2*). Dabei wurden an drei verschiedenen Wochentagen (Montag, Donnerstag und Samstag, jeweils zur Nachmittagszeit, ca. 13 Uhr) das Verhalten und die Präferenzen der Besucher, die das Billstedt-Center über die beiden südlichen Ausgänge verließen, beobachtet. Die Kernfrage hierbei war, ob die Besucher die Angebote in der Fußgängerzone und an der Hauptstraße aktiv wahrnehmen oder nicht.

### **Für die Verhaltenseinordnung der Besucher wurden drei Kategorien erstellt:**

- Besucher, die die Angebote aktiv wahrnehmen und die Geschäfte betreten.
- Besucher, die interessiert an den Schaufenstern und Ausstellungen der Geschäfte vorbeigehen.
- Besucher, die uninteressiert und ohne weitere Beachtung an den Geschäften vorbeigehen.

Bei den Ergebnissen lässt sich zunächst festhalten, dass die Besucherzahl am Wochenende erwartungsgemäß höher lag als an den beiden anderen Wochentagen. Insgesamt wurden innerhalb einer Stunde am Samstag rund 200 Besucher und an den beiden übrigen Tagen jeweils rund 100 Besucher gezählt, die das Billstedt-Center über die beiden südlichen Ausgänge verlassen haben. Die tatsächliche Zahl der Besucher lag selbstverständlich höher, allerdings konnten aufgrund der limitierten Kapazitäten während der Untersuchung nicht alle Personen aufgeführt werden. Für die weitere Analyse reichen die vorliegenden Ergebnisse aber allemal aus, um erste Trends zu erkennen und Aussagen über das Verhalten der Besucher im Billstedter Zentrum zu treffen.

### **Südlicher Ausgang zur Fußgängerzone**

Eine grundlegende Erkenntnis bei den Beobachtungen war, dass die Angebote außerhalb des Centers vor allem am besucherstarken Wochenende häufiger wahrgenommen werden. Der Großteil der Besucher, die das Billstedt-Center über den zweiten südlichen Ausgang (direkt zur Fußgängerzone) verließen, hielt sich im Anschluss auch in der Fußgängerzone auf.

58 der insgesamt 92 am Samstag gezählten Besucher (63 %) betraten auch ein Geschäft in der Fußgängerzone. Besonders häufig wurde hierbei der Spielartikelhändler gegenüber dem Billstedt-Center aufgesucht, zumal viele der beobachteten Personen von Kindern und Jugendlichen begleitet wurden. Auch die Textilhändler im zentralen Bereich der Fußgängerzone wurden aufgesucht, während die Bäckereien mit ihren Sitzgelegenheiten ebenfalls sehr beliebt waren. Von den 92 Besuchern haben lediglich 16 (17 %) kein Interesse an den Angeboten in der Fußgängerzone gezeigt.



Abbildung 25: Fußgängerzone Möllner Landstraße (auf der linken Seite das Billstedt-Center), Quelle: Eigene Aufnahme 2013

An den beiden anderen Beobachtungstagen sind die Ergebnisse am Ausgang direkt zur Fußgängerzone beinahe identisch ausgefallen. Hier ist die Verteilung der Besucher auf die drei festgelegten Kategorien auch ausgeglichener geraten. Ca. 52 % der beobachteten Besucher sind in der Woche nach ihrem Aufenthalt im Billstedt-Center in ein beliebiges Geschäft der Fußgängerzone gegangen.

Besondere Präferenzen hinsichtlich der besuchten Händler sind hierbei nicht festgestellt worden. Allerdings zeigten auch ca. 26 % kein Interesse an den Angeboten in der Fußgängerzone.

Die Abbildungen 26 und 27 sollen in diesem Zusammenhang einen grafischen Überblick über die Bewegungsrichtungen der Besucher am stark besuchten Wochenende geben.

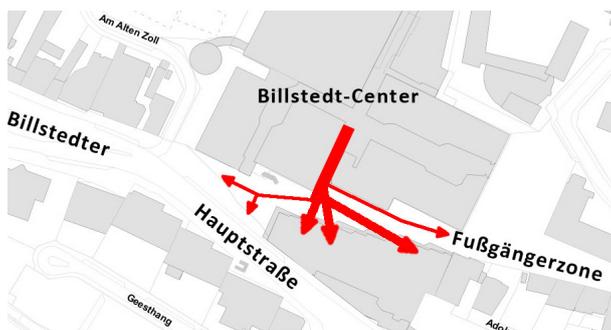


Abbildung 26: Kundenbewegungsrichtungen am Wochenende, Ausgang Fußgängerzone

### Südlicher Ausgang zur Hauptstraße

Die Ergebnisse am südlichen Center-Ausgang zur Billstedter Hauptstraße entsprechen zum Großteil den Ergebnissen des Ausganges zur Fußgängerzone. Auch hier sind am Wochenende mehr Besucher gezählt worden, die das Center verlassen haben. Insgesamt verließen 86 Personen am Samstag das Center über diesen Ausgang, während innerhalb der Woche 52 bzw. 54 Besucher am gleichen Ort gezählt worden sind. Analog zu den Erkenntnissen aus dem Ausgang zur Fußgängerzone haben am Samstag auch 63 % der Nutzer dieses Ausganges weitere Angebote an der Billstedter Hauptstraße aufgesucht. Dabei fiel vor allem auf, dass der türkische Lebensmittelhändler an der nördlichen Seite der Hauptstraße (s. Kapitel 4.2.2) besonders häufig aufgesucht worden ist, obwohl die Mehrheit der gezählten Besucher bereits Einkäufe im Shopping-Center getätigt hatten. Das lässt darauf schließen, dass die Kunden, die das Billstedt-Center aufsuchen, ihren Bedarf an täglichen und frischen Gütern (auch) durch die multikulturellen Angebote in der Ladenzeile befriedigen. Darüber hinaus kann man im nächsten Schritt die Vermutung anstellen, dass sich das Angebot des Centers und das der Ladenzeile im Billstedter Zentrum in bestimmten Sortimentsbereichen ergänzen.

Im Gegensatz zu den deutlichen Ergebnissen am Wochenende sind an diesem Ausgang die Ergebnisse - wieder analog zum Ausgang zur Fußgängerzone - innerhalb der Woche wesentlich ausgeglichener ausgefallen. Beispielsweise wurden am Donnerstag lediglich 31 % der Besucher des Billstedt-Centers beim aktiven Aufsuchen der Angebote an der Hauptstraße beobachtet. 35 % hingegen haben ohne weitere Beachtung der Geschäfte das Untersuchungsgebiet verlassen, die restlichen 34 % waren nur interessierte „Zuschauer“.

Nichtsdestotrotz birgt bei einer näheren Betrachtung auch diese ausgeglichene Zählung am Donnerstag eine gewisse positive Akzeptanz der Angebote. Zählt man die aktiven und die „interessierten“ Besucher zusammen, liegt das Gesamtergebnis schließlich bei 65 %, die zumindest am Angebot an der Hauptstraße interessiert waren.

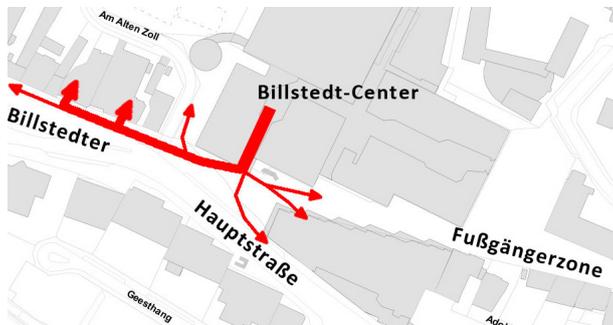


Abbildung 27: Kundenbewegungsrichtungen am Wochenende, Ausgang Hauptstraße

## Weitere Ergebnisse

Bei den Beobachtungen sind neben den Bewegungsrichtungen der Besucher und ihren Präferenzen beim Einkauf außerhalb des Centers auch weitere Erkenntnisse festgehalten worden. Besonders häufig wurden von den Besuchern des Billstedt-Centers die Sitzmöglichkeiten in der Fußgängerzone genutzt. Nach dem Einkauf im Center bzw. in der Fußgängerzone haben sich die Menschen hier aufgehalten und eine Ruhepause bzw. kurze Unterhaltungen mit den Sitznachbarn geführt. Dabei ist aufgefallen, dass diese Sitzbänke ständig von rund 10 Personen genutzt werden, so dass hier durchgehend ein reger Betrieb herrscht und die Geschäfte in der Fußgängerzone von diesem „kleinen sozialen Treffpunkt“ profitieren, zumal z. B. die Bäckereien oder das Restaurant an der Ecke zur Billstedter Hauptstraße selbst auch weitere Sitzmöglichkeiten anbieten.



Abbildung 28: Sitzmöglichkeiten in der Fußgängerzone, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Darüber hinaus ist auch aufgefallen, dass man die beobachteten Personen allen Altersstufen zuordnen kann. Vor allem innerhalb der Woche sind zum größten Teil ältere Paare aus dem Billstedt-Center in Richtung der Fußgängerzone spaziert, wobei auch Besucher jüngerer Altersklassen gezählt worden sind. Am Wochenende war die Aufteilung der Altersklassen erwartungsgemäß ausgeglichen. Soweit es die Beobachtungen zuließen, schien die Mehrheit der gezählten Besucher der Billstedter Bevölkerungsstruktur entsprechend einen Migrationshintergrund zu haben. Diese bildeten dann auch den Großteil der Personengruppe, die ein Angebot außerhalb des Centers aktiv wahrgenommen haben.

Zusammenfassend lässt sich die Erkenntnis aus den Kundenbeobachtungen festhalten, dass trotz eines umsatzstarken Shopping-Centers mit einer breiten Palette an Gütern und Dienstleistungen der umliegende Einzelhandel und die Gastronomie im Stadtteilzentrum die Beachtung und das Interesse der Besucher anziehen kann. Dabei scheint die Tatsache entscheidend, dass die Angebote außerhalb des Centers insoweit bestimmte Sortimentsstrukturen aufweisen, dass sie als eine Art Ergänzung zum Angebot innerhalb des Centers fungieren. Dies wird auch die nähere Betrachtung des Untersuchungsgebietes im Rahmen der nun folgenden Analyse belegen.

## 5.3 Zentrale Analyseergebnisse

Die Bestandsaufnahme in Abschnitt 4 lieferte für die jetzt in diesem Kapitel folgende zentrale Bestandsanalyse eine umfangreiche Grundlage. Auf diesen Ergebnissen bauend und um die Erkenntnisse aus den Experteninterviews und den Kundenbeobachtungen erweitert, werden nun einzelne thematische Schwerpunkte aufgeführt, in denen Potenziale und Defizite erläutert und Rückschlüsse auf die übergeordnete Fragestellung (*s. Einleitung*) gezogen werden.

### **Angebotsstrukturen im Billstedter Zentrum**

Es ist vor allem während der Experteninterviews deutlich geworden, dass das Billstedt-Center für das Gewerbe und die lokale Ökonomie im Billstedter Zentrum (und auch im ganzen Entwicklungsraum Billstedt-Horn) strukturell eine bedeutsame und wesentliche Rolle spielt. Dies betrifft neben der Beschäftigungsstruktur - immerhin sind in der Bestandsaufnahme insgesamt 112 Geschäfte im Billstedt-Center gezählt worden, die jeweils mehrere Beschäftigungsmöglichkeiten aufweisen können - auch die für diese Ausarbeitung bedeutende Angebots- und Sortimentsstruktur. Das Billstedt-Center versorgt die Stadtteile Billstedt, Horn, Jenfeld, weitere angrenzende Gebiete im Hamburger Osten und weitere Gemeinden

im Landkreis Stormarn (Schleswig-Holstein) überwiegend mit Gütern des aperiodischen Bedarfs.

Obwohl das Billstedt-Center ergänzend zum eigentlichen Angebot auch Güter mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus (z. B. Nahrungs- und Genussmittel) darbietet, scheint auf den ersten Blick keine harte Konkurrenzsituation zum Angebot in der Ladenzeile zu herrschen. Das liegt in erster Linie daran, dass die angebotenen Güter und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs in der Billstedter Hauptstraße vorwiegend dem multikulturellen Bereich zugeordnet werden können, wie die Bestandsaufnahme ergeben hat. Dies hat den Vorteil, dass dadurch sich zwei ergänzende Angebotsstrukturen entstehen, welche die Bewohner des Stadtteils auch wahrnehmen.

Auch das Center-Management des Billstedt-Centers sieht das Angebot in der Ladenzeile als eine erwünschte Ergänzung zum Center-Angebot. Auch ein Shopping-Center profitiere an einem belebten Stadtteilzentrum, wenn Besucher sich gerne auch außerhalb des Center-Gebäudes aufhalten und Angebote wahrnehmen. Schließlich seien z. B. der Spielartikelhändler, das Sportstudio und die zahlreichen multikulturellen Restaurants und Lebensmittelhändler an der Hauptstraße wünschenswerte Branchen, die es so im Shopping-Center nicht gibt. Soziale und gesellschaftliche Engagements des Managements im Billstedter Kulturpalast oder beim Stadtteilfest „BilleVue“ unterstreichen die Bereitschaft und das Interesse des Centers an einem funktionierenden Stadtteilzentrum.



Abbildung 29: Türkische Lebensmittelhändler und Restaurants an der Billstedter Hauptstraße, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

In Billstedt lebten Ende 2011 ca. 35.000 Menschen mit Migrationshintergrund. Das Experteninterview mit den Unternehmern ohne Grenzen lieferte hierzu die Erkenntnis, dass sich dieser migrantische Bevölkerungsanteil aus zahlreichen Nationen zusammensetzt. Vor allem Menschen mit afghanischen, türkischen, arabischen und osteuropäischen Wurzeln leben in Billstedt und den umgebenden Stadtteilen. Es liegt somit auf der Hand, dass genau dieser Teil der Bevölkerung (immerhin rund 50 % der Billstedter Gesamtbevölkerung) eine gewisse heimat- und herkunftsbezogene Affinität zu den angebotenen Gütern im Billstedter Zentrum aufweist. Für die anderen 50 % der Billstedter Bevölkerung stellen die multikulturellen Angebote im Stadtteilzentrum eine Abwechslung zum übrigen Angebot im Billstedt-Center dar.

Eine weitere Stärke des Zentrums ist, dass diese Angebotsstrukturen bereits seit mehreren Jahrzehnten in ihrer multikulturellen Prägung so bestehen und die Entwicklung grundsätzlich weiterhin in diese Richtung zu gehen scheint. In den letzten Jahren haben sich weitere türkische und osteuropäische Geschäfte und Cafés im Untersuchungsgebiet niedergelassen und bis zum jetzigen Zeitpunkt auch etabliert. Türkische Restaurants wie beispielsweise das 1987 eröffnete „Meram“ an der Billstedter Hauptstraße gelten stadtweit inzwischen als renommierte Marken und sind qualitativ und serviceorientiert mit den Restaurants am Steindamm in Hamburg-St. Georg gleichzusetzen.



Abbildung 30: Das Billstedt-Center neben internationalen Restaurants, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Der Geschäftsführer des Restaurants „Meram“ führte im Interview an, dass sie inzwischen tagtäglich Kunden und Besucher aus ganz Hamburg und Umgebung („Manchmal haben wir sogar Kundschaft aus Pinneberg und Elmshorn“) willkommen heißen. Aber auch die täglich wechselnde Laufkundschaft sei ein wichtiger Bestandteil des täglich großen Andrangs bei den türkischen Gerichten. Immerhin, so schätzt es der Geschäftsführer ein, seien ca. 30 % der Besucher diejenigen Kunden, die kurz vorher im Center einkaufen waren und den Einkaufsbummel bei einem „Ayran mit Pide und Kebab“ ausklingen lassen möchten. Auch das Mittagsangebot der türkischen und arabischen Restaurants sei für die Beschäftigten im Billstedt-Center eine willkommene Abwechslung zum Angebot im Shopping-Center selbst. „Die übrigen 70 % suchen das Meram auf, weil sie genau wissen, dass sie hier seit Jahren Qualität und Service zum kleinen Preis bekommen.“



Abbildung 31: Das Restaurant „Meram“, Quelle: <http://www.restaurant-kritik.de>

Gerade in diesem gastronomischen Bereich wird die Ergänzung zum Angebot im Shopping-Center als eine Chance für Gewerbetreibende gesehen. Sie bieten ausländische Spezialitäten, Gerichte, Backwaren und Süßspeisen an, die in diesem Umfang nicht im Billstedt-Center zu finden sind.

Weitergehende Analysen könnten aufzeigen, ob die Nachfrage im Stadtteil noch Potenzial für weitere multikulturelle Angebote bietet oder ob das jetzige Angebot die Nachfrage in dem Umfang ausreichend bedient.



Abbildung 32: Türkischer Lebensmittelhändler bei abendlicher Beleuchtung, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Ein weiterer im Billstedter Zentrum bedeutsamer Dienstleistungsbereich ist die Gesundheitsbranche. Die Fußgängerzone der Möllner Landstraße hat den großen Vorteil, dass im zentralen Bereich um den Wochenmarktplatz herum zwei große Ärztehäuser zu finden sind. Daher ist hier auch diese Branche mit Apotheken und anderen Gesundheitsdienstleistern stark vertreten (*s. Bestandsaufnahme*). Die räumliche Nähe zu den praktizierenden Ärzten und ein breit angelegter Fußgängerbereich ermöglicht es vor allem der älteren und mobil eingeschränkten Bevölkerung, mit kurzen Wegezeiten verschiedene Geschäfte und Dienstleistungsangebote aufsuchen zu können.



Abbildung 33: Der „Gesundheitsbereich“ in der Fußgängerzone, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Allerdings ist ein Aspekt in der Gesamtbetrachtung der Angebotsstruktur negativ zu bewerten. Vor allem an der Billstedter Hauptstraße am südlichen Ende des Untersuchungsgebietes ist eine starke Konzentration von Spielhallen und Wettbüros auszumachen, was ein Indiz dafür sein kann, dass noch strukturelle Schwächen im lokalen Gewerbe vorhanden sind. Laut der steg Hamburg ist diese „Spielhallenproblematik“ bereits seit mehreren Jahren ein Thema in der Entwicklung des Billstedter Zentrums. Erste Lösungsvorschläge, dieser Entwicklung entgegenzutreten, wie beispielsweise eine gezielte Nutzungssteuerung und -einschränkung bei frei werdenden Ladenflächen, werden auch auf planungsrechtlicher Ebene in den Ausschüssen der Bezirksverwaltung diskutiert. Erste Handlungen in diese Richtung sind mit dem Antrag der Einrichtung einer mobilen Suchtberatungsstelle in Billstedt geschehen.

### **Qualität der angebotenen Güter und Dienstleistungen**

Auch bei der Qualität der angebotenen Güter ist ein Vergleich zwischen dem Billstedt-Center und der Ladenzeile außerhalb des Centers von grundlegender Bedeutung. Während die Zählung der Geschäfte im Center ergeben hat, dass vorwiegend Güter und Dienstleistungen aus dem mittleren Preissegment angeboten werden, überwiegen in der Ladenzeile außerhalb des Billstedt-Centers niedrige Preisklassen. Das trifft neben den angebotenen Gütern des periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel u. a.) auch auf Güter des aperiodischen Bedarfs (Textilien, etc.) zu.

Eine Ursache für das vorherrschende Angebot an Gütern aus niedrigen Preisklassen im Billstedter Zentrum scheint dabei die vorhandene Kaufkraft in Billstedt zu sein. Die Erläuterung der Nachfragesituation hat ergeben, dass die Kaufkraft in Billstedt weit unter der des gesamtstädtischen Raums in Hamburg liegen muss, zumal der hohe Anteil an Leistungsempfängern nach SGB II und die hohe Arbeitslosenquote im Stadtteil diese Vermutung noch weiter verstärken. Daher ist hier deutlich die Prämisse zu erkennen, dass „die Nachfrage sich ihr Angebot selbst schafft“ (Aus dem Experteninterview mit den Unternehmern ohne Grenzen).

Vereinzelte Ausnahmen in der Qualität der dargebotenen Güter und Dienstleistungen sind hauptsächlich im gastronomischen Bereich zu finden. Die Preislage in den Restaurants ist mindestens auf dem mittleren Niveau anzusiedeln, was allerdings bei einem hohen Serviceniveau und einer hohen Qualität der angebotenen Speisen und Getränke in dieser Branche nicht unüblich ist und gerade diese Faktoren das Restaurant auch über Billstedt hinaus bekannt gemacht haben.

Seitens der steg Hamburg und dem Center-Management wäre es allerdings wünschenswert, wenn sich eine „gesunde“ und vor allem vielfältige Mischung aus Gütern und Dienstleistungen der niedrigen, mittleren und vereinzelt auch höherwertigen Preissegmente (beispielsweise Textilien, Nahrungsmittel oder Schmuck) im Billstedter Zentrum einstellen würde.

### **Organisation und Zusammenarbeit, Eigentümersituation**

Besonders im Gespräch mit dem Verein der Unternehmer ohne Grenzen lag der Schwerpunkt auf der Zusammenarbeit und der Organisation der Gewerbetreibenden im Stadtteilzentrum. Zu den angesprochenen Akteuren gehörten neben den Gewerbetreibenden auch das Center-Management des Billstedt-Centers und die Eigentümer der Immobilien und Grundstücke außerhalb des Centers.

Die vielen Bemühungen der UOG in den beiden Jahren des Betreuungsauftrages im Billstedter Zentrum, einheitliche und effektive Organisationsstrukturen im lokalen Gewerbe zu etablieren, seien bisher vor allem am Desinteresse zahlreicher Gewerbetreibender (Ladenbesitzer) und der meisten Eigentümer gescheitert. Die Eigentümer seien gar nicht an der Lage und der Situation sowie an den möglichen positiven Effekten einer geregelten Zusammenarbeit des Gewerbes interessiert. Viele der Grundstücks- und Immobilieneigentümer hätten auch aufgrund ihrer andauernden Abwesenheit und dem nicht vorhandenen persönlichen Bezug zur Entwicklung im Stadtteil kein Interesse daran, welche nachhaltigen Strukturen und Angebote derzeit im Zentrum wünschenswert wären. „Einige der Eigentümer haben ihren Sitz gar nicht in Deutschland und sind schon zufrieden, wenn sie ihre geregelten Einnahmen haben. Dabei ist es ihnen gleichgültig, ob der Mieter die x-te Spielhalle ist.“ (UOG)

Neben der schwierigen Eigentümersituation scheitere laut den UOG eine einheitliche Organisation unter den Gewerbetreibenden auch an der nicht vorhandenen Bereitschaft zu einer effektiven Zusammenarbeit. Bestrebungen, eine Interessensgemeinschaft unter den Händlern und Akteuren vor Ort zu gründen, seien durch Barrieren auf verschiedenen Ebenen fehlgeschlagen. Neben Desinteresse seitens der Ladenbesitzer und Verkäufer vor Ort seien sprachliche und gar regionale Barrieren („Aus welcher türkischen Region kommst du?“) entscheidende Gründe dafür gewesen, dass die Bereitschaft, die Unterstützung durch den Verein anzunehmen, nicht aufgekommen ist. „Teilweise dachten die Händler, wir kommen von der Stadt und möchten nur mehr Einschränkungen und höhere Steuerabgaben durchsetzen.“ (UOG)

Es liegt wohl auf der Hand, dass im organisatorischen Bereich großes Potenzial verborgen ist, diese Stärken aufgrund verschiedener Gründe aber bisher nicht abgerufen werden konnten. Im sechsten Abschnitt dieser Ausarbeitung sind einige Handlungsempfehlungen auf genau diesen Bereich bezogen.

### Der Billstedter Wochenmarkt, die BilleVue und die Lebensmittel-Discounter

In der Bestandsaufnahme wurde bereits darauf hingewiesen, dass im Grenzbereich des Billstedter Zentrums außerhalb des untersuchten Gebietes zwei Lebensmittel-Discounter zu finden sind (s. Abb. 34). Diese verdienen eine gesonderte Betrachtung im Rahmen der Analyse, da sie, im Gegensatz zu dem lokalen und kleinteiligen Einzelhandel im Untersuchungsgebiet, keine stadträumliche Integration ins historisch gewachsene Billstedter Zentrum aufweisen.

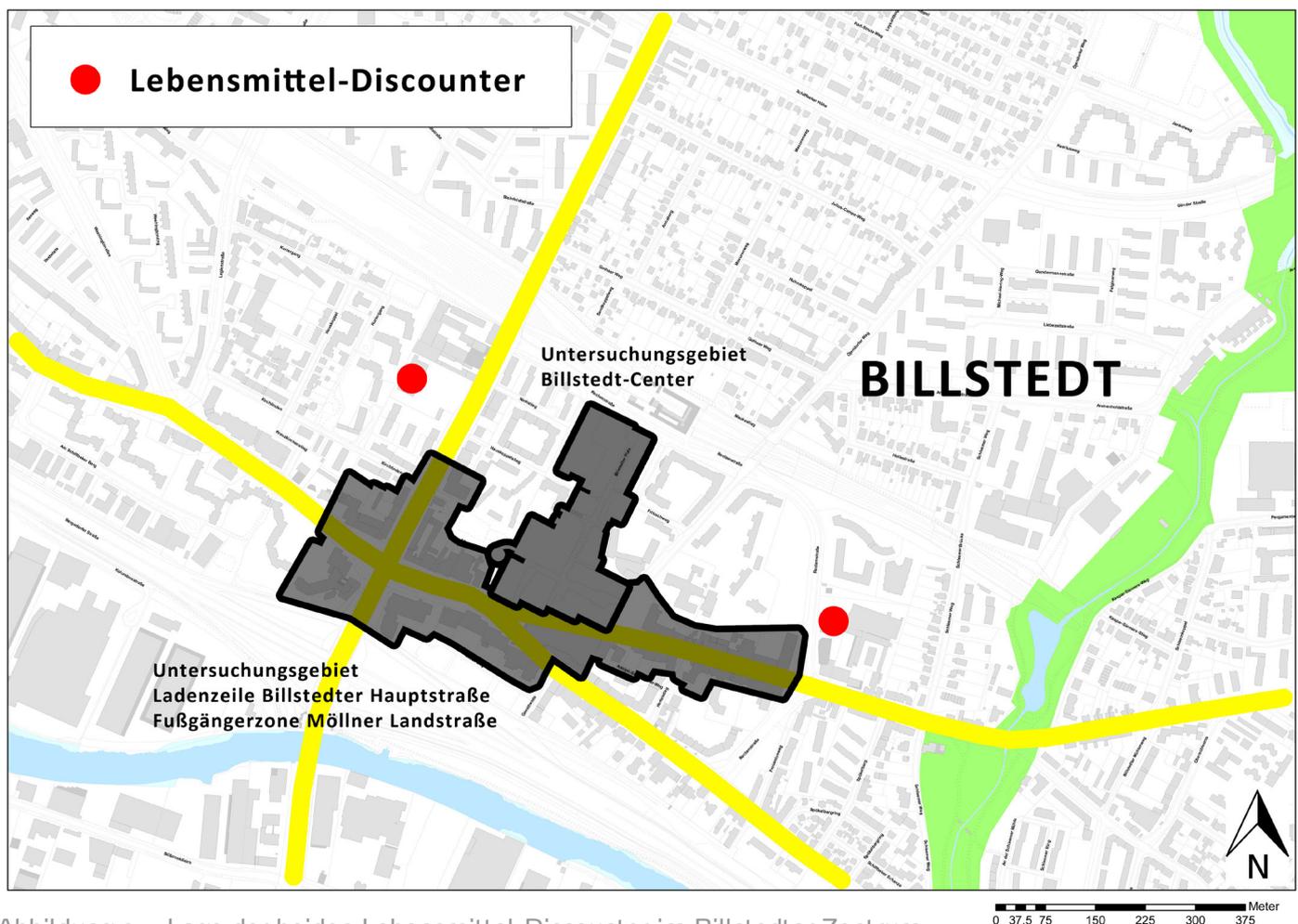


Abbildung 34: Lage der beiden Lebensmittel-Discounter im Billstedter Zentrum, Kartengrundlage ALKIS 2010

Die Infobox 1 in Abschnitt 3 hat kurz dargelegt, dass in Deutschland seit geraumer Zeit ein grundlegender Strukturwandel in der Einzelhandelslandschaft stattfindet, aus dem u. a. die Lebensmittel-Discounter als Sieger hervorgehen. Auch im Billstedter Zentrum ist wohl anzunehmen, dass die Lebensmittel-Discounter einen nicht unwesentlichen Anteil an der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs haben und potenzielle Kunden vom periodischen Angebot des Einzelhandels im Zentrum und auch des Billstedt-Centers abziehen. Hinzu kommt noch, dass ein großzügig angelegtes Stellplatzangebot und eine günstige Verkehrslage die Erreichbarkeit beider Discounter verbessern. Beide Geschäfte liegen an Hauptstraßen und sind fußläufig innerhalb weniger Minuten vom U-Bahnhof Billstedt bzw. über Bushaltestellen in der Nähe erreichbar.

In dieser Ausarbeitung wird die Wirkung dieser Handelseinrichtungen auf den Einzelhandel im Untersuchungsgebiet nur erwähnt. Das Hauptaugenmerk liegt auf den Wechselwirkungen zwischen dem Shopping-Center und dem lokalen Gewerbe im direkten Umfeld. Daher müssten weitere Untersuchungen, auch hinsichtlich der Kundenfrequenz und der Umsatzentwicklung sowie der daraus resultierenden Konkurrenzsituation, angestoßen werden, um die tatsächliche Rolle der beiden Lebensmittel-Discounter im Billstedter Zentrum zu analysieren.

In der Fußgängerzone der Möllner Landstraße findet zweimal in der Woche der Billstedter Wochenmarkt statt. Dienstags zwischen 9 und 13 Uhr sowie freitags zwischen 9 und 18 Uhr können die Billstedter Bewohner ein breit gefächertes Angebot an frischen Nahrungsmitteln, Textilprodukten, Fisch- und Fleischprodukten sowie Haushaltswaren auf dem vom Bezirksamt Hamburg-Mitte veranstalteten Wochenmarkt wahrnehmen.



Abbildung 35: Der Wochenmarktplatz in der Fußgängerzone, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Eigene Beobachtungen in den letzten Jahren haben gezeigt, dass dieser Wochenmarkt sich einer großen Beliebtheit erfreut und Menschen aus dem ganzen Billstedter Stadtteilgebiet und auch aus den Nachbarstadtteilen anzieht. Der Billstedter Wochenmarkt bietet neben frischen regionalen Produkten (Gemüse, Obst, Fleisch) auch eine Reihe an ausländischen Waren an, wie beispielsweise orientalische Mode oder internationale Backwaren. Auch die steg Hamburg ist sich dieses Frequenzbringers bewusst, zumal die stadträumliche Kombination aus Wochenmarkt, Shopping-Center und Fußgängerzone auch für zusätzliche Veranstaltungen im Stadtteil ungemein großes Potenzial in sich birgt. Erste Ideen wie z. B. ein Billstedter Weihnachtsmarkt auf dem gleichen Gebiet seien in der Arbeitsgruppe „Zentrum Billstedt“ bereits angesprochen worden.

Analog zu der Analyse der Discounter könnte auch der Wochenmarkt durch tiefergehende Analysen und weitere Experteninterviews näher durchleuchtet und seine tatsächliche Wirkung auf das Billstedter Zentrum herausgearbeitet werden. Im Rahmen dieser Ausarbeitung sei aber nur darauf hingewiesen, dass der Wochenmarkt ein großes Potenzial birgt.

Ein bekanntes Stadtteilstadtteilfest ist die „BilleVue“. Seit 2002 feiert Billstedt das mit rund 200 Programmpunkten größte Kultur- und Stadtfestival im Hamburger Osten. Alle zwei Jahre (zuletzt 2012) zieht die BilleVue rund 150.000 Besucher an. Sie ist ein großes Bündnis von über 200 Institutionen aus Wirtschaft, Sozialem und Kultur und wird von über 800 Helfern unterstützt (vgl. *BilleVue*).



Abbildung 36: Werbeplakat für die BilleVue 2012, Quelle: <http://www.hamburgerinfo.de>

Auch dieses Stadtteilstadtteilfest ist als eine große Möglichkeit für das Billstedter Zentrum anzusehen, Werbung und Marketingmaßnahmen für die kulturelle Vielfalt im Stadtteilzentrum zu machen, zumal der Veranstaltungsort genau im Untersuchungsgebiet liegt. Verschiedene Events finden im Rahmen dieses Festivals direkt vor den Geschäften der Gewerbetreibenden statt und die Händler haben die Möglichkeit, während der BilleVue die Fußgängerzone und die Billstedter Hauptstraße, die für den Autoverkehr großzügig abgesperrt wird, für

ihre Unternehmung zu nutzen. Weitere Sitzmöglichkeiten werden z. B. vor den Restaurants aufgestellt, um mehr Besucher und Kunden während der Feierlichkeiten anzulocken. Eine gemeinsame Organisation unter den ansässigen Händlern würde den Effekt des beliebten Stadtteilstes noch weiter steigern und eine Grundlage dafür bilden, dass das lokale Gewerbe im Billstedter Zentrum mehr in den Fokus des gesellschaftlichen Interesses rückt.

### **Städtebauliche und stadträumliche Situation, Mietpreislage**

Im letzten Analysepunkt ist die städtebauliche und stadträumliche Situation im Billstedter Zentrum in ihren Grundzügen untersucht worden. Hierbei ist zunächst festzuhalten, dass vor allem die Fußgängerzone der Möllner Landstraße als ein räumlich breit angelegtes und vom motorisierten Verkehr abgegrenztes Gebiet großes Potenzial mit sich bringt. Diese Aufenthaltsqualität wurde so auch von der steg Hamburg im Experteninterview erwähnt, zumal einige städtebauliche Unternehmungen der Arbeitsgruppe „Zentrum Billstedt“ in den letzten Jahren zur Steigerung dieser Qualität in der Fußgängerzone beigetragen haben.

Inzwischen sind zahlreiche Sitzmöglichkeiten, die von der Bevölkerung auch rege benutzt werden (*s. Kapitel 5.2*), eine ausreichende Beleuchtung der Fußgängerzone und Anlagen z. B. für Fahrräder vorhanden. Einzig der Zustand der Stadtmöblierung und die Sauberkeit in der Fußgängerzone, vor allem nach Veranstaltungen (u. a. Wochenmarkt), lassen in diesem Zusammenhang noch Verbesserungsmöglichkeiten offen. Auch hier seien laut den UOG die Gespräche mit einigen Händlern ins Leere gelaufen, da die Vorteile einer gemeinsam organisierten und bewirtschafteten Fußgängerzone („Sauberkeit trägt zur Steigerung der Aufenthaltsqualität bei“) seitens der Gewerbetreibenden bisher nicht erkannt wurden.

Die Situation an der Billstedter Hauptstraße ist durch die derzeit große Bedeutung für den motorisierten Individual- und Lieferverkehr (das Industriegebiet Billbrook/Billwerder grenzt unmittelbar an den Süden Billstedts) im stadträumlichen Kontext differenzierter zu betrachten. Nichtsdestotrotz wird auch seitens der städtischen Verwaltung die Meinung vertreten, dass die Bundesstraße 5, die parallel zur Billstedter Hauptstraße verläuft, in ihrem derzeitigen verkehrsräumlichen Ausmaß den motorisierten Verkehr ausreichend übernehmen und so die verkehrstechnische Bedeutung der Billstedter Hauptstraße auf ein Minimum reduziert werden könnte.



Abbildung 37: Der motorisierte Verkehr im Billstedter Zentrum, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Erste Pläne für die Hauptstraße, den Verkehr einzugrenzen, wurden seitens der Verwaltung bereits umgesetzt. Weitere sollen folgen, um die Aufenthaltsqualität auch hier zu steigern und eine mit der ansässigen Bevölkerung abgestimmte Lösung zu erreichen.

Auf der städtebaulichen Ebene betrachtet ist eine heterogene Gebäudestruktur mit einer für Kerngebiete typisch dichten Bebauung zu finden. Dabei sind an der Billstedter Hauptstraße neben den beiden großen Hotelkomplexen hauptsächlich ältere (1980er-Jahre und älter) Gebäudesubstanzen vorzufinden, während das Bild des westlichen Teils der Fußgängerzone überwiegend durch den Gebäudekomplex des Billstedt-Centers geprägt wird. Ein weiterer prägender Gebäudekomplex in der Fußgängerzone ist das Ärztehaus im zentralen Bereich am Wochenmarktplatz. Diese großteiligen Gebäudestrukturen wirken zwar auf den freien öffentlichen Raum bezogen sehr beengend, unterstützen aber den Umstand, dass ein räumlich klar abgegrenzter Zentrumsbereich entsteht. Zu der äußerlichen Gestalt der Gebäude lässt sich sagen, dass vor allem bei der heterogenen Gebäudestruktur an der Billstedter Hauptstraße noch Sanierungs- und Erneuerungsbedarf besteht.



Abbildung 38: Sanierungsbedürftige Gebäudestrukturen an der Billstedter Hauptstraße, Quelle: Eigene Aufnahme 2013

Diese verbesserungsfähige städtebauliche Situation spiegelt sich schließlich auch in der Mietpreissituation der vermieteten Gewerbe- und Ladenflächen wider. Während in Hamburger 1A-City-Lagen wie beispielsweise den zentrumsnahen Einkaufsstraßen Mönckebergstraße oder Spitalerstraße die monatliche Ladenmiete bis zu 250 €/m<sup>2</sup> betragen kann (vgl. Jones Lang Lasalle 2012), hat das Gespräch mit dem Geschäftsführer des Restaurants „Meram“ die Erkenntnis gebracht, dass die Mieten für die Ladenflächen an der Billstedter Hauptstraße im Bereich von knapp über 10 €/m<sup>2</sup> liegen. Selbst in vergleichbaren Hamburger Stadtteilen wie z. B. an der Wandsbeker Marktstraße liegen die Mieten vier- bis fünfmal so hoch. Diese Mietpreislage lässt Rückschlüsse auf das vorherrschende Preisniveau der angebotenen Güter und Dienstleistungen zu, welches bereits in diesem Kapitel weiter oben beschrieben worden ist und wiederum selbst von der aktuellen Nachfragesituation im jeweiligen Stadtteil abhängt.

## 5.4 Zusammenfassung der Analyse

Schon seit einigen Jahren ist auf der politischen Ebene durch die Aufnahme des Billstedter Zentrums als lokalen Schwerpunkt in den Entwicklungsraum Billstedt-Horn ein gewisser Handlungsbedarf im untersuchten Gebiet erkannt worden. Auch wurden bereits einige städtebauliche Projekte wie Erneuerungsmaßnahmen am Bahnhof, Gestaltungsmaßnahmen in der Fußgängerzone oder Veränderungen an der Verkehrssituation nach Diskussionsrunden und mit Zustimmung der Bürger umgesetzt.

Allerdings besteht noch in zahlreichen Punkten wesentlicher Handlungsbedarf. Allen voran ist es von enormer wirtschaftlicher Bedeutung, das Billstedter Zentrum als Gewerbe- und Einzelhandelsstandort auch gegenüber dem Billstedt-Center zu etablieren. Dabei sollte das Shopping-Center in seiner wirtschaftlichen Bedeutung für das gesamte Stadtgebiet als Partner und Akteur in die Entwicklungsmaßnahmen involviert werden, zumal im Bereich der Fußgängerzone jede tatkräftige und finanzielle Unterstützung bei gemeinsamen Projekten für die Stadt und für die Gewerbetreibenden willkommen sein müsste.

Für die erwähnten gemeinsamen Projekte können die Potenziale in der Angebotsstruktur und in den stadträumlichen Gegebenheiten des gesamten Billstedter Zentrums genutzt werden. Das Shopping-Center übernimmt hierbei die Rolle des Alles-in-einem-Versorgers mit Schwerpunkt im aperiodischen Bedarf und einem weit reichenden Einzugsgebiet, während die Ladenzeile und die Fußgängerzone zielgruppenorientierte und stadtteiltypische Angebote wie beispielsweise multikulturelle Nahrungsmittel und Dienstleistungen darbieten. Die Kundenbeobachtungen haben gezeigt, dass die zahlreichen Besucher des Billstedt-Centers auch die Angebote außerhalb wahrnehmen.

Dennoch existieren auch im Angebot strukturelle Defizite. Die hohe Konzentration an Spielhallen und Wettbüros stehen für eine negative Entwicklung im Billstedter Zentrum, und die mangelhafte Aufenthaltsqualität an der Billstedter Hauptstraße wirkt vor allem auf neue Besucher, die das Stadtteilzentrum mit seinen zahlreichen bekannten Restaurants aufsuchen, abweisend.

Im nächsten Abschnitt werden einige grundlegende Handlungsempfehlungen formuliert, die auf den Ergebnissen dieser Analyse aufbauen und auch als Basis für weitere Stadtteilzentren, die mit gleichen oder ähnlichen strukturellen Defiziten zu kämpfen haben, genutzt werden können.

# 6. Handlungsempfehlungen

Nach der Bestandsaufnahme und der unmittelbar anschließenden strukturellen Analyse des untersuchten Gebietes werden in diesem Abschnitt punktuelle Handlungsempfehlungen formuliert. Diese bauen auf den zentralen Analyseergebnissen, den eigenen Kundenbeobachtungen und den Erkenntnissen der Experteninterviews aus dem vorigen Abschnitt auf. Sie sollen keine fertigen Konzepte darstellen, sondern vielmehr erste Denkanstöße und Möglichkeiten für konkrete Projekte und Umsetzungsmaßnahmen benennen. Außerdem sind die Handlungsempfehlungen auf einer allgemeinen Ebene formuliert, so dass sie auch auf andere Stadtteilzentren oder Klein- bzw. Mittelstädte mit gleichen oder ähnlichen strukturellen Problemen im lokalen Einzelhandel oder im örtlichen Gewerbe übertragbar sind.

## **Strukturelle Empfehlungen**

In der Analyse (u. a. Kundenbeobachtung) und vor allem durch das Gespräch mit dem Geschäftsführer des Restaurants „Meram“ an der Billstedter Hauptstraße wurde deutlich, dass die strukturelle Situation des Gewerbes in der Ladenzeile an der Hauptstraße und in der Fußgängerzone nachweisbare Potenziale aufweist. Der Geschäftsführer des türkischen Restaurants hob im Interview in diesem Zusammenhang besonders die Funktion als ergänzendes Angebot hervor: „Im Billstedt-Center gibt es keinen türkischen oder arabischen Lebensmittelladen und kein Restaurant mit multikulturellem Hintergrund, die die Bedürfnisse der Kunden auf einem derart hohen Niveau befriedigen können wie der Einzelhandel oder die Gastronomie außerhalb des Centers.“

Trotz der erwähnten und herausgearbeiteten Potenziale hinsichtlich der Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet gibt es auch in diesem Bereich Verbesserungsmöglichkeiten. Zum einen wäre da die Empfehlung, neben den bereits vorhandenen Gütern und Dienstleistungen auch zentrentypische Produkte aus anderen Branchen und mit ebenfalls multikulturellem Hintergrund anzubieten, um eine „gesunde Mischung“ für die ansässige Bevölkerung zu erreichen. Gewünschte Branchen könnten bei der Ansiedlung von entsprechenden Geschäften auf planungsrechtlicher Ebene gezielt bevorzugt werden. Natürlich wäre es von Vorteil, wenn man vor der Ansiedlung die Attraktivität der städtebaulichen und stadträumlichen Situation im Zentrum steigern würde.

Zum anderen sind die strukturellen Probleme, wie beispielsweise die hohe Konzentration von Spielhallen, zunächst als solche konkret zu erfassen und anschließend durch gezielte Maßnahmen zu lösen. Dafür stehen auf planungsrechtlicher Ebene gesetzmäßige Instrumente zur Steuerung und Einschränkung bestimmter Branchen in Gewerbegebieten zur Verfügung. Selbstverständlich setzt dies eine effektive und zielorientierte Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure (Immobilieeigentümer, Verwaltung, Mieter) voraus.

### **Organisatorische Empfehlungen**

Während der Gespräche mit dem Verein der Unternehmer ohne Grenzen und mit der steg Hamburg ist das Fehlen einer ordentlichen und organisierten Zusammenarbeit des lokalen Gewerbes im Billstedter Zentrum mehrmals bemängelt worden. Hier wurden bereits Anstrengungen seitens der befragten Experten unternommen, um eine strukturierte Grundlage für eine Interessensgemeinschaft zu schaffen. Allerdings verliefen die bisherigen Bemühungen und Maßnahmenvorschläge ergebnislos. Die Gründe hierfür reichen von verschiedenen Hindernissen wie sprachlichen Barrieren oder regionalen Unterschieden in der Herkunft bis hin zu Desinteresse seitens der Händler.

Gerade auf organisatorischer Ebene sind im untersuchten Gebiet konkrete Maßnahmen zu empfehlen. Für die Mehrheit der Händler, die sich aus unterschiedlichen Nationen zusammensetzt und/oder einen Migrationshintergrund hat, muss eine grundlegende Vertrauensbasis geschaffen werden. Dazu gehören eine lang andauernde und intensive Betreuung und Begleitung durch Wirtschaftsförderungsvereine auf ökonomischer, aber auch auf stadtplanerischer Ebene, um die bedeutsame Rolle einer organisierten Gemeinschaft zu verdeutlichen, sowie bottom-up-Förderungsprozesse im lokalen Gewerbe, in denen auf unterster Akteursebene die Wünsche der Gewerbetreibenden regelmäßig aufgenommen werden und die aktuelle Situation des Gewerbes festgehalten wird. Besonders wichtig hierbei ist, dass das Shopping-Center auf der einen Seite als Partner bei gemeinsamen Zielen in der wirtschaftlichen Entwicklung akzeptiert wird und auf der anderen Seite trotzdem einen „natürlichen und fairen“ Konkurrenten darstellt, der Kunden auch aus entfernteren Stadtgebieten ins Stadtteilzentrum bringt.

Im Gespräch mit dem Geschäftsführer des „Meram“ wurde bestätigt, dass bereits heute lose Beziehungen zwischen einigen Händlern beständen, diese aber (noch) nicht zu konkreten Interessensgemeinschaften entwickelt worden seien. Gerade dieser Umstand ermöglicht einen guten Einstieg in die genannten organisatorischen Empfehlungen. Es fehlt lediglich die Überzeugung und die Erkenntnis der Händler, dass gemeinsam verfolgte Ziele innerhalb eines Kollektivs schneller, effektiver und nachhaltiger zu erreichen sind. Als gutes Beispiel

ist hier die Organisation der Händler im Billstedt-Center selbst zu nennen. Es existiert eine feste Werbegemeinschaft der Händler im Center, die regelmäßige Zahlungen in einen gemeinsamen „Topf“ tätigen. Aus diesem werden schließlich Werbe- und Marketingmaßnahmen durchgeführt, die in den jährlichen Treffen zusammen mit dem Center-Management entwickelt und ausgearbeitet werden. Zu den Maßnahmen gehören neben zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen z. B. auch Befragungen in Bezug auf die Kundenzufriedenheit.

### **Städtebauliche Empfehlungen**

Obwohl die Leitung des „Meram“ an der Billstedter Hauptstraße die Meinung vertritt, dass auf der städtebaulichen und stadträumlichen Ebene kein Verbesserungsbedarf im Billstedter Zentrum existiert, sind während der Analyse einige Defizite und Mängel erkannt worden. Besonders die Fußgängerzone der Möllner Landstraße bietet durch die räumliche Ausdehnung und eine gut integrierte stadträumliche Lage gute Voraussetzungen für weitere Maßnahmen, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen. Vor allem die Kundenbeobachtungen haben gezeigt, dass die Besucher die autofreie Zone im Stadtteilzentrum nutzen und sich dort ausruhen, ihren Einkauf fortsetzen oder sich mit anderen Personen treffen und unterhalten. Insofern kann man auf stadtplanerischer Ebene diese Qualitäten weiter ausbauen und das Einkaufen im Freien für die Bevölkerung noch attraktiver machen.

Eine von den Gewerbetreibenden gemeinsam bewirtschaftete Fläche (Sauberkeit, Stadtmöblierung, Sicherheit, Barrierefreiheit) wäre somit ein weiterer Baustein für die Profilierung des Gewerbes im direkten Umfeld des Shopping-Centers. Erste Maßnahmen hinsichtlich der Reduzierung des starken Verkehrsaufkommens an der Billstedter Hauptstraße wurden seitens der Stadtteilverwaltung bereits getroffen. Maßnahmen wie beispielsweise eine Verbreiterung der Gehwege im Kombination mit der Reduzierung der Fahrbahnen an der Hauptstraße oder eine bessere fußläufige Anbindung an die U-Bahnstation im Norden mit mehr Hinweisen auf die vorhandenen Angebote im Zentrum wären denkbare nächste Schritte.

# 7. Schlussfolgerungen

Im letzten Abschnitt dieser Ausarbeitung wird die vorliegende Untersuchung kurz zusammengefasst. Dabei werden Rückschlüsse auf die übergeordnete Fragestellung und das festgelegte Erkenntnisinteresse sowie auf die Zielsetzung gezogen. Abschließend wird ein Ausblick mit weiterführenden Untersuchungs- und Analysemöglichkeiten gewagt.

## 7.1 Zusammenfassung und Rückblick auf die Fragestellung

Im ersten Abschnitt wurde die übergeordnete Fragestellung formuliert, inwiefern das Angebot an Gütern und Dienstleistungen an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße das Angebot des Billstedt-Centers ergänzt und in welchem Umfang dieses Angebot an die Bevölkerungsstruktur des Stadtteils angepasst ist. Diese Fragestellung sollte mithilfe der Zielsetzung, strukturelle Potenziale und Probleme des untersuchten Gebietes festzustellen, analysiert und beantwortet werden.

Dazu wurden unterschiedliche Methoden angewandt, die von den thematisch fixierten Experteninterviews bis zu den räumlich punktuellen Kundenbeobachtungen reichten. Einen Einstieg in die übergeordnete Thematik bildete schließlich der dritte Abschnitt, der den aktuellen Diskussionsrahmen von Shopping-Centern mit ihren Auswirkungen auf den lokalen Einzelhandel und auf das Gewerbe vorgestellt und durch die thematische Einordnung des Billstedt-Centers die Verbindung zur eigentlichen Untersuchung im Fallbeispiel gezogen hat. Auf die ausführliche Bestandsaufnahme, die in die Angebots- und Nachfragesituation im untersuchten Stadtteil aufgeteilt wurde, folgte schließlich die Analyse, die die aktuelle Situation des Untersuchungsgebietes aus verschiedenen Ebenen und Blickwinkeln betrachtet und bewertet hat. Abschließend wurden Handlungsempfehlungen formuliert.

Rückblickend auf die Fragestellung ist zusammenfassend festzuhalten, dass sich die beiden erfassten Angebots- und Sortimentsstrukturen im Billstedter Zentrum zwar nicht in allen Branchen und Bereichen, aber dennoch in einer versorgungstechnischen Ebene ergänzen. Dies trifft vor allem auf die tägliche Versorgung der Billstedter Bevölkerung mit Lebensmitteln und gastronomischen Dienstleistungen zu. Diese Güter und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs werden zwar auch vom Billstedt-Center angeboten, aber außerhalb des Centers hat die Angebotsstruktur den ausschließlichen Vorteil, frische und preisgünstige Produkte für eine multikulturell geprägte Bevölkerung anbieten zu können, und sie so neben einer räumlichen auch eine sozial-gesellschaftliche Nähe zum Kunden aufbauen kann. Insofern liegt die bedeutsame Stärke des lokalen Gewerbes darin, tatsächlich auf einer bestimmten Angebotsebene eine sinnvolle und angepasste Ergänzung zum Angebot im Shopping-Center herzustellen. Die Erkenntnisse aus den Experteninterviews und den eigenen Kundenbeobachtungen haben dieses Potenzial bestätigt.

Nichtsdestotrotz wurden auch strukturelle Defizite festgestellt. Die hohe Konzentration von Spielhallen und das Fehlen von Produkten und Dienstleistungen aus bestimmten Preisklassen und Branchen sind als Defizite einzustufen. Trotz der schwachen Kaufkraftsituation im Stadtteil und des Billstedt-Centers als starken Konkurrenten in diesem (Preis-)Bereich, wären auch qualitativ hochwertige multikulturelle Angebote im Stadtteilzentrum denkbar. Auch auf stadträumlicher und städtebaulicher Ebene sind im Laufe der Ausarbeitung Defizite und Verbesserungsmöglichkeiten zur Steigerung der Aufenthaltsqualität festgestellt worden.

Besonderen Handlungsbedarf hat das lokale Gewerbe im Zentrum aber in der konkreten und zielorientierten Zusammenarbeit innerhalb einer offiziellen Interessensgemeinschaft. Vor allem bezüglich des effektiv und einheitlich geführten und organisierten Billstedt-Centers ist es genau auf dieser organisatorischen Ebene von immenser Wichtigkeit, einen bedeutsamen Partner zu konstituieren, um in der Zukunft auch in umsatzschwachen Phasen einen gemeinsamen Zusammenhalt zu etablieren. In den Handlungsempfehlungen wurden in diesem Zusammenhang erste Maßnahmen und Vorschläge formuliert, um diese Defizite zu reduzieren.

## 7.2 Fazit und Ausblick

Insgesamt hat die Untersuchung des Fallbeispiels im Hamburger Stadtteil Billstedt im Rahmen dieser Bachelorthesis gezeigt, dass auch im direkten räumlichen Umfeld eines umsatzstarken und beliebten Shopping-Centers Potenziale des lokalen Gewerbes zu finden sind. Selbstverständlich sind vor allem aufgrund der wirtschaftlich schwachen und sehr heterogen geprägten Bevölkerungsstruktur von Billstedt bestimmte Probleme und Defizite auch im lokalen Gewerbe festzustellen. Gerade deshalb ist das Herausarbeiten und Aufzeigen von Potenzialen und Stärken in „problembehafteten“ und ökonomisch schwachen Stadtteilen wie Billstedt von immenser Bedeutung für die weitere Entwicklung und das Image.

Während und nach dieser Untersuchung haben sich weitere Analysefelder ergeben, in denen es sich lohnt, tiefergehende Untersuchungen durchzuführen. Somit könnten z. B. durch gezielte und auf einem breiten Spektrum angelegte Kundenbefragungen zusätzliche Potenziale und Defizite aufgedeckt werden. Es könnten auch Interviews mit den Immobilieneigentümern bezüglich ihrer Vorstellungen und ihres Engagement im Stadtteil geführt werden, soweit diese sich dafür bereit erklären. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung der tatsächlichen Situation der Gewerbetreibenden im Zentrum wäre in der Lage, einen genauen Einblick in die Konstellation des lokalen Gewerbes zu geben und Rückschlüsse auf die weitere Entwicklung in der Angebotsstruktur vor Ort zu ermöglichen.

Die Nähe zu den eigentlichen Akteuren im Gewerbe und in der Stadt - das sind die ansässige Bevölkerung, die Gewerbetreibenden vor Ort, die Eigentümer der Immobilien und auch die Stadtteilverwaltung mit ihren sozial und wirtschaftlich engagierten Partnern - muss über alle Ebenen hinweg gesucht werden. Eine für alle tragbare und nachhaltige Entwicklung kann nur im Einklang und mit der Beteiligung aller betroffenen Akteure erreicht werden.

# Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass die vorliegende Ausarbeitung von mir selbstständig verfasst wurde und ich keine anderen Hilfsmittel als die angegebenen Quellen benutzt habe. Die Stellen der Bachelorthesis, die anderen Quellen im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen wurden, sind durch Angaben der Herkunft kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Zeichnungen, bildliche Darstellungen sowie für Quellen aus dem Internet.

# Quellenverzeichnis

## Literatur

BECKMANN, R. M. et al. (2008): Integration innerstädtischer Einkaufszentren. Qualitative Integrationskriterien und Steuerung von Verträglichkeitsgutachten. Berlin: Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (Hrsg.).

BEZIRKSAMT HAMBURG-MITTE (Hrsg.) (2008): Schau nach Osten. Entwicklungskonzept Billstedt-Horn. Hamburg.

BROCKHOFF, E. (2006): Wie viele Zentren verträgt die Stadt?, in: Brune, J. et al. (Hrsg.): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. Düsseldorf: Droste.

BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG [BBSR] (Hrsg.) (2013): Innenstädtische Einkaufszentren - Positionen und Interpretationen. Bonn.

FLICK, U. (2011): Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag.

GESELLSCHAFT FÜR IMMOBILIENWIRTSCHAFTLICHE FORSCHUNG [GIF] (Hrsg.)(2000): Ausgesuchte Begriffs- und Lagedefinitionen der Einzelhandelsanalytik. Grundlagen für die Beurteilung von Einzelhandelsprojekten. O. O.

JONES LANG LASALLE GMBH (Hrsg.) (2012): Retail City Profile. Hamburg 2012. O. O.

JUNKER, R., KÜHN, G. (2006a): Nahversorgung in Großstädten. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik.

JUNKER, R. (2006b): Center statt Stadt? - Die Rolle der Stadtplaner. Für einen sorgfältigeren Umgang mit der Innenstadt, in: Brune, J. et al. (Hrsg.): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. Düsseldorf: Droste.

KÜHN, G. (2006): Innerstädtische Einkaufszentren. Entwicklungen - Strukturen - Perspektiven, in: Brune, J. et al. (Hrsg.): Angriff auf die City. Kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nicht integrierten Shopping-Centern in zentralen Lagen. Düsseldorf: Droste.

KRÄTKE, S. (1995): Stadt - Raum - Ökonomie. Einführung in aktuelle Problemfelder der Stadtökonomie und Wirtschaftsgeographie. Basel: Birkhäuser.

KRÜGER, T.; WALTHER, M. (2007): Auswirkungen innerstädtischer Shopping-Center, in: Wehrheim, J. (Hrsg.): Shopping Malls. Interdisziplinäre Betrachtungen eines neuen Raumtyps. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

LADEMANN, R. (2011): Innerstädtische Einkaufszentren. Eine absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse. Göttingen: GHS.

MAYER-DUKART, A. (2010): Handel und Urbanität. Städtebauliche Integration innerstädtischer Einkaufszentren. Detmold: Rohn.

MINISTERIUM FÜR STÄDTEBAU UND WOHNEN, KULTUR UND SPORT [MSWKS] (Hrsg.) (2001): Business Improvement Districts (BIDs). Untersuchung von Business Improvement Districts (BIDs) in Bezug auf Möglichkeiten und Grenzen einer Übertragbarkeit auf innerstädtische Geschäftsquartiere in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.

POPP, M. (2002): Innenstadtnahe Einkaufszentren. Besucherverhalten zwischen neuen und traditionellen Einzelhandelsstandorten. München: L.I.S. Verlag.

VOLLMER, A. (2011): Business Improvement Districts. Erfolgreicher Politikimport aus den USA? Bern: Peter Lang.

## Internet

BEZIRKSAMT HAMBURG-MITTE (Hrsg.) (o. J.): Entwicklungskonzept: Die Zukunft in Billstedt-Horn hat begonnen. <<http://billstedt-horn.hamburg.de/entwicklungskonzept/>> (zuletzt abgerufen am 10.10.2013).

BILLEVUE GBR (Hrsg.) (o. J.): BilleVue: Aktiviert kulturelles Potenzial der Region. <<http://www.billevue.de/ueberuns/index.html>> (zuletzt abgerufen am 10.10.2013).

ECE PROJEKTMANAGEMENT GMBH & CO. KG (Hrsg.) (o. J.): Billstedt-Center, Hamburg. <<http://www.ece.de/de/geschaeftsfelder/shopping/center/bch/>> (zuletzt abgerufen am 09.10.2013).

GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON (o.J.): <<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/>> Springer Gabler (Hrsg.). (zuletzt abgerufen am 09.10.2013).

GESCHICHTSWERKSTATT BILLSTEDT (Hrsg.) (o. J.): Von der Einkaufsstraße zum Billstedt-Center: Die Entwicklung des Billstedter Zentrums. <<http://www.geschichtswerkstatt-billstedt.de/pages/geschichtspfad/station8.php>> (zuletzt abgerufen am 09.10.2013).

MICHAEL BAUER RESEARCH GMBH [MB-Research] (Hrsg.) (o. J.): Kaufkraft 2013 in Deutschland. <[http://www.mb-research.de/\\_download/MBR-Kaufkraft-2013-Kreise.pdf](http://www.mb-research.de/_download/MBR-Kaufkraft-2013-Kreise.pdf)> (zuletzt abgerufen am 09.10.2013).

STATISTIKAMT NORD (Hrsg.) (2011): Stadtteildatenbank Hamburg. <<http://www.statistik-nord.de/fileadmin/regional/regional.php>> (zuletzt abgerufen am 09.10.2013).

# Unternehmer ohne Grenzen

1. Wie lange sind Sie im Zentrum von Billstedt tätig?
2. In welchen Bereichen sind Sie grundsätzlich tätig?
3. Wie genau sieht Ihre Unterstützung für das Billstedter Zentrum aus? Welche konkreten Aufgaben erfüllen Sie?
4. Wie beurteilen Sie grundsätzlich die Situation und die jüngere Entwicklung im Billstedter Zentrum?
5. Wie ist die aktuelle Anbietersituation an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße, auch in Bezug aufs Billstedt-Center, und welche Tendenzen erwarten Sie?
6. Wie hat sich die Anbieterstruktur an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße in den letzten Jahren geändert und wie sieht in diesem Zusammenhang die Fluktuation aus?
7. Welche Bereitschaft und Motivation zeigen die derzeitigen Händler und das Centermanagement für Konzepte und Handlungsmaßnahmen?
8. Wie sieht die Eigentümersituation an den Hauptstraßen aus und welches Interesse besteht bei den Eigentümern für die weitere Entwicklung im Zentrum?
9. Auf welchem Preisniveau bewegt sich die Miete pro m<sup>2</sup> im Billstedter Zentrum, auch im Vergleich zum Billstedt-Center?
10. Welche Rolle spielte/spielt das Billstedt-Center in Bezug auf Ihre Unterstützung des lokalen Einzelhandels?
11. Eigene Beobachtungen haben ergeben, dass der Großteil der Personen, die das Billstedt-Center nach Süden hin verlassen, sich noch eine Weile in der Fußgängerzone bzw. an der Billstedter Hauptstraße aufhalten, um verschiedene Angebote wahrzunehmen. Wie bewerten Sie diese Beobachtungen?
12. Welche Rolle spielt für Sie eine der Bevölkerung angepasste Angebotsstruktur (z. B. multikultureller Einzelhandel), um ein dem Shopping-Center ergänzendes Angebot an Waren und Dienstleistungen darzubieten?
13. Wie sind Ihre persönliche Bewertung und Einschätzung des Angebotes im Billstedter Zentrum, welche Probleme und Potenziale bzw. Verbesserungsmöglichkeiten sehen Sie und sind konkrete Konzepte für die Weiterentwicklung des Zentrums geplant?

# steg Hamburg mbH

1. Seit wann ist das Zentrum vom Billstedt im Entwicklungsprogramm?
2. In welchen Bereichen sind Sie im Entwicklungsraum Billstedt-Horn tätig?
3. Wie genau sieht Ihre Unterstützung für das Billstedter Zentrum aus? Welche konkreten Aufgaben erfüllen Sie und wie ist die Umsetzung und die Kommunikation organisiert?
4. Wie beurteilen Sie grundsätzlich die Situation und die jüngere Entwicklung - vor allem seit 1997 - im Billstedter Zentrum?
5. Wie hat sich die Anbieterstruktur an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße in den letzten Jahren geändert und wie sieht in diesem Zusammenhang die Fluktuation aus?
6. Welche konkreten Konzepte existieren bisher für eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung im Billstedter Zentrum?
7. Welche Bereitschaft und Motivation zeigen die derzeitigen Händler und das Centermanagement des Billstedt-Centers für Konzepte und Handlungsmaßnahmen?
8. Wie sieht die Eigentümersituation an den Hauptstraßen aus und welches Interesse besteht bei den Eigentümern für die weitere Entwicklung im Zentrum?
9. Auf welchem Preisniveau bewegt sich die Miete pro m<sup>2</sup> im Billstedter Zentrum, auch im Vergleich zum Billstedt-Center?
10. Wie beurteilen Sie die Aufenthaltsqualität, die derzeitige Verkehrssituation und die bauliche Substanz an der Billstedter Hauptstraße und in der Fußgängerzone der Möllner Landstraße?
11. Welche Rolle spielt für Sie eine der Bevölkerung angepasste Angebotsstruktur (z. B. multikultureller Einzelhandel), um ein dem Shopping-Center ergänzendes Angebot an Waren und Dienstleistungen darzubieten?
12. Wie sind Ihre persönliche Bewertung und Einschätzung des Angebotes im Billstedter Zentrum und welche Probleme und Potenziale bzw. Verbesserungsmöglichkeiten sehen Sie?

# Centermanagement Billstedt-Center

1. Seit wann ist das Billstedt-Center durch das Centermanagement der ECE in Billstedt organisiert und seit wann sind Sie persönlich tätig?
2. Wie hat sich das Billstedt-Center vor allem seit der Wiedereröffnung 1997 entwickelt?
3. Wie beurteilen Sie grundsätzlich den Standort Billstedt in Bezug auf ein innerstädtisches Shopping-Center?
4. Welche Besonderheiten gibt es beim derzeitigen Branchenmix des Billstedt-Centers im Vergleich zu anderen innerstädtischen Shopping-Centern?
5. Welche organisatorischen Maßnahmen (Events, Beratungen, Runder Tisch, etc.) setzen Sie ein, um eine gemeinschaftliche und erfolgreiche Zusammenarbeit unter den Händlern im Center zu gewährleisten?
6. Wie sieht die aktuelle Mietersituation im Billstedt-Center aus und wie setzen sich in diesem Zusammenhang die Mietpreise für die Händler zusammen?
7. Wie sieht die Fluktuation im Center aus?
8. Wie groß ist das Einzugsgebiet des Billstedt-Centers?
9. Welche Konkurrenzstandorte sind in der direkten oder näheren Umgebung vorhanden?
10. Wie beurteilen Sie das Angebot an der Möllner Landstraße/Billstedter Hauptstraße und sehen Sie diese Händler als Konkurrenz oder Ergänzung für das Angebot in Ihrem Center an?
11. Wie sieht Ihre bisherige Zusammenarbeit mit der Laden- und Gastronomiezeile an der Billstedter Hauptstraße/Möllner Landstraße und mit der Stadtteilverwaltung aus?
12. Wie beurteilen Sie eine baulich offenere Gestaltung des Centers nach Süden und Osten hin zur Fußgängerzone?
13. Was erwarten Sie für die zukünftige Entwicklung im gesamten Billstedter Zentrum und wie sehen Sie ihre nächsten Planungen fürs Billstedt-Center aus?



