

Um-Bruch oder Um-Entwicklung?: Veränderungen der Einzelhandelssituation in den Mittelstädten des Harzvorlandes sechs Jahre nach der Wende

Nipper, Josef; Nutz, Manfred

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Nipper, J., & Nutz, M. (1995). Um-Bruch oder Um-Entwicklung?: Veränderungen der Einzelhandelssituation in den Mittelstädten des Harzvorlandes sechs Jahre nach der Wende. *Europa Regional*, 3.1995(4), 15-24. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-48451-2>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Um-Bruch oder Um-Entwicklung?

Veränderungen der Einzelhandelssituation in den Mittelstädten des Harzvorlandes sechs Jahre nach der Wende

JOSEF NIPPER & MANFRED NUTZ

Rahmenbedingungen

Seit dem Umbruch in der DDR Ende 1989 vollzieht sich in Ostdeutschland ein Wandel, der in seinen Einzelheiten weder vorhersehbar noch planbar war. Besonders nach der Währungsreform Mitte 1990 entwickelte sich eine Nachfrage nach Versorgungs- und Konsumgütern, die das bestehende Netz des Handels zunächst nicht befriedigen konnte. Die unter sozialistischen Rahmenbedingungen entstandene Einzelhandelsstruktur unterschied sich deutlich von der in der westlichen Bundesrepublik: Verkaufsflächendefizite, Disparitäten in der Angebotsstruktur sowie die Dominanz kleinflächiger und nicht wettbewerbsfähiger Betriebe sind die wichtigsten Merkmale (vgl. GÜTLER et al. 1995, S. 3; ILLGEN 1990, S. 28 f.).

Zwar konnte sich der Wandel im Bereich des Handels vergleichsweise schnell vollziehen, doch sind dadurch auch Entwicklungen eingeleitet worden, die lokal und regional nicht unbedingt zu einer langfristig stabilen Struktur führten. Insbesondere durch die massive Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen hat sich zum Teil eine bedrohliche Konkurrenz für eine tragfähige Geschäftsstruktur in den Innenstädten der neuen Bundesländer herausgebildet, wobei Städte fast jeder Größenordnung mit diesem Problem konfrontiert sind. Das sicher bekannteste und am meisten zitierte Beispiel ist die Konzentration im Raum Halle-Leipzig mit dem Saale- und dem Sachsenpark (siehe u.a. DEN HARTOG-NIEMANN & BOESLER 1994, JÜRGENS 1994).

Bei der großräumigeren Betrachtung der Versorgungssituation haben die Mittelstädte einen besonderen Stellenwert im zentralörtlichen Sinne. Abgesehen von dem Dreieck Berlin-Erfurt-Dresden ist Ostdeutschland im raumordnungspolitischen Orientierungsrahmen der Bundesregierung als „agglomerationsferner Raum“ ausgewiesen, innerhalb dessen kaum Oberzentren, aber eine stattliche Zahl von Mittelzentren mit oberzentralen Funktionen zu finden ist (Bundesministerium...1994, S. 5.). Gerade die Mittelstädte müßten gemäß dem raumordnungspolitischen Ge-

danken der „Städtevernetzung“ die zentralörtliche Idee im Verbund umsetzen, was sich wiederum nur in einem Kooperationsmilieu entwickeln läßt. Die Wendesituation seit 1989 ließ in den einzelnen Städten jedoch kaum eine echte Entwicklung zu, da die vorherrschenden Rahmenbedingungen in kürzester Zeit tatsächlich nur zu einem Um-Bruch statt zu einer Um-Entwicklung führen konnten. Besonders im Bereich der Versorgung mit Gütern hatte dies zum Teil eine ungesunde Konkurrenz zwischen benachbarten Städten wie auch zwischen Innen- und Außenbereichen zur Folge.

Untersuchungsdesign

Arbeitshypothesen

Anhand eines regionalen Fallbeispiels im nördlichen Harzvorland ist diese Problematik für das Städtedreieck Halberstadt-Quedlinburg-Wernigerode seit der Wiedervereinigung mit Studierenden der Universität zu Köln in den drei Zeitschnitten 1991, 1993 und 1995 empirisch untersucht worden (Abb. 1). Dabei bildeten vier Arbeitshypothesen den anfänglichen Untersuchungsrahmen:

1. Aufgrund der geographischen Lage (Barriere Harz, Entfernung Oberzentrum) wird die Entwicklung des regionalen Städtensystems „nördliches Harzvorland“ mittelfristig stark von den eigenen stadtypischen Potentialen der drei Kreisstädte bestimmt werden.
2. Die Versorgung der Bevölkerung nach dem marktwirtschaftlichen Prinzip wird die Städte in eine „natürliche“ Konkurrenz führen. Diese Konkurrenz wird sich durch die Folgen der neu erlangten kommunalen Selbstverwaltung und Planungshoheit deutlich verschärfen.
3. Die Nähe zu westdeutschen Städten wird mittelfristig keine wesentlichen Auswirkungen haben, da sich die Ausstattungsniveaus angleichen werden.
4. In zunehmendem Maße wird die Attraktivität der Städte durch Faktoren bestimmt, die nicht direkt mit dem quantitativen Angebot von Gütern und Dienstleistungen zusammenhängen.

Untersuchungsorte

Die Einzelhandelssituation des Untersuchungsgebietes wird maßgeblich durch das Dreieck der Kreisstädte Halberstadt mit knapp 50.000, Quedlinburg mit rund 30.000 und Wernigerode mit etwa 36.000 Einwohnern bestimmt. Für die regionale Versorgung der Bevölkerung ist aber ebenso die Kleinstadt Blankenburg (ca. 18.000 Ew.) von Bedeutung wie auch zwei größere Einkaufszentren in den Außenbereichen von Blankenburg (Regenstein-Center) und Wernigerode (Harz-Park). Die drei Kreisstädte – im Landesentwicklungsplan Sachsen-Anhalts als Mittelzentren ausgewiesen – liegen zwischen 15 und 30 km voneinander entfernt, bis zur ehemaligen deutsch-deutschen Grenze sind es von Wernigerode nur 20, von Halberstadt etwa 40 km (Abb. 1). Halberstadt – die östliche Hälfte der Innenstadt war im Zweiten Weltkrieg stark zerstört und ist nach sozialistischen städtebaulichen Grundsätzen wiederaufgebaut worden – gehört zu den ersten Modellstädten zur Stadtansanierung und -erneuerung in den neuen Bundesländern. Der unzerstörte Teil der Innenstadt mit einem hohen Anteil an Fachwerkgebäuden, wird seit der Wiedervereinigung nach und nach saniert. Im Kontrast dazu stehen die anderen beiden Mittelstädte. Wernigerode, bekannt als „bunte Stadt am Harz“ mit weiten Fachwerkarealen, zog nicht erst seit der Wende die Touristen an. Quedlinburg, mit einer ebenfalls von Kriegszerstörungen verschonten Innenstadt, ist mit einem Fachwerkhausbestand aus sechs Jahrhunderten seit 1995 Weltkulturerbe der UNESCO. Auf eine bis ins letzte Jahrhundert reichende Tradition als Kurort kann das Städtchen Blankenburg verweisen. Hier ist im Krieg zwar ein Teil der Bausubstanz aus dem 19. Jahrhundert verlorengegangen, doch stammen die stadtbildprägenden Faktoren in der Überzahl aus der Zeit vor der Staatsgründung der DDR. Die Innenstädte mit ihrer Gebäude- und Parzellenstruktur sind somit sehr unterschiedlich: große Zuschnitte z. T. mit Brachflächen einerseits, Kleinteiligkeit andererseits. Die weiteren Siedlungen innerhalb der Untersu-

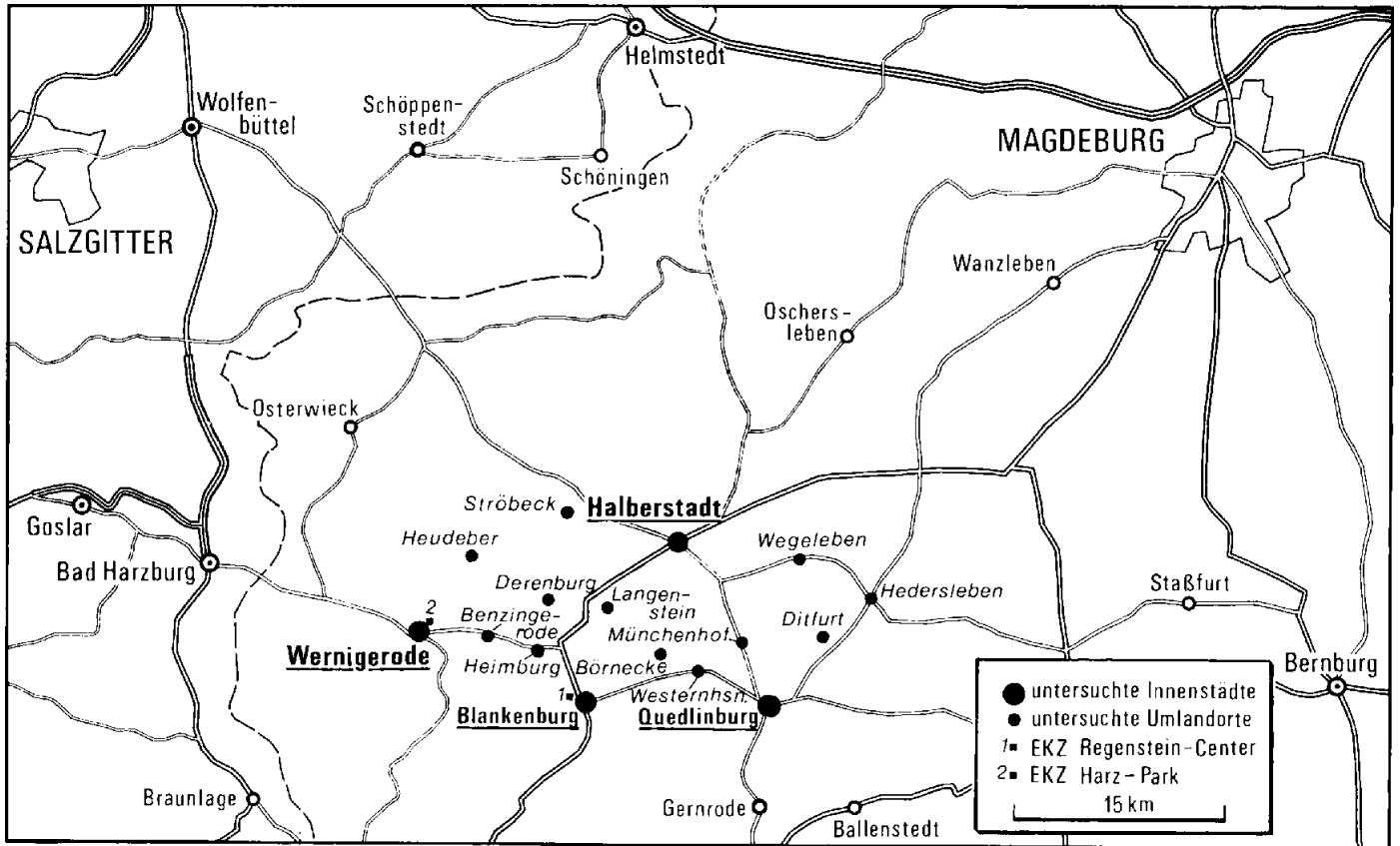


Abb. 1: Das Untersuchungsgebiet
 Quelle: Entwurf & Zeichnung P. CUBER

chungsregion beherbergen zwischen 300 und 4000 Einwohner und verfügen höchstens über Geschäfte der Grundversorgung.

Methodischer Zugriff

Um den Transformationsprozeß bezüglich der Einzelhandelssituation im nördlichen Harzvorland nachvollziehen zu können, sind gemäß den Arbeitshypothesen empirische Untersuchungen zur Bestandsituation und -veränderung einerseits und zur Inanspruchnahme des Angebots andererseits mittels Kartierungen und standardisierten Befragungen durchgeführt worden (vgl. Abb. 2). Insgesamt wurden im Zweijahresabstand 1991/93/95 die historisch-genetisch abgegrenzten Innenstädte in ihrer jeweiligen Geschößnutzung aufgenommen sowie insgesamt 939 Befragungen von Geschäftsinhabern in Halberstadt, Quedlinburg und Wernigerode durchgeführt. In den Jahren 1993 und 1995 ist auch die Kleinstadt Blankenburg in die Untersuchung einbezogen worden. Der Aspekt der Inanspruchnahme konnte in den drei Untersuchungsabschnitten durch die Informationen von insgesamt 1287 befragten Kunden in den genannten Städten und 1103 Haushaltsbefragungen in 12 kleineren Umlandorten gewonnen werden. Neben der objektiven Versorgungssituati-

on und dem Versorgungsverhalten standen auch Beurteilungen und Wertungen sowohl der Anbieter als auch der Nachfrager im Mittelpunkt des Interesses (vgl. auch FAKHIM-HASCHEMI et al. 1992).

Die Bestandssituation

Stadtstrukturelle Unterschiede

Das Erscheinungsbild der untersuchten Innenstädte unterscheidet sich sowohl im Grund- wie auch im Aufriß deutlich voneinander. Halberstadt ist durch den Wiederaufbau der kriegszerstörten Stadtbereiche zu fast 50 % durch Bauten der typisch sozialistischen Fertigbauweise geprägt, massive Steinhäuser machen knapp ein Fünftel aus. Die restlichen Gebäude sind weitgehend zusammenhängende Areale von Fachwerkhäusern, die zur Wende in teilweise desolatem Zustand waren. Seitdem hat jedoch der Anteil der Gebäude mit starken baulichen Schäden deutlich abgenommen und liegt heute bei unter 20 %. Wernigerode hingegen wird zu 80 % von Fachwerkhäusern geprägt, von denen der überwiegende Teil schon direkt nach der Wende nutzbar und in entsprechendem Zustand war. Quedlinburg ist zwar auch zu zwei Drittel Fachwerkstadt und nur untergeordnet mit Fertigbauhäusern durchsetzt, aber der Gesamtzustand ist nicht mit

der schon zu DDR-Zeiten bevorzugten Touristenstadt Wernigerode zu vergleichen, wenn auch hier durch anhaltende Sanierungsmaßnahmen jetzt eine kontinuierliche Bestandsverbesserung zu verzeichnen ist. Blankenburg vermittelt mit einem Drittel an massiven und gut der Hälfte an Fachwerkgebäuden einen heterogeneren Eindruck, wobei der Zustand der Häuser sich in den Jahren nach der Wende nicht in dem gleichen Maße verbessert hat, wie dies für die anderen Städte gilt.

Angebotsstruktur

Diese baustrukturellen Gegebenheiten – kleingekammerte Fachwerkstadt im guten wie auch mittelmäßigen Zustand auf der einen Seite, großzügig geschnittener Grundriß auf der anderen Seite – haben zwangsläufig direkte Auswirkungen auf die Nutzungsstruktur. Allein die Zahl der Geschäfte ist in den drei Kreisstädten sehr unterschiedlich. Die flächenmäßig größte Innenstadt von Halberstadt beherbergt nur 144 Einzelhandelsläden, in Wernigerode und Quedlinburg sind es 1995 etwa 200. Die allein von der Absolutzahl ausgehende Vielfalt ist somit in den Fachwerkstädten größer. In allen drei Kreisstädten hat sich die Zahl der Läden von 1991 bis heute deutlich erhöht. Steigerungsraten um 16 %

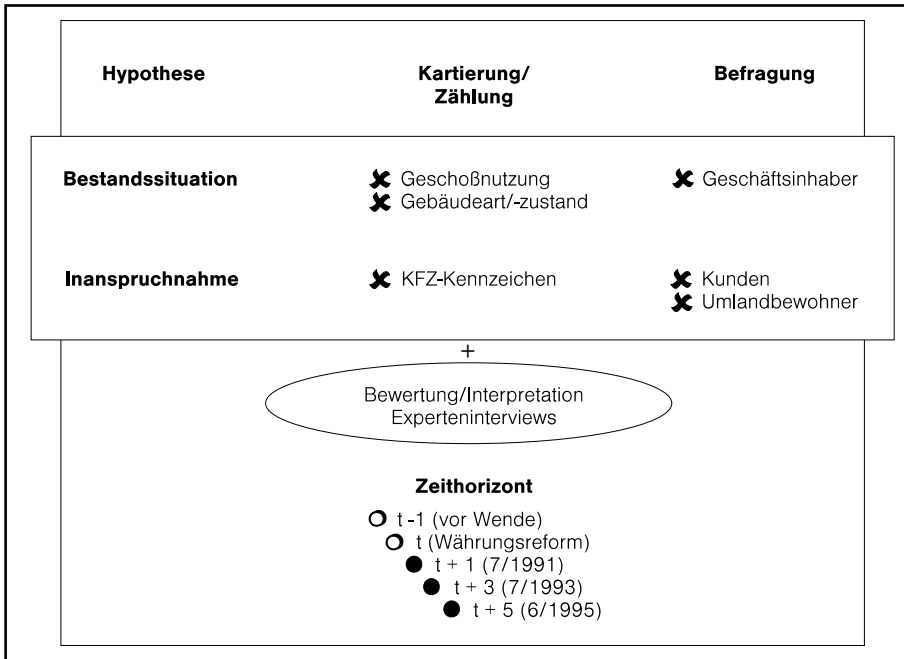


Abb. 2: Das Untersuchungsdesign
Quelle: Eigener Entwurf

in Wernigerode und Quedlinburg und eine Zunahme in Halberstadt um sogar 28 % deuten zunächst auf ein gesundes Gründungsmilieu hin. Allein in der Kleinstadt Blankenburg war die Tendenz in den letzten Jahren rückläufig. Neben den 1995 kartierten 75 Geschäften sind zahlreiche leerstehende Ladenlokale in der Innenstadt zu beobachten, was zum einen sicherlich auf das Einkaufszentrum Regenstein-Center, zum anderen aber auch auf die völlig überlastete Durchgangsstraße B 6 zurückzuführen ist, die von Fußgängern nur schwer überquert werden kann, wenn diese aus dem nördlichen Bereich in das Geschäftszentrum Blankenburgs gelangen wollen.

Eine strukturdifferenzierende Betrachtung des Einzelhandelsbestandes bestätigt den Zusammenhang zwischen der städtischen Grundrißstruktur und Parametern wie Geschäftsgröße und Betriebs- bzw. Besitzform. Generell sind in Halberstadt die einzelnen Geschäftsflächen am größten. Hier haben rund die Hälfte aller Ladenlokale über 100 qm Verkaufsfläche, während in den anderen beiden Kreisstädten dieser Anteil deutlich geringer ist, wenn auch in den letzten Jahren eine Zunahme größerer Ladenlokale feststellbar ist. Durch die vergleichsweise hohen Anteile der kleineren Ladenlokale in Quedlinburg und Wernigerode ist auch der Prozentsatz der privaten Einzelhandelsgeschäfte hier höher. In Halberstadt waren für größere Konzerne bzw. Ketten günstigere Rahmenbedingungen gegeben, einen Filialbetrieb zu eröffnen.

Trotz dieser unterschiedlich ausgeprägten Strukturparameter ist der Branchenmix in den Untersuchungsorten eher gleichartig

ausgerichtet, ja seit 1991 verlaufen die Veränderungstendenzen sogar annähernd parallel. Basierend auf dem Gedanken wohnnaher Versorgung war die Zahl der Verkaufsstellen für Grundnahrungsmittel in den Innenstädten vor der Wende beträchtlich, so z. B. etwa je 30 Verkaufsstellen in den Innenstädten von Halberstadt und Wernigerode. Auch direkt nach der Wiedervereinigung existierten verhältnismäßig viele Geschäfte der Nahrungs- und Genussmittelbranche, in allen drei Kreisstädten lag der Anteil bei fast 30% (Abb. 3). Bis heute ist dieser allerdings auf etwa 20 % gesunken, in Quedlinburg ist diese rückläufige Tendenz sogar noch stärker. Seit dem Umbruch haben die unter marktwirtschaftlichen Bedingungen zu erfolgenden Wirtschaftlichkeitserwägungen zur Reduzierung von – vor allem kleinen – Geschäften der Nahrungs- und Genussmittelbranche geführt. Neben dem massiven quantitativen Angebot in den großflächigen Einkaufszentren vor den Toren von Blankenburg und Wernigerode war die Verbesserung der Auswahl in den einzelnen über das Stadtgebiet verstreuten Su-

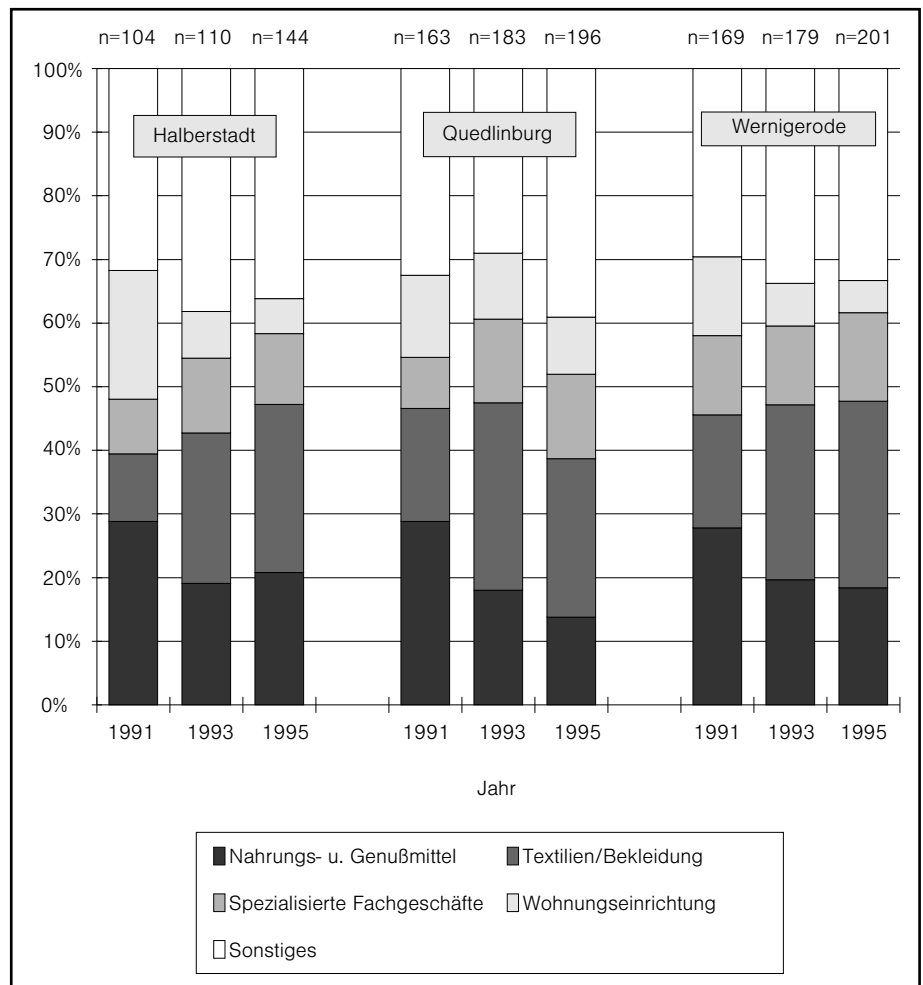


Abb. 3: Branchenstrukturelle Veränderungen der Geschäfte in den Mittelzentren
Quelle: Eigene Kartierungen 1991, 1993, 1995

permärkten an diesem Prozeß beteiligt. Die gegenteilige Entwicklung konnte für die Textilbranche beobachtet werden. Gut ein Viertel der Geschäfte gehören dieser expandierenden Kategorie an, die sich in Halberstadt im Bestand verdreifacht, in Quedlinburg seit 1991 immerhin verdoppelt hat. Zwar gibt in der Regel die Veränderung der Verkaufsfläche in den einzelnen Branchen ein vermeintlich objektiveres Maß bezüglich der Angebotsstruktur an, doch bestimmt die bloße Existenz eines Geschäftes das Bild einer Einkaufsstraße und damit auch das Verhalten der Kunden entscheidend mit. Weniger dramatisch, doch auch mit steigender Tendenz, hat sich die Zahl und der Anteil der hochrangigen Spezialgeschäfte wie Juweliers, Optik oder Elektronikartikel entwickelt. Hingegen sind die Läden für den Bedarf in Haushalt und Wohnung generell im Rückgang begriffen.

Die aufgezeigten Veränderungen im Geschäftsbestand deuten auf eine rege Gründungstätigkeit hin. Von allen 1995 befragten Einzelhändlern gaben immerhin knapp ein Viertel an, das Geschäft erst nach Mitte 1993 eröffnet zu haben. In Halberstadt liegt dieser Anteil mit einem Drittel sogar deutlich über diesem Durchschnitt. Hier sind die Straßenzüge, die Ladenlokale in den Erdgeschossen zulassen, erst im Laufe der Sanierungsmaßnahmen und der Fertigstellung bereits vor der Wende begonnener Baumaßnahmen erschlossen worden. Der überwiegende Teil (60%) der heute bestehenden Geschäfte in den Untersuchungsorten ist aber schon vor dem Sommer 1991 gegründet worden, 33% existierten – wenn auch z. T. in einer anderen Betriebsform – sogar bereits vor der Wende. Besonders in Wernigerode war aufgrund des besonderen Status als Fremdenverkehrsstadt schon zu Zeiten der DDR eine vergleichsweise bunte Geschäftswelt vorhanden.

Aufbruchstimmung und Ernüchterung

Die Grundhaltung während der ersten Bewährungszeit nach dem Schritt in das Unternehmerwesen war durch Optimismus geprägt. 1991 haben fast die Hälfte der Geschäftsleute beabsichtigt, in naher Zukunft durch Investitionen vor allem für Umbauten, Sanierungen und Geschäftsvergrößerungen ihr Unternehmen konkurrenzfähiger zu machen. Tatsächlich sind sogar etwa zwei Drittel in den Folgejahren in dieser Hinsicht aktiv geworden. Sicherlich wäre dieser Anteil noch höher gewesen, wenn nicht ungeklärte Besitzverhält-

nisse die Investitionswilligen gehindert hätten. Doch trotz aller Anstrengungen und der Risikobereitschaft waren gut 40% der Einzelhändler von der Entwicklung 1991 bis Mitte 1993 enttäuscht. In der anschließenden Zeit bis Sommer 1995 blieb sogar für fast jeden zweiten Einzelhändler die Entwicklung deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Die selbstbewußte Haltung der Unternehmer, die 1993 zu einem Viertel noch angaben, keinen direkten Hauptkonkurrenten ausmachen zu können, hat sich zwei Jahre später deutlich relativiert, wo dies nur noch 17% so sahen. Heute fallen immerhin 40% aller von den befragten Ladenbesitzern gemachten Nennungen auf den großflächigen Einzelhandel. Das Regenstein-Center bei Blankenburg und der Harz-Park bei Wernigerode mit Lebensmittelgroßabteilungen, Teppichhandel, Gartencenter, Heimwerker- und Getränkemarkt wie auch den Schuhgeschäften, Modeboutiquen und weiteren Branchen sind weit mehr als eine „Ergänzung“ zum innerstädtischen Einzelhandel. Bei guter Straßenanbindung und sogar der Erschließung mit einer regelmäßig verkehrenden Buslinie im Falle des Regenstein-Centers, sind zwei gravierende Nachteile der Innenstädte hier nicht vorhanden: die Erreichbarkeit und die Parkplatzsituation. Das ist vor allem die Meinung der Einzelhändler in Quedlinburg, Wernigerode und Blankenburg. Die beiden großflächigen Einkaufszentren in den Außenbereichen verfügen mit insgesamt rund 2100 für die Kunden kostenfreien Parkplätzen über ausreichend Stellfläche auch in Spitzenzeiten. KFZ-Kennzeichenerhebungen ergaben, daß die Kundschaft tatsächlich zu einem hohen Prozentsatz aus der engeren Region rekrutiert wird, die ihre Versorgung sonst möglicherweise eher in den Innenstädten tätigen würde. Die Einkaufszentren ziehen auffällig stark Kunden aus dem Kreis Wernigerode an. Insbesondere

im Harz-Park in Wernigerode sind neben einem geringeren Anteil an PKW mit Halberstädter Kennzeichen fast nur Wernigeröder Schilder zu sehen. Im Vergleich dazu kommt im Regenstein-Center bei Blankenburg zwar auch die überwiegende Zahl der Kunden aus dem Kreis Wernigerode, allerdings sind auch in nennenswertem Umfang Besucher aus den beiden Nachbarkreisen Quedlinburg und Halberstadt anzutreffen.

Weniger Sorgen bereitet eine mögliche Konkurrenz jenseits der ehemaligen innerdeutschen Grenze, wo die Bevölkerung Einkaufsmöglichkeiten in Bad Harzburg oder Goslar in nur 20-30 Autominuten erreichen kann. Wurden direkt nach der Wende die westlichen Einkaufszentren (vor allem die Lebensmittelmärkte) von Bewohnern grenznaher Orte regelrecht überlaufen, so glauben die Einzelhändler im nördlichen Harzvorland nur zu einem geringen Teil (unter 10%), daß dies für ihre Kunden heute noch eine ernsthafte Einkaufsalternative sei. Fraglich ist, ob diese Einschätzung sich mit dem tatsächlichen Versorgungsverhalten der Kundschaft deckt.

Das Einkaufsverhalten

Außerregionale Orientierungen

Für die Zeit vor der Wende zeigt sich eine ausgesprochen lokal-regionale Ausrichtung im Einkaufsverhalten der Bevölkerung. Die Haushalte in den kleineren Umlandorten orientierten sich je nach Ausstattung der Siedlung mit Einkaufsstellen für die Güter des Grundbedarfs in überwiegendem Maße auf den eigenen Wohnort, bei einem Angebotsdefizit auf die nächstgelegene Stadt. Höherwertige Güter, die in den Wohnorten kaum erhältlich waren, wurden fast ausschließlich in den Zentren der Region nachgefragt (vgl. Tab. 1). Selbst für diese höherwertigen Güter hatten Einkaufsziele außerhalb der Region so gut wie gar keinen Stellenwert.

Ware	Einkaufsziele		
	Städtische Zentren	Wohnort	Ost*
Backwaren	9,6	87,0	3,2
Fleischwaren	17,5	78,3	3,2
haltbare Lebensmittel	23,2	73,5	2,3
Bekleidung	84,7	11,0	3,2
Möbel	92,1	3,7	3,5

* Ost = außerregionale Einkaufsorte in der ehemaligen DDR

Tab. 1: Einkaufsziele von Umlandhaushalten vor der Wende (%-Anteil der befragten Haushalte mit dem angegebenen Einkaufsziel)

Quelle: Umlandbefragung 1991

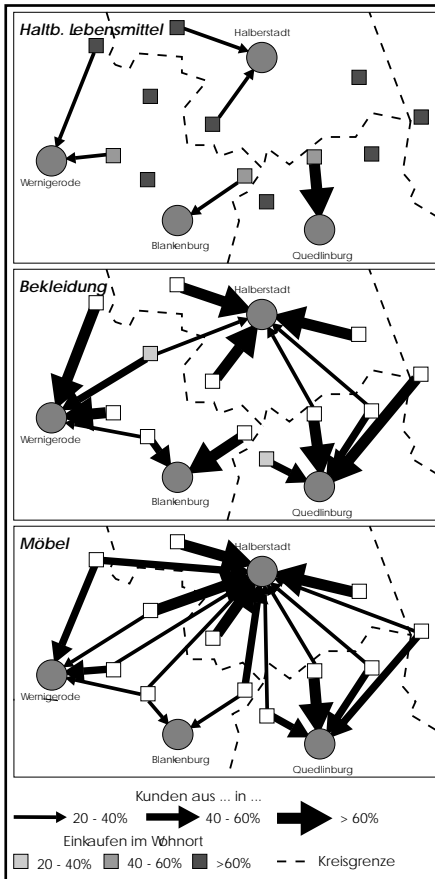


Abb. 4: Einzugsbereiche für einzelne Güter vor der Wende

Quelle: Umlandbefragung 1991

Die Entfernung zum nächsten Zentrum und die Kreisgrenze spielten bei der Abgrenzung der Einzugsbereiche für Güter des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs die ausschlaggebende Rolle (Abb. 4). Bei Gütern des langfristigen Bedarfs sind deutliche Kongruenzen zwischen politischer Grenze und der durch das Einkaufsverhalten definierten dann nicht festzustellen, wenn – wie das Beispiel der Möbel zeigt – die Güter nicht in ausreichendem Maße in den Zentren angeboten wurden. Halberstadt hatte während der DDR-Zeit ein großes Möbelgeschäft und konsequenterweise kauften insgesamt mehr als 50 % der Umlandhaushalte ihre Möbel in Halberstadt ein, so daß sich in diesem Fall der Einzugsbereich weit über die Grenzen des eigenen Kreises erstreckte.

Die Bewohner, die in den Mittelstädten Halberstadt, Quedlinburg und Wernigerode selbst wohnten, kauften – mit Ausnahme der Einrichtungsgegenstände – nur in ihrer Stadt ein. Für sie spielten Nachbarstädte als Einkaufsziele keine Rolle. Die Quedlinburger machten dabei insofern eine kleine Ausnahme, als hier Einkaufsbeziehungen zu Halberstadt feststellbar waren. Nach der politischen Wende setzte dann

Alternatives Einkaufsziel	1991	1993	1995
Halberstadt	10,1	6,6	4,5
Quedlinburg	2,2	1,7	0,9
Wernigerode	3,6	6,3	5,3
Blankenburg	4,8	4,0	3,3
Regenstein-Center		22,4	22,1
Harzpark			8,4
ortsnahe Einkaufszentren			20,2
Umland	10,7	15,3	11,6
Ost*	3,6	3,9	2,8
West**	65,1	39,8	21,0

* Ost = außerregionale Einkaufsorte in den neuen Bundesländern

** West = außerregionale Einkaufsorte in den alten Bundesländern

Tab. 2: Alternative Einkaufsziele für die Kundschaft der Innenstädte seit 1991 (%-Anteil an den gesamten Nennungen)

Quelle: Kundenbefragungen 1991, 1993, 1995

unmittelbar der Um-Bruch ein mit einer sofortigen extrem starken Ausrichtung auf die nahegelegenen westdeutschen Städte und einem in den Folgejahren ebenso deutlichen Rückgang dieses westgerichteten Stromes (vergl. Tab. 2). 1991 waren westdeutsche Städte die alles beherrschende Einkaufsalternative zu den gewohnten Geschäftszentren. Fast zwei Drittel aller Antworten beziehen sich auf Orte jenseits der ehemaligen Grenze, wobei vor allem Bad Harzburg, Goslar und Braunschweig zum Einkauf von Lebensmitteln und Bekleidung genannt wurden. Seither hat die Orientierung zum Einkauf in den Westen merklich abgenommen und 1995 liegt der Anteil der genannten westlichen Alternativorte bei gerade einem Fünftel. Wenn diese Entwicklung auch in allen untersuchten Orten tendenziell zutrifft, so lassen sich doch graduelle Unterschiede nicht übersehen: insbesondere für die Bürger in Halberstadt und Wernigerode, die es nicht weit bis Niedersachsen haben, ist Westdeutschland vor allem für den Kauf von Bekleidung auch weiterhin ein beliebtes Einkaufsziel. Für die Halberstädter ist diese Alternative – wohl auf Grund der eigenen Angebotsstruktur – mit fast 40 % auch 1995 noch ausgesprochen hoch. Die kontinuierliche Abnahme der Westorientierung wird ersetzt durch eine neue innerregionale Ausrichtung, dem Einkaufen in den außerhalb der Innenstädte neuerrichteten großflächigen Einkaufsmärkten der Region. Diese Einkaufszentren dienen den Kunden der Region vor allem zum Kauf von Gütern der Grundversorgung (insbesondere Lebensmittel). Der generelle Rückgang der Westorientierung kommt dem Einkaufen in den vier untersuchten Innenstädten nicht zugute. Größere ost-

deutsche Städte wie Magdeburg oder Halle haben die Bewohner des nördlichen Harzvorlandes weder direkt nach der Wende noch heute sonderlich angezogen.

Innerregionale Einkaufsorientierung

Das generelle Strukturmuster der Orientierungen, die vor der Wende mit einer starken lokal-regionalen Ausrichtung bestanden, paust sich bei der innerregionalen Betrachtung auch in der Zeit nach der Wende deutlich durch, ja hat sich zum Teil noch stabilisiert (Abb. 5). Die Kreisgrenzen sind weiterhin das bestimmende Element für die Abgrenzung der Einzugsbereiche. Die ehemals überragende Stellung von Halberstadt bei der Versorgung mit Möbeln setzt sich nach kurzfristigem Rückgang von 1991 nach 1993 wieder durch, während die diesbezügliche Bedeutung der anderen Städte, vor allem Quedlinburgs, zurückgeht. Das ist um so erstaunlicher, da auch in den anderen Städten bzw. an deren Peripherie größere Möbelgeschäfte entstanden sind.

Auch beim Kauf von Bekleidung bleiben die Einkaufsorientierungen in der Form der Vorwendestruktur deutlich erhalten. Zu verzeichnen ist hier allerdings insgesamt ein Rückgang des Einkaufens in den Zentren, wie die Stärke der Pfeile in Abbildung 5 belegen. Während in der ersten Zeit nach der Wende hierfür andere Ziele – vor allem westliche Städte – verantwortlich waren, geben 1995 ausgesprochen viele Umlandbewohner zudem an, ihre Kleidung selbst zu nähen bzw. nähen zu lassen. Die stärksten Veränderungen sind bei der Versorgung mit Lebensmitteln festzustellen und dies in zweifacher Hinsicht: Einmal nimmt der Einkauf in den eigenen Wohnorten beständig ab und es erfolgt

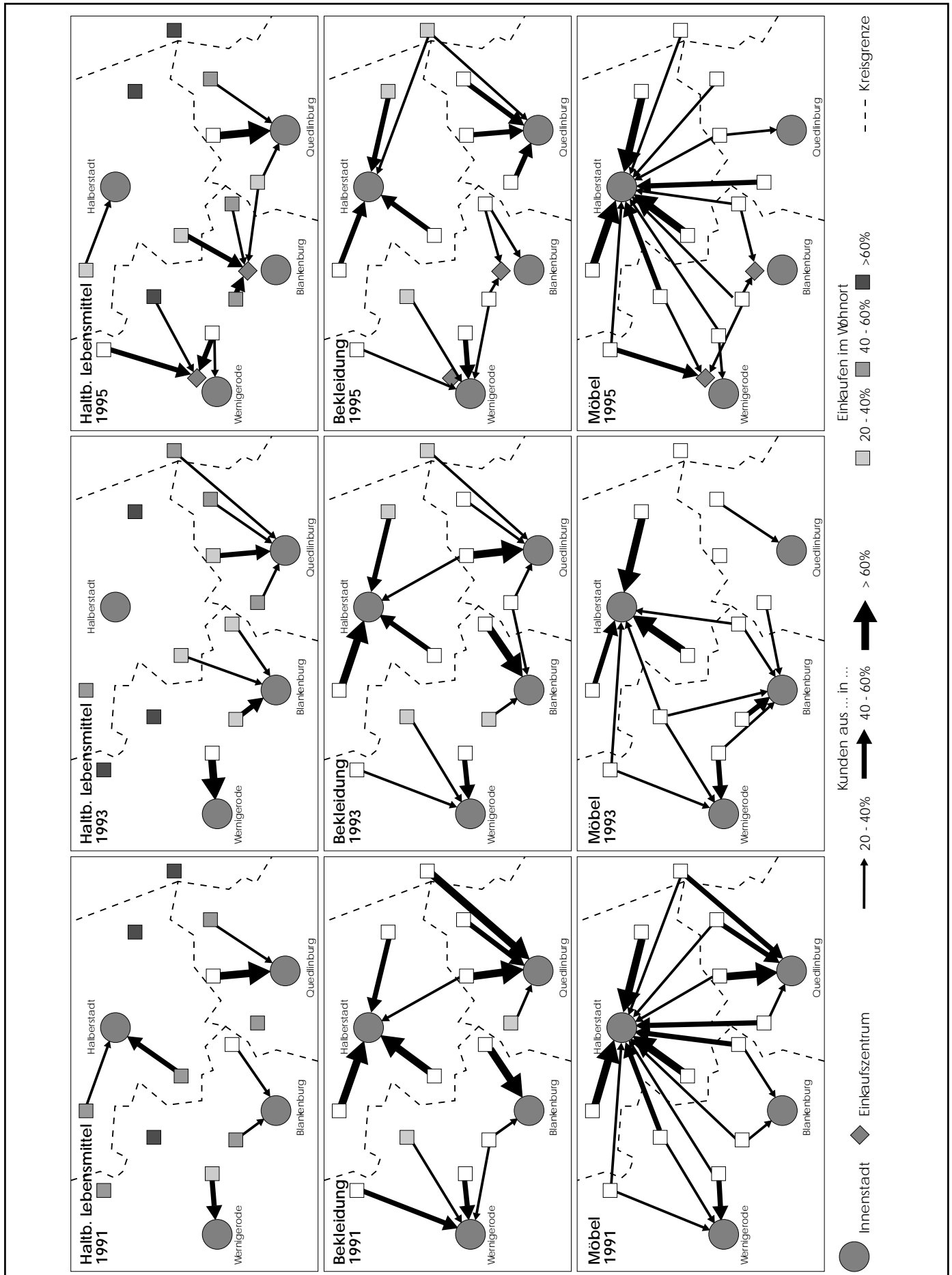


Abb. 5: Entwicklung der Einzugsbereiche für einzelne Güter seit der Wende
 Quelle: Umlandbefragungen 1991, 1993, 1995

eine Ausrichtung auf das nächstgelegenen Zentrum. Zum zweiten sind die jetzt angesteuerten Einkaufsstellen in verstärktem Maße die neuerrichteten großflächigen Einzelhandelszentren. Diese induzieren somit die stärksten Veränderungen. Den unmittelbar benachbarten Innenstädten von Blankenburg und Wernigerode haben die autofreundlichen Einkaufszentren große Teile der früheren Umlandkunden abgeworben. Eine Ausnahme bildet hier in gewissem Maße der Kauf von Bekleidung. Zumindestens scheint die Innenstadt des Mittelzentrums Wernigerode so attraktiv zu sein, daß keine großen Kundenströme in die Bekleidungsgeschäfte des Harz-Parks umgelenkt werden. Anders ist der Fall für das Unterzentrum Blankenburg. Zwar ist das dortige Regenstein-Center kein ausgeprägtes Ziel für den Kleidungskauf, die Innenstadt von Blankenburg wird jedoch auch diesbezüglich fast überhaupt nicht mehr in Anspruch genommen.

Beurteilung der Innenstädte

Die Einschätzung der Geschäftsinhaber
Die Analyse der Käuferströme zeigt, daß die Konkurrenz Sorgen der Geschäftsleute in den Innenstädten bezogen auf den großflächigen Einzelhandel durchaus berechtigt sind. Die Wirkung nahegelegener Orte in Westdeutschland wird von ihnen jedoch unterschätzt. Die güterspezifische Aufschlüsselung des Kundenverhaltens hat gezeigt, daß auch Konkurrenzen zwischen den nahe beieinander liegenden Mittelzentren auftreten, wenn auch nur partiell. Insofern ist von Interesse, wie die Unternehmer die Attraktivität ihrer Nachbarstädte im Vergleich zur eigenen einschätzen. Bei dieser gegenseitigen generellen Beurteilung kristallisieren sich zwei Exponenten heraus: die Blankenburger Innenstadt mit einer deutlich negativeren Beurteilung im Vergleich zur jeweils eigenen einerseits und der Innenstadt von Wernigerode mit einer extrem positiveren Einschätzung andererseits.

Nicht nur daß die Geschäftsleute der drei Mittelzentren die Blankenburger Innenstadt so negativ sehen, auch die Mehrheit der Ladenbesitzer des Grundzentrums selbst finden ihren eigenen Geschäftszentrum im Vergleich zu denjenigen der anderen Städten unattraktiver. Im Vergleich zu 1993 stellen die Blankenburger Ladeninhaber ihrer Stadt 1995 durchgängig schlechtere Noten aus: beurteilten 1993 noch über die Hälfte das allgemeine Erscheinungsbild des Ortes als befriedigend oder gut, waren es 1995 gerade ein Drittel.

Bezogen auf die Angebotsvielfalt fallen die Urteile noch eklatanter aus. Der Wernigeröder Geschäftswelt scheinen die Nachbarstädte keine Sorgen zu bereiten: in der Regel erscheint ihnen ihr eigenes Zentrum attraktiver als die der anderen Städte. Lediglich Quedlinburg wird von gut einem Drittel als ebenbürtig angesehen. Das Urteil zur attraktiven Erscheinung Wernigerodes wird von der großen Mehrheit der Geschäftsleute im untersuchten Städtedreieck geteilt.

Was letztendlich die Attraktivität einer Innenstadt ausmacht, hat sich seit der Wende deutlich verändert. Damals war für die Einzelhändler das Erscheinungsbild der Innenstadt in einer ansprechenden Gestaltung mit schönen Fassaden das Ausschlaggebende für die Attraktivität (Abb. 6). Nur so schien eine Bindung der Käufer an den eigenen Ort möglich und eine Fahrt in den Westen abwendbar. Heute besteht ein massiver Anspruch an eine

hohe „Individualverkehrsfreundlichkeit“ bei gleichzeitig großer Angebotsvielfalt, was die Erreichbarkeit und vor allem eine gute Parkplatzsituation für die Kunden als wichtigsten Aspekt für die innerstädtische Attraktivität in den Vordergrund rücken läßt. Auffällig ist, daß die Einzelhändler heute mehr Punkte zur Attraktivität nennen, die ihre Innenstadt nicht erfüllen kann, als dies noch 1991 der Fall war.

Das Urteil der Kundschaft

Auch die Kunden hatten die Gelegenheit, eine Beurteilung über die Einkaufsmöglichkeiten in ihrer Stadt abzugeben. Im Mittel scheint zwar eine allgemeine Zufriedenheit vorzuherrschen, doch ist das Urteil der Kundschaft 1995 etwas schlechter als unmittelbar nach der Wende. Diese Tendenz wird aber hervorgerufen durch eine bedenkliche Entwicklung, nämlich einer starken Abnahme guter und befriedigender Beurteilungen und vor allem der gleichzei-

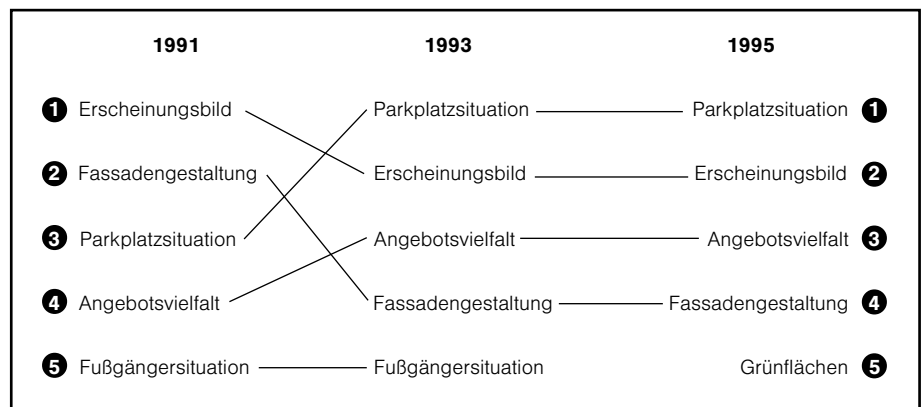


Abb. 6: Rangfolgen der wichtigsten Aspekte für die Attraktivität der Innenstädte
Quelle: Einzelhändlerbefragungen 1991, 1993, 1995

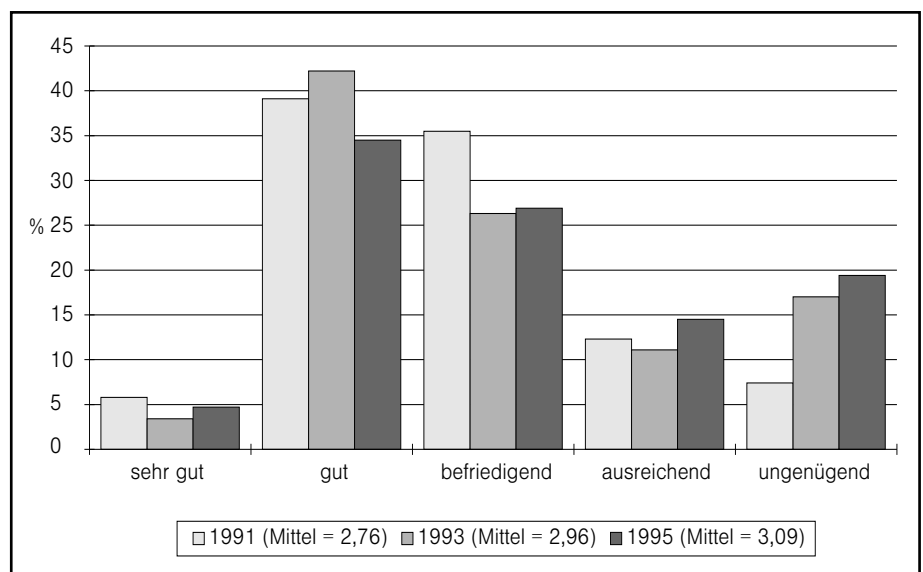


Abb. 7: Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten in den Innenstädten insgesamt 1991-1995
Quelle: Kundenbefragungen 1991, 1993, 1995

Kategorie	Teilkategorie	Aspekt
Verbesserungen die direkt das Einkaufen betreffen	geschäftsbezogene Verbesserungen	allgemein mehr Geschäfte spezifische Geschäfte
	warenbezogene Verbesserungen	vielfältigeres Warenangebot billigere Waren
Verbesserungen die indirekt das Einkaufen beeinflussen	Verbesserungen des Stadtbildes	Verbesserungen des Stadtbildes
	verkehrsbezogene Verbesserungen	innerstädtische Verkehrsberuhigung größeres Parkplatzangebot

Abb. 8: Klassifizierung der Verbesserungsvorschläge aus Sicht der Kundschaft
Quelle: Kundenbefragungen 1991, 1993, 1995

tigen markanten Zunahme sehr schlechter Einschätzungen (vgl. Abb. 7).

Kurz nach der Wende variierte die Beurteilung der einzelnen Innenstädte durch ihre Kunden noch kaum, 1993 und 1995 sind dann jedoch beträchtliche Unterschiede festzustellen. Zwar werden die Einkaufsmöglichkeiten in Halberstadt von recht vielen Passanten als gut bezeichnet, gleichzeitig aber auch von überproportional vielen Kunden als schlecht eingestuft. Insgesamt hat sich die Einschätzung im Verlaufe der letzten Jahre aber verbessert. Eine weitaus negativere Situation ist in Blankenburg zu beobachten, wo vielen schlechten Beurteilungen ausgesprochen wenig gute Einstufungen gegenüberstehen, eine Tendenz, die sich seit 1993 deutlich verschärft hat. Die Quedlinburger und Wernigeröder Kunden hingegen sind seit Jahren weit stärker mit den Einkaufsmöglichkeiten in den Innenstädten zufrieden. In Quedlinburg werden diese in der Mehrzahl als befriedigend bis gut gesehen, in Wernigerode ist die Tendenz sogar noch besser. Mit Abstand die besten Noten erhalten allerdings die Einkaufsorte, die gar nicht in der unmittelbaren Region liegen, es sind dies die westdeutschen.

Verbesserungsvorschläge

Da die eher „mittelmäßigen“ Beurteilungen der Versorgungszentren im Harzvorland darauf schließen lassen, daß an etlichen Punkten eine Attraktivitätssteigerung möglich scheint, sollten die Betroffenen auch direkt dazu Stellung nehmen. Was sollte den Kunden zufolge in den Innenstädten verbessert werden?

Bei den Verbesserungsvorschlägen lassen sich sieben Aspekte ausgliedern, die mindestens zu einem der drei Befragungszeitpunkte zwischen 1991 und 1995 von mehr als 10 % der interviewten Passanten genannt worden sind (Abb. 8). Vier dieser Aspekte beziehen sich unmittelbar auf die Einkaufssituation. Zum einen betrifft dies das Geschäftsangebot mit dem allgemei-

nen Wunsch nach mehr Geschäften und demjenigen nach spezifischen Geschäften (z. B. Kaufhaus, Supermarkt), zum anderen das Warenangebot mit der Forderung nach einem vielfältigeren Angebot (Produkttiefe und Produktbreite) sowie derjenigen nach billigeren Waren. Die restlichen drei Aspekte beinhalten Vorschläge, die nur indirekt das Einkaufen beeinflussen. Sie beziehen sich auf das Bild der Innenstädte und auf die dortige Verkehrssituation.

Seit der Wiedervereinigung haben sich die Vorschläge zur Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten in den Innenstädten beträchtlich verändert (Abb. 9). Insgesamt wird die Gesamtzahl der Vorschläge von 1991 über 1993 nach 1995 kontinuierlich geringer. Interessanterweise gehört die Aussage „keine Vorschläge/bin mit den Bedingungen zufrieden“ 1991 zu den am häufigsten genannten Antworten. Die drei

oberen Ränge werden zu allen Zeitpunkten von den gleichen Vorschlägen besetzt. Allerdings ergeben sich bei der Rangfolge doch einige bemerkenswerte Änderungen:

1. Kurz nach der Wende wünschen sich mehr als 40 % der Befragten eine größere Angebotsvielfalt und damit liegt dieser Wunsch unangefochten an der Spitze. In den Folgejahren scheinen hier deutliche Verbesserungen in den Innenstädten eingetreten zu sein, denn die Nennungen gehen stark zurück. Hingegen variieren die Vorschläge, die sich auf die Geschäftssituation beziehen, bei weiten nicht so. Ganz konstant ist der Wunsch nach spezifischen Geschäften, hier vor allem nach Kaufhäusern und Supermärkten und – 1995 verstärkt – nach Textilgeschäften. Dieser Aspekt ist dann auch 1995 der am häufigsten genannte.
2. Sehr stark zurückgegangen ist die Forderung nach einem preiswerteren Angebot. Hierfür ist sicher die bessere Versorgung mit Gütern gerade in den billigeren Preisklassen insbesondere bei Lebensmitteln (Aldi, Lidl) verantwortlich. Es mag aber auch die Gewöhnung an das Preisniveau eine gewisse Rolle spielen.
3. Deutlich zugenommen haben die Wünsche bezüglich der Verkehrssituation, wobei besonders der starke Anstieg bei der Forderung nach einem größeren Parkplatzangebot auffällt.

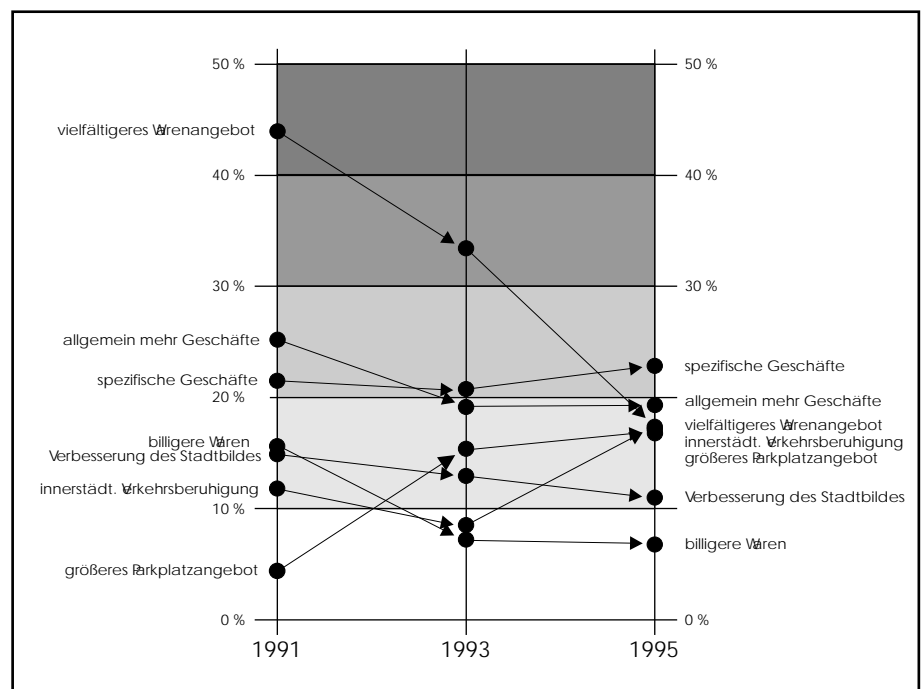


Abb. 9: Vorschläge zur Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten in den Innenstädten 1991-1995

Quelle: Kundenbefragung 1991, 1993, 1995

War die Reihung der Verbesserungsvorschläge der Kunden 1991 differenziert nach den Befragungsorten noch vergleichsweise homogen, variiert sie heute ausgesprochen stark. Für die einzelnen Städte ergibt sich 1995 ein Bild, welches beschrieben werden kann mit „Konstanz in Halberstadt und Quedlinburg“ und „starke Änderungen in Wernigerode und Blankenburg“.

In Halberstadt und Quedlinburg sind die Rangfolgen – zumindest bezogen auf die ersten Plätze – in den Jahren seit der Wende relativ stabil geblieben, und für 1995 belegen ausschließlich die Aspekte, die sich unmittelbar auf das Einkaufen beziehen (Geschäftsangebot, Warenangebot), unangefochten die ersten Positionen. Dabei dominiert in beiden Städten zunehmend die Forderung nach einem Kaufhaus; die Verkehrs- und Parkplatzsituation hingegen spielt eine nur untergeordnete Rolle. Für Halberstadt ergibt sich insgesamt nur eine deutliche Änderung: der Wunsch nach einem billigen Angebot, der zunächst noch stark vorhanden ist, tritt schon 1993 weit zurück. Noch mehr Konstanz zeigt sich in Quedlinburg, wo ein auf den ersten Plätzen fast identisches Profil über den gesamten Zeitraum existiert.

In Blankenburg und Wernigerode hingegen haben die Rangfolgen der Verbesserungsvorschläge seit 1991 einen deutlichen Wandel erfahren. Standen hier zu Anfang ebenfalls die unmittelbaren Einkaufsaspekte im Vordergrund, so liegen die Schwerpunkte jetzt ganz eindeutig im Bereich des Verkehrs. Die ehemals führenden Wünsche spielen am Ende des Beobachtungszeitraumes nur noch eine untergeordnete Rolle. Ursache für diesen Wandel in der Einschätzung der Kunden sind bestimmte Entwicklungen, die beide Städte im Verkehrsbereich genommen haben. Sowohl in Blankenburg als auch in Wernigerode führen stark befahrene Bundesstraßen unmittelbar am zentralen Geschäftsbereich vorbei und belasten dadurch das Umfeld zum Einkaufen erheblich. Die Parkplatzknappheit hat in beiden Zentren aber wohl unterschiedliche Ursachen. Infolge der weitgehenden „Sperrung“ der Wernigeröder Innenstadt für den privaten Pkw-Verkehr sehen die Kunden hier seit 1993 eine Verbesserung des Parkplatzeingebotes als dringlich an. Diese Einschätzung hat sich von 1993 nach 1995 sogar noch verstärkt, obwohl die Stadt zum Ausgleich für die Sperrung den „City-Bus“ als Pendelbus zu den zentrumsferneren Parkplätzen eingerichtet hat und dieser von der Kundschaft auch positiv erwähnt wird. In

Blankenburg sind in der Innenstadt ebenfalls relativ wenige Parkplätze vorhanden. Hier spielt aber wohl bei der vehementen Forderung nach mehr Parkmöglichkeiten die so positive Parkraumsituation im nicht weit entfernten Regenstein-Center eine dominierende Rolle.

Ähnliche – allerdings oft noch akzentuiertere – Einschätzungsmuster sind auch bei den Geschäftsinhabern zu finden. So konzentrieren sich 1995 die Verbesserungsvorschläge der Geschäftsleute weit aus massiver auf die Verkehrs- und hier auch auf die Parkplatzsituation, weit voran bei den Wernigeröder und Blankenburger Einzelhändlern. Dieser Wunsch war Anfang der 90er Jahre nicht so stark ausgeprägt, bis 1993 lag die Mehrzahl der Verbesserungsvorschläge seitens der Unternehmer in der Aufwertung des Stadtbildes und in der Steigerung der Angebotsvielfalt. Eben diese letztgenannten Punkte stehen in Halberstadt, teils auch in Quedlinburg, auch heute noch am Anfang der Rangliste der Einzelhändler. Gerade in Halberstadt ist die Verkehrssituation durch Straßenbahn- und Busanbindung sowie einem größeren Flächenpotential für den ruhenden Verkehr längst nicht so kritisch wie im kleinteilig strukturierten und durch den Fremdenverkehr zusätzlich stark frequentierten Wernigerode. Interessant ist der – auch von Kunden – ausgesprochene Vorschlag, daß ein Kaufhaus die Innenstädte attraktiver machen würden. Hier sehen die Einzelhändler wohl weniger eine Konkurrenz als eine Ergänzung der Einzelhandelsstruktur.

Ausblick

Um-Bruch oder Um-Entwicklung? Unmittelbar nach der Wende ist sicher stärker vom Bruch zu sprechen, denn sowohl im Warenangebot als auch im Einkaufsverhalten waren grundsätzlich neue Möglichkeiten vorhanden, und diese wurden auch weitgehend genutzt. Seit dieser Zeit sind in den Innenstädten Geschäfte nach westlichem Muster entstanden, und im Einkaufsverhalten ist eine Rück-Entwicklung auf alte Muster festzustellen: weg von der Westorientierung zurück zu einer innerregionalen Ausrichtung. Das verbesserte Angebot in den Zentren spielt hierfür eine Rolle, die umorientierten Käuferströme werden insbesondere aber von den neu errichteten großflächigen Einzelhandelskomplexen abgeschöpft. Sie sind somit positiv zu sehen im Hinblick auf die Umlenkung der Kunden vom Westen zurück in die Region, sie sind allerdings auch

Konkurrenten für die Innenstädte. Die einzelnen Innenstädte sind zum einen in unterschiedlicher Weise von dem bisherigen Wandel betroffen und zum anderen werden von den Kommunen im Hinblick auf zukünftige Entwicklung ihrer Zentren sehr unterschiedliche Wege gegangen. Der Um-Bruch hat in kürzester Zeit jedoch für alle Zentren Fakten geschaffen, die seinerzeit keine Um-Entwicklung zuließen und heute die Rahmenbedingungen für eine Weiter-Entwicklung darstellen.

Quedlinburg und Halberstadt legen den Schwerpunkt auf „Innenentwicklung statt Außenentwicklung“. In Halberstadt ist zwar am Innenstadtrand ein Einkaufszentrum kleinerer Größenordnung entstanden, Hauptziel aber ist, das ehemalige Zentrum um das Rathaus, das nach dem Krieg nicht wiederaufgebaut worden ist, als Kern des Geschäftsbereiches wieder herzustellen. Die Planungen sehen ein integriertes Konzept mit Kaufhaus und weiteren höherwertigen cityorientierten Geschäften vor. Die Realisierung erweist sich jedoch als schwierig. Die kleinteilige Eigentumsstruktur in diesem Bereich mit den daraus entstehenden Problemen, aber auch die Konkurrenz der neuen Einkaufszentren in der Region lassen Investoren vorsichtig sein. Quedlinburg setzt wohl noch stärker auf eine Innenentwicklung. Hierzu dient die schon durchgeführte und von den Kunden akzeptierte innerstädtische Verkehrsberuhigung und die Planung der Ansiedlung eines großen Warenhauses. Hinsichtlich der Ansiedlung großflächigen Einzelhandels im Außenbereich wird eine sehr restriktive Politik betrieben.

Wernigerode hat dagegen recht bewußt die Außenentwicklung mit dem Harz-Park sowie einigen weiteren großflächigen Einzelhandelsstandorten zugelassen. Nach Ansicht der Stadt ist diese Politik als Reaktion auf das Handeln der umliegenden Städte zu sehen, wobei vor allem wohl das Regenstein-Center der Auslöser war. Die Konkurrenz zwischen Innenstadt und Außenbereich wird dabei in Kauf genommen, um die „interurbane“ Konkurrenz, Regenstein-Center, westdeutsche Städte und Nachbarstädte, auszuschalten. Noch ist nicht endgültig abzusehen, ob diese Zweiteilung in Wernigerode erfolgreich sein wird oder nicht letztendlich auf Kosten der Innenstadt geht. Die starke Stellung der Innenstadt als Touristenmagnet spricht für den Erfolg, wenn auch die Geschäftsstruktur dann noch spezialisierter sein wird und die Gefahr besteht, daß die

Innenstadt dann nicht mehr Zentrum für die Bevölkerung ist, sondern sich als „reine Touristeninsel“ darstellt. Die herbe Kritik an der innerstädtischen Verkehrskonzeption, die von Wernigeröder Bürgern und nicht von Besuchern kommt, kann durchaus als Fingerzeig für die hier entstehende Problematik dienen.

Im Hinblick auf die innerstädtische Entwicklung liegt in Blankenburg sicher die schwierigste, wenn nicht sogar eine unlösbare Situation vor. Schon zu DDR-Zeiten waren die benachbarten Kreisstädte als Versorgungszentren im Vorteil und deren bessere Ausstattung hat sich bis heute fortgesetzt. Die Planung des Regenstein-Center ist schon in der Wendezeit am „Runden Tisch in Ost-Berlin“ festgelegt worden, als planungsrechtliche Grundlagen noch so gut wie gar nicht vorhanden waren. Die unmittelbare Realisierung erfolgte zudem zu einer Zeit als die Blankenburger Innenstadt noch längst nicht auf die neue Situation eingestellt war. Weiterhin ist der Standort für ein „regionales großflächiges nichtintegriertes Einkaufszentrum“ geradezu ideal, da er fast genau im Mittelpunkt der Region liegt und verkehrlich gut angebunden ist.

Die Innenstadt Blankenburgs hat somit nie die Chance gehabt, sich zu etablieren, und hat auch heute in keiner Weise das

Potential, um gleichzeitig mit den Nachbarstädten und dem Regenstein-Center zu konkurrieren. Die Idee eines Doppelzentrums mit Funktionsaufteilung (Regenstein-Center: billig und viel, Innenstadt: Erlebniseinkauf, Kultur, Kunsthandwerk) ist wohl eher Wunschdenken, da dazu zunächst einmal eine attraktive Innenstadt notwendig wäre, die aber unter den gegebenen Konkurrenzbedingungen kaum zu entwickeln ist. Die Probleme der Blankenburger Innenstadt haben aber noch weiterreichende Wirkung dahingehend, daß auch die Wiederbelebung Blankenburgs als Kurstadt natürlich stark vom Potential einer funktionierenden Innenstadt abhängig ist. Insofern liegt der Schlüssel für die zukünftige Gesamtentwicklung Blankenburg wohl noch stärker in einer Belebung der Innenstadt als in den anderen Städten und gleichzeitig ist dieses hier weitaus schwieriger zu verwirklichen.

Literatur

Bundesministerium für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau (Hrsg.) (1994): Raumordnungspolitischer Orientierungsrahmen. Leitbilder für die räumliche Entwicklung der Bundesrepublik Deutschland. 2. Aufl. Bonn.

FAKHIM-HASCHEMI, S., NIPPER, J., & M. NUTZ (1992): Versorgungssituation und Städte-

konkurrenz – Ergebnisse einer Projektarbeit im ehemaligen deutsch-deutschen Grenzraum. In: Standort – Zeitschrift für Angewandte Geographie, H. 2-92, S. 19-24.

GÜTLER, H., KRÖNERT, U. & CH. ROSENKRANZ (Bearb.) (1995): Großflächige Einzelhandelseinrichtungen in den neuen Ländern. Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung, Arbeitspapiere 7/1995. Bonn.

HARTOG-NIEMANN, E. DEN & K. BOESLER (1994): Einzelhandelsstandorte des Verdichtungsraumes Leipzig im Spannungsfeld zwischen kommunaler Entwicklung und räumlicher Ordnung. Erdkunde, Bd. 48, S. 291-301.

ILLGEN, K. (1990): Der Einzelhandel und seine räumliche Ordnung in der Deutschen Demokratischen Republik. Berichte z. dt. Landeskunde, Bd. 64, S. 25-47.

JÜRGENS, U. (1994): Saale- und Sachsenpark – Großflächige Einkaufszentren im Raum Leipzig-Halle. Geographische Rundschau, Bd. 46, S. 516-523.

Autoren:

Prof. Dr. JOSEF NIPPER,
Dr. MANFRED NUTZ,
Albertus-Magnus-Platz,
Geographisches Institut der
Universität zu Köln,
D-50923 Köln.