

Umsatzverlagerungen durch das geplante ECE-Shopping-Center an der Ludwigsstraße

Quellen:

- Potenzialanalyse Bulwiengesa 2011²
- Potenzialanalyse Junker+Kruse 2012³
- Auswirkungsanalyse Bulwiengesa 2014⁴

Warengruppe	Verkaufsfläche ⁵	ECE: Umsatz- gewinn	Bestehender Einzelhandel Mainz: Umsatz- verlust	Um- satz- verla- gerung	Bestehender Einzelhandel Innenstadt: Umsatzverlust				
					Pol Brand	Pol Stadths.	Rest-Pol Ludwig.	Randlagen	Durchschnitt
Einheit	qm	Mio Euro	Mio Euro	%	%	%	%	%	%
Bekleidung	14.000	46,1	22,1	48	11	12	8	11	11,0
Schuhe	2.000	5,6	2,2	39	8	8	7	9	8,1
Elektro	3.000	16,0	12,4	78	13	8	8	12	11,6
Sonstiges⁶	4.500	9,9	5,1	52	5	5	4	4	4,7
Periodisches⁷	3.000	12,0	8,8	73	5	4	5	3	3,7
Summe	26.500	89,6	50,6	56	–	–	–	–	–

Die wesentlichen Aussagen:

1. Das Shopping-Center erzielt **56 % seiner Umsätze zulasten des bestehenden Mainzer Einzelhandels**. Vor allem in den Warengruppen Elektro und Periodisches sind per Saldo kaum Umsatzgewinne zu erzielen.
2. Die **Umsatzverluste des bestehenden Mainzer Einzelhandels betragen 50,6 Mio Euro**, davon 39 Mio Euro in der Innenstadt.⁸
3. Der bestehende innerstädtische Einzelhandel wird in den zentralen Warengruppen Elektro, Bekleidung und Schuhe durchschnittlich **10,8 % seines Umsatzes verlieren**.⁹ Die Flächenproduktivität sinkt in gleichem Umfang.¹⁰
4. **Kein Standort profitiert**: Selbst die unmittelbar benachbarten Geschäfte in der Ludwigsstraße müssen mit Umsatzverlusten von 4 bis 8 Prozent rechnen. Die von ECE angekündigte „Sog-Wirkung“ bleibt aus.
5. **Die Einschätzungen von Monika Walter von 2012 werden exakt bestätigt**: Mindestens 50 % der Shopping-Center-Umsätze werden auf Kosten des bestehenden Mainzer Einzelhandels generiert, dieser muss mit Umsatzverlusten von mindestens 50 Mio. Euro rechnen.¹¹
6. Künftig wären 19,6 % der innerstädtischen Verkaufsfläche¹² und 18,9 % der innerstädtischen Umsätze¹³ in Hand des Shopping-Center-Betreibers ECE.

7. **Drohende Arbeitsplatzverluste:** Man kann annäherungsweise davon ausgehen, dass bei 50 Mio. € Umsatzverlust 11,300 m² Einzelhandels-Verkaufsfläche überflüssig werden. Bei ca. 30 m² EH-Fläche pro Arbeitskraft ("Angriff auf die City" p. 125) werden fast **400 Arbeitskräfte** freigesetzt. Dies entspräche ganz grob den in der neuen Mall zu erwartenden Arbeitsplätzen, wenn man davon ausgeht, dass in den Malls pro Arbeitskraft doppelt so viel VKF wie im traditionellen EH angesetzt wird (dto. p.125) - wobei in den 440 natürlich die derzeitigen Karstadt-Beschäftigten enthalten sind. Aller Erfahrung nach handelt es sich hierbei in der Mehrzahl um prekäre Arbeitsverhältnisse, Mini- und 400-Euro-Jobs bzw. scheinselfständige Franchise-Nehmer mit sehr geringem und unsicherem Einkommen, (z.T. ebenfalls Hartz IV-, 'Aufstocker').
8. Nach vorliegendem Vorbild wurde aus den Tabellen die Zahlen für das Umland extrahiert (Marktzonen 2 und 3, dargestellt auf der Seite 48 des Gutachtens). Demnach werden dem Umland im Sektor Bekleidung 11.1 Mio. € Umsatz entzogen, 6.0% des derzeitigen Umsatzes. Zwar nicht so viel wie dem Mainzer Einzelhandel, aber sicher auch nicht ganz vernachlässigbar. Für die übrigen Warengruppen wird keine wesentliche Verlagerung errechnet.

Das Gutachten zeigt also, dass **es keine positiven Effekte für den bestehenden Einzelhandel in Mainz** gegeben hätte, es wäre – wie vielfach auch andernorts – lediglich zur Umsatzumverteilung innerhalb von Mainz gekommen (Indikator: Die Umsatzeinbußen im Umland wären vernachlässigbar, ein Zufluss von außen somit sehr gering; von einer „höchste(n) Ausstrahlungskraft auf das Umland“, die von Bulwiengesa in der ‚Potentialanalyse‘ dieser Größe des EKZ unterstellt worden ist, kann also nicht die Rede sein.).

Es ist bemerkenswert, dass nach Einschätzung der *Potentialanalyse* von Bulwiengesa für Mainz (2011) der Umsatz-Umverteilungseffekt zunehmen würde, je kleiner das EKZ würde. Das bedeutet, dass mit den jetzt zur Diskussion stehenden 16.000 qm VKF die Umsätze des Centers noch stärker zu Lasten des vorhandenen Innenstadt-Einzelhandels gingen – auch wenn sie vielleicht in absoluten Zahlen etwas geringer ausfallen würden. Dem stehen allerdings die Befunde der Auswirkungsanalyse entgegen.

-
- 2 **2011:** Potenzialanalyse für ein innerstädtisches Einkaufszentrum, erstellt für die Landeshauptstadt Mainz durch AG, München, 29. August 2011
 - 3 **Junker+Kruse 2012:** Einkaufsstandort Ludwigsstraße – Einzelhandel und Städtebau, im Auftrag der Landeshauptstadt Mainz, Junker und Kruse Stadtforschung, Dortmund, März 2012
 - 4 **2014:** Auswirkungsanalyse Einkaufsquartier Ludwigsstraße, erstellt für die Landeshauptstadt Mainz durch AG, Frankfurt am Main, 10. Oktober 2014
 - 5 Variante, die 2014 empfiehlt (und offensichtlich ECE einplant). Für alle Angaben zu Verkaufsflächen gilt: Berücksichtigt ist zentrenrelevanter Einzelhandel ohne Gastronomie und sonstige Dienstleistungen.
 - 6 Bücher, Schreibwaren, Spielwaren, Bastelbedarf, Uhren, Schmuck, Haushaltswaren, Blumen u. a.
 - 7 Lebensmittel, Drogerieartikel, Pharmazieartikel, Zeitungen, Zeitschriften u. a.
 - 8 Monika Walter, Hafencity Universität Hamburg, am 26. September 2012 auf einer Podiumsdiskussion des Einzelhandelsverbandes und der Altstadt-SPD. Siehe auch Allgemeine Zeitung vom 27. September 2012, Seiten 1 und 9: „Studie sät Zweifel an ECE-Projekt“.
 - 9 Deren Umsatz sinkt von 263,6 Mio Euro um 28,6 Mio Euro.
 - 10 Die Flächenproduktivität sinkt von 4778 auf 4424 Euro je qm.
 - 11 Monika Walter, Hafencity Universität Hamburg, am 26. September 2012 auf einer Podiumsdiskussion des Einzelhandelsverbandes und der Altstadt-SPD. Siehe auch Allgemeine Zeitung vom 27. September 2012, Seiten 1 und 9: „Studie sät Zweifel an ECE-Projekt“.
 - 12 Verkaufsfläche der Innenstadt (119.400 qm gemäß 2011) ohne Projektstandort (derzeit 10.500 qm) = 108.900 qm. Die Verkaufsfläche soll am Projektstandort um 16.000 qm erhöht werden.
 - 13 Derzeitiger Umsatz der Innenstadt (542,9 Mio Euro) ohne Projektstandort (22,6 Mio Euro) = 520,3 Mio Euro. Künftiger Umsatz der Innenstadt (593,4 Mio Euro) ohne Projektstandort (112,2 Mio Euro) = 481,8 Mio Euro.