

Von Citykaufhaus zur Shopping-Mall?

Ein weiterer Magnet verschwindet aus der Innenstadt / Viele bleiben nicht mehr übrig

Von Swantje Huse

Gaggenau. Das Bild der Gaggenauer Innenstadt als Knochen: In der Planungsphase des Murgtalcenters ist es gerne bemüht worden, um die Vorbehalte gegen ein Shoppingcenter am Ende der Hauptstraße auszuräumen.

Die Idee dabei: Murgtalcenter und Citykaufhaus bilden die beiden „dicken Enden“, zwischen denen sich die Kunden shoppend, bummelnd und flanierend hin und her bewegen. Am Eingang der Fußgängerzone noch Sport Fischer und direkt vor dem sich öffnenden Marktplatz z. Müller – quasi als kleiner Knochen im Knochen.

Doch das Bild funktioniert nicht mehr: Bereits mit dem Weggang von Sport Fischer ist es löchrig geworden. Nun droht mit der Schließung des Citykaufhauses zum Jahresende ein weiterer Magnet in der Einkaufslandschaft Gaggenau verloren zu gehen. Beginnt nun das große Landersterben?

”

Wir haben hier eine gute Möglichkeit, einen neuen Magneten hochzuziehen.

Michael Rausch

Innenstadtberater der IHK

„Nein“, sagt Michael Rausch, Innenstadtberater bei der Industrie- und Handelskammer Karlsruhe. Die IHK hatte gemeinsam mit der Stadt im Rahmen des Projekts „Innenstadt-Check“ im Sommer 2022 die City unter die Lupe genommen und Gaggenau dabei ein überraschend gutes Zeugnis ausgestellt.

Rausch sagt: „Wir haben hier eine gute Möglichkeit, einen neuen Magneten hochzuziehen.“ Dass der Beteiligungsfonds Pegasus2 mit Sitz in Köln die Fäden in der Hand hat, stimmt ihn optimistisch. „Das bringt Professionalität mit sich. Die wissen genau, was zu tun ist, damit alles stimmt.“

Denn damit alles stimmt, braucht es heutzutage mehr denn je die richtigen Konzepte. Das sagt nicht nur IHK-Mann Rausch, sondern auch **Jürgen Schmidt**, der als Makler in Gaggenau und der Region schon zahlreiche Geschäfte in den Innenstädten neu vermietet hat. „Das Konzept des Kaufens wird schwieriger“, sagt Schmidt.

Das liegt vor allem am Internet-Handel: Der Gang in die Stadt soll für viele mehr bieten, als „nur“ Einkäufe zu erle-



Das Citykaufhaus in der Gaggenauer Fußgängerzone schließt zum Jahresende. Jetzt wird die Idee diskutiert, die Flächen für mehrere Anbieter aufzuteilen. Foto: Swantje Huse

leben“, sagt **Makler Schmidt** mit Blick auf das Warenhaus. Geschäfte über mehrere Etagen seien heute nicht mehr sonderlich gefragt, allein schon wegen des hohen Personalaufwandes.

Allerdings habe das Gebäude auch ein „fettes Plus“: die Parkgarage mit direktem Zugang zum Citykaufhaus. „Parken beleben“, sagt **Makler Schmidt** mit Blick auf das Warenhaus. Geschäfte über mehrere Etagen seien heute nicht mehr sonderlich gefragt, allein schon wegen des hohen Personalaufwandes.

Der durchschnittliche Kunde in den Städten ist zwischen 44 und 47 Jahren alt und überwiegend weiblich, weiß IHK-Experte Rausch. Doch Innenstädte allein auf diese Zielgruppe auszurichten, wäre völlig verkehrt. „Die jungen Leute zwischen 16 und 29 Jahren werden unterschätzt.“ Zwar hätten die „nicht den großen Geldbeutel“, aber dafür Lust zu shoppen und in der Stadt gemeinsam mit Freunden Spaß zu haben.

Und dann wären da noch die Senioren ab 70 aufwärts, die wiederum ganz andere Bedürfnisse hätten. „Die wollen jederzeit auf die Toilette gehen können. Wenn das nicht geht, dann fühlen sie sich nicht wohl und sicher und bleiben einfach daheim.“

Doch was bedeutet das für Gaggenau und die Zukunft des Citykaufhauses? „Es wird nicht einfach, diese Fläche zu

beleben“, sagt **Makler Schmidt** mit Blick auf das Warenhaus. Geschäfte über mehrere Etagen seien heute nicht mehr sonderlich gefragt, allein schon wegen des hohen Personalaufwandes.

Allerdings habe das Gebäude auch ein „fettes Plus“: die Parkgarage mit direktem Zugang zum Citykaufhaus. „Parken

”

Die Menschen wollen ein Shopperlebnis und billige Waren.

Jürgen Schmidt
Makler

am Objekt. Das ist das, was die Leute wollen“, sagt **Jürgen Schmidt**. Seine Idee: Die Flächen „stückeln“ und aus dem Citykaufhaus eine Art kleine Mall mit unterschiedlichen Anbietern zu machen. „Dazu gehört auch Gastronomie mit

Außenbereich. Daran fehlt es nach wie vor in der Fußgängerzone“, so Schmidt. Jetzt gelte es, mutig an das Thema zu gehen und auf dem Markt zu schauen, was es Interessantes gebe.

Der Gedanke einer kleinen Shopping-Mall mit Synergieeffekten für die einzelnen Anbieter gefällt auch Innenstadtberater Rausch gut. Für ihn gehören dazu auch Gedankenspiele wie Co-Working-Spaces, also Flächen zum Arbeiten dazu. „Mit Mixed Use, also multifunktionaler Nutzung, kann man Gebäuden eine neue Bedeutung zumessen.“

Damit das Ergebnis am Ende auch gut angenommen wird, ist für Rausch die Bürgerbeteiligung ein wichtiger Faktor. „Runder Tisch hört sich so abgehalftert an, ist aber nach wie vor ein sehr konstruktives Mittel.“ Wenn es gelinge, hier nicht nur Verwaltungsmenschen und Gewerbetreibende anzusprechen, sondern auch die Bürger, gehe es am Ende auch um die vielen weichen Faktoren – wie eben Toiletten oder Shopperlebnisse.