

# Neubelebung der Innenstädte: eine Analyse des Verbraucherverhaltens in den Grenzräumen der Großregion

Synthesebericht vom 4. Forum Großregion vom 21. November 2019

*Hélène Yildiz – Université de Lorraine*

In der Großregion rivalisieren alle Staatsgebiete (Deutschland, Frankreich, Belgien und Luxemburg) miteinander, indem sie immer größere Gewerbegebiete schaffen, um Kunden der Grenzregion anzuziehen. Dies sind mehr als 187.000 Verbraucher, die tagtäglich die Grenzen überqueren. Im Einzelnen überqueren etwa 87.000 Franzosen (7% der Erwerbsbevölkerung der Region Grand Est) die Grenze von Frankreich nach Luxemburg, um dort zu arbeiten. Der wirtschaftliche Druck, dem der Handel in der Großregion ausgesetzt ist, zählt europaweit zu den stärksten (Grandmontagne-Renard und Dorkel, 2018). Auf französischer Seite kann man im Département Moselle eine Gewerbebedichte von 1.280 m<sup>2</sup> pro 1.000 Einwohnern feststellen, gegenüber 920 m<sup>2</sup> auf nationaler Ebene. In Luxemburg wurde im Stadtviertel Cloche d'Or in einem 75.000 m<sup>2</sup> großen Einkaufszentrum 2019 der größte Auchan-Markt Europas eröffnet. In Saarbrücken hingegen wird der Gewerbepark am Stadtrand vergrößert, um sowohl französische, als auch luxemburgische Kunden der Grenzregion anzuziehen. Dies wirkt sich nachteilig auf eine bundesweite Stadtpolitik aus, die Lebensmittelgeschäfte eher in Innenstädten als in Randgebieten bevorzugen könnte.

Können wir uns in der Umgebung der Großregion organisieren, um gemeinsam am Erhalt unserer Geschäfte zu arbeiten? Bei dieser Podiumsdiskussion wurde anhand von zwei Marktschwerpunkten für die Angebotsseite und für die Seite des mobilen Verbrauchers, der häufig grenzüberschreitend arbeitet, eine Diagnose von den drei Grenzen entwickelt. Und schließlich wurden alternative Kooperationsperspektiven analog dessen vorgeschlagen, was im Arc jurassien geschieht.

### TeilnehmerInnen der Podiumsdiskussion:

- Minister Lex Delles (Minister für Mittelstand und für Tourismus)
- Aurélien Biscuit (Generalsekretär der Mission Opérationnelle Transfrontalière)
- Fabrice Genter (Präsident der Industrie- und Handelskammer des Departements Moselle)
- Marcel Schiess (Vizepräsident, Forum Transfrontalier Arc jurassien)
- Pascale Brenet (Vizepräsidentin für Bildung, Université Bourgogne Franche Comté)
- Colette Grandmontagne Renard (Universität Lothringen, LOTERR)
- Jean Marc Lambotte (Universität Lüttich, LEPUR)
- Moderation: Hélène Yildiz (Universität Lothringen, CEREFIGE)



Minister Lex Delles beim 4. Forum Großregion

Organisiert von der Universität Lothringen (Hélène Yildiz) im Rahmen des Interreg VA Großregion Projekts „UniGR-Center for Border Studies“.

## EIN HANDELSANGEBOT, DAS SICH TEILWEISE KONTROLLIERT (LUXEMBURG) UND TEILWEISE UNKONTROLLIERT (FRANKREICH) ENTWICKELT

Für den Minister Lex Delle geht die Zukunft des Handelsangebots mit der Digitalisierung des Handels einher, obwohl im Handel soziale Beziehungen geknüpft werden: „Der Erfolg des städtischen Handels hängt jedoch nicht nur von einer geeigneten virtuellen Präsenz ab, sondern auch von einem einladenden analogen Rahmen. Die Händler brauchen eine lebendige und dynamische Stadt, die vielfältige und attraktive Angebote bereithält. Zur Schaffung einer derartigen Atmosphäre bedarf es einer strategischen Planung. Vor diesem Hintergrund haben wir zusammen mit der Luxemburger Handelskonföderation und der Handelskammer ein Grundbuch über den digitalen Handel eingerichtet, das den Gemeinden zur Verfügung stehen wird.“

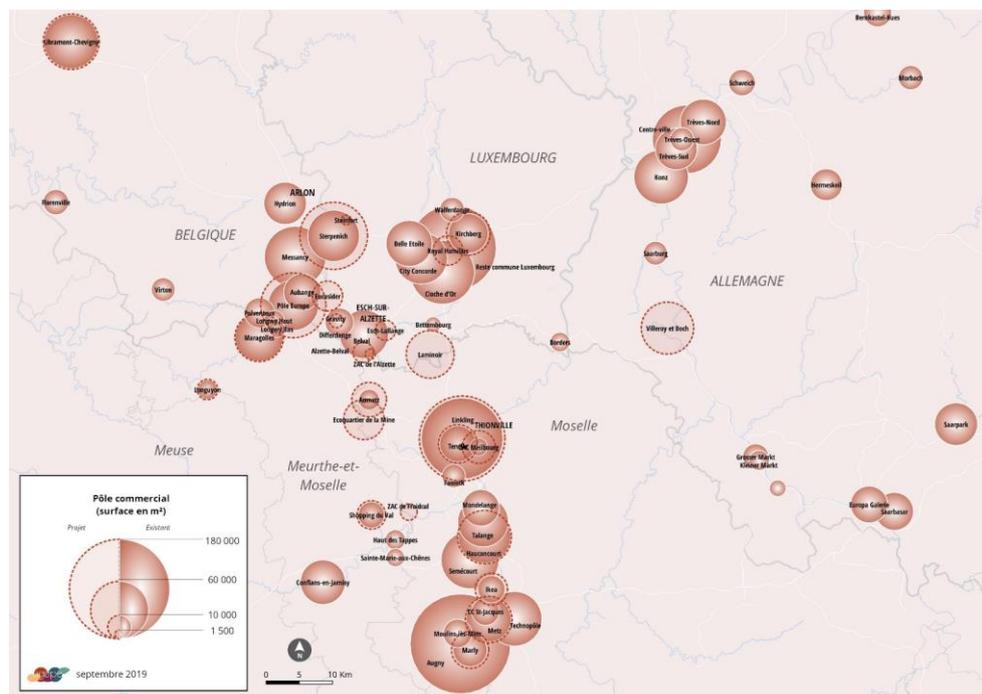
"Das Erfolgsrezept besteht folglich aus der Verknüpfung einer geeigneten digitalen Präsenz der städtischen Händler mit einer lebendigen und dynamischen Innenstadt. Das Ziel ist also keinesfalls die Unterdrückung des E-Commerce, sondern dessen Integration in die Neubelebensstrategie des städtischen Handels.“

Die städtischen Händler brauchen Unterstützung und das Angebot konkreter Strategien, womit der E-Commerce von einem potentiellen Feind zu einem ausgesprochen nützlichen Verbündeten wird.“

Michael Vollot, der die Agentur für Urbanismus und nachhaltige Entwicklung (AGAPE) vertritt, ist der Ansicht, dass sich das Handelsangebot fortlaufend positiv entwickelt und damit bestimmte Gewerbegebiete, insbesondere in Innenstädten, schwächt. In seiner Rede hebt er eine Entwicklung in der Großregion hervor, die ein Risiko für bestimmte Gebiete bergen könnte.

Das Einzugsgebiet der ausgesprochen dicht besiedelten und mit hoher Kaufkraft gesegneten Großregion ruft eine starke Konkurrenz zwischen Handelsketten und Einkaufszentren hervor, und zwar auf allen Seiten der Grenzen. Die mit der Beschäftigung verbundene Mobilität sorgt für Verkehrswege, die die massive Ansiedlung von Einkaufszentren strukturieren, vorwiegend außerhalb der Städte und in Grenznähe. Trabantenstädte, leere Geschäfte in Innenstädten, Rückgang des selbstständigen Gewerbes: all das sind Phänomene, die von Gebietskörperschaften und Einwohnern beobachtet und beklagt werden und die Jean-Marc Lambotte bestätigt. Diese massive Verstärkung des Angebots findet man auch an den Grenzen zwischen Luxemburg und Belgien wieder, was eine Verödung der Innenstädte zur Folge hat.

Colette Grandmontagne-Renard hebt diese um sich greifende Expansion dieses Handelsangebots entlang der Grenzen der Großregion hervor.



Die Gewerbeplans in der Großregion 2019  
Quelle: AGAPE

## EINE IMMER ANSPRUCHSVOLLERE UND VIELSEITIGERE NACHFRAGE

Die Untersuchungen zeigen, dass sich die Anzahl der Verbraucher positiv entwickeln wird, d.h. dass die Nachfrage in der Großregion und insbesondere eine mobile Nachfrage in Luxemburg steigen werden, das betonte die von Fabrice Genter geleitete Arbeitsgruppe der IHK Metz, Team von Fabrice Genter

Darüber hinaus hat sich das Einkaufsverhalten des Verbrauchers laut Béatrice Siadou-Martin verändert. Die räumlich-zeitliche Dimension der Handelsbeziehung wurde nämlich komplett auf den Kopf gestellt. Die Mobilität der Verbraucher stellt die klassischen Pull-Strategien infrage. Die Verbraucher kennen nicht zwangsläufig das Handelsangebot an ihrem Wohnort, sondern das, welches sich auf ihrem täglichen Weg befindet. Um einige Beispiele zu nennen: Arbeitnehmer, die jeden Tag mit dem Zug fahren, werden Vertriebsformate befürworten, mit denen sie Zeit gewinnen, wie Schließfächer in Bahnhöfen. Ebenso ist einer der Schlüsselfaktoren für den Erfolg von Drive-in-Einkäufen deren Lage an Orten mit viel Durchgangsverkehr und Besucherströmen. Ein einfaches Beispiel: eine Familienmutter kauft ihr Brot nicht mehr in der Bäckerei in ihrem Stadtviertel, sondern in der Bäckerei in der Nähe des Dojos ihres Sohnes oder nahe der Musikschule ihrer Tochter. Vorher konnte der Begriff „Kreis“ das vom Verbraucher bekannte Handelsangebot zusammenfassen; heute wäre der Begriff „Archipel“ (Wissen über das verstreute Handelsangebot) besser. Für die Fachwelt macht dies die Lage komplexer, denn man muss es verstehen, die Ströme zu beobachten (bzw. diese sogar vorhersehen).

Auf der anderen Seite ist der Verbrauch ein strukturierendes Element unserer Gesellschaften, und die Verbraucher wollen diesem Verbrauch einen Sinn geben. Der Verbrauch erfüllt nicht nur einen Nutzen, sondern bietet auch eine Reihe von Vorteilen: dies können hedonische oder soziale Vorteile sein, intellektuelle, spirituelle Anregungen usw. So sehen wir die Entstehung von Trends zum Verbrauch von lokalen oder Bio-Produkten, bei denen bürgerliches Engagement in Verbrauch umzusetzen ist. Es gibt keine klare Trennung mehr zwischen Verbrauchern und Bürgern. Dies zwingt die Fachwelt, sich deutlich abzugrenzen.

Für Claude Bizcak kann die Verbreitung des Internet einen positiven, aber auch einen negativen Einfluss auf das Wohlergehen der Geschäfte und insbesondere auf das selbstständige Gewerbe haben. Die großen Handelsketten beobachten Veränderungen im Verbraucherverhalten und in deren Erwartungen, was einige von ihnen dazu veranlasst, ihre Strategie zu überdenken: dies ist beispielsweise der Fall bei der Wiederansiedlung von Lebensmittelgeschäften in Innenstädten, beim Antriebsverlust von Großmärkten, bei der Entwicklung von kurzen Transportwegen und bei Mischmodellen wie dem „Click and Collect“.

## WELCHE PERSPEKTIVEN HAT DER HANDEL IN DER GROSREGION?

Für Aurélien Biscaut ist es wichtig, die Diskussionen über die negativen externen Effekte dieser kontinuierlichen Expansionen von Gewerbegebieten und unabgestimmten nationalen Strategien wieder aufzunehmen.

Es können Kooperationen gemäß dem was in anderen, eher kulturellen und sozialen Bereichen bereits existiert, eingeführt werden, um zu versuchen, dieses Phänomen beidseitig der Grenzen einzudämmen. Marie-France Gaunard betont jedoch deutlich, dass im Handel alles aufzubauen ist.

Nach dem Beispiel dessen, was es im schweizerischen Jurabogen gibt, sollte man vielleicht von kleinen Kooperationen ausgehen und diese weiter und ganzheitlicher ausbauen, wie die von Pascale Brenet theoretisierte Werteteilung.



Pascale Brenet und Marcel Schiess vom Forum Transfrontalier Arc jurassien



47 Teilnehmer\_Innen aus der Großregion beim 4. Forum Großregion

Zwei Persönlichkeiten aus der Schweiz und deren Grenzgegend, Pascale Brenet und Marcel Schiess, arbeiten an dieser Problematik der unausgewogenen Entwicklung der Grenzgebiete (Frankreich und Schweiz) und insbesondere des Handelsapparats. Anhand ihrer Aussagen konnten Trends herauskristallisiert werden, die den Problematiken in der Großregion im Hinblick auf die Wirtschaftstätigkeit ähneln. Genau wie in der Großregion entwickeln sich nämlich große Einkaufszentren in Grenznähe zügellos und stellen die Frage nach ihrer mittel- und langfristigen Tragfähigkeit. Arbeits-, Wohn- und Verbrauchsorte sind voneinander getrennt und haben tägliche Fahrten zur Folge, die die Lebensqualität der Grenzbewohner verschlechtern und Umweltbelastungen nach sich ziehen. Die durch die Produktionstätigkeit geschaffenen Arbeitsplätze dienen nicht allen Bürgern und ziehen soziale Ungleichheiten nach sich. Gleichzeitig entziehen die Steuerregelungen Frankreichs (die mehr die Unternehmen besteuern) und der Schweiz (die mehr die Personen besteuern) auf beiden Seiten der Grenze den Gebietskörperschaften Einnahmen, die der Bildung und der Kultur gewidmet werden könnten.

Angesichts dieser Problematiken ist das Forum Transfrontalier Arc jurassien der Ansicht, dass die Zukunft des Jurabogens (Arc jurassien) auf bestimmte Lösungen angewiesen ist: Dies ist zum Beispiel die Gestaltung und der Aufbau einer Gemeinschaft mit geteilten Werten, in der territoriale Projekte entwickelt werden

könnten, bei denen Kooperation, nachhaltige Förderung endogener Ressourcen, lokale Verankerung und Innovationen in all ihren Formen vereint werden, um dem Wunsch der Bürger nach Wohlbefinden nachzukommen. Diese Lösungen können in Form von Kooperation, von geteilten Werten, die innerhalb des Gebiets aufgebaut werden, umgesetzt werden.

Pascale Brenet schließt mit nach wie vor offenen Fragen ab: Ist dieser massive Vertrieb in den Randgebieten für die Umweltansprüche und für den Wunsch nach Nähe geeignet, den viele Bürger zum Ausdruck bringen? Ist der Erfolg von heute nicht ein Hindernis angesichts der Veränderungen, die sich hinsichtlich des Verbraucherverhaltens, der Bürgermobilität und der dringenden Umweltprobleme abzeichnen?

## Referenzen

Grandmontagne Renard C. und Dorkel N. (2018). Stratégies et adaptations des acteurs du commerce interne en territoires frontaliers (Strategien und Anpassungen der Akteure des Binnenhandels in Grenzgebieten), 21. Symposium Étienne Thil, 3. bis 5. Oktober.