

# Kampf gegen den Tod der Innenstadt

Leerstände belasten die Citys in NRW.  
Sie müssen sich vom Handel lösen.  
Bottrop setzt nun alles auf einen Investor.

## Thomas Mader

**Bottrop.** Wo früher Bottrops Mitte war, hat Oliver Helmke einen Punkt ausgelegt. Der Investor hat das alte Karstadthaus gekauft, durch das mal eine Passage führte. Sie verband die beiden Haupteinzelkaufstraßen Bottrops. Hier knubbelten sich einst die Passanten, Konsum verdichtete sich zu Urbanität. Der Düseneffekt der Kaufhäusern. Wie ein Archäologe hat Helmke den Weg der Massen auch mit Kreidefarbe skizziert auf dem staubigen Boden, vorbei an den nutzlosen Rolltreppen, unter der entkleideten Decke. Markierungen auf einer verlassenen Theaterbühne. Helmke will den Vorhang wieder öffnen.

Karstadt, kurzzeitig „Kaufhaus Moses“, steht nun seit sechs Jahren leer, ein „lost place“, an den sich vor Helmke niemand heranwagt. Und das riesige Hansa-Center gegenüber verfällt schon seit 14 Jahren. Die Problemblocke haben die halbe Bottroper City auf Grund gesetzt. Selbst an Markttagen kann man die Hansastrasse problemlos ohne Menschen fotografieren. Bottrop bleibt nur eine Einkaufsachse: Die Hochstraße läuft zwar vergleichsweise gut, aber auch hier hat Nahbedarf die meisten Fachgeschäfte ersetzt. Ein Arzt wurde sogen: Die Innenstadt hat Niedergang.

Diese Diagnose trifft viele Städte: Witten, Gelsenkirchen, Duisburg, ja sogar Essen – überall verschlechtern sich die Einkaufsstraßen, kämpfen die Städte mit Leerständen. Und weil sie sich lange allein übers Einkaufen definiert haben, kann man sagen: Sie verlieren ihr Zentrum. Ein knappes Siebtel der Verkaufsfläche steht leer in den Innenstädten des Ruhrgebiets (14,7 Prozent laut IWH-Handelsreport Ruhr 2024). Dabei werden schon ständig Läden zu Wohnungen oder Arztpraxen umgebaut, sonst wären die Zahlen noch schlechter.

Es ist ein bisschen so wie in der „Unendlichen Geschichte“, wo „das Nichts“ die Welt aufliest. Ver-

**14,7 %**  
der Verkaufsfläche  
steht in den Innenstädten  
des Ruhrgebiets laut  
IWH-Handelsreport  
leer

„Ich garantiere die Wiederbelebung der Bottroper Innenstadt.“ Phoenix, das soll eine Galerie sein mit Feinkost und Concept Stores. Ein Innenhof mit Gastro und Bühne für Musik oder Theater, mit Streetfood-Festivals oder Winterdorf. Mit Walk-in-Tattoo-Studio und Kinderspielcke. Vor allem, eine offene Passage! Helmke hat mehrere Immobilien nebenan gekauft, vor allem das Modehaus Sinn, der Riesenklotz neben Karstadt. Das soll in den Karstadt-Bau ziehen, drüber will er unten eine Markthalle schaffen und Wohnungen darüber. Davor eine Jugendstilfassade, „nicht so billig, aus schönem Holz“.

Man glaubt Helmke, dass er Charakter einbringt. Er tritt auf mit Schiebermütze, Karohose und Leiderjacke über Vintage-Weste – ein bunter Bottroper, der hier schon einiges saniert hat. Doch zum Geschäftsmodell gehört auch, dass die Stadt als Ankermieter eines gehörigen Teils des Risikos übernimmt. Sie soll auf drei Karstadt-Etagen einziehen, mit Kaufoption. Ohne würde Phoenix kaum funktionieren. Ob so ein Plan auch in anderen Städten funktionieren kann? Oliver Helmke sagt: „Grundsätzlich ja, aber...“

Die Städte stehen grundsätzlich vor einem Dilemma im Umgang mit Schrottimmobilien und langen Leerständen: Sollen sie mit dem Geld der Steuerzahler einspringen und die Eigentümer aus ihrem Risiko

festigte Leerstände sind genau das: Auflösungsergebnisse. Im Film steht das nebelhafte Nichts für Fantasielosigkeit, es wird mit Kreativität geschlagen. Und vielleicht trifft auch das den Kern: Die Einkaufsstadt ist verloren, wir müssen die Mitte neu erfinden. Aber zunächst braucht das Kind einen Namen.

„Phoenix“, hat Oliver Helmke sein altes Kaufhaus genannt. Baustaub ist seine Asche. Die Anlehnung an die Auferstehungsschicht soll Bottrop Hoffnung geben. Helmke verkauft seine Pläne gut: „Der Mittelpunkt unserer Stadt wird nie wieder wackeln.“ Und:

„Ich garantiere die Wiederbelebung der Bottroper Innenstadt.“

Phoenix, das soll eine Galerie sein mit Feinkost und Concept Stores. Ein Innenhof mit Gastro und Bühne für Musik oder Theater, mit Streetfood-Festivals oder Winterdorf. Mit Walk-in-Tattoo-Studio und Kinderspielcke. Vor allem, eine offene Passage! Helmke hat mehrere Immobilien nebenan gekauft, vor allem das Modehaus Sinn, der Riesenklotz neben Karstadt. Das soll in den Karstadt-Bau ziehen, drüber will er unten eine Markthalle schaffen und Wohnungen darüber. Davor eine Jugendstilfassade, „nicht so billig, aus schönem Holz“.

Man glaubt Helmke, dass er Charakter einbringt. Er tritt auf mit Schiebermütze, Karohose und Leiderjacke über Vintage-Weste – ein bunter Bottroper, der hier schon einiges saniert hat. Doch zum Geschäftsmodell gehört auch, dass die Stadt als Ankermieter eines gehörigen Teils des Risikos übernimmt. Sie soll auf drei Karstadt-Etagen einziehen, mit Kaufoption. Ohne würde Phoenix kaum funktionieren. Ob so ein Plan auch in anderen Städten funktionieren kann? Oliver Helmke sagt: „Grundsätzlich ja, aber...“

Die Städte stehen grundsätzlich vor einem Dilemma im Umgang mit Schrottimmobilien und langen Leerständen: Sollen sie mit dem Geld der Steuerzahler einspringen und die Eigentümer aus ihrem Risiko

festigte Leerstände sind genau das: Auflösungsergebnisse. Im Film steht das nebelhafte Nichts für Fantasielosigkeit, es wird mit Kreativität geschlagen. Und vielleicht trifft auch das den Kern: Die Einkaufsstadt ist verloren, wir müssen die Mitte neu erfinden. Aber zunächst braucht das Kind einen Namen.

„Phoenix“, hat Oliver Helmke sein altes Kaufhaus genannt. Baustaub ist seine Asche. Die Anlehnung an die Auferstehungsschicht soll Bottrop Hoffnung geben. Helmke verkauft seine Pläne gut: „Der Mittelpunkt unserer Stadt wird nie wieder wackeln.“ Und:

„Ich garantiere die Wiederbelebung der Bottroper Innenstadt.“

Phoenix, das soll eine Galerie sein mit Feinkost und Concept Stores. Ein Innenhof mit Gastro und Bühne für Musik oder Theater, mit Streetfood-Festivals oder Winterdorf. Mit Walk-in-Tattoo-Studio und Kinderspielcke. Vor allem, eine offene Passage! Helmke hat mehrere Immobilien nebenan gekauft, vor allem das Modehaus Sinn, der Riesenklotz neben Karstadt. Das soll in den Karstadt-Bau ziehen, drüber will er unten eine Markthalle schaffen und Wohnungen darüber. Davor eine Jugendstilfassade, „nicht so billig, aus schönem Holz“.

Man glaubt Helmke, dass er Charakter einbringt. Er tritt auf mit Schiebermütze, Karohose und Leiderjacke über Vintage-Weste – ein bunter Bottroper, der hier schon einiges saniert hat. Doch zum Geschäftsmodell gehört auch, dass die Stadt als Ankermieter eines gehörigen Teils des Risikos übernimmt. Sie soll auf drei Karstadt-Etagen einziehen, mit Kaufoption. Ohne würde Phoenix kaum funktionieren. Ob so ein Plan auch in anderen Städten funktionieren kann? Oliver Helmke sagt: „Grundsätzlich ja, aber...“

Die Städte stehen grundsätzlich vor einem Dilemma im Umgang mit Schrottimmobilien und langen Leerständen: Sollen sie mit dem Geld der Steuerzahler einspringen und die Eigentümer aus ihrem Risiko



Als die Innenstadt noch die Massen anzog: Bottrop in den 50er-Jahren.

ERNST GÜNTHER SCHWEIZER

Bottrop heute: das ehemalige Karstadtgebäude (links) auf der Hansastraße.

OLAF FUHRMANN/FUNKE FOTO SERVICES

14,7 %  
der Verkaufsfläche  
steht in den Innenstädten  
des Ruhrgebiets laut  
IWH-Handelsreport  
leer

30 %  
weniger Mieteinnahmen  
erzielen Hagener  
Vermieter in  
1A-Handelslagen

ihm beauftragt, darunter Herne und Velbert. Dort hat sich die Leerstandsquote auch durch Schneiders Detailarbeit in drei Jahren von 16,8 auf 5,5 Prozent verringert. Das schafft er durch Beharrlichkeit, Reisen und Systemkenntnis. Schneider weiß, die Filialisten haben gestiegene Anforderungen:

• Mindestens sechs Meter Schaufronten,

- große Flächen,
- Anliegerfreizeiten ...

Im Glücksfund findet er einen passenden Mieter in seiner Datenbank. Oder er kann einen Eigentümer zu Anpassungen bewegen. Vielleicht kann man Ladenlokale zusammenlegen. Und wenn Schneider sagt, dass kein Filialist Interesse hat, kann der Eigentümer sich immerhin viel Zeit sparen und gleich umdenken. „Alle Nutzungen, die man dann findet, sind Notlösungen. Wenn überall nur Parks, Fahrschulen, Reisebüros und Nachhilfeinstitute sind, ist die Attraktivität einer Innenstadt nicht mehr da. Innenstadt ohne Einzelhandel ist wie Pommes ohne Mayo. Aber am Ende ist alles besser als Leerstand.“

Es passiert selten, dass Schneider auf Eigentümer trifft, die nicht vermieten wollen, weil sie womöglich spekulieren.

Er glaubt dennoch, dass die Politik etwas versäumt hat: „In den Niederlanden, Belgien und Frankreich zum Beispiel gibt es die Möglichkeit, dass Städte Leersstandsabgaben nehmen können.“

Dieses Instrument fehlt in Deutschland. Es wäre wichtig, um Druck aufzubauen zu können.“

Schneider sagt, die Umsätze seien nicht das einzige Problem: die Nachfolger, das Personal. „Die ältere Entwicklung ist das Thema der gefühlten Sicherheit in Innenstädten. Ich weiß von einem Filialisten, der seine Geschäfte in Essen und Dortmund aufgegeben hat, weil die Mitarbeiter sich auf dem Heimweg unsicher gefühlt haben. Er fand kein Personal mehr. Aber das könnten Einzelfälle sein.“

**Online-Handel ist es nicht allein**

Allerdings ist die Annahme falsch, der Online-Handel allein sei schuld. Natürlich verlagert sich der Konsum ins Netz, aber bislang betrifft dies „nur“ 13,4 Prozent des Umsatzes. Selbst in den am stärksten

Essen zum Beispiel hat die Gastronomie mit Sicherheitsdiensten unterstützt. Sozialarbeiter sollen die bekannten Sucht- und psychisch Kranken gezielt ansprechen.

**Die Innenstadt ist arm**

Die Innenstädte mit ihren fallenden Mieten und dem Makel des Niedergangs haben auch eine ärmere Klientel angezogen. In Bottrop leben inzwischen Menschen aus über 100 Nationen, die oft nicht viel Geld haben. Sie kaufen weniger ein und anders. Billigläden und Spielhallen ziehen ihnen nach. Aber die Menschen eröffnen auch Geschäfte, seien es Geldüberweisungen, Gemüse, Grill. Sie bilden langsam eine Community. Der untere Teil der Bottroper Hochstraße nimmt nun den Weg, den schon ein Teil der Oberhausern Markstraße oder die Fußgängerzone von Wanne-Eickel gemacht hat.

Man muss die Digitalisierung breiter auflassen, um das Leiden der Innenstädte zu verstehen. Gisbert Schneider erklärt: „Nehmen sie das Hobby Fotografieren. Früher ist man dreimal in die Stadt gefahren: um den Fotofilm zu kaufen, um ihn abzugeben und um ihn abzuholen. Auch Bankgeschäfte oder Lottospielen waren Frequenzbringer. Diese vielen kleinen Gänge sind weg.“

Man kann das messen. Die Firma Hystreet macht das in mehreren Ruhrgebietsstädten vollautomatisiert. „Durch die Pandemie gab es einen Besuchereinbruch, von dem sich viele Innenstädte nicht ganz erholt haben“, sagt Geschäftsführer Julian Aengenvoort. „Es fehlen nach wie vor fünf bis acht Prozent.“

Während die Top-Lage Westenhellweg in Dortmund mit insgesamt 2,46 Millionen Passanten in den Monaten Juni und Juli das Niveau vor Corona erreicht hat, ist Essen seit 2019 abgesunken von 2,1 auf 1,7 Millionen Besucher. Wichtigster ist eine andere Veränderung. Die Leute gehen später in die Innenstädte, erklärt Aengenvoort. „Der Schwerpunkt verschiebt sich auf Gastronomie und Freizeit.“

„Doch es wird sich ändern. „Zunächst sollte das Ruhrgebiet aufhören, sich klein zu reden. Der Spruch „Woanders ist auch scheiß“ ist智慧, aber destruktiv. Ich finde es gut, wenn das Ruhrgebiet seine Wirtschaftsfaktoren ausnutzen kann. Und warum gelingt es den Händlern, die in großen Städten – Dortmund, Essen, Bochum, Duisburg – wird es auch in Zukunft Einkaufsmöglichkeiten geben, wenn auch nicht mehr in der Breite wie früher. Schwer haben es die mittleren Städte, die zu groß sind, um ohne eigenes Zentrum auszukommen, aber zu klein, um noch für große Filialisten interessant zu bleiben.“

**Haben sich die Städte zu viel Konkurrenz gemacht und zu viele Einzelhandelsflächen geschaffen?**

Das kann sein. Aber nichts zu machen, wäre auch keine Option gewesen. Der Trend zu Einkaufszentren ist auch bedingt dadurch, dass viele Immobilien in den Innenstädten nicht mehr passen zu den Bedürfnissen der großen Filialisten. Die kriegen ihre Konzepte darin nicht gut umgesetzt, weil die Fläche zu klein oder weil die Ausstattung teils miserabel ist.

Nach dem Centro hat man versucht, die Shopping-Center in die Innenstädte zu holen – wie die Thier-Galerie in Dortmund oder der Limbecker Platz in Essen. Die Hoffnung war, dass diese Verteilung und Konkurrenz mit anderen Angeboten, mit Düsedorf, Köln oder dem Outlet-Center in Roermond.

**Mehr Events**

Darum versuchen die Städte inzwischen mit Events, Festen, Konzerten reinzugehen. „Man muss immer neue Besuchsgründe schaffen“, sagt Aengenvoort. Alteingesessene Stadtfeeste funktionieren. „Köln hat nun die Gamescom mit einem City-Festival stärker an die Innenstadt angebunden. Eine große Stadt ist hier im Vorteil, eine kleine muss sehr gezielt ihre Kapazitäten einsetzen.“

**Was bedeutet das für die Städte?**

Bottrop hat zum Beispiel einen Feierabendmarkt, bei dem es richtig voll werden kann. Aber danach wird die Innenstadt rasch wieder leer. Immerhin hat die Stadt schon früh hingewirkt, dass auf der Gladbecker Straße eine kleine Kneipe entstehen konnte. Bottrop könnte auch gezielter um Radtouristen werben, sich als Tor zum Naturpark Hohe Mark positionieren mit neuem Gastro und Hotels, sagt Klaus Müller, der oberste Planer von Bottrop. Der Technische Beigeordnete weiß auch: „Bottrop wird in Zukunft mehr Nahversorgungs- als Handelsstandort sein.“

Damit mehr Besucher hängen bleiben, müssen die Städte die Aufenthaltsqualität erhöhen. Versuchen selber Angebote schaffen wie das „Haus des Wissens“ in Bochum oder den Wissenschaftscampus in Oberhausen. Ihre Einrichtungen zentral zusammenziehen. Viele Städte schaffen barrierearmen Wohnraum oder Studentenheim, damit mehr Menschen in die City ziehen, auch kaufkräftigere. Für die Hansastrasse plant Klaus



Dies war einmal der Mittelpunkt der Stadt: Investor Oliver Helmke (rechts) und Bottrops Stadtpflegeschef Klaus Müller am ehemals höchstfrequenten Punkt der City.

OLAF FUHRMANN/FFS

# „Viele Schrottimmobilien entstehen – das wird ein gigantisches Problem“

Die Innenstädte sind noch nicht am Tiefpunkt angelangt, glaubt Prof. Torsten Böltling. Sie verlieren die Einkaufsfunktion

## Thomas Mader

**Bochum.** Der Handel verlagert sich, ganze Städte verlieren ihr Zentrum. Wie das läuft und was es bedeutet, erklärt Prof. Torsten Böltling, Leiter des Deutschen Instituts für Urbane Transformation an der EBZ Business School in Bochum. Aber er hat auch eine Vision fürs Ruhrgebiet.

hen – sogenannte „stranded assets“. Das wird ein gigantisches Problem werden. Natürlich werden alle nach der öffentlichen Hand rufen. Es gibt ja auch schon Innenstadterneuerungsprogramme und andere Unterstützungsversuche, aber der Bedarf wird enorm wachsen. Und diese Programme werden alle nicht helfen, wenn wir nicht eine andere Nutzungsidee entwickeln.

**Einige Kaufhausimmobilien sind ungernutzt worden, bei anderen sucht man noch einen Plan.** Ja, zum Beispiel in Recklinghausen ist das ehemalige Karstadt-Kaufhaus recht erfolgreich umgebaut worden. Einen eindeutigen Trend gibt es nicht. Im Ruhrgebiet finden wir die ganze Bandbreite: Städte, die sich noch gut halten, und solche, die massiv betroffen sind. Eine Besonderheit ist aber, dass es viele Innenstadträume gibt, die diese Funktion schon vor langer Zeit verloren haben. Wanne-Eickel oder Wattenscheid zum Beispiel waren mal als klassische Innenstädte ausgestattet, sind aber seit der Gebietsreform in den 70er-Jahren nur noch Nebenzentren.

Vor ein paar Jahren haben die leeren Kaufhäuser noch große Sorgen bereitet, zum Beispiel weil man nur schwer Tageszeitung in die Mitte bekommt. Aber ihre Größe ist auch ihr Potenzial, weil ein guter Projektentwickler mit einem Schub relativ viel bewegen kann. Man kann hier sogar ein kleines Quartier schaffen. Bei kleineren Gewerbeimmobilien hat man keinen Einfluss auf das Umfeld.

**Wenn Geschäfte mit großem Einzugsgebiet ersetzt werden durch Nahbedarf, medizinische Dienstleistungen und Wohnen, dann geht Zentralität verloren. Verlieren einige Städte ihre Mitte?** Ganz verschwinden wird die Mitte nicht, aber die Einkaufsfunktion geht zurück. Das bedeutet nicht, dass die Innenstädte sterben. Neu Nutzungen gewinnen an Bedeutung: Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur und Wohnen. In den großen Städten – Dortmund, Essen, Bochum, Duisburg – wird es auch in Zukunft Einkaufsmöglichkeiten geben, wenn auch nicht mehr in der Breite wie früher. Schwer haben es die mittleren Städte, die zu groß sind, um ohne eigenes Zentrum auszukommen, aber zu klein, um noch für große Filialisten interessant zu bleiben.

**Wie sieht Ihre Zukunftsvision für das Ruhrgebiet aus?** Zunächst sollte das Ruhrgebiet aufhören, sich klein zu reden. Der Spruch „Woanders ist auch scheiß“ ist智慧, aber destruktiv. Ich finde es gut, wenn das Ruhrgebiet seine Wirtschaftsfaktoren ausnutzen kann. Und warum gelingt es den Händlern, die in großen Städten – Dortmund, Essen, Bochum, Duisburg – wird es auch in Zukunft Einkaufsmöglichkeiten geben, wenn auch nicht mehr in der Breite wie früher. Schwer haben es die mittleren Städte, die zu groß sind, um ohne eigenes Zentrum auszukommen, aber zu klein, um noch für große Filialisten interessant zu bleiben.

Davon abgesehen sollten die Städte ihre Stärken herausstellen. Es muss nicht jeder den gleichen Brei machen. Nach Wanne fährt man vielleicht für die Street-Art, und das Dinner am Fluss kann man vielleicht in Mülheim ausbauen, weil sonst keine Innenstadt direkt an der Ruhr liegt. Spezialisierung gibt es in allen Metropolregionen. Auch in Oberhausen oder Bottrop gibt es eine Nische, man muss sie nur finden und dann die Akteure, besonders die Immobilienbesitzer, mitnehmen und begeistern. Nicht die Zahl der Geschäfte, sondern die Qualität, die sie anbieten. Und warum darf man gern mutiger werden, was Architektur, Begründung und Aufenthaltsqualität angeht.

**Gibt es bereits positive Beispiele?** Bochum macht viele richtig. Die Stadt spricht sehr intensiv mit Gewerbetreibenden und Eigentümern und hat viele Städtebaufördermittel herangeholt. Die Stadt investiert auch erheblich in das Haus des Wissens als zentralen Aufenthaltsort. Und es gibt ein modernes Fahrt-Leitsystem, gekoppelt mit „Smart Parken“ mit Kennzeichenerkennung in vielen Parkhäusern, mit dem Komfortvorteil wird auch aktiv geworben. Vielleicht hat man auch ein Stück Glück gehabt, aber in der Innenstadt haben sich einige besondere Geschäfte gehalten, die Spilwaren, hochwertiges Bier oder Uhrenverkaufen.

**Prof. Torsten Böltling** ANDREAS MOLATTA/EBZ