

Ein Walfisch am Rhein

Was die „Rhein-Galerie“ für Ludwigshafen bringen soll

Die Stadt heißt Ludwigshafen am Rhein. Am Rhein: Für den auswärtigen Besucher nicht nur deshalb ein wichtiger Hinweis, weil es auch am Bodensee ein Ludwigshafen gibt, sondern weil bislang nur für Eingeweihte erkennbar war, dass die pfälzische Industriemetropole tatsächlich an einem Fluss gelegen ist. „Die Innenstadt zum Rhein hin öffnen“ war schon vor zwei Jahren, als das *Wirtschaftsmagazin Pfalz* über die Pläne berichtete, die Vision von Klaus Dillinger, damals noch Geschäftsführer der W.E.G., der Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Ludwigshafen a. Rh. mbH, heute Baudezernent. Ein weiterer Schritt zur Materialisierung der Vision steht jetzt am 29. September mit der Eröffnung der „Rhein-Galerie“ bevor.

Wir springen kurz zurück ins Jahr 2006: Am Zollhofhafen drohte eine Industriebrache zu entstehen, die W.E.G. erhielt den Auftrag, sich entsprechend Gedanken zu machen. „Das war ein sehr offener Prozess“, sagte Dillinger damals. Allerdings forderte Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse, es solle sich vornehmlich um eine private Entwicklung handeln mit dem zeitlichen Horizont, „dass nach zwei Jahren tatsächlich gebaut wird“. „Die Zeit hatten wir genutzt, um am Markt abzugleichen, wer sich überhaupt für diese Flächen interessiert, am Rhein, in Ludwigshafen, in der Metropolregion. Es war von Anfang an eine ergebnisoffene Suche mit einem eher wirtschaftspolitischen denn einem städtebaulichen Ansatz“, so Dillinger.



Dass am Zollhofhafen Innenstadtfunktionen, geschweige denn Einzelhandel geschaffen würden, das stand am Anfang gar nicht oben auf der Liste. Doch dann wurden Gespräche geführt mit der HBB-Unternehmensgruppe, der MFI - Management für Immobilien AG, und der ECE, die im Juli 2006 den Zuschlag bekam – nach qualitativen Kriterien, nicht nach dem Höchstgebot, wie Dillinger betonte. Das Unternehmen sollte das Center am Rheinufer mit rund 120 Läden auf 30.000 Quadratmetern Fläche sowie ein Hotel und eine Veranstaltungshalle entwickeln, bauen und unter dem Namen „Rhein-Galerie Ludwigshafen“ betreiben. ECE betreibt bereits das Ludwigshafener „Rathaus-Center“ sowie das „Rhein-Neckar-Zentrum“ im benachbarten Viernheim.

Die „Rhein-Galerie“ ist ein ziemlich großer „Walfisch“ für den City-Handel von Ludwigshafen. Zu groß? Marcus Keller-Leist, Geschäftsführer der Schuh-Keller KG in Ludwigshafen, sagt: „Nein, nur mit einem überzeugenden Angebot können wir es schaffen, mehr Kunden nach Ludwigshafen zu bringen. Eine kleine Lösung wäre von vornherein zum Scheitern verurteilt gewesen.“ Wir haben die „Walfisch“-Frage auch an Andrea Poul gerichtet, die Center Managerin der „Rhein-Galerie“: „Ob in Hannover, Dresden, Schwerin, Magdeburg, Heilbronn, Essen oder Passau, die Einkaufsgalerien der ECE sorgen für lebendige Marktplätze und bringen Schwung in den City-Einzelhandel. So ist zu beobachten, dass mancher Händler aus seinem Dornröschenschlaf erwacht, sobald die ECE in der Stadt erscheint. Er beginnt in den Ladenbau und das Marketing zu investieren und am Sortiment zu feilen“, beobachtet Poul. „Als integrierter Bestandteil der Innenstädte nehmen Center wie die ‚Rhein-Galerie‘ aktiv am Stadtmarketing teil. Davon profitiert der gesamte innerstädtische Handel. Das Nachsehen hat in aller Regel die grüne Wiese.“ Andrea Poul hat indes auch ein unausgesprochenes „Aber“ formuliert: „Auch in Ludwigshafen müssen einige Einzelhändler aus ihrem Dornröschenschlaf erwachen und investieren. Zusätzlich sollte der Einzelhandel der Ludwigshafener Innenstadt sich auf einheitliche Öffnungszeiten verständigen. Nichts ist irritierender für Besucher der Innenstädte, als nicht zu wissen, wann welcher Laden schließt oder öffnet.“

City-Management

Das sieht Keller-Leist im Wesentlichen ganz genauso, ist aber skeptisch: „Wir hatten bereits einige freiwillige Versuche. Auch für ein City-Management wird es schwierig, einheitliche Öffnungszeiten durchzusetzen. Wir hoffen schon lange auf ein BID, wozu es ja bereits konkrete Planungen gibt. Leider scheitert bisher alles am Widerstand aus Mainz. Eine schnelle Entscheidung für ein BID wäre enorm hilfreich.“ Auch Klaus Dillinger sieht das so: „Ich würde organisierte Formen, zum Beispiel in Form eines BID sehr begrüßen. Die vieljährigen Erfahrungen im In- und Ausland zeigen, dass es dazu eines gesetzlichen Rahmens bedarf. Leider ist die Landesregierung in Mainz bisher nicht bereit, ein solches Gesetz zu entwickeln. Wir helfen uns in Ludwigshafen mit einer weiteren Bündelung der Kräfte unter dem Dach des Marketing-Vereins“, so Dillinger.

Ob die City auch wirklich den metaphorischen Schuss gehört hat?

„Es ist höchste Zeit aktiv zu werden. Entscheidend für den Besuch einer Stadt ist deren Angebot. Nur Händler mit einem individuellen, hochwertigen Angebot und persönlicher Beratung werden auf lange Sicht eine Zukunft in der City haben“, meint Keller-Leist.

„Ein Problem sind vor allem Immobilienbesitzer, die nicht in Ludwigshafen leben oder auch große Immobiliengesellschaften. Denen ist egal, wer der Mieter ist und ob sein Angebot in die Innenstadt passt. Hauptsache die Miete stimmt. Ein sehr kurzfristiges und schadhafte Denken. Nicht nur für die Nachbarschaft, auch für den Wert der eigenen Immobilie“, sagt Keller-Leist.



Bei der „Rhein-Galerie“ herrschen im Gegensatz zu vielen anderen Einkaufszentren geschwungene Formen vor, die das Thema Fluss und Wasser aufgreifen.

Unabhängiger Erfolg

Anstrengungen werden also nötig sein, zumal Andrea Poul auf unsere Frage so antwortet: „Die „Rhein-Galerie“ wird auch unabhängig von der Entwicklung der Ludwigshafener Innenstadt ein Erfolg werden. Der Grund liegt darin, dass Ludwigshafen heute eine Zentralitätskennziffer von 103 hat. Das bedeutet, dass der Ludwigshafener Einzelhändler gerade mal das umsetzt, was in der Stadt an Einkommen verfügbar ist“, so Poul. Der Wert ist für Oberzentren nicht gut. Andere Großstädte kommen auf Werte von 150 bis 170, da sie aus dem Umland viel Kaufkraft anlocken. Das zeigt das Potenzial, das Ludwigshafen bietet. (...) Insgesamt gehen wir von einem Einzugsgebiet von 1,1 Millionen Menschen aus.“ Aber auch für die ECE ist die „Rhein-Galerie“ etwas Besonderes, „ein einzigartiges Projekt“, sagt Poul. „Zusätzlich zu dem ‚normalen‘ Center Management betreiben wir an diesem Standort ein sogenanntes Quartiersmanagement. Auf dem Gelände, das von uns verwaltet wird, befindet sich nicht nur die „Rhein-Galerie“, sondern zusätzlich eine historische Werfthalle, für die wir noch einen Nutzer suchen, und ein außergewöhnlicher Gastronomie-Pavillon. In einem zweiten Bauabschnitt werden wir entweder ein Hotel oder einen Bürokomplex ansiedeln. Neu ist für uns der attraktive Stadtplatz vor dem Center. Hier werden wir eine Reihe von Veranstaltungen anbieten.“ (Fred G. Schütz)