



Unter Druck

Birgit Femppel
zur Darmstädter Innenstadt

birgit.femppel@vrm.de

Die beiden Beispiele von Optiker Thierbach und Goldmarmor zeigen, wie wichtig es ist, dass in der Fußgängerzone schnell etwas geschieht. Für die beiden Inhaberinnen kommt das zwar zu spät, aber es hindert womöglich andere Geschäftsleute, ihren Laden ebenfalls dichtzumachen und in die Stadtteile zu ziehen – auch wenn die davon natürlich enorm profitieren. Unter diesem Aspekt kann man alle Anstrengungen, sich im Citykern anzusiedeln, nicht hoch genug schätzen – auch wenn Projekte wie der Römer-Umbau von Investor Kolb auf eine andere Klientel abzielen und der inhabergeführte Einzelhandel sich diese Räumlichkeiten in der Regel nicht leisten kann. Denn das zeigen die Beispiele Thierbach und Goldmarmor auch: Wenn sich bei den Mieten etwas getan hätte, wäre ihre Entscheidung möglicherweise anders ausgefallen. So war das den Corona-gebeutelten Fachhändlerinnen am Ende schlicht zu riskant. Und das ist absolut verständlich. Zum einen müssen also die Eigentümer der Immobilien in der Fußgängerzone dafür sorgen, dass sich der inhabergeführte Handel die Ladenflächen leisten können. Und zum anderen müssen alle Akteure strukturell gegensteuern, was mit dem Innenstadtentwicklungskonzept nun auch geschieht. Der Druck ist jedenfalls riesig.

Ist die Innenstadt noch zu retten?

Sichtbarer Leerstand, hohe Ladenmieten, sinkende Frequenz: Die einen glauben an den Standort, die anderen nicht

Von Birgit Femppel

DARMSTADT. Es ist ziemlich genau ein Jahr her, da hat Optikerin Claudia Thierbach nach 30 Jahren ihren Laden in der Schuchardstraße zugemacht und ist an die Heidelberger Straße nach Bessungen gezogen. Hat sie es bereut? „Null!“, sagt sie. „Das war die beste Entscheidung ever.“ Sie habe schon 2018 gemerkt, dass in der Fußgängerzone keine Laufkundschaft und keine Neukunden mehr kamen, stellt Claudia Thierbach fest. „Laufkundschaft habe ich jetzt zwar auch nicht – aber dafür jede Menge Neukunden.“ Und nur gut ein Fünftel der Miete. 95 Euro pro Quadratmeter zahlte sie am alten Standort, trotz Corona und Lockdown. Am Fuße der Moosbergstraße sind es 20 Euro. „Im Neubau und ich hab fünf Parkplätze“, sagt sie fröhlich.



Es gab einen Mietpreissturz in den vergangenen 24 Monaten um 30 bis 50 Prozent.

Konstantin Kolb, Investor

Gerade mal vier Monate ist es her, dass Karima Hartit-Klingelmeyer mit ihrem Mode-Store „Goldmarmor“ dem Wilhelmminenbuckel den Rücken gekehrt hat und Luftlinie 900 Meter weiter nach Süden in die Karlstraße gezogen ist. Sie hatte acht Jahre lang dieselbe Miete bezahlt, bis ihre Vermieterin starb. Die Erbengemeinschaft meldete sich keine zwei Wochen später mit der Ankündigung, die Miete zu erhöhen. Sie kündigte mitten im Lockdown ihren Langzeitmietvertrag. „Ich wusste nicht, wo die Reise hingehet“, sagt sie. Aber dass sie ohne Einnahmen keine zweidreiviertel Jahre bis zum Ablauf ihres Mietvertrags durchhalten würde, war klar.



In der Ernst-Ludwig-Straße trotz der Römer-Umbau dem Leerstandstrend. Ein positives Beispiel unter negativen. Zwei Fachhändlerinnen sind nach Bessungen gezogen, weil dort die Mieten deutlich günstiger sind. Foto: Guido Schiek

Sie zog nach Bessungen in die Räume des Unverpackt-Ladens und ist dort glücklicher als zuvor. Auch sie vermisst die Innenstadt nicht.

Der Immobilienmarktbericht 2022 für Darmstadt gibt für Einzelhandelsflächen in Darmstadt in 1-a-Lage einen Quadratmeterpreis von 17,50 bis 49 Euro an. In 1b-Lage sind es 7 bis 15,50 Euro. Das frühere Kaufhaus Römer neben dem Henschel ist 1a-Lage und wird derzeit aufwendig umgebaut und erneuert. „Wir liegen dort mit unseren Mieten am oberen Ende“, räumt Investor Konstantin Kolb ein. In einem in die Jahre gekommenen Bestand sei das allerdings nicht mehr zu erzielen. Beim Römer-Projekt ist er sich aber sicher, dass noch vor Eröffnung alle Laden- und Gastroflächen vermietet sein werden.

Einzelhandelsflächen stünden im Moment unter einer Dreifachbelastung. „Auf der Neubauseite haben wir höhe-

re Baukosten, Auflagen ökologischer Standards und Zinsen, obendrein kommt das Schreckgespenst Online-Handel, die Inflation und eine gewisse Zukunftsangst“, sagt Kolb. Während der Lockdowns hätten sich die Leute Alternativen zum Shoppingbummel gesucht und der Online-Handel habe schon in den Startlöchern gestanden. „Jetzt ist es die große Herausforderung des Einzelhandels, sich selbst neu zu erfinden“ – und dasselbe gelte für die Innenstädte.

Claudia Thierbach hat festgestellt, dass die Darmstädter nicht mehr in ihre Innenstadt gingen, und nennt eine Ursache: „Es gibt meines Erachtens zu wenig inhabergeführten Einzelhandel.“ Das wiederum liege daran, dass viele Läden für viele Einzelhändlerkonzepte zu groß sind, die Mietverträge zu langfristig abgeschlossen werden und die Mieten zu hoch sind. „Das muss klein und schnuckelig sein, 60 Quadratmeter reichen

meistens – und die müssen bezahlbar sein“, sagt sie.

Um die 100 Euro Ladenmiete pro Quadratmeter – „das waren die Topwerte aus den Nullerjahren“, sagt Investor Kolb. „Es gab einen Mietpreissturz in den vergangenen 24 Monaten um 30 bis 50 Prozent.“ Das aber scheint sich längst nicht zu allen Eigentümern herumgesprochen zu haben. Dass Läden wie Optik Thierbach und Goldmarmor die Flucht in die Stadtteile antreten, findet Konstantin Kolb schade. „Mit Bestandsmietern muss man anders umgehen, da muss man den Dialog suchen und aufeinander zugehen.“ Ein Appell, den auch der Vorsitzende von Citymarketing und geschäftsführende Gesellschafter Moritz Koch Anfang Dezember bei einer Veranstaltung der Immobilienwirtschaft an die versammelten Vertreter gerichtet hatte.

In der Darmstädter Fußgängerzone wird der Leerstand, der laut Citymanagerin Anke

Jansen im Januar traditionell höher ist als in anderen Monaten, inzwischen sichtbar. Mit Leerstands- und Quartiersmanagement in der neuen Anlaufstelle „Citylab“ will die Stadt dagegen angehen und hat dafür zwei Management- und zwei Assistenzstellen ausgeschrieben. In Arbeit ist das Innenstadtentwicklungskonzept, das den Citykern mit seinen Funktionen Handel und Versorgung, Arbeitsvielfalt, Muße und Kultur, Teilhabe, Wohnen sowie Mobilität attraktiv aufstellen soll.

„Auch wenn wir versuchen aufzuholen, es wird weniger sein, was das Shopping angeht“, prognostiziert Investor Kolb. „Es geht nicht mehr ums Kaufen, sondern um eine gute Zeit – und wenn ich schon mal da bin, kaufe ich vielleicht doch etwas.“ Er glaubt auch, die Talsohle sei durchschritten. Für Claudia Thierbach und Karima Hartit-Klingelmeyer kommt das jedoch zu spät. ► KOMMENTAR