

- Retail trade – Shopping centre – (Decline of) Inner city – Consumer behaviour

Monika Popp (Munich)

Developing Shopping Centres in Inner-City Locations: Opportunity or Danger for Town Centres?

*Der Trend der Einkaufszentren zur Innenstadtlage:
Chance oder Gefahr für die Innenstädte?*

With 3 Figures, 7 Tables and 1 Photo

New shopping centres in Germany are increasingly located in or adjacent to the historic centres and traditional retailing areas of towns. Both among the general public and among retailing and urban planning researchers, opinions are split about this trend: Those in favour of centrally located shopping centres point to synergies that will improve business locations throughout the town. Opponents see direct competition as a dangerous trend that could lead to (further) decline of the town centre. The present empirical study evaluates the effects of centrally located shopping centers in six mid-size towns of Southern Germany.

Summary: Developing Shopping Centres in Inner-City Locations: Opportunity or Danger for Town Centres?

The development of a shopping centre always causes changes in the existing retail landscape. Especially the trend in shopping centre development during recent years toward shopping centres located adjacent to the town centres of ever smaller (mid-sized) towns has renewed the discussion about their effects on retailers in the town centres. The present study attempts to determine empirically the consequences of different types of shopping centres for the town centres of five mid-size towns, and to compare the results. Surveys of visitor behaviour and coupling rates as well as an analysis of visitor structures show that the desired merging of the two retail locations can occur under certain circumstances. In other cases, the shopping centre dominates over the traditional retail locations. As a result,

these existing locations lose attractiveness and competitiveness. The results of the study are translated into recommendations for towns that consider the development of a shopping centre. These recommendations include guidelines for site selection, size etc. of the shopping centre, as well as ideas for the future development of the town centres to keep or make them competitive.

Zusammenfassung: Der Trend der Einkaufszentren zur Innenstadtlage. Chance oder Gefahr für die Innenstädte?

Die Ansiedlung eines Einkaufszentrums führt stets zu Veränderungen in der bestehenden Einzelhandelslandschaft. Gerade der Trend der letzten Jahre zu innenstadtnahen Standorten in immer kleineren (Mittel-)Städten hat die Diskussion um die Auswir-

kungen auf den Innenstadteinzelhandel erneut entfacht. Ziel der Studie war es daher, die Auswirkungen unterschiedlicher Typen von Einkaufszentren auf die jeweiligen Innenstädte in fünf Mittelstädten empirisch zu überprüfen und zu vergleichen. Insbesondere das Besucherverhalten und hier die Kopplungsquoten sowie die Analyse der Besucherstrukturen zeigen, dass unter bestimmten Voraussetzungen durchaus das erhoffte Zusammenwachsen der beiden Einzelhandelsstandorte eintreffen kann. In anderen Fällen dominiert das Center jedoch die traditionellen Geschäftslagen, die in der Folge an Attraktivität einbüßen und damit kaum mehr konkurrenzfähig sind. Aus den gewonnenen Ergebnissen werden Handlungsempfehlungen für Städte, die die Ansiedlung eines Centers in Erwägung ziehen, abgeleitet. Diese umfassen sowohl Richtlinien zur Standortwahl, Dimensionierung etc. des Einkaufszentrums, als auch Hinweise zur weiteren Entwicklung der Innenstädte, um diese konkurrenzfähig zu halten bzw. zu machen.

Résumé: La tendance des centres commerciaux à s'implanter au centre-ville constitue-t-elle une opportunité ou un danger pour les centres-villes ?

L'implantation d'un nouveau centre commercial fait généralement subir au commerce de détail pré-existant une modification de la donne. On assiste depuis quelques années à un net engouement pour le choix de sites intra-urbains, et la taille des villes

(moyennes) concernées diminue constamment. Ces évolutions ont eu pour conséquence de raviver la discussion des répercussions sur le commerce de détail. L'objectif de cette étude a donc été de mener une analyse empirique et de comparer les répercussions engendrées par les centres commerciaux de types différents sur les centres-villes de cinq villes moyennes. En particulier, c'est l'analyse du comportement des clients et de la structure de la clientèle ainsi que surtout des taux d'opérations connectées qui démontre que, sous certaines conditions, l'objectif escompté de parvenir à faire la soudure des deux sites d'activité commerciale peut être atteint. Dans d'autres cas, c'est le centre commercial qui prédomine sur les emplacements traditionnels du commerce de détail, ce qui entraîne une baisse du pouvoir d'attraction de ces derniers et met leur compétitivité en péril. Les résultats de l'étude permettent d'en déduire des recommandations destinées aux villes qui envisageraient l'implantation d'un centre commercial. Ces recommandations comprennent non seulement des lignes de conduite relatives au choix du site ou encore à la taille du centre commercial, mais aussi des indications concernant le futur développement des centres-villes dans le but de préserver ou de reconquérir leur compétitivité.

Dr. Monika Popp, Ludwig-Maximilian-Universität München, Department für Geo- und Umweltwissenschaften, Luisenstraße 37, 80333 München, monika.popp@lmu.de