

## Immer mehr Läden in Cannstatt stehen leer

**Stuttgart (les)** – In Bad Cannstatts historischer Altstadt geben immer mehr Einzelhändler auf. Den Grund dafür sieht der Vorsitzende des Handels- und Gewerbevereins, Andrew Readwin, in einer veränderten Mentalität der Kunden, die Service und Beratung in Fachgeschäften nicht mehr schätzen. Auch das neue Einkaufszentrum Cannstatter Carré werde vermutlich nicht mehr Kunden aus der Umgebung anlocken. Um die Situation nicht weiter zu verschlechtern, fordern Händler, den Marktplatz als Parkplatz zu erhalten. (Lokales Seite 19)

Stuttgarter Nachrichten, 24.5.2005

# Aderlass im historischen Altstadt-Ambiente

## Immer mehr Läden im Zentrum Bad Cannstatts stehen leer – Händler hoffen auf besseren Branchenmix

**Licht und Schatten in Bad Cannstatt: Während im Cannstatter Carré ein neues Einzelhandelszentrum entsteht und der Bahnhof bis zur Fußball-WM aufgemöbelt wird, droht die historische Altstadt im Abseits zu landen. Verwaiste Geschäfte und verklebte Schaufenster künden vom Aderlass.**

VON JÜRGEN LESSAT

Das letzte Hemd ist noch nicht verkauft, aber die Hosen sind schon weg: Der Herrenausstatter Nicolaus, seit 1842 in der Cannstatter Marktstraße zu Hause, hat ein Ladengeschäft bereits geräumt. „Adieu“ – Schilder kündigen an, dass auch das Haupthaus schräg gegenüber bald geschlossen wird. „Seit Jahren verzeichnen wir rückläufige Umsätze“, sagt Verkäufer Bruno Eble.

Geschäftsaufgaben, Neueröffnungen – Dynamik ist im Einzelhandel normal. Doch rund um Cannstatts Marktplatz verschwin-

den branchenübergreifend Traditionsadressen. Ende März schloss Elektro Ulrich in der Marktstraße 42.

Zwar kam das Aus altershalber, doch ein Nachfolger fand sich nicht. „Ich bin doch nicht blöd“, winkten Investoren ab, auch weil ein Elektro-Großmarkt ins Cannstatter Carré zieht. Mitarbeiter, die weitermachen wollten, scheiterten an Banken und am Mietpreis, sagen Gerüchte. „Jetzt macht dort ein Discount-Bäcker auf“, verrät Andrew Readwin vom örtlichen Gewerbe- und Handelsverein – obwohl die Fußgängerzone mit Bäckern schon gut bestückt ist.

Kleinere Brötchen backen müssen die Immobilienbesitzer: Das Ladensterben lässt den Leerstand steigen. „Zu vermieten“ – steht in der Erbsenbrunnengasse, wo vor zwei Jahren das Stuttgarter Jeanshaus Kuni den Ableger schloss. Auf Damenwäsche Baitinger, die es vor Jahresfrist nach Stuttgart zog, folgte ein Fachgeschäft für Übergrößen – von schräg gegenüber. Und in der Marktstraße 61, ehemals Metzgerei Dietz, hängen

statt Würsten schon länger nur alte Zeitungen im Schaufenster. Trostlos erscheint auch die Brunnenstraße. Wo Kreuzer-Reisen einst Urlaubsträume verkaufte, erlebt der Vermieter jetzt einen Albtraum.

Wenn ein Nachmieter gefunden wird, macht der seinen Umsatz oft mit Masse statt Klasse: Callshop, Dönerstand und Schnäppchenladen – das ist der neue Branchenmix.

**Die Brunnenstraße ist zum Zockerparadies geworden**

Von der Mausefalle bis zum Wattestäbchen – viele Artikel kosten im Sparparadies in der Marktstraße nur 59 Cent. „70 Prozent der Waren kommen aus China, das Geschäft brummt“, verrät Goksangur Mustafa, der seinen Laden im Herbst 2003 eröffnete. Und die Brunnenstraße entwickelte sich zum Zockerparadies: drei Wettbüros warten in Rufweite auf Einsätze. „Das Publikum hat sich entsprechend gewandelt“, sagt ein Händler, der lieber ungenannt bleiben will.

Alteingesessene Cannstatter halten dagegen. „Ich habe gerade meinen Mietvertrag verlängert“, sagt Eva Liegel, die seit 20 Jahren Damenmoden Zerrweck führt. Und auch Werner Haizmann vom Sportgeschäft ist optimistisch, obwohl am Samstagnachmittag oft nur Kunden auf der Suche nach Holzkohle und Grillbesteck vorbeikommen. „Leerstände gibt es überall“, sagt er trotzig. Cannstatt biete mit der historischen Altstadt ein tolles Einkaufsflair. Dem Cannstatter Carré sieht Haizmann gelassen entgegen. Einzige Bedingung: „Der Marktplatz muss Parkplatz bleiben“, warnt er, „wer bei uns Skiausrüstung kauft, läuft damit nicht bis zum Parkhaus am Mühlgrün.“

Auch Eva Liegel sieht im Neubau eher Vorbild denn Konkurrenz: „Ein Center-Management wie im Carré könnte den Branchenmix realisieren, der wieder kaufkräftiges Publikum in die Altstadt zieht.“ Andrew Readwin wertet den Umbruch pragmatisch: „Der Verbraucher entscheidet, welche Geschäfte eine Zukunft haben.“