Frankfurter Rundschau | Samstag / Sonntag, 25. / 26. Juli 2015 | 71. Jahrgang | Nr. 170

Schülerforum Beim Wettbewerb von Unternehmerverbänden und FR geht es ums Einkaufen in Fulda und am Flughafen.

Passagiere lassen Geld am Boden

Einkaufen am Airport

Von Marius Etzel

Für den Frankfurter Flughafenbetreiber Fraport ist der Einzelhandel ein profitables Geschäftsfeld: Viele Reisende kaufen in den rund 170 Shops am Airport ein oder stillen ihren Hunger und Durst in den 78 Bars und Restaurants. Vor allem Menschen, die auf ihren Anschlussflug warten, geben hier Geld für Kleidung, Schmuck, Accessoires, Geschenke oder Essen aus. Rund ein Viertel des Umsatzes von zwei Milliarden Euro jährlich erzielt Fraport auf diese Weise.

Hunderte Flugzeuge landen täglich und schwemmen potenzielle Kunden in die Geschäfte in den Terminals 1 und 2. „Insbesondere Reisende aus Russland oder asiatischen Ländern wie China oder Japan bringen Kaufkraft mit“, sagt Gerd von Dolgow, Projektmanager der Fraport AG und für die Konzenstrategie verantwortlich. Deshalb richte sich das Warenangebot an internationales Publikum. So fänden Durchreisende etwa auf dem Weg von Asien zum amerikanischen Kontinent Weltmarken wie Yves Saint Laurent, Hugo Boss oder Lacoste. Solche globalen Marken wirkten magnetisch auf Passagiere, die ihre Wartezeit zwischen den Flügen mit Shopping ausfüllen möchten.

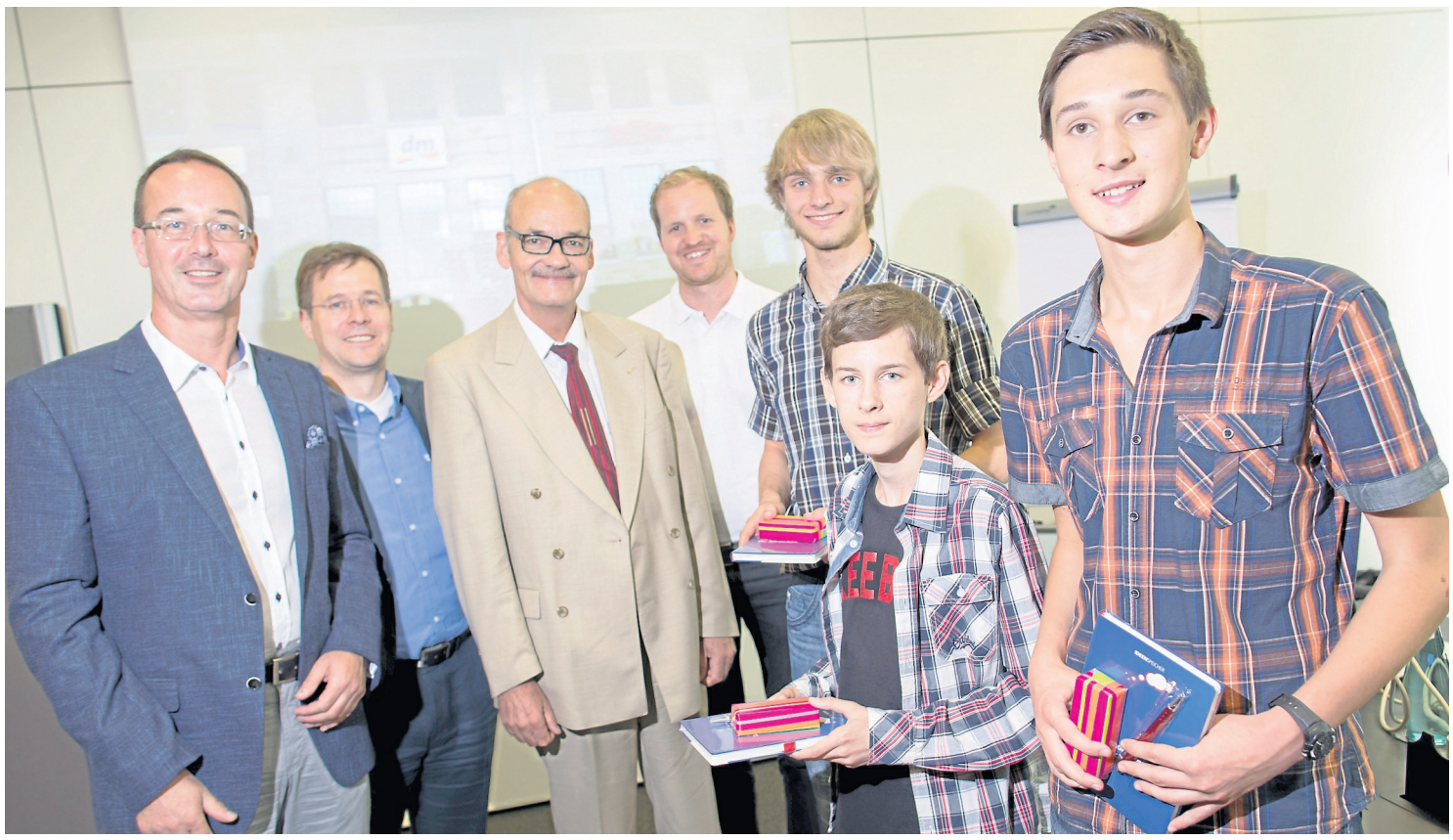
170 Shops und 78 Gaststätten

Zurzeit nimmt der Einzelhandel eine Fläche von 37 000 Quadratmetern ein. Dabei wird es nicht bleiben. Für das Terminal 3, dessen Bau im Herbst beginnen soll, plant Fraport eine Art Shopping-Mall: eine räumliche und organisatorische Konzentration von Einzelhandelsgeschäften und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Branchen.

„Menschen wollen zentrale Marktplätze. Wir haben das Ziel, ein besonderes Shoppingerlebnis zu schaffen“, sagt von Dolgow. Daneben soll ein virtueller Kaufraum entstehen. In der Zukunft kann nach der Ticketbuchung online eingekauft werden. Der Clou: Geliefert wird das bestellte Produkt nicht zu einer Wohnadresse, sondern auf den gebuchten Sitzplatz im Flugzeug.

Ein Ende des Shopping-Booms ist am Frankfurter Flughafen nicht in Sicht. Durch seinen zentralen Standort, das hohe Passagieraufkommen und die damit einhergehenden Aufenthaltszeiten kann Fraport auch weiterhin auf gute Geschäfte setzen.

In Konkurrenz zu umliegenden Kommunen sieht von Dolgow den Flughafen dennoch nicht. „Wir zielen fast ausschließlich auf Passagiere, vor allem Umsteiger“, versichert er. Anderes habe man nicht im Sinn. Schon allein die hohen Parkgebühren sorgten dafür, dass Kundschaft aus dem Umland den Flughafen nicht als erstes Ziel ansteuere.



Siegerlächeln (von rechts): Julian Klüh, Michele Drabiniok, Carl Martin Rathgeber und Lehrer Markus Roth von der Richard-Müller-Schule Fulda mit VhU-Geschäftsführer Jörg Feuchthofen, LAG-Geschäftsführer Matthias Rust und FR-Redakteur Peter Hanack. ALEX KRAUS

„Zum Shoppen geh ich in die Mall“

Jugendliche wollen es beim Einkaufen praktisch / Zentren lassen Umland ausbluten

Von Peter Hanack

In Fulda ist gut einkaufen. Eine schöne Innenstadt, Geschäfte, gleich mehrere Einkaufszentren. Die Kundschaft kommt in Scharen – auch aus dem Umland. Aber was bedeutet das für eine solche Stadt, und was für die Städtchen und Dörfer in der näheren und weiteren Umgebung? Die Mieten, das Warenangebot, die Bevölkerungsentwicklung?

Das sind Fragen, die für Michele Drabiniok (17), Julian Klüh (17) und Carl Martin Rathgeber (18) wie gemacht sind. Die drei besuchen die Richard-Müller-Schule in Fulda, ein berufliches Gymnasium mit dem Schwerpunkt Wirtschaft. Sie haben die Sache mit dem Einkaufen ganz genau betrachtet und analysiert.

So haben sie zum Beispiel herausgefunden, dass eine attraktive Einkaufsstadt wie Fulda eine recht geringe Arbeitslosenquote vorweisen kann, dass Menschen dort gerne wohnen, dass allerdings auch die Mieten steigen und umliegende Kommunen unter einem Abfluss von Kaufkraft und einer Ausdünnung des Warenangebots zu leiden haben.

Mit ihrem Beitrag zur Lage in Fulda haben sich die drei Schüler – unterstützt von ihrem Lehrer Markus Roth – am Wettbewerb „Präsentieren und gewinnen“ beteiligt, den die Frankfurter Rundschau gemeinsam mit der Vereinigung der hessischen Unternehmerverbände (VhU) und der Landesarbeitsgemeinschaft Schule-Wirtschaft ausrichtet.

Sie haben das so gut gemacht, dass sie den eigens zu diesem Zweck geschaffenen Sonderpreis gewonnen haben. „Ihre Arbeit ist von außerordentlicher Tiefe und Ausführlichkeit“, urteilte VhU-Geschäftsführer Jörg Feuchthofen.

Zollfrei: Fluggäste kaufen gerne im Vorübergehen. JOCHEN GÜNTHER

MIT WIRTSCHAFT GEWINNEN

Schülerinnen und Schüler für aktuelle wirtschaftliche Themen zu interessieren – das ist Ziel des Wettbewerbs „Präsentieren und gewinnen“.

Den Wettbewerb für Oberstufen-Schüler richten die Vereinigung der hessischen Unternehmerverbände (VhU), die Landesarbeitsgemeinschaft Schule-Wirtschaft und die Frankfurter Rundschau gemeinsam aus.

Weitere Informationen unter www.fr-online.de/schuelerforen.

In diesem Jahr haben gewonnen: Kadisha Cleemann, Laura Oehler, Theresa Throm, Berufliches Gymnasium, Eschwege, Energiewende in Deutschland und Hessen

Ricarda Beiter, Laura Matthes, Marie Misia, Marienschule Limburg, Mindestlohn und Konsequenzen für Hessen

Niklas Jakobs, Moritz Hagemann, Frederic Hoffmann, Internatsschule Schloss Hansenberg, Geisenheim, Inklusion in der Arbeitswelt

Den Sonderpreis erhielten: Michele Drabiniok, Julian Klüh, Carl Martin Rathgeber, Richard-Müller-Schule Fulda, Zentralität beim Einkaufen. pgh

Als Preis erhielten sie eine Einladung zum Expertengespräch inklusive Rundfahrt am Frankfurter Flughafen und die Möglichkeit, ihre Arbeit dort vor einem ausgewählten Publikum zu präsentieren. Der Flughafen deshalb, weil zum einen Fraport-Chef Stefan Schulte Mitglied der Jury des Wettbewerbs ist und die drei Jugendlichen zusammen mit ihrem Lehrer gerne in sein Haus eingeladen hat. Zum anderen ist der Flughafen auch ein Shoppingcenter mit 170 Geschäften und fast 80 Gastronomiebetrieben.

„Ich wohne im Nachbarort von Fulda, in Petersberg“, berichtet Julian. „Wenn ich Elektrosachen oder Kleider zu kaufen habe, gehe ich natürlich auch in ein Fuldaer Einkaufzentrum.“ Michele findet an der Shopping-Mall gut, „dass dort ein Geschäft am anderen ist und man keine weiten Wege gehen muss.“ Und Carl Martin mag es beim Einkaufen ebenfalls praktisch – „auch ich gehen deshalb gern in Malls“, wie er sagt.

Die drei sind damit typisch für ihre Generation – wie die tickt, haben sie in einer Umfrage ermittelt, die ebenfalls Teil des Wettbewerbsbeitrags ist. Zudem haben die drei noch einen Video gedreht, bei dem sie zahlreiche Besucher der Fuldaer Einkaufszentren interviewten.

Fast 800 Menschen, zum allergrößten Teil Jugendliche, haben sich an der Umfrage beteiligt. Die meisten kaufen in Fulda ein, auch wenn sie von weiter draußen kommen, lautet eines der Ergebnisse. Lediglich zum Möbelkauf werden auch andere Orte – beispielsweise Ikea in Hanau – aufgesucht. Und Lebensmittel, die werden auch noch häufig dort gekauft, wo die Jugendlichen beziehungsweise ihre Familien wohnen. Für Städte im Umfeld sei diese Entwicklung durchaus bedrohlich, stellen die drei fest. Die Abwärtsspirale aus abfließender Kaufkraft, schließenden Läden und noch mehr abfließender Kaufkraft sei kaum zu durchbrechen, urteilen sie.

Von solchen Schwierigkeiten kann auch Gerd von Dolgow berichten. Der Diplom-Betriebswirt ist bei Fraport für Unternehmensentwicklung zuständig und wohnt in Idstein. Das liegt zwar nicht bei Fulda, hat aber das für Shopper interessante Frankfurt vor der Nase. „Auch bei uns leiden Einwohner, vor allem die älteren, unter der Ausdünnung“, berichtet er. Läden gingen verloren, stattdessen gebe es ein Überangebot an Friseuren. „Nur die Gastronomie läuft noch, auch wegen der Touristen“, so von Dolgow.