



Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Bachelor of Science Geographie

Einzelhandel im ländlichen Raum –
Angebotsstruktur und Nachfrageverhalten am Beispiel
des Mittelzentrums Betzdorf

Exposé zur Bachelorarbeit

Lisa Kohl (3115003)

Betreut durch: Prof. Dr. Claus-C. Wiegandt

28.05.2020

Problemstellung

Filialisierung, steigende Verkaufsflächen und die zunehmende Konkurrenz durch den Onlinehandel auf der Anbieterseite, verändertes Konsumverhalten und Auswirkungen des demographischen Wandels auf Seiten der Konsumenten.

Diese Faktoren stellen vor allem in ländlichen Räumen aktuelle Herausforderungen für den Einzelhandel dar (IFH INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG 2015, S.1).

Die Seite der Nachfragenden ist vor allem im ländlichen Raum durch den demographischen Wandel geprägt. Eine alternde und schrumpfende Gesellschaft mit veränderten Anforderungen an Sortimente und Erreichbarkeit sowie einer geringeren Kaufkraft führen langfristig zu einer Veränderung der Einzelhandelsstruktur. Darüber hinaus führen veränderte Wert- und Preisvorstellungen, nach welchen das Einkaufen möglichst zu einem Erlebnis zu Schnäppchenpreisen werden soll, zu neuen Herausforderungen.

Auf Seite der Anbieter nehmen durch die voranschreitende Filialisierung und den Erfolg von Großflächenkonzepten vor allem kleinbetriebliche Fachmärkte in den Innenstädten ab. Sie sind nicht in der Lage, dem Preis- und Angebotsdruck durch die konkurrierenden Filialen Stand zu halten. Hinzu kommt, dass Kunden meist innenstadtrelevante Sortimente des längerfristigen Bedarfs im Onlinehandel nachfragen und somit der eigentümergeführte Fachhandel nicht mehr konkurrenzfähig ist. Diese Entwicklung führt langfristig gesehen, vor allem im ländlichen Raum, nicht nur zu einem Verlust der Nahversorgung und somit zu einer unzureichenden Gewährleistung der im Raumordnungsbericht festgehaltenen gleichwertigen Lebensverhältnissen, sondern auch zu einem Attraktivitäts- und Vitalitätsverlust der Innenstädte. Da sich kleine Verkaufsflächen kaum mehr rentieren, kommt es nach einer Aufgabe von Fachhändlern meist zu Leerständen. (IFH INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG 2015, S.4 f.).

Diese Situation ist in der Stadt Betzdorf aktuell vorzufinden. Betzdorf ist laut LEP des Landes Rheinland-Pfalz als Mittelzentrum im Landkreis Altenkirchen zu verorten, der im südlichen Bereich als ländlicher Bereich mit disperser Siedlungsstruktur, im nördlichen Bereich als verdichteter Bereich mit disperser Siedlungsstruktur eingestuft wird. Für einen Teil des Kreises gilt aufgrund der ländlichen Struktur eine geringe Zentrenreichbarkeit und -auswahl (MINISTERIUM DES INNEREN UND FÜR SPORT RHEINLAND- PFALZ 2008).

Das Thünen Institut hingegen nimmt eine Klassifikation nach Ländlichkeit vor, welche die Siedlungsdichte, den Anteil der land- und forstwirtschaftlichen Fläche, das Bevölkerungspotenzial, die Zentrenreichbarkeit sowie die sozioökonomische Lage beinhaltet. Nach diesen Untersuchungskriterien lässt sich der Landkreis Altenkirchen als sehr ländlich, mit weniger guter sozioökonomischer Lage einstufen (KÜPPER 2016, S. 26). Seit einigen Jahren leidet der eigentümergeführte Fachhandel in Betzdorf unter den Auswirkungen des Strukturwandels. Apotheken, Metzgereien, Bäckereien und Gartenfachgeschäfte stellen nur eine kleine Auswahl an bereits geschlossenen und nicht ersetzten Betrieben dar. Durch den Verlust dieses kleinbetrieblichen Fachhandels ist die Innenstadt mittlerweile zu einem hohen Anteil durch Leerstände geprägt.

In der Bachelorarbeit soll zum ersten die Angebotsstruktur untersucht werden. Dazu soll ein konkreter Überblick über den Einzelhandel gegeben werden und somit eine Bestandsaufnahme der aktuellen Situation vorgenommen werden. Zum zweiten wird das Nachfrageverhalten untersucht. Dabei spielen, wie bereits beschrieben, das Kaufverhalten, die Wahrnehmung und die Anforderungen der Bürger eine entscheidende Rolle.

Forschungsfragen

1. Wie ist die aktuelle Bestandsstruktur des Betzdorfer Einzelhandels?
2. Wie gestaltet sich das Einkaufsverhalten der Betzdorfer Bürger?
3. Welche Rolle spielt der Onlinehandel für das Einkaufsgeschehen in Betzdorf?
4. Wie können Handlungsempfehlungen aussehen, welche dem stationären Einzelhandel im ländlichen Raum helfen, sich besser anzupassen?

Ziel der Arbeit ist es demnach, zum einen die Einzelhandelsstruktur der Betzdorfer Innenstadt zu erfassen und Vergleiche zu dem bereits im Jahr 2012 erstellten Einzelhandelskonzept zu ziehen. Des Weiteren soll das Kaufverhalten der Haushalte im ländlichen Raum genauer untersucht werden, um zu ermitteln, wie die eventuell entstandenen Defizite durch Schließungen von Fachgeschäften ersetzt werden, welche Rolle der Onlinehandel an dieser Stelle einnimmt und wie sich der stationäre Einzelhandel eventuell anpassen könnte.

Da Betzdorf Mitglied des „Digitalen Dörfer“-Programms ist, wäre es interessant zu erfahren, ob und inwiefern bereits Lösungen zur Kombination des offline- und online-Handels erarbeitet bzw. umgesetzt werden.

Stand der Forschung

Die Annahme, der Onlinehandel würde den lokalen Ladengeschäften in der Innenstadt den Umsatz abgreifen, ist meist zu kurz gedacht. Aufgrund der schon heute vielfach angewendeten „Cross-channel“-Strategie, bei welcher der stationäre Einzelhandel seine Ware zusätzlich im Internet vertreibt, lässt sich nur noch schwer zwischen online- und offline-Handel unterscheiden. „Click-and collect“ als Strategie, dem Kunden zu ermöglichen, die Ware im Internet zu bestellen, sie anschließend im Geschäft vor Ort abzuholen und bei Bedarf sofort umzutauschen, ist eine mögliche Herangehensweise, im Laufe des Strukturwandels konkurrenzfähig zu bleiben. Grundlage für solche innovativen Online-Konzepte ist ein guter Internetauftritt, die Pflege von sozialen Netzwerken sowie eine allgemein hohe Präsenz im Netz. Voraussetzung hierfür sind Kapital, Personal und das nötige technische Know-how, den meist sehr komplexen Umstieg auf die multi-channel-Variante zu bewerkstelligen und langfristig umzusetzen. Diese Entwicklung stellt

für Großstädte, welche durch einen hohen Filialisierungsgrad geprägt sind und in denen meist ausreichend Kapital zur Verfügung steht, keine große Herausforderung dar. Besonders Handelsketten in 1a-Lagen arbeiten bereits nach dem Prinzip, durch die Verknüpfung vieler Kanäle bei der Entwicklung der Digitalisierung mitzukommen (NEIBERGER U. HAHN 2020, S 208f.).

Vor allem Klein- und Mittelstädte werden durch die seit den 2000er-Jahren zusätzlich zum Strukturwandel hinzukommende steigende Bedeutung des Onlinehandels verstärkt von Nachfrageverlusten vor Ort und der Zunahme von Leerständen betroffen sein. Das Ausmaß der Betroffenheit hängt zusätzlich von der Lage und der Attraktivität der Innenstädte ab (BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG 2017a, S. 63). Es ist schwer prognostizierbar, wie diese sich entwickeln werden, da ländliche Räume unterschiedlich vom demographischen Wandel und somit in unterschiedlicher Weise von Abwanderung, Alterung und einer sinkenden Kaufkraft betroffen sind. Als attraktiv werden meist Städte bezeichnet, welche eine aktive Innenstadt mit historischer Bausubstanz sowie eine gewisse touristische Bedeutung aufweisen. Bei den von Touristen als attraktiv empfundenen, inhabergeführten Fachgeschäften ist jedoch festzustellen, dass vor allem in Klein- und Mittelstädten eine Anpassung an innovative Konzepte zur Anpassung an die steigende Konkurrenz durch den Onlinehandel nicht, oder nur in geringem Maße, umgesetzt werden kann (NEIBERGER U. HAHN 2020, S 209f.).

Zum einen ist die Umsetzung einer Multichannel-Strategie sehr komplex. Es bedeutet einen enormen Aufwand, Waren und Service sowohl im Internet, vor Ort als auch telefonisch anbieten zu können (SCHOTE 2016, S. 16). Inhabergeführte Fachgeschäfte in Klein- und Mittelstädten standen schon vor dem Eintritt der Digitalisierung und dem wachsenden Onlinehandel vor Herausforderungen. Angespannte finanzielle Situationen, ungesicherte Geschäftsnachfolge sowie sinkende Kundenströme stellen hier eine kleine Auswahl dar (KORZER U. WEIDNER 2016, S. 14).

Damit eine solche Umstrukturierung der innenstädtischen Einzelhändler auch Wirkung zeigt, muss das Einkaufsverhalten der Bevölkerung hinsichtlich des Onlineshoppings bzw. der Verlagerung des Einkaufs in andere Zentren, untersucht werden. Es ist festzuhalten, dass auf dem Gebiet des Lebensmitteleinzelhandels im ländlichen Räumen sowohl auf Angebots- als auch auf Nachfrageseite noch erhebliche Schwierigkeiten zu verzeichnen sind. Aufgrund der räumlich diffusen Verteilung der Besteller ist ein hoher logistischer Aufwand für meist kleine Einkäufe notwendig. Es müssen hohe Bestellwerte erreicht werden, damit eine Lieferung rentabel für das Unternehmen ist. Des Weiteren baut vor allem im Online-Lebensmittelhandel die Logistik auf stationären Strukturen auf, welche je nach Ausstattung in ländlichen Räumen nur unzureichend gegeben sind. Hinzu kommt, dass die Bevölkerungsgruppe, welche vermehrt das Internet nutzt, in Folge des demographischen Wandels im ländlichen Raum weniger vertreten ist als in Städten (DANNEBERG U. DEDERICHS 2019, S. 18 f.).

Insgesamt betrachtet hängt das Einkaufsverhalten und somit das Maß an Onlineshopping vom eigentlichen Produkt, von den soziodemographischen Merkmalen der Kunden, der

Einstellung gegenüber den unterschiedlichen Einkaufsmöglichkeiten sowie der Internetaffinität ab (NEIBERGER U. HAHN 2020, S. 210).

Da sowohl die Angebots- als auch die Nachfragesituation regional sehr unterschiedlich ist und in bisherigen Untersuchungen meist urbane Gebiete betrachtet wurden, knüpft an dieser Stelle die Fragestellung dieser Arbeit an.

Methodik

Um die Angebotsstruktur darstellen zu können, soll in einem ersten Schritt mithilfe einer Kartierung der vorhandene Einzelhandel in Betzdorf aufgenommen werden. In einem zweiten Schritt werden durch quantitative Haushaltsbefragungen mithilfe eines standardisierten Fragebogens das Einkaufsverhalten im online-/ offline-Handel, die Nutzung der Innenstadt sowie deren Attraktivität aus Sicht der Befragten untersucht.

Ergänzend zu den Befragungen der Bürger wäre es möglich, durch Interviews Einschätzungen einzelner Experten zum Beispiel hinsichtlich der „Digitalen Dörfer“-Thematik heranzuziehen.

Gesichtete Literatur

BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hg.) (2017a): Online Handel- Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren.

https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BBSROnline/2017/bbsr-online-08-2017-dl.pdf?_blob=publicationFile&v=3 (Letzter Aufruf: 26.04.2020).

BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hg.) (2017b):

Raumordnungsbericht 2017. Daseinsvorsorge sichern.

https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Sonderveroeffentlichungen/2017/rob-2017-final-dl.pdf;jsessionid=54A328E6E68FD6A34ED3478D74E84470.live11292?_blob=publicationFile&v=7 (Letzter Aufruf: 27.04.2020).

BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (Hg.) (2020): Strategien der Innenentwicklung. Lebendige und nutzungsgemischte Wohn- und Versorgungsstandorte in kleinen Städten und Gemeinden.

https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/Sonderveroeffentlichungen/2020/strategien-innenentwicklung-dl.pdf?_blob=publicationFile&v=2 (Letzter Aufruf: 26.04.2020).

BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ENERGIE (Hg.) (2017): Neue Perspektiven für den Einzelhandel. Handlungsempfehlungen der Digitalplattform Einzelhandel.

https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Mittelstand/dialogplattform-einzelhandel-abschluss.pdf?_blob=publicationFile&v=12 (Letzter Aufruf: 24.04.2020).

DANNEBERG, P. u. S. DEDERICHS (2019): Online-Lebensmittelhandel in ländlichen Räumen. Hemmnisse einer Expansion des Onlinehandels mit Lebensmitteln aus der

Perspektive unterschiedlicher Akteure in Deutschland. In: RaumPlanung 202, Nr. 2. S. 16–21.

DIE NIEDERSÄCHSISCHEN INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN (Hg.) (2014): Kommunale Einzelhandelskonzepte. Ein wirkungsvolles Instrument für lebendige Städte und Gemeinden in Niedersachsen.

https://www.hannover.ihk.de/fileadmin/data/Dokumente/Themen/Handel/ihk_Kommunale_Einzelhandelskonzepte_RZ_Ansicht.pdf (Letzter Aufruf: 25.04.2020).

FÖHRER, M. NYHUES, J. SCHUDER, A. u. S. TRELA (2012): Einzelhandelskonzept für die Verbandsgemeinde Betzdorf. https://www.vg-bg.de/wp-content/uploads/2016/04/EHK_VG_Betzdorf_2012-03-30.pdf (Letzter Aufruf: 25.04.2020).

IFH INSTITUT FÜR HANDELSFORSCHUNG (Hg.) (2015): Konzepte der Nahversorgung. Handlungsempfehlungen der Digitalplattform Einzelhandel.

https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Downloads/C-D/dialogplattform-einzelhandel-perspektiven-laendlicher-raum-workshop-1.pdf?__blob=publicationFile&v=29 (Letzter Aufruf: 27.04.2020).

KLEMMER, P. KERSTING, M. u. N. WEBECK (2006): Demographische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für den Kreis Altenkirchen (Westerwald). https://www.kreis-altenkirchen.de/media/custom/2154_130_1.PDF?1378305234?&La=1 (Letzter Aufruf: 27.04.2020).

KOKORSCH, M. u. P. KÜPPER (2019): Trends der Nahversorgung in ländlichen Räumen. In: Thünen Working Paper Nr. 126.

KORZER, T. u. S. WEIDNER (2016): E-Commerce und Stadtentwicklung. Welche Chancen sind mit smarten Handelskonzepten für die Stadt verbunden? In: Forum Wohnen und Stadtentwicklung Nr. 1. S. 13–15.

KÜPPER, P. (2016): Abgrenzung und Typisierung ländlicher Räume. In: Thünen Working Paper Nr. 68.

MINISTERIUM DES INNEREN UND FÜR SPORT RHEINLAND- PFALZ (Hg.) (2008): Landesentwicklungsprogramm (LEP IV).

https://mdi.rlp.de/fileadmin/isim/Unsere_Themen/Landesplanung_Abteilung_7/Landesplanung/LEP_IV_Teil_A_bis_B_Kap_III.pdf (Letzter Aufruf: 25.04.2020).

NEIBERGER, C. u. B. HAHN (HRSG.) (2020): Geographische Handelsforschung. (Springer Verlag) Berlin.

PLANUNGSGEMEINSCHAFT MITTELRHEIN-WESTERWALD (Hg.) (2018): Regionaler Raumordnungsbericht 2018. https://mittelrhein-westerwald.de/images/Downloads/Regionaler_Raumordnungsbericht_2018 (Letzter Aufruf: 27.04.2020).

SCHOTE, H. (2016): E-Commerce und Stadtentwicklung. Wie verändert das Internet der Einzelhandel und die Innenstädte? In: Forum Wohnen und Stadtentwicklung Nr. 1. S. 16–19.