

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
Geographisches Institut
Betreuung: Prof. Claus-C. Wiegandt
Autor: Kevin Lemacher

Exposé zur Bachelorarbeit
"Biosupermärkte in Köln –
eine Analyse der räumlichen Verteilung“

"

1. Thematik/ Hintergrund

Bio ist in aller Munde. Und das gilt nicht nur wortwörtlich, sondern lässt sich quantitativ belegen. Während die Umsätze mit Biolebensmitteln zur Jahrtausendwende auf zwei Milliarden Euro beziffert wurden, stiegen sie bis ins Jahr 2015 auf über acht Milliarden Euro (STATISTA 2016). Diese überdurchschnittlichen Wachstumsraten lassen es durchaus zu, von einem „Boom“ in der Biobranche zu sprechen.

Bei näherer Betrachtung ergibt sich ein weitaus differenzierteres Bild. So machen die Wachstumsraten und die Dynamik des Marktes diese Teilökonomie zu einer umkämpften Plattform um Kundschaft, Standorte und Umsatz. Unter diesem auch als Preiskampf bezeichneten Prozess leiden hauptsächlich die klassischen Bioläden, welche romantisierend oft als „Tante Emma Lädchen“ bezeichnet werden. In den letzten Jahren mussten trotz der erzielten Wachstumsraten der Umsätze auf dem Markt mehr Naturkostfachgeschäfte schließen als neue eröffnet wurden (FIEDLER 2013).

Gleichzeitig expandieren in Deutschland Biosupermärkte. Dies gilt zum einen für Inhaber geführte Biosupermärkte, aber vor allem für Ableger der vier großen Bioketten: Dennree, Alnatura, Bio Company und Basic. In den letzten Jahren wurden von diesen Ketten viele neue Filialen, zusätzlich zu den bereits bestehenden Supermärkten, eröffnet (STATISTA 2015).

Die Entwicklung weg vom Bioladen und hin zum Biosupermarkt hat sich seit 2003 intensiviert. Damals war die durchschnittliche Verkaufsfläche halb so groß wie im Jahr 2014. Außerdem gehörten nur drei Prozent aller Biohändler zu einer Kette, während es im Jahr 2014 schon jeder fünfte Händler war (WELT 2014).

An dieser Stelle setzt die Bachelorarbeit an. Sie untersucht nicht die Nachfrage- und Konsumentenseite der Branche, sondern befasst sich mit dem Angebot von Biosupermärkten am Beispiel der Stadt Köln.

2. Ziel der Arbeit/ Theorie

Das Ziel der Arbeit besteht darin, eine Bestandsaufnahme von Biosupermärkten in Köln anzufertigen, um darauf aufbauend ihre räumliche Verteilung zu analysieren. Um eine mögliche Veränderung im Zeitverlauf darzustellen, können je nach Datenlage Bestandsaufnahmen zu unterschiedlichen Zeitpunkten (2000/ 2016) herangezogen werden.

Die Grundlage der Arbeit ist die wirtschaftsgeographische Standortanalyse von Biosupermärkten. Außerdem soll die Standortwahl analysiert werden, um Gründe für die Wahl eines Standortes zu ermitteln. Darüber hinaus sind stadtgeographische Aspekte grundlegend für die Arbeit. Hierbei soll herausgearbeitet werden, welchen Zusammenhang es zwischen Stadtviertel und Biosupermarkt gibt.

Insgesamt soll zwischen Inhaber geführten Biosupermärkten und Biosupermarktketten differenziert werden, um mögliche Unterschiede bei den Standortentscheidungen aufzuzeigen. Dabei sollen Strategien der jeweiligen Betriebsformen gefunden werden, welche ihnen einen möglichst hohen Umsatz am entsprechenden Standort verschaffen. Um Biosupermärkte als Raumstruktur in einem Stadtviertel zu begreifen, sollen die Filialen hinsichtlich ihres Baualters, ihrer Lage, der Größe sowie der Attraktivität des Standorts untersucht werden.

3. Fragestellungen

Den Leitgedanken der Fragestellungen bildet die Angebotsseite, konkreter die Biosupermärkte als Anbieter von Naturkost. Der Konsument wird nur im Zusammenhang mit der jeweiligen Stadtstruktur von Bedeutung sein. Die Arbeit zur räumlichen Verteilung von Biosupermärkten in Köln soll auf folgende Fragen eingehen:

- Wie ist die räumliche Verteilung (zu unterschiedlichen Zeitpunkten)?
- Sind Verteilungsmuster erkennbar?
- Welche Gründe gibt es für die jeweiligen Verteilungsmuster?
- Wann und an welchem Standort entstanden neue Biosupermärkte?
- Gibt es Standortverlagerungen von Märkten innerhalb von Köln?
- Welche Standortfaktoren sind entscheidend für Neugründungen?
- Gibt es einen Zusammenhang zwischen Stadtviertel und Neugründung?
- Welche Charakteristika haben Stadtviertel, die eine Konzentration aufweisen?
- Wo ist mit zukünftigen Neugründungen zu rechnen?

4. Methodik

Der methodische Teil der Arbeit besteht aus quantitativen und qualitativen Methoden. Grundlegend für die Standortanalyse von Biosupermärkten ist die Datenrecherche. Die Daten können durch Internetrecherche oder einem Nachschlag im Einzelhandelsregister erhoben werden. Um die jeweiligen Standorte genauer kennen zu lernen, werden Vor-Ort-Begehungen erfolgen. Die Daten über ausgewählte Stadtviertel können bei der Stadt Köln recherchiert werden.

Qualitative Informationen sollen durch Experteninterviews erlangt werden. Als Ansprechpartner dafür können Regionalleiter oder Filialleiter einer Biosupermarktkette angefragt werden. Außerdem soll ein selbstständiger Inhaber interviewt werden.

Die quantitativen Methoden werden zu Karten und Grafiken verarbeitet, die qualitativen Interviews sind Grundlage des Analyseteils.