

Exposé zur Bachelorarbeit

Bedroht der Einkauf im Internet den innerstädtischen Einzelhandel? Auswirkungen des Online-Handels auf das Mittelzentrum Euskirchen

Verfasser: Marius Lenz

Matrikelnummer: 2431948

Sommersemester 2015

Betreuer: Prof. Dr. Claus-Christian Wiegandt

- Ausgangssituation

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Bedeutung und Nutzung des Online-Shoppings für Konsumenten immer weiter zugenommen hat (Ortmeyer 2013: 395). Alleine 77 % der deutschen Internetnutzer kauften 2012 Bekleidung und Sportartikel, Nahrungs- und Lebensmittel, Reisen und Bücher im Internet ein (Eurostat 2013: 2). Während im Jahre 2005 der erwirtschaftete Umsatz durch Online-Handel zwischen Unternehmen und Konsumenten noch 14 Mrd. Euro betrug, wurden im Jahre 2014 bereits 39 Mrd. Euro verzeichnet (Handelsverband Deutschland 2015: 8). Laut Prognosen des Handelsverbands Deutschlands (Stand: Februar 2015) wird sich der Umsatz des Online-Handels im Jahre 2015 auf knapp 44 Mrd. Euro belaufen. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie sich der innerstädtische stationäre Einzelhandel durch die potenziell wachsende Konkurrenz des Online-Handels entwickelt. Laut der Studie „Vitale Innenstädte 2014“, die von der IFH Köln und weiteren Partnern in 62 deutschen Städten durchgeführt wurde und in der untersucht wurde, wie die zukünftigen Entwicklungen deutscher Innenstädte aussieht und welche Wünsche die Besucher der Innenstädte haben, zeigt sich, dass Städte aller Größenkategorien mit Kundenverlusten zu kämpfen haben (Fingerhut 2015: 1). Vor allem Mittelstädte und -zentren weisen in den meisten Fällen, im Vergleich mit Großstädten wie Köln, eine geringere Anzahl von Einzelhandelsgeschäften in den Innenstädten auf und zeichnen sich durch eine kleinere Sortimentsauswahl und eine geringere Kundenfrequenzierung aus (Hirsch 2011: 19). Es stellt sich somit die Frage, ob Mittelstädte durch das wachsende Online-Shopping verstärkt mit Kundenverlusten zu kämpfen haben, oder ob die Geschäfte der Innenstädte trotz E-Commerce von den Kunden unverändert genutzt werden.

Eine Mittelstadt, die sich im Westen Deutschlands in unmittelbarer Nähe zu Köln und Bonn im Regierungsbezirk Köln befindet, ist Euskirchen. Euskirchen ist die Kreisstadt des gleichnamigen Kreises, dieser besteht aus 6 Gemeinden und 5 Städten. Insgesamt leben knapp 191.000 Einwohner im Kreis, davon alleine mehr als 55.000 im Mittelzentrum Euskirchen (IHK Aachen 2014: 44).

Geschäfte des innerstädtischen Einzelhandels befinden sich in Euskirchen vor allem in den Straßen zwischen Bahnhof und „Alter Markt“ (Bahnhofstraße, Neustraße, Veybachstraße und Berliner Straße) (Bünker 2013: 24). Die Bandbreite reicht von Elektronikfachgeschäften über Sportgeschäfte, Schmuck- und Parfümeriegeschäften bis hin zu mehreren Geschäften des Bekleidungseinzelhandels. Darüber hinaus bieten sich durch einen Ableger der Warenhauskette „Kaufhof“ weitere Einkaufsmöglichkeiten. Insgesamt ist die Anzahl an Einkaufsmöglichkeiten in Euskirchen gut, es muss jedoch beachtet werden, dass viele Geschäfte eine tendenziell kleine Sortimentsauswahl bieten, im Vergleich mit den Ablegern in Großstädten findet man vor allem in den Bekleidungsäden ein geringeres Angebot vor.

- Zielstellung und Methodik

Wie bereits erwähnt beschäftige ich mich mit den Auswirkungen des Online-Shoppings auf den stationären innerstädtischen Einzelhandel in Euskirchen. In einem ersten Schritt meiner Bachelorarbeit werden die Einkaufsmöglichkeiten (differenziert nach Branchen) in Euskirchen mittels einer Karte übersichtlich dargestellt. In einem weiteren Schritt will ich anhand eines standardisierten Fragebogens herausfinden, wie sich das aktuelle Einkaufsverhalten darstellt. Dabei soll ermittelt werden, ob die Bewohner des Kreises Euskirchen ihre Waren und Artikel Online, in der Innenstadt von Euskirchen, in den angrenzenden Großstädten wie Köln oder Bonn, oder an einem anderen Ort einkaufen. Damit ein interessanter Vergleich zustande kommt, werden zum einen Bewohner der Stadt Euskirchen (= Einwohnerstärkste Stadt des Kreises mit ca. 55.000 Einwohner), zum anderen Bewohner der Gemeinde Dahlem (= kleinste Gemeinde des Kreises mit ca. 4.000 Einwohner) befragt. Somit erhalte ich einerseits einen Überblick über das Einkaufsverhalten der Bewohner von Euskirchen, andererseits wird ersichtlich, welchen Ort die Menschen einer anderen Gemeinde des Kreises Euskirchen bevorzugt zum Einkaufen nutzen und welche Bedeutung Euskirchen insgesamt als Einkaufsstadt hat. Diese Ergebnisse können anschließend mit den Ergebnissen der Studie „Vitale Innenstädte 2014“ verglichen werden. Ein Teilnehmer dieser Studie ist unter anderem auch die Mittelstadt Soest (Regierungsbezirk Arnsberg) des gleichnamigen Kreises. (Fingerhut 2015: 2). Die Studienergebnisse von Soest bieten eine interessante Referenzsituation zum Einkaufsverhalten in Euskirchen. Durch den Vergleich wird ersichtlich, wie sich das Online-Shopping auf das Einkaufsverhalten und die Innenstadt einer anderen Mittelstadt auswirkt und welche Maßnahmen beispielsweise in Soest erarbeitet wurden und werden, um die Innenstadt weiterhin attraktiv zu halten. Dies wäre auch ein Folgeschritt meiner Arbeit, zu sehen, welche Probleme sich für die Innenstadt Euskirchen ergeben könnten und welche Maßnahmen ergriffen werden müssten, damit Euskirchen entweder weiterhin, oder stärker als Einkaufsstadt gesehen wird und mögliche Kundenverluste zurückgefahren werden könnten.