

Auswirkungen von E-Commerce auf den stationären Einzelhandel am Beispiel der Stadt Geldern

Exposé zur Masterarbeit

Henning Mauch

27.03.2014

Hintergrund & Problemstellung

Ich stamme gebürtig aus der Stadt Geldern und bei jedem Besuch meiner Heimatstadt fallen mir Veränderungen im Stadtbild auf, insbesondere die stetig wechselnde Einzelhandelsstruktur und das schrumpfende Einzelhandelsangebot im Nahversorgungsbereich der Innenstadt.

Es gibt zahlreiche Gründe für diesen städtebaulichen Wandel. Deutschlands Einzelhandel unterliegt seit über drei Jahrzehnten einem tiefgreifenden Strukturwandel. Prägende Merkmale dieses Wandels liegen in den gravierenden Veränderungen auf der Angebots- und Nachfragerseite sowie in der neuen Bewertung von Standortfaktoren. Hervorzuheben sind hierbei der demographische Wandel, die Entwicklung von Kaufkraft und Mobilität, Suburbanisierungseffekte und der Wandel von Kauf- und Konsumverhalten. Waren es früher ausschließlich rand- und zwischenstädtische Handels- und Dienstleistungsagglomerationen in Form von Bau- und Fachmärkten, Shopping-Centern, kommerziellen Freizeiteinrichtungen (Shopping-Malls) und Möbelmärkten, die eine intensive Standortkonkurrenz zum innerstädtischen Einzelhandel darstellten, greift seit ca. 1995 der Onlinehandel zusätzlich in diese kritische Konkurrenzsituation ein. Diese Veränderungen im Einzelhandel führten im Laufe der letzten Jahrzehnte zu einer funktionalen Schwächung und stadträumlichen Verarmung der traditionellen Innenstadtorte sowie dem Einbüßen der lokalen Identität (BORCHARD 2012: 16 f., SCHELLENBERG 2005: 9).

Ein wesentlicher Faktor für das sich wandelnde Kauf- und Konsumverhalten und für die neue Bewertung von Standortfaktoren ist somit der rasant wachsende E-Commerce (HENSCHEL 2005: 125). Neuesten Zahlen des Handelsverband Deutschland (HDE) zufolge nahm der deutschlandweite Einzelhandel (ohne KFZ, Brennstoffe, Tankstellen und Apotheken) zwischen 2000-2014 um durchschnittlich 0,66 Prozent zu, während der

Online-Anteil im Zeitraum 2005-2014 um durchschnittlich 11,5 Prozent anstieg. Für das Jahr 2014 rechnet der HDE mit einem Rekordwachstum von 17 Prozent im Onlinehandel (HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND 2014a: 7 f.).

Neben gewissen negativen und risikobehafteten Eigenschaften, wie des eingeschränkten haptischen Erlebnisses oder der Missachtung des Datenschutzes beim Onlinekauf, bietet der Onlinehandel erhebliche Potenziale in der zeit- und standortunabhängigen Gestaltung des Geschäftsverkehrs. So können zeitunabhängig Produkte offeriert und konsumiert werden. Der elektronische Onlinehandel ist im Vergleich zum stationären Einzelhandel jederzeit geöffnet und global erreichbar (HENSCHEL 2005: 132 f.).

Stefan Gent, HDE Hauptgeschäftsführer, machte in einer im Januar 2014 veröffentlichten Pressemitteilung darauf aufmerksam, dass der Einfluss des E-Commerce auf den stationären Einzelhandel im Jahr 2014 weiter steigen und der boomende Onlinehandel dafür sorgen werde, dass viele oft seit Jahrzehnten bewährten Konzepte im stationären Einzelhandel neu überbedacht werden müssen. In diesem Zusammenhang sprach Gent vom größten Strukturwandel seit der Einführung der Selbstbedienung (HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND 2014: 1).

Zielsetzung der Masterarbeit

Das Ziel der Masterarbeit ist die Untersuchung der Angebotsseite des stationären Handels in Geldern und die der Nachfragerseite. Dabei soll insbesondere das Käufer- und Konsumentenverhalten in der Stadt Geldern und deren Auswirkungen auf den stationären Handel und den städtebaulichen Wandel vor Ort untersucht werden. Des Weiteren sollen mit Hilfe dieser Ergebnisse mögliche Handlungsansätze formuliert werden. Daraus ergeben sich auch die forschungsleitenden Fragen:

1. Wie sieht das Kauf- und Konsumverhalten der Gelderner Bürger aus?
2. Befriedigt der stationäre Handel die Bedürfnisse der Nachfragerseite?
3. Welche Auswirkungen hat der E-Commerce auf den stationären Einzelhandel und das städtebauliche Bild der Stadt?
4. Welche Handlungsansätze könnten zu neuem Aufschwung in der Innenstadt führen?

Fallauswahl Stadt Geldern

Wie ich bereits im Punkt „Hintergrund & Problemstellung“ erwähnte, handelt es sich bei der Stadt Geldern um meine Heimatstadt. Geldern ist nach Kleve und Goch die drittgrößte Stadt im Kreis. Insgesamt leben im Stadtgebiet knapp 34.000 Einwohner, von denen rund 15.800 Einwohner auf die Ortschaft Geldern entfallen. Neben dem Siedlungsschwerpunkt der Kernstadt gehören sieben weitere, kleinere Ortschaften zum Stadtgebiet. Ein Großteil des bestehenden Einzelhandels sowie der öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen Gelderns befinden sich im Stadtkern. Dieser übernimmt somit für das gesamte Stadtgebiet, aber auch für Teile des ländlich geprägten Umlandes eine wichtige und zentrale Funktion der Daseinsvorsorge (vgl. Abb.1). Das Einzelhandelszentrum ist im Wesentlichen in der Issumer Straße, der Hartstraße, der Gelderstraße sowie in Teilbereichen der Bahnhofstraße und Glockengasse lokalisiert. Zudem sind einige Ladenlokale an den Eingangsstraßen zum Stadtwall angesiedelt. Zu den größten Betrieben zählen C & A, Adler, Dänisches Bettenlager, Medimax und das Einrichtungshaus Bruckwilder. Besonders dominant ist zudem der Kauflandkomplex, der sich zwischen der Bahnhofstraße und dem Südwall befindet. Als größter citynaher Lebensmittelhändler zieht er viele Besucher an (STADT GELDERN 2013: 13 ff.). Geldern ist somit ein vollwirksames Mittelzentrum für ca. 100.000 Menschen. Ein weiterer Grund für die Auswahl einer mittelgroßen Stadt als Fallbeispiel liegt in der Aussage von Prof. Gerrit Heinemann, Handelsexperte und Leiter des eWeb-Research Center an der Hochschule Niederrhein. Er sagt, dass es vor allem in Klein- und Mittelzentren von 30.000 – 60.000 Einwohnern zu erheblichen Problemen kommen wird. Die Umsätze der lokalen Geschäfte werden wegen des anhaltenden Onlinebooms bis 2023 um 30 Prozent zurückgehen (REIMANN 2014: 1).

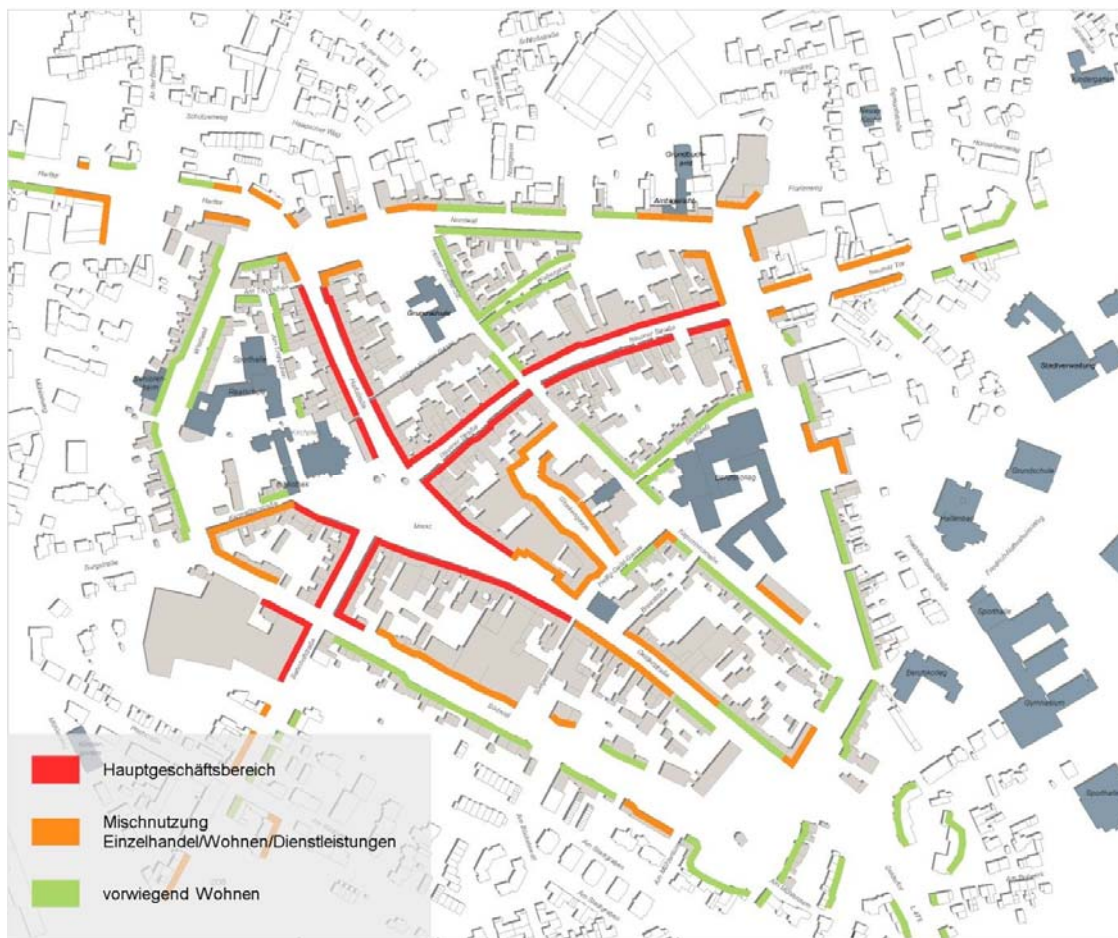


Abb1.: Nutzungsplan (STADT GELDERN 2013: 17)

Methodisches Vorgehen

Zunächst wird der stationäre Einzelhandel der Stadt Geldern analysiert. Dabei sollen sowohl die Einzelhandelsstruktur (Betriebsform, Größe, Branche etc.) als auch die Leerstände im Innenstadtbereich genauer untersucht werden. Diese aktuellen Daten werden dann mit vorhandenen Daten der Stadt Geldern verglichen.

Anschließend wird ein Fragebogen konzipiert und verteilt, der das Kauf- und Konsumverhalten Gelderner Bürger untersuchen soll. Die ausgewerteten Daten werden im nächsten Schritt mit den bereits erhobenen Daten der Angebotsseite verglichen. Dadurch lässt sich, auf neuesten Daten basierend, ein möglicher Wandel des stationären Einzelhandels feststellen.

Im Anschluss daran sollen Experteninterviews mit Verantwortlichen der Stadt Geldern und des Werberings Geldern (Zusammenschluss zahlreicher Einzelhandelsbetriebe in

Geldern) geführt werden, um die Ergebnisse zu diskutieren und Handlungsansätze zu formulieren.

Zeitplan

	Monat 1	Monat 2	Monat 3	Monat 4	Monat 5	Monat 6
Theoretische Grundlagen	→					
Datenerfassung stationärer Einzelhandel		→				
Umfragen		→				
Fragebogenauswertung			→			
Datenanalyse				→		
Experteninterviews				→		
Handlungsansätze					→	

Literaturangaben

BORCHARD, K. (2012): Strukturveränderungen im Einzelhandel – Zum Wandel der Standortfaktoren. In: KONZE, H. u. M. WOLF (Hrsg.): Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen planvoll steuern!, Arbeitsberichte der ARL 2, S. 15-21.

HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND (2014a): Der Deutsche Einzelhandel – Stand Januar 2014.

Abrufbar unter:

<https://www.einzelhandel.de/index.php/presse/zahlenfaktengrafiken/item/110175-derdeutscheeinzelhandel.html> (letzter Abruf: 20.03.2014)

HANDELSVERBAND DEUTSCHLAND (2014b): E-Commerce sorgt für Strukturwandel im Handel / HDE kündigt Runden Tisch an. Abrufbar unter:

<http://einzelhandel.de/index.php/presse/aktuellemeldungen/item/123611-e-commerce-sorgt-f%C3%BCr-strukturwandel-im-handel-hde-k%C3%BCndigt-runden-tisch-an.html> (letzter Abruf: 20.03.2014)

HENSCHEL, S. (2005): Handeln im virtuellen Raum E-Commerce – Strukturen, Konsumentenverhalten und ausgewählte Standortauswirkungen. In: HAHN, B.; HEINRITZ, G.; KULKE, E.; LÖFFLER, G. u. P. PEZ (Hrsg.): Dem Konsumenten auf der Spur – Neue Angebotsstrategien und Nachfragemuster. Passau (=Schriftenreihe des Arbeitskreises Geographische Handelsforschung in der Deutschen Gesellschaft für Geographie in Zusammenarbeit mit dem Geographischen Institut der Universität Würzburg): S. 125-144.

REIMANN, E. (2014): Onlinehandel bedroht die Innenstädte. Abrufbar unter: <http://www.dw.de/online-handel-bedroht-die-innenst%C3%A4dte/a-17437252> (letzter Abruf: 24.03.2014)

SCHELLENBERG, J. (2005): Endverbrauchbezogener E-Commerce – Auswirkungen auf die Angebots- und Standortstruktur im Handel und Dienstleistungssektor. In: HAHN, B.; HEINRITZ, G.; KULKE, E.; LÖFFLER, G. u. P. PEZ (Hrsg.). Passau (=Schriftenreihe des Arbeitskreises Geographische Handelsforschung in der Deutschen Gesellschaft für Geographie in Zusammenarbeit mit dem Geographischen Institut der Universität Würzburg): S. 125-144.

STADT GELDERN (2013): Integriertes Handlungskonzept für die Innenstadt von Geldern. Abrufbar Unter:
[http://www.geldern.de/C125721A002E05DC/files/ihk_geldern.pdf/\\$file/ihk_geldern.pdf?OpenElement](http://www.geldern.de/C125721A002E05DC/files/ihk_geldern.pdf/$file/ihk_geldern.pdf?OpenElement) (letzter Abruf: 23.03.2014)