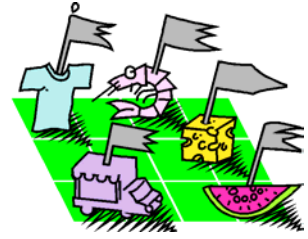


IMOHA GmbH

Institut zur Erforschung und Förderung des
mobilen Handels GmbH,
an der Hochschule Harz, Wernigerode



Neue Wege zur kleinräumigen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs durch mobilen Handel

Eine Studie im Auftrag der Wirtschaftsförderung Karlsruhe



August 2002

VORBEMERKUNG

Der Einzelhandel unterliegt seit einigen Jahren einem rasanten Wandel, der sich u.a. im Aufkommen neuer – vornehmlich discountorientierter – Vertriebsformen äußerte. Diese Betriebsformen bevorzugen überwiegend nicht-integrierte Standorte auf der so genannten „grünen Wiese“ oder in Gewerbegebieten und konkurrieren dadurch mit den klassischen, städtebaulich integrierten Zentren. Mit dem Strukturwandel im Einzelhandel ging eine betriebliche und räumliche Konzentration einher. Flächenexpansionen einzelner Betriebsformen stehen Geschäftsschließungen vor allem im kleinflächigen Einzelhandel gegenüber.

Auch vor der Stadt Karlsruhe haben die Entwicklungen im Einzelhandel nicht halt gemacht. Traditionelle, kleine Läden gaben und geben auf, weil sie dem Wettbewerb mit den Einkaufszentren auf der „grünen Wiese“ nicht mehr gewachsen sind. Die vorliegenden Erhebungen der Stadt über die Situation in den Karlsruher Stadtteilen machen deutlich, dass die flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im Lebensmittelbereich nicht mehr so gewährleistet ist, wie es noch vor einem Jahrzehnt der Fall war. Die Klagen älterer und nicht mobiler Bevölkerungsgruppen über unzureichende Einkaufsmöglichkeiten nehmen seit einigen Jahren kontinuierlich zu. Unter Beachtung der heutigen Markterfordernisse für den wirtschaftlichen Betrieb eines Einzelhandelsgeschäftes, ist es der Stadt Karlsruhe nicht immer möglich, Investoren entsprechende Objekte zur Verfügung zu stellen oder überhaupt potentielle Betreiber zu finden. Dringender Handlungsbedarf besteht vor allem in Stadtteilen, wo einzelne Bereiche des Lebensmitteleinzelhandels in der Vergangenheit weggefallen sind, eigenständige Fachgeschäfte wegen zu geringer Rentabilität schließen und die Einwohnerzahlen zu gering sind, als dass es sich betriebswirtschaftlich lohnen würde, ein Geschäft zu eröffnen.

Vor dem Hintergrund einer Verbesserung / Gewährleistung einer möglichst wohnortnahen Grundversorgung mit vor allem Lebensmitteln hat die Wirtschaftsförderung der Stadt Karlsruhe die IMOHA GmbH – Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen Handels – mit der Bearbeitung der vorliegenden Studie beauftragt.

Ziel der Studie war es, die umfangreichen vorliegenden Erhebungen zur stationären Einzelhandelssituation in den Stadtteilen der Stadt Karlsruhe zunächst mit den vorzufindenden mobilen Einkaufsmöglichkeiten (Wochenmärkte und mobile Verkaufsfahrzeuge) zu ergänzen. Sofern es sinnvoll erscheint, sollten auf der sich daraus ergebenden Gesamtversorgungssituation (stationärer und mobiler Einzelhandel) Vorschläge zur Verbesserung der Nahversorgung der Bevölkerung durch bisher ungenutzte Potentiale im mobilen Handel erarbeitet werden.

Für die in diesem Bereich betroffenen Akteure (Wirtschaftsförderung, Marktamt, Amt für Bürgerservice und Sicherheit, Markthändler, Politik, Verbände) werden Grundlagen systematisch zusammengestellt und neu erarbeitet. Chancen und Risiken alternativer Vertriebsformen werden aufgezeigt und analysiert, Ansatzpunkte für zukünftige Strategien und konkrete Handlungsempfehlungen werden gegeben (z.B. Erfolgsfaktoren, Steuerung des Angebots).

Unser Dank gilt allen Beteiligten und Interviewpartnern für die Unterstützung bei der Erstellung der Studie.

Wernigerode, im August 2002

Prof. Dr. Gerhard Johnson
- Geschäftsführer IMOHA GmbH -

Dipl.-Kff. Sylvia Weinert
- Projektleiterin -

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis	V
1 IST-ANALYSE DER VERSORGUNG MIT GÜTERN DES TÄGLICHEN BEDARFS: DER EINZELHANDEL IN KARLSRUHE.....	1
1.1 Stationärer Einzelhandel.....	1
1.1.1 Entwicklung des Nahversorgungsangebotes seit 1992.....	1
1.1.2 Nahversorgungsangebot in den Stadtteilen.....	5
1.1.3 Beurteilung der Versorgung in den Stadtteilen.....	11
1.2 Mobiler Einzelhandel.....	15
1.2.1 Die Karlsruher Wochenmärkte im Spiegel von Angebot und Nachfrage	15
1.2.1.1 Das Angebot der Karlsruher Wochenmärkte.....	29
1.2.1.2 Die Nachfrage auf den Karlsruher Wochenmärkten.....	30
1.2.1.2.1 Struktur der Marktbesucher	31
1.2.1.2.2 Einzugsbereich.....	33
1.2.1.2.3 Einkaufsverhalten	35
1.2.1.2.4 Beurteilung der Wochenmärkte durch die Besucher	49
1.2.2 Mobile Verkaufsfahrzeuge	54
2 DARSTELLUNG UNTERVERSORGTER STADTTEILE.....	56
3 VORSCHLÄGE ZUR VERBESSERUNG DER WOHNORTNAHEN VERSORGUNG DURCH MOBILEN HANDEL.....	63
3.1 Wochenmärkte	64
3.1.1 Entwicklung und Funktion von Wochenmärkten	64
3.1.2 Bisher ungenutzte Möglichkeiten zur Verbesserung der Wochenmärkte	66
3.2 Mobile Verkaufsfahrzeuge als Chance für unterversorgte Stadtteile	73
Anhang.....	78