

Wohnort ist oft nicht Einkaufsort

Um ein neues Shoppingcenter zu errichten und zu bauen, ist die Wahl des optimalen Standorts unentbehrlich. Dabei richten sich die Erfolgsaussichten des Einzelhandels nicht immer nach der Einwohnerzahl. Denn das zur Verfügung stehende Geld wird häufig nicht in dem Ort ausgegeben, in dem man wohnt. Dies belegt eine Studie der GfK zur Einzelhandelszentralität 2012, in der die Einzelhandelskaufkraft – also die pro Kopf dem Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraft – dem Einzelhandelsumsatz gegenübergestellt wurde, um damit die sogenannte „Sogwirkung“ einer Stadt als Einkaufsort zu ermitteln.

Die regionalen Unterschiede in der Einzelhandelskaufkraft sind groß: Im Hochtaunuskreis stehen den Menschen in 2012 pro Kopf knapp 7 100 Euro zur Verfügung, während es im Eifelkreis Bitburg-Prüm rund 4 500 Euro sind. Dieser Kaufkraft steht ein nominaler Einzelhandelsumsatz von etwa 410 Milliarden Euro für den gesamten deutschen Einzelhandel gegenüber, der sich ebenfalls sehr ungleich verteilt, allerdings ganz anders als die Kaufkraft. Ihre Kaufkraft tragen die Menschen nämlich oft über die Stadt- und Kreisgrenzen hinaus und konzentrieren sich damit

auf verschiedene Standorte. Verantwortlich für die Ungleichverteilung sind verschiedene Faktoren, wie zum Beispiel die Zunahme des überregionalen Preiskampfes durch den Onlinehandel oder die unsichere Lage des Euro mit steigenden Transport- und Handelskosten. Auffällig ist, dass die Spitzenplätze im Zentralitätsranking – einer Liste, in der der Zufluss von Kaufkraft dem Abfluss gegenübergestellt wird – nicht von den großen Einkaufsmetropolen wie beispielsweise München oder Berlin belegt werden.

Als Mittelzentren für ein ländlich geprägtes Umfeld fungieren Städte wie Straubing, Weiden in der Oberpfalz oder Passau. Obwohl sie eine geringe Einwohnerzahl haben, bedienen sie ein großes Einzugsgebiet mit relativ viel Kaufkraft. Die in der Stadt an sich existierende Kaufkraft wird deshalb durch den Kaufkraftzufluss aus dem Umland zum Teil deutlich übertroffen. Zu den Ausnahmen zählt dagegen der Kreis Zweibrücken, dessen hohe Zentralität auf dezentrale Shoppingcenter oder Factory Outlet Center auf der „grünen Wiese“ zurückzuführen ist, die über regionale Grenzen hinaus ihre Magnetwirkung entfalten. Ch