

# GÖTTINGER STATISTIK

## A K T U E L L



THEMENBEZOGENER BERICHTSDIENST

NR. 35 (November 2011)

### Nahversorgung mit Lebensmitteln in Göttingen 2011

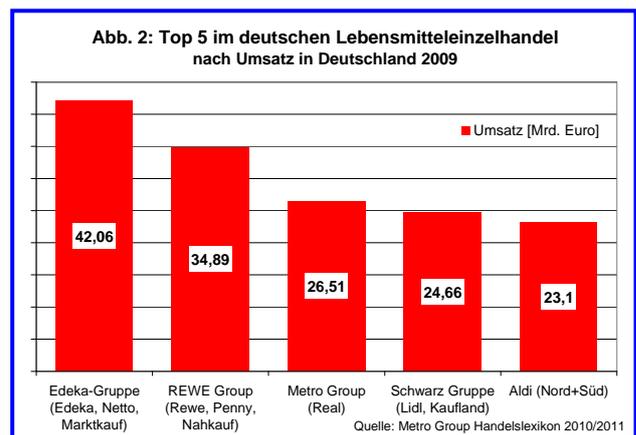
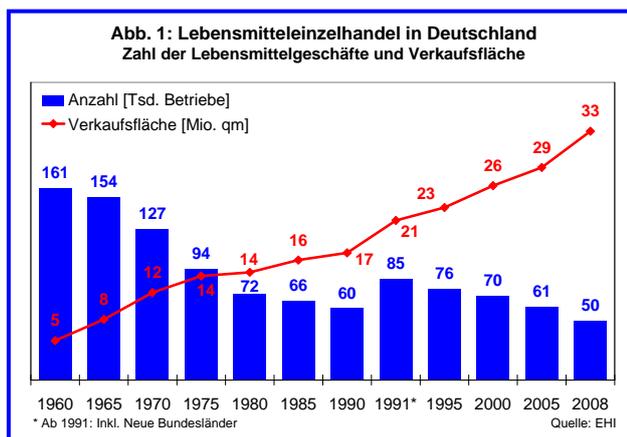
- Eine Analyse der Angebotssituation im Göttinger Lebensmitteleinzelhandel unter besonderer Berücksichtigung der Versorgungsqualität -

Der Einzelhandel ist ein von großer Dynamik und intensivem Wettbewerb geprägter Wirtschaftszweig, der als Intermediär zwischen Herstellern und Verbrauchern eine wichtige volkswirtschaftliche Funktion erfüllt.

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ist, genau wie andere Einzelhandelsbranchen, von einem deutlichen Strukturwandel geprägt: Bei einer kontinuierlichen Zunahme der Gesamtverkaufsfläche sinkt die Anzahl der Verkaufsstellen (siehe Abb. 1). Hierbei steigt die durchschnittliche Größe des Einzelbetriebs (*Maßstabsvergrößerung*), die *Flächenproduktivität* (Umsatz pro qm Verkaufsfläche) hingegen sinkt.

Auch auf der einzelbetrieblichen Organisations- und Angebotsebene finden schwerwiegende Veränderungen statt: Kleinflächige, eigentümergeführte „Tante-Emma-Läden“ wurden sukzessive von Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern verdrängt (*Wandel der Betriebsformen*). Insbesondere das Aufkommen der Discounters hat die Konsumlandschaft maßgeblich geprägt.

zumeist nicht erfüllen; Miet- bzw. Grundstückskosten in bereits vollständig erschlossenen Wohn- oder Citygebieten kommen als betrieblicher Kostenfaktor hinzu. Die „neuen“ Anbieter, welche die „alten“ ersetzt haben, finden sich daher häufig an nicht-integrierten Agglomerationsstandorten („Grüne Wiese“) oder in Shopping-Centern<sup>1</sup>.



Alle diese Faktoren beeinflussen die *Nahversorgung* in signifikanter Weise. Unabhängig davon, wie man Nahversorgung genau definiert oder operationalisiert, wird der Lebensmitteleinzelhandel als essentieller Teil davon verstanden, da dieser die Versorgung der Bevölkerung mit *Gütern des täglichen Bedarfs* bereitstellt.

In diesem Beitrag wird die Nahversorgung mit Lebensmitteleinzelhandel im Stadtgebiet Göttingens analysiert. Ziel der Untersuchung ist es, die Angebotssituation in der Stadt Göttingen möglichst kleinräumig darzustellen und zu prüfen, inwieweit hinsichtlich der Angebotsausstattung *räumliche Disparitäten* bestehen.

Der Konkurrenzkampf, in dem sich die deutschen Handelsunternehmen befinden, mündet in einer stärker werdenden *Unternehmenskonzentration* und *Internationalisierung*, was vor allem in Übernahmen und Aufkäufen begründet liegt. Die Top-5-Unternehmen des deutschen Lebensmittelhandels sind zumeist mit mehreren Vertriebslinien unterschiedlicher Konzeption am Markt aktiv (siehe Abb. 2).

Es handelt sich hierbei um die Ergebnisse eines Projektes in Kombination mit einer praxisorientierten Lehrveranstaltung am Geographischen Institut der Universität Göttingen, Abt. Humangeographie (Projekt-/Seminarleitung: Dipl.-Geogr. Thomas Wieland). Im Rahmen des Projekts fanden, untermauert durch klassische und neuere Raumwirtschafts- bzw. Standorttheorien, eine Angebotsvollerhebung und eine Konsumentenbefragung sowie die dazugehörigen Auswertungen statt.

Einher mit diesen Entwicklungen geht eine deutlich veränderte *Standortstruktur*. Die betrieblichen Standortanforderungen hinsichtlich Fläche und PKW-Erreichbarkeit für eine motorisierte Gesellschaft können Wohngebiete

<sup>1</sup> Ein hilfreicher Überblick zum Strukturwandel im Einzelhandel und dessen räumlichen Auswirkungen findet sich in: Heinritz, G./Klein, R./Popp, M. (2003): Geographische Handelsforschung.

**Angebotssituation im Göttinger LEH**

In die Analyse einbezogen wurden nur *Lebensmittelvollsortimenter*, d.h. Anbieter, die über die gesamte Sortimentsbreite von Nahrungsmitteln und Getränken sowie zumeist über einen variablen Anteil von Non-Food-Sortimenten verfügen: Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser (z.B. Real, Kaufland, Edeka E Center), Supermärkte (z.B. Edeka aktiv Markt) und Lebensmittel-discounter (z.B. Aldi, Lidl, Netto).

Nicht berücksichtigt wurden der Facheinzelhandel (z.B. Obstgeschäfte), das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäckereien, Fleischereien) sowie die abseits des regulären Einkaufsverkehrs agierenden Convenience Shops (Tankstellenshops, Kioske).

Die Anbieter wurden GPS-gestützt kartiert, wobei Namen, Adressen und Öffnungszeiten sowie bestimmte Standortinformationen mit aufgenommen wurden. Die aufgeführten Verkaufsflächengrößen basieren auf den Angaben der Unternehmen.

Im Göttinger Stadtgebiet fanden sich zum Erhebungszeitpunkt (April 2011) 46 *Lebensmittelvollsortimenter* sehr unterschiedlicher Größe und Ausrichtung mit einer Gesamtverkaufsfläche von 67.437 Quadratmetern (siehe Tab. 1).

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Anbieter beträgt 2.535 qm, was rein rechnerisch auf die vorhandenen Großbetriebsformen (SB-Warenhäuser) zurückzuführen ist. Die LM-Discounter entsprechen mit 708 qm in etwa dem Bundesdurchschnitt.

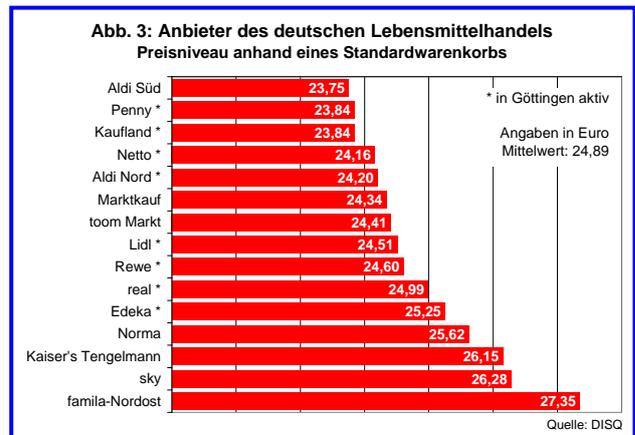
Die Top-5-Unternehmen des deutschen Lebensmittelhandels sind mit ihren gängigen Vertriebslinien allesamt in Göttingen vertreten (siehe Tab. 2). Besonders ausgeprägt sind verschiedene der Edeka- und Rewe-Gruppe zugehörige Formate. Aufgrund der Übernahme der Plus-Märkte durch die Edeka-Tochter Netto ist insbesondere dieser Softdiscounter allein sieben Mal in Göttingen vertreten, ebenso der Harddiscounter Aldi.

Auffällig ist außerdem die starke Präsenz der regionalen Verbrauchermarktkette Tegut (Stammsitz: Fulda) mit vier Standorten.

Von den 46 Anbietern sind 44 entweder klassische Filialstandorte (z.B. Aldi) oder eigenständige Unternehmen, die einer Kooperative unter dem Dach eines großen Unternehmens angeschlossen sind (z.B. Nahkauf). Lediglich zwei Lebensmittelgeschäfte gehören nicht in einer der genannten Weisen einem Handelskonzern an.

Von den 15 im Rahmen einer Studie des Deutschen Instituts für Servicequalität (DISQ) hinsichtlich Preis und Service untersuchten und klassifizierten Anbieterketten sind acht in Göttingen vertreten (siehe Abb. 3); diese spiegeln fast das gesamte Preisspektrum (hier gemessen anhand eines standardisierten Warenkorbs) ab.

Das dargestellte Preisniveau offenbart aufgrund der recht geringen Unterschiede außerdem, dass mittlerweile auch alle Anbieter der höheren Preissegmente Discount-Produktlinien führen und der Wettbewerb, der maßgeblich über den Preis ausgetragen wird, sehr intensiv ist.



Hinsichtlich der Öffnungszeiten ist festzustellen, dass die im Land Niedersachsen erfolgte Liberalisierung der Ladenschlusszeiten in Göttingen keinen „24-Stunden-Anbieter“ hervorgebracht hat; die Verbrauchermärkte schließen im Regelfall um 22 Uhr, die Discounter je nach Unternehmen und Standort zwischen 20 und 22 Uhr (Durchschnittswerte siehe Tab. 1).

Tabelle 1: LEH-Angebot in Göttingen nach Betriebsform

Betriebsform	Anzahl Verkaufsstellen	Verkaufsfläche gesamt [qm]	durchschnittliche Verkaufsfläche [qm]	durchschnittliche Tagesöffnungszeiten [Std.]
LM-Discounter	19	13.459	708,37	13,37
SB-Warenhaus	4	28.726	7.181,50	14,25
Supermarkt	12	5.756	479,67	10,86
Verbrauchermarkt	11	19.496	1.772,36	14,36
<b>Gesamt</b>	<b>46</b>	<b>67.437</b>	--	--
<b>Durchschnitt</b>	--	--	<b>2.535,47</b>	<b>13,21</b>

Tabelle 2: LEH-Angebot in Göttingen nach Einzelhandelsunternehmen

Einzelhandelsunternehmen	Vertriebslinien	Anzahl Verkaufsstellen	Verkaufsfläche gesamt [qm]
Aldi	Aldi	7	5.490
Edeka Gruppe	E aktiv markt, E Center, Netto	11	8.100
Metro Group	Real	2	18.726
Rewe Group	Rewe, Penny, Nahkauf	13	14.203
Schwarz Gruppe	Lidl, Kaufland	5	13.000
Tegut	Tegut	4	6.415
Sonstiges	--	2	1.063
Keine Zugehörigkeit	--	2	440
<b>Summe</b>	--	<b>46</b>	<b>67.437</b>

### Räumliche Verteilung und Standortstruktur

Grundsätzlich verfügt die Stadt Göttingen also über einen *hohen Versorgungsgrad* und eine *große Angebotsvielfalt*. Allerdings ist dieses Angebot *keinesfalls gleichmäßig über das Stadtgebiet verteilt* (siehe Karte 1) und steht auch nicht notwendigerweise in Relation zur Bevölkerung des jeweiligen Stadtteils bzw. *Stadtbezirks* (siehe Tab. 3).

Während insbesondere die Innenstadt sowie die nördlichen und westlichen Stadtbezirke breit ausgestattet sind, fehlt es in den westlichen und östlichen Dörfern teilweise völlig an derartigem Angebot. Einen vergleichsweise schlechten Versorgungsgrad weist die Oststadt auf. Der besonders hohe Versorgungsgrad hinsichtlich der Verkaufsfläche für Grone resultiert aus der Präsenz des Einkaufszentrums „Kauf Park“.

Karte 1: Lebensmittelvollsortimenter nach Betriebsform und Verkaufsfläche (Räumliche Ebene: Stadtbezirke)

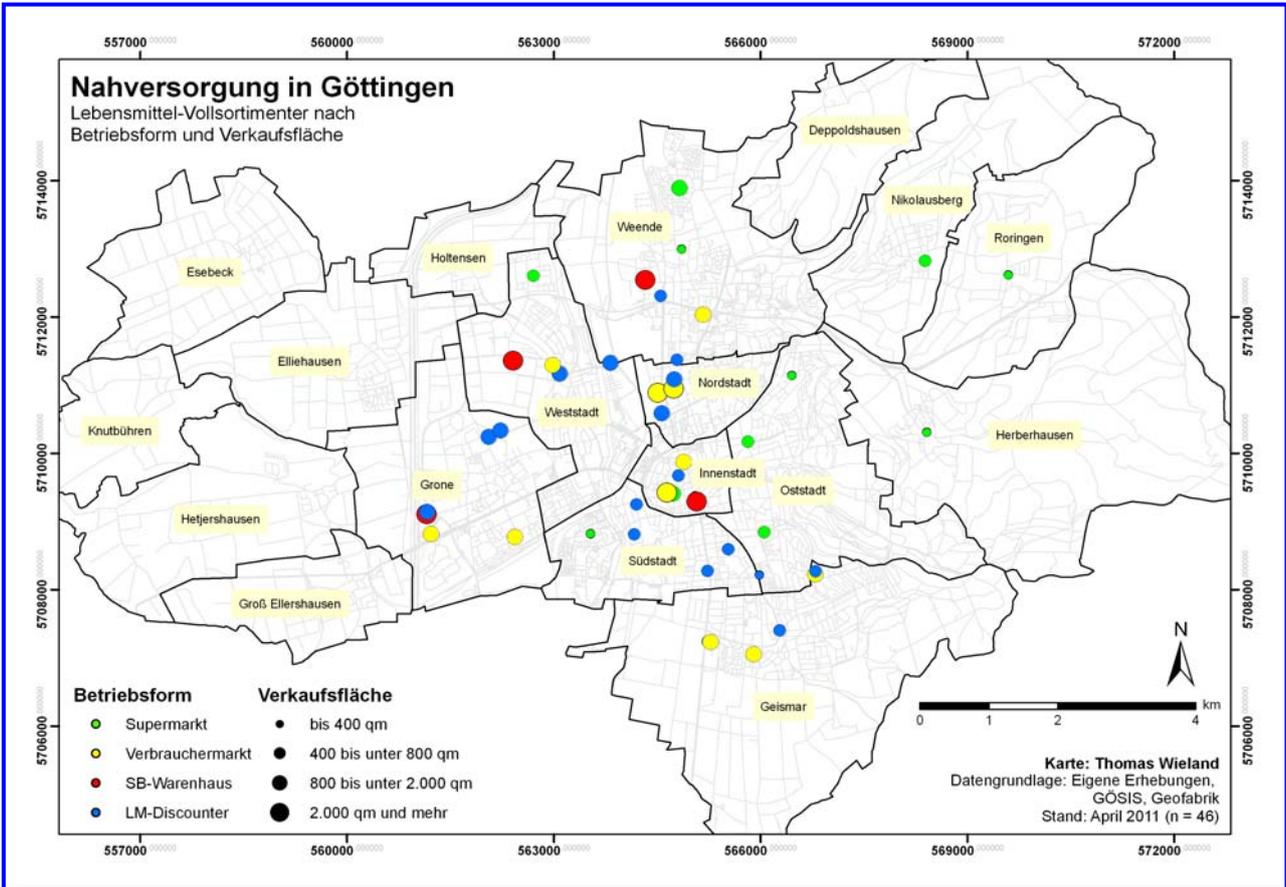


Tabelle 3: LEH-Angebot in Göttingen nach Stadtbezirken

Stadtbezirk	Einwohner	Verkaufsstellen		Verkaufsfläche [qm]	
		absolut	pro 1.000 Einwohner	absolut	pro 1.000 Einwohner
01 Innenstadt	10.031	4	0,40	5.944	592,56
02 Oststadt	16.359	4	0,24	1.928	117,86
03 Südstadt	17.110	5	0,29	2.304	134,66
04 Weststadt	12.643	6	0,47	12.692	1.003,88
05 Nordstadt	10.229	5	0,49	7.718	754,52
06 Weende	17.821	7	0,39	16.775	941,31
07 Nikolausberg	3.618	1	0,28	400	110,56
08 Geismar	18.074	6	0,33	6.749	373,41
09 Grone	11.467	6	0,52	12.658	1.103,86
10 Herberhausen	1.678	1	0,60	129	76,88
11 Groß Ellershausen	1.428				
12 Hetjershausen	1.137				
13 Knutbühren	141				
14 Elsiehausen	2.838				
15 Eisebeck	619				
16 Holtensen	1.757				
17 Deppoldshausen	18				
18 Roringen	949	1	1,05	140	147,52
<b>01-18 Stadt Göttingen</b>	<b>127.917</b>	<b>46</b>	<b>0,36</b>	<b>67.437</b>	<b>527,19</b>

Die Standorte der Lebensmittelvollsortimenter sind also nur bedingt verteilt anhand der Nachfrage aus ihrem unmittelbaren, fußläufig erreichbaren Umfeld. Betrachtet man die Ausstattung der 69 *statistischen Bezirke* Göttingens anhand ihres Versorgungsgrades (Verkaufsstellen bzw. Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner) ergeben sich hierfür *Variationskoeffizienten*<sup>2</sup> von 2,2 (Verkaufsstellen) bzw. 3,7 (Verkaufsfläche), was auf sehr deutliche Unterschiede des Versorgungsgrades hinweist. Die Verkaufsflächenausstattung variiert demnach wesentlich stärker als die Ausstattung mit Anbietern.

Die Mehrheit der Anbieter ist an Agglomerationsstandorten in räumlicher Nähe zu konkurrierenden und/oder komplementären Anbietern verortet (siehe Tab. 4). Neben der Innenstadt, dem Einkaufszentrum „Kauf Park“ und dem Gewerbegebiet „Lutteranger“ (mit einem ansonsten starken Angebotsschwerpunkt auf Möbel und Einrichtungsgegenstände) sind dies vor allem Fachmarkt-



Foto: T. Wieland

Tabelle 4: LEH-Angebot nach Standorttypen

Standorttyp		Anzahl Verkaufsstellen	Verkaufsfläche [qm]
Agglomeration	Fachmarkt-/Nahversorgungszentrum	13	13.770
	Gewerbegebiet	2	12.323
	Innenstadt	5	7.117
	Shopping Center	4	11.498
Alleinstehend (nicht in Agglomeration)		22	22.729
<b>Gesamt</b>		<b>46</b>	<b>67.437</b>

<sup>2</sup> Der Variationskoeffizient (Quotient aus Standardabweichung und arithmetischem Mittelwert) ist eine normierte Größe für die Varianz einer Verteilung (normiertes Streuungsmaß) und wird häufig zur Darstellung räumlicher Disparitäten (z.B. Pro-Kopf-Einkommen) eingesetzt; vgl. Leßmann, C. (2005): Regionale Disparitäten in Deutschland und ausgesuchten OECD-Staaten im Vergleich (= ifo Dresden berichtet 3/2005).

bzw. Nahversorgungszentren, in denen eigentlich konkurrierende Anbieter *Standortgemeinschaften* (z.B. Nahversorgungszentrum an den Zietenterrassen/Geismar, „Gallus Park“/Nordstadt (siehe Foto)) bilden und somit den Konsumenten *Kopplungs- und Vergleichskäufe* ermöglichen (Prinzip der *Agglomerationsvorteile*).

Insbesondere die großflächigen<sup>3</sup> (ab 800 qm) Anbieter finden sich an Agglomerationsstandorten. In Streulagen innerhalb von Wohngebieten finden sich einige wenige Lebensmittelvollsortimenter, zumeist Supermärkte oder kleine Discounter.

Es muss allerdings berücksichtigt werden, dass die Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs hier zumindest partiell auch über das Lebensmittelhandwerk (insb. Bäckereien) und die im Stadtgebiet breit gesäten Convenience Shops (insb. Kioske) bereitgestellt wird.

Zusammenfassend kann also einerseits von einer – bezogen auf die Stadt als Ganzes – sehr guten Versorgungslage und einer großen Angebotsvielfalt gesprochen werden. Dieses Urteil relativiert sich allerdings deutlich, je danach welche räumliche Aggregationsebene betrachtet wird. Offensichtlich sind einzelne Stadt- bzw. statistische Bezirke nicht oder nur weit unterdurchschnittlich mit Lebensmitteleinzelhandel versorgt.

Da sich aber die Einkaufswege von Konsumenten in den seltensten Fällen nach politisch-administrativen Grenzen richten und „Nähe“ bzw. „Nahversorgung“ sehr unterschiedlich aufgefasst werden kann, soll im Folgenden die Versorgungsqualität anhand von realen Wegentfernungen analysiert werden. Diese haben deutlich mehr Aussagekraft als Versorgungsindikatoren, die sich auf vergleichsweise große administrative Gebiete (Stadtbezirke, statistische Bezirke beziehen).

#### Nahversorgungsqualität unter Berücksichtigung der Erreichbarkeit

Befindet sich ein Anbieter im Teilgebiet x an der unmittelbaren Grenze zu Teilgebiet y, „gehört“ er dennoch zu Teilgebiet x, auch wenn Teile der Bevölkerung aus dem Gebiet y ihm wesentlich näher sind. Daher basieren die folgenden Ergebnisse auf einem realen *Straßennetz* auf der Basis von OpenStreetMap-Daten in Kombination mit der kleinsten Gebietseinheit, den *Baublöcken*, die im Regelfall nur wenige Häuser umfassen.

Zunächst stellt sich jedoch noch die Frage, welche Entfernung für die Operationalisierung von Nahversorgung anzusetzen ist, d.h. bis zu welcher Entfernung von *nah* gesprochen werden kann.

<sup>3</sup> Nach aktueller Rechtsprechung ist ein Einzelhandelsanbieter ab einer Geschossfläche von 1.200 qm bzw. einer Verkaufsfläche von 800 qm als großflächig im Sinne der BauNVO § 11 zu bezeichnen; diese Feststellung beeinflusst insbesondere die Genehmigungspraxis bei Ansiedlungsvorhaben durch die Planungsbehörden.

Leider existiert diesbezüglich keine exakte Definition; die für gewöhnlich angelegten Grenzen liegen zumeist zwischen 500 und 1.000 Metern, wobei neben den realen Straßenentfernungen oftmals auch Luftlinienentfernungen benutzt werden. Ebenso in Frage kämen Zeitradien, wobei auch hier geklärt werden müsste, für welches Verkehrsmittel diese gelten. Um ein möglichst objektives und verkehrsmittelunabhängiges Bild zu erhalten, werden hier Straßenentfernungen (in Metern) zugrunde gelegt.

#### Erreichbarkeit der Anbieter

Karte 2 zeigt den Nahversorgungsradius der 46 Anbieter in 250-Meter-Schritten (bis 250 m, 250 bis 500 m, 500 bis 750 m, 750 m bis 1 km). Insbesondere in der Innenstadt und den nördlich der Innenstadt gelegenen Stadtgebieten überlagern sich die Nahversorgungsradien deutlich, während die westlichen Dörfer, die zusammen ca. 8.000 Einwohner beheimaten, fernab dieser Abdeckung liegen. Doch auch in der Kernstadt offenbaren sich „weiße Flecken“ in Gebieten mit vergleichsweise wenig Einwohnern; insbesondere in der West- und Oststadt fehlen teilweise Anbieter im vordefinierten Straßenentfernungsradius. Eine qualitative Wertung der einzelnen Anbieter ist hierdurch allerdings noch nicht vollzogen, da sie alle gleichermaßen einbezogen wurden.

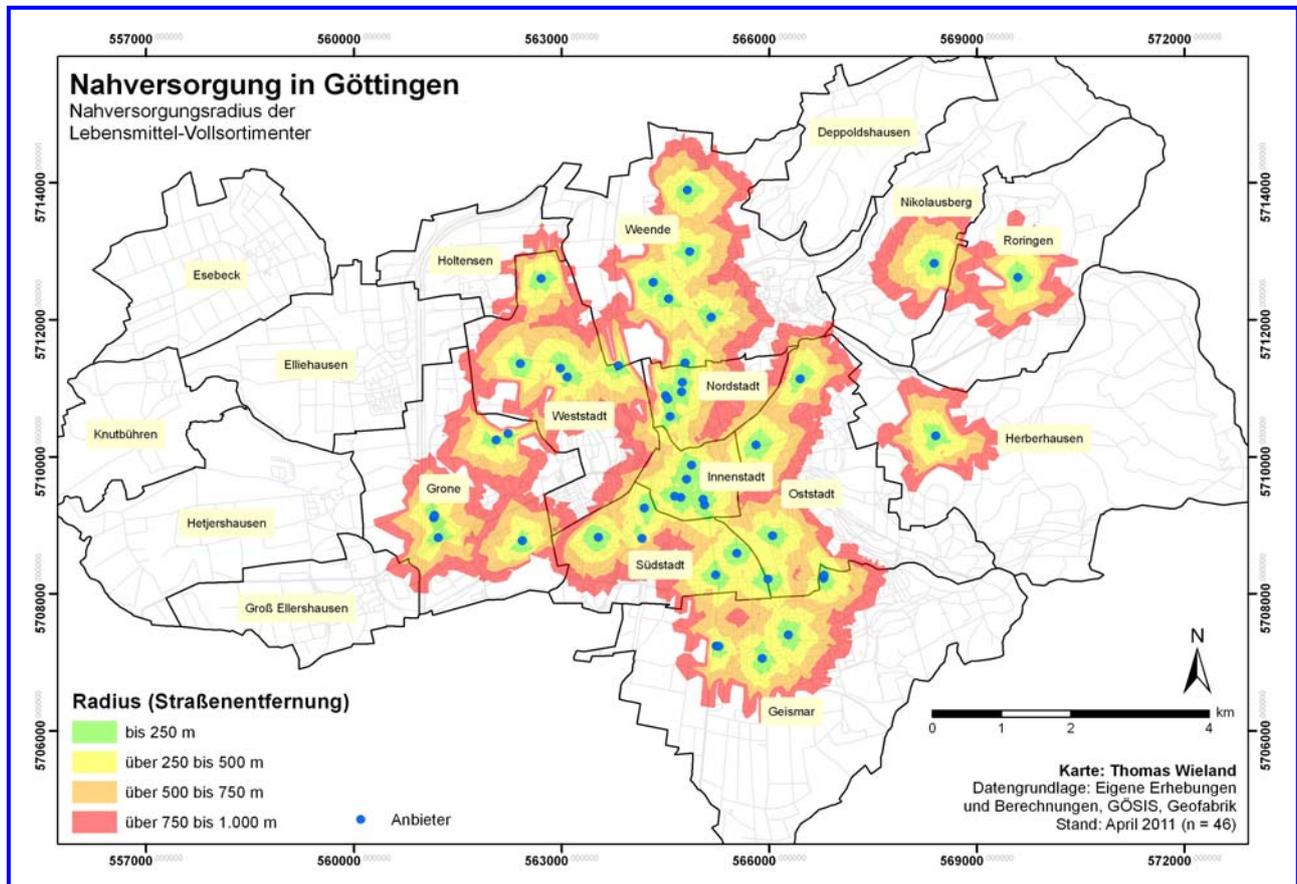
Ausgehend von den Wohnstandorten der Kunden, hier operationalisiert durch die Baublöcke, ergibt sich das in Karte 3 dargestellte Bild, in dem die Straßenentfernungen zum jeweils nächsten Anbieter farblich differenziert dargestellt sind.

Die „weißen Flecken“ aus Karte 2 zeigen sich in Karte 3 in Form von relativ hohen Entfernungswerten. Die Entfernungen beziehen sich jeweils auf die geographische Mitte des jeweiligen Baublocks als Startpunkt.

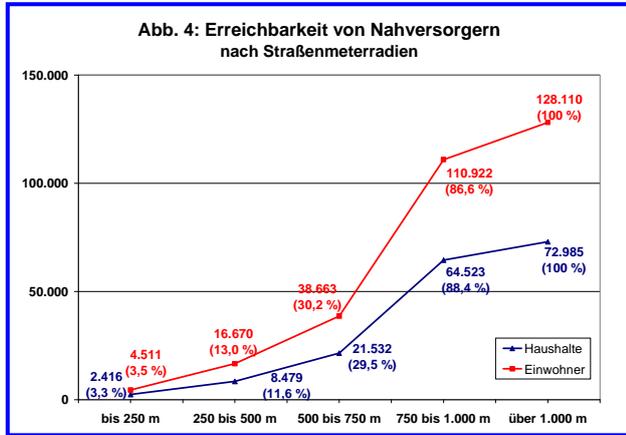
Insbesondere für die Bewohner der City sowie große Teile der Nordstadt ist der nächste Nahversorger weniger als 250 Straßenmeter entfernt. Entfernungen von mehr als einem Kilometer zum nächsten Nahversorger müssen die Bewohner der westlichen Dörfer sowie von Deppoldshausen in Kauf nehmen. Beispielsweise sind aber auch für Bürger, die in Bahnhofsnähe wohnen, die nächsten Nahversorger vergleichsweise weit entfernt.

Da zu den Baublöcken auch sozio-demographische Daten vorlagen, war es möglich, zu berechnen, wie viel *Einwohner* bzw. *Haushalte* sich effektiv innerhalb dieser definierten Radien befinden (siehe Abb. 4). Demnach haben 4.511 Einwohner (3,5 %) bzw. 2.416 Haushalte (3,3 %) einen Nahversorger des genannten Typs (Lebensmittelvollsortimenter) in einem Straßenentfernungsradius von 250 Metern um ihren Wohnort herum zur Verfügung. Die für Nahversorgung häufig als „fußläufig“ angesetzte Grenze von 500 Metern trifft auf 16.670 Einwohner (13,0 %) bzw. 8.479 Haushalte (11,6 %) zu (Die grafische Darstellung erfolgt kumulativ, d.h. in jeder weiteren Stufe sind jeweils die vorigen Einwohner bzw. Haushalte enthalten). Außerhalb des Straßenradius von einem Kilometer zum nächsten Nahversorger wohnen demnach 17.188 Göttinger bzw. 8.462 Haushalte; diese zumeist in den genannten Stadtteilen (Westliche Dörfer, Deppoldshausen).

Karte 2: Nahversorgungsradius der Lebensmittelvollsortimenter



Diese Erreichbarkeitskennziffern geben allerdings nur einen Teil der Wahrheit wieder. Einerseits werden Entfernungen immer subjektiv eingeschätzt, andererseits können auch schon etwa 750 Meter eine unüberbrückbare Entfernung für Menschen darstellen, die in ihrer Mobilität aus unterschiedlichen Gründen eingeschränkt sind.



Ferner bestehen zwischen den Anbietern, die zunächst als „Nahversorger“ verallgemeinert wurden, gravierende Unterschiede hinsichtlich ihrer Betriebsform (z.B. Supermarkt, Discounter, SB-Warenhaus), ihrer Verkaufsfläche und somit auch ihrer Sortimentsbreite und -tiefe sowie beispielsweise auch ihrer Öffnungszeiten; subjektive Konsumentenpräferenzen für bestimmte

Anbieter und deren angebotene Produktlinien einmal völlig außer Acht gelassen.

Die großen SB-Warenhäuser (Real, Kaufland) sind nicht primär Nahversorger, da ihr Einzugsgebiet weit über die Stadtgrenzen hinaus reicht; für die Bewohner in ihrer unmittelbaren Nachbarschaft fungieren sie aber natürlich auch als solche. Kleinflächige Supermärkte hingegen, deren Sortimentstiefe beschränkt ist, orientieren sich hingegen vor allem an der Kundschaft aus ihrem näheren Umfeld.

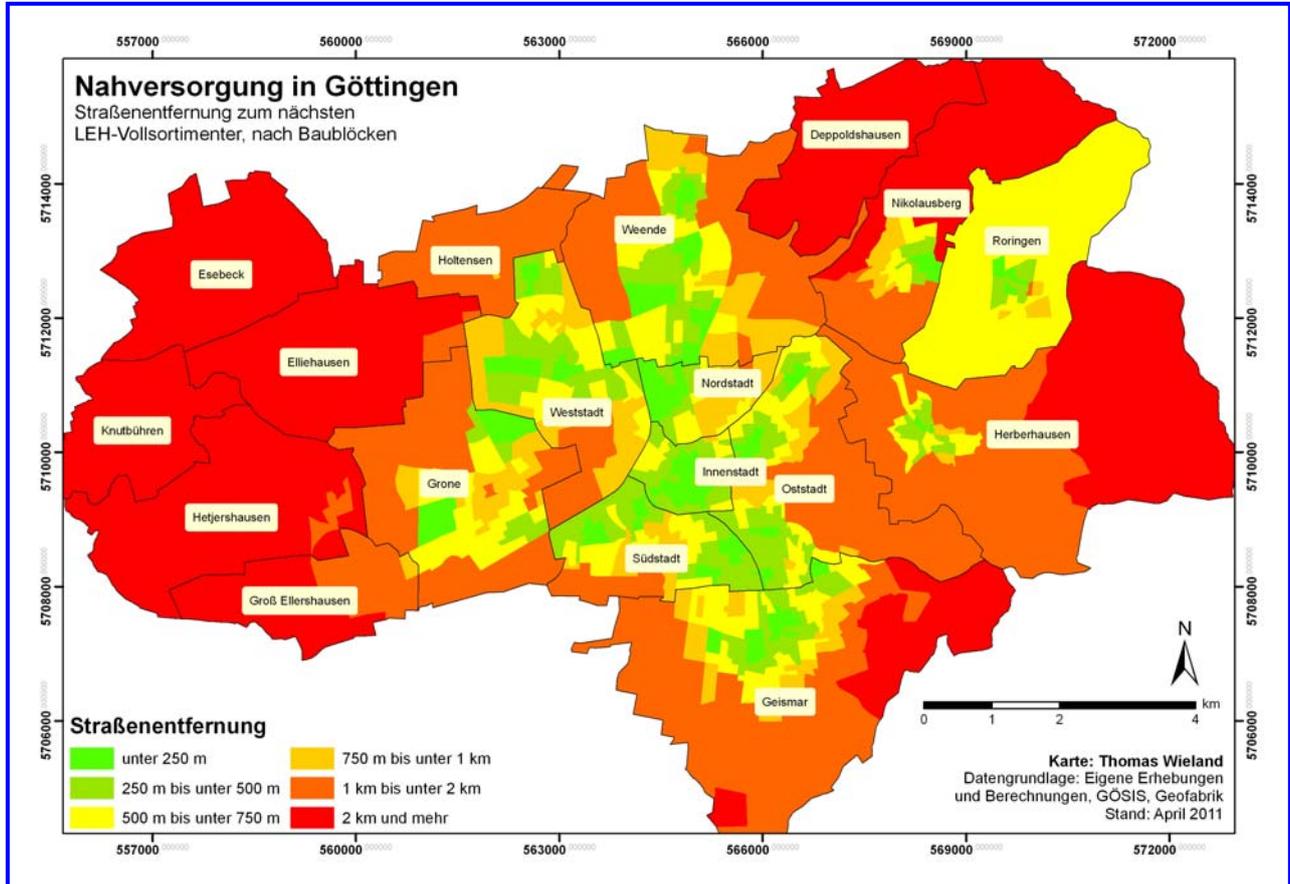
Es bietet sich also an, diese Angebotsvielfalt bei der Nahversorgungsqualität zu berücksichtigen, was Gegenstand folgender Modellrechnung ist.

*Modellrechnung und Versorgungs-Index*

Die Entfernungsdaten wurden über eine Modellkalkulation mit den Angebotsdaten verknüpft. Grundlage ist also die Entfernung zwischen *jedem* Wohnstandort zu *jedem* der 46 Anbieter sowie die „Attraktivität“ dieser Anbieter, hier operationalisiert durch die Verkaufsfläche, die häufig als Attraktivitätsindikator in Modellrechnungen genutzt wird, da sie viel Aussagekraft über die Sortimentsbreite und -tiefe besitzt.

Der Grundgedanke hierbei ist, dass Konsumenten keinesfalls den nächstgelegenen Angebotsstandort aufsuchen, sondern für ein breiteres Angebot auch bereit sind, weitere Strecken in Kauf zu nehmen. Die Anziehungskraft eines Anbieters setzt sich demnach zusammen aus seiner eigenen Angebotsbreite bzw. -tiefe und der Entfernung der Kunden zu ihm.

Karte 3: Straßentfernung zum nächsten Nahversorger



Auf den konkreten Fall übertragen heißt das beispielsweise, dass Bewohner eines bestimmten Gebietes zwar einen naheliegenden Anbieter zum Lebensmitteleinkauf aufsuchen können, jedoch aber auch alle 45 anderen Anbieter theoretisch für diesen Einkauf in Frage kämen. Die Wahrscheinlichkeit, diese zu besuchen, ist allerdings geringer, wenn es sich um gleichrangige Anbieter handelt; sind es aber deutlich attraktivere Geschäfte, ist die Wahrscheinlichkeit sogar höher.

Die Modellrechnung basiert auf dem so genannten Huff-Modell<sup>4</sup>, das zur Modellierung von Marktgebieten im Einzelhandel eingesetzt wird, wobei anhand der erklärenden Größen (Attraktivität, Entfernung) die Interaktionen zwischen den Kundenwohnorten und den Angebotsstandorten geschätzt werden.

Aus der Summe aller Einkaufsmöglichkeiten, verrechnet mit den jeweiligen Distanzen zwischen Wohn- und Einkaufsort, ergibt sich ein für jedes Kundenwohngebiet individueller Wert, der die Versorgungsqualität widerspiegelt (Je höher, desto besser)<sup>5</sup>. Standardisiert man diese Werte anhand des Mittelwerts, ist das Ergebnis ein Index, der die örtliche Situation im Verhältnis zum „Durchschnitt“ setzt.

Wohnt beispielsweise ein Kunde zwischen zwei sehr großen Anbietern, ist sein „persönlicher“ Versorgungs-Index besser als wenn er in direkter Nachbarschaft zu einem sehr kleinen Anbieter wohnt, andere Einkaufsalternativen aber viele Kilometer entfernt liegen.

Karte 4 zeigt die daraus berechneten Versorgungs-Indizes für Göttingen auf der Ebene der Baublöcke.

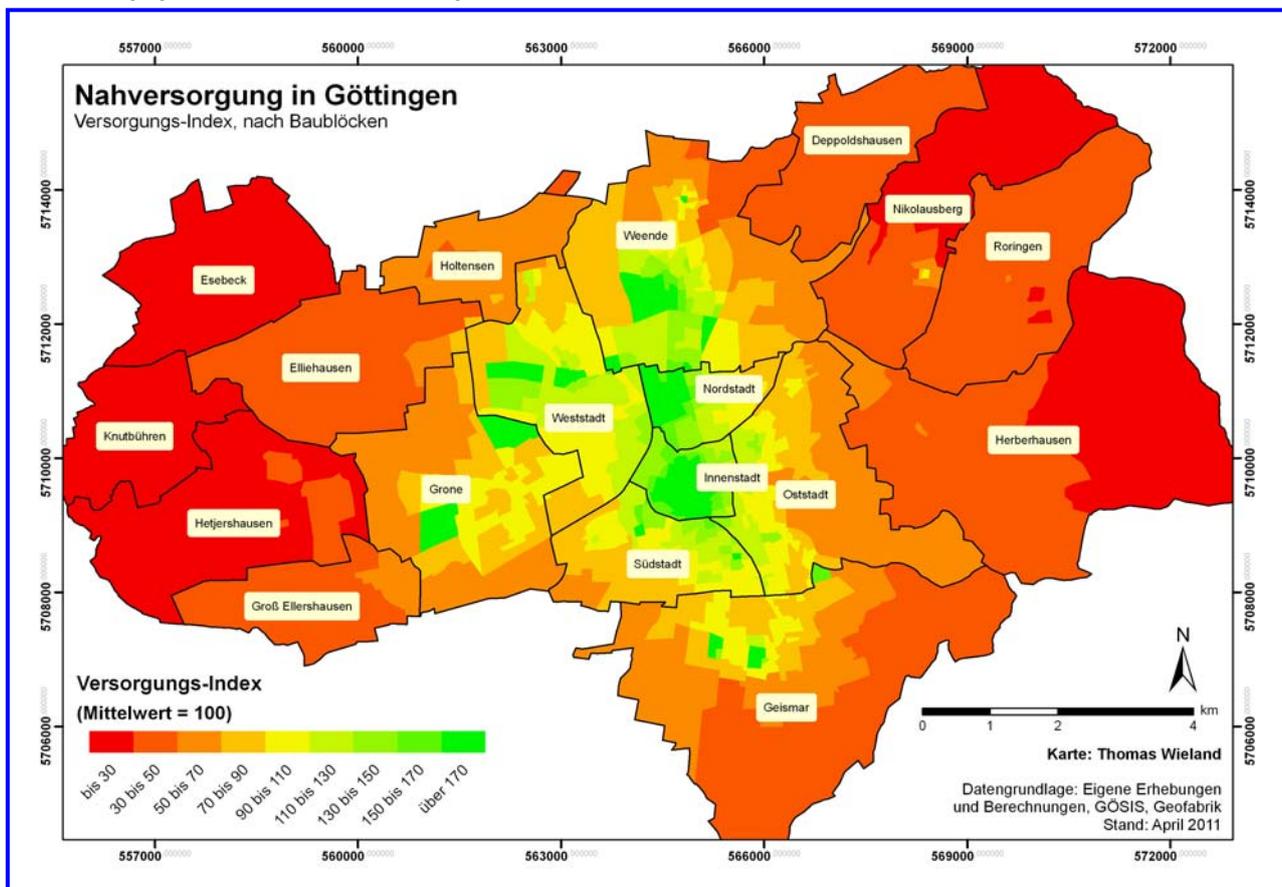
Bedingt relativiert sich das Bild der Versorgungsqualität: Zwar sind weiterhin insbesondere Innenstadt und Nordstadt sehr gut abgedeckt (hier sind auch mehrere großflächige Anbieter verortet), wobei auch die meisten Spitzenwerte vom teilweise drei- bis vierfachen den Durchschnitts erreicht werden. Jedoch sind für beispielsweise Geismar, Teile der Südstadt sowie ohnehin die Oststadt überwiegend unterdurchschnittliche Versorgungswerte festzustellen.

Die unterdurchschnittlichen Werte in Nikolausberg, Herberhausen und Roringen haben ihren Ursprung darin, dass hier zwar jeweils einzelne Anbieter vorhanden sind, diese aber als Supermärkte (oder im Fall von Roringen: genossenschaftlicher Dorfladen) über eine weit unterdurchschnittliche Verkaufsfläche (bzw. Sortimentsbreite und insbesondere Sortimentstiefe) verfügen.

Unterschiede in der Versorgungsqualität in den Bezirken ohne Nahversorger resultieren daher, dass die Entfernungen zu den Anbietern in anderen Bezirken unterschiedlich groß sind.

In jedem Fall offenbaren sich „Lücken“, die durchaus von weiterem Angebot ausgefüllt werden könnten, ohne dass bestehende Anbieter zwangsweise vom Markt gedrängt würden (Beispiele: Holtensen, Holtenser Berg).

Karte 4: Versorgungs-Index auf Basis der Modellrechnung



<sup>4</sup> Vgl. Huff, D.L. (1963): A Probabilistic Analysis of Shopping Center Trade Areas (Land Economics, Vol. 39, Nr. 1, S. 81-90).

<sup>5</sup> Vgl. Schürmann, C. (1999): Schöne neue Einkaufswelt. Eine Methode der Abschätzung der wohnstandörtlichen Versorgungsqualität (= IRPUD-Arbeitspapier Nr. 167).

Tabelle 5: Standortanforderungen ausgewählter Filialisten/Kooperativen des Lebensmitteleinzelhandels

	Grundstücksgröße	Verkaufsfläche	Standortkommune	Einzugsgebiet	Region	Sonstiges
Aldi Nord	4.000-6.000 qm	k.A.	k.A.	k.A.	gesamtes Absatzgebiet	100 Parkplätze; Anlieferung für 40-t-LKW
Edeka E Center	12.000-25.000 qm	2.300-4.500 qm	min. 10.000 Einwohner	min. 25.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	k.A.
Edeka E aktiv Markt	3.000-5.000 qm	500-850 qm	min. 3.000 Einwohner	min. 5.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	k.A.
Edeka neukauf	5.000-12.000 qm	850-2.300 qm	min. 5.000 Einwohner	min. 8.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	k.A.
Kaufland	ab 6.000 qm	Ab 2.000 qm	min. 10.000 Einwohner	min. 25.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	Zentrale / periphere Lage; Baurecht: Sonder- oder Kerngebiet
Lidl	ab 4.000 qm	700-1.300 qm	min. 5.000 Einwohner	min. 10.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	min. 100 Parkplätze; hoch frequentierte Lage; Erreichbarkeit
Netto	ab 4.000 qm	k.A. (1.000-1.200 qm gesamt)	k.A.	über 4.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	gute Erreichbarkeit; zentrale Lage
Penny	ab 4.000 qm	ab 800 qm	min. 5.000 Einwohner	min. 10.000 Einwohner	gesamtes Absatzgebiet	gute Erreichbarkeit; Nähe zu Mitbewerbern (Agglomeration); min. 60-80 Parkplätze
Rewe Supermarkt	k.A.	1.000-2.500 qm	min. 5.000 Einwohner	k.A.	k.A.	gute Erreichbarkeit; zentrale Lage
Rewe City	k.A.	500-1.000 qm	min. 100.000 Einwohner	k.A.	k.A.	gute Erreichbarkeit; zentrale Lage (z.B. Stadtzentrum)
Tegut	mind. 6.000 qm	mind. 1.200 qm (min. 1.600 qm gesamt)	k.A.	k.A.	Hessen, Nordbayern	min. 130 Parkplätze; Nähe zu Discount-Mitbewerbern (z.B. Fachmarktzentrum)
Tegut city	k.A.	350-650 qm (min. 500 qm gesamt)	min. 50.000 Einwohner	k.A.	Hessen, Nordbayern	20 Parkplätze in Standortnähe; hoch frequentierte Lage

Gesamtes Absatzgebiet = Deutschland

Quelle: Unternehmens-Websites (Stand: August 2011)

## Zusammenfassung

Die Untersuchungen zeigen, dass die Gesamtstadt Göttingen über ein sehr breites Angebot an Lebensmitteleinzelhandel verfügt. Jedoch bestehen innerhalb des Stadt-raums große Unterschiede der Nahversorgung und auch der Erreichbarkeit dieser Anbieter. Die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit den Gütern des täglichen Bedarfs ist also nicht gleichermaßen gewährleistet.

Teilweise konzentriert sich das Angebot gemeinsam mit anderen (komplementären und konkurrierenden) Anbietern an bestimmten Standorten, um die daraus resultierenden Agglomerationsvorteile zu nutzen. Es verwundert daher nicht, dass einige Anbieterketten im Rahmen ihrer Expansion sogar explizit die räumliche Nähe von Mitbewerbern suchen (siehe Tab. 5, z.B. Tegut).

In einigen Gebieten, vor allem abseits der Kernstadt, ist ein vorhandenes Angebot weggebrochen; die ausbleibende Nachfrage durch die Bevölkerung vor Ort ist hier sicher ein wesentlicher Grund, da die Einwohner mehrheitlich mobil sind und sich an den Standorten abseits ihrer Wohngebiete orientieren. Umgekehrt erschwert diese Situation den weniger mobilen Bevölkerungsteilen die Nahversorgung vor Ort.

Allerdings existieren auch unterversorgte Gebiete mit relativ hoher Bevölkerungsdichte, die grundsätzlich als Ansiedlungsgebiet in Frage kämen (Beispiele: Holtensen, Holtenser Berg), die Verfügbarkeit eines geeigneten Grundstücks vorausgesetzt. Inwieweit hier Ansiedlungen vorgenommen werden, hängt vom Expansionsstreben der Anbieter und den politisch-planerischen Rahmenbedingungen ab.



**Herausgeber:** Der Oberbürgermeister der Stadt Göttingen,  
Fachdienst Statistik und Wahlen (11/2011/0,6) **Redaktion:** Christine Stephan  
**Text & Grafik:** Thomas Wieland (Geographisches Institut der Universität Göttingen,  
Abteilung Humangeographie), E-Mail-Kontakt: [twielan@gwdg.de](mailto:twielan@gwdg.de)  
**Koordination und Montage:** Dettlef Hatje

Der Verfasser dankt den betreffenden Einzelhandelsunternehmen für die Bereitstellung von Informationen sowie seinen Studierenden für die engagierte und kritische Mitarbeit.

Alle Rechte vorbehalten.  
Vervielfältigung, auch auszugsweise nur mit Quellenangabe gestattet und mit der Bitte um ein Belegexemplar. Für gewerbliche Zwecke ist es grundsätzlich nicht gestattet, diese Veröffentlichung oder Teile daraus zu vervielfältigen, auf Mikrofilm/-fiche zu verfilmen oder in elektronischen Systemen zu speichern.

Anfragen unter Tel. (0551) 400 2774 oder Fax (0551) 400 2409,  
E-Mail: [statistik+wahlen@goettingen.de](mailto:statistik+wahlen@goettingen.de)  
Internet: [www.goesis.goettingen.de](http://www.goesis.goettingen.de)  
[www.wahlen.goettingen.de](http://www.wahlen.goettingen.de)