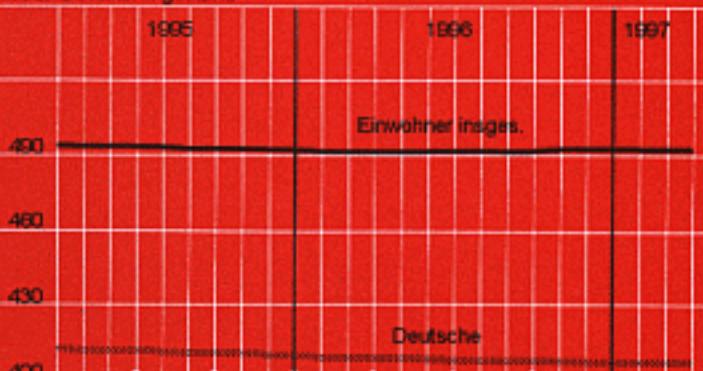


1234'97

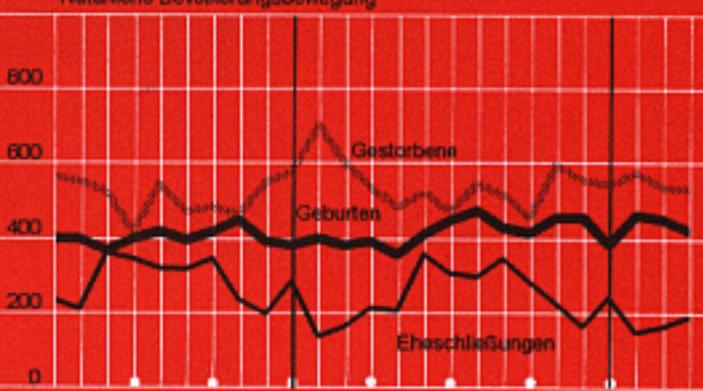
Statistische Nachrichten

der Stadt Nürnberg

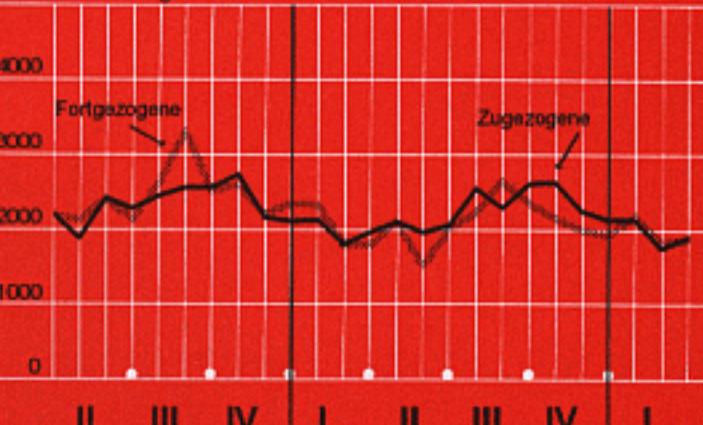
Tsd. Bevölkerungsstand



Natürliche Bevölkerungsbewegung

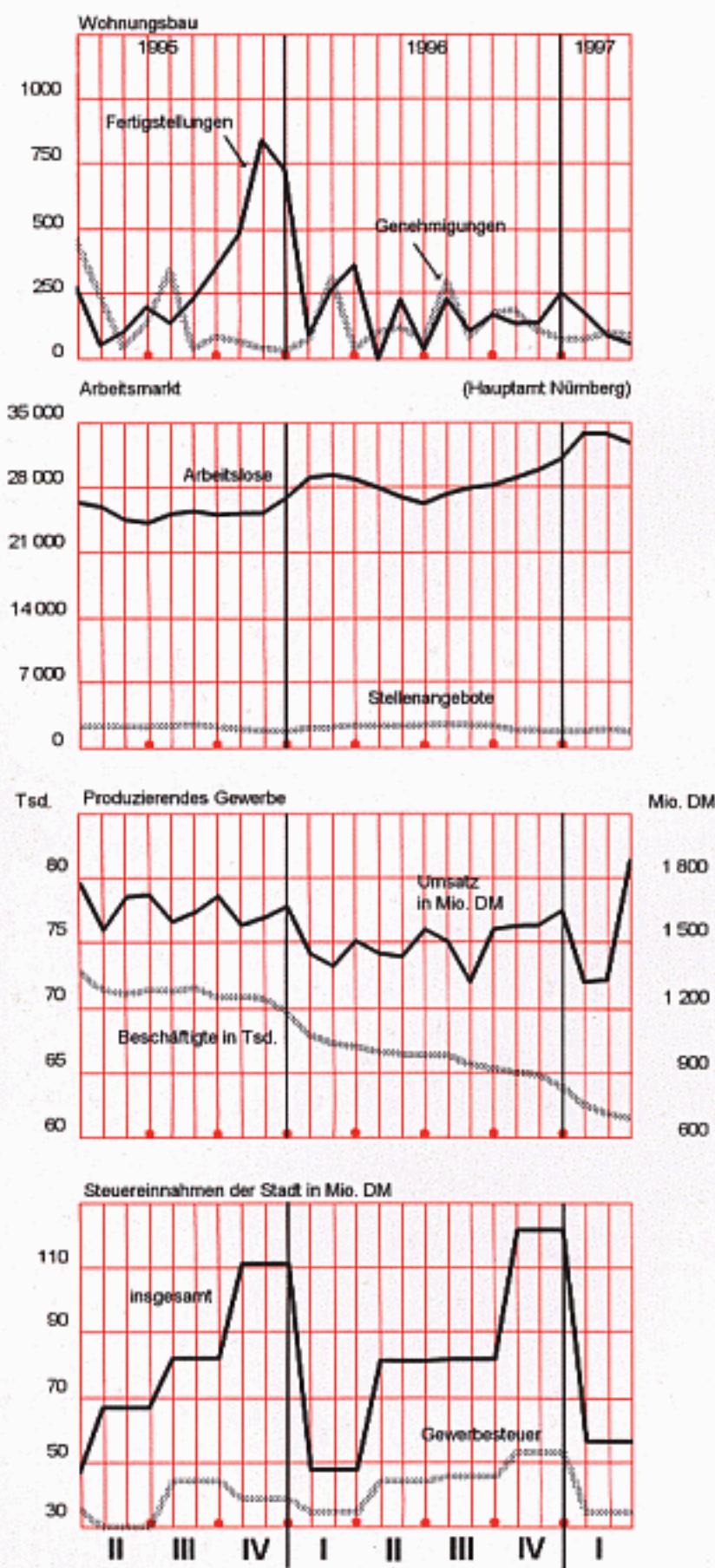


Wanderungen



Beiträge:

- ◆ Ausländer in Nürnberg
- ◆ Zur Attraktivität des Einzelhandels in den Großstädten Deutschlands



Inhalt	Seite	3	♦ Ausländer in Nürnberg
		24	♦ Zur Attraktivität des Einzelhandels in den Großstädten Deutschlands
		2*	Natürliche Verhältnisse
		2*	Gebiets- und Bevölkerungsstand
		3*	Bevölkerungsbewegung
		6*	Wirtschaft
		9*	Bautätigkeit und Wohnungswesen
		11*	Gesundheitswesen
		11*	Bildung, Kultur und Sport
		13*	Sozialwesen
		14*	Öffentliche Sicherheit
		15*	Versorgung und Entsorgung
		16*	Verkehr
		18*	Preise und Preisindices
		19*	Kommunalfinanzen
		20*	Städtevergleich

Erläuterungen

Alle Angaben beziehen sich auf das Gebiet der Stadt Nürnberg nach dem neuesten Stand, soweit nichts anderes vermerkt ist. Bestandszahlen gelten für das Ende der jeweiligen Berichtszeit. Soweit vorliegend, werden die Daten des Statistischen Landesamts, im übrigen eigene Daten und Meldungen städtischer und außerstädtischer Stellen veröffentlicht.

Zeichenerklärung:

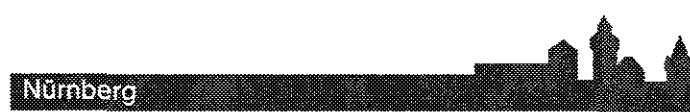
- 123 (*Kursivschrift*) vorläufige Angabe
- Zahlenwert genau Null
- . Zahlenwert unbekannt oder Veröffentlichung nicht möglich
- 0 Zahlenwert weniger als die Hälfte der verwendeten Einheit
- r berichtigte Angaben
- s Schätzwert

Herausgeber

Stadt Nürnberg
 Amt für Stadtforschung und Statistik
 90317 Nürnberg
 ISSN 0944-1492
 Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe
 gestattet

Auskünfte

Amt für Stadtforschung und Statistik
 Nürnberg, Unschlittplatz 7a, Zimmer 17
 (0911) 231 28 43
 Telefax (0911) 231 28 44
 e-Mail sta@stadt.nuernberg.de



Zur Attraktivität des Einzelhandels in den Großstädten Deutschlands

- Erich Walter, Statistisches Landesamt der Freien und Hansestadt Hamburg -

Bei der folgenden Darstellung handelt es sich um einen Aufsatz, der zuerst im Heft 3/1997 der Zeitschrift „Hamburg in Zahlen“ erschienen ist und den wir mit freundlicher Genehmigung des Statistischen Landesamts Hamburg in unveränderter Form noch einmal veröffentlichen. Die Vorteile dieses Vergleichs der 15 größten Städte Deutschlands liegen darin, daß mit Kennzahlen gearbeitet wird, so daß unabhängig von ortsspezifischen absoluten Zahlen ein direkter Vergleich möglich ist.

Zu dem Ziel, gleichwertige Lebensverhältnisse für die Bevölkerung zu schaffen, gehört unter vielen anderen Voraussetzungen auch ein ausreichendes Angebot an Versorgungsmöglichkeiten. Dabei spielt der Einzelhandel als ein Bindeglied zwischen Herstellern und Konsumenten eine wichtige Rolle.

Der innerstädtische Einzelhandel lebt in erster Linie von der Nachfrage der ortsansässigen Kunden. Das Angebot wird aber stets auch zu einem Teil von auswärtigen Käufern in Anspruch genommen. Im folgenden Beitrag wird untersucht, wie unterschiedlich der Einzelhandel auf die Einwohner des Ortes konzentriert ist, wobei die größten Städte Deutschlands miteinander verglichen werden. Eine gewisse zentrale Stellung mit überörtlicher Versorgungsfunktion hat jede Stadt. Hier interessiert, in welchem Maße sich die Städte in dieser Hinsicht unterscheiden.

Als Material dienen die Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung von 1993, deren Angaben für den Ladeneinzelhandel mit der Einwohnerzahl verknüpft werden, damit die errechneten Kennziffern für die verschiedenen Orte vergleichbar werden. Weitere ortsspezifische Verhältnisse wie Bevölkerungsdichte, isolierte Lage, Umlandgegebenheiten usw. lassen sich in diesem Beitrag nicht berücksichtigen.

Für die folgenden Ergebnisse ist auch die unterschiedliche Abgrenzung der Stadtgebiete von Bedeutung; bei Berechnung der Zentralität wirkt sich aus, ob nur der Verdichtungsraum oder außerdem ein sogenannter Randraum mit geringer Bevölkerung innerhalb der Stadtgrenzen liegt. Hierauf mag zurückzuführen sein, daß sich für Hamburg, dessen Verwaltungsgrenzen auch weniger dicht besiedelte Agrar- und Randgebiete umschließen, zwar überdurchschnittliche, aber keine Spitzenwerte ergeben.

Dem Umsatz kommt bei der Ermittlung der Attraktivität für die einzelnen Städte besondere Bedeutung zu. Als Kriterium für die Anziehungskraft eignet er sich deshalb, weil der Umsatz am besten die am Markt realisierte Angebotsleistung eines Gebietes charakterisiert und in ihm alle Einzelkomponenten des Standorts ihren Niederschlag finden.

Dagegen dienen die Parameter Zahl der Ladengeschäfte, Personal und Fläche zwar auch der Charakterisierung der Angebotsstruktur; aber sie sind dabei zunächst nur Indikatoren für die Leistungsbereitschaft, während allein der Umsatz ein Maß für den tatsächlichen Leistungsvollzug darstellt.

In den folgenden Überlegungen wird ein durch viele Untersuchungen bestätigtes Käuferverhalten unterstellt. Erfahrungsgemäß kauft man kurzlebige Güter des täglichen Bedarfs wie Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie- und Apothekenwaren vorwiegend in Wohnnähe; hochwertige Waren und langlebige Gebrauchsgüter werden dagegen eher in Spezial- oder großen Geschäften nachgefragt, die vorwiegend in Städten zu finden sind.

Daher wurden die Geschäfte nach solchen mit Erlösen überwiegend aus dem Verkauf von Waren des periodischen Bedarfs einerseits und des aperiodischen Bedarfs andererseits unterteilt. Da die Ausstrahlung eines Ortes in erster Linie vom Angebot für Waren des aperiodischen Bedarfs ausgeht, stehen diese im Vordergrund der folgenden Betrachtung.

Bei einem Vergleich der Städte hinsichtlich ihrer Attraktivität werden Kennzahlen verwendet. Auf diese Weise ist man unabhängig von dem ortsspezifisch bedingten absoluten Niveau der Zahlen und ein direkter Vergleich der Städte wird ermöglicht. So wird die unterschiedliche Bevölkerungszahl, von der im wesentlichen die örtliche Ausstattung mit Einkaufsmöglichkeiten abhängt, ausgeschaltet. Dadurch erkennt man, daß die auf diese Art relativierte Zahl der Ladengeschäfte für die Deckung des aperiodischen Bedarfs sehr unterschiedlich ist. Sie reicht von fast 50 Geschäften auf 10 000 Einwohner in Köln vor Düsseldorf (42) bis zu nur 21 Läden in Leipzig und 19 Läden in Dresden. Dies ist sicher mit der noch im Aufbau befindlichen Einzelhandelsstruktur und entsprechendem Nachholbedarf verbunden.

Allerdings ist diese breite Streuung allein noch nicht so aufschlußreich, da sich aus ihr keine Rückschlüsse auf die Kapazität ziehen lassen. In wenigen großen Geschäften, namentlich den Warenhäusern, kann der Bedarf im gleichen oder grō-

ßeren Umfange gedeckt werden als in mehreren kleineren Einkaufsstätten.

Allen Städten gemeinsam ist, daß der Besatz mit Läden für den nichtperiodischen Bedarf weit größer ist als mit Läden für den täglichen Bedarf. Diese Aussage trifft auch auf die weiteren Merkmale zu.

Ein ebenfalls großes Gefälle herrscht bei den Beschäftigten, die in Läden mit überwiegend Waren des aperiodischen Bedarfs tätig sind. Auch hier hat Köln die höchste Anzahl mit 347 Beschäftigten je 10 000 Einwohner mit weitem Abstand vor München (290), Hannover (288) und Nürnberg (281). Dresden (116) und Leipzig (108) liegen erheblich niedriger und bilden damit die Schlußlichter.

Diese Kennzahl charakterisiert die Leistungsfähigkeit einer Großstadt hinsichtlich der Einzelhandelsversorgung wesentlich besser als der Ladenbesatz; man kann davon ausgehen, daß die Beschäftigtenzahl in einer positiven Relation zu der Nachfrage steht. Allerdings ist auch hier ein einschränkender Hinweis erforderlich, da die Bedienungsform nicht berücksichtigt ist. Je stärker die Selbstbedienung angewendet wird, desto geringer ist bei gleicher Leistung die Beschäftigtenzahl.

Ebenso wie die Ladengeschäfte und die Beschäftigten ist die Verkaufsfläche ein Merkmal, das die Leistungsbereitschaft charakterisiert, ohne daß man davon gleich auf die erbrachte Leistung schließen kann. Hier führt Köln (11 400 m²), das schon bei den Läden und Beschäftigten die Spitze einnahm mit Abstand vor Nürnberg (10 250 m²) und Bremen (9300 m²). Die niedrigste Flächenkapazität bezogen auf die Einwohner verzeichneten bei den Ladengeschäften für Gebrauchsgüter wiederum Dresden (3650 m²) und Leipzig (3100 m²). Auch Berlin (4800 m²) lag bei diesem Merkmal weit unter dem Durchschnitt.

Die wichtigste Kennziffer ist der Umsatz je 10 000 Einwohner; dieser Wert bringt die tatsächliche Leistung in einem Ort zum Ausdruck. Wird der Umsatz auf die Einwohner bezogen, so wird das relative Umsatzvolumen erkennbar und kann als Indikator zur Beschreibung der Zentralität der Städte herangezogen werden. Er wird beeinflußt durch die örtliche Nachfrage und die aus dem Umland einströmende Kaufkraft. Je höher für eine Stadt die Umsätze aus Waren des aperiodischen Bedarfs je Einwohner im Vergleich zu einer anderen Stadt sind, desto größer ist die Attraktivität dieser Stadt gegenüber der anderen.

Zu einem Unterschied mögen unter Umständen auch verschiedene Einkommensstrukturen führen. Man kann aber davon ausgehen, daß im wesentli-

chen die außerörtliche Nachfrage zu einem höheren Indikator beiträgt.

Der Umsatz aus Gütern des aperiodischen Bedarfs ist relativ am stärksten in Köln (88 Millionen DM), München (79 Millionen DM) und Hannover (75 Millionen DM). Städte, die vorher schon durch überdurchschnittliche Werte hervortraten und somit die größte überörtliche Bedeutung der hier aufgeführten Metropolen haben. Am unteren Ende der Skala liegen wiederum die beiden ostdeutschen Städte mit Werten um 25 Millionen DM.

Bei dieser Rangfolge spielen neben der Nachfrage nach langlebigen Gebrauchsgütern von außerhalb sicher das Preisniveau und die Höhe sowie Struktur des verfügbaren Einkommens der Einwohner von Ort zu Ort eine Rolle.

Auch die Abwanderungen der städtischen Einwohner in das Umland waren unterschiedlich stark. Bei diesem Zentralitätsindikator fällt die Spannbreite zwischen dem höchsten (88 Millionen DM bei Köln) und dem niedrigsten Wert (24 Millionen DM bei Leipzig) auf. Es bleibt anderen Untersuchungen vorbehalten zu ermitteln, welche außer den genannten Faktoren noch besonderen Einfluß ausüben.

Traten bei der Betrachtung der bisherigen Merkmale zwar jeweils verschiedene Städte hervor, so ist doch erkennbar, daß bestimmte Orte auch mehrfach in der oberen beziehungsweise unteren Gruppe der Rangfolge anzusiedeln waren.

So ergibt sich, daß von einer besonders deutlichen überörtlichen Bedeutung des Angebots von Waren des aperiodischen Bedarfs bei Köln und Düsseldorf gesprochen werden kann; aber auch München und Hannover können hier genannt werden. Dagegen befinden sich am unteren Ende der Skala der hier untersuchten Städte Leipzig, Dresden, Berlin und Duisburg. Hamburg liegt bei allen vier Merkmalen über dem Durchschnitt.

Die Struktur der Nachfrage bleibt nicht ohne Auswirkung auf die Struktur des Ladeneinzelhandels. Wurden bisher bevölkerungsbezogene Kennzahlen betrachtet, so sollen nun betriebsbezogene Größen verglichen werden. Wie aus der Tabelle hervorgeht, ist die Personalintensität – berechnet aus Beschäftigten je Ladengeschäft – in Stuttgart und Nürnberg am größten. Je Laden werden über neun Personen beschäftigt; in den meisten anderen Städten sind es dagegen sieben bis acht Mitarbeiter. Nur Leipzig und Dresden fallen mit weniger als sechs Beschäftigten aus dem Rahmen.

Bei der durchschnittlichen Größe der Geschäfte liegt Nürnberg mit 340 m² Verkaufsfläche je Ladengeschäft weit an der Spitze; erst mit Abstand folgt Dortmund an zweiter Stelle. Schlußlicht bilden hier die Städte Dresden, Berlin und Leipzig, wobei die beiden letztgenannten Städte knapp auf die Hälfte des Wertes von Nürnberg kommen.

In den umsatzbezogenen Ziffern kommt die Leistung der eingesetzten Produktionsfaktoren zum Ausdruck. Der Einzelhandel in München hält bei allen drei Faktoren die Spitzensposition. Der Umsatz – bezogen auf Geschäft, Beschäftigte sowie Verkaufsfläche – liegt jeweils weit über dem Durchschnitt. Ebenfalls in allen drei Positionen überdurchschnittlich sind die Ergebnisse für Frankfurt am Main und für Hannover. Dresden, Duisburg und Leipzig bilden für alle drei beziehungsweise zwei Merkmale die Schlußlichter. Im einzelnen fallen bei Duisburg die niedrigsten Werte für die Beschäftigten- sowie die Verkaufsflächenproduktivität auf.

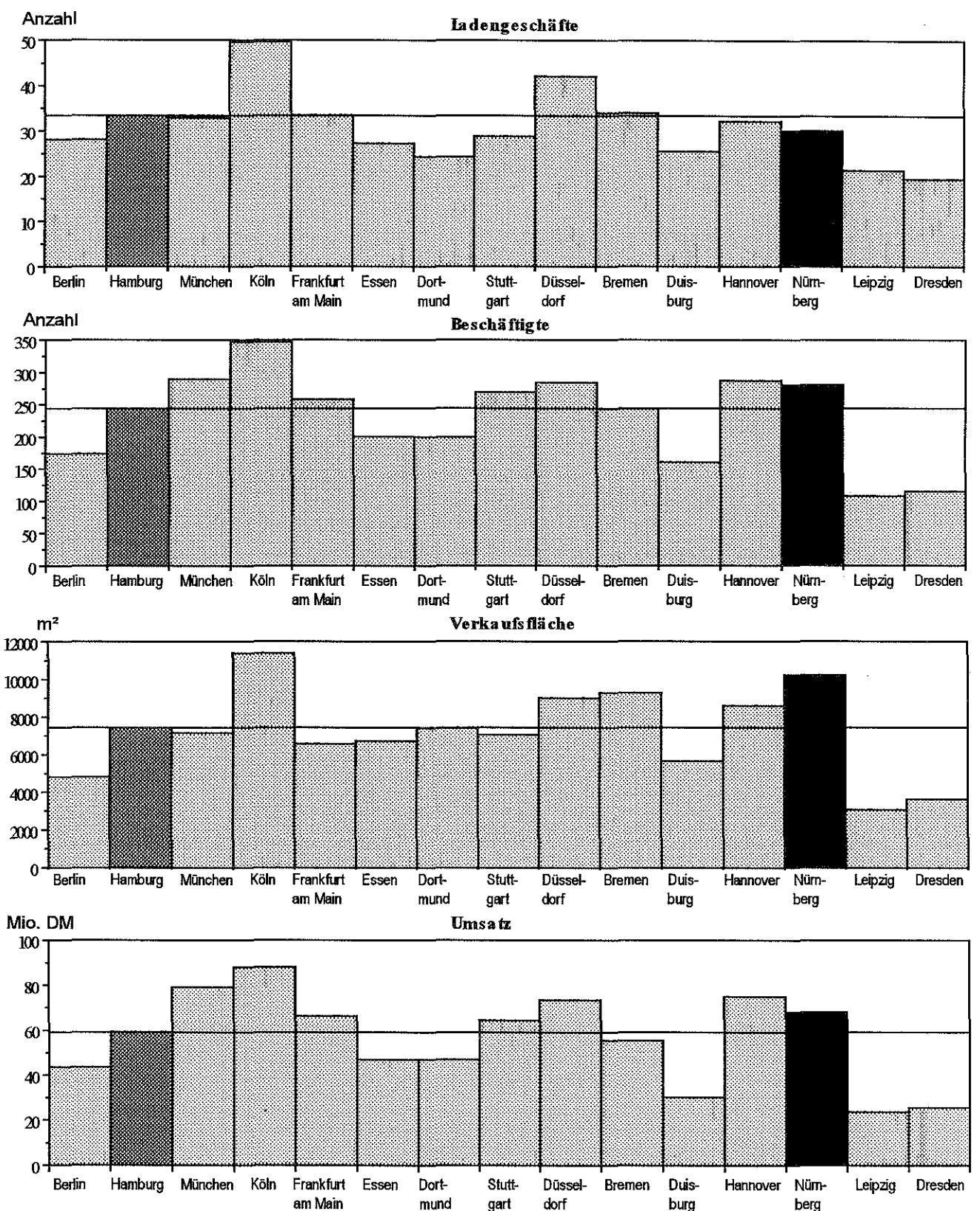
Hamburg liegt bei den Ergebnissen dieser Tabelle für alle Merkmale sehr nahe am Durchschnitt. Trotz der attraktiven City halten die interessanten Angebote von Einzelhandelskonzentrationen Teile der Nachfrage im Umland.

Beschäftigte und Verkaufsflächen am 30. April 1993 sowie Umsatz 1992 im Einzelhandel¹⁾ in den größten Städten Deutschlands

Stadt	Beschäf-	Verkaufs-	Umsatz		
	tigte		je Laden-	je Be-	je m ²
	Anzahl	m ²	geschäft	schäf-	Verkaufs-
Berlin	6,2	171	1 548	251	9,0
Hamburg	7,3	223	1 773	242	8,0
München	8,8	218	2 406	273	11,1
Köln	7,0	230	1 775	254	7,7
Frankfurt am Main	7,7	195	1 973	257	10,1
Essen	7,4	247	1 721	234	7,0
Dortmund	8,2	305	1 928	235	6,3
Stuttgart	9,3	245	2 229	239	9,1
Düsseldorf	6,8	214	1 746	259	8,2
Bremen	7,2	273	1 630	228	6,0
Duisburg	6,3	222	1 186	188	5,4
Hannover	8,9	267	2 322	260	8,7
Nürnberg	9,3	340	2 251	242	6,6
Leipzig	5,1	144	1 106	218	7,7
Dresden	5,9	187	1 323	222	7,1

1) überwiegend Waren des aperiodischen Bedarfs

**Ladengeschäfte des Einzelhandels¹⁾, Beschäftigte und Verkaufsflächen am 30. April 1993
sowie Umsatz 1992 in den größten Städten Deutschlands**
- je 10 000 Einwohner -



1) überwiegend Waren des aperiodischen Bedarfs