

DIE CITY ALS STANDORT
FÜR EINZELHANDELSBETRIEBE
DARGESTELLT AM BEISPIEL DER CITY VON KÖLN

von

DIPL.-KFM. DR. INGO BIEBERSTEIN



VERLAG OTTO SCHWARTZ & CO · GÖTTINGEN

1989

I N H A L T S V E R Z E I C H N I S

	<u>Seite:</u>
Verzeichnis der Übersichten	VI
Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen	IX
<u>Einleitung: Grundlagen, Ziel, Aufbau und Methode der Untersuchung</u>	1
I. Begriffliche Abgrenzungen	2
A. Zum Begriff des Einzelhandels, der City und der City-Besucher	2
1. Zum Wesen des Einzelhandels	2
2. Zum Wesen der City und ihrer Besucher	4
3. Charakterisierung von City-Einzelhandelsbetrieben	5
B. Zum Wesen des Standortes und der Standortfaktoren	9
1. Der Terminus des Standorts in der Standorttheorie	10
2. Standortfaktoren und ihre Determinanten als Entscheidungsgrößen in der Standortpolitik	12
II. Ziel, Aufbau und Methodik der Arbeit	14
A. Zielsetzung und grundlegender Aufbau	14
B. Methodik der Arbeit	17
III. Die Stadt Köln als Untersuchungsgegenstand	20
A. Wirtschaftsgeographische Abgrenzung des Untersuchungsgegenstandes	20
B. Strukturmerkmale der Stadt und des Kölner Einzelhandels	24
C. Die Kölner City als historisches Zentrum für Einzelhandelsbetriebe	25
IV. Darstellung eines einzelhandelsrelevanten Standortfaktorenkataloges	27
A. Zur Notwendigkeit und Problematik eines Standortfaktorenkataloges	27
B. Analyse der Standortfaktoren in der Literatur	29

	<u>Seite:</u>
C. Entwicklung eines Standortfaktorenkataloges für City-Einzelhandelsbetriebe	30
<u>1. Teil: Analyse der Standortfaktoren der Kölner City für Einzelhandelsbetriebe</u>	37
I. Generelle Veränderungen der Standortbedingungen in bundesdeutschen Cities	37
II. Analyse der Standortfaktoren der Kölner City für Einzelhandelsbetriebe	39
A. Die Struktur des Standortes	39
1. Die Lage der Kölner City und der in ihr lokalisierten Einzelhandelsbetriebe	39
2. Die geographische Größe des Einzugsgebietes	40
3. Der Fremdenverkehr in der Stadt Köln	45
B. Die Bevölkerung im Einzugsgebiet	47
1. Bevölkerungsbestand und -verteilung	48
2. Demographische und ökonomische Merkmale	50
a. Die Altersstruktur	51
b. Die privaten Haushalte und ihre Familienstruktur	53
c. Die ausländische Bevölkerung	54
d. Die Kaufkraft der Bevölkerung	54
3. Die Pendlerbewegungen der Bevölkerung	57
4. Psychographische Merkmale der Bevölkerung im Einzugsgebiet	58
a. Motive eines City-Besuchs	58
b. Die Einkaufsorte der Bevölkerung	60
c. Die Einkaufsstätten der Bevölkerung	63
d. Einkaufshäufigkeit und Einkaufsdistanzen	63
e. Durchschnittliche Einkaufsbeträge	66
C. Das Umfeld der Kölner City	68
1. Betriebliches Umfeld der City	69
a. Einzelhandelsstruktur	70
b. Dienstleistungsstruktur	86
2. Sonstige Wirtschaftsbereiche und zentrenfördernde Einrichtungen in der City	87

3. Sonstige das Umfeld prägende Faktoren	89
D. Konkurrenzbeziehungen des City-Einzelhandels	90
1. Konkurrenz innerhalb des Untersuchungsbereichs	91
a. Konkurrenz innerhalb und zwischen gewachsenen Einkaufsstraßen	91
b. Konkurrenz zwischen geplanten, city-integrierten Einkaufszentren und gewachsenen Einkaufsstraßen	95
c. City-integrierte Fachmärkte als Konkurrenz des klassischen City-Einzelhandels	97
2. Konkurrenz von außerhalb des Untersuchungsbereichs	98
a. Einzelhandelsstandorte in den Stadtteilzentren	99
b. Einzelhandelsstandorte in den Umlandzentren und auf der "grünen Wiese"	103
E. Verkehr in der Kölner City	108
1. Erreichbarkeit der City	108
a. Erreichbarkeit mit dem ÖPNV	109
b. Erreichbarkeit mit dem PKW	112
ba. Analyse des fließenden Verkehrs	112
bb. Analyse des ruhenden Verkehrs	116
2. Fußgängerverkehr	121
F. Kapazität, Kosten und Qualität des Raums in der Kölner City	129
1. Raumkapazitäten	129
2. Raumkosten	131
3. Raumqualität als Komponente des äußeren Erscheinungsbildes der Einkaufsstraßen	135
G. Standortbezogene Gesetzesvorschriften für City-Einzelhandelsbetriebe	139
1. Bäuplanungsrechtliche Vorschriften	140
2. Bauordnungsrechtliche Vorschriften	143
3. Verkehrsrechtliche Vorschriften	144
4. Gewerberechtliche Vorschriften	145
5. Steuerrechtliche Vorschriften	145

III. Zusammenfassung veränderter Standortfaktoren der Kölner City und deren Auswirkungen	147
A. Zusammenfassung veränderter Standortbedingungen	147
B. Auswirkungen auf die Attraktivität der City als Einkaufsort	148
C. Auswirkungen auf die Nutzung der City als Einkaufsort	153
D. Betriebswirtschaftliche Auswirkungen	155

2. Teil: Analyse exogener und endogener Standorteinflüsse als mögliche Ursachen veränderter Standortfaktoren 160

I. Vorbemerkungen zu den Einflußgrößen	160
--	-----

X II. Exogene Einflüsse aus dem staatlichen Bereich	163
---	-----

A. Veränderte standortbezogene Gesetzgebung als standortübergreifender Einfluß	165
--	-----

B. Von staatlichen Organen der Durchführung der Gesetzgebung ausgehende standortübergreifende Einflüsse	170
---	-----

1. Politik des Bundesbauministeriums	170
--------------------------------------	-----

2. Politik des Ministeriums für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen	170
---	-----

C. Von städtischen Programmen und standortbezogenen Maßnahmen der Stadt ausgehende köln-spezifische Einflüsse	172
---	-----

1. Rahmensetzende Programme der Stadt Köln sowie daraus resultierende direkte standortbeeinflussende Maßnahmen	173
--	-----

2. Ergänzende standortbezogene Maßnahmen	190
--	-----

3. Sonstige köln-spezifische Einflußgrößen	194
--	-----

III. Exogene Einflüsse aus dem gesellschaftlichen Bereich	195
---	-----

A. Standortübergreifende Einflüsse	195
------------------------------------	-----

1. Wandel gesellschaftlicher Bereiche	195
---------------------------------------	-----

a. Gestiegene Mobilität der Konsumenten	195
---	-----

b. Stadt-Umlandwanderung der Bevölkerung	197
--	-----

c. Geändertes Einkaufsverhalten	199
---------------------------------	-----

2. Politik formeller Gruppen	202
------------------------------	-----

3. Politik informeller Gruppen	204
--------------------------------	-----

4. Technischer Fortschritt	204
----------------------------	-----

	<u>Seite:</u>
B. Köln-spezifische Einflüsse	206
1. Politik des Einzelhandelsverbandes der Stadt Köln	206
2. Politik der Industrie- und Handelskammer zu Köln	208
3. Parteien und ihre Kommunalpolitik	210
4. Interessengemeinschaften	212
5. Private Investoren in der Stadt Köln	216
6. Der Arbeitsmarkt in der Kölner Region	220
7. Sonstige köln-spezifische Einflüsse	221
IV. Endogene Einflüsse als Ursache sich ändernder Standortfaktoren	222
V. Zusammenfassung der Ergebnisse durch Gegenüberstellung von Standortfaktoren und Einflußgrößen	228
<u>3. Teil: Ansatzstellen für eine systematisch ausgerichtete Standortpflege</u>	231
I. Nutzungsmöglichkeiten der Systeme von Standortfaktoren und Einflußgrößen im Rahmen der Standortkontrolle	231
II. Betriebliche Reaktionsmöglichkeiten im Rahmen der Standortpflege	238
<u>Zusammenfassung und Ausblick</u>	248
I. Zusammenfassung der wesentlichen Erkenntnisse	248
II. Ausblick	255
Anhang	259
Verzeichnis der Literatur	333