

Immer weniger Menschen aus dem Umland kaufen in Heidelberg ein

IHK-Studie zeigt: Heidelberger geben ihr Geld lieber in ihrer Heimatstadt, ungern auswärts aus

Von Timo Teufert

Heidelberg ist sich selbst genug: Eine aktuelle Untersuchung der Universität Mannheim für die Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar zu den Kaufkraftströmen in der Metropolregion (siehe Artikel auf der Seite Metropolregion) kommt zu dem Ergebnis, dass die Heidelberger selbst zwar gerne in ihrer Stadt einkaufen, das Umland jedoch nicht.

Im Vergleich zu den anderen beiden Oberzentren der Region, Mannheim und Ludwigshafen, weist Heidelberg den geringsten Kaufkraftabfluss auf. Rund 94 Prozent der Kaufkraft können in der Stadt gebunden werden, das heißt: Die meisten Heidelberger geben ihr Geld in der eigenen Stadt aus. In Mannheim sind es 92 Prozent, in Ludwigshafen nur gut 62 Prozent. Der geringe Kaufkraftabfluss in Heidelberg lasse sich mit der vergleichsweise großen Distanz zu den Städten Mannheim und Ludwigshafen erklären, so die Forscher der Universität. Das Ziel der geringen Abflüsse ist jedoch auch klar: Der größte Teil geht nach Mannheim, gefolgt von Ludwigshafen, Leimen, Schwetzingen und Dossenheim. Zusammen machen die Abflüsse in diese fünf Gemeinden rund 50 Prozent aller Heidelberger Kaufkraftabflüsse aus.

Immer noch erhebliche Probleme hat

Heidelberg jedoch bei den Kaufkraftzuflüssen. Zu wenig Menschen aus dem Umland kommen in die Stadt, um hier einzukaufen. Während Spitzenreiter Mannheim fast 700 Millionen Euro an Kaufkraftzuflüssen hat, folgt Ludwigshafen bereits abgeschlagen mit rund 450 Millionen Euro. Mit nur gut 280 Millionen Euro

Die Menschen, die nach Heidelberg zum Einkaufen kommen, stammen aus den direkten Nachbargemeinden: An der Spitze stehen Dossenheim, Leimen und Neckargemünd, gefolgt von Eppelheim, Schriesheim und Edingen-Neckarhausen. Danach folgen Hirschberg, Sandhausen, Nußloch, Wilhelmsfeld und Schwetzingen auf der Rangliste.

Aus der weiteren Umgebung, vor allem den Mittelzentren mit ihrem Umsatzpotenzial von 260 Millionen Euro, kommen kaum Menschen in die Neckarstadt zum Einkaufen. Gut 61 Prozent gehen nach Mannheim, knapp 28 Prozent nach Ludwigshafen und nur gut elf Prozent nach Heidelberg. Nur aus den Mittelzentren, die südlich und insbesondere östlich von Heidelberg liegen, kommen die höchsten Anteile an Kaufkraftzuflüssen. Dazu gehören Wiesloch, Walldorf, Sinsheim und Eberbach.

Die Studie bestätigt, dass die Bedeutung von Heidelberg als Einzelhandelsstandort im Umland auf einem niedrigen Niveau sta-

gniert. Das zeigt der so genannten „Zentralitätsindex“, mit dem man die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort misst. Eine attraktive Stadt zeichnet sich dadurch aus, dass sie mehr Kaufkraft an sich binden kann, als ihre Einwohner zur Verfügung haben. Dieser Index sinkt seit Jahren: 1997 lag er noch bei 145, 2008 bei 128 und im letzten Jahr erreichte er einen Tiefststand von 125.



Die Heidelberger kaufen gerne in ihrer Stadt ein. Aus dem Umland kommen jedoch nur wenige. Foto: Friederike Hentschel

rangiert Heidelberg bei den Oberzentren auf Platz drei. Grund dafür ist nach Ansicht der Wissenschaftler, dass Heidelberg im Vergleich zwischen den Oberzentren die geringste Verkaufsfläche hat. Mit einer Verkaufsfläche von 611 000 Quadratmetern ist Mannheim der größte Einzelhandelsstandort der Region, Ludwigshafen folgt mit 295 000 und Heidelberg mit 238 000 Quadratmetern.