

# Odenwälder kaufen am liebsten im Ort

Ansonsten sind die drei großen Städte der Metropolregion Magneten für Konsumenten – IHK legte Kaufkraftstromanalyse vor

Von Harald Berlinghof <sup>RNZ</sup> 19.10.10

**Mannheim/Rhein-Neckar.** Ganz besonders standorttreu wenn es ums Einkaufen geht, ist man in der „Raumschaft“ Neckar-Odenwald. Buchener und Mosbacher geben beim kurzfristigen Bedarf (Lebensmittel und Körperpflegeprodukte) beinahe 100 Prozent ihrer Kaufkraft im eigenen Ort aus und auch beim mittel- und langfristigen Bedarf (Bekleidung, Einrichtung, Technik, Bücher usw.) bleiben über 90 Prozent der Kaufkraft im Heimatort.

Bei solchen Kennzahlen kann nur noch Landau in der Pfalz mithalten, das mit seiner Einzelhandels-Attraktivität ein separates kleines Kraftzentrum in der Südpfalz bildet (siehe nebenstehende Karte der Kaufkraftsaldo-Ströme), wie sich in der von der IHK Rhein-Neckar beim Lehrstuhl für Wirtschaftsgeografie der Uni Mannheim in Auftrag gegebenen „Einzelhandels- und Kaufkraftstromanalyse für die Metropolregion Rhein-Neckar (MRN)“ zeigt.

Die engste Verknüpfung der Städte und Gemeinden über die Zu- und Abflüsse bezüglich der Kaufkraft findet sich erwartungsgemäß im Zentrum der Metropolregion. Dort liegen auf engstem Raum die drei Oberzentren Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen sowie zahlreiche starke Mittelzentren wie Schwetzingen, Weinheim, Wiesloch, Walldorf und Viernheim

heim dicht zusammen. Und die Entfernung, die jemand überwinden muss, um einen attraktiven Einzelhandelsstandort zu erreichen, spielt eine bestimmende Rolle bei der Wahl des Einkaufsortes.

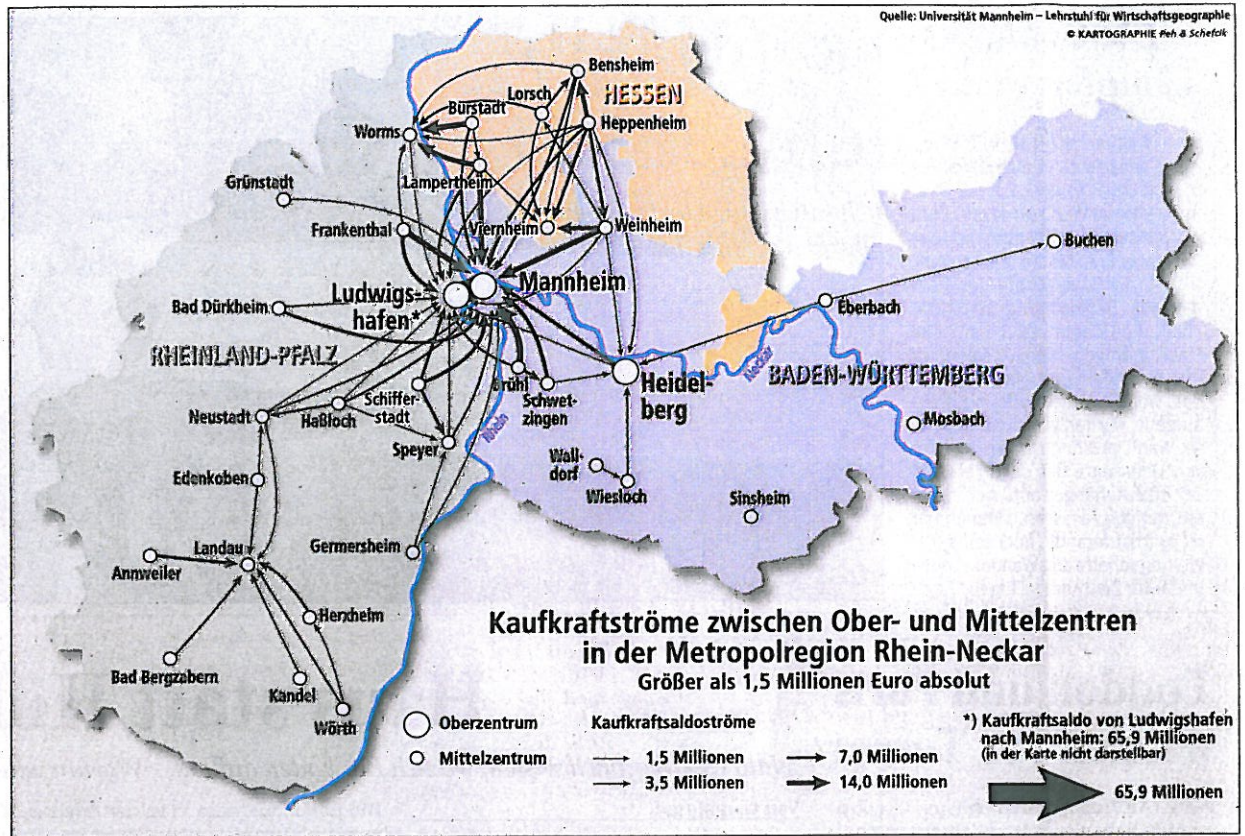
Deshalb profitiert auch Mannheim ganz besonders stark von der Nachbarstadt Ludwigshafen, die nur einen Katzensprung „iwwer die Brigg“ entfernt ist. Dennoch bildet der Rhein, wie aus der Analyse der Kaufkraftströme erkennbar wird, offenbar trotz „fünf Jahren Metropolregion“ noch immer eine psychologische Grenze für die Metropolitaner. Zwischen Hessen und der Pfalz gibt es zwar erkennbare Kaufkraftabflüsse in Richtung Worms, südlich von Mannheim spielt sich indes

in dieser Hinsicht kaum etwas ab. Von Speyer aus fließt quasi nichts in Richtung Baden-Württemberg – Ausnahme auch hier wieder Mannheim.

Die in dieser Form erstmals vorgelegte Analyse der Kaufkraftströme der Metropolregion Rhein-Neckar soll vor allem der IHK Rhein-Neckar als ein erster „Kompass“ dienen bei der Beratung der Kommunen und von ansiedlungswilligen Einzelhandels-Unternehmen, wie IHK-Präsident Gerhard Vogel betonte. Eine Schwäche der Studie ist allerdings die einseitige Gewichtung der Einzelhandelsfläche, die in den einzelnen Kommunen vorliegt.

„Das Modell liefert Potenziale, keine

## Rhein trennt Metropolregion



Die Kaufkraftströme zwischen den Ober- und Mittelzentren der Metropolregion Rhein-Neckar verdeutlicht diese Grafik. Grafik: Peh & Schefcik

Realdaten“, ist in der Studie zu lesen. Das mathematische Modell berechnet die Kaufkraftströme anhand von Verkaufsfläche, berücksichtigt die Qualität der Flächen und des Angebots aber nicht.

Dazu hätte es einer umfangreichen Konsumentenbefragung bedurft. Die Kosten für eine solche differenzierte Studie beziffert die Projektleiterin Christina West mit rund 2,2 Millionen Euro.

Von der gesamten Kaufkraft der Ein-

wohner der Metropolregion von 13,5 Milliarden Euro jährlich, was rund 5700 Euro je Einwohner und Jahr entspricht, bleiben zwei Drittel am Wohnort gebunden während ein Drittel zwischen den einzelnen Kommunen hin und her getragen wird. Im Durchschnitt liegt die Kaufkraft je Einwohner der Metropolregion Rhein-Neckar über dem Bundesdurchschnitt.

Besonders hohe Werte in der Metropol-

region Rhein-Neckar weisen die Landkreise Bergstraße und Rhein-Neckar sowie der Stadtkreis Neustadt an der Weinstraße auf.

Die Einwohner von Battenberg in der Pfalz haben mit durchschnittlich 8050 Euro je Einwohner die höchste Kaufkraftsumme in der Metropolregion zur Verfügung, die Bewohner von Schwarzbach mit 4381 Euro je Einwohner und Jahr die geringste.