FORSCHUNGSPROJEKT DuO

AMAZON AGE //

DIGITALISIERUNG UND KONSUM IN LÄNDLICHEN RÄUMEN

NRW-Nahversorgungstag 2020

Nina Hangebruch & Antonia Pfeiffer
TU Dortmund, Fakultät Raumplanung

technische universität dortmund

rp° | fakultät raumplanung

städtebauleitplanung

ILS – Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung

UNIVERSITÄT BONN GEOGRAPHIE

Gefördert durch:

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

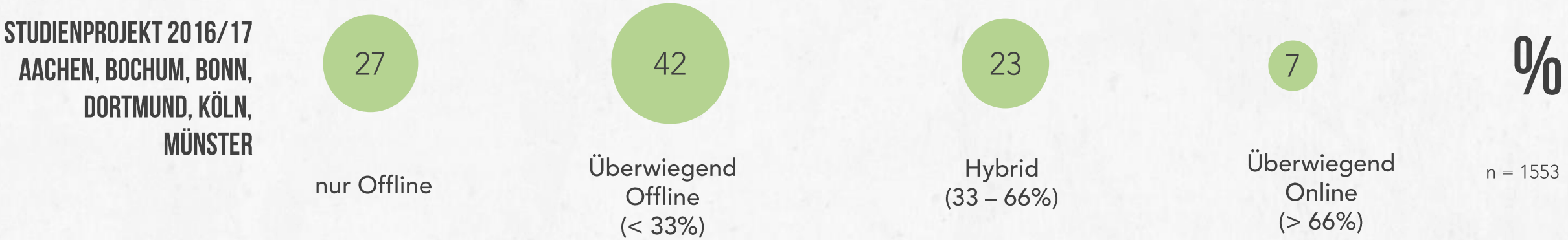
PROGRAMM

1. Kontext
2. Bestandsaufnahme
3. Haushaltsbefragung

1. Kontext

https://www.pxfuel.com/en/search?q=payment

KÄUFERTYPEN



Quelle: GIUB 2019

KONTEXT

FORSCHUNGSPROJEKT DUO

DIGITALISIERUNG UND ONLINEHANDEL

FLUCH ODER SEGEN FÜR LÄNDLICHE RÄUME?!

- Wie gestaltet sich das Einkaufsverhalten in ländlichen Räumen?
  Inwiefern beeinflussen räumliche und sozio-ökonomische Determinanten den Einkauf im Internet?
- Welche Potenziale bietet die Digitalisierung zur Sicherung der Versorgungssituation in ländlichen Räumen?
  Welche guten Beispiele gibt es im In- und Ausland?
- Wie können Online-Offline-Strategien vor Ort erfolgreich umgesetzt werden?

Das Projekt umfasst eine Analyse des Einkaufsverhaltens in 15 ausgewählten Gemeinden in den Kreisen Euskirchen, Höxter und Hochsauerlandkreis, (inter)nationale Fallstudien und den Praxisdialog in den Untersuchungsregionen.

KONTAKT UND WEITERE INFORMATIONEN:

Nina Hangebruch
Tel. 0231/755-8008
nina.hangebruch@tu-dortmund.de

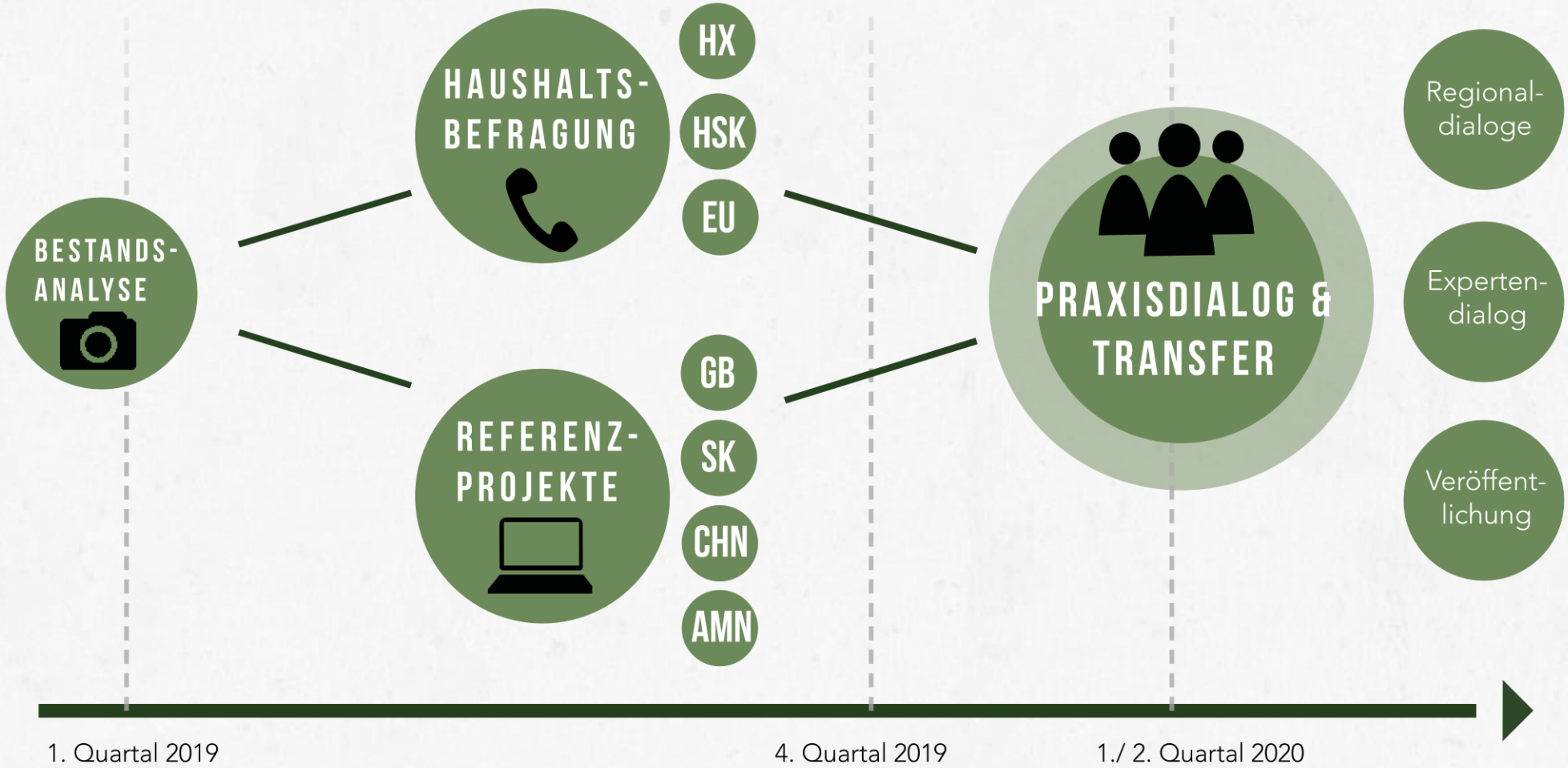
PROJEKTBEARBEITUNG:

technische universität dortmund
rp° | fakultät raumplanung
städtebauleitplanung
ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung gGmbH
UNIVERSITÄT BONN GEOGRAPHIE

GEFÖRDERT VOM:

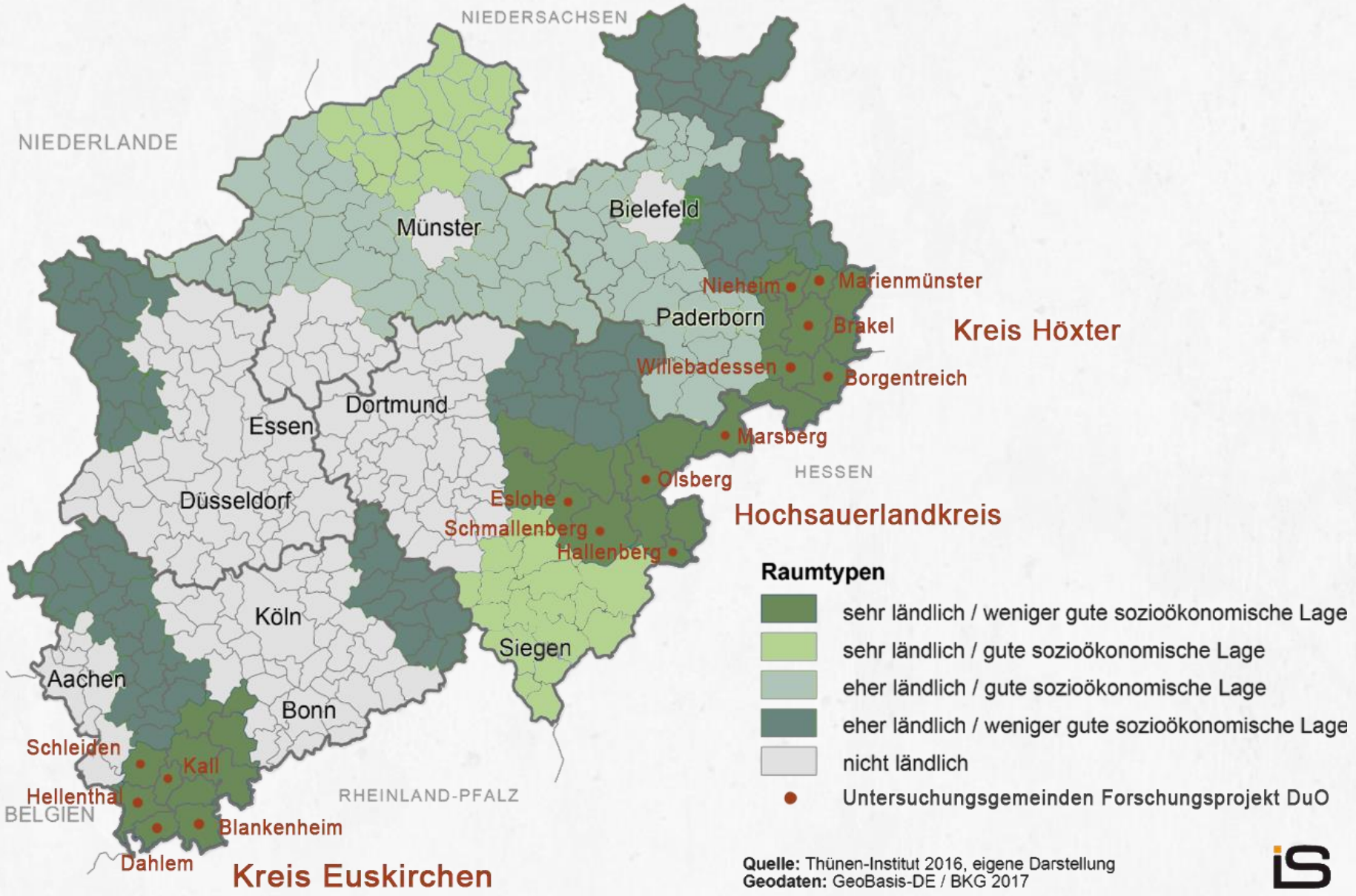
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

METHODIK



Quelle: TU Dortmund 2020

UNTERSUCHUNGSRÄUME



Quelle: Thünen-Institut 2016, eigene Darstellung
Geodaten: GeoBasis-DE / BKG 2017

2. Bestandsaufnahme

Bildnachweis: TU Dortmund

ATTRAKTIVE UND LEBENDIGE ZENTREN

Bildnachweis: TU Dortmund

ZENTREN MIT FUNKTIONSVERLUSTEN

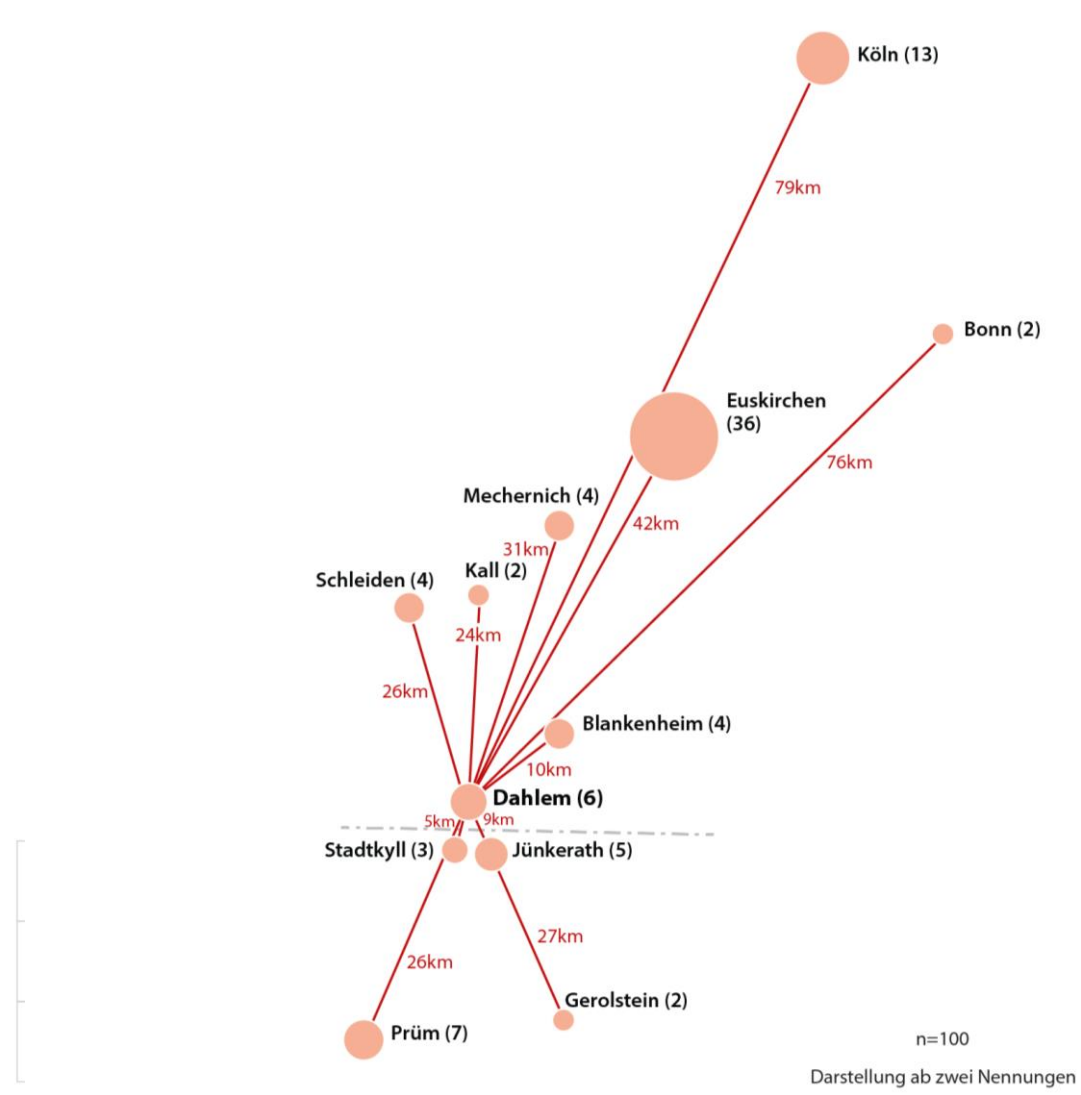
Bildnachweis: TU Dortmund // GIUB 2019 // ILS

ZENTRENBILDENDE FUNKTIONEN

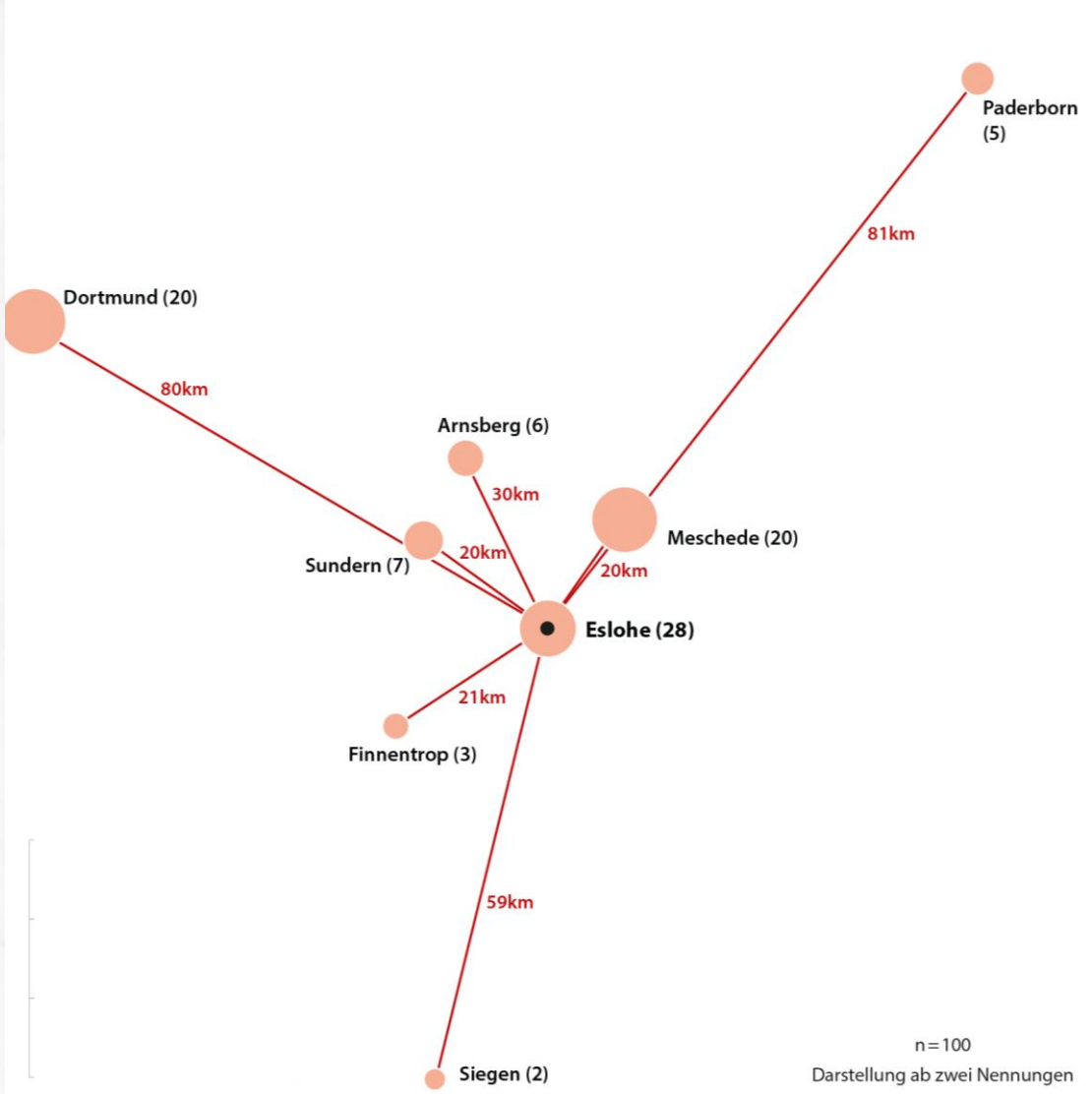
Bildnachweis: TU Dortmund

Bildnachweis: ILS

EINKAUFSORIENTIERUNG I ELEKTRO



Quelle: GIUB 2019



Quelle: GIUB 2019

3. Haushaltsbefragung

https://pixabay.com/de/illustrations/callcenter-kopfh%C3%B6rer-headset-3471215/

DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNG

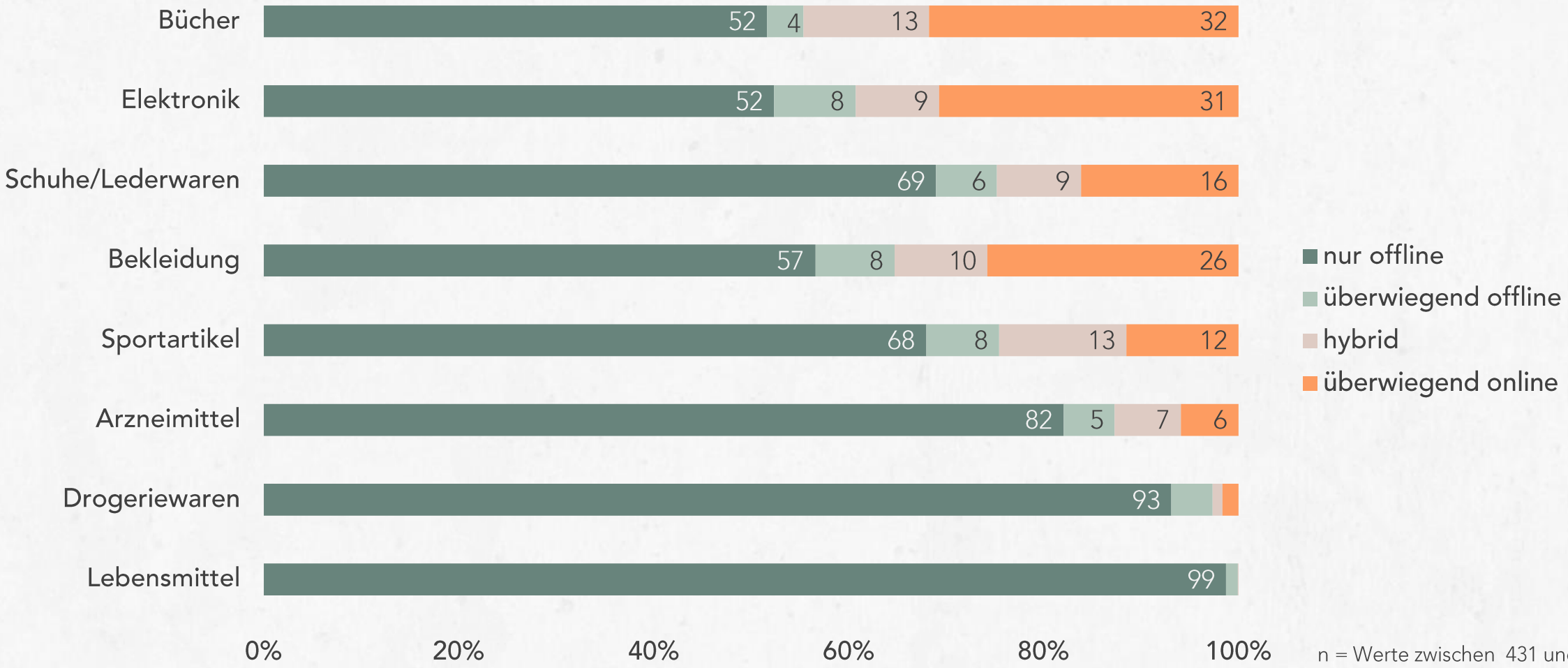
- 1.500 INTERVIEWS in insgesamt 15 KOMMUNEN in den Kreisen Euskirchen, Hochsauerlandkreis, Höxter
- Auswahl der Befragten entsprechend der ALTERSSTRUKTUR der Kreise
- TELEFONISCHE BEFRAGUNG MIT STANDARDISIERTEM FRAGEBOGEN
- Befragungszeitraum: 19.08.2019-02.10.2019
- Ankündigung über die lokale PRESSE, GEMEINDEBRIEFE, AUSHÄNGE
- Große MITWIRKUNGSBEREITSCHAFT
- Je Interview rd. 10-15 MINUTEN
- Erfasst wurden die EINKÄUFE IN DEN MONATEN JUNI, JULI, AUGUST 2019

Quelle: TU Dortmund 2020

Grundlegendes zum Einkaufsverhalten
in den untersuchten ländlichen Räumen

KÄUFERTYPEN

EINKAUFSVERHALTEN NACH PRODUKTGRUPPEN



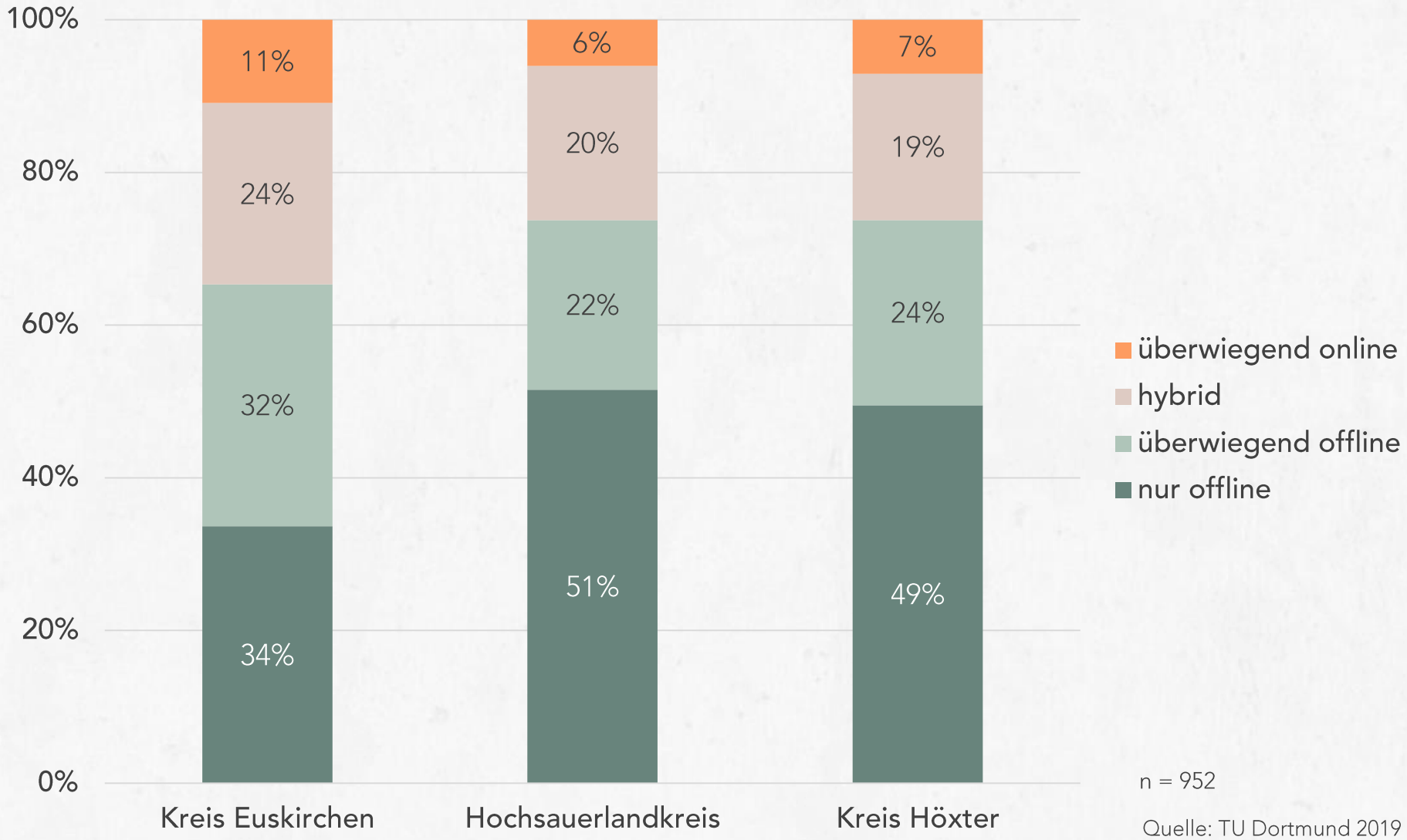
n = Werte zwischen 431 und 1490

Quelle: TU Dortmund 2019

Räumliche Faktoren

als Determinanten des Einkaufsverhaltens

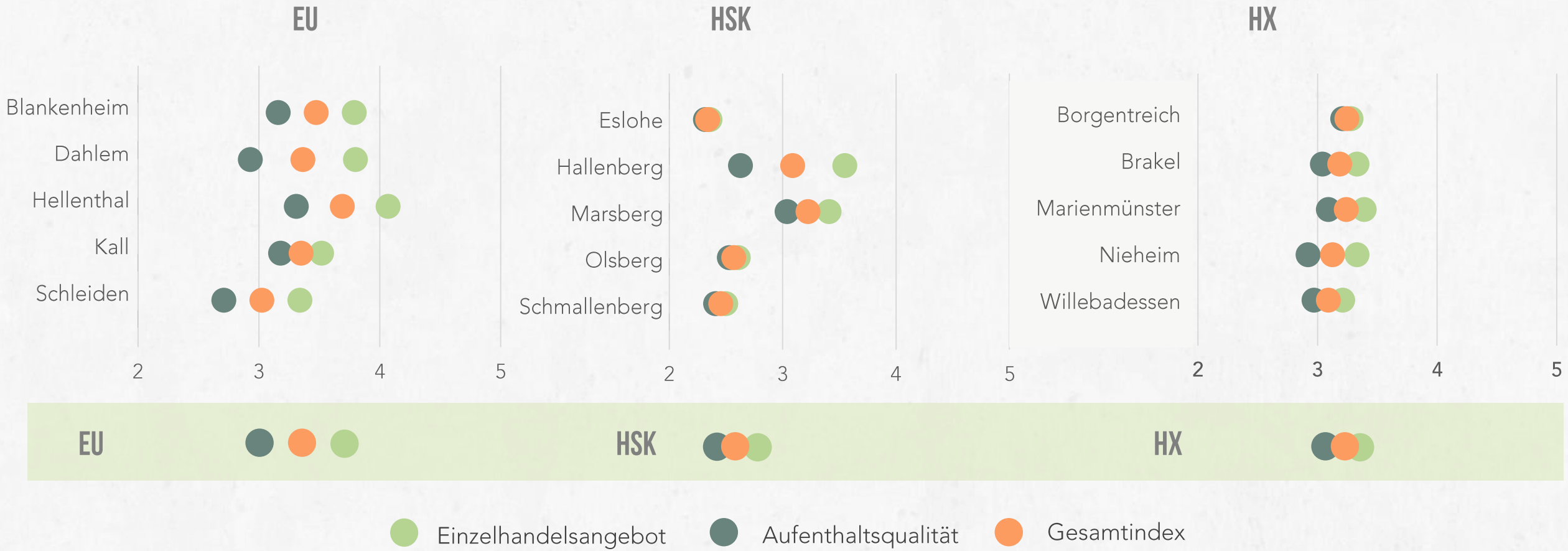
KÄUFERTYPEN IN DEN UNTERSUCHTEN LÄNDLICHEN RÄUMEN



n = 952

Quelle: TU Dortmund 2019

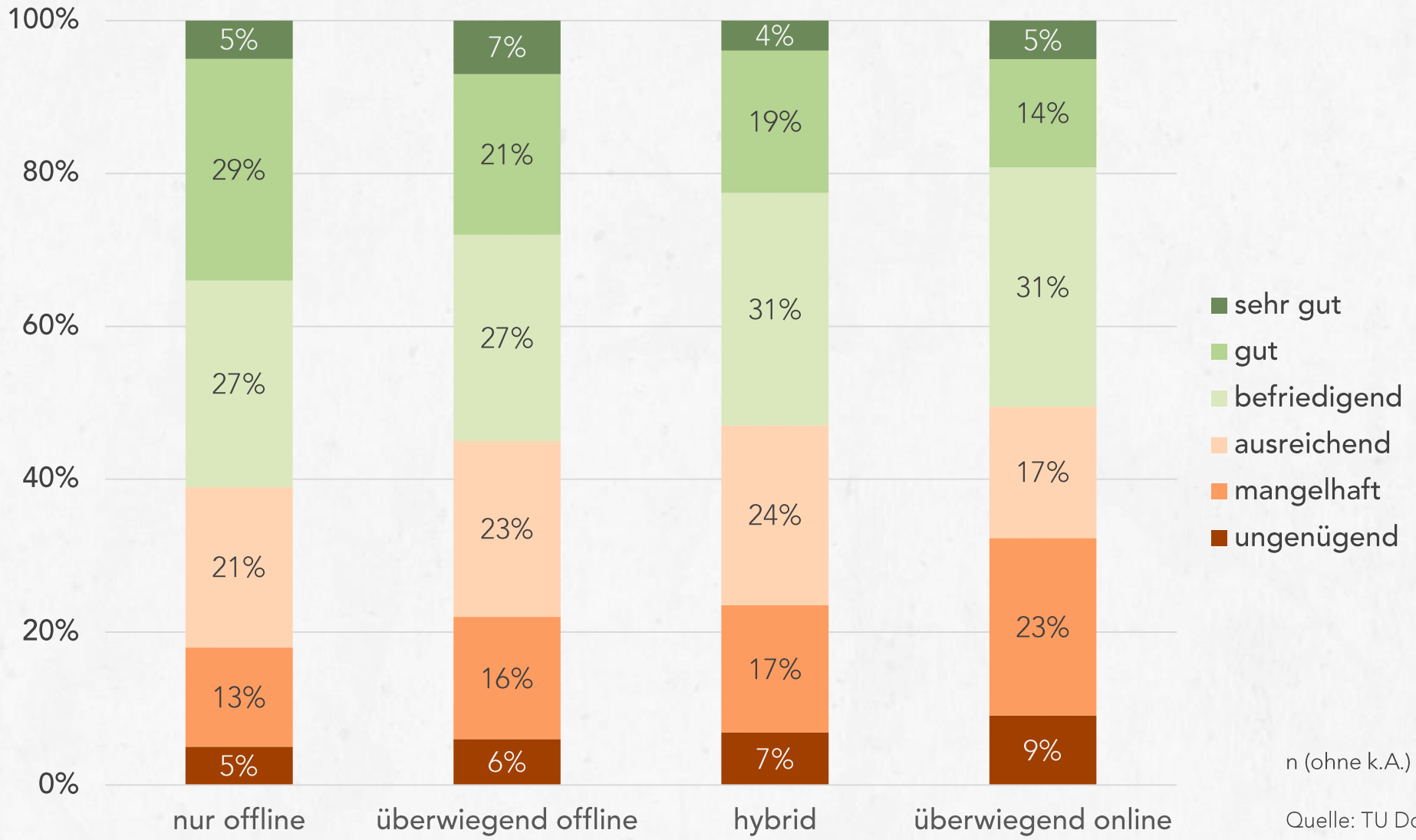
BEWERTUNG DER ATTRAKTIVITÄT DER STADTZENTREN



n (ohne k.A.) = Werte von 1487 bis 1489
Bewertungsskala nach Schulnoten 1 bis 6

Quelle: TU Dortmund 2019

BEWERTUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTES DURCH UNTERSCHIEDLICHE KÄUFERTYPEN

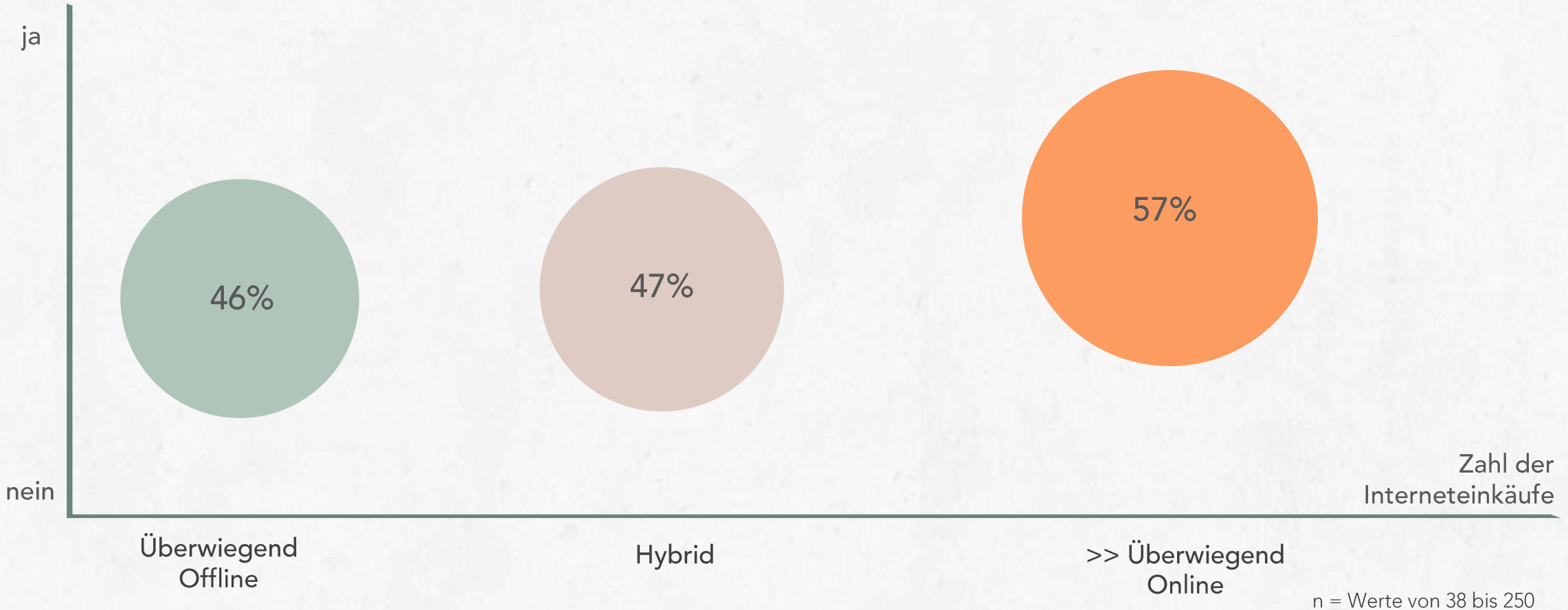


n (ohne k.A.) = 945

Quelle: TU Dortmund 2019

FREQUENZRÜCKGÄNGE IN DEN ZENTREN DURCH DEN ONLINEEINKAUF

„DURCH DEN EINKAUF IM INTERNET FAHRE ICH SELTENER IN DIE STADT.“



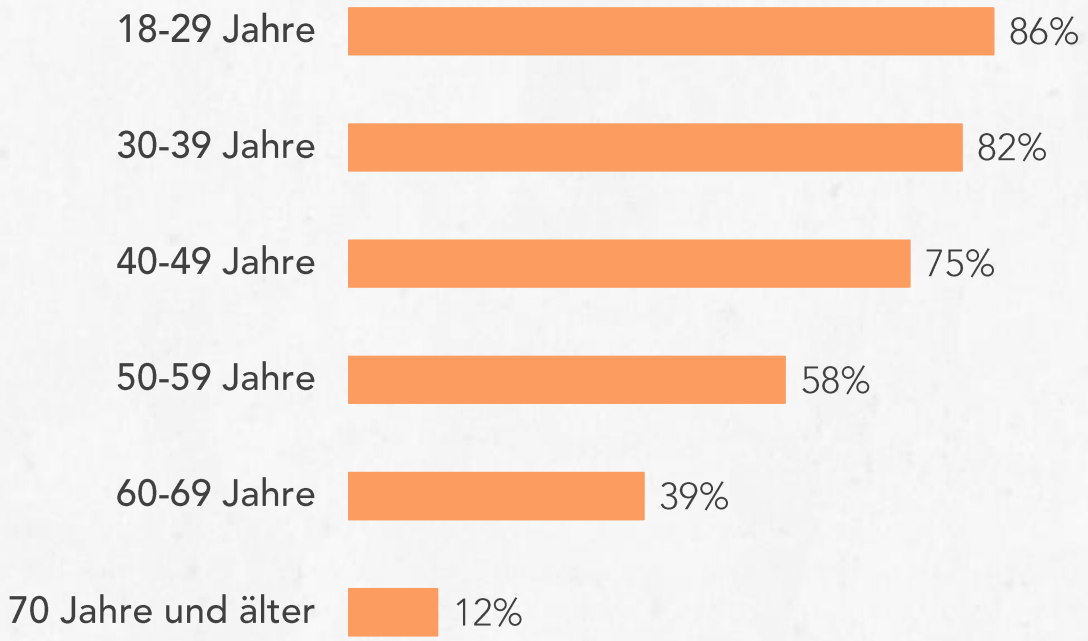
n = Werte von 38 bis 250

Quelle: TU Dortmund 2019

Sozioökonomische Faktoren und Lebensstile
als Determinanten des Einkaufsverhaltens

EINKAUFSVERHALTEN UND ALTER

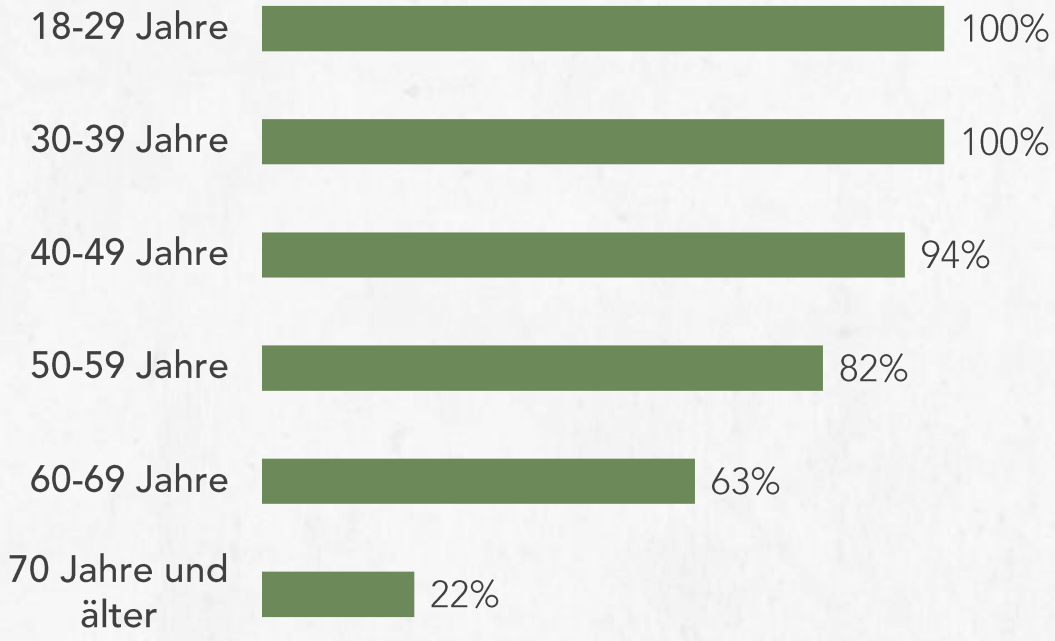
„ICH NUTZE DAS INTERNET ZUM EINKAUFEN.“



Chi2-Test: 0,000
Cramer V: 0,224

n = 1500

„ICH NUTZE DAS INTERNET FÜR PRIVATE ZWECKE.“



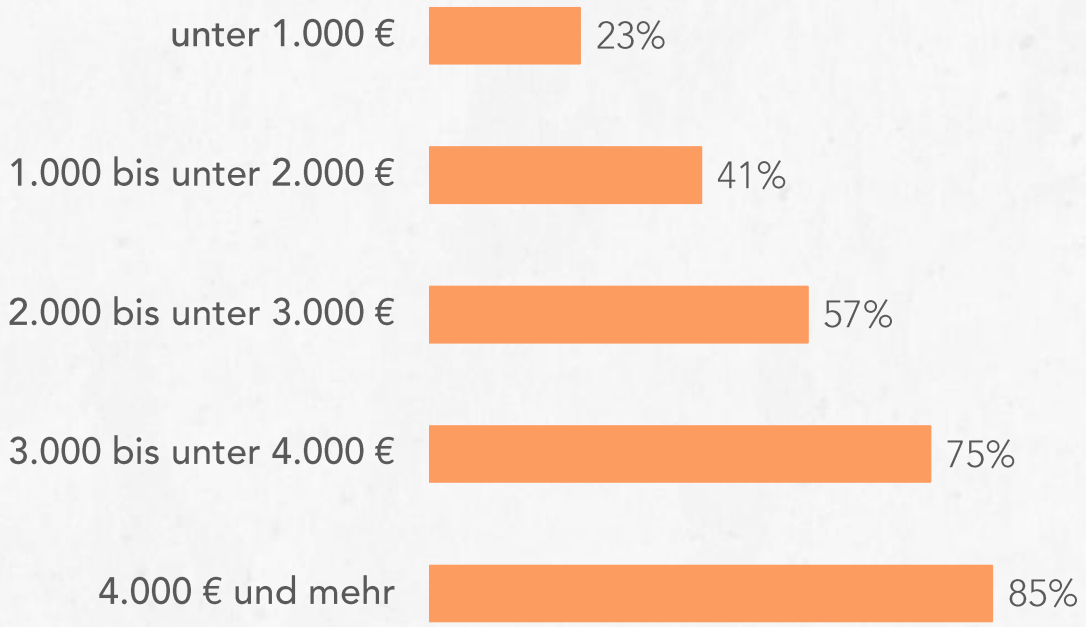
Chi2-Test: 0,000
Cramer V: 0,651

n = 1500

Quelle: GIUB 2019

EINKAUFSVERHALTEN UND EINKOMMEN

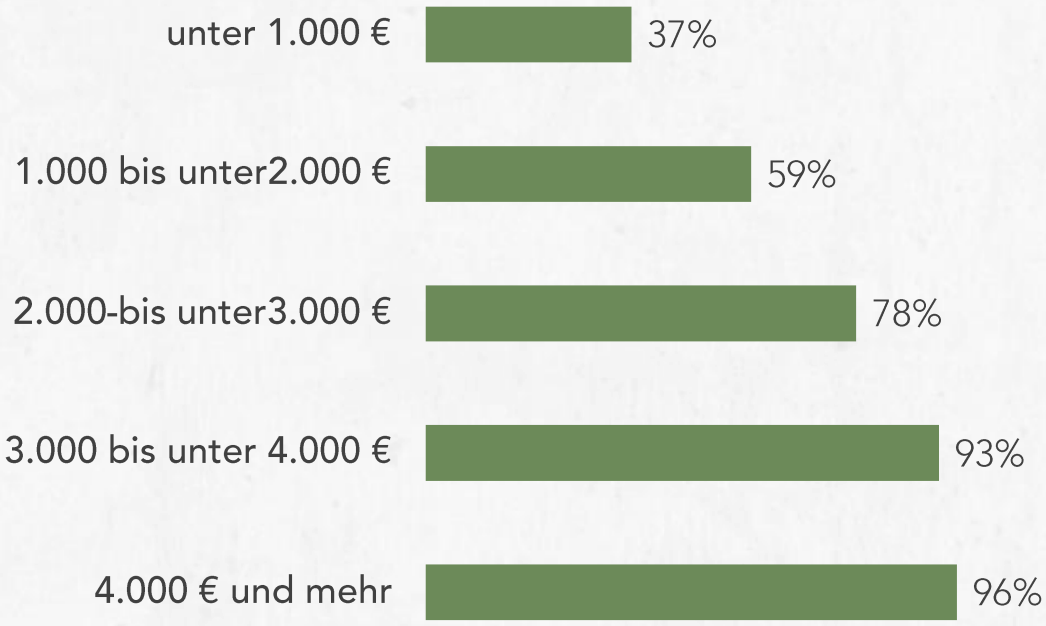
„ICH NUTZE DAS INTERNET ZUM EINKAUFEN.“



Chi2-Test: 0,000
Cramer V: 0,163

n = 1191

„ICH NUTZE DAS INTERNET FÜR PRIVATE ZWECKE.“



Chi2-Test: 0,000
Cramer V: 0,383

n = 1191

Quelle: GIUB 2019

LEBENSFÜHRUNGSTYPOLOGIEN VON GUNNAR OTTE

AUSSTATTUNGSNIVEAU			
gehoben	Konservativ Gehobene	Liberal Gehobene	Innovativ Gehobene
mittel	Konventionalisten	Mittelständische	Hedonisten
niedrig	Bodenständig Traditionelle	Heimzentrierte	Unterhaltungssuchende
	traditionell	teilmodern	modern/offen

MODERNITÄTSNIVEAU

Quelle: Gunnar Otte 2019

LEBENSFÜHRUNGSTYPOLOGIEN VON GUNNAR OTTE

„Ich leiste mir manchmal ein richtig teures Menü im Restaurant."

„Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist."

„Ich lese gern anspruchsvolle Bücher."

„Es gibt für mich kaum etwas Schöneres, als mich in Haus und Heim zu betätigen."

„Ich halte an Traditionen und Bräuchen meiner Familie fest."

„Es ist mir zu teuer, regelmäßig große Urlaube im Ausland zu machen."

„...."

Quelle: Gunnar Otte 2019

DER EINFLUSS VON LEBENSSTILEN AUF DEN ONLINEEINKAUF | STATISTISCHE TESTS

AUSSTATTUNGSNIVEAU

	traditionell	teilmodern	modern/offen
gehoben	Konservativ Gehobene −	Liberal Gehobene	Innovativ Gehobene
mittel	Konventionalisten −	Mittelständische	Hedonisten +
niedrig	Bodenständig Traditionelle −	Heimzentrierte	Unterhaltungssuchende +

MODERNITÄTSNIVEAU

Zusammenhang
Kein Zusammenhang

\+ Kaufen eher online als offline
− Kaufen eher offline als online

Signifikanz: 0,000
Cramer V: 0,148

n = 947

Quelle: GIUB 2019

These	Bestätigung der These
Alter Jüngere Menschen kaufen häufiger online ein als andere Alterskohorten	Ja
Geschlecht Männer kaufen häufiger online ein als Frauen.	(Ja)
Einkommen Haushalte mit höherem Einkommen kaufen häufiger online ein als solche mit geringerem Einkommen	(Ja)
Lebensstil Menschen mit einer biographisch offenen Perspektive kaufen häufiger online ein als Menschen mit traditioneller biographischer Perspektive.	(Ja)

Quelle: TU Dortmund 2019

KERNAUSSAGEN ZUM EINKAUFVERHALTEN IN DEN UNTERSUCHTEN LÄNDLICHEN RÄUMEN

- Bei INNENSTADTRELEVANTEN SORTIMENTEN ist das ANGEBOT in den untersuchten ländlichen Räumen STARK AUSGEDÜNNT. Dies führt dazu, dass LANGE WEGE IN KAUF GENOMMEN WERDEN und der ONLINEEINKAUF WEIT VERBREITET ist.

- NAHVERSORGUNGSRELEVANTE SORTIMENTE werden FAST AUSSCHLIEßLICH IM STATIONÄREN HANDEL erworben.

- Noch ÜBERWIEGEND STÄRKER OFFLINE ORIENTIERTE KUNDEN in allen Untersuchungsgemeinden.

- Ausschlaggebend für den EINKAUF IM INTERNET sind vor allem das ALTER, eingeschränkt auch der LEBENSSTIL und das EINKOMMEN.

KERNAUSSAGEN ZUM EINKAUFVERHALTEN IN DEN UNTERSUCHTEN LÄNDLICHEN RÄUMEN

- Mit GRÖßERER AFFINITÄT ZUM ONLINEEINKAUF NIMMT DIE ZAHL DER INNENSTADTBEUCHE AB.

- JE BESSER sich DAS EINZELHANDELSANGEBOT UND DIE AUFENTHALTSQUALITÄT in den Zentren darstellen, DESTO STABILER sind sie GEGENÜBER DEM ONLINEHANDEL.

- Der Wandel des Konsumentenverhaltens erfordert NEUE HANDELSKONZEPTE UND VERSORGUNGSSTRATEGIEN und NEUE PERSPEKTIVEN FÜR DIE ZENTREN. Einzelhandelsfremde Nutzungen gewinnen an Bedeutung.

KONTAKT UND WEITERE INFORMATIONEN

FORSCHUNGSPROJEKT DUO

DIGITALISIERUNG UND ONLINEHANDEL

FLUCH ODER SEGEN FÜR LÄNDLICHE RÄUME?!

- Wie gestaltet sich das Einkaufsverhalten in ländlichen Räumen?
  Inwiefern beeinflussen räumliche und sozio-ökonomische Determinanten den Einkauf im Internet?
- Welche Potenziale bietet die Digitalisierung zur Sicherung der Versorgungssituation in ländlichen Räumen?
  Welche guten Beispiele gibt es im In- und Ausland?
- Wie können Online-Offline-Strategien vor Ort erfolgreich umgesetzt werden?

Das Projekt umfasst eine Analyse des Einkaufsverhaltens in 15 ausgewählten Gemeinden in den Kreisen Euskirchen, Höxter und Hochsauerlandkreis, (inter)nationale Fallstudien und den Praxisdialog in den Untersuchungsregionen.

KONTAKT UND WEITERE INFORMATIONEN:

Nina Hangebruch
Tel. 0231/755-8008
nina.hangebruch@tu-dortmund.de

PROJEKTBEARBEITUNG:

technische universität dortmund
rp° | fakultät raumplanung
städtebauleitplanung
ILS - Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung gGmbH
UNIVERSITÄT BONN GEOGRAPHIE

GEFÖRDERT VOM:

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen