

# NAHVERSORGUNG IN DEN STADTTTEILEN 2006 BIS 2016



---

## IMPRESSUM

### Stadt Karlsruhe

Amt für Stadtentwicklung  
Zähringerstraße 61  
76133 Karlsruhe

---

#### Leiterin:

Dr. Edith Wiegelmann-Uhlig

#### Bereich:

Stadt- und Regionalentwicklung  
Otto Mansdörfer

#### Bearbeitung:

Benedikt Dierßen  
Ilona Forro  
Otto Mansdörfer  
Johannes Zech

#### In Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung

Michael Kaiser  
Andrea Scholz  
Gerd Handl

#### Layout:

Stefanie Groß

#### Kartengrundlage:

© Stadt Karlsruhe | Liegenschaftsamt

---

**Telefon:** 0721 133-1270

**Fax:** 0721 133-1279

**E-Mail:** [bme@afsta.karlsruhe.de](mailto:bme@afsta.karlsruhe.de)

**Internet:** [www.karlsruhe.de/bme](http://www.karlsruhe.de/bme)

---

#### Bildnachweise:

Titelfoto: © panthermedia.net/olesiabilkei

---

#### Stand:

Oktober 2017

---

Gedruckt in der Rathausdruckerei  
auf 100 Prozent Recyclingpapier.

---

© Stadt Karlsruhe

Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung des Herausgebers ist es nicht gestattet, diese Veröffentlichung oder Teile daraus zu vervielfältigen oder in elektronischen Systemen anzubieten.

---

**INHALT**

	Seite
<b>1. EINLEITUNG</b>	<b>4</b>
1.1. Zusammenfassung	4
1.2. Hintergrund	6
1.3. Methodik	8
<b>2. ALLGEMEINE TENDENZEN DER NAHVERSORGUNG IN DEUTSCHLAND</b>	<b>9</b>
<b>3. NAHVERSORGUNGSSTRATEGIE KARLSRUHE</b>	<b>13</b>
3.1. Grundlagen	13
3.2. Die Karlsruher Märkterichtlinien	15
3.3. Umsetzung der Nahversorgungsstrategie	17
3.3.1. Monitoring der Versorgungssituation in den Stadtteilen	17
3.3.2. Zieleerreichung der Nahversorgungsstrategie	17
<b>4. EINKAUFsverhalten DER KARLSRUHERINNEN UND KARLSRUHER</b>	<b>18</b>
4.1. Beurteilung der Angebotssituation	18
4.1.1. Versorgung des Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften	18
4.1.2. Wahrgenommene Veränderung der örtlichen Einzelhandelsausstattung	27
4.1.3. Versorgung des Stadtteils mit Dienstleistungen	31
4.1.4. Wahrgenommene Veränderung der Dienstleistungsausstattung	34
4.2. Einkauf von Lebensmitteln	35
4.2.1. Bevorzugte Geschäfte	35
4.2.2. Lage der bevorzugten Geschäfte	51
4.2.3. Hauptsächlich genutztes Verkehrsmittel	54
4.2.4. Lieferung und Onlineeinkauf von Lebensmitteln	61
4.2.4.1. Hauszustellungen von Lebensmitteln	61
4.2.4.1. Onlineeinkauf von Lebensmitteln	61
<b>5. NAHVERSORGUNG IN DEN STADTTETLEN</b>	<b>68</b>
5.1. Das Nahversorgungsangebot in Karlsruhe im Überblick	68
5.2. A-Zentrum Innenstadt	72
5.3. B-Zentren Durlach und Mühlburg	76
5.4. C-Zentren	80
5.4. D-Zentren	90
5.6. Übrige Stadtteile	104
<b>6. HANDLUNGSBEDARF UND AUSBLICK: BEURTEILUNG DER KARLSRUHER STRATEGIE AUS SICHT DER FIRMA CIMA</b>	<b>126</b>
6.1. Auftrag	126
6.2. Nahversorgungssituation Karlsruhe	126
6.2.1. Städtevergleich	126
6.2.2. Nahversorgungssituation in den Karlsruher Stadtteilen	128
6.3. Überprüfung des Zentrensystems der Stadt Karlsruhe	129
6.4. Einfluss des Onlinehandels auf die Nahversorgung in Karlsruhe	129
<b>7. TABELLENANHANG</b>	<b>131</b>
<b>KARLSRUHER BEITRÄGE ZUR STADTENTWICKLUNG</b>	<b>181</b>

# 1. EINLEITUNG

## 1.1 ZUSAMMENFASSUNG

An der Bürgerumfrage „Einkaufen und Nahversorgung“ 2016 nahmen insgesamt 4.625 Karlsruher Bürgerinnen und Bürger teil. Zuletzt war die Nahversorgungssituation im Jahr 2006 Gegenstand einer Bürgerumfrage gewesen.

### BREITE ZUFRIEDENHEIT MIT DER NAHVERSORGUNG

Die meisten Befragten (65,1 %) sind 2016 mit dem Angebot der Nahversorgung weitgehend zufrieden und bewerten die Versorgung im Stadtteil mit Einzelhandelsgeschäften als „gut“ oder „sehr gut“. Nur 11,2 % bewerten sie mit „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Die Einschätzung der Nahversorgungsausstattung in den Stadtteilen ist 2016 weitaus besser als noch 2006. Dies gilt flächendeckend im Stadtgebiet mit Ausnahme der Höhenstadtteile. Dort wird allerdings bereits an der Verbesserung der Situation gearbeitet.

Innerhalb der Stadtteile gibt es 2016 stellenweise jedoch deutliche Bewertungsgefälle zwischen den einzelnen Stadtvierteln. Besonders in Durlach, wo 74,5 % das Angebot mit „gut“ oder „sehr gut“ bewerten, fällt das Stadtviertel Bergwald (12,6 % „gut“ oder „sehr gut“) aus dem Rahmen. Unter anderem fällt auch der Anteil der Bewertungen mit „gut“ oder „sehr gut“ im Beiertheimer Feld (51 %) geringer aus als im östlichen (75,3 %) und im mittleren (76,8 %) Teil der Südweststadt.

### UNTERSCHIEDLICHE BEWERTUNGEN IN DEN EINZELNEN STADTTTEILEN

In der Karlsruher Innenstadt erreichen die Anteile der Befragten, die das Angebot in der Nahversorgung mit „sehr gut“ oder „gut“ bewerten, mehr als 80 %. Die Befragten in Mühlburg (81 %) und Grünwinkel (81,1 %) bewerten ihre Nahversorgungsausstattung 2016 ähnlich gut wie in der Innenstadt. Positive Bewertungen von mehr als 70 % liegen in der Südstadt, Weststadt, Südweststadt und der Oststadt vor, darüber hinaus in Durlach, der Waldstadt und Neureut. In der Weststadt, Grünwinkel, Durlach, der Waldstadt, Neureut, der Nordweststadt und der Nordstadt sind sprunghafte Einschätzungsverbesserungen, meist in Folge der Neuansiedelung von Märkten, festzustellen. Mit besonders hohen Anteilen an Befragten, die die Nahversorgungssituation mit „schlecht“ und „sehr schlecht“ bewerteten, fallen vor allem Hohenwettersbach (71,7 %) und Stupferich (69,6 %) auf. Nach Weiherfeld-Dammerstock (35,3 %) folgen die übrigen Höhenstadtteile mit Werten um 30 %. In den meisten Stadtteilen haben diese Anteile im Vergleich zu 2006 zwar abgenommen, in Stupferich und Palmbach haben ungünstige Bewertungen aber zugenommen.

### EINE WOHNSTANDORTNAHE VERSORGUNG TRÄGT ZUR BESSEREN BEWERTUNG BEI

Die höchste Zufriedenheit haben Befragte, die ihren täglichen Bedarf an Lebensmitteln im Stadtteil oder Nachbarstadtteil decken. Von ihnen bewerten 71 % die Situation mit „sehr gut“ oder „gut“ und nur 7,4 % mit „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Ähnlich positiv fällt das Urteil der Karlsruherinnen und Karlsruher aus, die sich in der Innenstadt oder im Zentrum von Mühlburg versorgen. Befragte, die vorwiegend im Zentrum von Durlach einkaufen, bewerten ihre örtliche Situation dagegen deutlich schlechter. Schlechtere Einschätzungen kommen auch aus Stadtteilen, in denen die Bewohnerinnen und Bewohner in einem anderen Stadtteil innerhalb Karlsruhes (nicht Durlach oder Mühlburg) oder außerhalb der Stadt einkaufen.

### HOHE ZUFRIEDENHEIT MIT DEM ANGEBOT AN DIENSTLEISTUNGEN

Die Ausstattung im Stadtteil mit Dienstleistungen bewerten 69,1 % der Karlsruherinnen und Karlsruher als „gut“ oder „sehr gut“. „Befriedigende“ Verhältnisse sehen 24,6 % der befragten Bürgerinnen und Bürger. Nur wenige Befragte beurteilen die örtlichen Verhältnisse als „schlecht“ (5 %) oder „sehr schlecht“ (1,3 %). Die besten Bewertungen für die Ausstattung mit Dienstleistungen kommen ebenfalls aus der Innenstadt und den hoch verdichteten Stadtteilen. Die aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger schlecht mit Dienstleistungen ausgestatteten Stadtteile sind teilweise andere als die mit Einzelhandel unzureichend versorgten. Mit Palmbach, Hohenwettersbach und Wolfartsweier werden zwar einige Höhenstadtteile erneut genannt, für die Dienstleistungen kommen von dort jedoch deutlich bessere Bewertungen als für den Einzelhandel.

### SUPERMARKT (MIT VOLLEM SORTIMENT) UND DISCOUNTER SIND DIE WICHTIGSTEN LADENTYPEN

Die Supermärkte bilden zusammen mit den Discountern das Rückgrat bei der Versorgung mit Lebensmitteln. Für die meisten Karlsruherinnen und Karlsruher ist der Supermarkt der am häufigsten besuchte Ladentyp für Lebensmitteleinkäufe: 71,7 % geben an, mindestens einmal pro Woche in einem Supermarkt einzukaufen. Im Discounter kaufen 62,1 % der Befragten mindestens einmal pro Woche ein. Kleine Lebensmittelläden spielen 2016 für die Nahversorgung nur noch eine untergeordnete Rolle: Lediglich 23,6 % der Befragten nutzen sie mindestens einmal pro Woche. Dieser Anteil lag 2006 noch bei 40,5 %. Ebenfalls für die

wöchentlichen Einkäufe weniger relevant als noch 2006 sind Wochenmärkte (23,9 %), die großen Verbrauchermärkte (19,3 %) und die erstmals abgefragten Bio-Supermärkte (15,0 %). Hofläden werden eher unregelmäßig aufgesucht und kaum für den wöchentlichen Einkauf genutzt. Rund die Hälfte (52,6 %) der Karlsruherinnen und Karlsruher beziehen nie Lebensmittel direkt vom Erzeuger.

### DER GROSSTEIL DER KARLSRUHERINNEN UND KARLSRUHER IST MIT DEM LEBENSMITTELANGEBOT GRUNDSÄTZLICH ZUFRIEDEN

Über zwei Drittel (68,9 %) der Befragten fehlt es an nichts, 31,1 % geben an, dass ihnen in ihrem Stadtteil oder ihrer Wohnumgebung Lebensmittelangebote fehlen. Am häufigsten werden von den Befragten, die bestimmte Läden vermissen, ein Metzger (21,5 %) und ein Bio-Laden (20,3 %) genannt. Wenn bestimmte Lebensmittelangebote vermisst werden, nennen die meisten Befragten (21,3 %) Bio-Produkte. Hier verdeutlicht sich die starke Nachfrage nach Frische und Qualität sowie nach Bio-Produkten. Allerdings ist diese spezifische Nachfrage einkommensabhängig.

### GESCHÄFTE IN WOHNUNGSNÄHE GEWINNEN WIEDER AN BEDEUTUNG

Der Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher, die im Stadtteil einkaufen, in dem sie wohnen oder in einem Nachbarstadtteil, stieg von 73,4 % im Jahr 2006 auf 79,3 % und erreicht fast wieder das Niveau von 2001 (81,6 %). Diese Entwicklung spiegelt eine allgemeine Verbesserung der Nahversorgungssituation wieder und ist konsistent mit dem beobachteten Anstieg der Zufriedenheit. In der generellen Stabilisierung zeigt sich auch der Erfolg des Karlsruher Nahversorgungskonzepts und der Anstrengungen der Stadt, die Nahversorgung wohnstandortnah zu organisieren. Die kurzen Wege schlagen sich auch in der Zeit von nur knapp zehn Minuten nieder, die für den Weg zum bevorzugten Geschäft durchschnittlich aufgewendet wird. Im Zentrum und den verdichteten Stadtteilen sind die Zeiten kürzer (Grünwinkel 7,1 Minuten und Südstadt 7,8 Minuten) und in den Höhenstadteilen länger (Stupferich 19,6 Minuten).

### ÜBER DIE HÄLFTE DER KARLSRUHERINNEN UND KARLSRUHER ERLEDIGEN IHRE EINKÄUFE ZU FUSS ODER MIT DEM FAHRRAD

Eine vielerorts mögliche fußläufige Nahversorgung zeigt sich bei der Wahl des Verkehrsmittels zwischen Wohnung und den Geschäften für den täglichen Bedarf. Das Auto ist mit 40,7 % zwar das wichtigste Verkehrsmittel für die regelmäßigen Einkäufe, ein Anteil von 27,3 % der Befragten erledigt seine Einkäufe aber meistens mit dem Fahrrad und 26 % zu Fuß. Der ÖPNV spielt nur eine untergeordnete Rolle: 4,9 % nutzen

Bus und Bahn, um zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft zu kommen. Kurze Wege und Nähe bei der Nahversorgung sind in Karlsruhe inzwischen nicht mehr nur ein oft geäußelter Wunsch, sondern gelebte Realität. Eine Ausnahme stellen die Höhenstadteile dar.

### BEREITS 12,8 % DER BEFRAGTEN NUTZEN CARSHARING-ANGEBOTE

Gerade in einer Universitätsstadt wie Karlsruhe stellen PKW-Verfügbarkeit und Carsharing eine Zusatzinformation bei der Betrachtung der Nahversorgung dar, da junge Akademikerinnen und Akademiker sowie Studierende seltener eigene PKWs besitzen und affiner für neue, alternative Mobilitätsangebote sind. Karlsruhe gilt als deutsche Hauptstadt des Carsharings. Auf 1.000 Einwohner kamen 2015 2,15 Carsharing-Fahrzeuge und damit mehr als in jeder anderen Stadt in Deutschland. Eine breite Massentauglichkeit scheint dieses Konzept für die Karlsruherinnen und Karlsruher aber nur bedingt zu haben. Insgesamt nutzen 12,8 % der Befragten Carsharing-Angebote. Der überwiegende Anteil der Befragten (87,2 %) nutzt diese Angebote nicht. Auch 71,5 % der Haushalte ohne eigenes Auto nutzen keine Carsharing-Angebote. Die PKW-Verfügbarkeit ist rückläufig. Der Anteil an Haushalten, die über mindestens einen eigenen PKW verfügen, sinkt in Karlsruhe seit Mitte der 1990er Jahre: 1996 waren es 86,0 %, 2001 dann 79,5 % und schließlich 2016 76,1 %.

### DIE HAUSZUSTELLUNG VON LEBENSMITTELN SPIELT NUR EINE UNTERGEORDNETE ROLLE BEI DER NAHVERSORGUNG

Der Onlinehandel und die Lieferung von Lebensmitteln stehen seit einiger Zeit unter verstärkter Beobachtung, weil hier Veränderungen und Trends erwartet werden. Insgesamt nutzen 2016 weniger Karlsruherinnen und Karlsruher (9,2 %) den Service von Lebensmittellieferungen als 2006 (12,9 %). Das Spektrum von gelieferten Waren ist 2016 allerdings breiter als noch vor zehn Jahren. Am beliebtesten sind Hauszustellungen unter alleinlebenden Seniorinnen und Senioren (18,8 %) und generell unter Befragten im Alter von 80 Jahren und älter (18,5 %). Die Lieferung von Getränken wird am häufigsten (von 48,1 % der Befragten, die sich Lebensmittel liefern lassen) in Anspruch genommen. Tiefkühlkost kommt auf einen Anteil von 40,2 %, allgemeine Lebensmittel auf 27,7 %, Bauernhofprodukte auf 25,2 % und fertig zubereitete Gerichte auf 20,2 %. Lediglich 18,6 % der Karlsruher Bürgerinnen und Bürger, die sich Lebensmittel liefern lassen, nutzen auch den Lieferdienst eines Supermarktes.

Bei den online eingekauften Waren handelt es sich zum Teil nicht um klassische Lebensmittel des täglichen Bedarfs, sondern um regionale Spezialitäten oder haltbare Genussmittel wie Wein und Spirituosen. Ein überdurchschnittlicher Anteil ausländischer Bürgerinnen und Bürger bestellt diese eher speziellen, über den täglichen Bedarf hinausgehenden Lebensmittel, womöglich aus ihrem Ursprungsland, über das Internet.

### VERSORGUNGSGRAD IN DEN STADTEILEN: LEBENSMITTELVERKAUFSFLÄCHE PRO KOPF WÄCHST STARK AN

Im Nahversorgungs-Monitoringsystem LeNa wurden für 2016 rund 110.130 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche in Karlsruhe ermittelt. Einbezogen sind dabei Lebensmittelmärkte und -geschäfte aller Art, Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte sowie Tankshops. Die Gesamtverkaufsfläche hat sich seit 2006 von damals 97.476 m<sup>2</sup> deutlich erhöht. Der Zuwachs entspricht rechnerisch etwa neun Märkten mit Vollsortiment. Die Zahl der Betriebe reduzierte sich im gleichen Zeitraum von 564 auf 507. Damit wird der bisherige Trend zu größeren Märkten ebenso abgebildet, wie das Aufgeben kleinerer Geschäfte. Durch diesen Strukturwandel ist die Nahversorgungsfunktion einiger Stadtteilzentren gefährdet. Dazu hat auch die Schlemmer-Pleite 2012 erheblich beigetragen.

Im Zeitraum von 2006 bis 2016 ist auch die Zahl der in Karlsruhe Wohnberechtigten von 300.134 (2006) auf 307.790 (2016) angestiegen – jeweils ohne Landeserstaufnahmestelle für Flüchtlinge. Durch das stärkere Wachstum der Verkaufsflächen hat die Lebensmittelverkaufsfläche pro Kopf von 0,3257 m<sup>2</sup> (2006) auf 0,3578 m<sup>2</sup> (2016) zugenommen.

Als Vergleichsmaßstab zwischen den Stadtteilen dient der Versorgungsgrad, eine Kennziffer, die die im Stadtteil vorhandene Lebensmittelverkaufsfläche ins Verhältnis zur Bevölkerungszahl (Wohnberechtigte) setzt. Je nachdem, ob die Lebensmittelverkaufsfläche pro Kopf im Stadtteil unter oder über dem gesamtstädtischen Wert von 0,3578 m<sup>2</sup> liegt, ergeben sich Versorgungsgrade von unter oder auch über 100 %. Grünwinkel (343,1 %), Rintheim (213,3 %) und Beiertheim-Bulach (210,8 %) weisen zusammen mit der Innenstadt-West (254,9 %) die höchsten Versorgungsgrade auf. Danach folgen mit Südstadt, Oststadt, Neureut und Durlach Stadtteile, deren Versorgungsgrad etwas über oder leicht unter dem städtischen Durchschnitt liegt. In zahlreichen Stadtteilen erreicht die Ausstattung mit Lebensmittelgeschäften Werte zwischen 45 und 90 % des Durchschnitts. Den Schluss bilden Weiherfeld-Dammerstock (20,3 %), Stupferich (17,3 %), Grünwettersbach (15,5 %) und Hohenwettersbach (9 %). Diese Werte können jedoch nur ein grober Vergleichsmaßstab sein. Die Situation in jedem Stadtteil muss individuell betrachtet werden.

Deutlich verbessert hat sich der Versorgungsgrad in Grünwinkel, Rintheim, Beiertheim-Bulach, Knielingen, Oberreut und der Nordweststadt. Der Grund sind Neuansiedlungen von Märkten in diesen Stadtteilen. In vielen anderen Stadtteilen ist der Versorgungsgrad leicht oder auch stärker rückläufig. Dies ist in der Regel auf die Aufgabe kleiner Geschäfte oder auch kleinfächiger Märkte zurückzuführen.

## 1.2 HINTERGRUND

Einkaufsgewohnheiten wandeln sich im Laufe der Zeit unter immer neuen Einflüssen. Die Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs ist eine wichtige Anforderung an das Wohnumfeld und prägt die Lebensqualität sowie die soziale Verbundenheit im Stadtteil entscheidend mit. Für die Ausgestaltung des Angebots selbst sorgen privatwirtschaftliche Akteure, die dem marktwirtschaftlichen Wettbewerb unterliegen. Die Kommunen selbst können in diesen Wettbewerb nicht direkt eingreifen, haben aber planerische Handlungsspielräume, was die Rahmenbedingungen angeht, um Fehlentwicklungen und Defizite bei der Versorgung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen und mittelfristigen Bedarfs zu vermeiden. Dennoch entwickeln sich die Einkaufslandschaften nicht immer entsprechend den Wünschen der Kunden und Bewohner. Zentrale, hoch frequentierte oder leicht mit dem Auto erreichbare Standorte entwickeln sich, wohingegen die nachfrageschwächeren Stadtteilzentren das Nachsehen haben. Die Umstrukturierungsprozesse im Zuge eines immer stärkeren Wettbewerbs im Lebensmitteleinzelhandel, einer sich wandelnden Arbeitswelt mit steigender Erwerbsquote von Frauen oder veränderte Konsumgewohnheiten machen es zunehmend schwieriger, das kleinteilige Angebot flächendeckend sicher zu stellen.

Die Befragung erfasste, wie und wo sich die Karlsruherinnen und Karlsruher aktuell mit den Waren und Dienstleistungen versorgen, die sie im Alltag benötigen. Viele der Fragen wurden über die 2001 und 2006 durchgeführten Befragungen beibehalten und ermöglichen so zu bestimmten Themen und Fragen einen zeitlichen Vergleich. Eine jährlich aktualisierte Datenbank, die die Veränderungen des nahversorgungsbezogenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes in den Stadtteilen abbildet, ergänzt die Umfrage. Mit Hilfe dieses vom Amt für Stadtentwicklung und der Wirtschaftsförderung aufgebauten Monitoringsystems LeNa ergibt sich, zusammen mit den Befragungsergebnissen und dem ständigen Austausch mit Betreibern, Investoren, Bürgervereinen und lokalen Akteuren, ein differenziertes Bild zur aktuellen Situation. Dabei werden Präferenzen und Bedürfnisse sowie mögliche Trends und Folgen sichtbar, wodurch Handlungsempfehlungen insgesamt auf einer soliden Basis herausgearbeitet werden können.

Die Untersuchung Nahversorgung in den Stadtteilen soll die neuerliche Entwicklung von Angebot und Kundenpräferenzen darstellen, im Zeitvergleich eine Erfolgskontrolle bisheriger Planung und Maßnahmen ermöglichen und eine umfassende Grundlage für weitere Handlungsempfehlungen bieten.

## DIE KARLSRUHER NAHVERSORGUNGSSTRATEGIE

Die Stadt Karlsruhe wendet zur Strukturierung des Einzelhandels intern seit 1987 sogenannte Märkterichtlinien an. Ziel dieser Richtlinien ist, die Innenstadt sowie die B-Zentren zu stärken und die bestehenden Stadtteilzentren in ihrer Versorgungsfunktion zu erhalten. Die fußläufige Nahversorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs soll in allen Stadtteilen gesichert werden. Die Leitlinien unterscheiden nach zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Dem Märktekonzept nach sollen grundsätzlich keine zentrenrelevanten Sortimente, wie beispielsweise Lebensmittel, Bekleidung oder Haushaltswaren, außerhalb von Zentren und Sondergebieten angesiedelt werden.

Die fußläufige Erreichbarkeit konnte mit der Strategie in den meisten Stadtteilen abgesichert werden. Daneben konnte eine Konzentration der Lebensmittelmärkte an den Verkehrsachsen verhindert werden. Da die Märkterichtlinien für alle Einzelhandelsbetreiber und Investoren seit Jahren konsequent angewandt werden und dadurch Entscheidungen transparent und nachvollziehbar sind, hat sich über viele Jahre eine hohe Akzeptanz der Karlsruher Vorgehensweise entwickelt.

Die Karlsruher Nahversorgungsstrategie wurde dem externen Gutachter CIMA zur Beurteilung vorgelegt. CIMA kommt zu dem Ergebnis, dass „insgesamt die wohnortnahe Versorgungssituation in den meisten Karlsruher Stadtteilen mindestens befriedigend, in manchen Stadtteilen sogar als gut bis sehr gut zu bewerten“ ist. Mit der Nahversorgungsstrategie der Stadt Karlsruhe werde schon seit Jahren eine dezentrale Ansiedlungsstrategie erfolgreich verfolgt. Eine Stadt der kurzen Wege sei gerade für immobile Bevölkerungsgruppen in Bezug auf die Nahversorgung von hoher Bedeutung. Attraktive Nahversorgungsangebote in den Stadtteilzentren besitzen damit auch in Zukunft einen hohen Stellenwert für die Wohnqualität in den Stadtteilen und trügen zu einer Verminderung eines unnötigen Einkaufsverkehrs bei. Die Karlsruher Märkterichtlinien seien daher auch für die Zukunft ein wichtiges Instrument zur Lenkung der Ansiedlungspolitik von Lebensmittelmärkten. Die bestehende dezentrale Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilzentren solle weiterhin für eine flächendeckende Nahversorgung erhalten beziehungsweise ausgebaut werden.



## 1.3 METHODIK

Die Bürgerumfrage 2016 wurde als sogenannte Mixed Mode Umfrage mit einer Kombination aus Onlineformular und Papierfragebogen durchgeführt. Dafür wurden 16.795 zufällig ausgewählte Karlsruherinnen und Karlsruher im Alter von 18 bis 89 Jahren angeschrieben und zur Teilnahme eingeladen. Da sich erfahrungsgemäß die verschiedenen soziodemographischen Gruppen unterschiedlich stark an einer Umfrage beteiligen, wurde die Stichprobe nach Alter und Nationalität geschichtet und die einzelnen Untergruppen verschieden gewichtet, um im Ergebnis ein repräsentatives Abbild der Karlsruher Bevölkerung zu erhalten.

Den zufällig ausgewählten Bürgerinnen und Bürgern wurde in diesem Schreiben ein individuelles Passwort zugesendet, mit dem sie Zugang zur Onlineumfrage erhielten. Dadurch sollte gewährleistet werden, dass nur zufällig ausgewählte Personen an der Befragung teilnehmen. Um die Repräsentativität zu gewährleisten und keine Bevölkerungsgruppen zu benachteiligen, bestand die Möglichkeit, telefonisch einen

Papierfragebogen zu bestellen und diesen in einem beiliegenden Umschlag portofrei zurückzusenden. Personen über 60 Jahren erhielten bereits mit dem Einladungsschreiben einen Papierfragebogen mit Freiumschlag. Ergänzt wurde die Zufallsstichprobe durch 3.328 Panel-Adressdaten, die bei vorangegangenen Umfragen in den Jahren 2001 und 2006 auf freiwilliger Basis gesammelt wurden. Als Anreiz zur Teilnahme hatten alle Befragten die Möglichkeit, an der Verlosung von Gutscheinen teilzunehmen. Von 19. September bis 13. Oktober 2016 haben insgesamt 4.564 Personen an der Umfrage teilgenommen. Bezogen auf verwertbare Fragebögen und eingeladene Teilnehmer ergibt sich eine Rückläuferquote von 22,7 %. Drei Viertel (75,3 %) der teilnehmenden Karlsruherinnen und Karlsruher nutzten den Onlinefragebogen.

Der Vergleich der realisierten Stichprobe mit der Bevölkerungsstatistik vom 31. Dezember 2016 (siehe Tabelle 1.01) zeigt, dass nur geringe Anpassungen in der Gewichtung einzelner Gruppen notwendig sind, um die Repräsentativität zu gewährleisten.

Tabelle 1.01

### REALISIERTE STICHPROBE DER BÜRGERUMFRAGE 2016 IM VERGLEICH ZUR BEVÖLKERUNGSSTATISTIK

Demographie	Anteil der jeweiligen Bevölkerungsgruppe an der ...		Differenz in Prozentpunkten
	Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung im Alter von 18 bis 89 Jahre am 31. Dezember 2016*	realisierten Stichprobe 2016	
<b>Geschlecht</b>			
männlich	50,1%	51,1%	1,0
weiblich	49,9%	48,9%	-1,0
<b>Altersgruppen</b>			
18 bis unter 30 Jahre	23,6%	17,2%	-6,4
30 bis unter 45 Jahre	24,5%	23,5%	-0,9
45 bis unter 65 Jahre	31,0%	35,6%	4,6
65 bis unter 80 Jahre	10,2%	13,2%	2,9
80 Jahre und älter	10,7%	10,4%	-0,2
<b>Staatsangehörigkeit</b>			
deutsch ohne Migrationshintergrund	71,4%	71,4%	0,0
deutsch mit Migrationshintergrund	15,1%	9,3%	-5,8
ausländisch	13,6%	19,2%	5,6

\* Vergleichsdaten ohne Landeserstaufnahmeeinrichtung für Flüchtlinge (LEA).

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.



## 2. ALLGEMEINE TENDENZEN DER NAHVERSORGUNG

Die Qualität einer Stadt oder eines Stadtteils als Wohnstandort wird stark vom Angebot an Einkaufsmöglichkeiten von Lebensmitteln und der Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen und periodischen Bedarfs bestimmt. Von besonderer Bedeutung ist die wohnstandortnahe Versorgung. Sie ist nicht nur für mobilitätseingeschränkte Menschen essentiell, sie steht auch für die soziale und funktionale Integrität eines Quartiers. Kann die Nahversorgung der Bewohner nicht mehr sichergestellt werden, kann das negative ökonomische und soziale Folgen für den Stadtteil haben.

Das Raumordnungsgesetz sieht vor, die „Versorgung mit Dienstleistungen und Infrastrukturen der Daseinsvorsorge, insbesondere die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung für alle Bevölkerungsgruppen“ zu gewährleisten (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 ROG) und dabei den Abbau von räumlichen Disparitäten zu berücksichtigen. Diese Ziele werden durch den schnellen Strukturwandel im deutschen (Lebensmittel-)Einzelhandel gefährdet. Die weitreichenden Konzentrationsprozesse auf die großen Handelsketten, immer größere Märkte an leicht mit dem Auto zu erreichenden Randlagen und damit die Verdrängung des

inhabergeführten Lebensmitteleinzelhandels aus gewachsenen (Stadtteil-)Zentren sind kennzeichnend für die Entwicklung der letzten Jahre. Mit dem Verlust des Einzelhandels und resultierenden Leerständen wird meist eine Degradation des Standortes in Gang gesetzt. Insbesondere ländliche Räume sind von dieser Ausdünnung betroffen, aber eine flächendeckende Nahversorgung ist selbst für manche Stadtteilzentren in Großstädten keine Selbstverständlichkeit mehr. Kann diese nur lückenhaft oder gar nicht mehr gewährleistet werden, ist mit negativen Folgen für ganze Bevölkerungsgruppen auch in innerstädtischen Quartieren und für das tägliche Leben der Bürgerinnen und Bürger zu rechnen.

In der Raumordnung und Stadtplanung wird mit dem Begriff Nahversorgung die Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs im engeren Umfeld der Wohnung bezeichnet. Meistens ist damit die Versorgung mit Lebensmitteln gemeint, jedoch fallen auch kurzfristige Verbrauchsgüter, Genussmittel oder Dienstleistungen und die Versorgung mit Medikamenten unter diesen Begriff.

Geschäfte zur Versorgung mit Lebensmitteln	Geschäfte zur Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs
SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	Drogeriemärkte
Supermärkte <sup>1</sup>	Apotheken
Lebensmitteldiscounter	Bankfilialen (oder -automaten)
Lebensmittelherstellendes Gewerbe (zum Beispiel Bäckereien oder Metzger)	Paketshops
Lebensmittelfachgeschäfte	
Feinkostgeschäfte	
Reformhäuser	
Getränkemärkte	
Hofläden	
Kioske	
Tankstellenshops	
Marktstände und andere mobile Verkaufsstellen	

<sup>1</sup> Der Supermarkt ist neben dem Discounter eine der verbreitetsten Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels. Die Verkaufsfläche beträgt mindestens 400m<sup>2</sup> und weniger als 1.500 m<sup>2</sup> (Everling, Jahn & Kammermeier, 2009).

In aktuellen Analysen zur Beurteilung der Nahversorgung werden meistens die inhaltliche und die räumliche Ausprägung beschrieben. Die inhaltliche Dimension wird in der Regel durch ein ausreichendes Warenangebot aus dem periodischen Bedarfsbereich (vor allem Lebensmittel und Drogerieartikel) bestimmt und gegebenenfalls durch einzelne Dienstleistungen ergänzt. Hierfür lassen sich in Abhängigkeit von der Bevölkerungsdichte und Siedlungsstruktur unterschiedliche Mindeststandards festlegen. Häufig wird das Vorhandensein mindestens eines leistungsfähigen Lebensmittelmarktes – bevorzugt ein Vollsortimenter – als Grundvoraussetzung angesehen. Die zweite Dimension bezieht sich auf die Erreichbarkeit, also auf die Entfernung zwischen Versorgungsstandort (Lebensmittelmarkt) und Wohnort. Hierfür wird in der Regel die fußläufige Erreichbarkeit als Bewertungsmaßstab verwendet. Als Richtwerte werden entweder Gehzeiten oder Entfernungen definiert. Diese liegen bei rund 10 Minuten beziehungsweise zwischen 500 und 1.000 Metern.

Deutschland ist in der Nahversorgung statistisch gesehen sehr gut aufgestellt. Die durchschnittliche Distanz zum nächsten Supermarkt beträgt sechs Kilometer. Zu diesem Wert leisten allerdings die dichter bebauten Städte einen wesentlichen Beitrag, denn die Entfernung für Lebensmitteleinkäufe nimmt mit der zunehmenden Stadtgröße ab. Laut CIMA (2016) ist der Anteil derer, die ihren Einkauf innerhalb von 500 m zur Wohnung erledigen, in den letzten Jahren gestiegen und beträgt 2016 35,5 %. Im Gegenzug fährt ein wachsender Anteil mehr als 5 km zum Einkaufen. Das kann an einer Ausdünnung der Nahversorgungsmöglichkeiten in der Fläche liegen oder an einer gestiegenen Mobilität. Nachfrageschwächere Nahversorgungsstandorte leiden allerdings selbst in den Großstädten unter Leerständen und Trading-Down-Effekten. Die Discounter wirken dieser Entwicklung mit einer Diversifizierung ihrer Sortimente leicht entgegen. Innenstädte oder größere Einkaufslagen an frequentierten Standorten haben gegenüber kleineren Stadtteilzentren mit diesen Entwicklungen tendenziell weniger Probleme. Sie haben den entscheidenden Vorteil der Nutzungsmischung und so genannte Magnetbetriebe, welche die Laufkundschaft erhöhen. Ohne solche Synergieeffekte wird die Abwärtsspirale an nachfrageschwächeren Standorten beschleunigt. Wenn schließlich auch Postfilialen, Banken und Apotheken ihre Standorte aufgeben, verlieren die Stadtteilzentren schließlich ihre Funktion.

Eine der neueren Tendenzen im deutschen Lebensmittel-einzelhandel geht hin zu kleineren Formaten und abgespeckten Sortimenten in hoch frequentierten Lagen. Hinzu kommt, dass alle Handelskonzerne derzeit in einer Experimentierphase stecken und wieder die Nähe zum Kunden suchen. Dabei stehen, neben den klassischen Standorten in fußläufiger Entfernung zu Wohngebieten, allerdings eher stark frequentierte Standorte, beispielsweise an Bahnhöfen, mit hohem Kundenpotential im Fokus. Nach Jahren der Standardisierung experimentiert die Branche auch mehr mit Individuallösungen. Dabei ist auch ein Reifeprozess der Discounter zu beobachten, die sich nach und nach von ihrem Billig-Image lösen wollen.

Die Überlegungen, solche Schritte zu wagen, stehen der Logik entgegen, dass sich ein Supermarkt in der Regel erst ab einem Einzugsgebiet ab 5.000 Einwohnern lohnt. Das mag grundsätzlich so sein, ändert sich aber mit dem Vorhandensein weiterer Standortvorteile, zum Beispiel eines Bürostandortes in der näheren Umgebung. Tendenziell gilt, je attraktiver eine Lage bezüglich der Tagbevölkerung ist, desto höher ist die Bereitschaft der Betreiber, Kompromisse in Standortentscheidungen einzugehen.

Die großen Lebensmittelhändler betreiben ebenfalls erfolgreich kleinere Vertriebslinien, was vor einiger Zeit noch undenkbar schien. Auf 500 bis 600 m<sup>2</sup> kommen die kleineren City Märkte mit einem deutlich überschaubareren Sortiment aus. Für die Kunden ist ein Angebot von 12.000 und mehr Artikeln an den Standorten in den Innenstädten auch gar nicht notwendig. Schwerpunkt ist hier der Service und das Angebot von Convenience-Produkten. Auch bei Discountern wie Penny, die bislang eher auf Großflächen arbeiten, werden Konzepte für Standorte mit unter 300 m<sup>2</sup> entwickelt. Dies birgt allerdings keine Lösung für die Nahversorgungsprobleme in den Stadtteilen, denn die kleinen Formate brauchen, wie bereits erwähnt, eine vergleichsweise hohe Kundenfrequenz in hochverdichteten innerstädtischen Lagen, also in der Regel zentrale Standorte. In Karlsruhe befinden sich City Märkte im Einkaufszentrum Ettlinger Tor, in der westlichen Kaiserstraße und in der Oststadt und folgen damit eben diesem Muster. Wichtiger für die Versorgung der weniger zentralen Standorte sind beispielsweise die REWE Nahkauf-Märkte. Sie begnügen sich zum Teil mit Verkaufsflächen ab 300 m<sup>2</sup>. Auch die großen Discounter arbeiten an ähnlichen Formaten. In Karlsruhe wächst die Zahl der kleineren Vollsortimenter. Inzwischen gibt es acht Märkte, davon zwei in den weniger zentralen Stadtteilen Rüppurr und Daxlanden, zwei in der Nordstadt, zwei in Mühlburg und jeweils einen in der Süd- und in der Südweststadt. Sehr ähnlich verhält es sich mit den „nah und gut“ Märkten von EDEKA, die mit Märkten in Mühlburg, der Südweststadt, Durlach sowie in Wolfartsweier vertreten ist.

Gegen den Trend zur Durchrationalisierung im Lebensmittel-einzelhandel steht auch das Konzept der von EDEKA belieferten CAP-Märkte. In den Märkten arbeiten behinderte und nicht behinderte Menschen gemeinsam. Das Sortiment gleicht dem eines Vollversorgers, wobei der Anteil an frischen Produkten und Bio-Artikeln hoch ist. Die Betreiber betrachten zentrale Lagen mit mehr als 2.000 Einwohnern bereits als realisierbar. In Karlsruhe gibt es derzeit zwei CAP-Märkte, einen in der Weststadt (Kaiserallee) und einen in Durlach in der Pfinztalstraße. Im Juli 2017 hat ein weiterer CAP-Markt in Rintheim eröffnet.

Neuere Entwicklungen zeigen zudem, dass sich eine bestimmte Kundenklientel von Discountern und Supermarktketten abwendet. Zum einen verliert der Supermarkt oder Discounter auf der grünen Wiese an subjektiver Attraktivität. Kunden möchten dort einkaufen, wo sie wohnen, denn ein eigenes Auto, das für den Einkauf bislang oft nötig ist, ist bei jungen Großstädtern nicht mehr die Regel. Für all das sind sie immer öfter bereit, höhere Preise zu bezahlen. Zum anderen sind Lebensmittel auch Ausdruck eines Lebensstils geworden. Ob lokales Produkt, Bio oder das ausgefallene Ladenkonzept für selbst mitgebrachte Verpackungen, allein der Preis ist nicht mehr entscheidend und Qualitätsansprüche sowie die Ethik hinter dem Produkt gewinnen an Bedeutung. Diese Tendenzen stehen den betriebswirtschaftlich optimierten Standort- und Marktkonzepten der großen Lebensmittelhändler teilweise entgegen.

Die Strategien der Handelskonzerne unterscheiden sich im einzelnen leicht je nach Ausrichtung des Unternehmens. Die Bio-Märkte wie Alnatura und denn's expandieren. Letzterer betrieb 2016 rund 200 Märkte, davon zwei in Karlsruhe. 2013 eröffnete der erste in der Kaiserallee (Weststadt), der zweite 2016 in Grünwinkel. Damit steht denn's für einen der Trends im deutschen Lebensmitteleinzelhandel – hin zu mehr Bio-Produkten. Die Nachfrage nach Bio-Produkten übersteigt derzeit das Angebot. Zusätzlich treten Regionalität und Qualität als Kaufkriterien in den Vordergrund. Das gestiegene Qualitätsbewusstsein erklärt die neue Strategie von Aldi Süd, der seit einiger Zeit auch Aldi Nord folgt. In ihren Regalen finden sich neben den eigenen Handelsmarken immer mehr Marken- und Bioprodukte. Der Discounter will weg vom Billig-Image und versucht seinen Kunden mit mehr Auswahl und einem breiteren Sortiment ein besseres Einkaufserlebnis zu bieten.

Der demographische Wandel ist ein Argument für die Betreiber, wieder näher an den Kunden zu rücken. Ein weiteres ist, dass im Non-Food-Segment immer stärker über

das Internet vertrieben wird und die Güter des täglichen Bedarfs bei der Nahversorgung relativ an Bedeutung gewinnen. Damit ist von einem sinkenden Flächenbedarf im Non-Food-Segment auszugehen. Den SB-Warenhäusern und großen Verbrauchermärkten wie real wird ein Strategiewechsel mit Standortverlagerungen allerdings nicht leicht fallen. Die Betriebsformen befinden sich an Standorten, die sehr gut mit dem Auto erreichbar sind und ihre Verkaufsfläche beträgt mindestens 5.000 m<sup>2</sup>. Sie führen zusätzlich zu dem Sortiment der Supermärkte unter anderem auch Bekleidung, Spielzeug, Sportartikel und Elektronik. Die Rentabilität der Vertriebsformate an den bisherigen Standorten könnte damit in Zukunft sinken und zu Standortaufgaben führen. Supermärkten und Discountern, mit ihren hauptsächlich auf den täglichen Bedarf ausgelegten Sortimenten, scheint es dagegen leichter zu fallen, Standorte zu verlagern oder neue zu erschließen.

Es zeichnet sich ab, dass die Großstädte ihre Nahversorgung in den verdichteten Stadtteilen aufrechterhalten und ausbauen können. Dabei haben die Kunden die Wahl aus diversifizierten Angeboten mit breiten Produktpaletten, günstigen Preisen, hoher Qualität oder umfassendem Service bis hin zur Lieferung in die Wohnung. Kleinere Stadtteile in Randlagen müssen dagegen in ihrer Nahversorgungs-ausstattung Abstriche machen. Der mobile oder fahrende Supermarkt stellt auch hier keine Alternative dar. In Karlsruhe ist hierfür kein Betreiber zu finden, unter anderem weil die Betroffenen ihre Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs anderweitig regeln.

Der Onlinehandel hat bereits viele Branchen nachhaltig verändert. Nun wird auch der lange ausgesparte Lebensmittelhandel vom Onlinevertrieb erfasst. Der Internethandel mit Lebensmitteln steckt zwar heute noch in der Entwicklungsphase, nach Einschätzung von Brancheninsidern wird sich das bis 2025 aber ändern. Der Umsatz des Onlinehandels insgesamt beträgt 2015 in Deutschland laut Statista und Deutschem Handelsverband rund 40 Milliarden Euro. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) prognostiziert, dass sich der Onlineanteil am gesamten Umsatz des deutschen Einzelhandels von 8,5 % im Jahr 2014 auf etwa 15 % im Jahr 2025 erhöhen wird. Bei Lebensmitteln und Drogerieartikeln könnte sich der Onlineanteil von 1,2 % in 2014 auf 2,4 % in 2025 verdoppeln (GfK GeoMarketing, 2015). Die Branche ist einerseits in Bewegung, aber der Onlinehandel mit Lebensmitteln ist noch nicht omnipräsent. Das mag weniger ein strategisches Problem der Lebensmittelhändler sein, als mehr ein kulturelles und der Tatsache geschuldet, dass einerseits die Supermarktdichte in den Städten hoch ist und die Lieferdienste andererseits dünn besiedelte Gebiete teilweise nicht beliefern.

REWE betreibt bereits seit 2013 einen eigenen Onlineshop mit Lieferservice. Anfangs nur mit einem ausgewählten Sortiment, sind inzwischen auch kühlpflichtige Lebensmittel im Angebot. Nach eigenen Angaben kann REWE mit dem derzeitigen Online-Vertriebskonzept etwa 30 % der Verbraucher erreichen. Ein ähnliches Angebot bietet Allyouneed Fresh, ein Onlineshop von DHL. EDEKA betreibt mit EDEKA24 ebenfalls einen Lebensmittel-Onlineshop. Zum Sortiment gehören, wie bei Amazons Lieferdienst Pantry, vorwiegend nicht kühlpflichtige Waren. Alle Karlsruher Stadtteile werden von den genannten Unternehmen innerhalb von zwei bis drei Tagen beliefert. Eine gewisse Planung durch die Kunden ist nicht nur wegen der Anlieferzeiten nötig, sondern auch wegen der verschiedenen Mindestbestellwerte und Versandkosten. Der Onlinehandel mit Lebensmitteln entwickelt sich also durchaus, aber weit weniger dynamisch als das in der Vergangenheit mit Elektronik oder Büchern der Fall war. Das größte Hindernis ist dabei, dass sich die Ware digital kaum begutachten lässt. Gerade bei frischen Lebensmitteln, allen voran Obst und Gemüse, spielen individuelle Merkmale des Produkts für den Kauf eine wichtige Rolle. Bei Tiefkühlware ist die Hauszustellung seit Jahrzehnten etabliert, bei gekühlter Ware jedoch für viele mit Skepsis verbunden. Die Unternehmen arbeiten daran, diese Probleme zu lösen, beispielsweise durch kurze Wege, ein dichtes Logistiknetz mit Verteilzentren in Kundennähe sowie technische Lösungen wie intelligente Labels, die ein Unterbrechen der Kühlkette anzeigen.

In den Wettbewerb können Kommunen nicht direkt eingreifen. Sie können aber mit der Anwendung des Baurechts die Ansiedelung von Märkten räumlich steuern und durch Stadtplanung, Wirtschaftsförderung und Liegenschaftsamt geeignete Flächen bereitstellen. Alternativ kann der öffentliche Raum am Schwerpunkt der Nahversorgung im Stadtteil ansprechend gestaltet und ihm dadurch eine (neue) Identität und Aufenthaltsqualität verliehen werden. Die Schaffung eines einheitlichen Stadtteilbildes mit Außenwirkung, beispielsweise durch ansprechende Möblierung, Kundenstopper oder eine abgestimmte Fassaden- und Schaufenstergestaltung, kann dazu einen entscheidenden Beitrag leisten (Deutscher Städtetag, 2016). Mit einer Verbesserung der Verkehrsanbindung und mit kundenfreundlichen Parkplatzkonzepten, die trotzdem die Belange der Bewohnerschaft berücksichtigen, haben die Städte ein weiteres Instrument zur Einflussnahme auf die Entwicklung der Nahversorgung.

In Karlsruhe ist es gelungen die Nahversorgung in den meisten Stadtteilen durch ein ausgeklügeltes Märktekonzept zu sichern und die gewachsenen Stadtteilzentren zu erhalten. Mit einem auf breiter Datenbasis aufgestellten Nahversorgungskonzept mit Handlungsempfehlungen war es richtungsweisend für die Erhaltung einer weitgehend fußläufigen Versorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs und für die Verbesserung der Situation in noch unterversorgten Stadtteilen.

---

#### Literatur

cima. (2016). cima.MONITOR 2016.

<sup>2</sup> Siehe Kapitel 3

Deutscher Städtetag. (2016). Zukunft von Stadt und Handel – Diskussionspapier des Deutschen Städtetages. Berlin und Köln.

Everling, O., Jahn, O., & Kammermeier, E. (2009). Rating von Einzelhandelsimmobilien – Qualität, Potenziale und Risiken sicher bewerten. Wiesbaden: Gabler.

GfK GeoMarketing. (2015). E-Commerce: Wachstum ohne Grenzen.

## 3. NAHVERSORGUNGSSTRATEGIE KARLSRUHE

### 3.1. GRUNDLAGEN

Die Sicherung und der Ausbau der Nahversorgung – auch als Sozial- und Kommunikationsplattform in allen Stadtteilen – ist in Karlsruhe seit vielen Jahren ein wichtiges Thema, das Politik und Verwaltung gleichermaßen beschäftigt. Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel, besonders die immer mehr auf eine automobilen Kundschaft abzielenden Standort- und Marktkonzepte der Handelskonzerne, hat dazu geführt, dass es für eine Großstadt wie Karlsruhe immer schwieriger wird, eine fußläufige Nahversorgung flächendeckend aufrecht zu erhalten. Dennoch ist es in der Vergangenheit immer wieder gelungen, durch eine enge Zusammenarbeit zwischen Verwaltung, Politik, den Bürgervereinen und dem Einzelhandel trotz schwieriger Rahmenbedingungen eine funktionierende Nahversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in den meisten Stadtteilen in Karlsruhe zu sichern.

Das Ziel, die Funktionsfähigkeit der Ortskerne und zentraler Versorgungsbereiche zu erhalten sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten, wird durch übergeordnete Rechtsvorschriften wie zum Beispiel § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) oder § 11 Baunutzungsverordnung (BauNVO) untermauert. § 34 BauGB regelt beispielsweise die Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile. Zweck der Vorschrift ist unter anderem der Schutz zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden vor schädlichen Auswirkungen durch Bauvorhaben. Dies betrifft vor allem Vorhaben des (großflächigen) Einzelhandels, die städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche verursachen. Als großflächiger Einzelhandel gelten Vorhaben, deren Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet und deren Verkaufsfläche 800 m<sup>2</sup> übersteigt.

§ 11 Abs. 3 BauNVO enthält eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben (Einzelhandelsgroßprojekte). Danach sind die vorgenannten Betriebe nur in Kerngebieten und in für solche Betriebe ausdrücklich ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Diese Vorschrift schafft neben den in §§ 2 bis 9 BauNVO aufgeführten Baugebieten ein Baugebiet besonderer Art, das "Gebiet für großflächigen Einzelhandel". Seine eigentliche Bedeutung besteht darin, derartige Nutzungen einer speziellen bauleitplanerischen Regelung zu unterwerfen und die genannten Betriebe aus Gewerbegebieten und Industriegebieten fernzuhalten.

In der Verwaltungsvorschrift des Wirtschaftsministeriums zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten – Raumordnung, Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass Baden-Württemberg) werden die Vorschriften zur Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten mit Begriffsdefinitionen sowie Regelungen bezüglich der raumordnungsrechtlichen und bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit von Vorhaben konkretisiert. Er beinhaltet außerdem Umsetzungsempfehlungen und fordert die Gemeinden auf, entsprechende Konzepte zu erarbeiten.

Viele Bundesländer haben solche Erlasse öffentlich bekanntgemacht, um auf diese Weise über die geltenden Rechtsvorschriften, über die bestehende Rechtsprechung und über Planungs- und Zulassungsverfahren zu informieren. Sie dienen auch dem Zweck, eine einheitliche Rechtsanwendung in dem jeweiligen Bundesland sicherzustellen.

In Karlsruhe erfolgt die geforderte Konkretisierung durch die „Karlsruher Märkterichtlinien“ (siehe Kapitel 3.2). Sie sind Bestandteil des „Flächennutzungsplans (FNP) 2010 des Nachbarschaftsverbands Karlsruhe (NVK)“. Wesentliche Bestandteile des darin enthaltenen Kapitels „C2 Zielkonzept Versorgung/Zentren“ im Geltungsbereich des NVK sind die Sicherung der Grundversorgung, integrierte Einzelhandelsstandorte sowie Einzelhandel in Übereinstimmung mit dem Zentrenkonzept. Das Zentrenkonzept definiert im Grundsatz, dass großflächige EH-Betriebe nur in Zentren (Unter-, Mittel-, Oberzentren) ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden dürfen. Dabei muss das Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der räumlich-funktionell zugeordneten Versorgungsaufgabe der jeweiligen Zentralitätsstufe entsprechen (Kongruenzgebot). Neue Einzelhandelsbetriebe können demnach angesiedelt werden, wenn der betriebswirtschaftliche Einzugsbereich den jeweiligen zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Gemeinde nicht wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist in der Regel gegeben, wenn mindestens mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden.

Die nachfolgende Abbildung 3.01 erläutert die Einstufung der Zentren entsprechend der Ausstattungsmerkmale (siehe auch Tabelle C 2.3, „Ausstattungsmerkmale der Zentren“, FNP 2010, Seite 58). Bezüglich nahversorgungsrelevanter Sortimente gilt der Grundsatz, dass alle höherrangigen Zentren auch die Angebote der D-Stufe zur Nahversorgung

des unmittelbaren Umfelds enthalten. Mit dem Erhalt beziehungsweise dem Ausbau der vorhandenen Zentren sowie der Planung neuer Zentren entsprechend der Ausweisung neuer Wohnbauflächen soll das Planungsziel der flächendeckenden Versorgung erreicht werden.

Abbildung 3.01

**ZENTRENSTRUKTUR IN KARLSRUHE**

Zentrale Stufe	Ausstattung	Einzugsbereich	Einstufung der Stadtteile nach GfK-Gutachten 2007
<b>A</b>	Güter- und Dienstleistungen der höchsten Zentralitätsstufe, unter anderem Warenhäuser, Fachkaufhäuser, hochspezialisierter Facheinzelhandel, Schwerpunkt Gastronomie, Vergnügungstätten, Kinos	Gesamtstadt, Region, angrenzende Regionen, PAMINA-Raum	<b>Innenstadt-Ost</b> <b>Innenstadt-West</b>
<b>B</b>	Güter- und Dienstleistungen des mittel- und längerfristigen Bedarfs: Unter anderem Kleinkaufhaus oder SB-Warenhaus, spezialisierter Facheinzelhandel, Wochenmarkt	Mehrere Stadtteile, angrenzende Gemeinden	<b>Durlach</b> <b>Mühlburg</b>
<b>C</b>	Güter- und Dienstleistungen des mittel- und längerfristigen Bedarfs: Mindestens zehn Läden, unter anderem der Sortimente: Schuhe, Textil, Haushaltswaren, Elektro und Wochenmarkt sowie Dienstleistungen der selteneren Nachfrage wie Reisebüro, Fahrschule oder Videothek	Ein oder mehrere Stadtteile	<b>Südweststadt</b> <b>Rüppurr</b> <b>Waldstadt</b> <b>Grötzingen</b> <b>Neureut</b>
<b>D</b>	Güter- und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) Mindestausstattung: Lebensmittelmarkt und/oder Bäckerei, Metzgerei, Drogerie, Papier- und Schreibwaren, Blumen, Kiosk, Tankstellenshop sowie ein bis zwei Läden mit Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs zum Beispiel Elektro, Textil, private Dienstleistungen der täglichen Nachfrage, wie Post, Bank, Friseur, Reinigung, Gaststätte, Apotheke und ähnliches, ein großer Lebensmittelmarkt kann auch mehrere kleinere Geschäfte ersetzen	Stadtteil, Ortsteil soweit Tragfähigkeit gegeben. Einzugsbereich: 5 bis 15.000 Einwohner in isoliert liegenden Außenstadtteilen mit starker Eigenständigkeit ab 3 bis 4.000 Einwohnern	<b>Südstadt</b> <b>Oststadt</b> <b>Daxlanden</b> <b>Knielingen</b> <b>Oberreut</b> <b>Hagsfeld</b> <b>Grünwettersbach</b>

Alle höherrangigen Zentren enthalten auch die Angebote der D-Stufe zur Nahversorgung ihres unmittelbaren Umfelds.

Quelle: GfK-Gutachten 2007, Flächennutzungsplan 2010

## 3.2. DIE KARLSRUHER MÄRKTERICHTLINIEN

Aufbauend auf den unter 3.1. genannten Grundlagen wendet die Stadt Karlsruhe zur Strukturierung des Einzelhandels intern seit 1987 sogenannte Märkterichtlinien an. Ziel dieser Richtlinien ist unter anderem, das Oberzentrum Karlsruhe, insbesondere die Innenstadt sowie die B-Zentren, zu stärken und die bestehenden Stadtteilzentren in ihrer Versorgungsfunktion zu erhalten sowie die fußläufige Nahversorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs in allen Stadtteilen zu sichern und bei Bedarf auszubauen. Diese Zentren sind soziale Treffpunkte, Orte der Kommunikation und Identifikation mit dem Stadtteil. Die Richtlinien wurden inzwischen mehrfach modifiziert, zuletzt erfolgte die Behandlung im Wirtschaftsförderungsausschuss im Juni 2014.

### Generelle Leitlinien des Karlsruher Märktekonzepts

- Grundsätzlich keine Ansiedlung von nichtintegrierten Märkten der Sortimentsgruppe A (sowohl kleiner als auch größer 1.200 m<sup>2</sup> BGF) außerhalb von Zentren und Sondergebieten.
  - Ausnahmen:
    - angemessene Erweiterung eines vorhandenen Betriebes bei betrieblicher Notwendigkeit, in der Regel um maximal etwa 25 % des Bestandes.
    - Sortimente, welche eine Steigerung der oberzentralen Funktion der Stadt erwarten lassen, zum Beispiel Medien.
- Ansiedlung von Märkten mit Sortimenten der Gruppe B kleiner 1.200 m<sup>2</sup> BGF grundsätzlich zulässig, größer 1.200 m<sup>2</sup> nur noch in begründeten Ausnahmen, zum Beispiel bei Unterversorgung von Teilbereichen der Stadt oder bei Verlagerung zum Erreichen von branchenspezifischen Größen (Nachweis durch Gutachten).
- Bei Mischsortimenten (Haupt- und Randsortimente), welche heute allgemein üblich geworden sind („alles unter einem Dach“), Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente (Gruppe A) auf maximal 20 % des Gesamtsortiments (flächenmäßig).

### Sortimente:

- A** Zentrenrelevant: Lebensmittel, Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Foto, Bücher, Haushaltswaren und andere.
- B** Nicht zentrenrelevant: Baustoffe, Heimwerkerbedarf, Möbel, Pflanzen und Gartenzubehör, Fahrzeuge und andere.

Wesentlicher Bestandteil der Richtlinien ist die Unterscheidung von zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Im Zuge der Untersuchungen zur Ansiedlung der Firma IKEA hat sich gezeigt, dass die aktuelle Sortimentsliste nicht mehr zeitgemäß ist. Die Firma GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung wurde daher im Jahr 2014 gebeten, die Märkterichtlinien und die Sortimentsliste zu überprüfen und zu aktualisieren. An den wesentlichen Kernaussagen hat sich demnach nichts geändert. Die Sortimentsliste wurde ergänzt und detaillierter ausgestaltet. Die Zuordnung zu den zentrenrelevanten beziehungsweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten wurde überprüft. Neu hinzugekommen ist die Kategorie „Nahversorgungsrelevante Warengruppen“.

Die nachfolgende Anlage bildet die aktuell geltende Fassung der Sortimentsliste aus dem Jahr 2014 ab.

## ANLAGE ZU DEN MÄRKTERICHTLINIEN DER STADT KARLSRUHE: SORTIMENTS KONZEPT 2014

**Zentrenrelevante Sortimente**

- Parfümeriewesen
- Sanitäts- und Orthopädiebedarf\*
- Bücher
- Spielwaren, Baby- und Kinderartikel (kleinteilig)
- Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, Kürschnerwaren
- Schuhe
- Leder- und Modewaren (Handtaschen, Reisegepäck, Schirme, Accessoires und andere)
- Sportartikel und -bekleidung
- Elektrokleingeräte (Haus- und Küchengeräte, Geräte zur persönlichen Pflege)\*
- Telekommunikationsgeräte/-zubehör
- Unterhaltungselektronik (Fernseh-, Hifi-, Videogeräte und andere), Ton- und Bildträger, Computerspiele, Fotogeräte/ Fotobedarf\*
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Flecht- und Korbwaren
- Geschenk- und Dekorationsartikel, Kunstgewerbe
- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Heimtextilien, Gardinen/Vorhänge
- Stoffe, Wolle, Handarbeitsbedarf, Nähmaschinen
- Optik, optische Erzeugnisse, Hörgeräteakustik
- Uhren, Schmuck, Gold- und Silberwaren
- Sammlerbedarf (Antiquariat, Philatelie, Numismatik und andere)

**Nahversorgungsrelevante Sortimente**

- Nahrungs- und Genussmittel (inklusive Reformwaren, Lebensmittelhandwerk, Getränke und Tabakwaren)
- Drogeriewaren (inklusive Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)
- Arzneimittel, Apothekenwaren
- Schnittblumen, Floristik
- Zeitungen, Zeitschriften
- Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf

**Nicht-zentrenrelevante Sortimente**

- Elektrogroßgeräte (Haushalts-/Einbaugeräte)
- Computer, EDV-Zubehör, Büromaschinen, Büroorganisationsmittel, Büro- und Kommunikationstechnik (Absatz vorwiegend an gewerbliche Verwender)
- Großteilige Haushaltsgeräte (zum Beispiel Wäscheständer, Bügelbretter, Eimer, Wannen, Leitern, Tritte, Besen)
- Bilder/Drucke, Bilderrahmen
- Möbel, Küchen (inklusive Büromöbel, Baby- und Kindermöbel, Lattenroste, Matratzen/-auflagen, Spiegel)
- Bettwaren (außer Matratzen/-auflagen)
- Leuchten, Beleuchtungszubehör, Elektroinstallation
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Installationsmaterial, Sanitärwaren, Fliesen, Türen/Fenster, Rollläden, Markisen
- Farben, Lacke, Tapeten
- Gartenbedarf, Pflanzen und Zubehör, Erde/Torf, Pflege- und Düngemittel, Pflanzgefäße, Übertöpfe, Gartenwerkzeuge, Garten- und Gewächshäuser, Gartenhölzer, Zäune, Carports
- Teppiche, Bodenbeläge
- Zooartikel, Tiernahrung und -pflegeartikel, lebende Tiere
- Campingbedarf, Grills und Grillzubehör
- Sportgroßgeräte (Fahrräder und Fahrradzubehör, Reitsportbedarf, Boote, Tauch- und Wassersportgeräte, Fitnessgeräte, Motorradbekleidung), Jagd- und Angelbedarf, Waffen
- Kraftfahrzeuge, Motorräder, Mopeds, Auto- und Motorradzubehör, Kindersitze, Autoteile, Reifen, Land- und Gartenmaschinen, Rasenmäher
- Öfen, Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
- Musikinstrumente, Musikalien

\* Abwägungsspielraum vorhanden, zum Beispiel bei großteiligen beziehungsweise sperrigen Waren.

Quelle: GMA-Empfehlungen 2014.



## 3.3. UMSETZUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRATEGIE

### 3.3.1. MONITORING DER VERSORGUNGSITUATION IN DEN STADTTEILEN

Das Amt für Stadtentwicklung hat gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung eine Monitoring Software entwickelt (LeNaMonitoring, siehe Kapitel 5), mit der sich der Versorgungsgrad einzelner Stadtteile in Bezug auf die gesamtstädtische Versorgung (100 %) mit nahversorgungsrelevanten Branchen ermitteln lässt. Dabei wird laufend erhoben, wie viel m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner im Stadtteil angeboten werden. So lässt sich eine Rangliste mit den Versorgungsgraden aller 27 Stadtteile erstellen, die auch den Bedarf der unterversorgten Stadtteile aufzeigt. Neben dieser rein rechnerischen Methode muss jeder Stadtteil aber auch unter Berücksichtigung der Umstände vor Ort betrachtet werden. Das Programm ermöglicht neben vielen weiteren Funktionen auch die graphische Darstellung der Nahversorgung und ermöglicht die Darstellung fußläufiger Erreichbarkeiten mit Radien, bei Lebensmitteln 500 m. Die Definition „fußläufige“ Erreichbarkeit wird vielfach mit einer Reichweite von etwa 600 bis 800 Metern angenommen. Daraus lässt sich eine Zeitakzeptanz der Kunden von etwa 10 Minuten bis zum nächsten Versorger ableiten. Eine Flächenabdeckung wird daher simuliert, indem bei Lebensmittelgeschäften 500 m-Luftlinien-Radien um Versorger gezogen werden.

### 3.3.2. ZIELERREICHUNG DER NAHVERSORGUNGSSTRATEGIE

Die stetige Anwendung der unter 3.1. und 3.2. beschriebenen Grundsätze hat in Karlsruhe dazu geführt, dass die fußläufigen Erreichbarkeiten in den meisten Stadtteilen abgesichert sind. Daneben konnte eine Konzentration der Lebensmittelmärkte an den Verkehrsachsen verhindert werden. Diese Standorte werden naturgemäß von den Betreibern und Investoren bevorzugt, da dort die höchsten Umsätze zu erwarten sind. Die Vergrößerung eines Marktes an der Peripherie bewirkt jedoch immer eine Umverteilung des insgesamt im Nahversorgungssektor zu erzielenden Umsatzes und kann damit die Geschäfte in den integrierten Lagen gefährden.

Da für alle Einzelhandelsbetreiber und Investoren seit Jahren konsequent die Märkterichtlinien angewandt werden und dadurch Entscheidungen transparent und nachvollziehbar sind, hat sich über viele Jahre eine hohe Akzeptanz der Karlsruher Vorgehensweise entwickelt („Was der Eine nicht bekommt, kriegt auch der Andere nicht.“).

#### FAZIT:

Die konsequente Ausrichtung der Nahversorgungsstrategie an dem vom Gemeinderat vorgegebenen übergeordneten Ziel, möglichst in allen Stadtteilen eine fußläufige Versorgung zu gewährleisten, hat sich bewährt. Messbare Größe für den Erfolg ist ein hoher Anteil an gut versorgten Stadtteilen (siehe hierzu die Auswertungen unter Kapitel 5, „Nahversorgung in den Stadtteilen“). Es wird auch weiterhin die Aufgabe der Stadt sein, in unterversorgten Bereichen des Stadtgebiets einen Kompromiss zwischen den Anforderungen der Betreiber und den dargestellten Grundsätzen der Stadt zu finden. Unentbehrlich ist daher der ständige Austausch zwischen Bevölkerung, Investoren, Immobilieneigentümern, Betreibern, Bürgervereinen, der Politik und allen weiteren Akteuren der Nahversorgung. Neue Trends werden auf die Vereinbarkeit mit der städtischen Strategie und ihrer Umsetzungsfähigkeit geprüft.



## 4. EINKAUFsverhalten DER KARLSRUHERINNEN UND KARLSRUHER

### 4.1 BEURTEILUNG DER ANGEBOTSSITUATION

Seit der ersten Karlsruher Bürgerumfrage im Jahr 1992 wurden die Karlsruherinnen und Karlsruher in regelmäßigen Abständen gebeten, das Angebot von Einzelhandel und Dienstleistungen in ihrem Stadtteil zu bewerten. Die Fragestellung wurde dabei über die Jahre konstant gehalten.

#### 4.1.1 VERSORGUNG DES STADTTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN

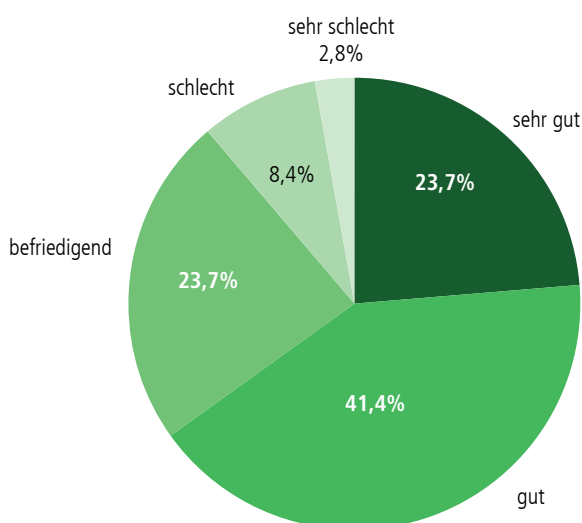
Die Versorgung ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften bewerten im Jahr 2016 23,7 % der Befragten mit „sehr gut“, 41,4 % mit „gut“ und 23,7 % mit „befriedigend“. Gegenüber dieser außerordentlich positiven Beurteilung bleiben die Anteile derjenigen, die mit „schlecht“ (8,4 %) oder „sehr schlecht“ (2,8 %) votierten, deutlich zurück. Abbildung 4.01 zeigt das Ergebnis.

Über die Jahre betrachtet hat sich die Einschätzung der Nahversorgung im ersten Jahrzehnt der Erhebungen 1992 bis 2002 fortwährend verschlechtert. Erst 2006 wird ein gewisser Meinungsumschwung sichtbar. Die stärksten Verschiebungen im Meinungsbild über die Einzelhandelsversorgung zeigen sich im Jahrzehnt von 2006 bis 2016. Hier ist vor allem der Anteil derjenigen stark gewachsen, die in ihrem Stadtteil eine sehr gute Einzelhandelsausstattung feststellen (2006: 10,9 %; 2016: 23,7 %). Im Jahr 2016 beurteilen insgesamt 65,1 % der Befragten die Versorgung im Stadtteil mit Einzelhandelsgeschäften als „gut“ oder „sehr gut“ und nur 11,2 % bewerten sie mit „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Einen derart hohen Zufriedenheitsgrad in der Nahversorgung in den Karlsruher Stadtteilen hat es in den letzten 25 Jahren nicht gegeben. Abbildung 4.02 zeigt die Ergebnisse.

Abbildung 4.01

#### BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“



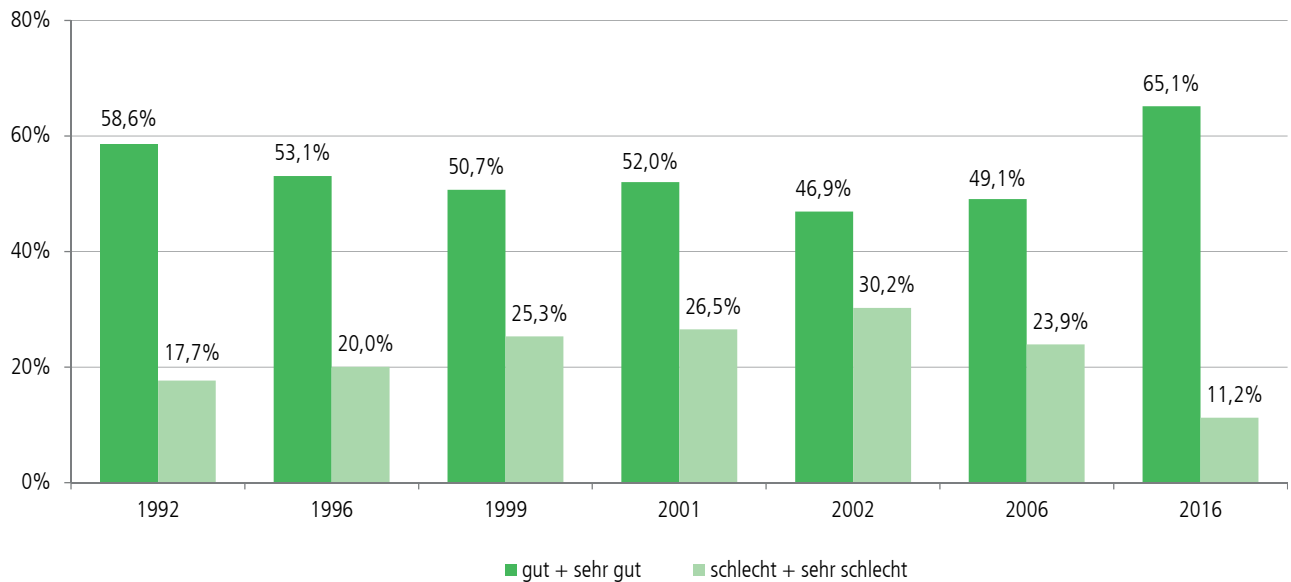
Basis: 4.613 Befragte.  
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Abbildung 4.02

## BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN 1992 BIS 2016

### ANTEILE „SEHR GUT“ + „GUT“ SOWIE „SCHLECHT“ + „SEHR SCHLECHT“

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“



Basis: 4.613 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

### ERGEBNISSE NACH BEFRAGTENGROUPE

Obwohl die Einkaufstätigkeit für den täglichen Bedarf zwischen den Geschlechtern sicher nicht gleichverteilt ist, zeigen sich kaum Bewertungsunterschiede zwischen Männern und Frauen. Der „sehr gut“-Anteil fällt unter den Frauen geringfügig höher aus (24,7 %). In der Anhangtabelle 4.01 sind die Ergebnisse der einzelnen Befragtengruppen dargestellt. Zum schnellen Vergleich der einzelnen Gruppen wurde eine Kennziffer (Durchschnittsbewertung) ergänzt, die alle Einschätzungen jeweils gebündelt zu Ausdruck bringt.

In den einzelnen Altersgruppen wird die Einzelhandelsversorgung recht unterschiedlich eingeschätzt. Je jünger die Befragten, desto positiver werden die Einkaufsverhältnisse gesehen. So empfinden 32,1 % der 18- bis unter 30-Jährigen ihre örtliche Einkaufssituation als sehr gut und 44,4 % als gut. Alle anderen Antwortanteile liegen deutlich unter dem städtischen Durchschnitt. Bis zum Lebensalter 80 Jahre wird diese Bewertung von Altersgruppe zu Altersgruppe schlechter.

Von den 65- bis unter 80-Jährigen halten nur noch 16,9 % die Einzelhandelsausstattung ihres Stadtteils für sehr gut, andererseits wachsen die Bewertungen „schlecht“ (12,2 %) und „sehr schlecht“ (4,2 %) deutlich an. In der höchsten Altersgruppe (80 Jahre und älter) verbessert sich das Urteil über die lokale Einzelhandelsausstattung allerdings wieder leicht.

In den übrigen Befragtengruppen bildet sich in hohem Maße dieses vom Alter geprägte Beurteilungsraster ab. Dies gilt vor allem für die einzelnen Haushaltstypen, den Erwerbsstatus und die Wohndauer im Stadtteil. Nach Bildungsabschlüssen sind kaum Abweichungen vom Durchschnitt festzustellen. Nach Pro-Kopf-Einkommen bewertet die gering verdienende (studentische) Bevölkerung die Einzelhandelsausstattung wiederum am besten. Familien mit Kindern beurteilen die Einzelhandelsausstattung ihres Stadtteils sehr nahe am städtischen Durchschnitt. Unter den Befragten mit ausländischem Pass fällt die Bewertung überdurchschnittlich aus („gut“ + „sehr gut“: 71,5 %; insgesamt: 65,1 %).

Neben den in den jeweiligen Lebensumständen der Befragten begründeten Einschätzungsunterschieden fallen in den Ergebnissen folgende Abhängigkeiten auf:

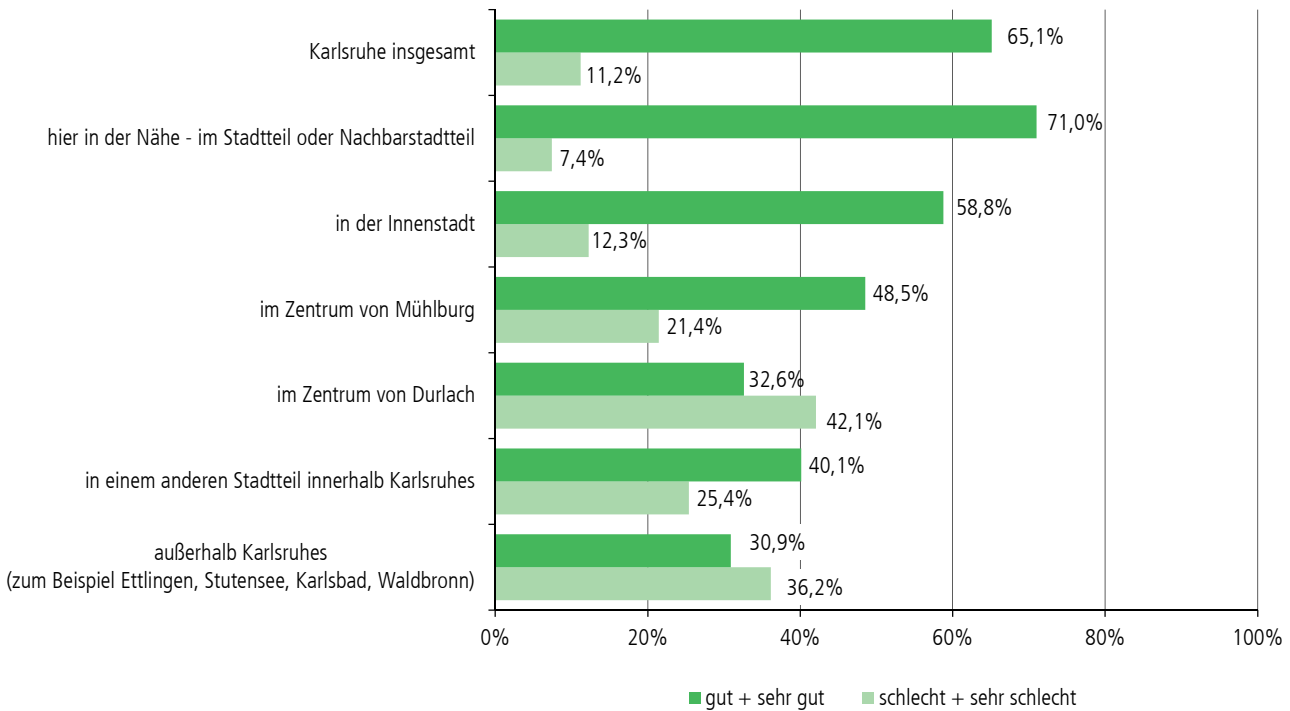
Die höchste Zufriedenheit herrscht unter denjenigen Befragten, die ihren täglichen Bedarf im Stadtteil oder Nachbarstadtteil einkaufen (können). Von ihnen votieren 71 % mit „sehr gut“ oder „gut“ und nur 7,4 % mit „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Ähnlich positiv fällt das Urteil der Karlsruherinnen und Karlsruher aus, die sich in der Innenstadt oder im Zentrum

von Mühlburg versorgen. Befragte mit Ziel Durlach Zentrum bewerten ihre örtliche Situation dagegen deutlich schlechter. Die schlechtesten Einschätzungen kommen aus Stadtteilen, deren Befragte in einem anderen Stadtteil innerhalb Karlsruhes (nicht Durlach oder Mühlburg) oder jenseits der Stadtgrenze einkaufen (müssen). Abbildung 4.03 zeigt die Gegenüberstellung.

Abbildung 4.03

**ZUFRIEDENHEIT MIT DER EINZELHANDELSVERSORGUNG NACH EINKAUFSORTEN**

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“  
 „Wo liegt das Lebensmittelgeschäft, in dem Sie am häufigsten einkaufen?“



Basis: 4.592 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

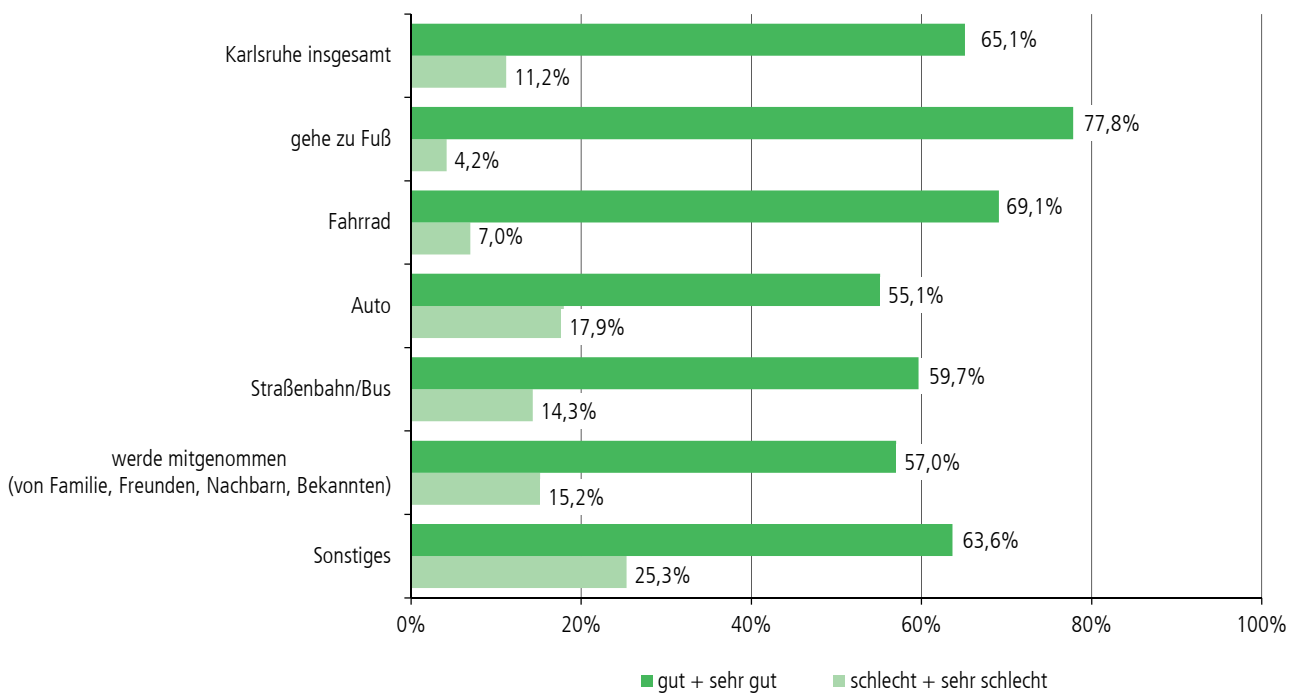
Stark beeinflusst wird die Bewertung der Einzelhandels-situation auch vom Verkehrsmittel, das beim Einkaufen benutzt wird beziehungsweise benutzt werden kann. Rund ein Viertel der Karlsruherinnen und Karlsruher (26 %) ist bei Einkauf des täglichen Bedarfs zu Fuß unterwegs. Unter ihnen fällt die Bewertung des örtlichen Einzelhandelsangebots am besten aus: 77,8 % votieren mit „sehr gut“ oder „gut“, nur 4,2 % mit „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Ähnlich urteilen diejenigen 27,3 % der Befragten, die mit dem Fahrrad einkaufen. Von ihnen meinen 69,1 %, ihre Einzelhandelsausstattung sei „sehr gut“ oder „gut“ und 7 %

halten sie für „schlecht“ oder „sehr schlecht“. Die größte Gruppe der Befragten (40,7 %) kauft mit dem Auto ein und urteilt deutlich schlechter über die örtliche Situation. Auf „sehr gut“ oder „gut“ entfallen lediglich 55,1 %, dagegen erreichen schlechte Bewertungen 17,9 %. Wer seine Nahversorgung mit Straßenbahn oder Bus erreicht, sieht die örtlichen Verhältnisse etwas besser als die Autofahrer, aber nicht annähernd so gut wie Fußgänger und Radfahrer. Einen Überblick über diese Einschätzungsunterschiede gibt Abbildung 4.04.

Abbildung 4.04

**ZUFRIEDENHEIT DER EINZELHANDELSVERSORGUNG NACH FORTBEWEGUNGSMITTELN**

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“  
 „Welches Fortbewegungsmittel nutzen Sie hauptsächlich, um dieses am häufigsten genutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“



Basis: 4.598 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

## STADTTEILERGEBNISSE

Die Bewertungen in den einzelnen Stadtteilen fallen erwartungsgemäß unterschiedlich aus. Sie sind einmal ein Spiegelbild der örtlichen Nahversorgungsausstattung, zum anderen bildet sich in den Stadtteilergebnissen aber auch die räumliche Verteilung der nach Alter unterschiedlich votierenden Bevölkerungsgruppen ab. Die Stadtteilergebnisse sind im einzelnen in Anhangtabelle 4.02 enthalten. In Abbildung 4.05 sind die zusammengefassten Anteile für „gut“ und „sehr gut“ nach Stadtteilen im Zeitvergleich 2006 zu 2016 dargestellt, in Abbildung 4.06 die Anteile für „schlecht“ und „sehr schlecht“ in gleicher Weise.

Generell wird die Einschätzung der Einzelhandelsausstattung in den Stadtteilen 2016 weitaus besser eingeschätzt als noch 2006. Dies gilt – auf unterschiedlichem Niveau – flächendeckend im Stadtgebiet mit Ausnahme der Höhenstadtteile.

Innenstadt und gründerzeitliche Stadtteile haben in der Regel eine gute Einzelhandelsausstattung, sind aber gleichzeitig auch bevorzugter Wohnort der jungen (studentischen) Bevölkerung, die die Nahversorgungssituation generell positiv sieht. Wenig überraschend ist deshalb das positive Votum der Befragten in der Karlsruher Innenstadt. Dort erreichen die Anteile für „sehr gut“ oder „gut“ mehr als 80 % (Innenstadt-Ost: 84,7 %; Innenstadt-West: 83 %). Spektakuläre

Einschätzungsverbesserungen zeigen sich im inneren Stadtgebiet vor allem in der Weststadt (2006: 32 %; 2016: 71,5 %). Die Befragten in Mühlburg (81 %) und Grünwinkel (81,1 %) bewerten ihre Nahversorgungs-ausstattung ähnlich gut wie in der Innenstadt. Dies ist außerordentlich hoch im Vergleich mit anderen Stadtteilen. In Grünwinkel lag der Anteil „gut“ + „sehr gut“ 2006 noch bei 44,9%.

Positive Bewertungen von mehr als 70 % liegen in der Südstadt, Weststadt, Südweststadt und der Oststadt vor, darüber hinaus in Durlach, der Waldstadt und Neureut. In den letztgenannten Stadtteilen sowie in der Nordweststadt und Nordstadt sind sprunghafte Einschätzungsverbesserungen festzustellen. In der Regel kann dies auf Neuansiedlungen von Märkten zurückgeführt werden.

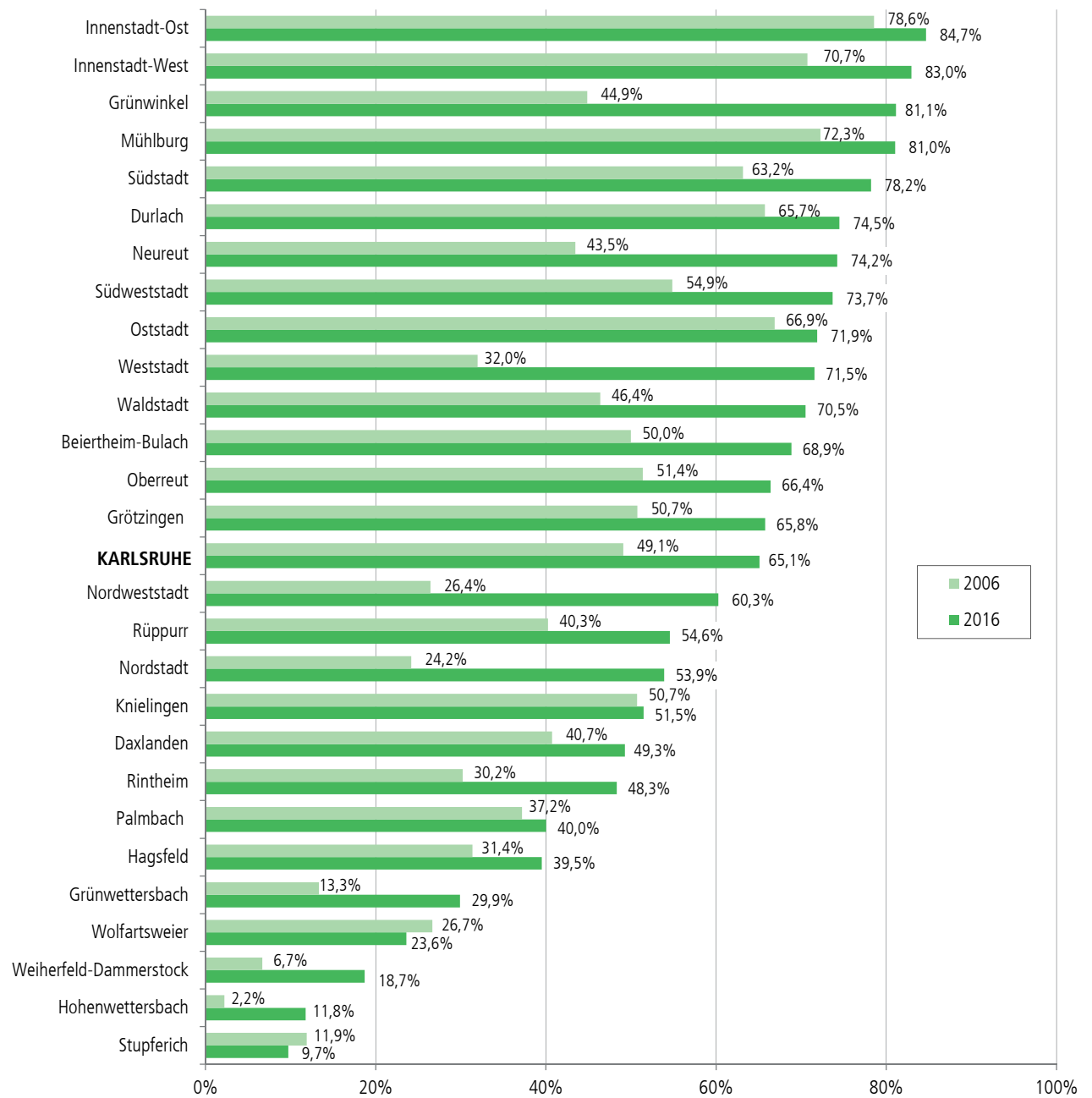
Unter dem Karlsruher Bewertungsdurchschnitt von 65,1 % („gut“ + „sehr gut“) liegen 13 der 27 Karlsruher Stadtteile. In Abbildung 4.06 sind die zusammengefassten Anteile von „schlecht“ und „sehr schlecht“ nach Stadtteilen dargestellt. Hier fallen vor allem Hohenwettersbach (71,7 %) und Stupferich (69,6 %) ins Auge. Nach Weiherfeld-Dammerstock (35,3 %) folgen die übrigen Höhenstadtteile mit Werten um 30 % „schlecht“ und „sehr schlecht“. In der großen Mehrheit der Stadtteile liegen diese Anteile (zum Teil) deutlich unter den Werten von 2006, in Stupferich und Palmbach haben ungünstige Bewertungen aber zugenommen.



Abbildung 4.05

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN 2006 UND 2016**  
 ANTEILE „SEHR GUT“ + „GUT“

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“

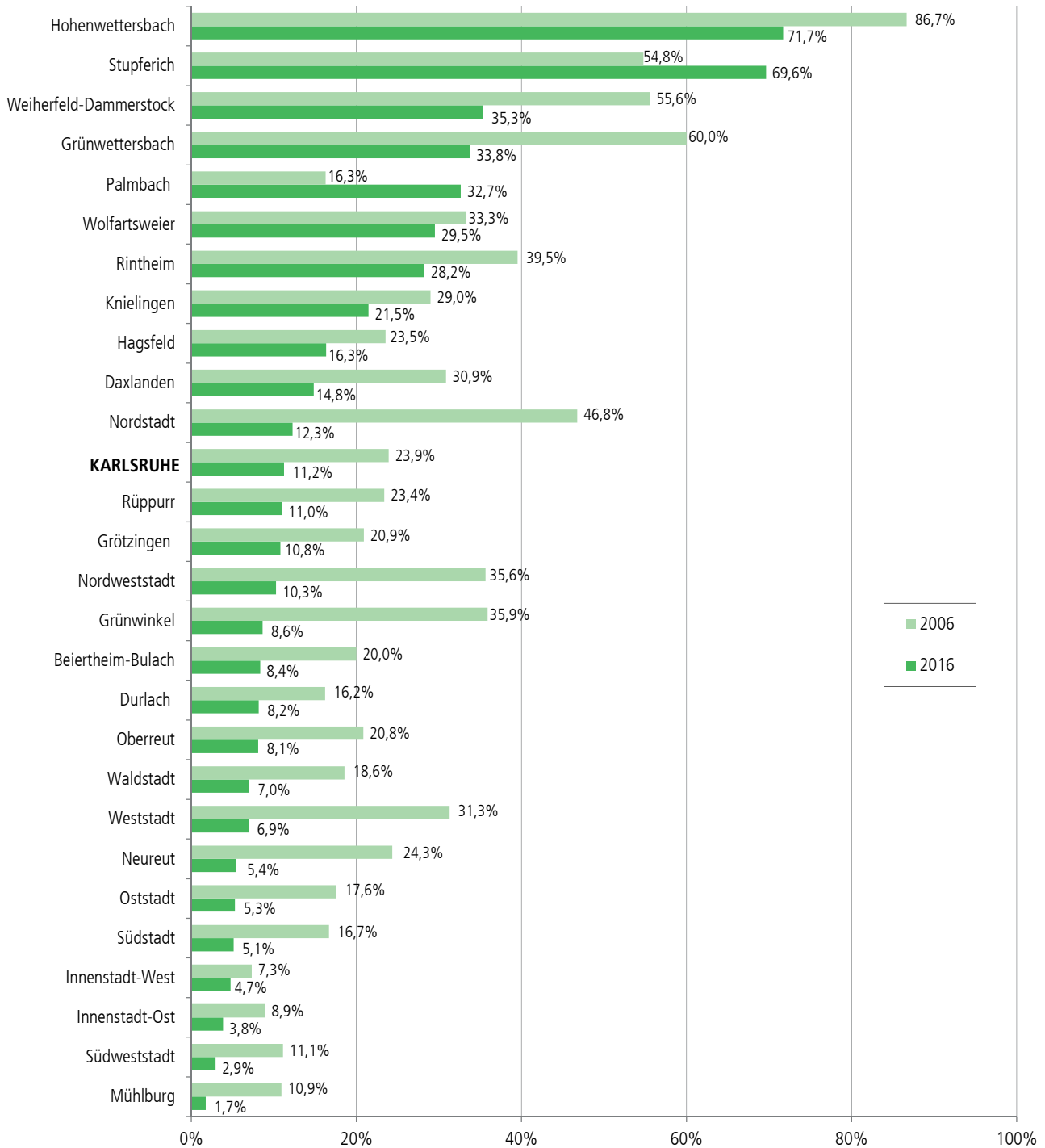


Basis: 4.613 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Abbildung 4.06

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN 2006 UND 2016**  
 ANTEILE „SCHLECHT“ + „SEHR SCHLECHT“

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“



Basis: 4.613 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Karlsruhe Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.



In Abbildung 4.07 sind die Anteile für „gut“ und „sehr gut“ kartografisch auf Stadtviertelebene im Stadtgebiet dargestellt. Dabei wird deutlich, dass in einigen Stadtteilen auch auffällig abweichende Stadtviertelergebnisse zu finden sind. So liegt die Bewertung im Beiertheimer Feld (51 %) schlechter als im östlichen (75,3 %) und im mittleren (76,8 %) Teil der Südweststadt.

Auch innerhalb Daxlandens kommen unterschiedliche Einschätzungen zu Tage. In Alt-Daxlanden (29,1 %) hält ein sehr viel geringerer Teil der Befragten die Ausstattung mit Geschäften für positiv als in den übrigen Stadtvierteln. Am besten urteilt Daxlanden-Ost (72,8 %). Alt- und Neu-Knielingen unterscheiden sich ebenso. In Neu-Knielingen (56 %) wird

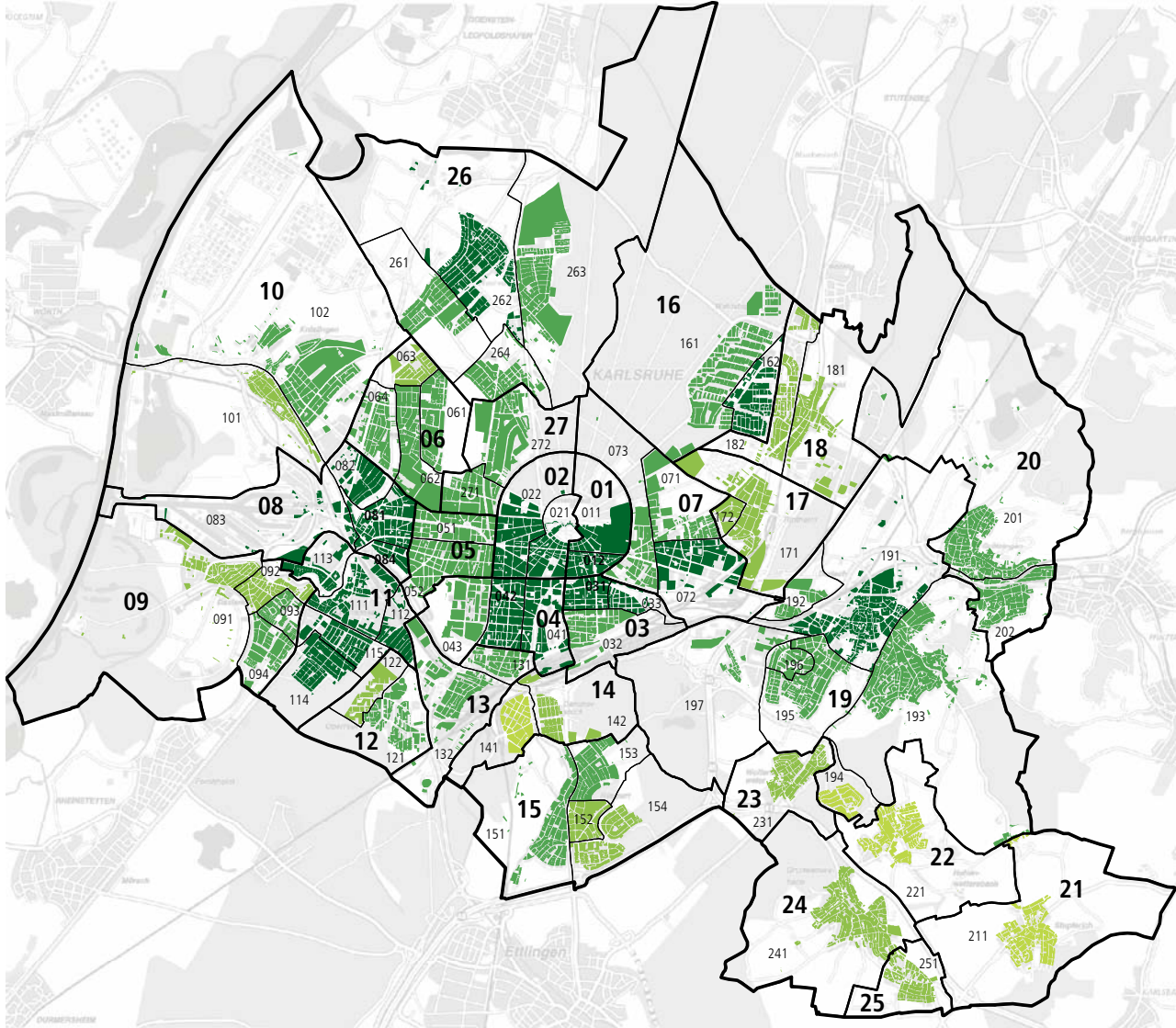
die Ausstattung (durch EDEKA) besser empfunden als in Alt-Knielingen (38,8 %), wo dem geschlossenen SPAR-Markt kein Angebot gefolgt ist. Auch Oberreut-Feldlage (73,1 %) und -Waldlage (40,7 %) unterscheiden sich deutlich – ausgelöst durch die Lage der Märkte im Stadtteil.

In Durlach (74,5 %), das insgesamt eine recht gute Bewertung erhält, fällt das Stadtviertel Bergwald (12,6 %) aus dem Rahmen. Dort ist weder eine Tragfähigkeit für eine eigenständige Nahversorgung gegeben, noch sind (bislang) benachbarte Angebote erreichbar. In den Höhenstadtteilen ist die Bewertung durchweg ungünstig. In Stupferich liegt mit 9,7 % „gut“ + „sehr gut“ stadtweit die niedrigste Einschätzung vor.



Abbildung 4.07

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN NACH STADTVIERTELEN**  
**ANTEILE „SEHR GUT“ + „GUT“**



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreut               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beierrheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartswieher   |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Einzelhandel: „sehr gut“ + „gut“**

- 9 % bis unter 25 %
- 25 % bis unter 50 %
- 50 % bis unter 75 %
- 75 % bis unter 100 %

**Karlsruher Durchschnitt: 65,1 %**

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze
- Stadtviertelgrenze

#### 4.1.2 WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER ÖRTLICHEN EINZELHANDELSAUSSTATTUNG

Erstmals wurde in den Themenkreis Nahversorgung eine Frage zur wahrgenommenen Veränderung der Einzelhandelsausstattung im jeweiligen Stadtteil in den letzten Jahren aufgenommen. Im gesamtstädtischen Ergebnis halten sich erkannte Verbesserungen (21,5 %) und Verschlechterungen (20,3 %) die Waage, während 58,2 % der befragten Karlsruherinnen und Karlsruher der Ansicht sind, die Versorgungslage sei gleich geblieben. In den einzelnen Befragtengruppen variiert diese Einschätzung nur wenig, nach Altersgruppen wird die gleiche Sichtweise deutlich wie bei der grundlegenden Einschätzung des Einzelhandelsangebots – die Bewertung „schlechter geworden“ greift um so mehr Platz, je älter die Befragten sind. Die grundsätzlich positiv gestimmten jüngeren Altersgruppen gehen in hohem Maß von gleichbleibenden Verhältnissen in der Nahversorgung aus. Anhangtabelle 4.03 gibt die Ergebnisse im Einzelnen wieder.

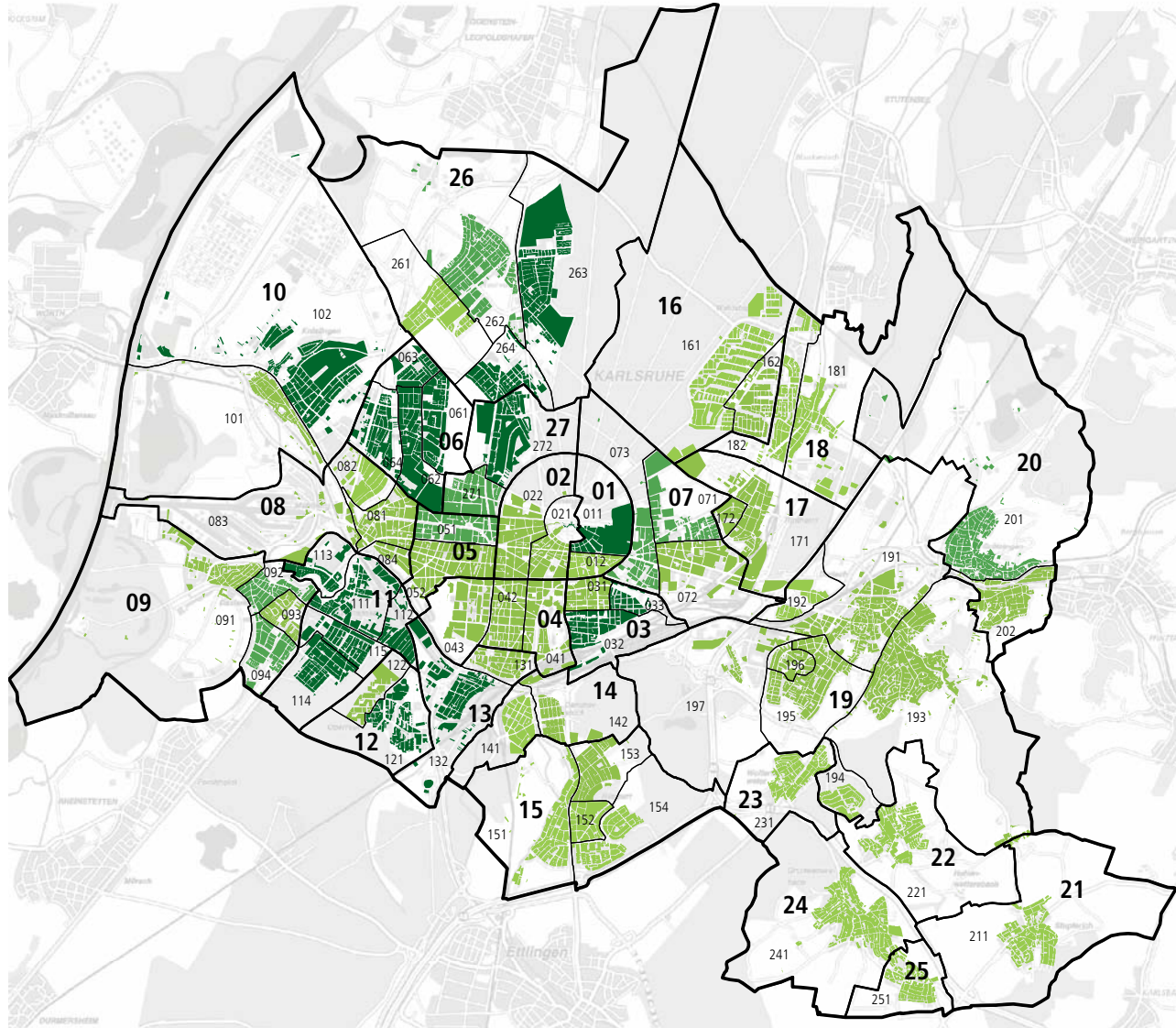
Um einiges spannender fallen dagegen die Ergebnisse in den Stadtteilen aus. So bilden sich einmal die objektiv erfolgten Angebotsverbesserungen durch neue Märkte ab. Die Antwort „besser geworden“ kommt vor allem aus Grünwinkel (58,8 %), wo sich in allen Stadtvierteln eine überdurchschnittlich verbesserte Bewertung abzeichnet, am deutlichsten in der Neuen Heidenstückersiedlung (besser geworden: 71,6 %).

In der Nordweststadt (43,2 %) sehen alle Stadtviertel eine Verbesserung, stärker am Alten Flugplatz (54,2 %), nicht ganz so ausgeprägt am Rennbuckel (30,1 %). Die Einschätzung in der Südstadt (42,1 %) wird vor allem geprägt durch Bewertungen aus dem östlichen Teil, wo nach dem (erstmaligen) Aufbau einer Nahversorgung 80% der Befragten von Verbesserungen berichten. In der „alten“ Südstadt wird die Situation gleichbleibend eingeschätzt. In Oberreut (41,4 %) klafft die Bewertung wiederum nach Waldlage (17,5 %) und Feldlage (50 %) auseinander. Auch Knielingen (30,6 %) zeigt sich gespalten – wahrgenommenen Verbesserungen in Neu-Knielingen (35,7 %) steht eine schlechte Einschätzung in Alt-Knielingen (besser geworden: 16,4 %) gegenüber. In der Nordstadt (38,8 %) urteilen Hardtwaldsiedlung (21,8 %) und Amerikanersiedlung (47,9 %) sehr unterschiedlich. Die Einschätzung in Neureut (besser geworden: 26,2 %) setzt sich zusammen aus überdurchschnittlichen Werten in Heide (41,3 %) und Kirchfeld (32,5 %) und schlechten Bewertungen in Neureut Süd (9,4 %).

Die Einschätzungsunterschiede gehen meist konform mit den Neuansiedlungen von Märkten in diesen Stadtteilen/ Stadtvierteln in den letzten Jahren. Anhangtabelle 4.04 zeigt die Stadtteilergebnisse. In Abbildung 4.08 sind die Ergebnisse in den Stadtvierteln als Karte dargestellt.

Abbildung 4.08

**WAHRGENOMMENE VERÄNDERUNG DER ÖRTLICHEN EINZELHANDELSAUSSTATTUNG IN DEN STADTVIERTELN ANTEIL „BESSER GEWORDEN“**



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreut               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Einzelhandel: „besser geworden“**

- 0 % bis unter 10 %
- 10 % bis unter 20 %
- 20 % bis unter 30 %
- 30 % bis unter 80 %

**Karlsruher Durchschnitt: 21,5 %**

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze
- Stadtviertelgrenze

Aus einer ganzen Reihe von Stadtteilen kommen aber auch Einschätzungen, die Nahversorgungslage sei schlechter geworden. Dies ist in Abbildung 4.09 auf Ebene der Stadtviertel dargestellt. Besonders betroffen ist der Außenbereich der Stadt. Dieses Urteil geben in Stupferich nicht weniger als 77,5 % der Befragten ab, in Weiherfeld-Dammerstock 47,9 %, in Grünwettersbach 45,3 % und in Palmbach 32 %. In Daxlanden (schlechter geworden: 33,8 %) weichen vor allem die Meinungen in Alt-Daxlanden (37,9 %) und in der Rheinstrandstrandsiedlung (45,5 %) ab, das Urteil in Knielingen (schlechter geworden: 32,8 %) setzt sich – aus nachvollziehbaren Gründen – aus Alt-Knielingen (51,9 %) und Neu-Knielingen (25,9 %) zusammen. In Rüppurr (schlechter geworden: 28,5 %) empfindet vor allem der Südostteil (43,2 %) Verschlechterungen. Der empfundene Abwärtstrend in Alt-Rintheim (32,7 %) kann durch den neuen Markt an der Forststraße künftig umgekehrt werden. Auch Alt-Hagsfeld (30,1 %) empfindet überdurchschnittlich stark Verschlechterungen im Einzelhandelsangebot. In Durlach („schlechter geworden“: 28,4 %) überträgt sich offenbar

die generelle Unzufriedenheit mit dem Angebotswandel im Einzelhandel des Durlacher Zentrums auch auf die (unveränderte) Nahversorgung<sup>1</sup>. Das kommt besonders im Hanggebiet (39,2 %) und ohnehin im Bergwald (87,4 %; siehe oben) zum Ausdruck. In Grötzingen („schlechter geworden“: 31,7 %) sehen vor allem Befragte nördlich der Pfinz (36,5 %) Abwärtstendenzen.

Wahrgenommene Verschlechterungen hängen in einigen Stadtteilen (zum Beispiel Rintheim, Alt-Knielingen, Daxlanden) mit dem Wegfall von Märkten zusammen. Andererseits wird eine anhaltend als unzureichend empfundene Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ganz offensichtlich als Verschlechterung wahrgenommen – siehe Weiherfeld-Dammerstock oder Stupferich –, auch ohne dass sich am Angebot etwas verändert hat.

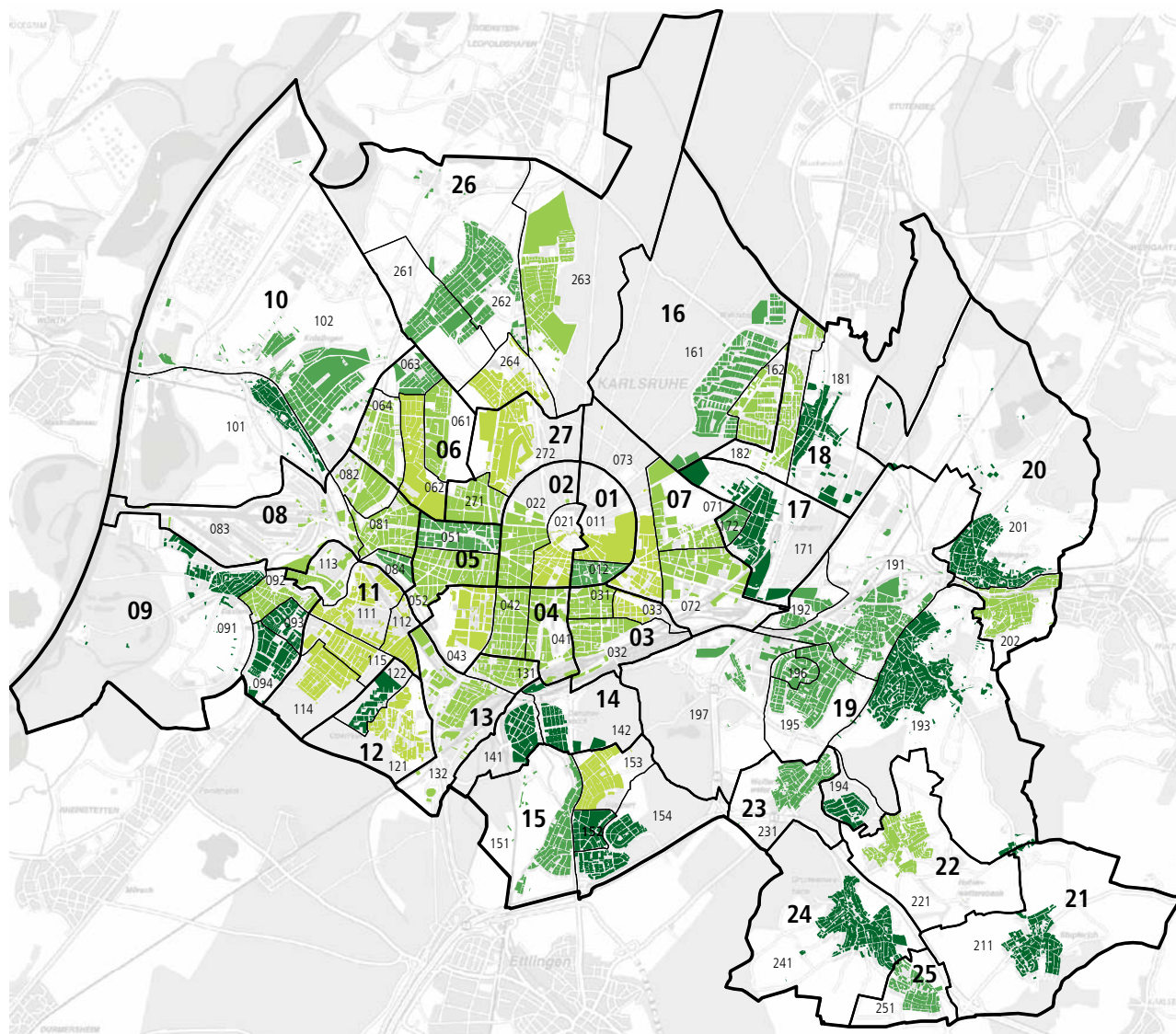
Eine ausführliche Darstellung der Situation in den einzelnen Stadtteilen erfolgt in den Stadtteilprofilen in Kapitel 5.

<sup>1</sup> siehe: Die Attraktivität der Durlacher Innenstadt | Ergebnisse der Bürger- und Passantenumfrage 2013, Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung



Abbildung 4.09

**WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER ÖRTLICHEN EINZELHANDELSAUSSTATTUNG IN DEN STADTVIERTELEN ANTEIL „SCHLECHTER GEWORDEN“**



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreit               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Einzelhandel: „schlechter geworden“**

- 30 % bis unter 88 %
- 20 % bis unter 30 %
- 10 % bis unter 20 %
- 0 % bis unter 10 %

**Karlsruher Durchschnitt: 20,3 %**

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze
- Stadtviertelgrenze

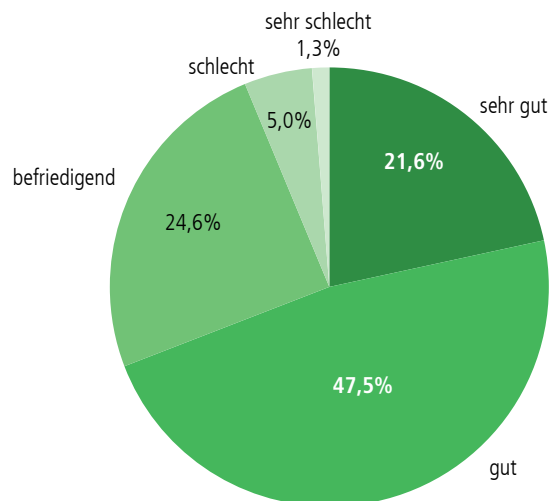
### 4.1.3 VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN

Im Jahr 2016 schätzten 21,6 % der Karlsruherinnen und Karlsruher die Ausstattung ihres Stadtteils mit Dienstleistungen als „sehr gut“ ein. Rund die Hälfte der Befragten (47,5 %) betrachtet sie als „gut“. Von „befriedigenden“ Verhältnissen gehen 24,6 % der befragten Bürgerinnen und Bürger aus. Dagegen beurteilen auch bei den Dienstleistungen nur wenige Befragte die örtlichen Verhältnisse als „schlecht“ (5 %) oder „sehr schlecht“ (1,3 %). Das Ergebnis ist in Abbildung 4.10 dargestellt.

Abbildung 4.10

#### BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN

„Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Dienstleistungen?“



Basis: 4.578 Befragte.

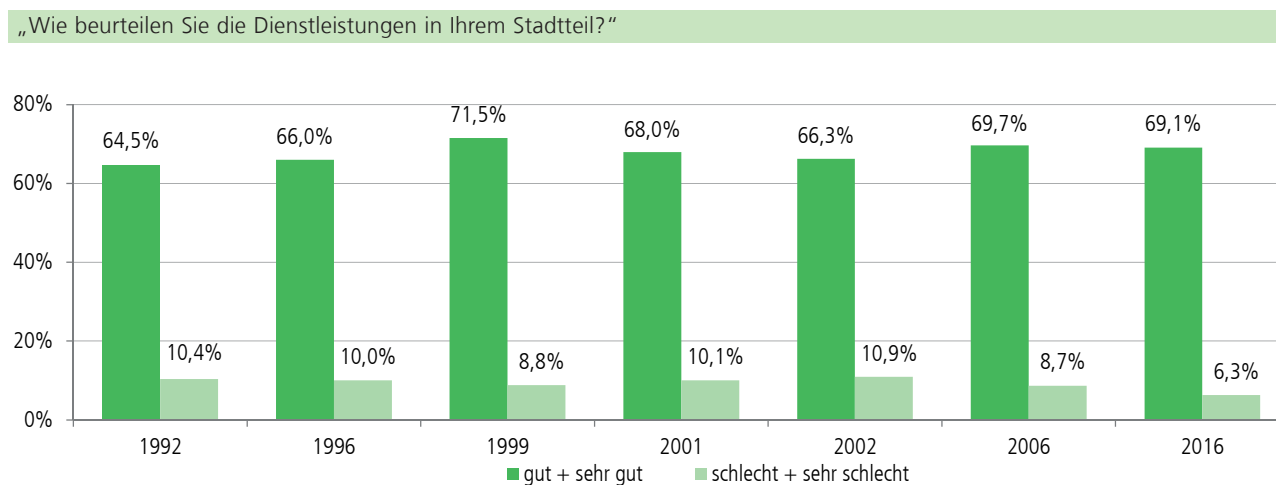
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Die Ausstattung mit Dienstleistungen wurde auch zurückliegend stets besser bewertet als die Einzelhandelsausstattung. Die Veränderungen der Einschätzungen über die Jahre fallen deshalb weniger markant aus. In Abbildung 4.11 ist die Entwicklung der zusammengefassten Anteile von „gut“ + „sehr gut“ beziehungsweise „schlecht“ + „sehr schlecht“ 1992 bis 2016 dargestellt. Dabei zeigt sich eine leicht ansteigende Bewertung. Seit 2006 hat sich der Anteil „sehr gut“ von 14,6 % auf 21,6 % erhöht, der Anteil „gut“ hat sich im gleichen Umfang von 55,1 % auf 47,5 % verringert. Ebenfalls gestiegen ist der Anteil für befriedigend (2006: 21,7 %; 2016: 24,6 %). Abgenommen haben schlechte Bewertungen. Diese Verschiebungen in der Beurteilung heben in der Gesamtschau die Durchschnittsbewertung von 3,7 (2006) auf 4,2 (2016) an – siehe Anhangtabelle 4.05.

Abbildung 4.11

## BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN 1992 BIS 2016

### ANTEILE „SEHR GUT“ + „GUT“ SOWIE „SCHLECHT“ + „SEHR SCHLECHT“



Basis: 4.578 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

## ERGEBNISSE NACH BEFRAGTENGRUPPEN

In den einzelnen Befragtengruppen fallen die Einschätzungsunterschiede – wie schon bei der Einzelhandelsausstattung – nur entlang des Alters unterschiedlich aus. Auch bei den Dienstleistungen geben Befragte in höherem Lebensalter eine ungünstigere Bewertung ab – allerdings nur bis zum Alter von 80 Jahren. Darüber fällt das Urteil wieder günstiger aus. Bürgerinnen und Bürger bis 30 Jahre sehen ihre örtliche Dienstleistungsausstattung überaus positiv.

Diesem altersgesteuerten Grundmuster im Antwortverhalten folgen auch die anderen Befragtengruppen, deutlich wird dies zum Beispiel an den einzelnen Haushaltstypen. Etwas günstiger als im Durchschnitt wird die Dienstleistungsausstattung im Stadtteil von Deutschen mit Migrationshintergrund (Durchschnittsbewertung 4,6) sowie von ausländischen Befragten (4,3) gesehen. Alle Zahlen sind in Anhangtabelle 4.05 enthalten.

## STADTTEILERGEBNISSE

Wie bei der Bewertung der Einzelhandelsausstattung so entfallen auch bei den Dienstleistungen die besten Bewertungen auf die Innenstadt und drei gründerzeitliche Stadtteile. Die zusammengefassten Antwortanteile „sehr gut“ + „gut“ erreichen in der Innenstadt-West 88,6 %, in der Innenstadt-Ost 77,6 %. In der Weststadt (77,3 %), Südweststadt (79,7 %) und der Oststadt (78,7 %) liegen die Einschätzungen ähnlich

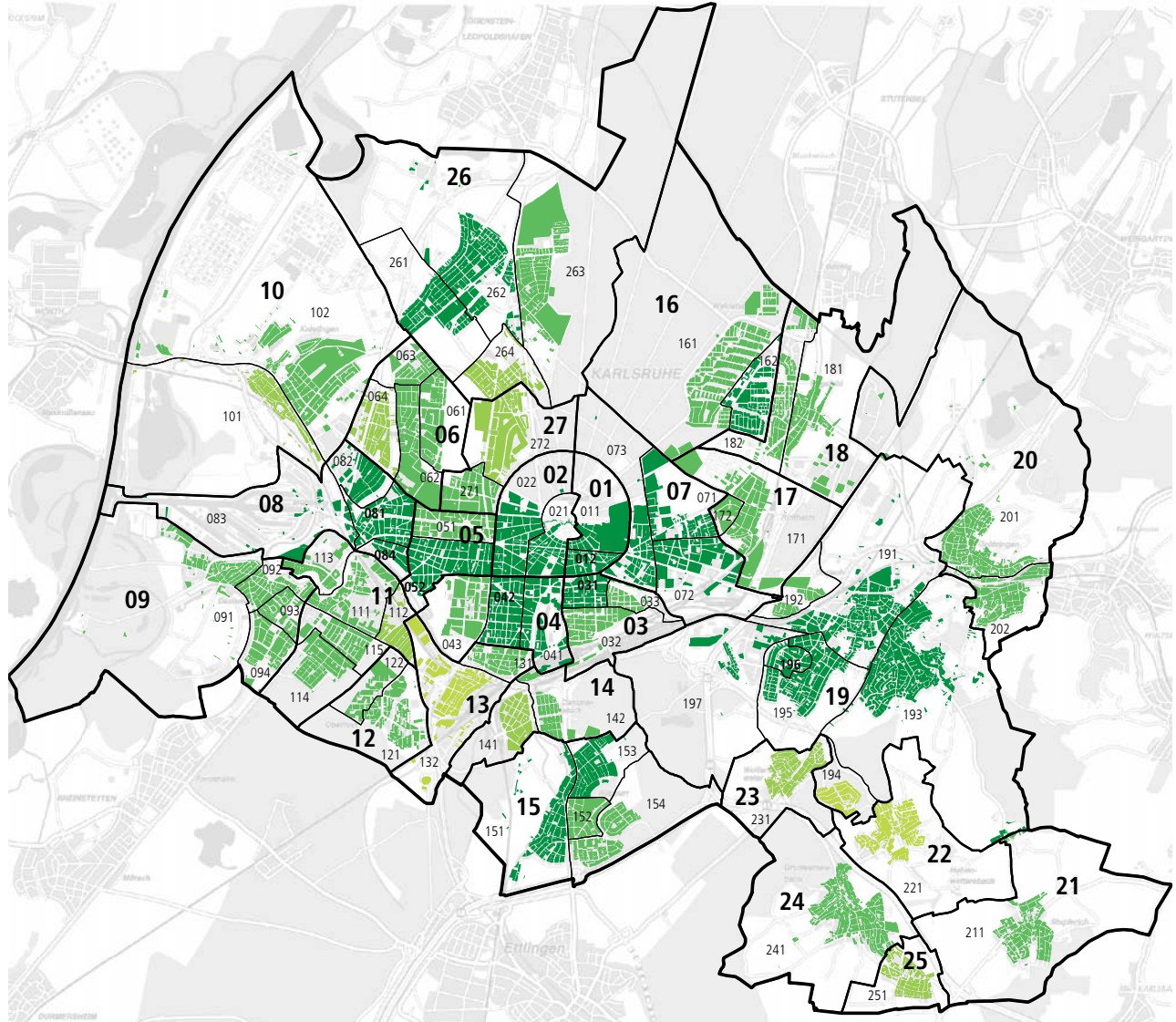
hoch, nicht jedoch in der Südstadt (69,2 %). Dort liegen im nördlichen Teil hohe Einschätzungen vor (75,7 %), während östlicher (73,2 %) und südlicher Teil (60,5 %) etwas abfallen. Eine hohe Meinung zur örtlichen Dienstleistungsausstattung äußerten darüber hinaus die Befragten in Mühlburg – 85,9 % votierten dort für „sehr gut“ oder „gut“. Gute Einschätzungen erhielt auch Durlach (82,6 %) – mit Ausnahme von Bergwald (17,9 %) und Dornwald-/Untermühlsiedlung (60,3 %) und Rüppurr (76,4 %). Schlecht mit Dienstleistungen ausgestattet ist aus Sicht der dortigen Befragten auch Bulach (20,4 %), während Beierthelm (69,5 %) fast ein innerstädtisches Bewertungsniveau erreicht. In Knielingen ist die Einschätzungslücke zwischen Alt-Knielingen (47,1 %) und Neu-Knielingen (65,6 %) nicht ganz so breit wie beim Einzelhandel. Innerhalb Neureuts (69,3 %) bewerten die Befragten aus Heide ungünstiger (38,6 %), während sich der nördliche Teil mit 81,1 % auf gesamtstädtisch höchstem Niveau bewegt.

Die aus Sicht der Bürgerinnen und Bürger schlecht mit Dienstleistungen ausgestatteten Stadtteile sind teilweise andere als die mit Einzelhandel unzureichend versorgten. Mit Palmbach, Hohenwettersbach und Wolfartsweier werden zwar einige Höhenstadtteile erneut genannt. Für die Dienstleistungen kommen von dort jedoch deutlich bessere Bewertungen als für den Einzelhandel. Nur Hohenwettersbach („gut“ + „sehr gut“: 17,5 %) liegt stark zurück. Die Stadteilergebnisse sind in Anhangtabelle 4.06 dargestellt. Außerdem zeigt Abbildung 4.12 einen Überblick über die Einschätzungen „sehr gut“ und „gut“ auf Ebene der Stadtviertel.



Abbildung 4.12

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN NACH STADTVIERTELN**  
**ANTEILE „SEHR GUT“ + „GUT“**



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreut               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Dienstleistungen „sehr gut“ + „gut“**

- 17 % bis unter 25 %
- 25 % bis unter 50 %
- 50 % bis unter 75 %
- 75 % bis unter 100 %

**Karlsruher Durchschnitt: 69,1 %**

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze
- Stadtviertelgrenze

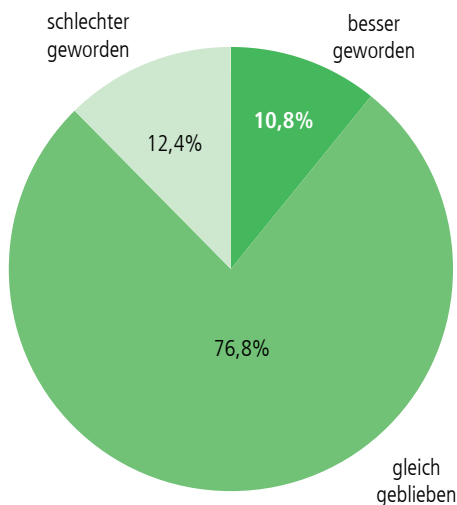
#### 4.1.4 WAHGENOMMENE VERÄNDERUNG DER DIENSTLEISTUNGS AUSSTATTUNG

Mehr als drei Viertel der befragten Karlsruherinnen und Karlsruher (76,8 %) sehen die Ausstattung ihres Stadtteils mit Dienstleistungen in den letzten Jahren als gleichbleibend an, 10,8 % meinen, die Dienstleistungsausstattung sei besser geworden und 12,4 % sind der Auffassung, sie sei schlechter geworden. Abbildung 4.13 zeigt das Gesamtergebnis. Frauen (12,2 %) sehen eher eine Verbesserung als Männer (9,2 %). In den einzelnen Altersgruppen nimmt mit fortschreitendem Alter der Anteil derjenigen stetig zu, die eine Verschlechterung wahrnehmen – von 3,7 % bei den 18- bis unter 30-Jährigen bis 17,6 % bei den 65- bis 80-Jährigen. Von den 30- bis unter 45-Jährigen sehen 12,6 % andererseits eine Verbesserung. In den angesprochenen Altersgruppen ist der Anteil derjenigen, die gleichbleibende Verhältnisse wahrnehmen, entsprechend abgesenkt.

Abbildung 4.13

#### WAHGENOMMENE VERÄNDERUNG DER DIENSTLEISTUNGS AUSSTATTUNG

„Wie hat sich die Versorgung Ihres Stadtteils mit Dienstleistungen in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht entwickelt?“



Basis: 4.535 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Besonders positiv sehen Befragte mit ausländischem Pass („besser“: 16,1 %) sowie befragte Deutsche mit Migrationshintergrund („besser“: 14,6 %) die Entwicklung der Dienstleistungen in ihrem jeweiligen Stadtteil. In den übrigen Befragtengruppen (zum Beispiel Haushaltstyp, Bildungsabschluss und Wohndauer) bildet sich wiederum indirekt die Einschätzung nach Alter ab. Deutlich wird aber auch, dass die jüngere, vor allem studentische Bevölkerung am stärksten eine gleichförmige Entwicklung der Dienstleistungen feststellt. So gehen zum Beispiel 90,1 % der Befragten in Wohngemeinschaften von gleichbleibenden Verhältnissen aus, von den Schülern, Studenten und in Berufsausbildung Stehenden 87,7 %. Die Ergebnisse der einzelnen Befragtengruppen sind in Anhangtabelle 4.07 dargestellt.

#### STADTTEILERGEBNISSE

Nur in wenigen Stadtteilen werden überdurchschnittliche Verbesserungen wahrgenommen. Auffällige Anteile für „besser“ sind in Grünwinkel (24,5 %) – dort vor allem in Alt-Grünwinkel (31,1 %) –, in der Südstadt (24,2 %), in Mühlburg (13,9 %) und in Durlach (13,1 %) festzustellen. Das Antwortmuster in der Südstadt folgt der Einschätzung zum Einzelhandelsangebot und ist wiederum stark von der Südstadt-Östlicher Teil geprägt. In Grünwinkel deckt sich die positive Wertung ebenfalls mit der wahrgenommenen Veränderung des Einzelhandels. In den B-Zentren Mühlburg und Durlach kann sich das Dienstleistungsangebot eigenständig behaupten.

Die Stadteilergebnisse sind in Anhangtabelle 4.08 zu finden.

In den meisten Stadtteilen mit überdurchschnittlichen Antwortanteilen für „schlechter geworden“ deckt sich diese Einschätzung mit ähnlich lautenden Bewertungen der jeweiligen Einzelhandelsausstattung. Dies gilt vor allem für die Höhenstadtteile. In Wolfartsweier (31,7 %), Palmbach (28,3 %) und Stupferich (22,8 %) sind zahlreiche Befragte der Auffassung, das Dienstleistungsangebot habe sich verschlechtert. Nicht anders ist es in Weiherfeld-Dammerstock (29,1 %) und Knielingen (23,1 %; Alt-Knielingen 38,8 %), aber auch in der Nordweststadt (19,5 %), Rintheim (19,1 %), Daxlanden (17,9 %) und Hagsfeld (17,1 %). In Alt-Hagsfeld sehen sogar 27,8 % der Befragten eine Verschlechterung. In Rüppurr, dessen Dienstleistungen recht gut eingeschätzt werden, empfinden dennoch 16,1 % einen Abbau des Dienstleistungsangebots.

## 4.2 EINKAUF VON LEBENSMITTELN

Die Karlsruherinnen und Karlsruher wurden seit 2001 im Rahmen der Bürgerbefragung zu ihren Einkaufsgewohnheiten befragt. Die Befragten sollten unter anderem angeben, welche Geschäfte sie aufsuchen, wo diese Geschäfte liegen und Fragen zum bevorzugten Verkehrsmittel beantworten. Die dazu gestellten Fragen wurden in den letzten Befragungen erweitert, erlauben jedoch stellenweise einen Zeitvergleich. 2016 wurden Bio-Supermärkte und Drogeriemärkte zum Lebensmitteleinkauf hinzugenommen.

### 4.2.1 BEVORZUGTE GESCHÄFTE

#### ÜBERBLICK

Für die Karlsruherinnen und Karlsruher ist der Supermarkt der am häufigsten besuchte Ladentyp für Lebensmitteleinkäufe. Wie Abbildung 4.14 zeigt, geben 34,1 % an, mehrmals die Woche, 37,6 % einmal pro Woche in einem Supermarkt einzukaufen. Weitere 16,6 % kaufen 1- bis 2-mal im Monat in einem Supermarkt ein. Die Discounter folgen auf Platz zwei mit 25,1 % bei mehrmaligen Einkäufen pro Woche und 37,0 % bei wöchentlichen Einkäufen. 17,1 % kaufen 1- bis 2-mal im Monat in einem Discounter ein. Lediglich 5,7 % der Befragten geben an, nie bei einem Discounter einzukaufen. Mit einem Anteil von 10,1 % stehen die kleinen Lebensmittelläden gegenüber Supermärkten und Discountern auf Rang drei, wenn es um mehrmalige Einkäufe pro Woche geht. Auch bei wöchentlichen Einkäufen kommen die kleinen Läden nur auf einen Anteil von 13,5 %, bei Einkäufen 1- bis 2-mal pro Monat auf 17,3 %. Die meisten Befragten – zusammen genommen fast die Hälfte – nutzen kleine Lebensmittelläden selten (26,2 %) oder nie (20,1 %). Die in der Befragung neu aufgenommenen Drogeriemärkte werden zwar nicht so häufig für Lebensmitteleinkäufe besucht,

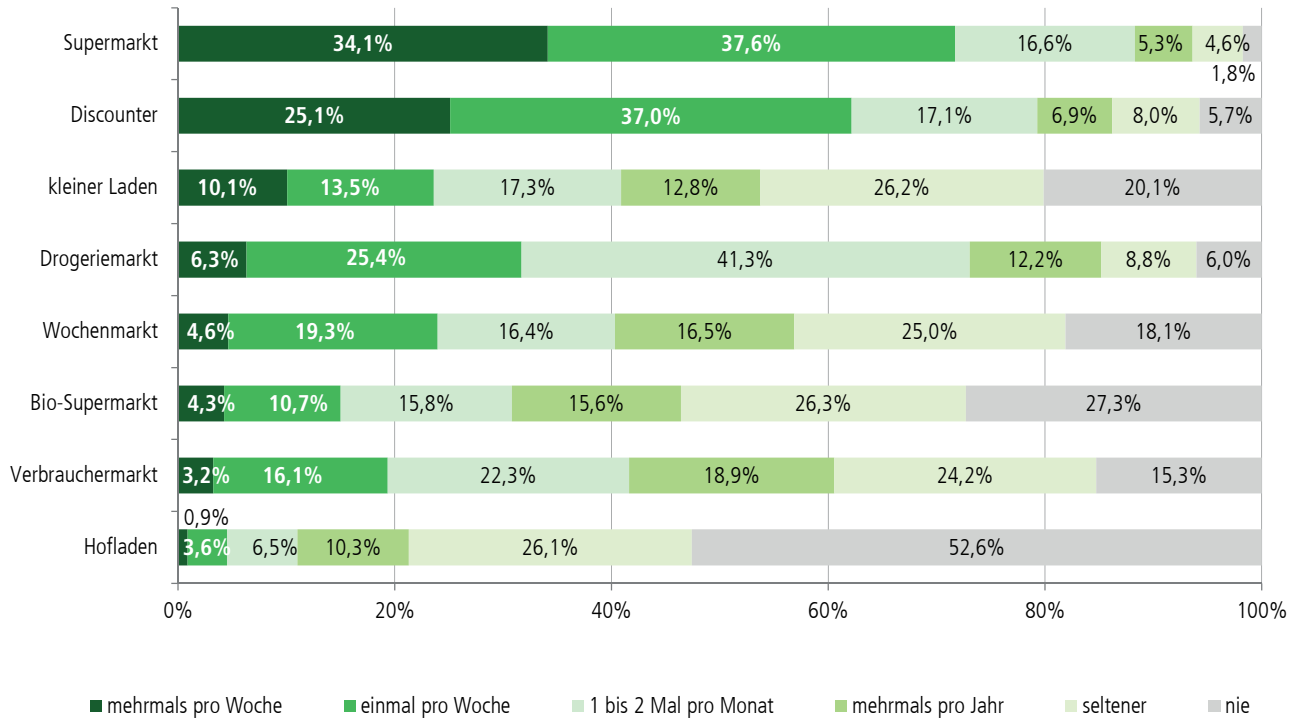
doch geben nur 14,8 % der Befragten an, seltener oder nie in einem Drogeriemarkt Lebensmittel einzukaufen. Für regelmäßige Einkäufe erfahren sie mit 6,3 % (mehrmals pro Woche) und 25,4 % (einmal pro Woche) stärkeren Zuspruch als kleine Geschäfte. Ebenfalls für die regelmäßigen Einkäufe weniger relevant sind Wochenmärkte, die erstmals abgefragten Bio-Supermärkte und die großen Verbrauchermärkte. Der Anteil der Befragten, der mindestens einmal pro Woche in einem dieser drei Vertriebsformate einkauft, ist deutlich geringer als bei Supermärkten und Discountern, die Nutzungshäufigkeit entspricht derjenigen von kleinen Lebensmittelläden.

Wochenmärkte werden – organisatorisch bedingt – nur von 4,6 % der Befragten mehrmals pro Woche zum Einkaufen aufgesucht. Mit 19,3 % erreichen sie einen moderaten Anteil an Kunden, die das Angebot des Wochenmarktes für wöchentliche Einkäufe nutzen. Weitere 16,4 % kaufen 1- bis 2-mal im Monat auf einem Wochenmarkt ein. Allerdings nutzen auch 18,1 % der Befragten nie einen Wochenmarkt zum Einkaufen. Die Bio-Supermärkte spielen eine eher untergeordnete Rolle für regelmäßige Einkäufe, denn über die Hälfte der Befragten geben an, seltener (26,3 %) oder nie (27,3 %) in einem Bio-Supermarkt einzukaufen. Im Falle der Verbrauchermärkte sind die Lage der Märkte und das Volumen der Einkäufe zu bedenken. Seltener Besuche bedeuten nicht zwingend einen geringeren Umsatz, sondern können mit mengenmäßig größeren Einkäufen verbunden sein. Dies trägt sicherlich zur geringen Zahl an Kunden, die mehrmals pro Woche in einem großen Verbrauchermarkt einkaufen, von 3,2 % bei. Für wöchentliche Einkäufe werden die Verbrauchermärkte bereits von 16,1 %, für Einkäufe 1- bis 2-mal pro Monat von weiteren 22,3 % der Karlsruherinnen und Karlsruher aufgesucht. Hofläden werden eher unregelmäßig aufgesucht und kaum für den wöchentlichen Einkauf genutzt (0,9 % mehrmals und 3,6 % einmal pro Woche). Rund ein Viertel (26,1 %) nutzten sie seltener und 52,6 % der Karlsruherinnen und Karlsruher beziehen nie Lebensmittel direkt vom Erzeuger.

Abbildung 4.14

**BESUCHSHÄUFIGKEIT DER VERSCHIEDENEN BETRIEBSFORMEN**

„Wenn Sie Lebensmittel einkaufen, gibt es dazu verschiedene Möglichkeiten. Geben Sie bitte an, wie häufig Sie die folgenden Einkaufsmöglichkeiten nutzen.“



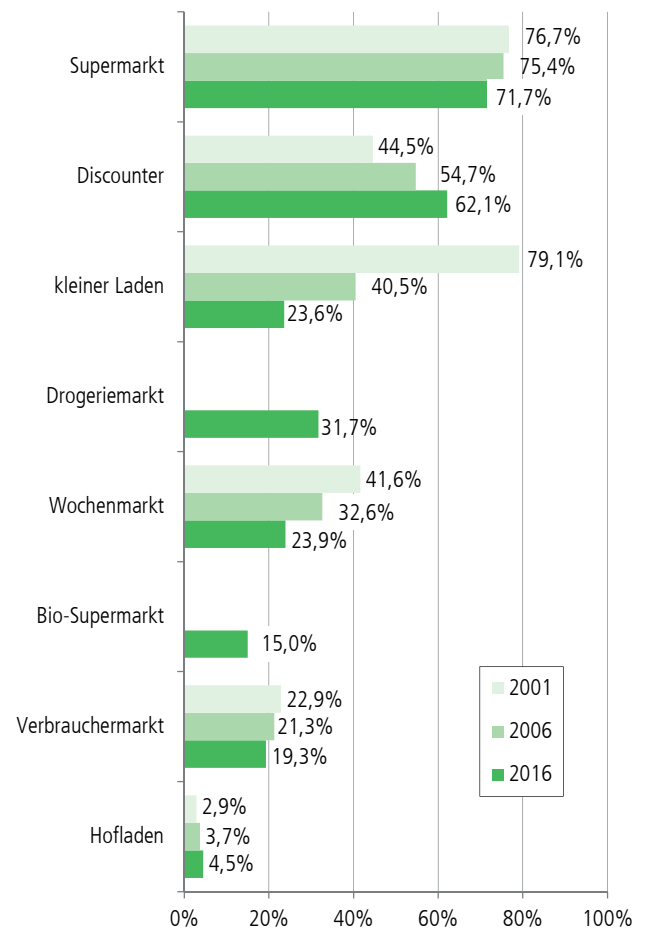
Basis: 4.529 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung



Der Aufstieg der Discounter und der Niedergang kleiner Lebensmittelläden ist im Vergleich zu den vergangenen Befragungen sehr deutlich zu sehen (siehe Abbildung 4.15). Der Supermarkt kann trotz geringer Anteilsverluste bei Befragten, die mindestens einmal pro Woche in einem Supermarkt einkaufen, seine Rolle als wichtigster Markttyp halten. Die Discounter werden immer beliebter und können ihre Anteile wieder weiter ausbauen. Den größten Anteilsverlust müssen abermals die kleinen Lebensmittelläden hinnehmen und auch die Wochenmärkte verlieren an Bedeutung. Waren die kleinen Lebensmittelläden 2001 noch der wichtigste Markttyp, haben sie 2016 nur noch ähnlich hohe Anteile wie die Wochenmärkte. Verbrauchermärkte und Hofläden zeigen nur wenig Veränderung. Der zeitliche Verlauf für die regelmäßigen Einkäufe in den einzelnen Markttypen (mehrmals und einmal pro Woche zusammengefasst) ist in Abbildung 4.15 dargestellt.

Abbildung 4.15  
**BESUCHSHÄUFIGKEIT DER VERSCHIEDENEN BETRIEBSFORMEN EINMAL PRO WOCHE UND HÄUFIGER**

„Wenn Sie Lebensmittel einkaufen, gibt es dazu verschiedene Möglichkeiten. Geben Sie bitte an, wie häufig Sie die folgenden Einkaufsmöglichkeiten nutzen.“



Basis: 4.529 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

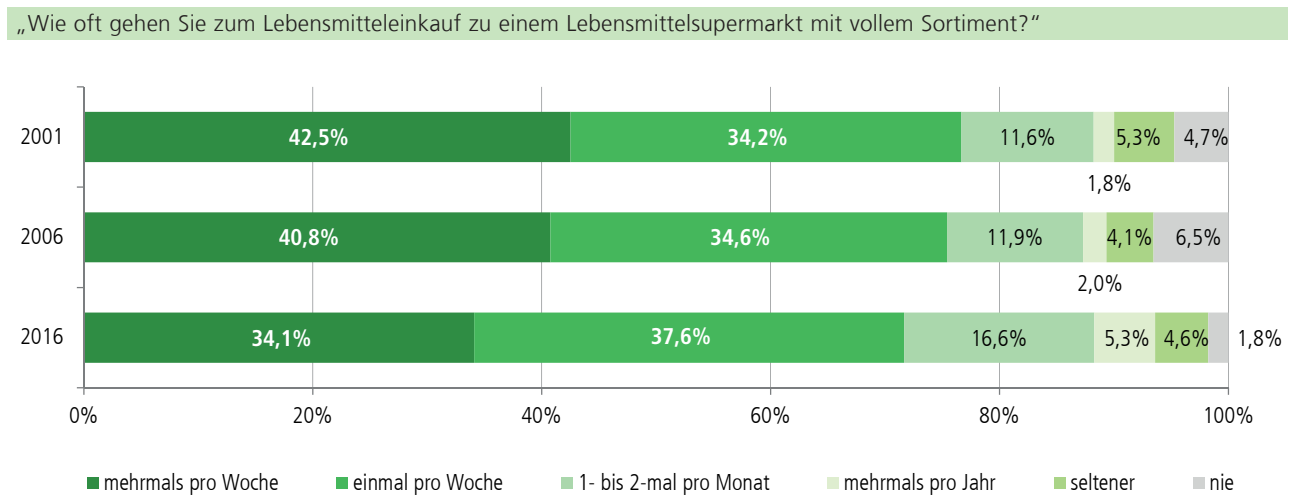
## SUPERMARKT

Im Vergleich mit der Umfrage von 2006 kann der Supermarkt seine Position als wichtigste Anlaufstelle für die regelmäßigen Einkäufe halten. Die rückläufige Tendenz für mehrmaliges Einkäufen pro Woche in Supermärkten (Abbildung 4.16) zeigt sich im Rückgang von 6,7 Prozentpunkten gegenüber 2006. Allerdings steigen die Anteile der Befragten, die einmal pro Woche einen Supermarkt aufsuchen von 34,6 % auf 37,6 % und derer, die 1- bis 2-mal im Monat im Supermarkt einkaufen von 11,9 % auf 16,6 %. Aus den Beobachtungen kann der Schluss gezogen werden, dass zwar die Häufigkeit, mit der in Supermärkten eingekauft wird, abnimmt, die Einkaufsintervalle aber lediglich gedehnt werden. Eine Erklärung für diese Entwicklung können die weiteren Wege sein. In den letzten Jahren sind einige Supermärkte an älteren Standorten aufgegeben und in neuen Lagen neu eröffnet worden (zum Beispiel in der Nordweststadt, Neureut oder in Knielingen). Mengenmäßig größere und somit auch seltenere Einkäufe und längere Haltbarkeiten durch produkttechnische Entwicklungen spielen sicherlich ebenfalls eine Rolle.

Innerhalb der einzelnen Befragtengruppen zeichnen sich kaum Unterschiede ab (siehe Anhangtabelle 4.09). Die Supermärkte werden von allen Bevölkerungsgruppen gleichermaßen aufgesucht. Lediglich ältere Alleinstehende und Arbeitslose suchen sie etwas weniger häufig auf. Im Vergleich der Stadtteile zueinander fällt auf, dass die Bewohner der Höhenstadtteile insgesamt mehr in Supermärkten einkaufen, was sicherlich mit am Mangel an lokalen Alternativen liegt. In den anderen Stadtteilen ermöglicht die Vielfalt der Angebote eine alternative Versorgung, aber auch hier ist der Supermarkt der am häufigsten besuchte Ladentyp für die Nahversorgung. Weitere Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.10 und im Abschnitt Kombination von Angebotsformen dargestellt.

Abbildung 4.16

### EINKAUFEN IM SUPERMARKT



Basis: 4.506 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

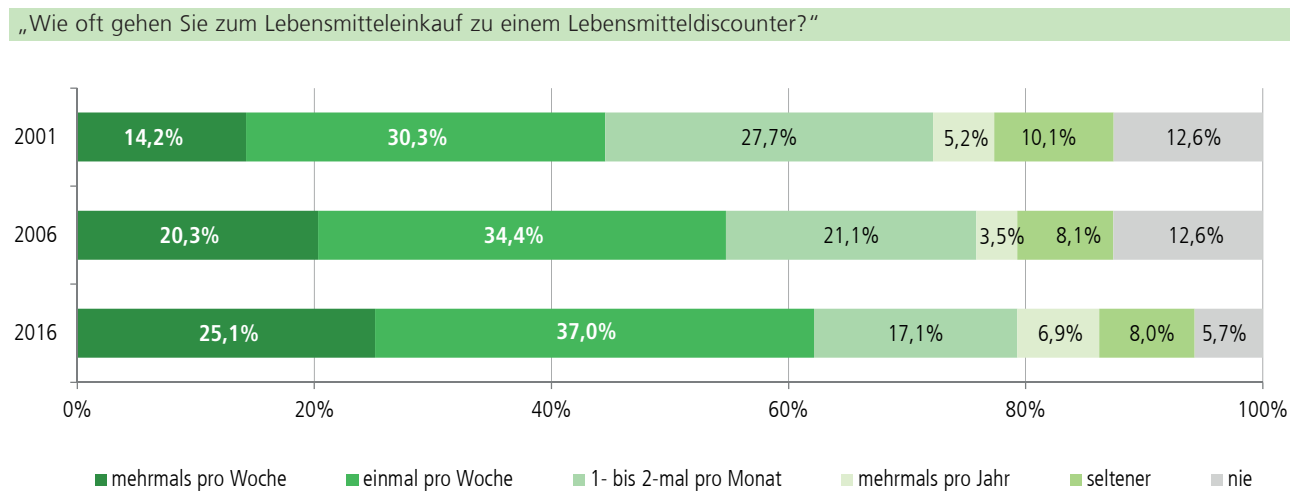
## DISCOUNTER

Die Discounter erfreuen sich steigender Beliebtheit für die Erledigung häufiger Einkäufe. Der Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher, die mehrmals pro Woche zum Discounter gehen, steigt kontinuierlich von 14,2 % (2001), über 20,3 % (2006) auf 25,1 % (2016) an. Auch der Anteil derer, die einmal pro Woche beim Discounter einkaufen, hat sich gegenüber 2006 von 34,4 % auf 37,0 % erhöht. Mögliche Vorbehalte, die sich in den vergangenen Befragungen in einem etwa doppelt so großen Anteil an Befragten, die nie einen Discounter aufsuchen, niederschlugen, scheinen zu schwinden. Nur noch 5,7 % der Karlsruherinnen und Karlsruher sagen aus, nie bei einem Discounter einzukaufen. Ein Grund hierfür können geographische Synergieeffekte mit Supermärkten sein, denn teilweise ergänzen sich die beiden Markttypen in direkter Nachbarschaft zueinander aus Kundensicht. Solche Standorte sind in Grötzingen (EDEKA und Lidl), Beiertheim-Bulach (real und Aldi), Grünwinkel (Aldi und Hit), der Oststadt (REWE, Aldi und Lidl) sowie in der Nordweststadt (REWE und Penny) zu finden.

Die Discounter werden von allen Befragtengruppen ähnlich häufig aufgesucht. Erwartungsgemäß steigt lediglich die Häufigkeit, mehrmals wöchentlich beim Discounter einzukaufen, je geringer das Pro-Kopf-Einkommen des Haushalts ist (siehe Anhangtabelle 4.11). Ähnlich wie bei den Supermärkten, fällt die Besuchshäufigkeit bei Discountern in den Höhenstadtteilen sowie in Weiherfeld-Dammerstock geringer aus. Das Fehlen eines Lebensmittelgeschäfts mit adäquatem Sortiment in näherer Umgebung veranlasst die Haushalte dazu, die Besorgungen in größeren und selteneren Einkaufsfahrten zu erledigen. Die jeweiligen Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.12 zu finden.

Abbildung 4.17

### EINKAUFEN BEIM DISCOUNTER



Basis: 4.529 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

### KLEINER LEBENSMITTELLADEN

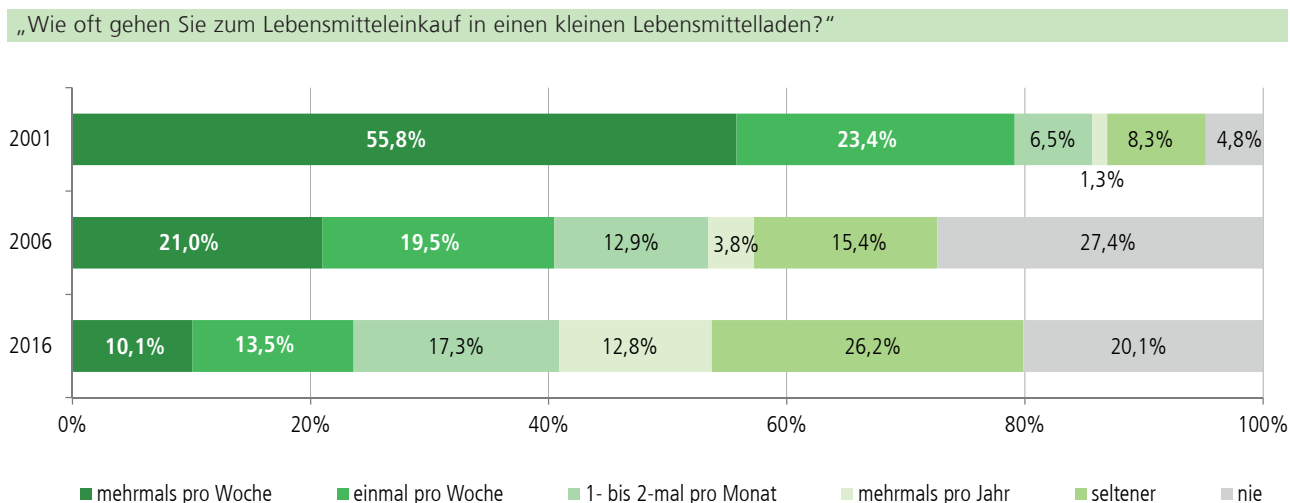
Die kleinen Lebensmittelläden werden insgesamt weniger für den regelmäßigen Einkauf genutzt. 2001 hatten kleine Lebensmittelläden noch einen Anteil von annähernd 80 % bei mindestens wöchentlichen Einkäufen (siehe hierzu auch Abbildung 4.15). Der Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher, die angeben, mehrmals pro Woche in einem kleinen Lebensmittelgeschäft einzukaufen, sinkt von 55,8 % im Jahr 2001 über 21,0 % im Jahr 2006 auf nur mehr 10,1 % in der jüngsten Befragung (siehe Abbildung 4.18). Selbst für Einkäufe einmal pro Woche werden sie aktuell nur noch von 13,5 % der Befragten aufgesucht, was einen Rückgang von 6 Prozentpunkten zur Befragung von 2006 bedeutet. Die kleinen Lebensmittelgeschäfte haben für die Nahversorgung sehr stark an Bedeutung verloren. Die Zahl der inhabergeführten kleinen Lebensmittelgeschäfte (ohne Weinläden oder auf nur ein Angebot spezialisierte Geschäfte) ist zwischen 2006 und 2016 von 86 auf 64 gesunken, was einem Rückgang von rund 25 % entspricht. Ihr Bedeutungsverlust im Zuge der

Zentralisierung und Filialisierung im Lebensmitteleinzelhandel wird im zeitlichen Vergleich gegenüber der Bürgerumfrage 2001 noch einmal in seiner Tragweite erkennbar.

Wie Anhangtabelle 4.13 zeigt, zeichnet sich bei älteren Menschen eine leicht höhere Frequenz ab, kleine Lebensmittelgeschäfte aufzusuchen. Nach Staatsangehörigkeit betrachtet, sind Kunden der kleinen Lebensmittelgeschäfte, die diese mehr als einmal pro Monat aufsuchen, öfter Nicht-deutsche oder haben einen Migrationshintergrund. Die kleinen Lebensmittelgeschäfte werden nicht selten von Einwanderern betrieben. Die Kundschaft findet heimische, vertraute Produkte und wird womöglich in der Muttersprache bedient. Das unterstreicht die Tatsache, dass die Einkaufshäufigkeit in kleinen Lebensmittelläden mit der Wohndauer im Stadtteil zunimmt. Die Anteile variieren unter den Stadtteilen kaum (siehe Anhangtabelle 4.14). Nur in Stupferich und Grünwettersbach kaufen die Anwohner etwas häufiger in kleinen Lebensmittelgeschäften ein. Dort fehlen größere Supermärkte und Discounter.

Abbildung 4.18

### EINKAUFEN IN EINEM KLEINEN LEBENSMITTELLADEN



Basis: 4.400 Befragte.  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

### DROGERIEMARKT

Obwohl Drogeriemärkte nicht zu den klassischen Geschäften gehören, in denen Lebensmittel eingekauft werden, scheinen sie mit ihren Sortimenten (Getränke, Knabbergebäck und Süßwaren, gluten- oder laktosefreie Produkte, Babynahrung, Tees und Bio-Produkte) bestimmte Nischen auszufüllen, denn frische oder kühlpflichtige Produkte führen die Drogeriemärkte normalerweise nicht. So lässt sich erklären, dass Drogeriemärkte von 6,3 % der Befragten mehrmals und von 25,4 % einmal pro Woche für Lebensmitteleinkäufe

aufgesucht werden. Darüber hinaus kaufen 41,3 % der Karlsruherinnen und Karlsruher ein- bis zweimal im Monat Lebensmittel in einem Drogeriemarkt ein. Insbesondere Frauen und Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren nutzen den Einkauf in Drogeriemärkten auch zur Versorgung mit speziellen Lebensmitteln. Ein Zeitvergleich kann leider nicht gegeben werden, da die Nutzung von Drogeriemärkten zum Lebensmitteleinkauf in der Bürgerumfrage 2016 erstmalig erhoben wurden.



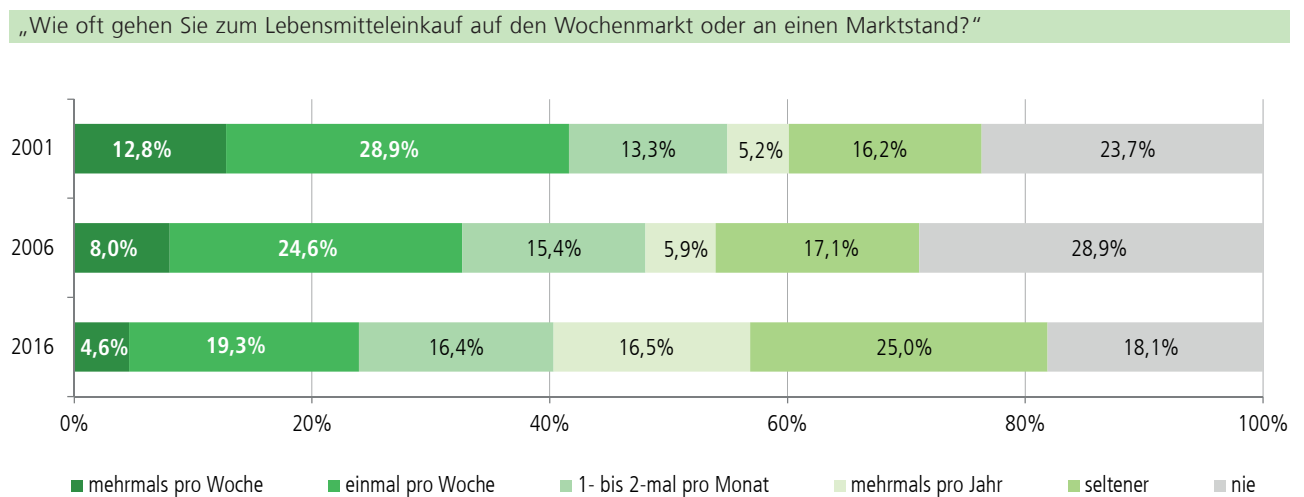
## WOCHENMARKT

Da es nicht in allen Karlsruher Stadtteilen Wochenmärkte gibt und diese nur in Einzelfällen mehrmals pro Woche stattfinden, ist es nicht verwunderlich, dass nur 4,6 % der Befragten mehrmals pro Woche an einem Marktstand einkaufen. Unter Berücksichtigung dessen, nehmen die Wochenmärkte eine ähnliche Stellung wie die kleinen Lebensmittelläden ein. Weitere 19,3 % geben an, einmal pro Woche auf einen Wochenmarkt zu gehen. Fast ein Viertel der Karlsruherinnen und Karlsruher nutzt Wochenmärkte demnach mindestens einmal pro Woche, wohingegen 18,1 % der Befragten nie auf einen Wochenmarkt gehen. Die Entwicklung zeigt auch

bei den Wochenmärkten rückläufige Tendenzen bei den regelmäßigen Einkäufen. In der Umfrage 2001 gaben noch 12,8 % der Befragten an, mehrmals pro Woche an einem Marktstand einzukaufen, 2006 noch 8,0 % und schließlich 2016 nur noch 4,6 %. Einmal pro Woche kauften 2001 noch 28,9 %, 2006 24,6 % und 2016 schließlich 19,3 % auf einem Wochenmarkt ein. Positiv zu erwähnen ist, dass der Anteil derer, die nie auf einem Wochenmarkt oder an einen Marktstand einkaufen, gegenüber 2006 von 28,9 % auf 18,1 % zurückgegangen ist. Die Marktstandbetreiber können sich also zumindest über eine breitere Akzeptanz der Bürgerinnen und Bürger bei allerdings sinkender Frequenz freuen.

Abbildung 4.19

### EINKAUFEN AUF DEM WOCHENMARKT



Basis: 4.306 Befragte.

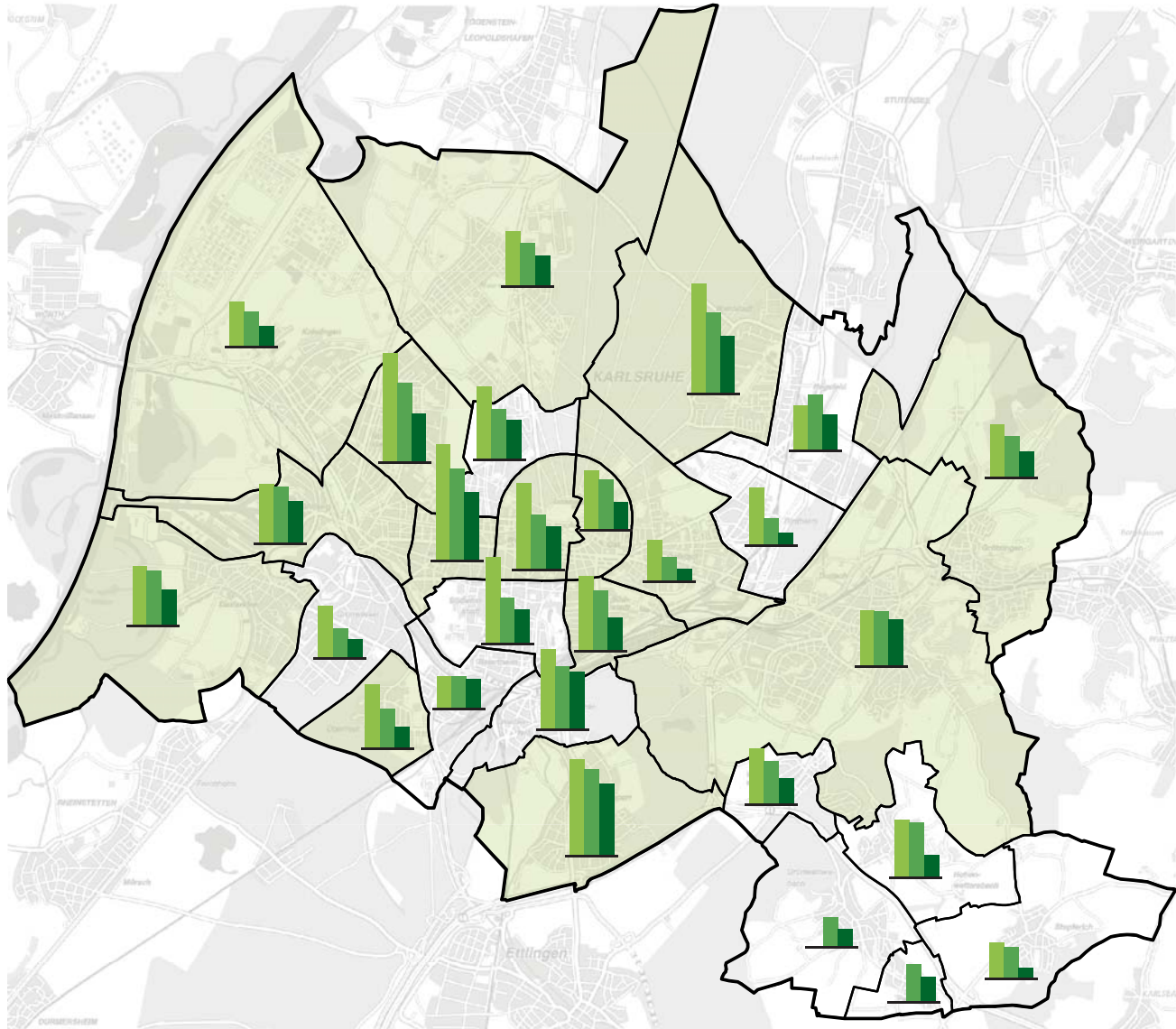
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Mit steigendem Einkommen steigt die Häufigkeit, mit der auf Wochenmärkten regelmäßig eingekauft wird. Ältere über 65 Jahren und Alteingesessene gehören häufiger zum Kundenstamm der Marktstandbetreiber. Für jüngere unter 30 Jahren scheinen Wochenmärkte wenig relevant für die Nahversorgung zu sein. Nur 8,7 % nutzen Wochenmärkte für wöchentliche oder häufigere Einkäufe (siehe Anhangtabelle 4.17). Für die regelmäßigen Einkäufe werden Wochenmärkte in einigen Stadtteilen noch gut angenommen. In der

Waldstadt, in Rüppurr, in Weiherfeld-Dammerstock und der Weststadt kauft mehr als ein Drittel der Befragten mindestens einmal pro Woche an einem Marktstand ein. Gegenüber 2001 und 2006 stellt dies dennoch einen deutlichen Rückgang dar, wie Abbildung 4.20 verdeutlicht. 2001 gab es noch 18 Stadtteile, in denen mehr als ein Drittel der Befragten mindestens einmal pro Woche auf den Wochenmarkt gehen, 2006 nur noch 12.

Abbildung 4.20

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN AUF DEM WOCHENMARKT ODER AN EINEM MARKTSTAND – STADTTTEILERGEBNISSE ANTEILE „MEHRMALS PRO WOCHE“ + „EINMAL PRO WOCHE“ ZUSAMMENGEFASST**



**Stadtteile**

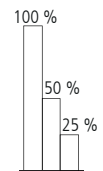
- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreit               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Einkaufen auf dem Wochenmarkt**

- 2001
  - 2006
  - 2016
  - Stadtteile mit Wochenmarkt
- Karlsruher Durchschnitt: 23,9 %**

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze



## BIO-SUPERMARKT

Bio-Supermärkte gehören noch nicht zum allgegenwärtigen Angebot in der Nahversorgung. Neben den höheren Preisen erklärt diese Tatsache ein Stück weit die geringen Anteile derer, die angeben, mehrmals beziehungsweise einmal pro Woche in einem Bio-Supermarkt einzukaufen (4,3 % und 10,7 %). Selbst der Anteil von Karlsruherinnen und Karlsruhern, die ein- bis zweimal im Monat in einem Bio-Supermarkt einkaufen, liegt bei vergleichsweise geringen 15,8 %. Mehr als jeder Vierte (27,3 %) gab an, nie in einem Bio-Supermarkt einzukaufen. Ein Zeitvergleich ist nicht möglich, da die Bio-Supermärkte in der Bürgerumfrage 2016 erstmalig erhoben wurden. Für den regelmäßigen Einkauf spielen die Bio-(Super) Märkte somit eine eher geringe Rolle (siehe Abbildung 4.14).

Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren zählen häufiger zu den Kunden der Bio-Supermärkte. Von ihnen geben 7,1 % an, mehrmals pro Woche und 15,1 % einmal pro Woche dort einzukaufen. Bei Haushalten ohne Kinder liegen die Anteile bei 3,5 % und 9,6 %. Der Anteil der Haushalte ohne Kinder unter 18 Jahren, der angibt, nie in einem Bio-Supermarkt einzukaufen, ist mit 30,2 % etwa doppelt so groß wie bei Haushalten mit Kindern unter 18 Jahren (15,9 %). Das spiegelt sich auch bei den Altersklassen wider. 30- bis unter 45-Jährige kaufen häufiger als andere Altersgruppen in Bio-Supermärkten ein. Von ihnen geben 5,1 % an, mehrmals und 12,3 % einmal pro Woche einen Bio-Supermarkt aufzusuchen. In dieser Altersgruppe gehen nur 18,3 % dort nie einkaufen. Bei den 45- bis unter 65-Jährigen kaufen 6,2 % mehrmals und 13,6 % einmal pro Woche in einem Bio-

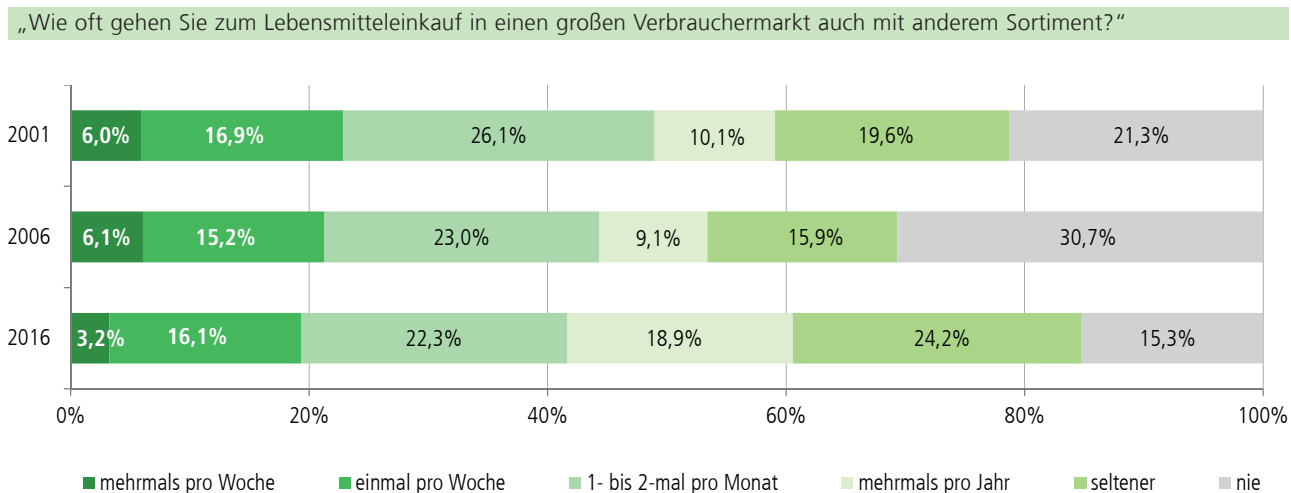
Supermarkt ein; 22,8 % geben an, dort nie einzukaufen. Menschen über 65 Jahre besuchen dagegen Bio-Supermärkte seltener. Mehr als die Hälfte (53,9 %) der über 80-Jährigen nutzt nie Bio-Supermärkte für Lebensmitteleinkäufe. Zudem haben Bildungsstand und Einkommen einen erkennbaren Einfluss auf das Einkaufsverhalten bei Bio-Supermärkten (siehe Anhangtabelle 4.19). Je niedriger Bildungsabschluss oder Einkommen, desto niedriger die Neigung in Bio-Supermärkten einzukaufen. Bei genauerer Betrachtung der Stadtteile zeichnet sich zunächst ein unregelmäßiges Bild zwischen Kern- und Außenbereich ab, das erkennen lässt, dass die räumliche Nähe zu einem Bio-Supermarkt keinen direkten Einfluss auf die Besuchshäufigkeit hat. In Stadtteilen, in denen ein Bio-Supermarkt vorhanden ist, wird er nicht zwingend häufiger genutzt (zum Beispiel Grünwinkel), in anderen Stadtteilen ohne Bio-Supermarkt aber umso mehr (zum Beispiel Nordstadt).

## VERBRAUCHERMARKT

Die großen Verbrauchermärkte werden für mengenmäßig größere Einkäufe genutzt: Über 40 % der befragten Haushalte kauften mindestens einmal pro Monat hier ein. Die meist längeren Wege werden in der Regel mit dem Auto zurückgelegt, wodurch größere Mengen transportiert und viele Produkte auf Vorrat gekauft werden können. Vor 15 Jahren gab noch jeder zweite Befragte (49 %) an, mindestens einmal pro Monat den Lebensmitteleinkauf hier zu tätigen (siehe Abbildung 4.21). Dies bedeutet einen deutlichen Verlust an Kunden für die großen Verbrauchermärkte.



Abbildung 4.21

**EINKAUFEN IM VERBRAUCHERMARKT**

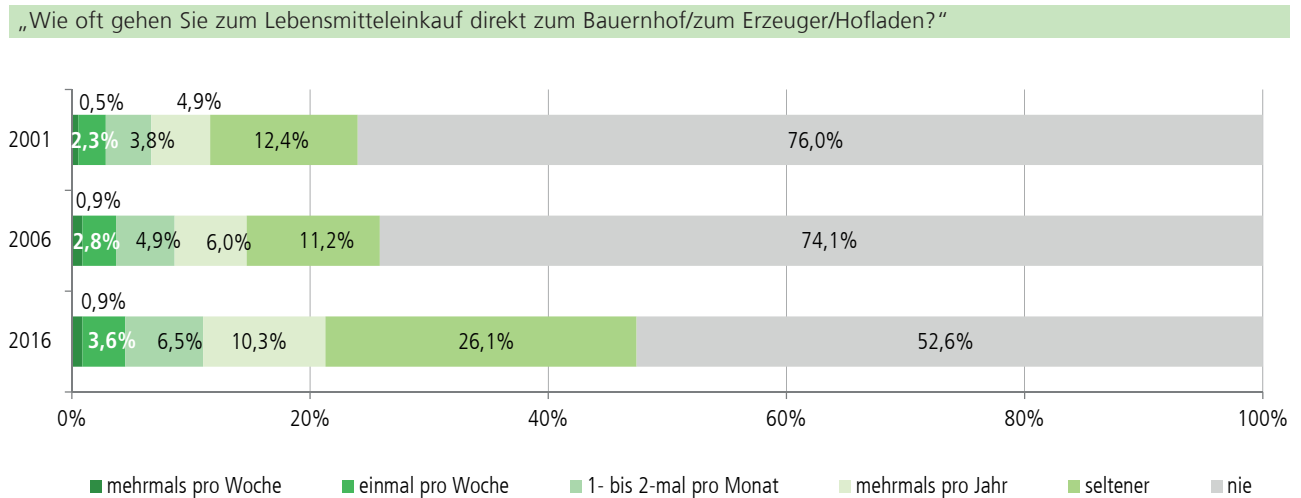
Basis: 4.435 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung.

Bei den Befragten, die angeben, ein- bis zweimal im Monat in einem großen Verbrauchermarkt einzukaufen, zeigt sich bei genauerer Betrachtung, dass Deutsche ohne Migrationshintergrund Verbrauchermärkte seltener nutzen als Ausländer. Deutsche ohne Migrationshintergrund haben hier einen Anteil von 20,8 %, Deutsche mit Migrationshintergrund 23,5 % und Ausländer 30,1 %. Mit steigendem Bildungsstand nimmt die Häufigkeit ab, mit der in Verbrauchermärkten eingekauft wird. Wohngemeinschaften und alleinlebende Seniorenhaushalte sind zwei Haushaltstypen, die seltener in großen Verbrauchermärkten einkaufen. Bei Wohngemeinschaften spielt vermutlich der höhere Anteil an Studierenden und die geringere PKW-Verfügbarkeit eine Rolle. Bei den Seniorinnen und Senioren ist der Anteil, der angibt, nie in Verbrauchermärkten einzukaufen, mit 33,4 % höher als bei allen anderen Gruppen. Was zunächst überrascht, da die Barrierefreiheit in der Regel gegeben und die Mobilität nicht zwingend eingeschränkt ist, denn getragen wird die Tendenz

nur teilweise von den über 80-Jährigen (siehe Anhangtabelle 4.21). Bei Seniorinnen und Senioren im Allgemeinen scheinen die Verbrauchermärkte als Vertriebsformate weniger Anklang zu finden. In manchen Stadtteilen, in denen sich ein Verbrauchermarkt befindet oder von denen aus ein guter Weg zu einem ist, werden Lebensmitteleinkäufe häufiger dort erledigt. Die beiden Märkte (Hit und Kaufland) in Grünwinkel liegen beispielsweise ebenfalls günstig für Kunden aus Mühlburg und Daxlanden, was die höheren Anteile bei wöchentlichen Einkäufen erklären kann. In Wolfartsweier geben mehr Befragte an, einmal pro Woche in einem Verbrauchermarkt einzukaufen. Hierfür kann das weniger ausdifferenzierte Angebot im Stadtteil ausschlaggebend sein (siehe auch Abbildung 4.2 in Kapitel 4.1). Haushalte von Stadtteilen mit schlechter Ausstattung fahren eher zu den großen Verbrauchermärkten (zum Beispiel Rüppurr 63,4 % mindestens einmal pro Monat; siehe Anhangtabelle 4.22).

Abbildung 4.22

**EINKAUFEN BEIM ERZEUGER**

Basis: 4.465 Befragte.

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

**HOFLADEN**

Hofläden werden kaum für den wöchentlichen oder häufigeren Einkauf genutzt. Nur jeder Neunte (11 %) kauft mindestens ein- bis zweimal im Monat in einem Hofladen ein. Sicherlich spielt die für die Mehrheit der Karlsruherinnen und Karlsruher schlechte Erreichbarkeit der Läden hierfür eine entscheidende Rolle. Die Anteile haben sich in den letzten beiden Befragungen geringfügig erhöht (siehe Abbildung 4.22). Sehr deutlich sinkt der Anteil derer, die nie einen Hofladen aufsuchen von 74,1 % auf 52,6 %. Die Tendenz

zu Bio-Produkten und Qualität wird demnach geringfügig durch die Tendenz zu regionalen Produkten ergänzt. Zur Kundenklientel der Hofläden zählen am ehesten Familien mit Kindern unter 18 Jahren, ältere Paare und Senioren. Geringverdiener, Auszubildende und Studierende nutzen Hofläden erwartungsgemäß seltener. Außer in Rüppurr und Durlach werden Hofläden auch noch von den Bewohnern der Höhenstadtteile etwas häufiger besucht als im Durchschnitt. Für sie sind die Gärtnereien in Wolfartsweier von Bedeutung.

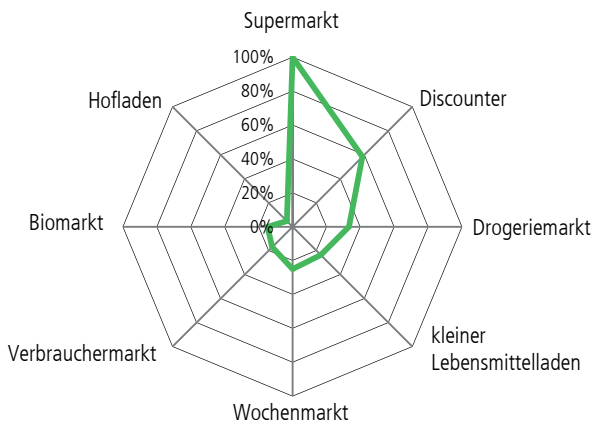
### KOMBINATION VON ANGEBOTSFORMEN

In aller Regel werden nicht die gesamten Einkäufe in einem einzigen Geschäft erledigt. Je nach Kundenpräferenzen und Einkaufsverhalten werden Märkte verschiedenen Typs während eines Einkaufs miteinander kombiniert. Um abzubilden, welche Markttypen neben dem Referenzmarkt für regelmäßige Lebensmitteleinkäufe noch besucht werden, wurden die Anteile gemessen am jeweiligen Referenzmarkt in ein Netzdiagramm übertragen. Es wurden nur die Fälle berücksichtigt, in denen angegeben wurde, einen Markttyp mehrmals wöchentlich oder einmal pro Woche aufzusuchen. Somit kann eine Kombination der Angebotsformen während eines Einkaufs unterstellt werden. Die folgenden Abbildungen zeigen die Kundenanteile der anderen Marktformen gemessen an allen Kunden des jeweiligen Referenzmarktes (=100 %).

Abbildung 4.23

#### ZUSAMMENSETZUNG NAHVERSORGUNG – SUPERMARKT

„Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf ....“



Basis: 3.229 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

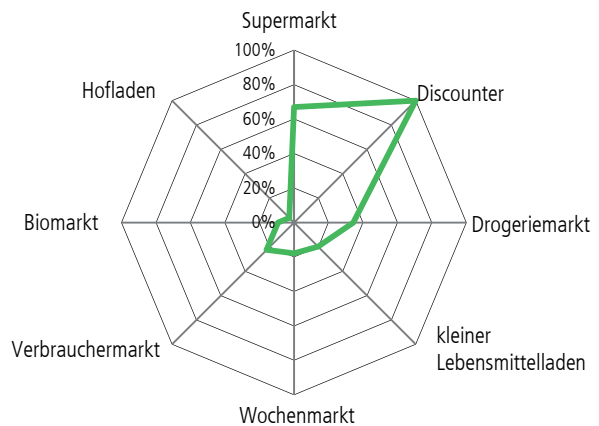
Von allen Befragten, die angeben, einmal pro Woche oder häufiger in einem **Supermarkt** einzukaufen, gehen 58,4 % auch zum Discounter und 33,4 % auch in einen Drogeriemarkt. Der Einkauf beim Vollsortimenter macht den Besuch eines anderen Marktes weniger wichtig. Ergänzend werden vermutlich frische und exotische Produkte auf Wochenmärkten und in kleineren Lebensmittelgeschäften eingekauft.

Die günstige Kombination von Discounter und Supermarkt wird bei den Befragten, die einmal pro Woche oder häufiger ihre Lebensmittel in einem **Discounter** einkaufen, noch deutlicher, denn Supermärkte werden von Discounterkunden etwas häufiger für regelmäßige Einkäufe genutzt als umgekehrt. Zwei Drittel (67,0 %) derer, die angeben, einmal pro Woche oder häufiger in einem Discounter einzukaufen, kaufen auch in einem Supermarkt ein. Drogeriemärkte kommen auf einen Anteil von 34,5 %. Zwischen Supermärkten und Discountern kann aus dieser Richtung eine gefestigte Kombination unterstellt werden, da Discounter nicht das Sortiment eines Supermarktes haben.

Abbildung 4.24

#### ZUSAMMENSETZUNG NAHVERSORGUNG – DISCOUNTER

„Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf ....“



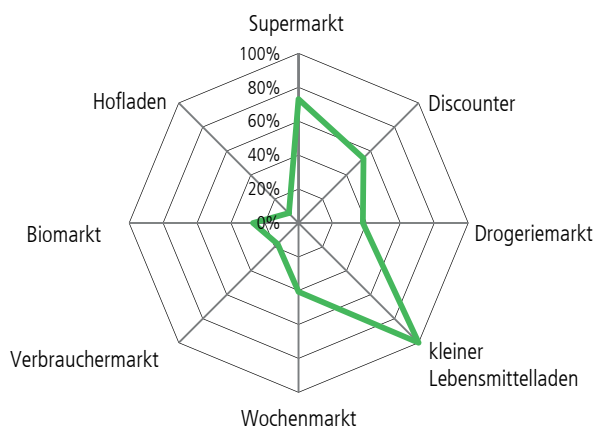
Basis: 2.814 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Die Kunden **kleinerer Lebensmittelläden** scheinen qualitätsbewusster, anspruchsvoller oder weniger preisbewusst zu sein. Von ihnen gehen 73,1 % auch regelmäßig in Supermärkte, allerdings nur 54,0 % zum Discounter. Die Wochenmärkte sind für Kunden kleinerer Lebensmittelgeschäfte offenbar eine wichtigere Ergänzung, denn 40,7 % geben an auch regelmäßig an Marktständen einzukaufen.

Bei der Betrachtung der Kunden von **Verbrauchermärkten** überrascht der immer noch hohe Anteil derer, die auch zum Discounter gehen (74 %) und auch in Supermärkten einkaufen (63,9 %). Es ist wahrscheinlich, dass die Markttypen hier nicht direkt bei einem Einkauf miteinander kombiniert werden, sondern dass zwischen ihnen abgewechselt wird.

Abbildung 4.25  
**ZUSAMMENSETZUNG NAHVERSORGUNG – KLEINER LEBENSMITTELLADEN**

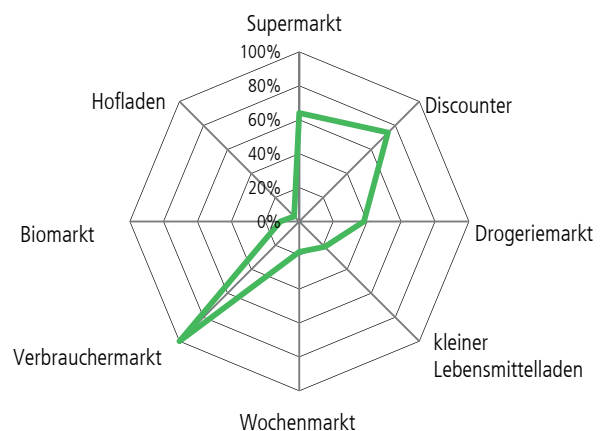
„Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf ....“



Basis: 1.039 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Abbildung 4.26  
**ZUSAMMENSETZUNG NAHVERSORGUNG – VERBRAUCHERMARKT**

„Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf ....“



Basis: 858 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Zusammenfassend bedeutet das, dass die Supermärkte als Vollsortimenter das Rückgrat bei der Versorgung mit Lebensmitteln bilden. Kunden, die ihre regelmäßigen Lebensmitteleinkäufe in anderen Markttypen erledigen, kommen kaum am ergänzenden Besuch im Supermarkt vorbei. So kauften selbst 63,9 % der Verbrauchermarktbesucher (niedrigster Anteil) auch in den Supermärkten ein. Bei allen anderen Angebotsformen entfallen auf den Supermarkt noch höhere Zweitnutzungsanteile. Bei den Discountern sind die Tendenzen zwar schwächer ausgeprägt, aber dennoch deutlich sichtbar. Der maximale Zuspruch zu Discountern findet sich unter den Verbrauchermarktbesuchern (74,0 %), das Minimum für Discounter liegt bei den Biomarktbesuchern mit 38,9 %. Auch bei den Befragten, die ihre Lebensmitteleinkäufe am häufigsten in kleinen Lebensmittelgeschäften, auf Wochenmärkten oder direkt beim Erzeuger erledigen, bleibt der regelmäßige Besuch im Supermarkt oder beim Discounter nicht aus.

### FEHLENDES ANGEBOT

Insgesamt ist der Großteil der Karlsruherinnen und Karlsruher mit dem Lebensmittelangebot grundsätzlich zufrieden. Über zwei Drittel (68,9 %) der Befragten fehlt es an nichts, 31,1 % geben an, dass ihnen in ihrem Stadtteil oder ihrer Wohnumgebung Lebensmittelangebote fehlen. Auf die Frage, welche Angebote aus Sicht der Befragten fehlen, die Lücken im Angebot wahrnehmen, wurden sowohl bestimmte Produktangebote als auch Geschäftskonzepte genannt. Die Antworten werden deshalb nach diesen beiden Kriterien getrennt betrachtet. Abbildung 4.27 zeigt die Häufigkeit der Antworten.

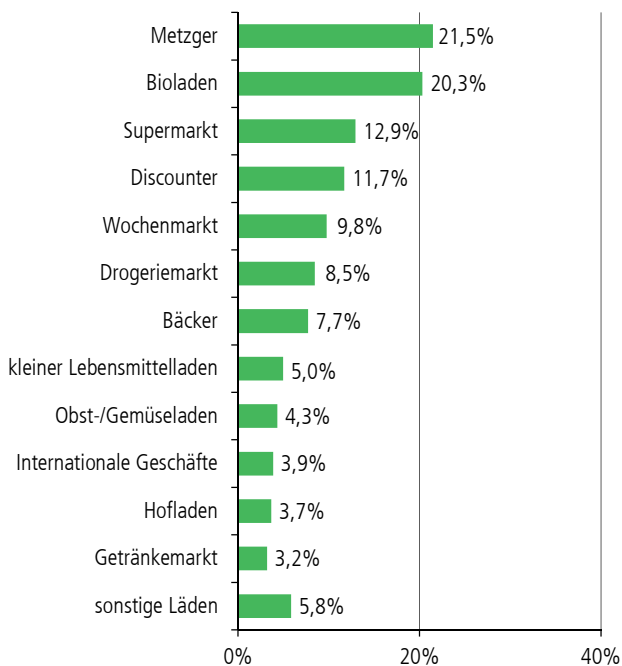
Abbildung 4.27

### FEHLENDE ANGEBOTE

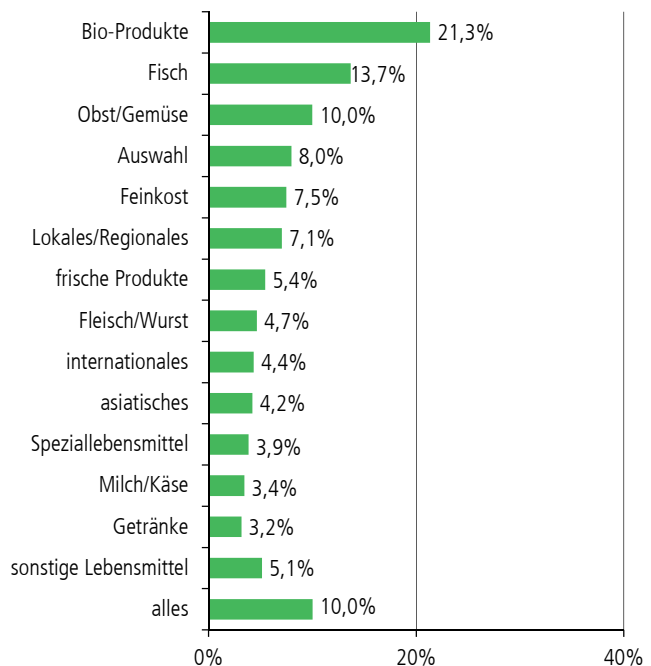
„Gibt es Lebensmittelangebote, die Sie in Ihrem Stadtteil oder Ihrer Wohnumgebung vermissen?“

Von den 31 % der Befragten, die Angebote vermissen, nannten ...

#### Geschäfte



#### Produkte



Basis: 937/421 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung



Frauen (33,5 %) äußern etwas häufiger Defizite als Männer (28,7 %), was sicherlich der Tatsache geschuldet ist, dass Frauen immer noch häufiger die Versorgung des Haushaltes und die Kindererziehung übernehmen und deshalb die Defizite in der Nahversorgung bewusster wahrnehmen. Das würde zudem erklären, weshalb Haushalte mit minderjährigen Kindern häufiger Defizite anführen als andere Haushaltsformen und weshalb die Zufriedenheit bei jungen Erwachsenen (18 bis unter 30 Jahre) noch hoch ist, bei 30- bis unter 45-Jährigen ihren Tiefstwert hat und ab dann mit steigendem Alter wieder zunimmt. Mit steigendem Einkommen und steigendem Bildungsstand wächst allerdings auch die Wahrnehmung von Defiziten in der Lebensmittelversorgung. Berufstätige führen öfter an, Lebensmittelangebote zu vermissen als nicht Erwerbstätige. Weitere Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.25 zu finden. Auf Stadtteilebene betrachtet sind die Innenstadt-Ost und Palmbach sehr gut an die jeweilige Nachfrage angepasst. In der Innenstadt-Ost geben nur 15,2 % der Bewohner, in Palmbach 16,2 % an, Lebensmittelangebote zu vermissen. In Hohenwettersbach (73,7 %) und Stupferich (67,6 %) äußern dagegen deutlich mehr Bewohner Defizite bei den Lebensmittelangeboten. Überdurchschnittlich häufig äußern darüber hinaus die Bewohner in Weiherfeld-Dammerstock, Beierheim-Bulach, der Nordstadt und Rintheim Defizite (siehe Anhangtabelle 4.26).

In den Antworten der Befragten, die Angebotslücken sehen und fehlende **Läden und Geschäfte** nannten, dominiert der Metzger (21,5 %), dicht gefolgt vom Bio-Markt mit 20,3 %. Hier verdeutlicht sich wieder die starke Nachfrage nach Frische, Qualität und Bio-Produkten. Ähnlich wie beim Fisch lässt sich so der vermisste Metzger in der Nähe erklären, denn Fleisch und Wurst führt jeder Supermarkt und Discounter. Diese beiden Angebotsformen wiederum vermissen 12,9 % beziehungsweise 11,7 % dieser Befragtengruppe. Einen Wochenmarkt wünschen sich 9,8 % von ihnen und 8,5 % einen Drogeriemarkt.

Der Wunsch nach einem Metzger kommt tendenziell eher aus Haushalten von Paaren über 45 Jahren oder Seniorenpaaren. Mit steigendem Einkommen und steigendem Bildungsstand wird auch der der Bio-Laden oder Bio-Supermarkt vermisst. Bei Haushalten mit Kindern wird der Wunsch nach einem Bio-Markt ebenfalls öfter geäußert. Das deckt sich mit den Ergebnissen auf der Produktebene. Bei Supermarkt und Discounter sind die Tendenzen nur schwach, aber dennoch ist erkennbar, dass sich einkommensstärkere Haushalte einen Supermarkt wünschen, während einkommensschwächere Haushalte eher einen Discounter vermissen. Das Fehlen eines

Drogeriemarktes äußern Frauen (11,6 %) etwas stärker als Männer (4,8 %). Die vollständigen Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.27 aufgeführt.

Die folgenden Stadtteilergebnisse beziehen sich jeweils nur auf diejenigen Befragten, die dort Defizite in der Lebensmittelversorgung geäußert haben. Anhangtabelle 4.28 zeigt, dass der Metzger den meisten dieser Befragten in Knielingen (46,1 %) und in Grünwinkel (41,2 %) fehlt, obwohl dort das Schinkenhaus Zeiss mit einer Filiale in der Carl-Metz-Straße vertreten ist. In der Nordstadt bemängeln 39,1 %, in der Innenstadt-West 35,6 %, in Stupferich und der Südstadt jeweils 34,6 % der Befragten mit empfundenen Angebotslücken das Fehlen eines Metzgers. In der Innenstadt-West kann das an der Lage der Metzgereien innerhalb des Stadtteils liegen, da nördlich der Kaiserstraße zwei Metzgereien zu finden sind, südlich der Kaiserstraße jedoch keine.

Der Bioladen steht an zweiter Stelle. In den Befragtengruppen, die Defizite geäußert haben, taucht er besonders in Neureut (52,5 %) auf. In Mühlburg geben 36,9 % und der Nordstadt 36,6 % dieser Befragten an, einen Bioladen zu vermissen. In Hagsfeld sind es 34,8 %, in der Nordweststadt 34,6 % dieser Befragtengruppe, gefolgt von Beierheim-Bulach (33,3 %).

Die dünne Versorgungslage in den Höhenstadtteilen äußert sich indirekt und deutlich im Wunsch nach einem Supermarkt, am stärksten unter den Befragten, die Angebotslücken sehen, in Hohenwettersbach (71,3 %) und Stupferich (59,9 %). Alle Höhenstadtteile zusammengenommen, fallen 46,0 % der Antworten bei fehlenden Angeboten auf einen Vollsortimenter. Einen Discounter vermisst dort dagegen kaum jemand. Ganz anders ist die Situation in Oberreut. Einen Discounter vermissen hier 43,7 % der unzufriedenen Bewohner, obwohl der Treff3000 sowie der Mix-Markt – mit einem nach eigenen Angaben breiten Angebot an Handels- und Eigenmarken – das Niedrigpreissortiment eigentlich abdecken. In Weiherfeld-Dammerstock geben 33,9 % der Befragten an, die sich nicht ausreichend ausgestattet fühlen, einen Supermarkt zu vermissen, 30,9 % fehlt ein Discounter.

Der Wochenmarkt steht an fünfter Stelle der Liste mit den häufigsten Defiziten. Von den Befragten, die Lebensmittelangebote vermissen, wurde das Fehlen eines Wochenmarktes in der Oststadt von 27,4 % der Befragten bemängelt, in Hagsfeld von 25,8 %, in der Südweststadt von 20,2 % und in der Nordstadt von 19,9 %. Beim Vergleich mit Abbildung 4.20 fällt auf, dass ein Wochenmarkt in den Stadtteilen vermisst wird, in denen es tatsächlich keinen gibt. Ausnahme ist die Oststadt. Dort entfallen die meisten Nennungen der Unzufriedenen auf einen fehlenden Wochenmarkt, obwohl einer vorhanden ist. Möglicherweise sind Marktzeiten oder der Standort Gottesauer Platz hierfür ausschlaggebend. Des Weiteren bleibt noch erwähnenswert, dass ein Drogeriemarkt besonders in Rüppurr vermisst wird (49,6 %).

Bei fehlenden **Produktkategorien** werden allen voran Bio-Produkte genannt. Unter den Unzufriedenen fehlt es jedem Fünften (21,3 %) an bestimmten Bio-Produkten wie Fleisch, Obst und Gemüse oder Bio-Produkten im Allgemeinen. Die Erweiterung der Produktpaletten der Supermärkte und Discounter in diese Richtung sowie die Expansionsstrategie der Bio-Supermarktketten greift dieses Nachfragepotenzial bereits auf, kann aber mit der wachsenden Nachfrage derzeit nicht Schritt halten. In Zukunft kann mit einer weiter steigenden Nachfrage nach Bio-Produkten gerechnet werden, sodass sich hierdurch Entwicklungsmöglichkeiten für den Lebensmitteleinzelhandel ergeben.

Fisch gehört als Tiefkühlware eigentlich zum Standardsortiment im Lebensmittelhandel. Dennoch ist Fisch mit 13,7 % die zweithäufigste Nennung beim fehlenden Angebot. Die Häufigkeit überrascht im ersten Moment, allerdings klingt hier der Wunsch nach frischem anstelle von tiefgekühltem Fisch, wie er in jedem Supermarkt zu bekommen ist, durch. Ein unzureichendes Angebot an (frischem) Obst und Gemüse bemängeln 10,0 % der Befragten, die Angebotslücken sehen, ebenso viele, dass es ihnen generell an Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel fehlen würde und 8,0 %, dass die Auswahl zu gering sei. Feinkost einschließlich Wein vom Griechen oder Italiener, geben 7,5 % dieser Befragten an und 7,1 % wünschen sich mehr Produkte direkt vom Erzeuger aus der Region. Bio-Produkte werden – wenig überraschend – mehr von einkommensstärkeren Haushalten und höheren Bildungsschichten als fehlend angeführt. Charakteristisch für diese Haushalte ist, dass es sich eher um Deutsche ohne Migrationshintergrund und Haushalte mittleren Alters (zwischen 30 und 65 Jahren) handelt. Frischen Fisch vermissen dagegen Haushalte mit Migrationshintergrund und die über 65-Jährigen mehr als andere.

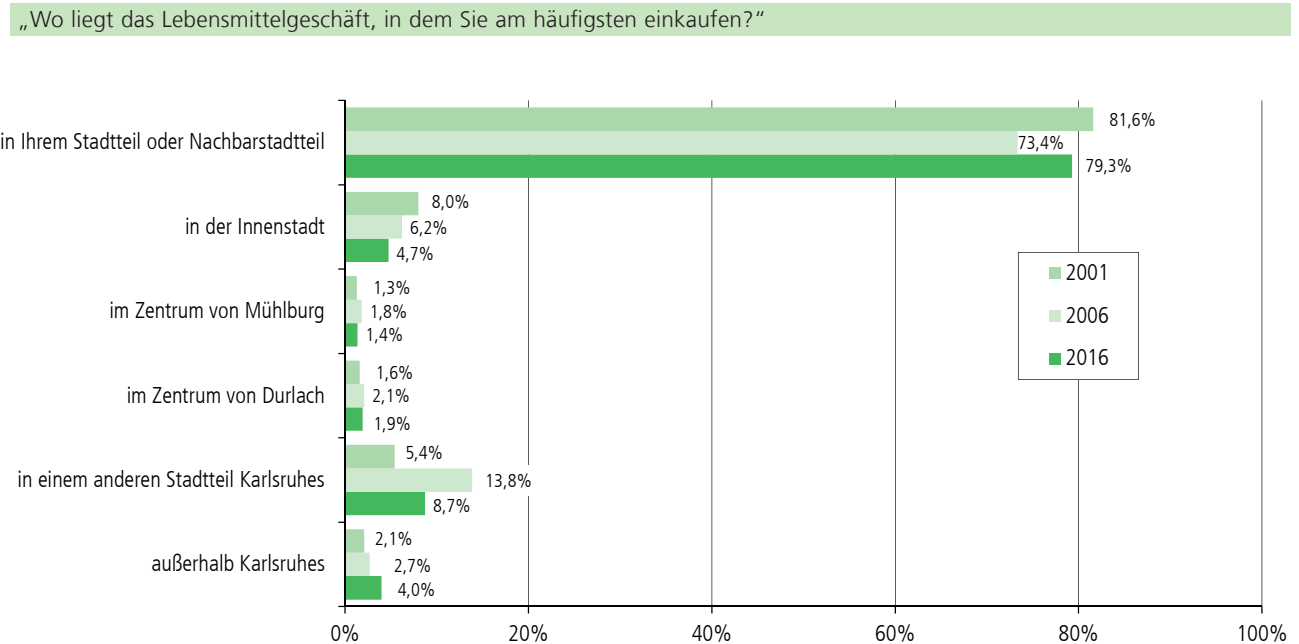
## 4.2.2 LAGE DER BEVORZUGTEN GESCHÄFTE

Seit 2001 wurde in den Bürgerumfragen zur Nahversorgung danach gefragt, wo das bevorzugte Geschäft liegt, in dem am häufigsten eingekauft wird. Da die Frage über die Jahre konstant gehalten wurde, kann ein Vergleich über die letzten 15 Jahre gezogen werden. Gefragt wurde, ob das hauptsächlich genutzte Geschäft im eigenen oder direkt benachbarten Stadtteil, den größeren Einkaufszentren Innenstadt, Zentrum von Mühlburg und Zentrum von Durlach, oder in einen anderen Karlsruher Stadtteil beziehungsweise außerhalb der Stadt liegt.

Die meisten Karlsruherinnen und Karlsruher (79,3 %) kaufen in der Regel im selben Stadtteil ein, in dem sie wohnen oder einem Nachbarstadtteil (siehe Abbildung 4.28). Standorte in der Nähe zur Wohnung haben wieder an Bedeutung gewonnen. Der Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher, die im Stadtteil einkaufen, in dem sie wohnen oder in einem Nachbarstadtteil, stieg von 73,4 % im Jahr 2006 auf 79,3 % und erreicht fast wieder das Niveau von 2001 (81,6 %). Diese Entwicklung spiegelt eine allgemeine Verbesserung der Nahversorgungssituation wieder und ist konsistent mit dem beobachteten Anstieg der Zufriedenheit (siehe Kapitel 4.1). Die Innenstadt verliert an Bedeutung für die Versorgung mit Lebensmitteln. 2001 gingen noch 8,0 % der Karlsruherinnen und Karlsruher in die Innenstadt, 2006 nur 6,2 % und 2016 schließlich nur noch 4,7 %. Das Zentrum von Mühlburg versorgt recht konstant unter 2 % der Karlsruher Haushalte (2001: 1,3 %, 2006: 1,8 % und 2016: 1,4 %). Auch das Zentrum von Durlach zeigt nur sehr wenig Veränderung bei den Einkaufshäufigkeiten (2001: 1,6 %, 2006: 2,1 % und 2016: 1,9 %).

Die Stadtteilorientierung ist bei allen Bevölkerungsgruppen sehr ähnlich ausgeprägt (siehe Anhangtabelle 4.29). Mit steigendem Einkommen nimmt sie leicht ab. Bewohner von Wohngemeinschaften (mit 88,3 %) sowie ältere Menschen über 80 Jahren (84,2 %) tendieren verstärkt dazu, im eigenen oder angrenzenden Stadtteil einzukaufen. Beide Gruppen sind – aus unterschiedlichen Gründen – in der räumlichen Mobilität etwas eingeschränkter als andere. In den Altersklassen der 45- bis unter 65-Jährigen (78,0 %) und 65- bis unter 80-Jährigen (78,4 %) hat der eigene Stadtteil eine etwas geringere Bedeutung. Berufstätige, egal ob voll- oder teilzeitbeschäftigt, kaufen etwas häufiger in anderen Karlsruher Stadtteilen ein. Hier wird der Einkauf wahrscheinlich öfter auf dem Heimweg vom Arbeitsplatz erledigt.

Abbildung 4.28

**LAGE DER BEVORZUGTEN GESCHÄFTE FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF 2001 BIS 2016<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Befragte in den Stadtteilen Innenstadt-Ost, -West, Mühlburg und Durlach wurden der Rubrik „im Stadtteil“ zugeordnet, wenn sie Innenstadt beziehungsweise Mühlburg oder Durlach als bevorzugten Einkaufsort angegeben hatten.

Basis: 4.604 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

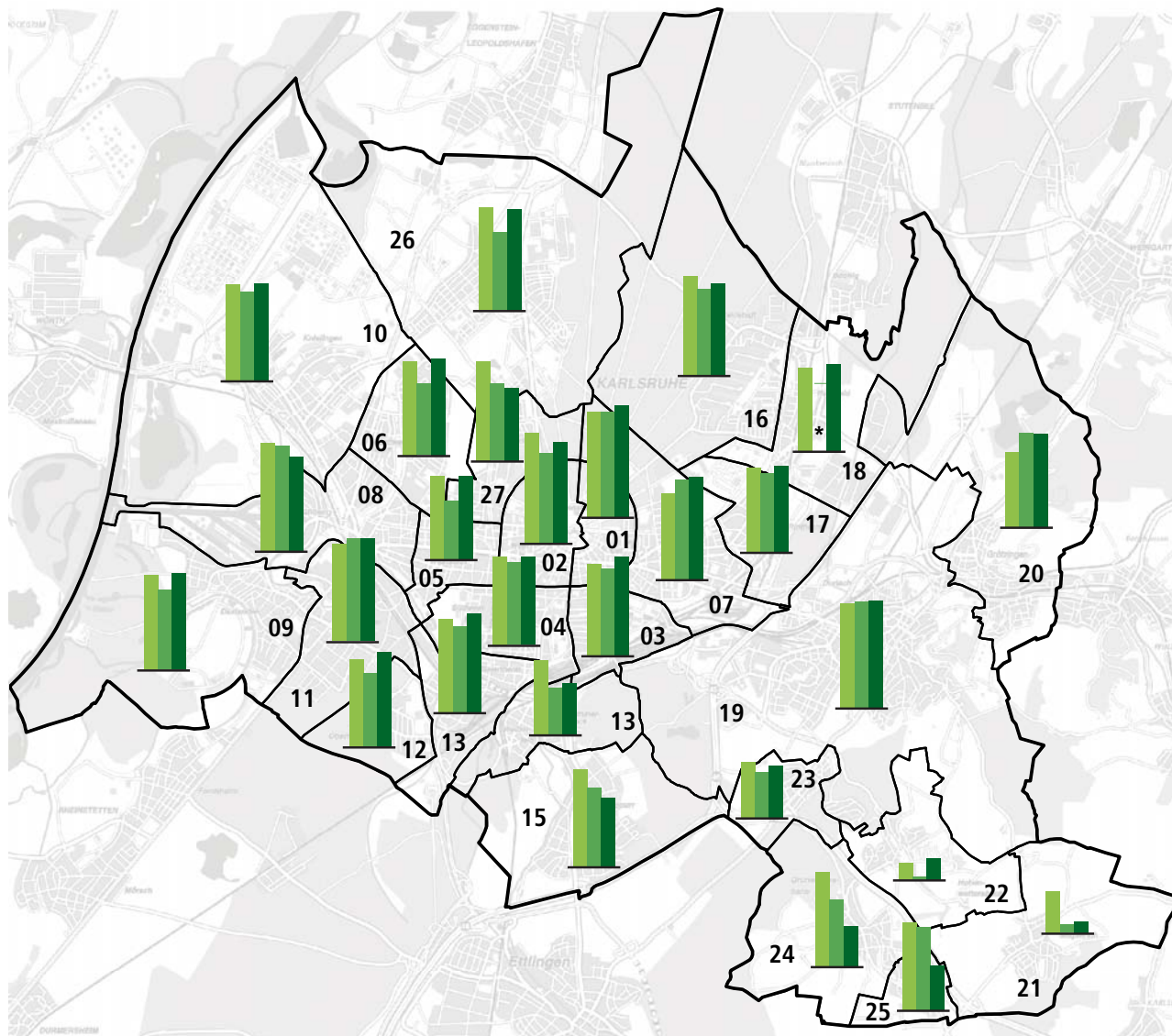
Die Bewohner der Innenstadt-Ost, der Oststadt, Durlachs und Grünwinkels nutzen zu über 90 % den jeweils eigenen Stadtteil für die Einkäufe des täglichen Bedarfs. Unter die Marke von 30 % für die regelmäßigen Einkäufe fallen nur Hohenwettersbach und Stupferich. Die Hohenwettersbacher finden im Zentrum von Durlach ihr bevorzugtes Geschäft, die Bewohner Stupferichs, Grünwettersbachs und Palmbachs kaufen ihre Lebensmittel außerhalb Karlsruhes, zum Beispiel im benachbarten Waldbronn und in Karlsbad-Langensteinbach ein. Die vollständigen Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.30 zu finden.

Gegenüber 2006 hat sich die Bedeutung des eigenen Stadtteils für den Lebensmitteleinkauf in den meisten Stadtteilen verbessert. In Mühlburg verschlechtert sich der Wert von ehemals 93,3 % auf 83,0 %. In den Höhenstadtteilen war die Erosion von Geschäften zur Nahversorgung zwischen 2001 und 2006 enorm. Die dortige Situation hat sich aber seither nicht weiter verschlechtert. Außer in Palmbach und Grünwettersbach, die sich in neuen Märkten im Waldbronner Gewerbegebiet versorgen können, gewinnt der eigene Stadtteil auch in anderen Außenstadtteilen wieder leicht an Bedeutung (siehe Abbildung 4.29).

In der generellen Stabilisierung zeigt sich der Erfolg des Karlsruher Nahversorgungskonzepts und der Anstrengungen der Stadt, die Nahversorgung wohnstandortnah zu organisieren. In Oberreut und der Nordweststadt konnten neue Nahversorgungszentren realisiert werden. 2011 eröffnete ein EDEKA Markt in Oberreut, der sicherlich zur Verbesserung der Stadtteilorientierung von 64,8 % auf 82,8 % beigetragen hat. In der Nordweststadt sorgt der neue REWE Markt in Verbindung mit dem Discounter Penny für einen Anstieg von 35,4 % auf nun 85,6 % der Bewohner der Nordweststadt, die angeben, ihr bevorzugtes Geschäft im eigenen Stadtteil zu finden. In Neureut macht sich vermutlich der 2006 eröffnete REWE Markt im Blankenlocher Weg im Anstieg von 20,6 Prozentpunkten bemerkbar, in der Weststadt der 2009 eröffnete Penny Markt mit der Verbesserung von vormals 52,0 % auf nun 73,9 %.

Abbildung 4.29

**LAGE DES BEVORZUGTEN GESCHÄFTS FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF – STADTEILERGEBNISSE**  
 ANTEIL „HIER IN DER NÄHE – IM STADTEIL ODER NACHBARSTADTEIL“



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreit               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**Einkaufen im Stadtteil oder Nachbarstadtteil**

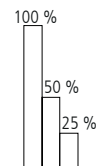
- 2001
- 2006
- 2016

**Karlsruher Durchschnitt: 79,3 %**

\* keine Angaben für 2006 möglich, da Datenbasis zu gering

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze



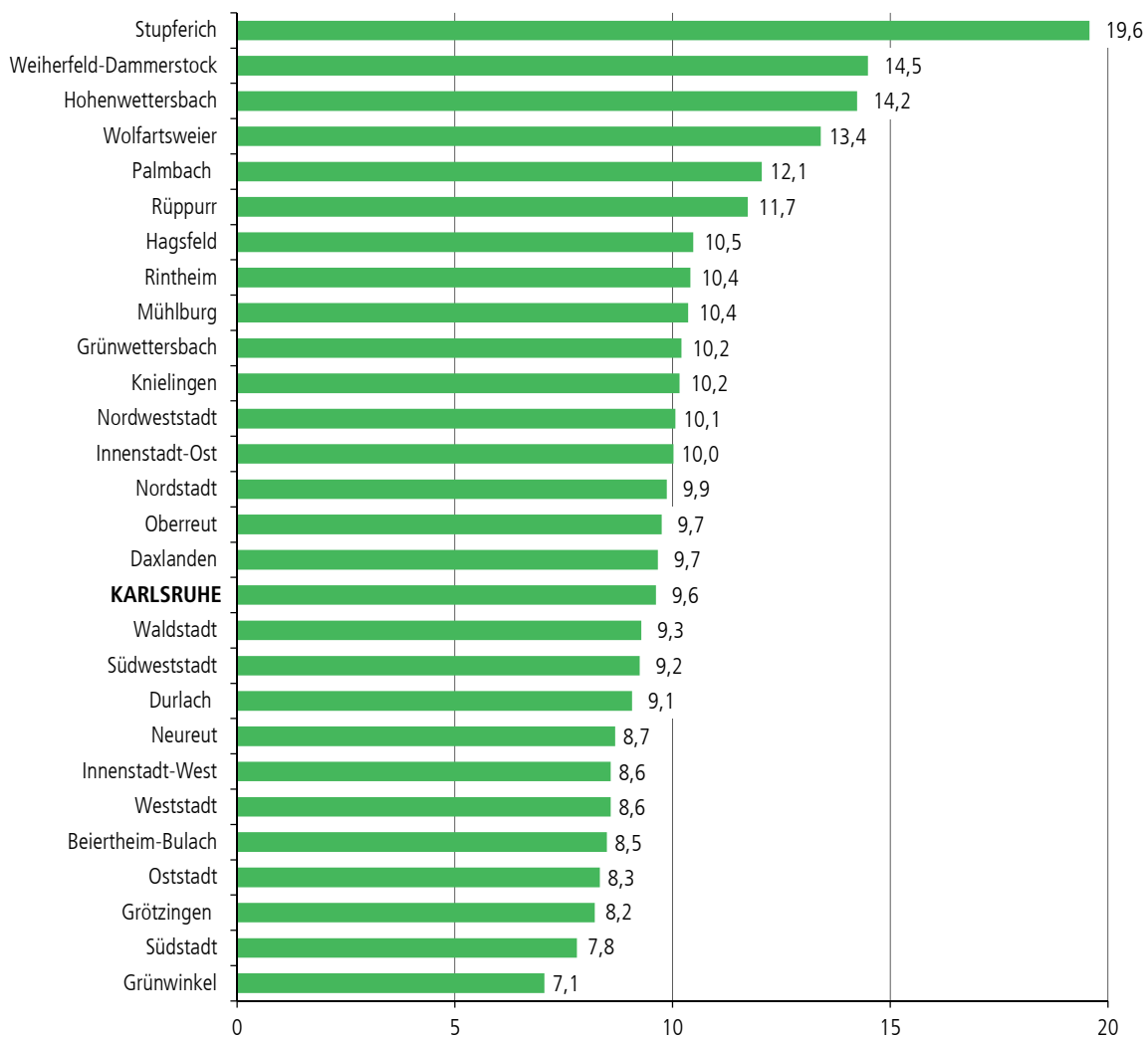
Die kurzen Wege schlagen sich auch in der Zeit von nur knapp zehn Minuten nieder, die für den Weg zum bevorzugten Geschäft durchschnittlich aufgewendet wird (siehe Abbildung 4.30). Stadtteile mit günstiger Verteilung oder guter Erreichbarkeit von Lebensmittelgeschäften sind Grünwinkel (7,1 Minuten) und die Südstadt (7,8 Minuten). Wenig überraschend müssen die Bewohner der Höhenstadtteile mehr Zeit aufwenden.

In Stupferich, mit 19,6 Minuten, fallen die Wege zum Einkaufen von Lebensmitteln zeitlich am längsten aus. Dahinter folgen Weiherfeld-Dammerstock (14,5 Minuten) und Hohenwettersbach (14,2 Minuten). Im ersten Fall sind hierfür vermutlich die Lage der Geschäfte in Verbindung mit den Umwegen zur Überwindung der Bahntrassen im Norden und Osten sowie der Südtangente die Ursache.

Abbildung 4.30

### ZEITAUFWAND IN MINUTEN ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT – STADTTEILERGEBNISSE

„Welche Zeit müssen Sie in aller Regel aufwenden, um von Ihrer Wohnung dieses meistgenutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“



Basis: 4.564 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

### 4.2.3 HAUPTSÄCHLICH GENUTZTES VERKEHRSMITTEL

Bei der Wahl des Verkehrsmittels ist auch wieder die neuerliche Orientierung zum eigenen Stadtteil und zu den kürzeren Wegen zwischen Wohnung und den Geschäften für den täglichen Bedarf erkennbar. In der Befragung wurde das hauptsächlich genutzte Verkehrsmittel erfragt, das zum Erreichen des bevorzugten Geschäfts gewählt wird. Wie Abbildung 4.31 zeigt, ist das Auto mit 40,7 % das wichtigste Verkehrsmittel für die regelmäßigen Einkäufe. Über ein Viertel (27,3 %) der Befragten erledigt seine Einkäufe meistens mit dem Fahrrad und etwa ebenso viele (26 %) sogar zu Fuß. Der ÖPNV spielt eine untergeordnete Rolle. Nur 4,9 % nutzen Bus und Bahn, um zu dem Geschäft zu kommen, in dem sie am häufigsten einkaufen.

Zwischen 1996 und 2001 ging der Trend bei der Wahl des Verkehrsmittels zum Einkaufen noch leicht zu Gunsten des Autos. Bei den Werten der Befragung von 2016 fällt sofort der massive Anstieg von Fußgängern und Fahrradfahrenden

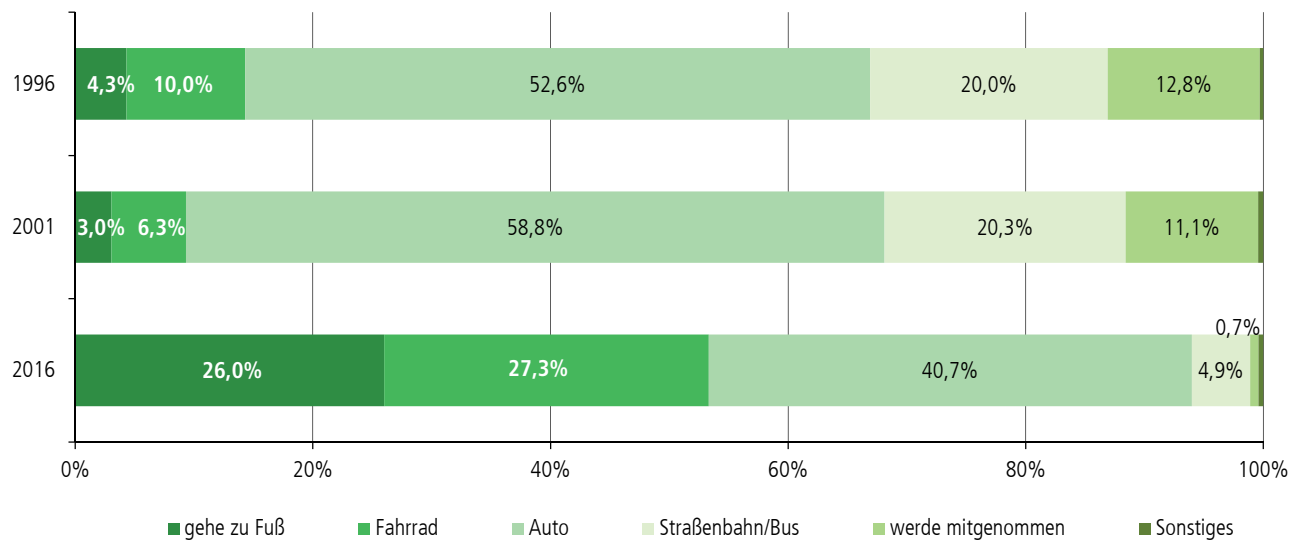
auf. 2001 gingen schließlich nur 3,0 % der Karlsruherinnen und Karlsruher zu Fuß einkaufen, 6,3 % mit dem Fahrrad. 2016 stieg die Zahl der Fußgänger auf 26,0 % an, die der Fahrradfahrenden auf 27,3 %. Das Auto hat zwar 2016 immer noch den größten Anteil (40,7 %), dieser ging jedoch gegenüber 2001 um 18,1 Prozentpunkte zurück. Straßenbahn und Bus verzeichnen einen sinkenden Anteil von 20,3 % (2001) auf 4,9 % (2016), Fahrgemeinschaften nehmen von 11,1 % (2001) auf 0,7 % (2016) ab. Die sonstigen Alternativen bleiben konstant bei 0,4 %.

Der verhältnismäßig hohe Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher, die ihre regelmäßigen Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen, kann als Indiz für den Erfolg der Anstrengungen, die Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs wohnstandortnah zu gestalten, gewertet werden. Kurze Wege und Nähe bei der Nahversorgung sind in Karlsruhe inzwischen nicht mehr nur ein oft geäußerter Wunsch, sondern gelebte Realität. 2016 kommen die Anteile der Fußgänger und Fahrradfahrer zusammen auf über 50 %.

Abbildung 4.31

#### FORTBEWEGUNGSMITTEL FÜR EINKÄUFE 1996 BIS 2016

„Welches Fortbewegungsmittel nutzen Sie hauptsächlich, um dieses am häufigsten genutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“



Basis: 4.610 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

### VERKEHRSMITTEL ZUM EINKAUFEN UND PKW-BESITZ

In Abbildung 4.32 wird der beachtliche Anteil der Karlsruherinnen und Karlsruher erkennbar, die über einen eigenen PKW im Haushalt verfügen, ihre Einkäufe aber trotzdem hauptsächlich zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen. Von den Befragten mit eigenem PKW geben 45,0 % an, ihre regelmäßigen Einkäufe zu Fuß oder per Rad zu erledigen. Dagegen fahren 51,8 % der Haushalte mit eigenem Auto auch hauptsächlich mit dem PKW zum Einkaufen. Bei den Haushalten ohne eigenen PKW ist der Anteil derer, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum meistgenutzten Geschäft kommen, mit 79,9 % erwartungsgemäß deutlich höher und weitere 12,7 % nutzen Bus und Bahn.

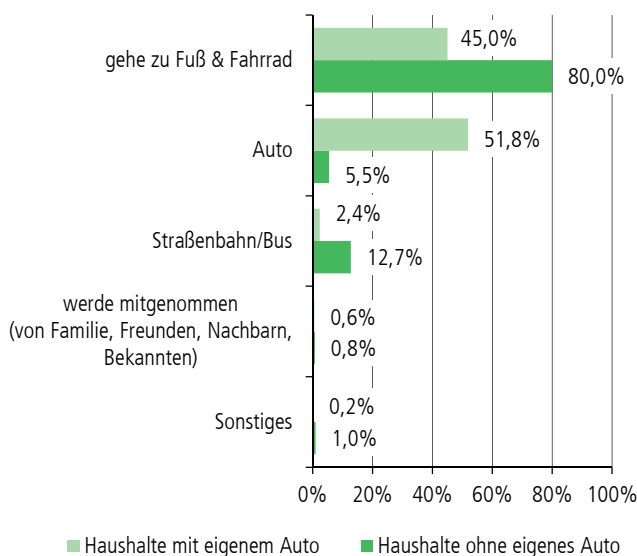
### VERKEHRSMITTEL IN EINZELNEN BEFRAGTENGROUPEN UND STADTTEILEN

Studierende und Auszubildende nutzen nur selten das Auto (15,9 %). Ausländer gehören ebenfalls zu den Gruppen, die seltener auf das Auto für die regelmäßigen Einkäufe zurückgreifen. Berufstätige nutzen es dagegen häufiger, vermutlich weil sie die Besorgungen nach der Arbeit direkt erledigen. Mit steigendem Einkommen steigt auch die Nutzungshäufigkeit des Autos zum Einkaufen. Arbeitslose, Ausländer und Senioren über 80 nutzen den ÖPNV häufiger als andere Gruppen, um ihre Lebensmitteleinkäufe zu erledigen. Die genauen Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.33 zu finden. In den Randlagen Karlsruhes ist das Auto das meistgenutzte Verkehrsmittel. Den höchsten Anteil hat die Nutzung des Autos in den Höhenstadtteilen, allen voran Hohenwettersbach mit 90,1 %, Knielingen mit 63,6 % und Weiherfeld-Dammerstock mit noch 62,9 %. Der ÖPNV kommt nur in Wolfartsweier (11,1 %) und Rintheim (10,3 %) auf einen Anteil von über 10 %, wie Anhangtabelle 4.34 zeigt.

Abbildung 4.32

### FORTBEWEGUNGSMITTEL FÜR EINKÄUFE

„Welches Fortbewegungsmittel nutzen Sie hauptsächlich, um dieses am häufigsten genutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“

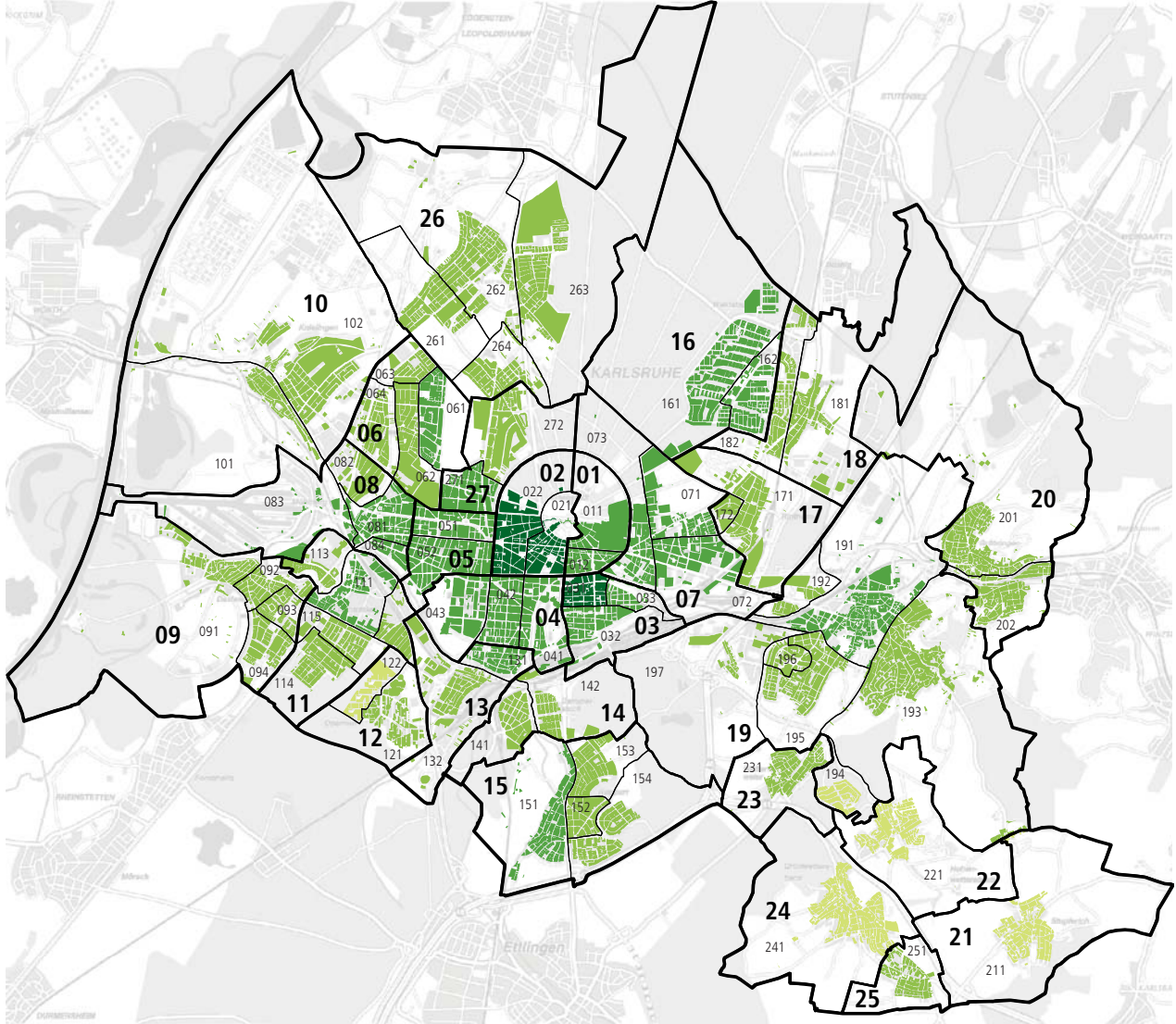


Den Einkauf von Lebensmitteln zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu erledigen, kommt in der Innenstadt und den Gründerzeitvierteln erwartungsgemäß wesentlich häufiger vor als im Durchschnitt aller Stadtteile. Innenstadt-Ost – Südwestlicher Teil, Innenstadt-West – Östlicher Teil und Innenstadt-West – Westlicher Teil sind die Stadtviertel, in denen über 80 % der Haushalte ihre Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen.

Basis: 3.431/1.077 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Abbildung 4.33

**FORTBEWEGUNGSMITTEL FÜR EINKÄUFE**  
**ANTEILE „GEHE ZU FUSS“ + „FAHRRAD“**



**Stadtteile**

- |                    |                           |                     |
|--------------------|---------------------------|---------------------|
| 01 Innenstadt-Ost  | 10 Knielingen             | 19 Durlach          |
| 02 Innenstadt-West | 11 Grünwinkel             | 20 Grötzingen       |
| 03 Südstadt        | 12 Oberreut               | 21 Stupferich       |
| 04 Südweststadt    | 13 Beiertheim-Bulach      | 22 Hohenwettersbach |
| 05 Weststadt       | 14 Weiherfeld-Dammerstock | 23 Wolfartsweier    |
| 06 Nordweststadt   | 15 Rüppurr                | 24 Grünwettersbach  |
| 07 Oststadt        | 16 Waldstadt              | 25 Palmbach         |
| 08 Mühlburg        | 17 Rintheim               | 26 Neureut          |
| 09 Daxlanden       | 18 Hagsfeld               | 27 Nordstadt        |

**„Gehe zu Fuß“ + „Fahrrad“**

- unter 20 %
- 20 % bis unter 50 %
- 50 % bis unter 80 %
- 80 % und mehr

**Zeichenerklärung**

- Stadtgrenze
- Stadtteilgrenze
- Stadtviertelgrenze

**Karlsruher Durchschnitt: 53,3 %**



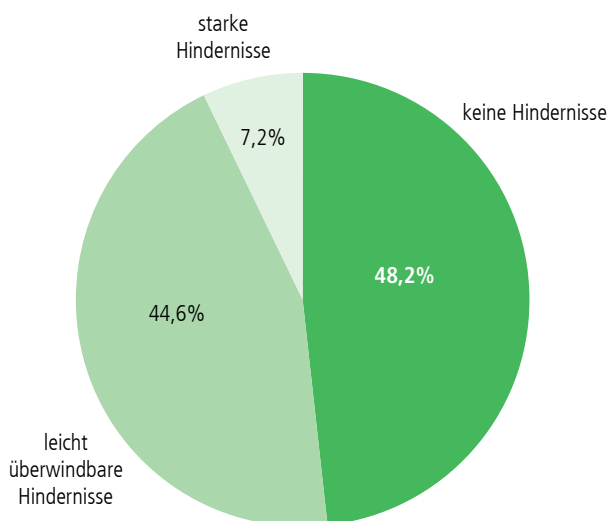
## HINDERNISSE AUF DEM WEG

Alle Befragten, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen, wurden nach Hindernissen auf ihrem Weg zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft gefragt. Auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft sehen sich nur wenige Karlsruherinnen und Karlsruher mit der Überwindung von starken Hindernissen konfrontiert: 48,2 % sehen keine, 44,6 % leicht überwindbare und nur 7,2 % starke Hindernisse (siehe Abbildung 4.34).

Abbildung 4.34

### HINDERNISSE AUF DEM WEG ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT NUR BEFRAGTE, DIE ZU FUSS ODER PER FAHRRAD UNTERWEGS SIND

„Müssen Sie auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft größere Hindernisse oder Barrieren überwinden wie stark befahrene Straßen oder größere Gewerbebereiche?“



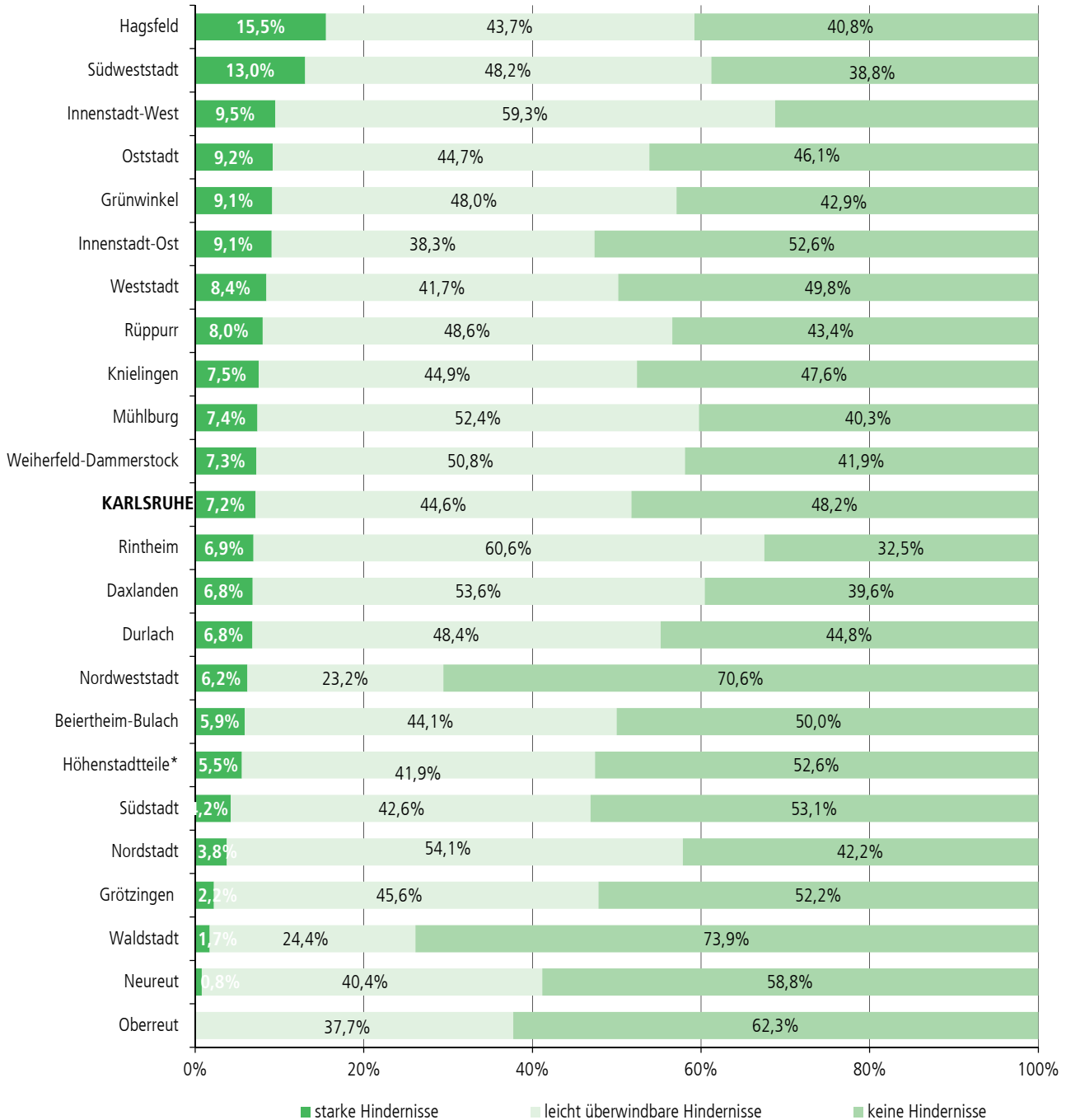
Basis: 2.442 Befragte  
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Auf dem Weg zu den meistgenutzten Geschäften müssen Bewohner nicht selten über breite Verkehrsstraßen, Straßen mit wenigen Querungsmöglichkeiten oder Bahntrassen. Solche Barrieren, die als tendenzielle Beeinträchtigung wahrgenommen werden, scheinen die Bahntrasse und die Gustav-Heinemann-Allee (L 560) mit jeweils nur wenigen Querungen für die Hagsfelder zu sein („starke Hindernisse“ 15,5 %). In der Südweststadt nennen 13,0 % starke Hindernisse auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft für Lebensmitteleinkäufe. Für die Bewohner des Bezirks Beiertheimer Feld wird das die Südtangente auf dem Weg nach Bulach oder die Brauerstraße auf dem Weg nach Beiertheim beziehungsweise zu den Märkten entlang der Karlsstraße sein. In der Innenstadt-West wird die Situation etwas besser beurteilt. Hier geben nur 9,5 % der Befragten starke Hindernisse und 59,3 % leicht überwindbare Hindernisse an. Die Oststadt folgt mit 9,2 % der Bewohner, die starke Hindernisse nennen. In Grünwinkel und der Innenstadt-Ost geben jeweils 9,1 % der Befragten an, starke Hindernisse auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft überwinden zu müssen. Grünwinkel ist zwar flächig mit Geschäften zur Lebensmittelversorgung besetzt, allerdings führen mehrere große Straßen, die B 36 und eine Bahntrasse durch den Stadtteil. Ähnlich verhält es sich in der Innenstadt Ost, die unter anderem von der Kriegsstraße begrenzt ist, welche auf dem Weg zum Scheck-In-Center überquert werden muss. Die Bewohner Rintheims beurteilen ihre Situation besser, geben aber mit 60,6 % überdurchschnittlich häufig leicht überwindbare Hindernisse an. Es liegt nahe, dass es sich dabei um den Ostring handelt. Eher entspannt ist die Lage in der Waldstadt (73,9 % sehen keine Hindernisse) und der Nordweststadt (70,6 % sehen keine Hindernisse). Beide Stadtteile charakterisiert, dass die Verkehrsachsen am Rande der Stadtteile verlaufen und sie somit nicht durch subjektiv beeinträchtigende Barrieren zerschnitten werden. Ähnlich verhält es sich in Oberreut und Neureut (62,3 % respektive 58,8 % nennen keine Hindernisse). Die übrigen Stadtteile scheinen weitgehend frei von größeren Hindernissen zu sein, auch wenn sich die Anteile derer, die keine Hindernisse sehen mit denen, die leicht überwindbare nennen, in etwa ausgleichen, wie Abbildung 4.35 verdeutlicht.

Abbildung 4.35

### HINDERNISSE AUF DEM WEG ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT IN DEN STADTTETILEN NUR BEFRAGTE, DIE ZU FUSS ODER PER FAHRRAD UNTERWEGS SIND

„Müssen Sie auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft größere Hindernisse oder Barrieren überwinden wie stark befahrene Straßen oder größere Gewerbebereiche?“



\* Stupferich, Hohenwettersbach, Wolfartsweier, Grünwettersbach, Palmbach

Basis: 2.442 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

## EXKURS: PKW-VERFÜGBARKEIT – CARSHARING

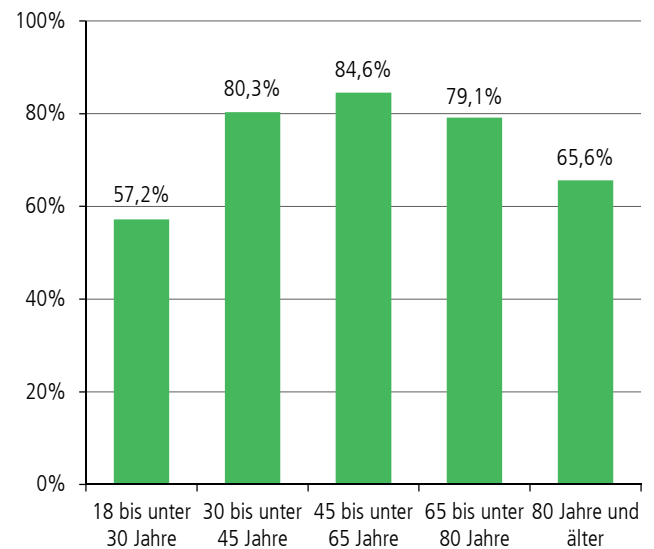
Weitere Aspekte der individuellen Mobilität sind die allgemeine **Verfügbarkeit eines PKWs** im Haushalt und die Nutzung von **Carsharing**. Gerade in einer Universitätsstadt wie Karlsruhe stellen beide Aspekte eine Zusatzinformation bei der Betrachtung der Nahversorgung dar, da junge Akademikerinnen und Akademiker sowie Studierende seltener eigene PKWs besitzen und affiner für neue, alternative Mobilitätsangebote sind. Zu beidem wurden die Karlsruherinnen und Karlsruher in der Bürgerumfrage 2016 befragt. Der Anteil an Haushalten, die über mindestens einen eigenen PKW verfügen, beträgt 2016 demnach 76,1 %. Keinen eigenen PKW haben 23,9 % der Haushalte. Der Grad der Motorisierung – bezogen auf PKWs – geht in Karlsruhe seit Mitte der 1990er Jahre zurück. 1996 erreichte der Anteil 86,0 % und sinkt seitdem auf 79,5 % im Jahr 2001 und schließlich auf 76,1 % im Jahr 2016 (siehe Anhangtabelle 4.37).

Erwartungsgemäß haben von den Haushalten mit geringem Einkommen (unter 1.000 Euro) nur 55,6 % und von den 18- bis unter 30-Jährigen nur 57,2 % einen eigenen PKW. In den darauffolgenden Altersklassen (siehe Abbildung 4.36) liegt der Anteil mit 80,3 % bei den 30- bis unter 45-Jährigen, 84,6 % bei den 45- bis unter 65-Jährigen und 79,1 % bei den 65- bis unter 80-Jährigen jeweils über dem Durchschnitt. Bei den über 80-Jährigen beträgt der Anteil immer noch 65,6 %. Studierende, Arbeitslose und Ausländer gehören wiederum zu den Gruppen, die seltener über einen PKW verfügen. Weitere Ergebnisse sind in Anhangtabelle 4.37 zu finden.

Abbildung 4.36

### PKW VORHANDEN IM HAUSHALT NACH ALTERSKLASSEN

„Besitzt Ihr Haushalt einen oder mehrere eigene(n) PKW?“



Basis: 4.522 Befragte  
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung



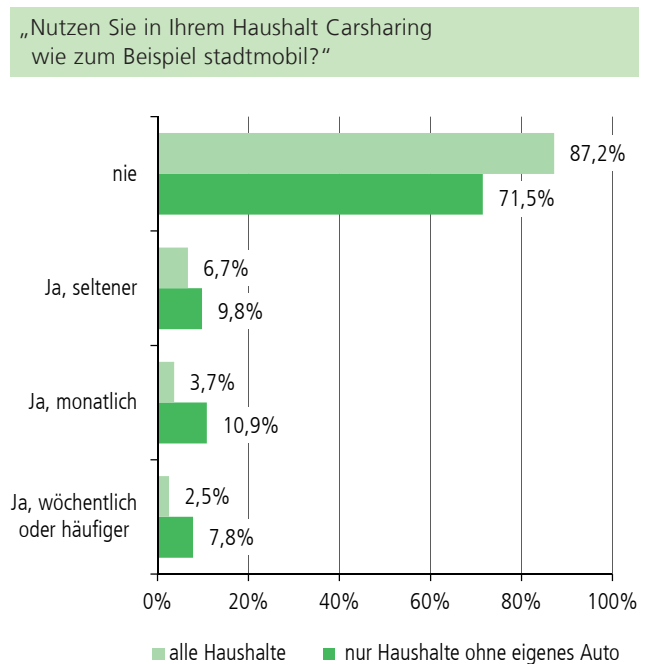
Wie Anhangtabelle 4.38 zu entnehmen ist, sind die Haushalte der Stadtteile am Stadtrand häufiger mit eigenem PKW ausgestattet. Neben den Höhenstadtteilen, in denen mit Ausnahme Stupferichs, rund 90 % der Haushalte mit eigenem PKW ausgestattet sind, haben Grötzingen (91,2 %), Rüppurr (89,2 %), Daxlanden und Neureut (jeweils 88,0 %) sowie Knielingen (87,2 %) überdurchschnittliche Anteile. Dem gegenüber stehen die zentraleren Stadtteile, in denen mehr Menschen wohnen, die kein eigenes Auto haben oder brauchen. In der Innenstadt-Ost und -West beträgt der Anteil an Haushalten mit eigenem PKW 48,5 % beziehungsweise 57,1 %, in der Oststadt 60,3 % und in der Weststadt 65,5 %.

In den letzten Jahren hat sich, besonders bei jungen Erwachsenen und Studierenden, Carsharing zu einer beliebter werdenden Alternative zum eigenen Auto entwickelt. Eine breite Massentauglichkeit scheint dieses Konzept für die Karlsruherinnen und Karlsruher nur bedingt zu haben. Insgesamt nutzen 12,8 % der Befragten Carsharing Angebote, davon 2,5 % mindestens einmal pro Woche, 3,7 % mindestens einmal im Monat und 6,7 % seltener. Der überwiegende Anteil der Befragten (87,2 %) nutzt diese Angebote nicht. Auch 71,5 % der Haushalte ohne eigenes Auto nutzen keine Carsharing Angebote (siehe Abbildung 4.37). Trotzdem gilt Karlsruhe als deutsche Hauptstadt des Carsharings. Auf 1.000 Einwohner kamen 2015 2,15 Car-Sharing-Fahrzeuge und damit mehr als in jeder anderen Stadt in Deutschland, gefolgt von Stuttgart mit 1,44 (statista.com, 2016).

Innerhalb der Befragtengruppen gibt es kaum ausgeprägte Tendenzen. Haushalte mit minderjährigen Kindern und Bewohner von Wohngemeinschaften haben eine leicht höhere Neigung Carsharing zu nutzen. Deutlich ist, dass die über 80-Jährigen definitiv nicht zum Carsharing Kundenklientel zählen, wie Anhangtabelle 4.39 zeigt. Auf Stadtteilebene treten die Höhenstadtteile hervor. Hier nutzt so gut wie niemand Carsharing-Angebote. Das kann zum einen am hohen Grad der PKW-Verfügbarkeit liegen, aber auch am fehlenden Angebot. Lediglich in Wolfartsweier hat Stadtmobil Karlsruhe zwei Standorte. In den verdichteten Stadtteilen am Innenstadtrand (Weststadt, Südweststadt und Südstadt) sowie Beiertheim-Bulach und der Nordstadt wird Carsharing etwas häufiger genutzt. Entlang der Hauptverkehrsachsen ist dort das Netz an Stationen zudem sehr dicht.

Abbildung 4.37

### NUTZUNG VON CARSHARING IM HAUSHALT



Basis: 4.531/1.074 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

#### Literatur

statista.com (2016). Karlsruhe ist die Carsharing-Hochburg. Abgerufen am 12. April 2017 von <https://de.statista.com/infografik/4524/carsharing-fahrzeuge-pro-1000-einwohner/>

#### 4.2.4 LIEFERUNG UND ONLINE-EINKAUF VON LEBENSMITTELN

Bereits seit vielen Jahrzehnten haben Kunden die Möglichkeit, sich spezielle Lebensmittel nach Hause liefern zu lassen. Neben fertig zubereiteten Speisen sind die beiden Warengruppen Getränke und Tiefkühlkost seit langem etabliert. Bei diesen Angeboten handelt es sich häufig um ausschließliche Lieferdienste ohne eigentliche Verkaufsfläche, wie es im Tiefkühlkostbereich mit den Anbietern Eismann oder Bofrost der Fall ist.

Seit rund fünf Jahren erfahren diese spartenweise organisierten Hauszustellungen eine grundlegende Veränderung durch Multikanalstrategien. Seit dem Jahr 2011 gibt es in Deutschland erstmals von Seiten der Supermärkte das Angebot, Lebensmittel online zu bestellen und sich nach Hause liefern zu lassen. Es handelt sich hierbei nicht mehr um einzelne Warengruppen, die nach Hause bestellt werden können, sondern um Lebensmittel allgemein. Lieferdienste von Supermärkten haben auch Getränkeboxen und Tiefkühlkost in ihrem Sortiment. Ob sich der Onlinehandel im Bereich der allgemeinen Lebensmittel ähnlich stark entwickeln wird, wie etwa im Elektronik-, Buchhandels- oder Modesektor, bleibt abzuwarten. Der Einstieg des Discounters Lidl in das Lebensmittel-Liefergeschäft Ende 2016 übt aber ohne Frage, wie auch der Einstieg des US-amerikanischen Großkonzerns Amazon unter dem Namen Amazon-Fresh im Mai 2017, großen Wettbewerbsdruck auf in Deutschland mittlerweile etablierte Hauszustellungs-Anbieter wie REWE oder EDEKA aus.

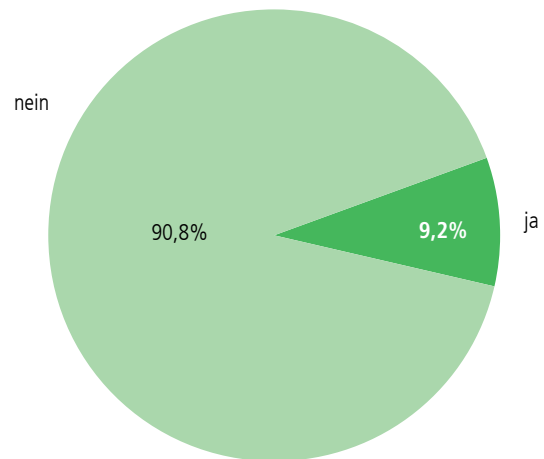
##### 4.2.4.1 HAUSZUSTELLUNGEN VON LEBENSMITTELN

Seit der Karlsruher Bürgerumfrage im Jahr 2001 wurden die Karlsruherinnen und Karlsruher in regelmäßigen Abständen gebeten anzugeben, ob sie von dem Service der Hauszustellung von Lebensmitteln Gebrauch machen. Im Jahr 2016 lassen sich 9,2% der Befragten Lebensmittel direkt ins Haus liefern (siehe Abbildung 4.38), Frauen (10,0 %) etwas häufiger als Männer (8,2 %). Damit wird die Hauszustellung von Lebensmitteln etwas weniger als in den Vorjahren genutzt (2006: 12,9 %; 2001: 11,3 %)

Abbildung 4.38

#### HAUSZUSTELLUNG VON LEBENSMITTELN

„Lassen Sie sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern?“



Basis: 4.590 Befragte

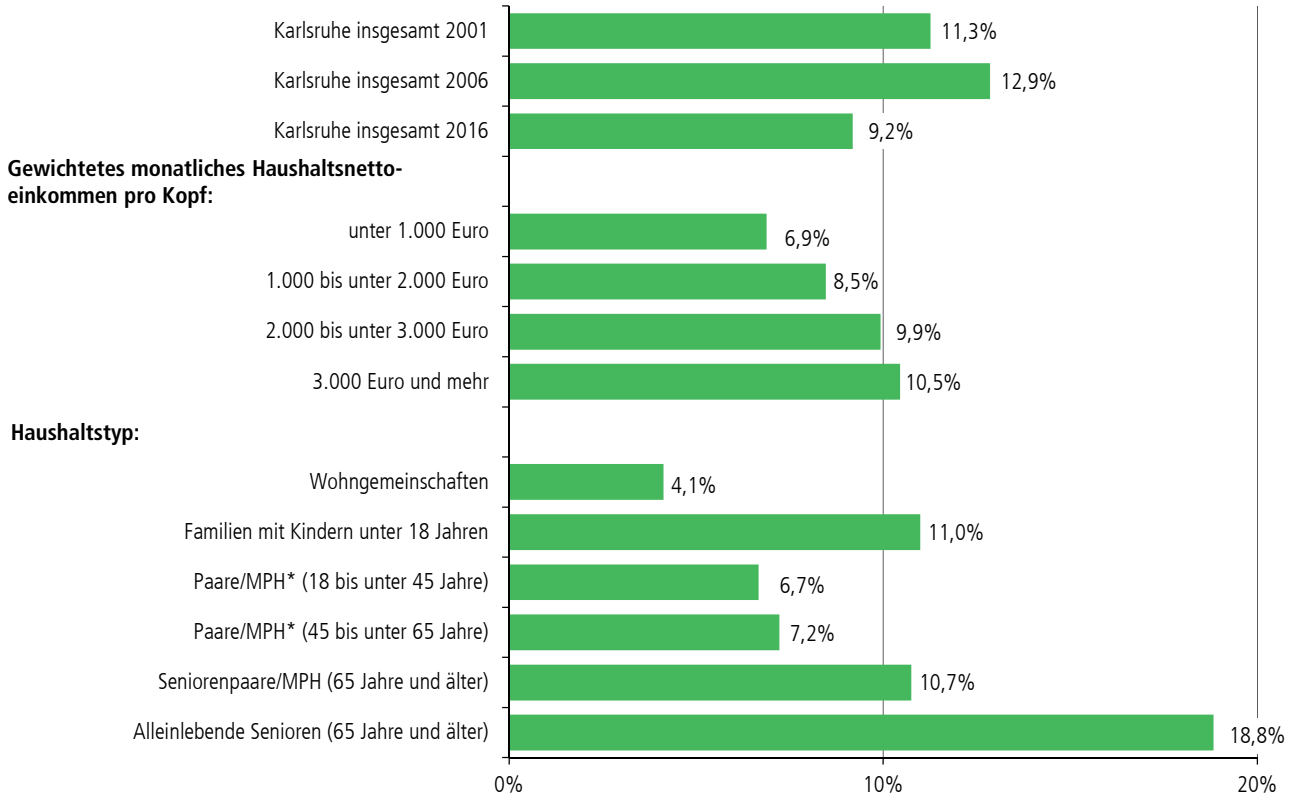
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Am beliebtesten sind Hauszustellungen unter alleinlebenden Seniorinnen und Senioren (18,8 %) und generell unter Befragten im Alter von 80 Jahren und älter (18,5 %). Jede neunte Familie mit Kindern unter 18 Jahren (11,0 %) lässt sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern. Karlsruherinnen und Karlsruher im Alter von 18 bis unter 30 Jahren (6,9 %) und im Alter von 45 bis unter 65 Jahren (7,5 %) nutzen Lebensmittel-Lieferdienste dagegen eher selten (siehe Anhangtabelle 4.41). Außerdem zeigt sich, dass die Hauszustellung von Lebensmitteln generell mit der Höhe des gewichteten Pro-Kopf-Einkommens zusammenhängt: Je mehr Geld den Befragten monatlich zur Verfügung steht, desto häufiger nutzen sie die Möglichkeit, sich beliefern zu lassen (siehe Abbildung 4.39).

Abbildung 4.39

**HAUSZUSTELLUNG VON LEBENSMITTELN – AUSGEWÄHLTE BEFRAGTENGRUPPEN**

„Lassen Sie sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern?“



\* Mehrpersonenhaushalte

Basis: 4.590 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Zwischen den Stadtteilen gibt es leichte Unterschiede bei der Hauszustellung von Lebensmitteln, die sich größtenteils mit den dortigen demografischen Verhältnissen decken (siehe Anhangtabelle 4.42). Die Entfernung zum am häufigsten genutzten Lebensmittelgeschäft spielt ebenfalls eine Rolle: Befragte, die Hauszustellungen für den täglichen Bedarf in Anspruch nehmen, benötigen im Durchschnitt zweieinhalb Minuten länger (11,8 Minuten) als Personen, die keinen Lieferservice in Anspruch nehmen (9,4 Minuten). Zudem lassen sich autolose Befragte häufiger mit Lebensmitteln beliefern (12,4 %) als Befragte mit einem PKW im Haushalt (8,0 %).

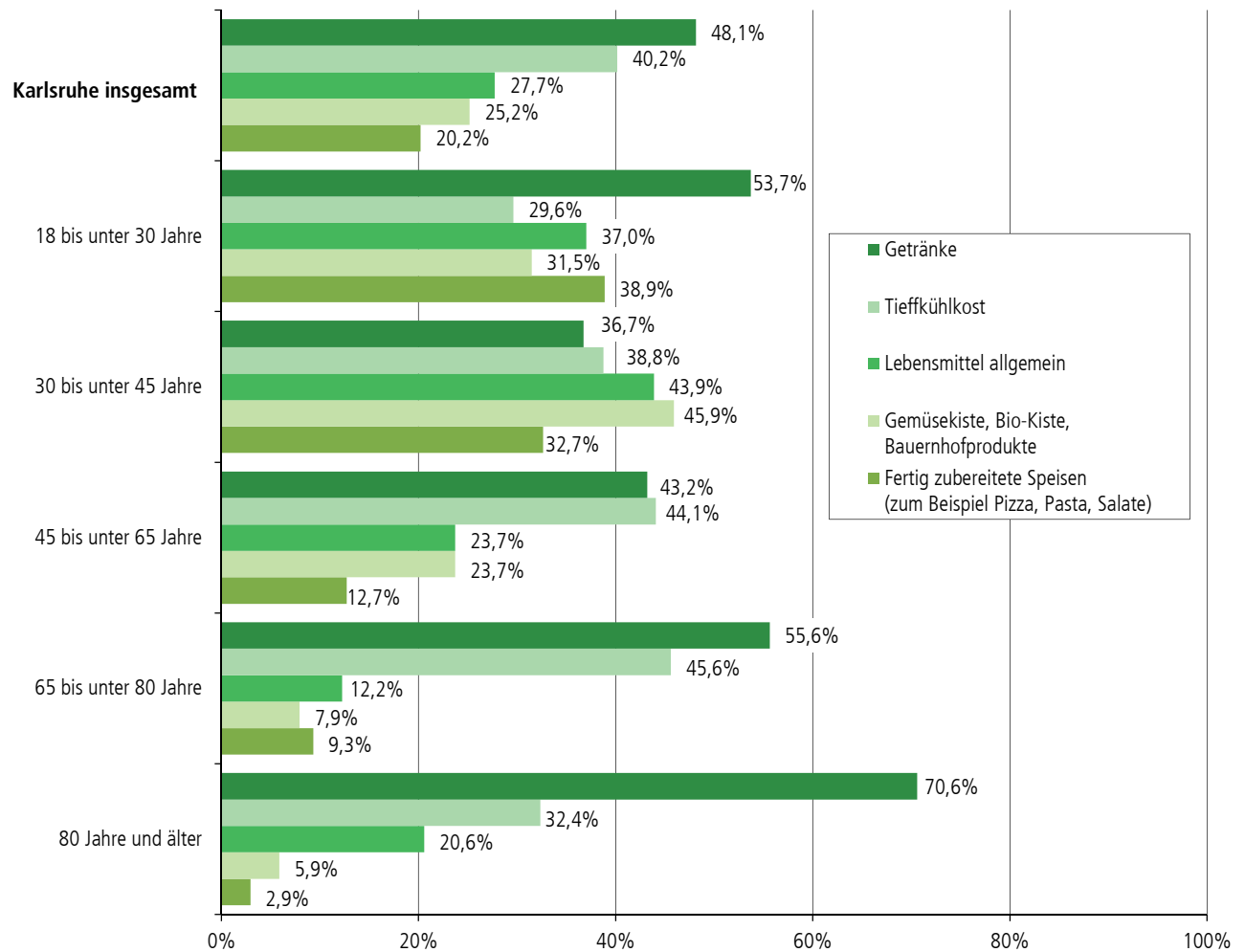
**HAUSZUSTELLUNGEN UNTERSCHIEDLICHER WARENARTEN**

Aufgeteilt nach Warenart wird die Lieferung von Getränken am häufigsten in Anspruch genommen (siehe Abbildung 4.40). Fast die Hälfte der Karlsruherinnen und Karlsruher (48,1 %), die generell Hauszustellungen nutzt, gibt an, sich Getränke liefern zu lassen. Tiefkühlkost lassen sich 40,2 %, allgemeine Lebensmittel 27,7 %, Bauernhofprodukte 25,2 % und fertig zubereitete Gerichte 20,2 % der Karlsruher und Karlsruherinnen nach Hause liefern.

Abbildung 4.40

**PER LIEFERSERVICE BEZOGENE WARENGRUPPEN – NACH ALTERSGRUPPEN<sup>1</sup>**  
 NUR BEFRAGTE, DIE SICH LEBENSMITTEL DES TÄGLICHEN BEDARFS INS HAUS LIEFERN LASSEN

„Lassen Sie sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern?“



<sup>1</sup> Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.

Basis: 411 Befragte

Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Das Verbraucherverhalten zwischen den einzelnen Altersgruppen unterscheidet sich erheblich. Gerade Getränkeliieferungen sind aufgrund des Gewichts und der vor allem für ältere Personen schwierigen Transportbedingungen eine beliebte Warengruppe für einen Lieferservice. Mit 55,6 % nutzen über die Hälfte der Befragten im Alter von 65 bis unter 80 Jahren, welche einen Lieferservice in Anspruch nehmen, und 70,6 % der Befragten im Alter von 80 und Jahren und älter die Möglichkeit, sich Getränke liefern zu lassen (siehe Anhangtabelle 4.43). Jedoch lassen sich auch über die Hälfte der jungen Erwachsenen, das heißt Personen im Alter von 18 bis unter 30 Jahren, Getränke liefern (53,7 %). Besonders bemerkenswert ist, dass die Gemüse-/Bio-Kiste und Bauernhofprodukte unter den Befragten im Alter von 30 bis unter 45 Jahren mit 45,9 % die häufigste Warenart darstellt. Sogar jede zweite Familie mit Kindern unter 18 Jahren (50,2 %) lässt sich Bauernhofprodukte ins Haus liefern. Fertig zubereitete Speisen werden vorwiegend von den jüngeren Befragten bestellt (18 bis unter 30 Jahren: 38,9 %) und verlieren mit zunehmenden Alter der Befragten an Bedeutung.

Im Zeitvergleich ist die Nachfrage in fast allen Warengruppen gestiegen. Getränke wurden auch vor zehn Jahren schon am häufigsten bestellt, damals allerdings nur von rund einem Drittel der Lieferservicenutzenden (2006: 32,6 %; 2016: 48,1 %). Tiefkühlkost wurde im Jahr 2006 von 29,9 % der Karlsruher bezogen, rund zehn Prozentpunkte weniger als im Jahr 2016. Lebensmittel allgemein werden mehr als doppelt so häufig bestellt (2006: 12,1 %; 2016: 27,7 %). Die oben beschriebenen Strukturänderungen in diesem Bereich lassen hier weitere Veränderungen in den folgenden Jahren erwarten. Hauszustellungen von Bauernhofprodukten haben besonders stark (um das Dreifache) zugenommen: in den letzten zehn Jahren stiegen die Nutzeranteile hier von 8,4 % auf 25,2 %.

Zusammenfassend betrachtet lässt sich aussagen, dass insgesamt weniger Karlsruherinnen und Karlsruher den Service von Lebensmittellieferungen nutzen, diese jedoch ein breiteres Spektrum von Waren in Anspruch nehmen als noch vor zehn Jahren. Lediglich bei fertig zubereiteten Speisen ist die Nachfrage unter den 9,2 % der Haushalte, die sich beliefern lassen, von 31,3% im Jahr 2006 auf 20,2% im Jahr 2016 gesunken.

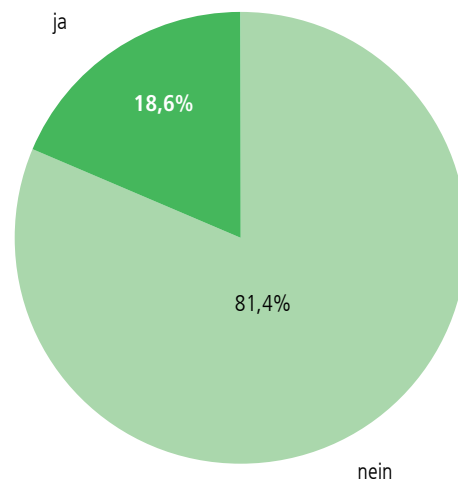
## LIEFERSERVICE EINES LEBENSMITTELSUPERMARKTES

Erstmals wurde 2016 die Nutzung der noch recht neuen Lieferservices von Lebensmittelsupermärkten erfasst. Lediglich 18,6 % der Karlsruher Bürgerinnen und Bürger, die sich Lebensmittel liefern lassen, nutzen auch den Lieferservice eines Supermarktes (siehe Abbildung 4.41). In dieser Teilgruppe aus 74 Personen entfallen nur auf die Angebote der Supermärkte REWE (79,2 %) und CAP (12,7 %) nennenswerte Anteile. Der Anteil anderer Supermärkte liegt bei unter 5 %. Weiterhin lässt sich feststellen, dass der Service überwiegend von jungen Befragten im Alter zwischen 18 und unter 30 Jahren (22,2 %), Personen zwischen 30 und unter 45 Jahren (31,0 %) genutzt wird (siehe Anhangtabelle 4.44). Außerdem lässt sich mehr als jeder dritte Singlehaushalt (34,8 %), der sich Lebensmittel nach Hause bestellt, von einem Lebensmittelsupermarkt beliefern.

Abbildung 4.41

### LIEFERSERVICE VON LEBENSMITTELSUPERMÄRKTEN – TEILGRUPPE NUR BEFRAGTE, DIE LEBENSMITTEL INS HAUS LIEFERN LASSEN

„Nutzen Sie den Lieferservice eines Lebensmittel-supermarktes? (zum Beispiel CAP, REWE, EDEKA)?“



Basis: 420 Befragte  
Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

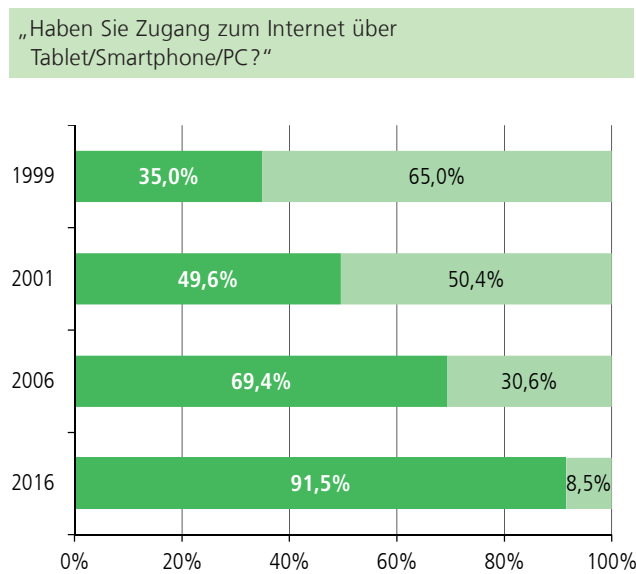


#### 4.2.4.2 ONLINE-EINKAUF VON LEBENSMITTELN

Mehr als neun von zehn Karlsruherinnen und Karlsruhern (91,5 %) haben über Tablet, Smartphone oder PC Zugang zum Internet. Dieser Anteil ist in den vergangenen Jahren beständig gestiegen (siehe Abbildung 4.42).

Abbildung 4.42

#### INTERNETZUGANG 1999 BIS 2016



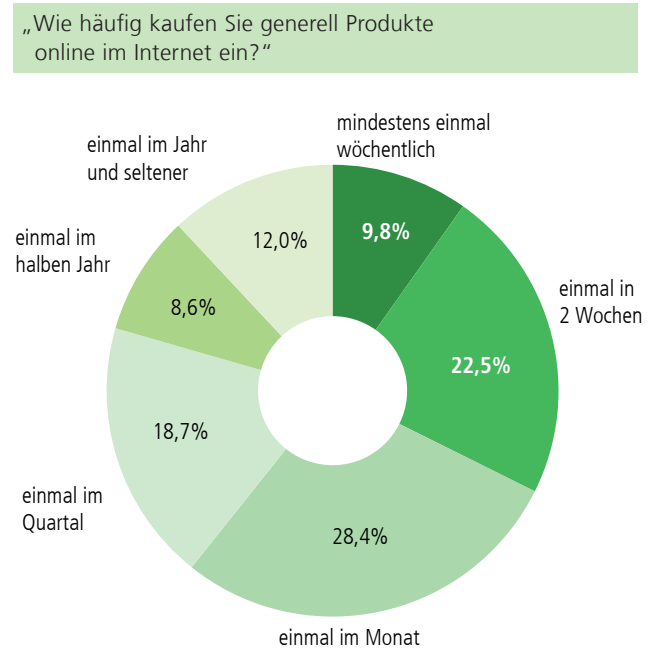
Basis: 4.574 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Die 4.148 Befragten mit Internetzugang wurden nach der Häufigkeit Ihres Interneteinkaufs gefragt. Zusammengefasst kauft rund ein Drittel (32,3 %) mindestens alle zwei Wochen Produkte online ein, 9,8 % sogar mindestens wöchentlich. Weitere 28,4 % tätigen einmal im Monat einen Einkauf im Internet und nur eine kleine Gruppe von 12,0 % der Karlsruherinnen und Karlsruhern mit Internetzugang kauft nur einmal im Jahr oder seltener via Internet ein (siehe Abbildung 4.43). Etwas überraschen mag, dass Männer eine höhere Internet-Einkaufs-Frequenz haben als die befragten Frauen. Zusammengefasst kauft mehr als jeder dritte Karlsruher (38,4 %) mindestens alle zwei Wochen Produkte online ein, bei den Karlsruherinnen ist es nur jede vierte (26,0 %). Unterschieden nach Altersgruppen zeigt sich vor allem unter den Befragten im Alter von 30 bis unter 45 Jahren eine hohe Affinität für Onlineeinkäufe: Beinahe die Hälfte (47,7 %) kauft mindestens alle zwei Wochen generell Produkte im Internet ein. Nur Familien mit Kindern unter 18 Jahren haben eine noch höhere Online-Einkaufsfrequenz:

49,5 % tätigen mindestens im 14-Tage-Takt Einkäufe im Internet (mindestens wöchentlich: 17,6 %, mindestens einmal in zwei Wochen: 31,9 %). Außerdem ist deutlich zu erkennen, dass die Karlsruherinnen und Karlsruhern mit höherem Einkommen auch vermehrt im Internet einkaufen (siehe Anhangstabelle 4.45).

Abbildung 4.43

#### HÄUFIGKEIT DES INTERNETEINKAUFES



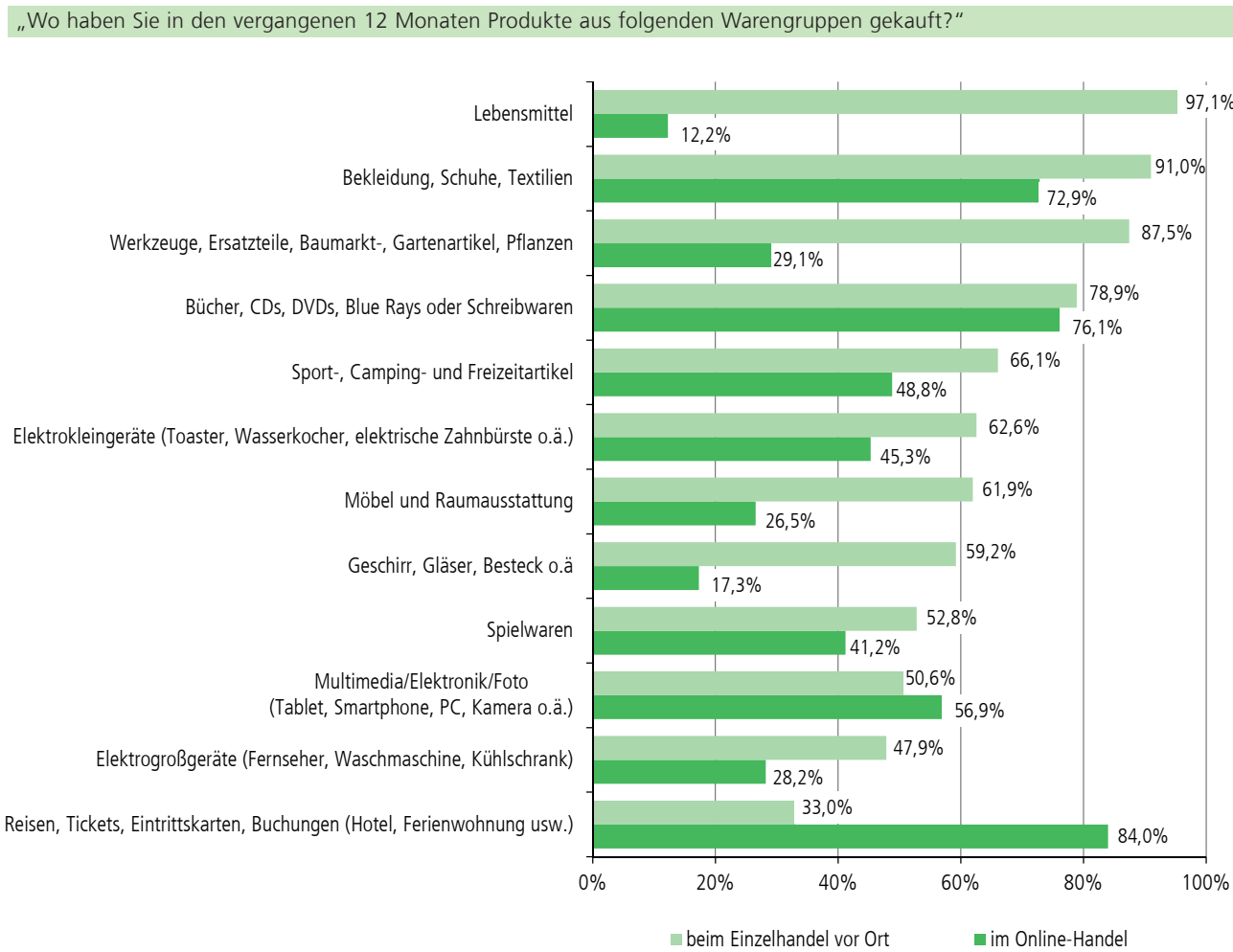
Basis: 4.148 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe,  
 Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Die 3.296 Befragten, die mindestens einmal im Quartal online einkaufen, wurden detaillierter nach ihren Einkaufsgewohnheiten gefragt. In Abbildung 4.44 ist dargestellt, aus

welchen Warengruppen innerhalb der letzten zwölf Monate Produkte im Onlinehandel oder im Einzelhandel vor Ort gekauft wurden.

Abbildung 4.44

**EINKÄUFE ONLINE UND IM EINZELHANDEL – TEILGRUPPE**  
 ANTEILE „JA“, DIE MINDESTENS EINMAL IM QUARTAL ODER HÄUFIGER ONLINE IM INTERNET EINKAUFEN



Basis: 3.233 Befragte  
 Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, Bürgerumfrage 2016 | Einkaufen und Nahversorgung

Das Einkaufsverhalten variiert je nach Warengruppe erheblich: Lebensmittel sind mit 12,2 % gleichzeitig die am seltensten online erworbenen und mit 97,1 % die mit Abstand am häufigsten im Einzelhandel vor Ort gekauften Produkte. Zu den klassischen, überwiegend im Einzelhandel vor Ort gekauften Gütern zählen außerdem Werkzeuge, Ersatzteile, Baumarkt-/Gartenartikel und Pflanzen (vor Ort: 87,5 %; online: 29,1 %), Möbel und Raumausrüstung (vor Ort: 61,9 %; online: 26,5 %) und Geschirr, Gläser und Besteck (vor Ort: 59,2 %; online: 17,3 %). Im Verhältnis recht ausgewogene Warengruppen sind Bücher, CDs, DVDs, Blue Rays oder Schreibwaren (vor Ort: 78,9 %; online: 76,1 %) oder auch Artikel aus dem Bereich Multimedia/Elektronik/Foto (vor Ort: 50,6 %; online: 56,9 %). Reisen, Tickets, Eintrittskarten oder Buchungen werden dagegen mit 84,0 % viel häufiger im Internet als im Einzelhandel vor Ort (33,0 %) gekauft oder getätigt. Soziodemografische und stadtteilspezifische Unterschiede im Kaufverhalten von Lebensmitteln lassen sich den Anhangtabellen 4.47 und 4.48 entnehmen.

Die 341 Karlsruherinnen und Karlsruher (12,2 %), die Lebensmittel online einkaufen, sind eine besondere und besonders junge Gruppe. Das Durchschnittsalter liegt mit 40 Jahren im Schnitt drei Jahre jünger als generell bei mindestens quartalsweise online einkaufenden Befragten (43 Jahre), sechs Jahre jünger als bei den Befragten mit Internet (46 Jahre) und acht Jahre jünger als bei der Gesamtheit der Befragten (48 Jahre). Sechs von zehn (60,1 %) Lebensmittel-Online-Käufer sind männlich, überdurchschnittliche 18,6 % sind nicht deutsch. Außerdem kaufen die Befragten, die Lebensmittel online kaufen, auch alle anderen Warengruppen häufiger im Internet ein.

Zunächst überraschend ist das Ergebnis, dass lediglich 29,6 % der Lebensmittel-Online-Einkäufer weiter vorne im Fragebogen angeben, sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf ins Haus liefern zu lassen. Dies könnte mehrere Gründe haben: Naheliegender ist die Annahme, dass es sich bei den online eingekauften Waren nicht um klassische Lebensmittel des täglichen Bedarfs, sondern um regionale Spezialitäten oder haltbare Genussmittel wie Wein und Spirituosen handelt. Gerade der überdurchschnittliche Anteil ausländischer Bürgerinnen und Bürger legt nahe, dass diese eher spezielle, über den täglichen Bedarf hinausgehende Lebensmittel, womöglich aus ihrem Ursprungsland, über das Internet bestellen. Aus einer deutschlandweiten Analyse mit Daten des GfK Consumer Panel geht hervor, dass der aktuelle Online-Marktanteil im Bereich der Lebensmittel aktuell bei etwa 1 % liegt.<sup>1</sup> Ein weiterer erklärender Sachverhalt könnten Arbeitsplatzbelieferungen, etwa Getränkeboxen oder fertig zubereitete Speisen sein, die nicht nach Hause bestellt werden. Sichere Aussagen zu diesem Sachverhalt können aufgrund der neuartigen Fragestellungen und der erstmaligen derartigen Erhebung in Karlsruhe allerdings nicht getroffen werden.

---

#### Literatur:

Handelsverband Deutschland: „Online-Monitor 2016“, unter: [http://www.einzelhandel.de/index.php/Online-monitor/item/download/9659\\_b68d173708ade4771c2d095a05f7bc3d](http://www.einzelhandel.de/index.php/Online-monitor/item/download/9659_b68d173708ade4771c2d095a05f7bc3d) (abgerufen am 16. Mai 2017).

<sup>1</sup> Vergleiche Handelsverband Deutschland (2016): Seite 13 Online-Monitor

## 5. NAHVERSORGUNG IN DEN STADTTTEILEN

### 5.1 DAS NAHVERSORGUNGS-ANGEBOT IN KARLSRUHE IM ÜBERBLICK

Zur Beurteilung der Nahversorgung in den einzelnen Karlsruher Stadtteilen dient neben den Ergebnissen der Bürgerumfrage „Einkaufen und Nahversorgung“, die die Nachfrageseite beschreiben, das städtische Monitoringsystem Lebensmittelnaheversorgung (LeNa). Die Datenbank LeNa bietet einen Überblick über die gesamte Nahversorgung in allen Stadtteilen seit 2006. LeNa wird laufend aktualisiert. Die daraus verwendeten Daten aus dem Jahr 2016 bilden die Angebotsseite ab, wie sie die Befragten zum Zeitpunkt der Umfrage wahrnehmen konnten.

Die Darstellung der Verhältnisse in den Stadtteilen orientiert sich am vierstufigen Zentrensystem mit dem A-Zentrum Innenstadt, den B-Zentren Durlach und Mühlburg sowie den C-Zentren und D-Zentren in den übrigen Stadtteilen. Außerdem werden in den Stadtteilen alle jeweils zugeordneten Standorte von Geschäften in Streulage und von Fach- und SB-Märkten mit in die Betrachtung einbezogen.

Insgesamt wurden im Nahversorgungs-Monitoringsystem LeNa für 2016 110.130 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche in Karlsruhe ermittelt. Einbezogen sind dabei Lebensmittelmärkte und -geschäfte aller Art, Bäckereien, Metzgereien, Obst- und Gemüsegeschäfte, dazu Tankshops. Die Gesamtverkaufsfläche hat sich seit 2006 von damals 97.476 m<sup>2</sup> deutlich erhöht. Der Zuwachs um mehr als 12.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entspricht

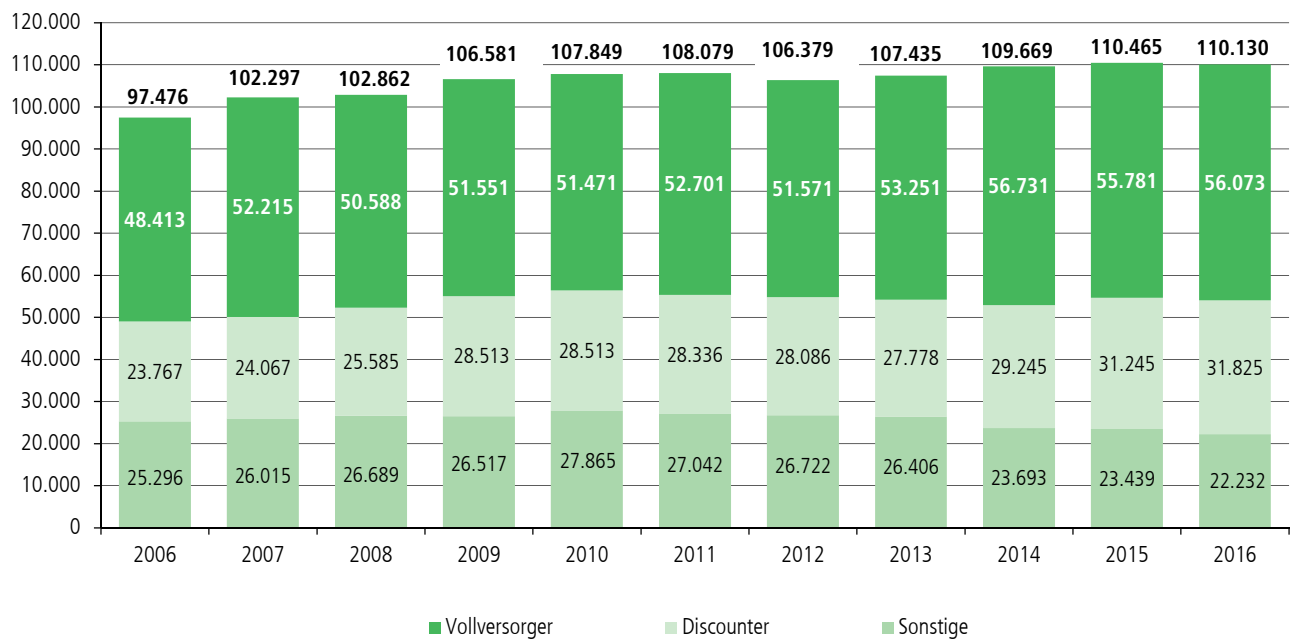
rechnerisch etwa neun Märkten mit Vollsortiment. Die Zahl der Betriebe reduzierte sich im gleichen Zeitraum von 564 auf 507. Damit wird deutlich, dass einmal kleinere Geschäfte aufgegeben haben (Abgang per saldo: 58 Geschäfte), zum anderen neu entstandene Märkte stets größer konzipiert wurden als die jeweils vorhandenen Bestandsmärkte. Auch die Discounter sind in diesen 10 Jahren in Karlsruhe mit neuen Märkten in Verkaufsflächengrößen jenseits von 1.000 m<sup>2</sup> vorgestoßen. Die bundesweite Entwicklung (siehe Kapitel 2) deutet darauf hin, dass ein weiteres Wachstum der Marktgrößen inzwischen weniger wahrscheinlich ist. Abbildung 5.01 zeigt die Entwicklung der Lebensmittelverkaufsflächen in Karlsruhe nach Angebotsformen.

Im Zeitraum von 2006 bis 2016 ist jedoch auch die Zahl der in Karlsruhe Wohnberechtigten von 300.134 (2006) auf 307.790 (2016) angestiegen – jeweils ohne Landeserstaufnahmestelle für Flüchtlinge. Durch das stärkere Wachstum der Verkaufsflächen hat trotzdem die Lebensmittelverkaufsfläche pro Kopf der Bevölkerung in Karlsruhe von 0,3257 m<sup>2</sup> (2006) auf 0,3578 m<sup>2</sup> (2016) zugenommen.

Die Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmittelsektor in Karlsruhe zeigt keinen linearen Verlauf, wie aus Abbildung 5.01 hervorgeht. Einem kontinuierlichen Anstieg ab 2006 bis 2011 auf 108.079 m<sup>2</sup> folgte eine zweijährige Stagnationsphase auf diesem Niveau beziehungsweise leicht darunter, bevor die Summe aller Lebensmittelverkaufsflächen 2015 auf den bisherigen Spitzenwert von 110.465 m<sup>2</sup> zunahm. Im Jahr 2016 reduzierte sich der Wert wieder auf die vorliegenden 110.130 m<sup>2</sup>.



Abbildung 5.01

**ENTWICKLUNG DER LEBENSMITTELVERKAUFSFLÄCHE IN KARLSRUHE 2006 BIS 2016 IN QUADRATMETERN<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Lebensmittelmärkte, Lebensmittelgeschäfte (aller Art), Obst-/Gemüsegeschäfte, Bäckereien, Metzgereien, Getränkemarkte, Tankshops  
 Quelle: Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung Karlsruhe, LeNa-Monitoring 2006 bis 2016

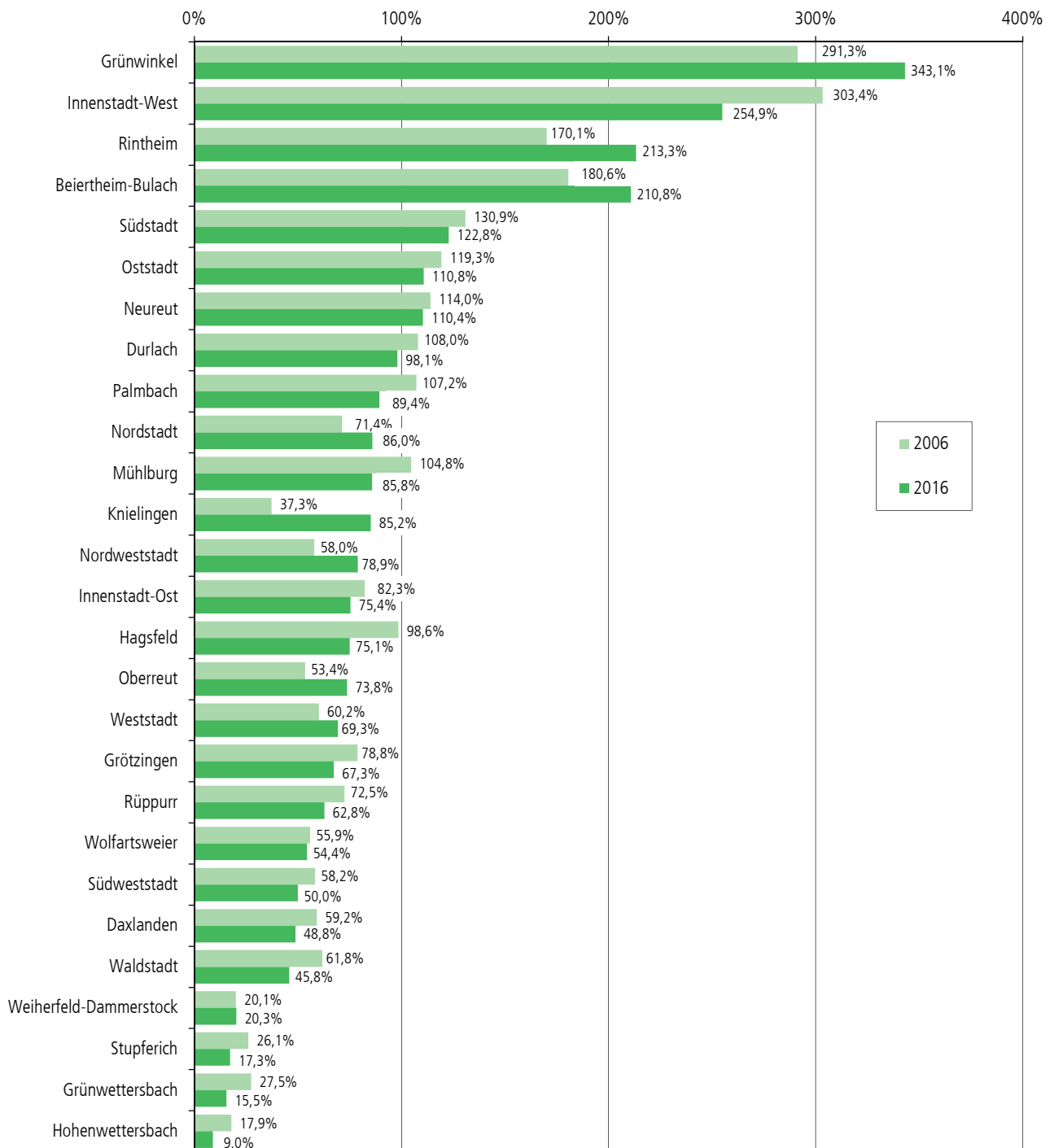
Die Versorgungslage in den Stadtteilen ist auch 2016 sehr unterschiedlich – siehe Abbildung 5.02. Als Vergleichsmaßstab dient der Versorgungsgrad, eine Kennziffer, die die im Stadtteil vorhandene Lebensmittelverkaufsfläche ins Verhältnis zur Bevölkerungszahl (Wohnberechtigte) setzt. Je nachdem ob die Lebensmittelverkaufsfläche pro Kopf im Stadtteil unter oder über dem gesamtstädtischen Wert von 0,3578 m<sup>2</sup> liegt, ergeben sich Versorgungsgrade von unter oder auch über 100 %. Ein Wert nahe 100 % signalisiert eine durchschnittliche Ausstattung mit Lebensmittelverkaufsfläche im Stadtteil. Der gesamtstädtische Wert ist seit 2006 (0,3257 m<sup>2</sup>) angestiegen. Dies bedeutet, dass die Verkaufsfläche für Lebensmittel in Karlsruhe in den letzten 10 Jahren stärker zugenommen hat als die Bevölkerung. Es bedeutet aber auch, dass Stadtteile mit seit 2006 konstantem Lebensmittelangebot in der Versorgungsquote (leicht) zurückgefallen sind.

In vielen Fällen bedeutet ein Versorgungsgrad von weniger als 100 % keine Unterversorgung, da Märkte zum Beispiel im Nachbarstadtteil vorhanden sind. Während die Zuordnung von Märkten zu Stadtteilen nur schematisch nach Stadtteilgrenzen erfolgen konnte, folgen die Einkaufsbeziehungen der Befragten selbstverständlich in erster Linie Erreichbarkeitsgesichtspunkten. Stadtteilgrenzen sind dabei nicht von Bedeutung. Großen Einfluss auf die Versorgungsgrade üben die vier großen SB-Warenhäuser aus. Ihre Lebensmittelverkaufsfläche beläuft sich 2016 auf zusammen rund 15.000 m<sup>2</sup> – das sind 13,7 % der gesamten Lebensmittelverkaufsfläche Karlsruhes. Die Standortstadtteile weisen daher sehr hohe Versorgungsgrade auf. Im Falle Rintheims (Standort real an der Durlacher Allee) profitiert der Stadtteil von diesem SB-Warenhaus eher wenig, da es weit entfernt von der Ortslage liegt. Auch in den anderen Stadtteilen mit SB-Warenhäusern (Beiertheim-Bulach, Grünwinkel) wirken diese über die eigene Stadtteilversorgung weit hinaus.

Abbildung 5.02

**VERSORGUNGSGRADE IN DEN STADTTTEILEN 2006 UND 2016**

Lebensmittelverkaufsfläche pro Kopf der Bevölkerung - bezogen auf Durchschnitt Karlsruhe = 100 %



<sup>1</sup> Lebensmittelmärkte, Lebensmittelgeschäfte (aller Art), Obst-/Gemüsegeschäfte, Bäckereien, Metzgereien, Getränkemärkte, Tankshops

Quelle: Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, LeNa-Monitoring 2006 bis 2016

Stadtteile mit SB-Warenhäusern weisen die höchsten Versorgungsgrade auf: Grünwinkel (343,1 %), Rintheim (213,3 %) und Beiertheim-Bulach (210,8 %). Die Innenstadt-West (254,9 %) liegt aufgrund des vielfältigen Innenstadtangebots und geringer Bevölkerung ebenfalls an der Spitze. Danach folgen mit Südstadt, Oststadt, Neureut und Durlach Stadtteile, deren Versorgungsgrad etwas über oder leicht unter dem städtischen Durchschnitt liegt. In zahlreichen Stadtteilen erreicht die Ausstattung mit Lebensmittelgeschäften Werte zwischen 45 und 90 % des Durchschnitts. Den Schluss bilden Weiherfeld-Dammerstock (20,3 %), Stupferich (17,3 %), Grünwettersbach (15,5 %) und Hohenwettersbach (9 %). Abbildung 5.02 gibt einen Überblick über die Versorgungsgrade in den Stadtteilen 2006 und 2016. Deutliche Verbesserungen treten in Grünwinkel, Rintheim, Beiertheim-Bulach, Knielingen, Oberreut und der Nordweststadt zu Tage. In diesen Stadtteilen wurden in den

vergangenen 10 Jahren neue Märkte angesiedelt. In vielen anderen Stadtteilen ist der Versorgungsgrad leicht oder auch stärker rückläufig. Dies ist in der Regel auf die Aufgabe kleiner Geschäfte oder auch kleinflächiger Märkte zurückzuführen. Auf die Verhältnisse in den einzelnen Stadtteilen wird in den Kapiteln 5.2 bis 5.6 näher eingegangen.

Dabei werden die Stadtteile nach ihrer Stellung im Zentrengefüge dargestellt, beginnend mit der Innenstadt (A-Zentrum) und den beiden B-Zentren Durlach und Mühlburg. Danach folgen C-Zentren und D-Zentren. Das Zentrengefüge ist auch Teil des Flächennutzungsplans, in dem die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die verschiedenen Nutzungen der einzelnen Zentren festgeschrieben sind. Abbildung 3.01 (siehe Kapitel 3) gibt einen Überblick über die idealtypische Ausstattung jeder Hierarchieebene.



## 5.2 A-ZENTRUM INNENSTADT

Die beiden Stadtteile Innenstadt-West und Innenstadt-Ost bilden zusammen das oberzentrale Einkaufszentrum Karlsruhes, das mit seinem Angebot an Gütern und Dienstleistungen für den mittel- und längerfristigen Bedarf weit in die Region Karlsruhe ausstrahlt. Dennoch finden sich in den beiden Stadtteilen der Innenstadt auch Angebote der Nahversorgung und des täglichen Bedarfs. Aufgrund der hohen Besucherfrequenzen fällt das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot auch der Nahversorgung – vor allem bei Lebensmitteln und Drogeriewaren – sehr umfangreich aus.

### INNENSTADT-WEST














Die Innenstadt-West gehört zu den am besten mit Lebensmittelangeboten versorgten Stadtteilen. Der Versorgungsgrad im Lebensmittelbereich liegt 2016 bei 254,9 %, also beim Zweieinhalbfachen des Karlsruher Durchschnitts. Von der insgesamt im Stadtteil 2016 vorhandenen Lebensmittelverkaufsfläche von 9.803 m<sup>2</sup> entfallen 7.684 m<sup>2</sup> auf zwölf Lebensmittelmärkte, 1.350 m<sup>2</sup> auf 22 spezielle Lebensmittelgeschäfte und 620 m<sup>2</sup> auf zwölf Bäckereien. Die Veränderungen seit 2006 sind – wie Tabelle 5.01 zeigt – nicht sehr ausgeprägt. Deutlich wird allerdings, dass die Metzgereien von fünf auf zwei abgenommen haben, während sich die Zahl der Bäckereien um zwei erhöht hat.

Ganz erheblich ausgeweitet wurde die Drogeriemarktfäche. Sie stieg von 3.382 m<sup>2</sup> (2006) auf 5.586 m<sup>2</sup> (2016). Dies wurde bewirkt durch die Neueröffnung von Drogerie Müller und der zweiten Rossmann-Filiale in der Postgalerie.

Aus den Kennziffern zur Nahversorgung in Tabelle 5.02 ist die insgesamt sehr gute Nahversorgungsausstattung der Innenstadt-West ablesbar. Die jeweilige Zahl der Wohnberechtigten pro Drogerie, Apotheke und Bankfiliale liegt weit unter dem städtischen Durchschnitt. Allerdings hat die Innenstadt-West nach wie vor nur eine Postfiliale. Die Einschätzung der Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften liegt mit 83 % „gut“ + „sehr gut“ erwartungsgemäß hoch – 14,6 % der Befragten konnten sogar noch Verbesserungen in den letzten Jahren erkennen. Ähnliche Einschätzungen zeigen sich bei den Dienstleistungen („gut“ + „sehr gut“: 88,6 %). Der durchschnittliche Zeitaufwand für

Tabelle 5.01

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT INNENSTADT-WEST

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittelgeschäfte	7.708	<b>7.684</b>	13	<b>12</b>
 Lebensmittel spezial	1.455	<b>1.350</b>	25	<b>22</b>
 Bäckerei	673	<b>620</b>	20	<b>22</b>
 Metzgerei	256	<b>60</b>	5	<b>2</b>
 Obst-/Gemüse	30	<b>20</b>	2	<b>1</b>
 Getränkemarkt	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Tank-Shop	90	<b>69</b>	2	<b>2</b>
Summe Lebensmittel	10.212	<b>9.803</b>	67	<b>61</b>
 Drogerie	3.382	<b>5.586</b>	8	<b>9</b>
 Apotheke	865	<b>750</b>	11	<b>9</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	11	<b>14</b>	11	<b>13</b>
 Packstation	0	<b>20</b>	0	<b>4</b>
 Bankfiliale	1.201	<b>1.316</b>	22	<b>23</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt Stephanplatz 3 x wöchentlich.

Tabelle 5.02

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG INNENSTADT-WEST

	Innenstadt-West		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	10.334	<b>10.747</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	303,4%	<b>254,9%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	1.292	<b>1.194</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	939	<b>1.194</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	10.334	<b>10.747</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	470	<b>467</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	70,7%	<b>83,0%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>14,6%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	93,8%	<b>88,6%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	79,3%	<b>89,2%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,60</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>81,3%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>21,4%</b>	31,1%

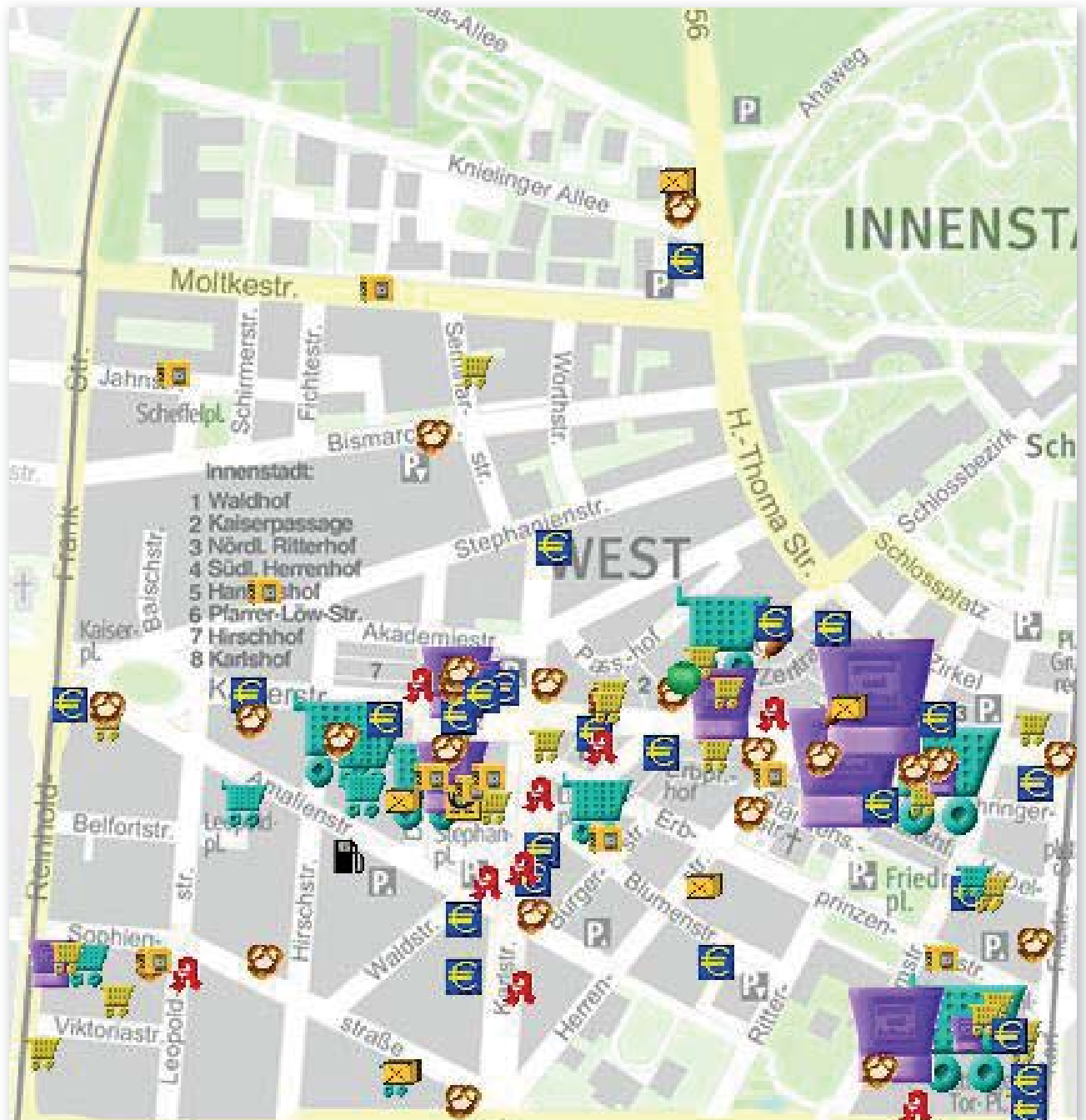
Vor allem vermisste Geschäfte: Metzgerei



den Weg zum Lebensmittelgeschäft ist mit 8,6 Minuten unterdurchschnittlich. Der hohe Anteil an Bewohnerinnen und Bewohnern der Innenstadt-West, die zu Fuß oder per Fahrrad einkaufen (81,3 %) verwundert nicht. Fast neun Zehntel der Befragten (89,2 %) decken ihren Bedarf im eigenen

Stadtteil. Rund ein Fünftel der Befragten (21,4 %) vermissen bestimmte Lebensmittelangebote. Ihnen fehlt vor allem eine Metzgerei. Dieser Befund korrespondiert mit dem Rückgang der Metzgereien in den letzten 10 Jahren (siehe oben).

## NAHVERSORGUNG IN DER INNENSTADT-WEST 2016



## INNENSTADT OST

Die Innenstadt-Ost ist ebenso Teil der oberzentralen Einkaufs-city Karlsruhes, hat aber nicht dieselbe Ausstattung mit attraktiven Geschäften des mittel- und langfristigen Bedarfs und auch eine schwächere Frequentierung durch Passanten. Innerhalb der Stadtteilgrenzen der Innenstadt Ost ist deshalb auch der Bestand an Nahversorgungseinrichtungen (siehe Tabelle 5.03) seit jeher nicht auf dem hohen Niveau der Innenstadt-West. Dennoch bestehen keinerlei Versorgungsdefizite, da die Angebote der Innenstadt-West und der Südstadt auf kurzem Weg erreichbar sind. Dies gilt vor allem für die Märkte im Ettlinger-Tor-Center, für Scheck-In (EDEKA) am Mendelssohnplatz und die Drogeriemärkte der Kaiserstraße.














Bezogen auf das eigene Stadtteilgebiet erreicht der Versorgungsgrad Lebensmittel in der Innenstadt-Ost 2016 75,4 % (siehe Tabelle 5.04). Im Jahr 2006 betrug er noch 82,3 %. In den vergangenen 10 Jahren ist die einzige noch vorhandene selbständige Metzgerei aufgegeben worden, die Zahl der Bäckereien sank von sieben auf sechs und die Lebensmittelspezialgeschäfte gingen von neun auf sieben zurück. Durch die Aufgabe der Schlecker-Filiale in der Kaiserstraße fehlt 2016 die eigene Drogeriemarkt-Ausstattung, was aber – wie oben dargestellt – nicht zu einer Angebotslücke führt. Am Schlecker-Standort hat 2013 mit dem Frische Punkt Bayar ein Lebensmittelsupermarkt türkischer Prägung eröffnet.

Die Anzahl der Wohnberechtigten je Apotheke, Postfiliale und Bankfiliale liegt deutlich unter den gesamtstädtischen Werten. Die Bewertung der Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften der Nahversorgung fällt mit 84,7 % „gut“ + „sehr gut“ hoch aus (2006: 78,6 %) und 13,1 % der Befragten meinen, die Ausstattung sei besser geworden. Auch die Einschätzung der

Versorgung mit Dienstleistungen ist mit 77,6 % überdurchschnittlich, hat sich seit 2006 (88,9 %) aber etwas reduziert. Praktisch alle Befragten (98,7 %) kaufen im eigenen oder im Nachbarstadtteil ein, drei Viertel von ihnen (76,1 %) zu Fuß oder mit dem Fahrrad. Lebensmittelangebote werden von 15 % der Befragten vermisst – ein sehr niedriger Wert. Tabelle 5.04 enthält die alle Kennziffern der Innenstadt-Ost.

Tabelle 5.03

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT INNENSTADT-OST

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.245	<b>1.440</b>	4	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	350	<b>280</b>	9	<b>7</b>
 Bäckerei	189	<b>159</b>	7	<b>6</b>
 Metzgerei	30	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	1.814	<b>1.879</b>	21	<b>16</b>
 Drogerie	360	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Apotheke	122	<b>122</b>	3	<b>3</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	6	<b>6</b>	6	<b>6</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>30</b>	0	<b>6</b>
 Bankfiliale	655	<b>567</b>	12	<b>12</b>

Bemerkungen: Innenstadt-Ost liegt im Einzugsgebiet von Scheck-In und Ettlinger-Tor-Center. Obst-/Gemüsestände täglich am Kronenplatz.

Tabelle 5.04

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG INNENSTADT-OST

	Innenstadt-Ost		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	6.768	<b>6.967</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	82,3%	<b>75,4%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	6.768	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2256	<b>2.322</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	6.768	<b>6.967</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	564	<b>581</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	78,6%	<b>84,7%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>13,1%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	88,9%	<b>77,6%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	92,7%	<b>98,7%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,00</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>76,1%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>15,2%</b>	31,1%

Vor allem vermisste Geschäfte: Aufgrund geringer Datenbasis keine Aussage möglich.

NAHVERSORGUNG IN DER INNENSTADT-OST 2016



## 5.3 B-ZENTREN DURLACH UND MÜHLBURG

### DURLACH

Außer durch die Nahversorgungsangebote zeichnet sich das B-Zentrum Durlach durch eine Reihe weiterer Geschäfte für den mittel- und langfristigen Bedarf aus. Der Versorgungsgrad Lebensmittel liegt 2016 mit 98,1 % im städtischen Durchschnitt (2006: 108 %; siehe Tabelle 5.06). Drei Viertel (74,5 %) halten die Ausstattung ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften der Nahversorgung für „gut“ oder „sehr gut“ – das sind mehr als im städtischen Durchschnitt (65,1 %). Auch die Dienstleistungsausstattung wird überdurchschnittlich gut eingeschätzt (82,6 % „gut“ und „sehr gut“). Der Anteil der Befragten, die Geschäfte vermissen (26,8 %), ist in Durlach geringer als im Karlsruher Durchschnitt. Vermissen werden von dieser Teilgruppe vor allem Bioangebote und Metzgereien. Der lange Jahre ansässige Bioladen wurde 2015 geschlossen. Die Lebensmittelverkaufsfläche ist zwischen 2006 (11.078 m<sup>2</sup>) und 2016 (10.912 m<sup>2</sup>) nahezu gleich geblieben, die Anzahl der Geschäfte hat sich von 56 auf 50 nur geringfügig verringert (siehe Tabelle 5.05).














Die Randbereiche des Stadtteils sind hinsichtlich der Nahversorgung schlechter gestellt, wie der Bergwald und das Hanggebiet. Aus dem Süden von Durlach-Aue sind die Wege zu den Märkten (zum Beispiel an der Killisfeldstraße) recht weit. In wie weit das in den nächsten Jahren entstehende Wohngebiet Säterich im Umfeld von Aue zu einer veränderten Tragfähigkeit führt, bleibt abzuwarten. Aufgrund der isolierten Lage sind Nahversorgungsangebote auch von der Dornwaldsiedlung und der Untermühlsiedlung aus schwer zu erreichen. Zwar liegt dort das real-SB-Warenhaus („Durlach Center“) in räumlicher Nähe, ist aber abgetrennt durch starke Barrieren (zum Beispiel Autobahn). Die Nahversorgungsangebote Durlachs werden auch von den

Höhenstadtteilen und von der Grötzingener Bevölkerung in Anspruch genommen.

Im Jahr 2013 wurde eine Bürger- und Passantenumfrage in Durlach durchgeführt. In den Ergebnissen kam eine hohe Zufriedenheit und stetige Frequentierung der (Nahversorgungs-)Angebote zum Ausdruck. Insbesondere der EDEKA-Markt Scheck In wurde in seiner Rolle als Magnet des Zentrums bestätigt. Von seinen Besucherinnen und Besuchern profitieren auch in hohem Maße die Geschäfte der Fußgängerzone. Darüber hinaus gilt die Durlacher Innenstadt als beliebter Treffpunkt für alle Formen von Geselligkeit und Wahrnehmung gastronomischer Angebote.

Tabelle 5.05

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT DURLACH

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	8.606	<b>7.947</b>	16	<b>12</b>
 Lebensmittel spezial	390	<b>750</b>	10	<b>9</b>
 Bäckerei	382	<b>490</b>	16	<b>18</b>
 Metzgerei	100	<b>55</b>	3	<b>2</b>
 Obst-/Gemüse	110	<b>30</b>	3	<b>1</b>
 Getränkemarkt	1250	<b>1400</b>	4	<b>4</b>
 Tank-Shop	240	<b>240</b>	4	<b>4</b>
Summe Lebensmittel	11.078	<b>10.912</b>	56	<b>50</b>
 Drogerie	1.800	<b>1.030</b>	7	<b>3</b>
 Apotheke	310	<b>325</b>	9	<b>8</b>
 Postfiliale	80	<b>105</b>	1	<b>3</b>
 Briefkasten	22	<b>34</b>	22	<b>30</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>25</b>	0	<b>5</b>
 Bankfiliale	600	<b>533</b>	10	<b>12</b>

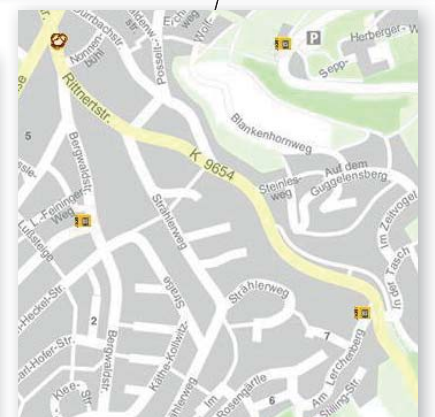
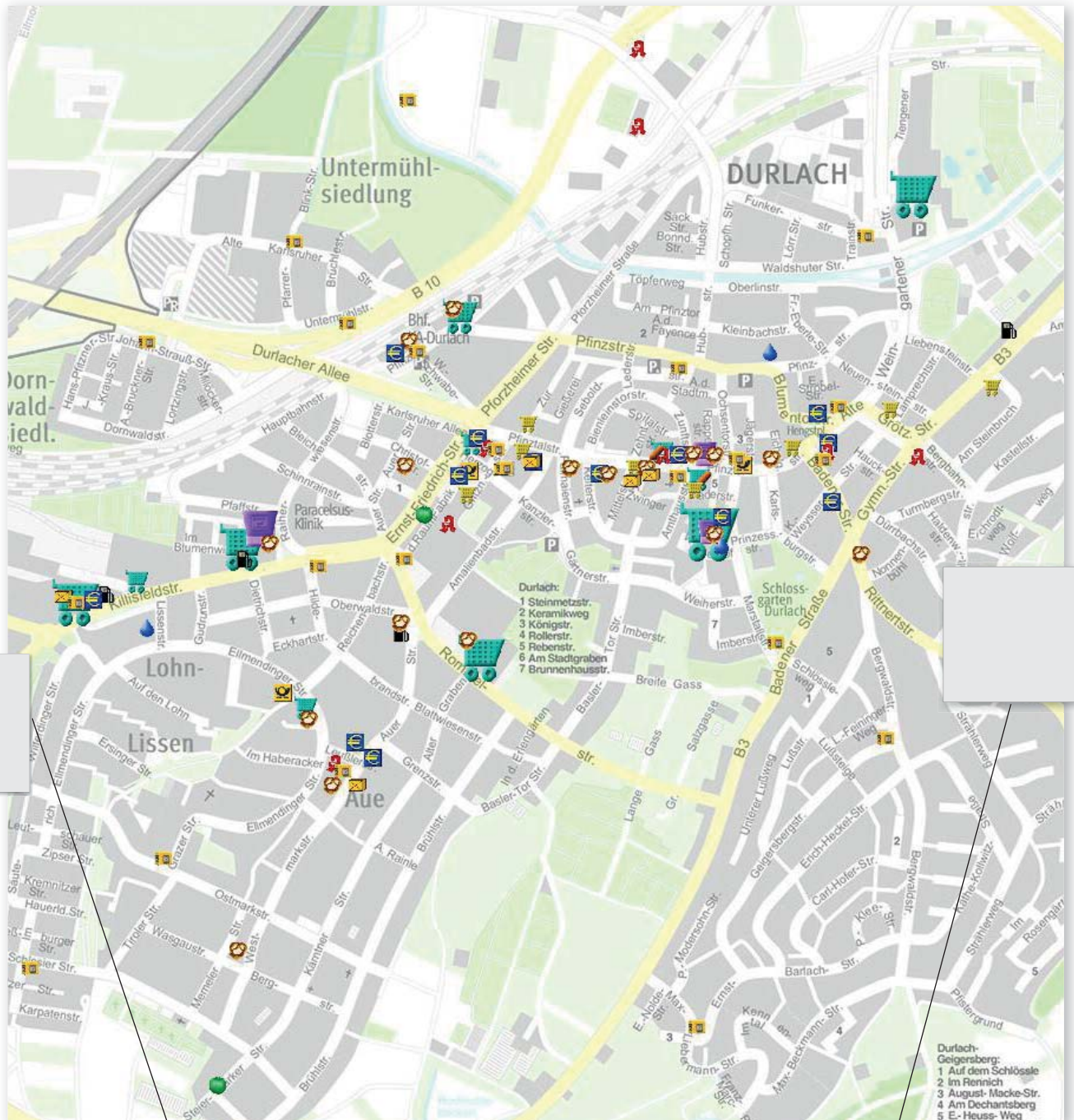
Bemerkungen: Wochenmarkt täglich auf dem Marktplatz. Bergwald: Einwohnerzahl zu gering – wohnortnahe Versorgung nicht möglich.

Tabelle 5.06

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG DURLACH

	Durlach		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	31.496	<b>31.104</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	108,0%	<b>98,1%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.499	<b>10.368</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	3.500	<b>3.888</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	31.496	<b>10.368</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	3.150	<b>2.592</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	65,7%	<b>74,5%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>14,5%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	75,0%	<b>82,6%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	93,6%	<b>93,8%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,10</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>51,5%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>26,8%</b>	31,1%

NAHVERSORGUNG IN DURLACH 2016



## MÜHLBURG














Die Nahversorgungsangebote im B-Zentrum Mühlburg sind einmal im traditionellen Stadtteilzentrum am Entenfang, zum anderen in einer Fachmarkttagglomeration an der Neureuter Straße angesiedelt. Diese Zweiteilung hat seit vielen Jahren Bestand. Außerdem wird Mühlburg vom jenseits der Südtangente – und damit in Grünwinkel – liegenden Kaufland-SB-Warenhaus mitversorgt. Der Versorgungsgrad Lebensmittel beträgt 2016 85,8 % (2006: 104,8 %). Die Mühlburger Ausstattung im Lebensmittelbereich ist mehr oder weniger gleich geblieben. Sie hat seit 2006 (5.740 m<sup>2</sup>) auf jetzt 5.366 m<sup>2</sup> abgenommen (siehe Tabelle 5.07). Ursache ist im wesentlichen die Schließung von Getränkemarkten. Die Kennziffern zur Versorgung mit Drogeriewaren, Apotheken, Post- und Bankfilialen entsprechen dem städtischen Durchschnitt, wie aus Tabelle 5.08 hervorgeht.

Die Befragten in Mühlburg sind überaus zufrieden mit ihrer Einzelhandelsausstattung des täglichen Bedarfs. Die Bewertungen „gut“ und „sehr gut“ erreichen zusammen 81 % und sind gegenüber 2006 (72,3 %) angestiegen. Die Dienstleistungen im Stadtteil werden ähnlich eingeschätzt wie vor 10 Jahren („gut“ und „sehr gut“ 2016: 85,9 %; 2006: 87,4 %). Die Befragten in Mühlburg versorgen sich zu 83 % im Stadtteil oder Nachbarstadtteil. Dieser Wert ist etwas zurückgegangen (2006: 93,3 %).

In der Lebensmittelversorgung steht in Mühlburg ein Umbruch bevor. Im Einzelhandelsgutachten von GfK PRISMA 2007 wurde ein fehlender Lebensmittelvollversorger konstatiert. Dieser Feststellung folgend wird im Projekt „Golden Gate“ am Entenfang auf dem ehemaligen Post-Areal ein Vollsortimenter angesiedelt. Baubeginn wird frühestens 2018 sein. Betreiber des Marktes wird aller Voraussicht nach einer der großen Handelskonzerne. Der neue Markt bedeutet eine attraktive Bereicherung für das B-Zentrum Mühlburg, auch weil das Golden Gate Projekt weitere Einzelhandels- und Gastronomieflächen beinhaltet.

Tabelle 5.07

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT MÜHLBURG

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	4.480	<b>4.506</b>	12	<b>11</b>
 Lebensmittel spezial	90	<b>180</b>	2	<b>4</b>
 Bäckerei	295	<b>350</b>	12	<b>13</b>
 Metzgerei	125	<b>80</b>	5	<b>3</b>
 Obst-/Gemüse	80	<b>80</b>	2	<b>2</b>
 Getränkemarkt	500	<b>0</b>	3	<b>0</b>
 Tank-Shop	170	<b>170</b>	4	<b>4</b>
Summe Lebensmittel	5.740	<b>5.366</b>	40	<b>37</b>
 Drogerie	790	<b>430</b>	4	<b>2</b>
 Apotheke	125	<b>185</b>	4	<b>4</b>
 Postfiliale	20	<b>40</b>	1	<b>2</b>
 Briefkasten	9	<b>11</b>	9	<b>11</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>30</b>	0	<b>6</b>
 Bankfiliale	480	<b>480</b>	8	<b>8</b>

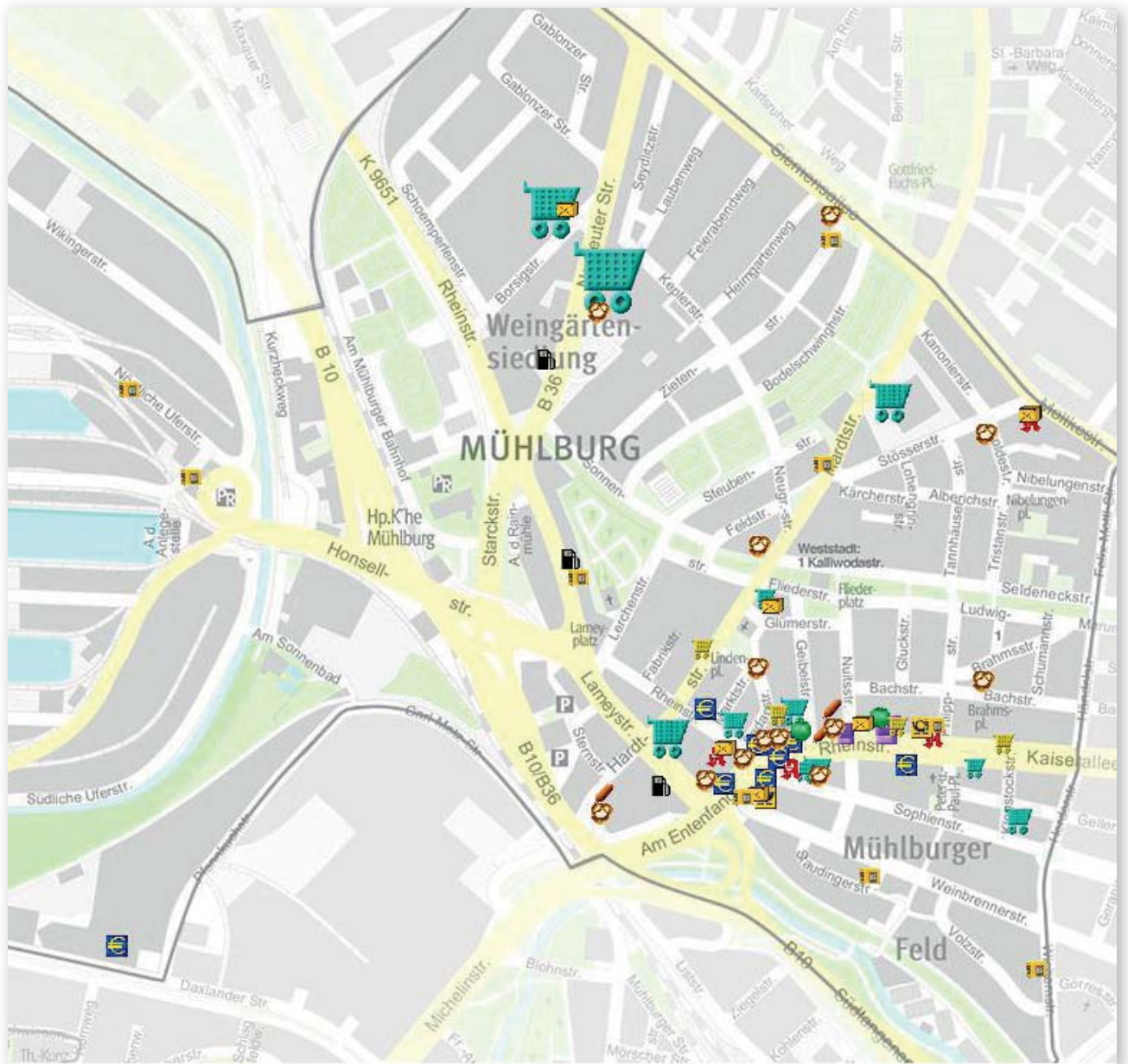
Bemerkungen: Wochenmarkt 1 x wöchentlich am Entenfang.

Tabelle 5.08

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG MÜHLBURG

	Mühlburg		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	16.824	<b>17.481</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	104,8%	<b>85,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.206	<b>8.741</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.206	<b>4.370</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	16.824	<b>8.741</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.103	<b>2.185</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	72,3%	<b>81,0%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>17,8%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	87,4%	<b>85,9%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	93,3%	<b>83,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,40</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>64,5%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>26,7%</b>	31,1%

NAHVERSORGUNG IN MÜHLBURG 2016



## 5.4 C-ZENTREN

### SÜDWESTSTADT

Die Südweststadt verfügt über ein weitreichendes, innerhalb der eigenen Stadtteilgrenzen jedoch unvollständiges Angebot der Nahversorgung. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln im Stadtteil beträgt 2016 50 %. Von den 3.808 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 2.480 m<sup>2</sup> auf Lebensmittelmärkte und nochmal 457 m<sup>2</sup> auf spezielle Lebensmittelgeschäfte. Das Netz der Betriebe des Lebensmittelhandwerks (16 Bäckereien und 3 Metzgereien) ist nahezu flächendeckend ausgeprägt. Es gibt allerdings 2016 keinen Getränkemarkt und kein Obst- und Gemüsegeschäft mehr (siehe Tabelle 5.09). EDEKA und Penny in der Karlstraße sowie Märkte in den benachbarten Stadtteilen decken dieses Angebot allerdings mit ab. Im Vergleich zu 2006 sind der Getränkemarkt, vier Obst- und Gemüseläden und drei spezielle Lebensmittelgeschäfte weggefallen. Diese Abgänge machen sich aber in der Bewertung der Bürgerinnen und Bürger nicht bemerkbar (siehe Tabelle 5.10), wozu sicherlich auch die sechs neuen Bäckereien beitragen. Auch die wenigen Wohnstandorte westlich der Brauerstraße sind inzwischen mit einem Grundangebot versorgt. Deren Bewohner müssen jedoch weitere Wege zu größeren Lebensmittelgeschäften in Kauf nehmen.

Die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften in der Südweststadt wird von fast drei Vierteln der Befragten (73,7 %) als „gut“ oder „sehr gut“ eingeschätzt, liegt über dem gesamtstädtischen Durchschnitt und ist im Vergleich zur Befragung von 2006 (54,9 %) deutlich gestiegen (siehe Tabelle 5.10).

Über drei Viertel der Bewohnerinnen und Bewohner der Südweststadt (77,7 %) finden ihr bevorzugtes Geschäft für Lebensmitteleinkäufe im eigenen oder im benachbarten Stadtteil. Gerade der südliche Teil der Südweststadt wird von dem real-Markt in Bulach beziehungsweise vom Aldi-Markt in Beiertheim mitversorgt. Im Teilgebiet Beiertheimer Feld besteht ein kleinräumiges Angebotsdefizit welches sich in einer leicht höheren Tendenz äußert, Lebensmittel in anderen Stadtteilen einzukaufen.

Tabelle 5.09

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT IN DER SÜDWESTSTADT














	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.450	<b>2.480</b>	7	<b>8</b>
 Lebensmittel spezial	527	<b>457</b>	11	<b>8</b>
 Bäckerei	427	<b>631</b>	16	<b>22</b>
 Metzgerei	80	<b>80</b>	3	<b>3</b>
 Obst-/Gemüse	115	<b>0</b>	4	<b>0</b>
 Getränkemarkt	100	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Tank-Shop	160	<b>160</b>	3	<b>3</b>
Summe Lebensmittel	3.859	<b>3.808</b>	45	<b>44</b>
 Drogerie	1.300	<b>900</b>	5	<b>3</b>
 Apotheke	342	<b>268</b>	8	<b>6</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	16	<b>19</b>	16	<b>19</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>30</b>	0	<b>6</b>
 Bankfiliale	680	<b>522</b>	13	<b>13</b>

Tabelle 5.10

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG IN DER SÜDWESTSTADT

	Südweststadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	20.343	<b>21.283</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	58,2%	<b>50,0%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.069	<b>7.094</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.543	<b>3.547</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	20.343	<b>21.283</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.565	<b>1.637</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	54,9%	<b>73,7%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>13,2%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	74,5%	<b>79,7%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	72,9%	<b>77,7%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,20</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>70,3%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>28,7%</b>	31,1%



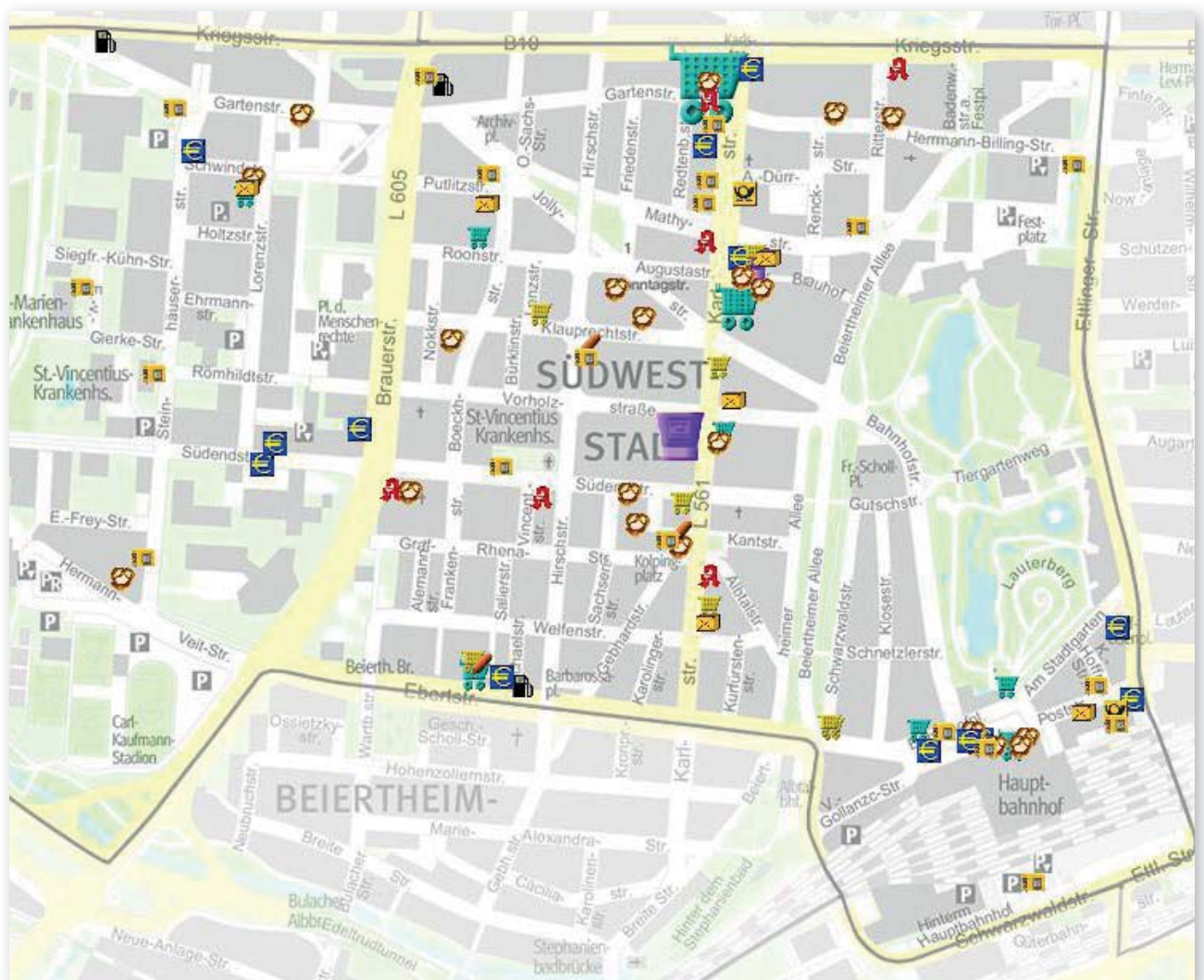
Die Bewohner in der Südweststadt nutzen nur etwa halb so oft den eigenen PKW zum Lebensmitteleinkauf (23,4 %), wie die Karlsruherinnen und Karlsruher im Durchschnitt (40,7 %), obwohl die Ausstattung der Haushalte mit PKWs (67,8 %) nicht wesentlich unterhalb des Karlsruher Durchschnitts (76,1 %) liegt. Trotz der von 13 % der Befragten angegebenen starken Hindernisse auf dem Weg zum hauptsächlich genutzten Lebensmittelgeschäft, gehen 70,3 % der Befragten zu Fuß zum Einkaufen oder fahren mit dem Fahrrad.

Das Nahversorgungsangebot der Südweststadt ist gut und wird von der Bewohnerschaft auch größtenteils so empfunden. Lediglich 28,7 % der Befragten vermissen Lebensmittelangebote im Stadtteil. Jeder vierte dieser Befragten wünscht sich einen Biomarkt, jeder fünfte einen

Wochenmarkt. Auch die Versorgung mit Gütern, die über den periodischen Bedarf hinausgehen, ist im Stadtteil gegeben. Die Karlstraße stellt mit ihrem Angebot an Bekleidung, Elektronik und Haushaltsgeräten eine Verlängerung der Einkaufsachse der Innenstadt-West dar und definiert die Südweststadt als C-Zentrum.

Obwohl in der kleinteiligen Angebotsstruktur der Lebensmittelanbieter innerhalb des Stadtteils seit 2006 auch Lücken sichtbar werden, scheint der Stadtteil unter den teilweise rückläufigen Tendenzen nicht zu leiden. Die Nahversorgungssituation wird trotz des sinkenden Versorgungsgrades (von 58,2 % im Jahr 2006 auf 50 % im Jahr 2016) heute besser bewertet als vor 10 Jahren.

## NAHVERSORGUNG IN DER SÜDWESTSTADT 2016



## RÜPPURR














Die Nahversorgung in Rüppurr ist im Hinblick auf das Lebensmittelangebot fast vollständig. Ein fehlendes Obst- und Gemüsegeschäft wird durch das Sortiment der Supermärkte und Discounter sowie den Biomarkt mit abgedeckt. Ein Zentrum der Nahversorgung liegt im Bereich der Kreuzung Rastatter Straße und Tulpenstraße, um die Christkönigskirche. Hier findet zweimal wöchentlich ein sehr beliebter Markt statt. Ein weiteres Stadtteilzentrum mit Lebensmittelmärkten bildet der Ostendorfplatz. An der Ecke Frauenalber Straße und Allmendstraße befindet sich ein kleinerer Penny-Markt (360 m<sup>2</sup>). Einige Wohngebiete im Südosten liegen jedoch außerhalb der 500 m-Radien um die Lebensmittelmärkte. Im übrigen Stadtteil ist die fußläufige Nahversorgung gewährleistet.

Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln im Stadtteil liegt bei 62,8 %. Von den 2.440 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 2.076 m<sup>2</sup> auf vier Lebensmittelmärkte und 150 m<sup>2</sup> auf den einzigen verbleibenden Getränkemarkt. Im Stadtteil gibt es sieben Bäckereien und eine Metzgerei. Im Vergleich zu 2006 hat sich die Anzahl an Lebensmittelmärkten halbiert (siehe Tabelle 5.11). Die Verkaufsfläche für Lebensmittel hat sich von 2.612 m<sup>2</sup> (2006) auf 2.440 m<sup>2</sup> (2016) verringert, was hauptsächlich auf zwei entfallene Getränkemarkte zurückzuführen ist. Die beiden Schlecker-Drogeriemärkte sind ersatzlos weggefallen. Der Stadtteil hat damit nur ein unvollständiges Angebot an Drogeriewaren. Die Zahl der Wohnberechtigten je Post- und Bankfiliale liegt leicht über dem Karlsruher Durchschnitt, bei Apotheken leicht darunter (siehe Tabelle 5.11).

Wie aus Tabelle 5.12 hervorgeht, bewerten die Rüppurrer die Einzelhandelsituation bei Lebensmitteln unterdurchschnittlich („gut“ und „sehr gut“: 54,6 %) und nur ein kleiner Teil der Befragten (9,3 %) gibt an, dass die Situation in den letzten Jahren besser geworden sei. Besonders schlecht fallen die Einschätzungen in Rüppurr-Südost aus („schlecht“ und „sehr schlecht“: 26,7 %; Karlsruhe: 11,2 %). Das Angebot an Dienstleistungen im Stadtteil wird besser beurteilt: Fast drei Viertel der Befragten (76,4 %) votieren mit „gut“ und „sehr gut“. Der durchschnittliche Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 11,7 Minuten. Der Weg dahin wird immerhin von 45,1 % der Befragten zu Fuß oder mit

Tabelle 5.11

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT RÜPPURR

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.096	<b>2.076</b>	8	<b>4</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	129	<b>167</b>	6	<b>7</b>
 Metzgerei	22	<b>22</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	310	<b>150</b>	3	<b>1</b>
 Tank-Shop	55	<b>25</b>	2	<b>2</b>
Summe Lebensmittel	2.612	<b>2.440</b>	20	<b>15</b>
 Drogerie	350	<b>0</b>	2	<b>0</b>
 Apotheke	103	<b>103</b>	3	<b>3</b>
 Postfiliale	20	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	6	<b>10</b>	6	<b>8</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>15</b>	0	<b>3</b>
 Bankfiliale	250	<b>241</b>	5	<b>5</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 2x wöchentlich vor der Christ-König-Kirche (Mi und Sa). Auch Einzugsgebiet vom Real-Markt in Ettlingen.

Tabelle 5.12

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG RÜPPURR

	Rüppurr		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	11.063	<b>10.864</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	72,5%	<b>62,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	5.532	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	3.688	<b>3.621</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	11.063	<b>10.864</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.213	<b>2.173</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	40,3%	<b>54,6%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>9,3%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	70,1%	<b>76,4%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	69,2%	<b>60,6%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>11,70</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>45,1%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>29,5%</b>	31,1%

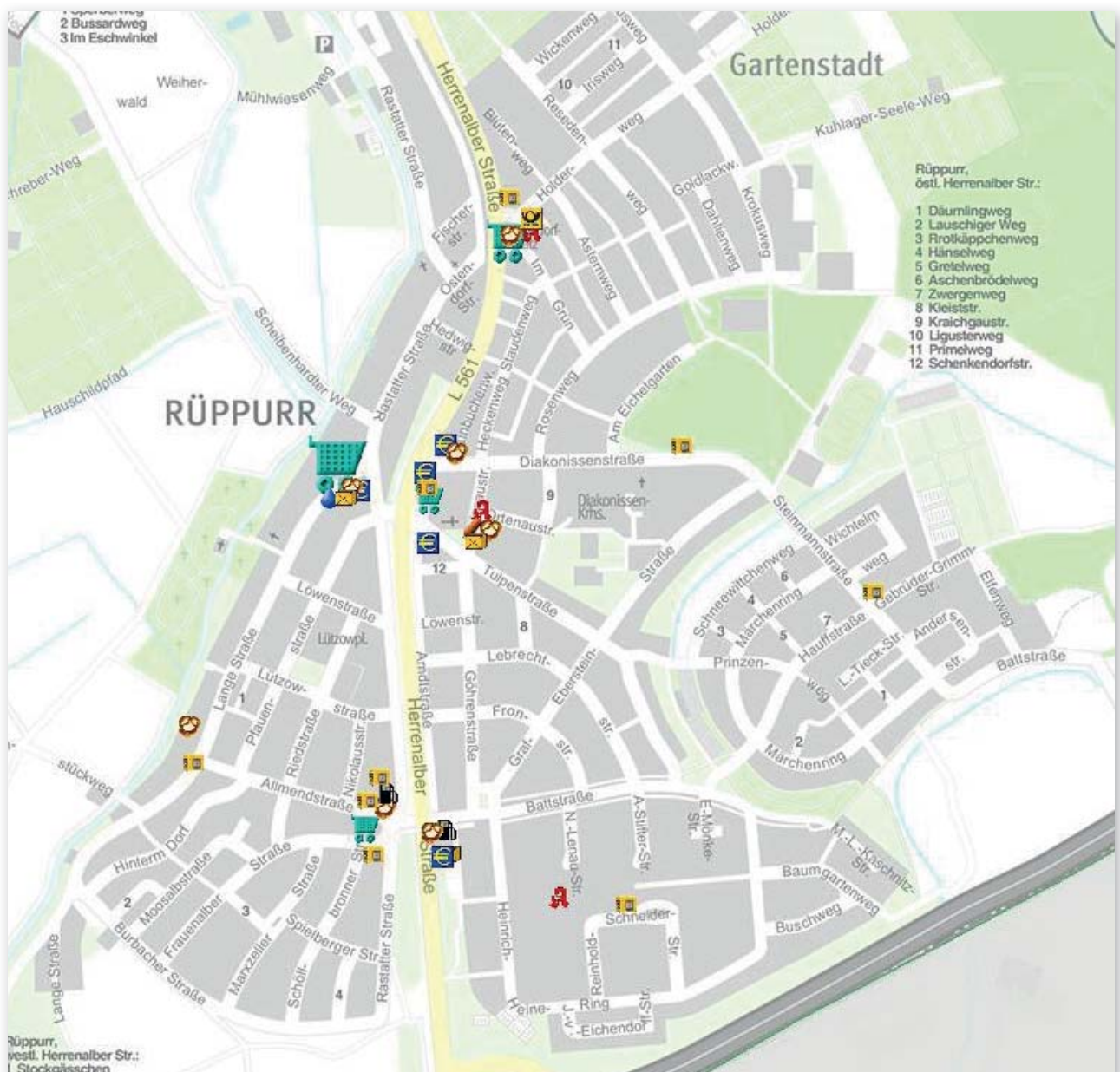
dem Fahrrad zurückgelegt. Ihren regelmäßigen Bedarf an Lebensmitteln decken 60,6 % der Rüppurrer im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil. Die Einkaufsmöglichkeiten in Ettlingen ergänzen das Angebot teilweise, denn außerhalb von Karlsruhe kaufen 23,4 % der Bewohnerinnen und Bewohner Rüppurrs regelmäßig ein. In diesen Werten zeigen sich die Lücken im Versorgungsangebot des Stadtteils noch einmal.

Ein Anteil von 29,5 % der Befragten äußert Defizite im Lebensmittelangebot. Davon gibt die Hälfte (49,6 %) an, dass ihnen ein Drogeriemarkt fehlen würde, 15,8 % vermissen einen Supermarkt, 12,7 % einen Discounter und 12,6 % einen Bäcker.

Die Rüppurrer nutzen den Wochenmarkt für wöchentliche Einkäufe überdurchschnittlich häufig (34,6 %; Karlsruhe: 19,3 %). Da die Versorgungslage insbesondere im Südosten des Stadtteils verbesserungsbedürftig ist, sollten die drei bestehenden Standorte der Lebensmittelmärkte möglichst erhalten bleiben.

Zukünftig sind im Stadtteil Rüppurr positive Entwicklungen zu erwarten. Es bestehen zum Beispiel Bestrebungen seitens der Betreiber von bestehenden Märkten, diese zu erweitern beziehungsweise zu modernisieren.

## NAHVERSORGUNG IN RÜPPURR 2016



## WALDSTADT

Das Nahversorgungszentrum der Waldstadt befindet sich im Bereich Lötzener Straße/Neisser Straße, im so genannten Waldstadt-Zentrum. In dessen Atrium findet dreimal wöchentlich ein Markt statt. Weitere Ladenzeilen waren ursprünglich an der Schneidemühler und Elbinger Straße angesiedelt, bestehen heute aber nur noch aus jeweils einem Discounter und einer Apotheke. Der Versorgungsgrad im Stadtteil liegt bei 45,8 %. Aus Tabelle 5.13 wird deutlich, dass sich die 2.090 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel auf 1.760 m<sup>2</sup> für drei Lebensmittelmärkte und 80 m<sup>2</sup> für einen Naturkostladen verteilen. Im Stadtteil gibt es vier Bäckereien und eine Metzgerei. Im Vergleich zu 2006 ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte von 16 auf elf gesunken. Seit 2006 sind zwei Lebensmittelmärkte, drei Bäckereien sowie eine Metzgerei weggefallen. Das Obst- und Gemüsegeschäft existiert heute ebenfalls nicht mehr. Die Verkaufsfläche für Lebensmittel hat sich insgesamt von 2.660 m<sup>2</sup> (2006) auf 2.090 m<sup>2</sup> (2016) reduziert.














Ebenfalls geschlossen haben zwei der 2006 noch vorhandenen vier (einschließlich der Drogerieabteilung des EDEKA-Marktes) Drogeriemärkte. Die Verkaufsfläche für Drogeriewaren hat sich dadurch halbiert.

Dennoch liegt die Ausstattung mit Drogeriemärkten und Apotheken im Stadtteil im städtischen Durchschnitt, wie die Kennziffern der Nahversorgung in Tabelle 5.14 zeigen. Die Zahl der Wohnberechtigten je Post- und Bankfiliale ist jedoch höher als im Karlsruher Durchschnitt und damit ungünstiger. Obwohl die Verkaufsfläche für Lebensmittel im Vergleich zu 2006 gesunken ist, beurteilen die Bewohnerinnen und Bewohner die Einzelhandelsituation zu 70,5 % mit „gut“ oder „sehr gut“ und damit besser als vor zehn Jahren (2006 „gut“ und „sehr gut“: 46,4 %). Eine Verbesserung der Situation konnten allerdings nur 10 % der

Befragten feststellen. Die Bewertung der Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil („gut“ und „sehr gut“: 67,2 %) entspricht nahezu dem stadtweiten Wert (69,1 %). Der Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft ist mit 9,3 Minuten durchschnittlich. Die über den Stadtteil verteilten Lebensmittelgeschäfte in integrierter Lage ermöglichen es vielen Bewohnerinnen und Bewohnern (59,6 %) ihre Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu erledigen. Der Anteil derer, die ihren Bedarf an Lebensmitteln im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil decken, liegt mit 80,2 % etwa im städtischen Durchschnitt.

Tabelle 5.13

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT WALDSTADT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.260	<b>1.760</b>	5	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>80</b>	0	<b>1</b>
 Bäckerei	190	<b>90</b>	7	<b>4</b>
 Metzgerei	80	<b>40</b>	2	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	50	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Getränkemarkt	80	<b>100</b>	1	<b>1</b>
 Tank-Shop	0	<b>20</b>	0	<b>1</b>
Summe Lebensmittel	2.660	<b>2.090</b>	16	<b>11</b>
 Drogerie	820	<b>400</b>	4	<b>2</b>
 Apotheke	150	<b>150</b>	3	<b>3</b>
 Postfiliale	20	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	6	<b>7</b>	6	<b>7</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>15</b>	0	<b>3</b>
 Bankfiliale	250	<b>180</b>	5	<b>3</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 3 x wöchentlich beim Waldstadtzentrum. Außerdem Aldi/Lidl in Büchig und Real.

Tabelle 5.14

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG WALDSTADT

	Waldstadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	13.214	<b>12.749</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	61,8%	<b>45,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	3.304	<b>6.375</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.405	<b>4.250</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	13.214	<b>12.749</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.643	<b>4.250</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	46,4%	<b>70,5%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>10,0%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	57,3%	<b>67,2%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	76,0%	<b>80,2%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,30</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>59,6%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>24,5%</b>	31,1%

Defizite im Lebensmittelangebot sehen 24,5 % der Befragten. Von ihnen vermissen 17,1 % einen weiteren Discounter. Ein solcher wäre im Süden des Stadtteils vorteilhaft, da die Wohngebiete hier teilweise außerhalb der 500 m<sup>2</sup> Radien um die Lebensmittelmärkte liegen. Eine Besonderheit der Waldstadt ist die Barrierefreiheit. Die Geschäfte sind

ohne größere Schwierigkeiten erreichbar und es gibt so gut wie keine großen und stark befahrenen Straßen, die durch den Stadtteil führen. Fast drei Viertel der Befragten (73,9 %) geben an, keine Hindernisse auf dem Weg zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft überwinden zu müssen.

## NAHVERSORGUNG IN WALDSTADT 2016



## GRÖTZINGEN














Die Nahversorgung in Grötzingen stützt sich in hohem Maße auf den Standort von EDEKA und Lidl in der Eisenbahnstraße. Im alten Ortskern befinden sich weitere Geschäfte der Nahversorgung. Auf dem Rathausplatz findet zweimal wöchentlich ein Wochenmarkt statt. Neben den beiden großen Lebensmittelmärkten gibt es im Stadtteil auch einen Naturkostladen sowie einen Hofladen am Sportzentrum. Die Wohnlagen am südöstlichen Rand des Stadtteils liegen außerhalb des 500 m Radius um die Lebensmittelmärkte. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 67,3 %. Von 2.254 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 1.945 m<sup>2</sup> auf fünf Lebensmittelmärkte, 50 m<sup>2</sup> auf zwei Geschäfte mit speziellen Lebensmitteln, darunter der Naturkostladen. Im Stadtteil gibt es drei Bäckereien, eine Metzgerei, einen Getränkemarkt und einen Weinladen. Die Veränderungen seit 2006 (siehe Tabelle 5.15) signalisieren einen schleichenden Abbau der traditionellen örtlichen Nahversorgung. Die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte ist von 18 auf 13 zurückgegangen. In den letzten zehn Jahren wurden zwei Bäckereien, eine Metzgerei, das Obst- und Gemüsegeschäft und ein Getränkemarkt geschlossen.

Einen Drogeriemarkt gibt es in Grötzingen ebenfalls nicht mehr. Die Verkaufsfläche für Drogerieartikel ist nach der Schließung der drei Schlecker-Filialen von 435 m<sup>2</sup> auf 50 m<sup>2</sup> gesunken und umfasst nun nur noch die Abteilung des EDEKA-Marktes. Von den 2006 noch vorhandenen vier Apotheken existiert heute nur noch eine. Die Kennzahlen zur Versorgung mit Dienstleistungen fallen – insbesondere bei den Apotheken – unterdurchschnittlich aus, wie aus Tabelle 5.16 hervorgeht. Lediglich das Angebot an Briefkästen und Paketshops ist inzwischen größer als 2006.

Die Ausstattung des Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften wird von fast zwei Dritteln (65,8 %) der Bewohnerinnen und Bewohner mit „gut“ und „sehr gut“ bewertet. Eine Verbesserung der Situation können 19,3 % der Befragten feststellen. Die Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil bewerten 71,3 % mit „gut“ und „sehr gut“. Mit allen drei Werten liegt Grötzingen in etwa im Karlsruher Durchschnitt. Die Stadtteilorientierung in der Nahversorgung liegt bei 82,3 % der Befragten, die ihre regelmäßigen Lebensmitteleinkäufe im eigenen oder einem Nachbarstadtteil erledigen. Die benötigte

Tabelle 5.15

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT GRÖTZINGEN

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.026	<b>1.945</b>	5	<b>5</b>
 Lebensmittel spezial	80	<b>50</b>	2	<b>2</b>
 Bäckerei	145	<b>90</b>	5	<b>3</b>
 Metzgerei	70	<b>30</b>	2	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	20	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Getränkemarkt	219	<b>139</b>	3	<b>2</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	2.560	<b>2.254</b>	18	<b>13</b>
 Drogerie	435	<b>50</b>	4	<b>1</b>
 Apotheke	101	<b>35</b>	4	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	9	<b>14</b>	9	<b>14</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>15</b>	0	<b>3</b>
 Bankfiliale	140	<b>140</b>	3	<b>3</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 2 x wöchentlich auf dem Rathausplatz, veranstaltet von der Ortsverwaltung Grötzingen.

Tabelle 5.16

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG GRÖTZINGEN

	Grötzingen		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	9.974	<b>9.356</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	78,8%	<b>67,3%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	2.494	<b>9.356</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.494	<b>9.356</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	9.974	<b>9.356</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	3.325	<b>3.119</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	50,7%	<b>65,8%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>19,3%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	80,6%	<b>71,3%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	82,8%	<b>82,3%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,20</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>40,3%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>22,1%</b>	31,1%

Zeit zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt durchschnittlich nur 8,2 Minuten. Die Strecke dorthin legen allerdings nur 40,3 % mit dem Fahrrad zurück, 13 % weniger als im Karlsruher Durchschnitt. Den eigenen PKW nutzen 53,8 % der Befragten.

Defizite in der Nahversorgung im Stadtteil geben 22,1 % der Bewohnerinnen und Bewohner an. Von ihnen vermissen 28,2 % einen Drogeriemarkt – was angesichts der Entwicklung der letzten zehn Jahre nicht verwunderlich ist – und 20,3% einen weiteren Discounter.

## NAHVERSORGUNG IN GRÖTZINGEN 2016



## NEUREUT

In Neureut verteilen sich die Geschäfte der Nahversorgung in Streulage über den gesamten Stadtteil und alle Stadtviertel. Nur der Bereich südwestlich der Welschneureuter Straße/ Klammweg sowie einige Randgebiete befinden sich außerhalb der 500 m-Radien um die Lebensmittelmärkte. Ein Zentrum für die Nahversorgung bildet der Bereich um die Badnerlandhalle an Grünewaldstraße und Bärenweg mit Supermarkt, Discounter, Drogeriemarkt und weiteren Geschäften der Nahversorgung. Hier (am Neureuter Platz) findet freitags auch ein Wochenmarkt statt.

In der Hermann-Höpker-Aschoff-Straße eröffnete 2007 ein REWE-Markt mit insgesamt 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wodurch sich der Nahversorgungsschwerpunkt aus der Donauschwabenstraße in Kirchfeld inzwischen heraus verlagert hat. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 110,4 %. Die Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel beträgt 7.597 m<sup>2</sup>, wovon 6.057 m<sup>2</sup> auf die insgesamt acht Lebensmittelmärkte entfallen, 1.105 m<sup>2</sup> auf zwei Getränkemärkte und Getränkeabteilungen, 235 m<sup>2</sup> auf insgesamt neun Bäckereien und 60 m<sup>2</sup> auf zwei Metzgereien (siehe Tabelle 5.17). Die Veränderungen zu 2006 zeigen, dass kleinere Geschäfte in integrierten Lagen aufgegeben wurden. Dies wird sehr deutlich am Beispiel der sinkenden Zahl an Lebensmittelgeschäften, Bäckereien und Metzgereien. Die Anzahl der Lebensmittelanbieter ist von 36 (2006) auf 24 (2016) gesunken, während sich die Lebensmittelverkaufsfläche in Neureut von 6.405 m<sup>2</sup> auf 7.597 m<sup>2</sup> erhöht hat. Auch die Verkaufsfläche für Drogerieartikel hat sich in den letzten zehn Jahren von 1.050 m<sup>2</sup> auf 1.480 m<sup>2</sup> erhöht.














Die Ausstattung mit Post- und Bankdienstleistungen hat sich ebenfalls verbessert, wie aus Tabelle 5.18 hervorgeht. Die weiteren Kennzahlen der Nahversorgung zeigen eine gute Ausstattung des Stadtteils. Die Anzahl der Wohnberechtigten je Drogeriemarkt liegt weit unterhalb des Karlsruher Durchschnitts, die je Postfiliale leicht darunter und die je Apotheke beziehungsweise Bankfiliale leicht darüber. Entsprechend gut fällt das Urteil der Befragten über die

Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften im Stadtteil aus. Fast drei Viertel der Neureuterinnen und Neureuter (74,2 %) betrachten diese als „gut“ oder „sehr gut“. Damit fällt die Bewertung besser aus als im Karlsruher Durchschnitt (65,1 %) und besser als noch 2006 (43,5 % „gut“ und „sehr gut“). Somit überrascht kaum, dass etwa ein Viertel (26,2 %) der Befragten eine Verbesserung der Situation in den letzten Jahren feststellt, in Neureut-Heide liegt der Anteil sogar bei 41,3 %.

Die Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil wird – mit 69,3 % für „gut“ und „sehr gut“ – durchschnittlich eingeschätzt. Der mittlere Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 8,7 Minuten, was die vorteilhafte Verteilung der Lebensmittelmärkte im Stadtteil unterstreicht. Trotzdem nutzen weniger Befragte das

Tabelle 5.17

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT NEUREUT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	4.496	<b>6.057</b>	11	<b>8</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	369	<b>235</b>	14	<b>9</b>
 Metzgerei	130	<b>60</b>	4	<b>2</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	1270	<b>1105</b>	4	<b>2</b>
 Tank-Shop	140	<b>140</b>	3	<b>3</b>
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>6.405</b>	<b>7.597</b>	<b>36</b>	<b>24</b>
 Drogerie	1.050	<b>1.480</b>	4	<b>4</b>
 Apotheke	160	<b>160</b>	4	<b>4</b>
 Postfiliale	40	<b>30</b>	2	<b>3</b>
 Briefkasten	12	<b>24</b>	12	<b>20</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>20</b>	0	<b>4</b>
 Bankfiliale	310	<b>212</b>	6	<b>8</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 1 x wöchentlich auf dem Neureuter Platz.

Tabelle 5.18

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG NEUREUT

	Neureut		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	17.250	<b>19.228</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	114,0%	<b>110,4%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.313	<b>4.807</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.313	<b>4.807</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	8.625	<b>6.409</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.875	<b>2.404</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	43,5%	<b>74,2%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>26,2%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	76,5%	<b>69,3%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	68,7%	<b>89,3%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,70</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>42,1%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>30,8%</b>	31,1%



Fahrrad für die regelmäßigen Einkäufe oder gehen zu Fuß (42,1 %), als die Karlsruherinnen und Karlsruher im Durchschnitt (53,3 %). Der Anteil der PKW-Nutzer liegt mit 54,5 % oberhalb des Karlsruher Durchschnitts (40,7 %). Das umfangreiche Nahversorgungsangebot spiegelt sich in der hohen Stadtteilorientierung wieder. Mit 89,3 % der Bürgerinnen und Bürger, die ihre Lebensmittel vorwiegend im eigenen oder einem Nachbarstadtteil einkaufen, ist sie nicht

nur überdurchschnittlich, sie hat sich im Vergleich zu 2006 (68,7 %) wesentlich gesteigert. Trotz der Zentralisierung im Lebensmitteleinzelhandel und der Aufgabe kleiner Geschäfte in Streulage, kann mehr Kaufkraft im Stadtteil gehalten werden. Dennoch sehen die Befragten auch Defizite im Nahversorgungsangebot, wie 30,8 % von ihnen angeben. Von dieser Teilgruppe wünscht sich die Hälfte (52,5 %) einen Biomarkt zur Vervollständigung des Angebots im Stadtteil.

## NAHVERSORGUNG IN NEUREUT 2016



## 5.5 D-ZENTREN

### SÜDSTADT

Die Südstadt ist flächendeckend mit Geschäften zur Nahversorgung ausgestattet. Das Zentrum bildet der Werderplatz, um den herum sich neben Geschäften des periodischen auch Geschäfte des aperiodischen Bedarfs befinden. Hier findet auch 3-mal wöchentlich ein Wochenmarkt statt. Das Scheck-In-Center in der Rüppurrer Straße stellt einen über den Stadtteil hinaus wirkenden Standort für die Versorgung mit Lebensmitteln dar. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln liegt 2016 bei 124,4 %. Die Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel beträgt in der Südstadt 2016 9.185 m<sup>2</sup>, wovon 7.581 m<sup>2</sup> auf insgesamt zehn Lebensmittelmärkte und 435 m<sup>2</sup> auf acht spezielle Lebensmittelgeschäfte fallen. Zudem gibt es 14 Bäckereien und eine Metzgerei. Im Vergleich zu 2006 ist die Zahl der Lebensmittelgeschäfte insgesamt von 30 auf 33 gestiegen. Es sind einige kleine Lebensmittelgeschäfte mit speziellem Angebot hinzugekommen. Das einzige Obst- und Gemüsegeschäft existiert inzwischen nicht mehr (siehe Tabelle 5.19).














Die Verkaufsfläche der Lebensmittelmärkte hat sich zwischen 2006 und 2016 deutlich von 5.621 m<sup>2</sup> auf 7.581 m<sup>2</sup> erhöht. Neu hinzugekommen ist ein Alnatura Bio-Supermarkt in der Ludwig-Erhard-Allee und der Kliver City Park in der Luise-Rieger-Straße, der die dezentrale Versorgung im östlichen Stadtteil unterstützt. Am Tivoliplatz hat ein neuer Lidl-Markt eröffnet. Er ersetzt den alten Standort gegenüber in der Rüppurrer Straße mit einer in etwa doppelt so großen Verkaufsfläche. Den bisherigen Lidl-Standort wird ein

denn's Bio-Supermarkt übernehmen. Die neuen speziellen Lebensmittelgeschäfte schlagen auch mit einer Erhöhung der Verkaufsfläche um rund ein Drittel zu Buche. Sie gruppieren sich am Werderplatz, sowie an der Ecke Baumeisterstraße und Rüppurrer Straße. Obwohl sich die Zahl an Bäckereien nur um eins erhöht hat, ist die Verkaufsfläche von 345 m<sup>2</sup> auf 639 m<sup>2</sup> gestiegen. Die Versorgung mit Post- und Bankdienstleistungen hat sich zwischen 2006 und 2016 deutlich verbessert, wie Tabelle 5.20 zeigt.

Der deutliche Anstieg der Verkaufsfläche für Lebensmittel (siehe Tabelle 5.19) kann mit dem Bevölkerungsanstieg in der Südstadt nicht Schritt halten. Das erklärt den Rückgang des Versorgungsgrades von 130,9 % im Jahr 2006 auf 124,4 % (2016). Trotzdem liegt er damit über dem Karlsruher

Tabelle 5.19

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT SÜDSTADT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	5.621	<b>7.581</b>	9	<b>10</b>
 Lebensmittel spezial	345	<b>435</b>	5	<b>8</b>
 Bäckerei	355	<b>639</b>	13	<b>14</b>
 Metzgerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	65	-	1	-
 Getränkemarkt	500	<b>500</b>	1	<b>1</b>
 Tank-Shop	-	-	-	-
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>6.916</b>	<b>9.185</b>	<b>30</b>	<b>34</b>
 Drogerie	1.000	<b>1.220</b>	4	<b>3</b>
 Apotheke	205	<b>190</b>	6	<b>5</b>
 Postfiliale	-	<b>10</b>	-	<b>1</b>
 Briefkasten	5	<b>10</b>	5	<b>10</b>
 Paketshop/Packstation	-	<b>25</b>	-	<b>5</b>
 Bankfiliale	430	<b>915</b>	8	<b>11</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt Werderplatz 3 x wöchentlich.

Tabelle 5.20

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG SÜDSTADT

	Südstadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	16.218	<b>20.640</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	130,9%	<b>124,4%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.055	<b>6.880</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2703	<b>4.128</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	-	<b>20.640</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.027	<b>1.876</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	63,2%	<b>78,2%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>42,1%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	80,9%	<b>69,2%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	76,5%	<b>87,3%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>7,80</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>75,9%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>27,6%</b>	31,1%

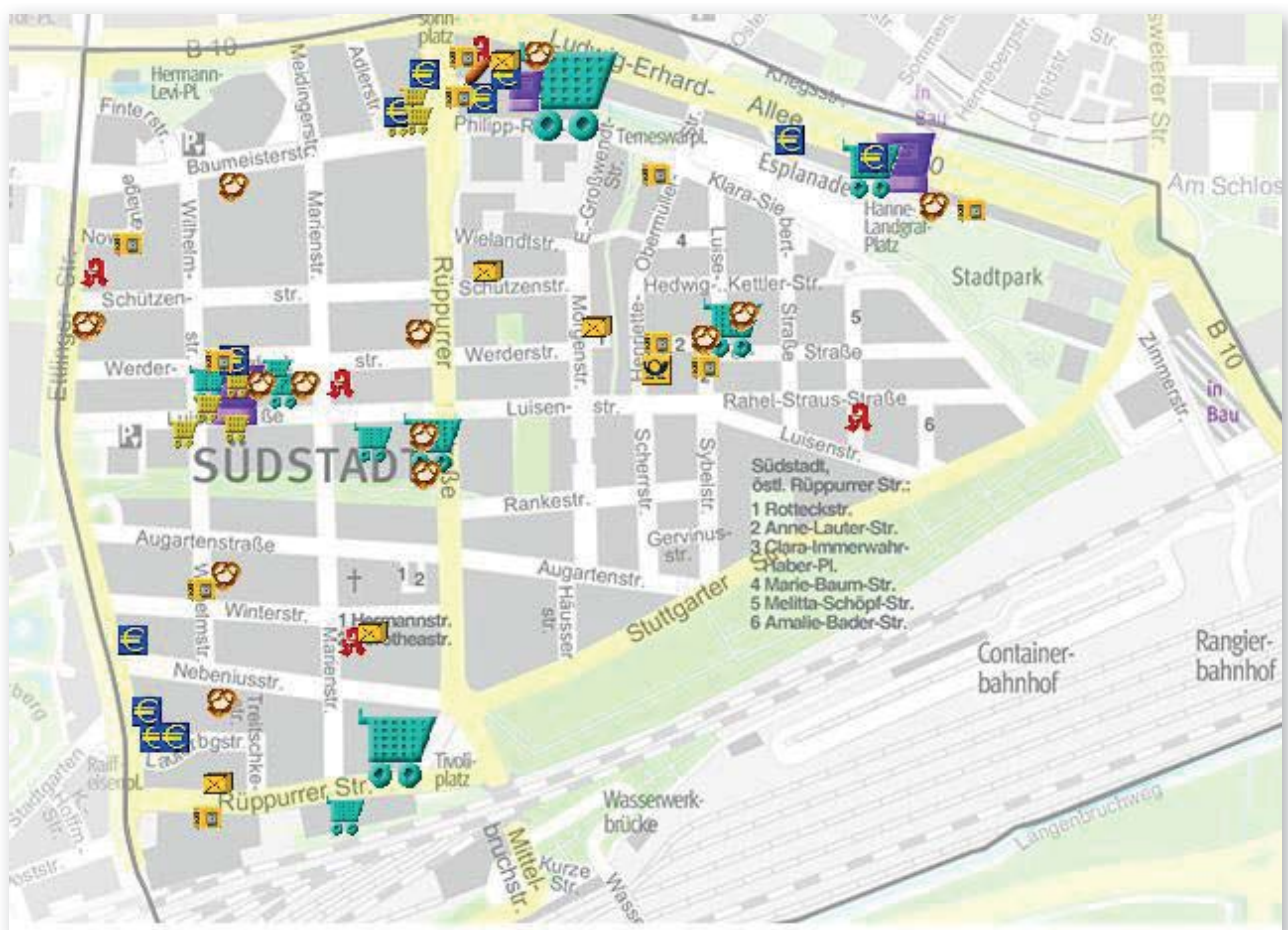
Durchschnitt. Der Anteil der Befragten, die die Versorgung im Stadtteil mit „gut oder „sehr gut“ bewerten, liegt mit 78,2 % ebenfalls auf einem überdurchschnittlichen Niveau und nur 27,6 % geben an, Lebensmittelangebote zu vermissen. Eine Verbesserung der Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften konnten zudem 42,1 % der Befragten feststellen. In der Südstadt – östlicher Teil geben sogar 80 % an, dass die Ausstattung besser geworden sei.

Begünstigt durch die flächendeckende Versorgungsstruktur kaufen die meisten Bewohnerinnen und Bewohner der Südstadt (87,3 %) ihre Lebensmittel entweder in der Südstadt, oder einem Nachbarstadtteil ein. Die relativ kurzen Wege machen sich sowohl im niedrigen durchschnittlichen Zeitaufwand zum bevorzugten Lebensmittelgeschäft von 7,8 Minuten, als auch im hohen Anteil derer bemerkbar,

die zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen (75,9 %). Lebensmittelangebote vermissen 27,6 % der Befragten. Von diesen wünscht sich ein Drittel (34,6 %) eine Metzgerei. In der Südstadt werden von überdurchschnittlich vielen Haushalten (38 %; Karlsruhe: 22 %) fertig zubereitete Speisen per Lieferservice bestellt.

Die Zufriedenheit mit der Nahversorgung in der Südstadt beruht auf der flächendeckenden Versorgung mit Lebensmittelgeschäften in fußläufiger Entfernung. Das ausdifferenzierte Angebot an kleinen und speziellen Lebensmittelgeschäften unterstreicht die Vielfalt im Stadtteil. Das große und gute erreichbare Scheck-In-Center besitzt zudem eine Außenwirkung in der Versorgung mit Lebensmitteln. Bis auf den als fehlend empfundenen Metzger, weist die Südstadt insgesamt keine Defizite und Probleme auf.

## NAHVERSORGUNG IN DER SÜDSTADT 2016



## OSTSTADT














Auch die Oststadt verfügt über ein vielfältiges Angebot an Geschäften zur Lebensmittelversorgung. Eine Ausnahme bildet der Teil nördlich der Karl-Wilhelm-Straße, in dem nur ein kleines Geschäft zur Nahversorgung vorhanden ist. Das Zentrum für die fußläufige Versorgung mit Lebensmitteln bildet der Bereich der Kreuzung Gerwigstraße, Ludwig-Wilhelm-Straße und Georg-Friedrich-Straße. Im östlichen Teil, neben dem Betriebshof der Karlsruher Verkehrsbetriebe, befinden sich mehrere größere Lebensmittelmärkte sowie Geschäfte für Güter des aperiodischen Bedarfs (zum Beispiel Bauhaus), die die Oststadt als D-Zentrum definieren. Auf dem Gottesauer Platz findet 3-mal wöchentlich ein Markt statt. Teile der Oststadt liegen auch im Einzugsbereich des Scheck-In-Centers in der Südstadt und des real-Marktes an der Durlacher Allee. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 110,8 %, und liegt damit über dem Karlsruher Durchschnitt. Von den 7.808 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 5.760 m<sup>2</sup> auf neun Lebensmittelmärkte und 285 m<sup>2</sup> auf Geschäfte mit speziellem Lebensmittelangebot. Die insgesamt elf Bäckereien kommen auf eine Gesamtfläche von 263 m<sup>2</sup>. Im Stadtteil gibt es eine Metzgerei und vier Getränkemärkte. Die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte für Lebensmittel ist seit 2006 leicht rückläufig. Die Lebensmittelverkaufsfläche hat dagegen in den letzten 10 Jahren um 300 m<sup>2</sup> zugenommen, obwohl die Zahl der Lebensmittelmärkte sich um drei verringert hat. Auch die Bäckereien haben um zwei abgenommen.

Die Verkaufsfläche der Drogeriemärkte hat sich im Vergleich zu 2006 (1.050 m<sup>2</sup>) auf 750 m<sup>2</sup> verringert. Im Zentrum des Stadtteils gibt es inzwischen keine Drogerie mehr. Leicht verbessert hat sich dagegen die Versorgung mit Postdienstleistungen (siehe Tabelle 5.21).

Obwohl die Zahl der Wohnberechtigten pro Drogerie, Apotheke, Post- und Bankfiliale teilweise deutlich über dem Karlsruher Durchschnitt liegen, bewerten 71,9 % der Befragten die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften im Stadtteil als „gut“ und „sehr gut“, eine Verbesserung sehen 19,4 %. Auch die Ausstattung mit Dienstleistungen wird insgesamt sehr positiv beurteilt: 78,7 % bewerten diese mit „gut“ und „sehr gut“. Zwei Drittel der Bewohnerinnen und Bewohner der Oststadt (65,8 %) gehen zu Fuß einkaufen oder nehmen das Fahrrad. Auch das spiegelt sich in der Stadtteilorientierung von 91,0 % wieder. Die Zeit zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt nur 8,3 Minuten.

Tabelle 5.21

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT OSTSTADT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	5.577	<b>5.760</b>	12	<b>9</b>
 Lebensmittel spezial	270	<b>285</b>	1	<b>2</b>
 Bäckerei	308	<b>263</b>	13	<b>11</b>
 Metzgerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	960	<b>1110</b>	4	<b>4</b>
 Tank-Shop	360	<b>360</b>	4	<b>4</b>
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>7.505</b>	<b>7.808</b>	<b>35</b>	<b>31</b>
 Drogerie	1.050	<b>750</b>	4	<b>2</b>
 Apotheke	115	<b>115</b>	4	<b>4</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	8	<b>16</b>	8	<b>14</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>25</b>	0	<b>5</b>
 Bankfiliale	240	<b>131</b>	4	<b>4</b>

Bemerkungen: Markt auf dem Gottesauer Platz 3 x wöchentlich. Real-Einzugsbereich.

Tabelle 5.22

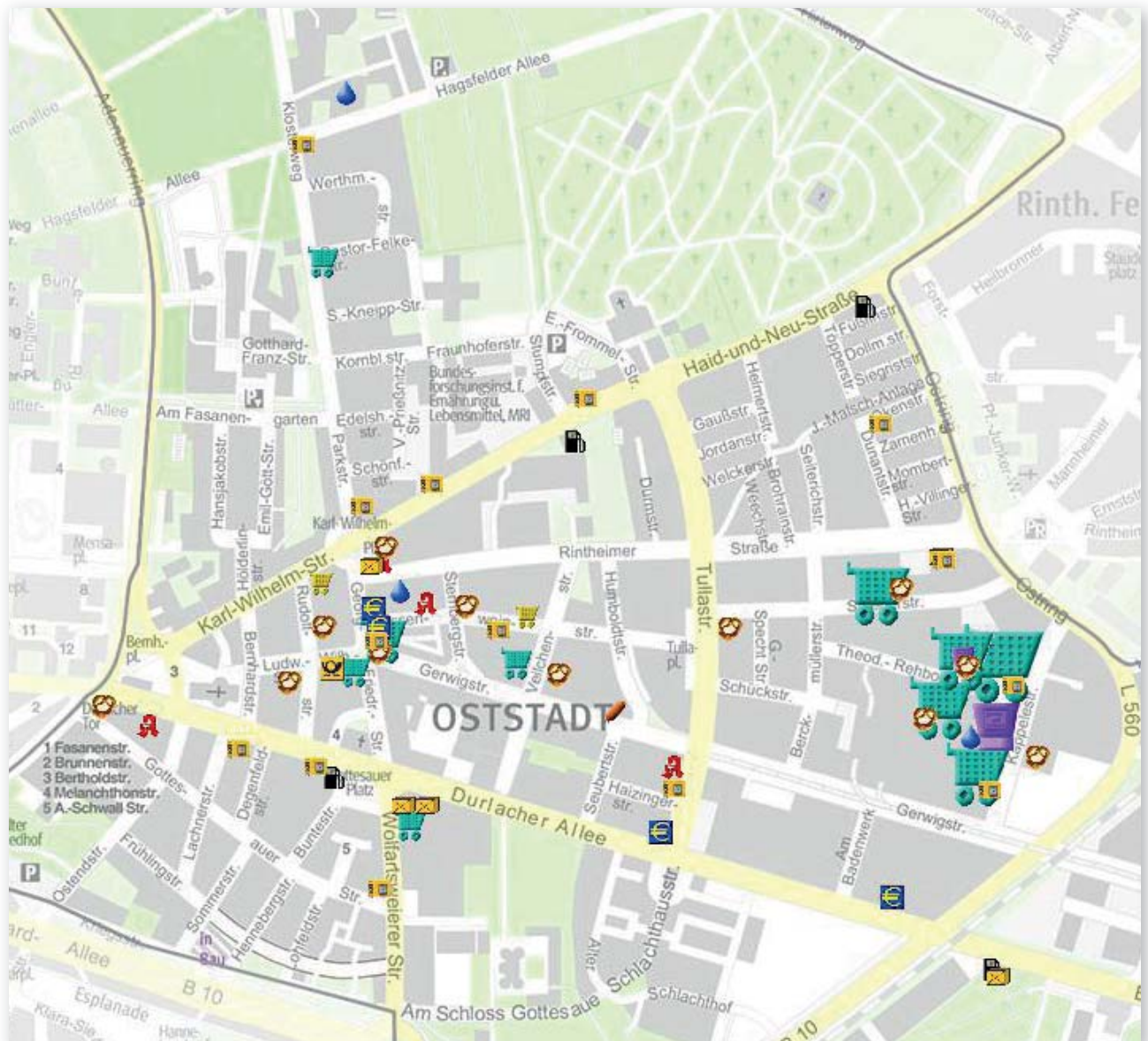
### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG OSTSTADT

	Oststadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	19.309	<b>19.697</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	119,3%	<b>110,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.827	<b>9.849</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.827	<b>4.924</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	19.309	<b>19.697</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	4.827	<b>4.924</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	66,9%	<b>71,9%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>19,4%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	82,2%	<b>78,7%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	87,9%	<b>91,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,30</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>65,8%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>30,0%</b>	31,1%

Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen 30 % der Befragten. Von ihnen äußert mehr als ein Viertel (27,4 %), dass ihnen ein Wochenmarkt fehlen würde. Das überrascht angesichts des Wochenmarktes am Gottesauer Platz, liegt aber möglicherweise an dessen Distanz zu den Wohngebieten im Norden und Westen des Stadtteils. An zweiter Stelle nennen

die Befragten, die Defizite angeben, einen Metzger (23,5 %). Mit der Schließung des EDEKA-Marktes in der Hagsfelder Allee hat sich die Nahversorgung nördlich der Karl-Wilhelm-Straße verschlechtert. Die Wege sind für die dortige Bevölkerung weiter geworden.

## NAHVERSORGUNG IN DER OSTSTADT 2016



## DAXLANDEN

Charakteristisch für Daxlanden ist das kleinteilige Angebot an Lebensmittelgeschäften, das die dörfliche Historie des Stadtteils im Karlsruher Westen unterstreicht. Das Zentrum der Nahversorgung befindet sich im Bereich des Kirchplatzes. Hier findet dienstags und freitags auch ein Wochenmarkt statt. Weitere Lebensmittelmärkte befinden sich in Daxlanden-Ost und in der Rheinstrandsiedlung. Der gesamte Stadtteil ist, bis auf den westlichen Teil von Neu-Daxlanden, flächendeckend versorgt. Von den 2.067 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte fallen 1.300 m<sup>2</sup> auf drei Lebensmittelmärkte und 520 m<sup>2</sup> auf drei Getränkemärkte. Der Rest verteilt sich auf die sieben Bäckereien, drei Metzgereien und das Teelädchen.














Im Vergleich zu 2006 sind die Veränderungen in der Bilanz gering (siehe Tabelle 5.23). Trotz des Wegfalls eines Lebensmittelgeschäfts, hat sich die Verkaufsfläche nur um 150 m<sup>2</sup> verringert. Komplett entfallen sind die beiden Schlecker-Märkte mit zusammen 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, wodurch es im Stadtteil zur Zeit keinen Drogeriemarkt mehr gibt. Die Zahl der Wohnberechtigten je Post- und Bankfiliale liegt über dem städtischen Durchschnitt. Insgesamt ist der Versorgungsgrad von 59,2 % (2006) auf 48,8 % (2016) zurückgegangen, vor allem weil andernorts in Karlsruhe ein Zuwachs an Verkaufsfläche zu verzeichnen war.

Die Zufriedenheit mit der Einzelhandelsituation liegt mit einem Anteil von 49,3 % der Befragten, die mit „gut“ oder „sehr gut“ urteilen, unterhalb des Karlsruher Durchschnitts von 65,1 %. Trotz des gesunkenen Versorgungsgrades geben 23,0 % der Bewohnerinnen und Bewohner Daxlandens an, dass die Situation in den letzten Jahren besser geworden sei. Die Ausstattung mit Dienstleistungen wird ebenfalls unterdurchschnittlich bewertet (61,9 % mit „gut“ oder „sehr gut“). Der Zeitaufwand zum meistgenutzten

Lebensmittelgeschäft beträgt 9,7 Minuten. Der relativ niedrige Versorgungsgrad spiegelt sich im geringen Anteil an Befragten wider, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen (34,7 %). Zum Einkaufen wird daher überdurchschnittlich häufig der eigene PKW genutzt (57,8 % in Daxlanden; 40,7 % in Karlsruhe insgesamt). Die Stadtteilorientierung der Bewohnerinnen und Bewohner, die in Daxlanden oder einem Nachbarstadtteil einkaufen, ist trotzdem hoch (85 %). Einen Teil der Versorgung übernehmen die größeren Lebensmittelmärkte HIT, Aldi und denn's i122n Grünwinkel.

Tabelle 5.23

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT DAXLANDEN

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.450	<b>1.300</b>	4	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	12	<b>12</b>	1	<b>1</b>
 Bäckerei	190	<b>160</b>	8	<b>7</b>
 Metzgerei	90	<b>75</b>	3	<b>3</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	620	<b>520</b>	3	<b>3</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	2.362	<b>2.067</b>	19	<b>17</b>
 Drogerie	350	<b>0</b>	2	<b>0</b>
 Apotheke	95	<b>95</b>	3	<b>3</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	5	<b>6</b>	5	<b>6</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>10</b>	0	<b>2</b>
 Bankfiliale	200	<b>150</b>	4	<b>4</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 2 x wöchentlich (Turnerstraße vor der Kirche).

Tabelle 5.24

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG DAXLANDEN

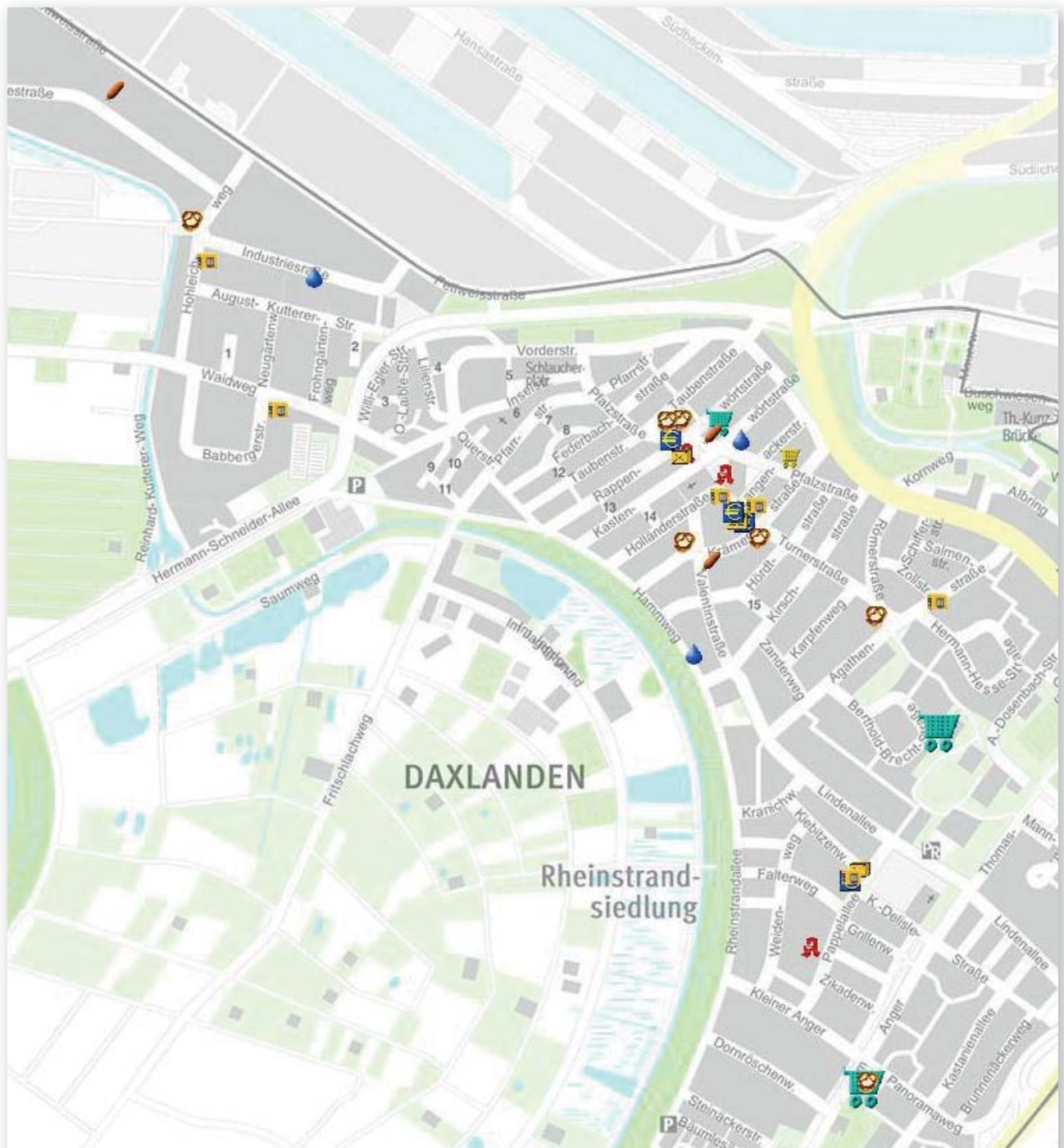
	Daxlanden		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	12.255	<b>11.833</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	59,2%	<b>48,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	6.128	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.085	<b>3.944</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	12.255	<b>11.833</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	3.064	<b>2.958</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	40,7%	<b>49,3%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>23,0%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	70,9%	<b>61,9%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	70,0%	<b>85,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,70</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>34,7%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>31,3%</b>	31,1%

Defizite im Lebensmittelangebot äußern 31,3 % der Befragten. Als häufigste Nennung wird dabei ein fehlender Discounter angeführt (20,3 % der Befragten, die Defizite bemängeln). Da die Situation der Nahversorgung in den Stadtvierteln Alt-Daxlanden („befriedigend“ 42,8 %) und Neu-Daxlanden („befriedigend“: 42,3 %) im Vergleich zum gesamten Stadtteil schlechter bewertet wird, wäre hier

der Bedarf für eine Ergänzung des Treff3000 – ohne den Standort selbst zu gefährden – am größten. Langfristig sollten Anstrengungen unternommen werden, um das kleinteilige Lebensmittelangebot zumindest zu erhalten.

Das Lebensmittelangebot wird ab November 2017 durch die Eröffnung eines EDEKA Marktes im Waidweg verbessert.

## NAHVERSORGUNG DAXLANDEN 2016



## KNIELINGEN

Der Bereich Knielingens, der den Stadtteil zurückliegend als D-Zentrum definiert, befindet sich am Elsässer Platz. Inzwischen sind dort von den Geschäften zur Nahversorgung aber nur noch ein Bäcker und ein kleinerer Penny-Markt (400 m<sup>2</sup>) an der Herweghstraße geblieben. Der Elsässer Platz ist Standort für einen Wochenmarkt, der dreimal wöchentlich stattfindet. Im Konversionsgebiet Knielingen 2.0 ist ein neues großes Nahversorgungszentrum mit einem großen EDEKA-Markt entstanden. Hinzu kommt ab 2017 ein Hofladen im Hofgut Maxau. In den meisten Teilen Knielingens ist die fußläufige Nahversorgung damit gewährleistet. Lediglich ein kleiner Bereich im Nordwesten liegt außerhalb des 500 m Radius um die Lebensmittelmärkte. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln beträgt 2016 85,2 %.














Von der 2016 im Stadtteil vorhandenen 3.138 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel fallen 2.400 m<sup>2</sup> auf die beiden Lebensmittelmärkte EDEKA und Penny, weitere 600 m<sup>2</sup> auf den EDEKA-Getränkemarkt. Im Stadtteil gibt es drei Bäckereien und einen Hofladen. Die Wirkung des neuen Nahversorgungszentrums auf die kleinteilige Struktur des bisherigen Stadtteilzentrums wird in den Veränderungen im Vergleich zu 2006 deutlich. Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte hat von zwölf auf neun abgenommen, was hauptsächlich auf die Schließung aller drei Metzgereien zurückgeht (siehe Tabelle 5.25). Die Anzahl der Lebensmittelmärkte ist zwar konstant geblieben, allerdings hat sich die Verkaufsfläche von 850 m<sup>2</sup> (2006) auf 2.400 m<sup>2</sup> (2016) deutlich erhöht. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln im Stadtteil hat sich zwischen 2006 und 2016 von 37,3 % auf 85,2 % verbessert. Davon profitiert im Wesentlichen das Konversionsgebiet, während Alt-Knielingen vom neuen Vollsortimenter EDEKA weiter entfernt liegt. Alt-Knielingen wird aber durch eine Buslinie mit dem Markt verbunden.

Der neue Drogeriemarkt und eine weitere Apotheke bewirken, dass die Zahl an Wohnberechtigten für die jeweilige Angebotsform unterhalb des Karlsruher Durchschnitts liegt. Bei Post- und Bankfilialen liegen die Werte leicht darüber, wie aus Tabelle 5.26 hervorgeht.

Der Anteil der Bewohnerinnen und Bewohner Knielingens, der die Nahversorgungsausstattung im Stadtteil mit „gut“ und „sehr gut“ bewertet liegt bei 51,5 %, wobei 30,6 % eine Verbesserung der Situation in den letzten Jahren feststellen.

Tabelle 5.25

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT KNIELINGEN

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	850	<b>2.400</b>	2	<b>2</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	73	<b>83</b>	3	<b>3</b>
 Metzgerei	90	<b>0</b>	3	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	80	<b>20</b>	2	<b>1</b>
 Getränkemarkt	0	<b>600</b>	0	<b>1</b>
 Tank-Shop	40	<b>35</b>	2	<b>2</b>
Summe Lebensmittel	1.133	<b>3.138</b>	12	<b>9</b>
 Drogerie	120	<b>850</b>	1	<b>2</b>
 Apotheke	75	<b>175</b>	2	<b>3</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	6	<b>12</b>	6	<b>10</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>10</b>	0	<b>2</b>
 Bankfiliale	200	<b>201</b>	4	<b>5</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 2 x wöchentlich auf dem Elsässer Platz.

Tabelle 5.26

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG KNIELINGEN

	Knielingen		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	9.320	<b>10.296</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	37,3%	<b>85,2%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	9.320	<b>5.148</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.660	<b>3.432</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	9.320	<b>10.296</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.330	<b>2.059</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	50,7%	<b>51,5%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>30,6%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	79,7%	<b>60,9%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	78,3%	<b>85,2%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,20</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>33,0%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>30,8%</b>	31,1%



Das geht hauptsächlich auf Befragte in Neu-Knielingen zurück, die von dem neuen Nahversorgungszentrum profitieren. In Alt-Knielingen geben 51,9 % der Befragten an, die Situation sei schlechter geworden. Hier bewerten zudem 32,8 % der Bewohnerinnen und Bewohner die Nahversorgungsausstattung mit „schlecht“ und „sehr schlecht“ (Karlsruhe: 11,2 %).

Etwas besser, aber immer noch schlechter als in Karlsruhe allgemein, fällt die Bewertung der Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil aus (60,9 %). Der mittlere Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft liegt bei 10,2 Minuten. Nur rund ein Drittel der Befragten nutzen das Fahrrad oder gehen zu Fuß einkaufen. Die Lage des großen EDEKA-Marktes ist hierfür sicherlich

ausschlaggebend und auch ursächlich für den hohen PKW-Anteil (63,6 %). Dennoch decken überdurchschnittlich viele Knielingerinnen und Knielinger (85,2 %) ihren regelmäßigen Bedarf an Lebensmitteln im eigenen Stadtteil oder einem Nachbarstadtteil.

Die Situation hat sich aus Sicht der Befragten, durch die Verlagerung des Schwerpunkts der Nahversorgung trotz deutlicher Ausweitung der Verkaufsfläche, nur unwesentlich verbessert – 2006 bewerteten 50,7 % die Situation mit „gut“ und „sehr gut“, 2016 51,5 %. Angebotsdefizite äußern 30,8 % der Befragten. Davon vermissen 46,1 % einen Metzger, was sich direkt mit dem Befund der Schließung aller Metzgereien im Stadtteil in den letzten zehn Jahren deckt.

## NAHVERSORGUNG KNIELINGEN 2016



## OBERREUT














Oberreut hat seit der Fertigstellung des neuen Nahversorgungsstandortes am Badeniaplatz zwei Zentren für die Nahversorgung. Im Bereich des Julius-Leber-Platzes, dem eigentlichen Stadtteilzentrum, befinden sich ein Mix-Markt und ein Treff-3000 sowie weitere Geschäfte zur Nahversorgung. Dort findet freitags auch ein Wochenmarkt statt. Am Badeniaplatz hat 2012 ein EDEKA-Markt eröffnet. Das sonstige Angebot ist wenig ausdifferenziert. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 73,8 %. Von den 2.545 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 2.210 m<sup>2</sup> auf die drei Lebensmittelmärkte, 115 m<sup>2</sup> auf drei Bäckereien und 220 m<sup>2</sup> auf den Getränkemarkt. Die Veränderungen seit 2006 betreffen hauptsächlich den Bereich an der Rudolf-Breitscheid-Straße, der als Nahversorgungsstandort (Netto und Schlecker) inzwischen weggefallen ist. Damit fehlt dem Stadtteil derzeit ein Drogeriemarkt. Die von den 350 m<sup>2</sup> verbleibenden 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Drogerieartikel stellt die Abteilung des neuen EDEKA-Marktes.

Die Nahversorgungssituation in Oberreut ist, entsprechend der Kennziffern aus Tabelle 5.27, unterdurchschnittlich. Die jeweilige Zahl der Wohnberechtigten pro Drogerie, Apotheke, Post- und Bankfiliale ist im Vergleich zur Gesamtstadt höher. Die Bewohnerinnen und Bewohner im Stadtteil beurteilen die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften zu 66,4 % mit „gut“ und „sehr gut“, was in etwa dem Wert für Karlsruhe insgesamt entspricht. Eine Verbesserung in den letzten Jahren erkennen 41,4 % der Befragten. Die Versorgung mit Dienstleistungen wird ebenfalls ähnlich dem städtischen Durchschnitt bewertet („gut“ und „sehr gut“: 68,6 %). Der mittlere Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (9,7 Minuten) weicht ebenfalls kaum vom Wert für Karlsruhe ab. Der Anteil der Befragten, die ihre Lebensmittel überwiegend in eigenen oder Nachbarstadtteil einkaufen, liegt bei 82,8 %. Nur 40,8 % nutzen dafür das Fahrrad oder gehen zu Fuß, obwohl die geographische Lage der Geschäfte eine fußläufige Versorgung prinzipiell ermöglicht.

Der neue Nahversorgungsstandort am Badeniaplatz hat, wie erwartet, die Nahversorgungssituation verbessert. Das lässt sich unter anderem am Anteil der Befragten sehen, die die Situation mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten, da sich dieser von 51,4 % im Jahr 2006 auf 66,4 % im Jahr 2016 verbessert hat. Insbesondere die Bewohnerinnen und Bewohner in Oberreut-Feldlage profitieren von den neuen, nahegelegenen Einkaufsmöglichkeiten. Der Anteil der Befragten, die ihre Lebensmittel überwiegend im eigenen oder Nachbarstadtteil einkaufen, ist von 64,8 % im Jahr 2006 auf 82,8 % im Jahr

Tabelle 5.27

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT OBERREUT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.638	<b>2.210</b>	4	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	125	<b>115</b>	4	<b>3</b>
 Metzgerei	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	0	<b>220</b>	0	<b>1</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>1.763</b>	<b>2.545</b>	<b>8</b>	<b>7</b>
 Drogerie	350	<b>150</b>	2	<b>1</b>
 Apotheke	65	<b>65</b>	2	<b>2</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	3	<b>3</b>	3	<b>3</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bankfiliale	90	<b>72</b>	3	<b>4</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt 1x wöchentlich auf dem Marktplatz im Zentrum.

Tabelle 5.28

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG OBERREUT

	Oberreut		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	10.128	<b>9.639</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	53,5%	<b>73,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	5.064	<b>9.639</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	5.064	<b>4.820</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	10.128	<b>9.639</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	3.376	<b>2.410</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	51,4%	<b>66,4%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>41,4%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	76,1%	<b>68,6%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	64,8%	<b>82,8%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,70</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>40,8%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>39,7%</b>	31,1%

2016 gestiegen. Eine weitere Verbesserung wird der neue Markt am ehemaligen Standort in der Rudolf-Breitscheid-Straße bringen. Hier ist der Neubau eines Marktes mit 800 m<sup>2</sup> geplant. Außerdem könnte mit diesem dem häufig geäußerten

Wunsch nach einem weiteren Discounter entsprochen werden. Defizite im Lebensmittelangebot äußern nämlich 39,7 % der Befragten. Von ihnen vermissen 43,7 % einen Discounter und 28,2 % einen Metzger.

## NAHVERSORGUNG OBERREUT 2016



## HAGSFELD

Das Stadtteilzentrum von Hagsfeld erstreckt sich entlang der Karlsruher Straße zwischen Bahnhof und der Kreuzung Brückenstraße. Daneben gibt es einen Bäcker in der Meißener Straße und einen Penny-Markt im gewerblichen Sondergebiet Storrenacker. Im Sondergebiet befinden sich auch Märkte mit Angeboten für den aperiodischen und längerfristigen Bedarf. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 75,1 %, allerdings ist die Versorgung kaum flächendeckend. Von den 1.960 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel fallen 1.750 auf die beiden Lebensmittelmärkte, 85 m<sup>2</sup> auf vier Bäckereien und 30 m<sup>2</sup> auf den Metzger. Die Veränderungen zu 2006 sind gering und gehen hauptsächlich auf den Wegfall des Getränkemarktes zurück (siehe Tabelle 5.29).

Der bis dahin einzige Drogeriemarkt (Schlecker) existiert seit 2009 nicht mehr. Die weiteren Kennzahlen zur Nahversorgung in Tabelle 5.30 zeigen eine eher unterdurchschnittliche Versorgung. Lediglich die Anzahl an Wohnberechtigten je Postfiliale liegt leicht unterhalb des städtischen Durchschnitts.

Die punkthafte Versorgung des Stadtteils macht sich in der eher schlechten Bewertung der Einzelhandelsituation bemerkbar. Nur 39,5 % der Bewohnerinnen und Bewohner bewerten die Situation mit „gut“ und „sehr gut“ und nur 5,9 % sehen eine Verbesserung in den letzten Jahren. Der überwiegende Teil (76,0 %) ist zumindest der Meinung, die Situation sei gleich geblieben. Das ist angesichts der Tatsache, dass der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln zwischen 2006 und 2016 von 89,6 % auf 75,9 % abgenommen hat, als positiv zu sehen. Deutlich besser, aber immer noch unterdurchschnittlich, bewerten die Hagsfelderinnen und Hagsfelder die Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil („gut“ und „sehr gut“: 58,8 %). Mit der Versorgungslage haben sich die Bewohnerinnen und Bewohner arrangiert, denn 77,0 % decken den Bedarf an Lebensmitteln überwiegend im Stadtteil selbst oder einem Nachbarstadtteil. Der durchschnittliche Zeitaufwand dafür beträgt 10,5 Minuten.

Den Weg zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft legen 43,9 % der Befragten zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurück. Den eigenen PKW nutzen 50,8 %.

Defizite im Lebensmittelangebot äußern 32,2 % der Befragten. Von dieser Teilgruppe vermissen 34,8 % einen Bioladen. Außerdem bemängeln 25,8 % der Befragten, die Lebensmittelangebote vermissen, dass es in Hagsfeld keinen Wochenmarkt gibt, ein Fünftel wünscht sich einen Metzger. Obwohl die Versorgungslage gemessen an der Einwohnerzahl annehmbar erscheint, fällt das Votum der Bewohnerinnen und Bewohner eher schlecht aus. Die geäußerten Defizite lassen darauf schließen, dass das Angebot an Lebensmitteln in Hagsfeld verbesserungsbedürftig ist.

Tabelle 5.29

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT HAGSFELD














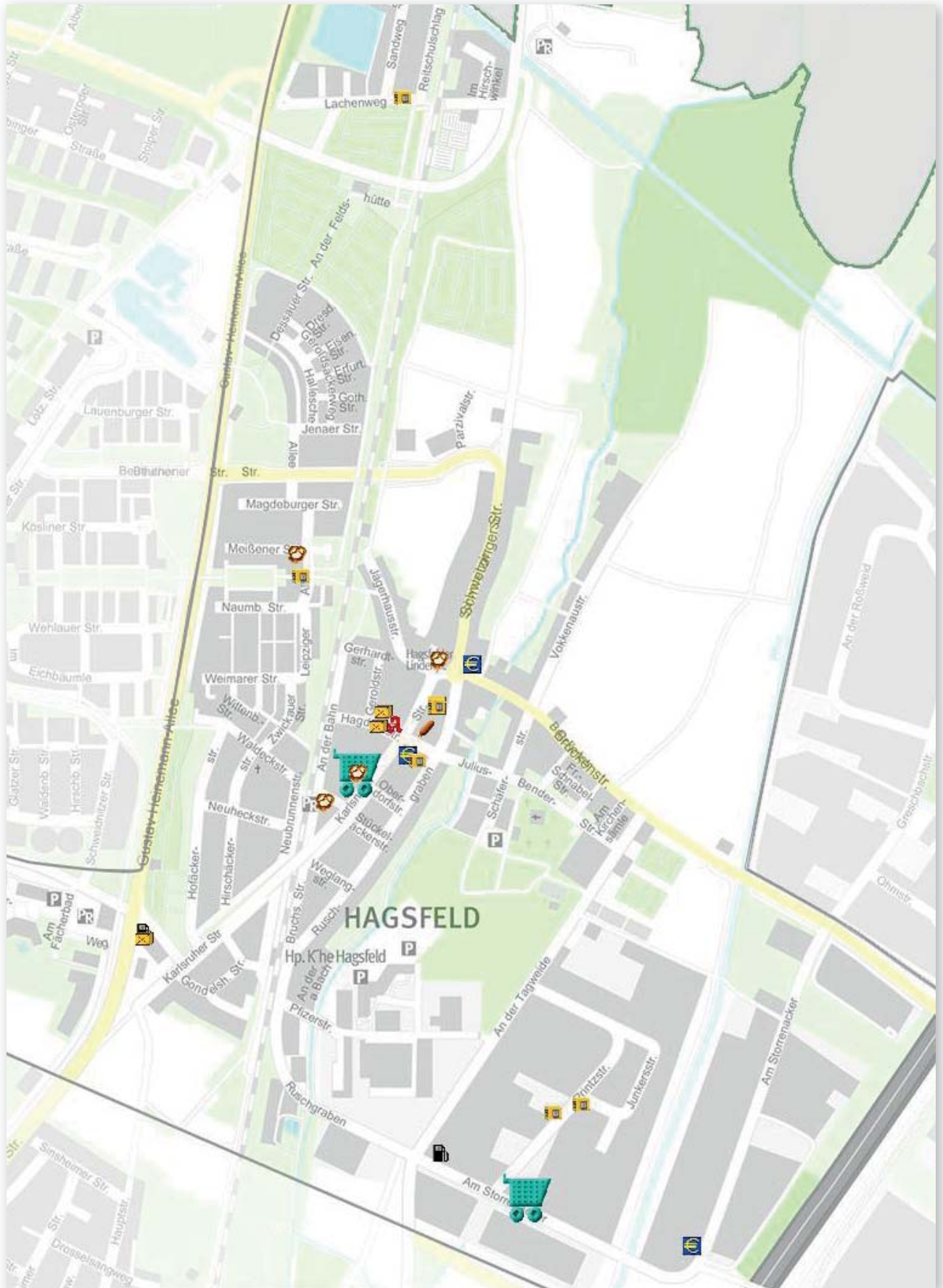
	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.750	<b>1.750</b>	2	<b>2</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	90	<b>85</b>	4	<b>4</b>
 Metzgerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	400	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Tank-Shop	95	<b>95</b>	2	<b>2</b>
Summe Lebensmittel	2.365	<b>1.960</b>	10	<b>9</b>
 Drogerie	100	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Apotheke	8	<b>8</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	4	<b>6</b>	4	<b>6</b>
 Paketshop/Packstation	5	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Bankfiliale	100	<b>80</b>	4	<b>3</b>

Tabelle 5.30

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG HAGSFELD

	Hagsfeld		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	7.368	<b>7.297</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	98,6%	<b>75,1%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	7.368	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	7.368	<b>7.297</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	7.368	<b>7.297</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.842	<b>2.432</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	31,4%	<b>39,5%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>5,9%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	56,0%	<b>58,8%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	27,5%	<b>77,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,50</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>43,9%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>32,2%</b>	31,1%

NAHVERSORGUNG HAGSFELD 2016



## GRÜNWETTERSACH

Die Geschäfte zur Nahversorgung in Grünwettersbach befinden sich im Ortskern, im Bereich der Straße Am Wettersbach und Zur Ziegelhütte. Hier befinden sich neben einer Metzgerei und einer Bäckerei auch ein Naturkostladen sowie eine Apotheke und zwei Bankfilialen. Ein Lebensmittelgeschäft mit vollem Sortiment fehlt allerdings. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt 2016 15,5 %. Von den 230 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 50 m<sup>2</sup> auf den Naturkostladen. Vom spezifischen Angebot abgesehen, kann der kleine Laden den Stadtteil und seine 4.160 Einwohner damit nicht versorgen. Den Rest teilen sich zwei Bäckereien, ein Metzger sowie eine Tankstelle. Die Veränderungen zu 2006 sind gering (siehe Tabelle 5.31). Bemerkbar macht sich nur der geschlossene Getränkemarkt.

Ein Drogeriemarkt fehlt in Grünwettersbach. Die weiteren Kennzahlen fallen auf Grund der niedrigen Einwohnerzahl vorteilhafter aus. Wie Tabelle 5.32 zeigt, hat sich die Ausstattung mit Postdienstleistungen verbessert.

Die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften beurteilen 29,9 % der Befragten mit „gut“ und „sehr gut“. Das stellt eine merkliche Verbesserung zu 2006 dar, als nur 13,3 % der Befragten mit „gut“ und „sehr gut“ urteilten. Eine Verbesserung bemerken allerdings nur 3,5 % der Bewohnerinnen und Bewohner. Mehr als die Hälfte (51,2 %) sind zwar der Meinung, die Versorgungslage sei gleich geblieben, allerdings sagen auch 45,3 % sie sei schlechter geworden. Deshalb überrascht es nicht, dass 33,8 % die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften mit „schlecht“ und „sehr schlecht“ und 36,3 % mit „befriedigend“ bewerten. Die Stadtteilorientierung fällt erwartungsgemäß unterdurchschnittlich aus: 35,3 % der Befragten decken ihren Bedarf an Lebensmittel überwiegend im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil. Auch dieser Wert hat sich gegenüber 2006 (59,1 %) verschlechtert. Viele Grünwettersbacherinnen und Grünwettersbacher (42,9 %) kaufen außerhalb von Karlsruhe, in Karlsbad und Waldbronn ein.

Der durchschnittliche Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 10,2 Minuten. Zum Einkaufen wird vorwiegend der eigene PKW genutzt (82,9 %), wobei auch 15,5 % zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen. Bestimmte Lebensmittelangebote vermissen 37,1 % der Befragten im Stadtteil. Auf Grund der geringen Datenbasis können keine genaueren Angaben dazu gemacht werden. Alles in allem deutet das aber darauf hin, dass der kleine Naturkostladen die Grundversorgung im Stadtteil nicht decken kann und ein Lebensmittelmarkt mit vollem Sortiment zur Verbesserung der Situation beitragen würde.

Um die Grundversorgung in Grünwettersbach zu verbessern, laufen derzeit die Planungen für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters.

Tabelle 5.31

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT GRÜNWETTERSACH

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
Lebensmittel	0	0	0	0
Lebensmittel spezial	50	50	1	1
Bäckerei	80	80	2	2
Metzgerei	40	40	1	1
Obst-/Gemüse	0	0	0	0
Getränkemarkt	150	0	1	0
Tank-Shop	60	60	1	1
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>380</b>	<b>230</b>	<b>6</b>	<b>5</b>
Drogerie	0	0	0	0
Apotheke	30	30	1	1
Postfiliale	0	5	0	1
Briefkasten	1	3	1	3
Paketshop/Packstation	0	10	0	2
Bankfiliale	120	121	2	3

Tabelle 5.32

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG GRÜNWETTERSACH

	Grünwettersbach		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	4.248	4.160	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	27,5%	15,5%	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	-	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	4.248	4.160	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	-	4.160	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.124	1.387	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	13,3%	29,9%	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	3,5%	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	68,9%	54,8%	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	59,1%	35,3%	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	10,20	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	15,5%	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	37,1%	31,1%

NAHVERSORGUNG GRÜNWETTERSBRACH 2016



## 5.6 ÜBRIGE STADTTEILE

### WESTSTADT














Die Weststadt ist nahezu vollständig mit Lebensmittelangeboten ausgestattet, jedoch konzentrieren sich die Standorte auf einen begrenzten Bereich zwischen Kaiserallee, Yorkstraße und Kriegsstraße. Auf dem Gutenbergplatz findet 3-mal wöchentlich ein Wochenmarkt statt. Im Gebiet nördlich der Kaiserallee (Weststadt – Mittlerer Teil) gibt es dagegen keine Lebensmittelgeschäfte. Für das Quartier westlich der Yorkstraße liegt der Nahkauf in der Gellertstraße (Mühlburg) in erreichbarer Nähe. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln beträgt 69,3 %. Die Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel beträgt 5.225 m<sup>2</sup>, wovon 4.193 m<sup>2</sup> auf sieben Lebensmittelmärkte und 460 m<sup>2</sup> auf sechs spezielle Lebensmittelgeschäfte entfallen. Die 18 Bäckereien kommen auf eine Verkaufsfläche von 422 m<sup>2</sup>. Zudem gibt es 4 Metzgereien. Im Vergleich zu 2006 hat sich die Zahl der Lebensmittelmärkte nicht verändert, wobei die Verkaufsfläche deutlich gestiegen ist (siehe Tabelle 5.33). Es sind jeweils zwei spezielle Lebensmittelgeschäfte und Bäckereien hinzugekommen. Von den 2006 noch drei Getränkemärkten existiert heute keiner mehr.

Im Vergleich zu 2006 fällt die drastisch gesunkene Zahl an Drogeriemärkten auf. Mit der Insolvenz von Schlecker 2012 wurde die letzte der vier Schlecker-Filialen geschlossen. Von 730 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Jahr 2006 sind 2016 nur noch die 50 m<sup>2</sup> der Drogerieabteilung des CAP Marktes geblieben. Auch die Zahl der Apotheken hat sich von 9 auf 6 reduziert. Die 2006 propagierte Wiederansiedelung von Postdienstleistungen ist umgesetzt, wie Tabelle 5.34 zu entnehmen ist.

Die Nahversorgungsangebote konzentrieren sich im östlichen Bereich des Stadtteils südlich der Kaiserallee. Die über den Stadtteil verteilten Drogeriemärkte sind weggefallen. Dennoch gilt der Stadtteil aus Bürgersicht nicht als unterversorgt. Der Anteil der Befragten, der das Angebot an Einzelhandelsgeschäften mit „gut“ oder „sehr gut“ bewertet, liegt bei überdurchschnittlichen 71,5 %, das Angebot an Dienstleistungen bewerten 77,3 % mit „gut“ oder „sehr gut“. Eine Verbesserung der Nahversorgungssituation sehen dagegen nur 15,4 % der Befragten und 26,3 % vermissen Lebensmittelangebote im Stadtteil.

Tabelle 5.33

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT WESTSTADT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	3.082	<b>4.193</b>	7	<b>7</b>
 Lebensmittel spezial	180	<b>460</b>	4	<b>6</b>
 Bäckerei	335	<b>422</b>	16	<b>18</b>
 Metzgerei	92	<b>110</b>	4	<b>4</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	320	<b>0</b>	3	<b>0</b>
 Tank-Shop	40	<b>40</b>	1	<b>1</b>
Summe Lebensmittel	4.049	<b>5.225</b>	35	<b>36</b>
 Drogerie	730	<b>50</b>	5	<b>1</b>
 Apotheke	250	<b>170</b>	9	<b>6</b>
 Postfiliale	0	<b>40</b>	0	<b>2</b>
 Briefkasten	12	<b>16</b>	12	<b>16</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>40</b>	0	<b>8</b>
 Bankfiliale	420	<b>241</b>	7	<b>5</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt auf dem Gutenbergplatz 3 x wöchentlich.

Tabelle 5.34

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG WESTSTADT

	Weststadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	20.644	<b>21.064</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	60,2%	<b>69,3%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	4.129	<b>21.064</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.294	<b>3.511</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	-	<b>10.532</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.949	<b>4.213</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	32,0%	<b>71,5%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>15,4%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	64,4%	<b>77,3%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	52,0%	<b>73,9%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,60</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>71,0%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>26,3%</b>	31,1%



Leicht unterdurchschnittlich (73,9 %) ist der Anteil der Bewohnerinnen und Bewohner der Weststadt, die ihre Lebensmitteleinkäufe direkt im Stadtteil oder Nachbarstadtteil erledigen. Im Vergleich zu 2006 (52 %) ist er allerdings gestiegen. Der Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt durchschnittlich 8,6 Minuten. Die Einkäufe erledigen die Befragten zu 71 % zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

Die Weststadt weist aus Sicht der Befragten keine echten Defizite auf. Angebotsseitig fällt das schmale Angebot an Drogeriewaren ins Auge. Westlich der Yorkstraße und nördlich der Kaiserallee sind (im Stadtteil) keine Lebensmittelgeschäfte vorhanden. Südlich der Weinbrennerstraße, im Bereich rechts und links der Kriegsstraße, sind die Wege zu Lebensmittelgeschäften länger als 500 m.

## NAHVERSORGUNG WESTSTADT 2016



## NORWESTSTADT

Die Nordweststadt ist mit einem guten Grundangebot der Lebensmittelversorgung ausgestattet. Auf dem Walther-Rathenau-Platz findet 2-mal wöchentlich ein Markt statt. Der Versorgungsgrad im Stadtteil liegt bei 78,9 %. Von den insgesamt 3.403 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfallen 2.608 m<sup>2</sup> auf drei Lebensmittelmärkte. Es gibt vier Bäckereien und zwei Getränkemärkte. Die Veränderungen im Vergleich zu 2006 zeigen vor allem einen deutlichen Zuwachs an Verkaufsfläche. Die Zahl der Metzgereien hat von drei auf nur noch eine abgenommen.














Die Kennzahlen der Nahversorgung deuten auf ein teilweise unzureichendes Angebot hin. Nur eine zentral gelegene Apotheke versorgt den gesamten Stadtteil. Mit der Schließung der beiden Schlecker-Märkte, ist die Verkaufsfläche für Drogerieartikel um zwei Drittel gesunken. Der Bedarf im Stadtteil wird nun nur noch von der Drogerieabteilung des REWE-Marktes gedeckt. Es gibt zwei Bank- und eine Postfiliale. Die Zahl der Wohnberechtigten je Angebot ist daher in allen Kategorien – insbesondere bei den Apotheken – überdurchschnittlich hoch (siehe Tabelle 5.35).

Die Situation der Nahversorgung hat sich im Vergleich zu 2006 deutlich verbessert. Der Versorgungsgrad ist von 58,0% (2006) auf 78,9 % (2016) gestiegen, was hauptsächlich durch die Ansiedlung des REWE-Marktes bewirkt wurde. Der neue Netto-Markt in der Neureuter Straße bringt einen erheblichen Zuwachs an Verkaufsfläche (+780 m<sup>2</sup>), der Penny-Markt hat seine Fläche von ehemals 300 m<sup>2</sup> auf 800 m<sup>2</sup> ausgebaut und der neue REWE-Markt (2013 eröffnet) überkompensiert den Wegfall des Plus-Marktes (400 m<sup>2</sup>) in der Josef-Schofer-Straße mit 1.030 m<sup>2</sup>. Der Anteil der Befragten, die das Angebot an Einzelhandelsgeschäften mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten (60,3 %) ist zwar ausbaufähig, jedoch sehen 43,2 % eine Verbesserung der Situation. Mit dem Angebot an Dienstleistungen im Stadtteil sind 58,7 % der Bewohnerinnen und Bewohner zufrieden (siehe Tabelle 5.36).

Die Standorte der Geschäfte liegen in Nord-Süd-Richtung recht zentral im Stadtteil, allerdings sind die Wege zum bevorzugten Lebensmittelgeschäft teilweise weit. Das macht sich in der Zeit bemerkbar, die durchschnittlich zum Einkaufen aufgewendet werden muss (10,1 Minuten) und in den unterdurchschnittlichen Anteil der Bewohnerinnen und Bewohner, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen (53,3 %). Trotzdem ist die Neigung im eigenen Stadtteil oder im Nachbarstadtteil einzukaufen höher (85,6 %) als in der Gesamtstadt (79,3 %). Defizite im Lebensmittelangebot äußern 31,8 % der Befragten in der Nordweststadt. Von ihnen wünschen sich 34,6 % einen Bioladen und 26,4 % einen Metzger.

Tabelle 5.35

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT NORDWESTSTADT

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.300	<b>2.608</b>	3	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>15</b>	0	<b>1</b>
 Bäckerei	145	<b>120</b>	5	<b>4</b>
 Metzgerei	95	<b>40</b>	3	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	585	<b>550</b>	3	<b>2</b>
 Tank-Shop	90	<b>70</b>	2	<b>2</b>
Summe Lebensmittel	2.215	<b>3.403</b>	16	<b>13</b>
 Drogerie	360	<b>120</b>	2	<b>1</b>
 Apotheke	40	<b>40</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>15</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	9	<b>13</b>	9	<b>11</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>5</b>	0	<b>1</b>
 Bankfiliale	210	<b>195</b>	5	<b>5</b>

Bemerkungen: Wochenmarkt Walther-Rathenau-Platz 2x wöchentlich.

Tabelle 5.36

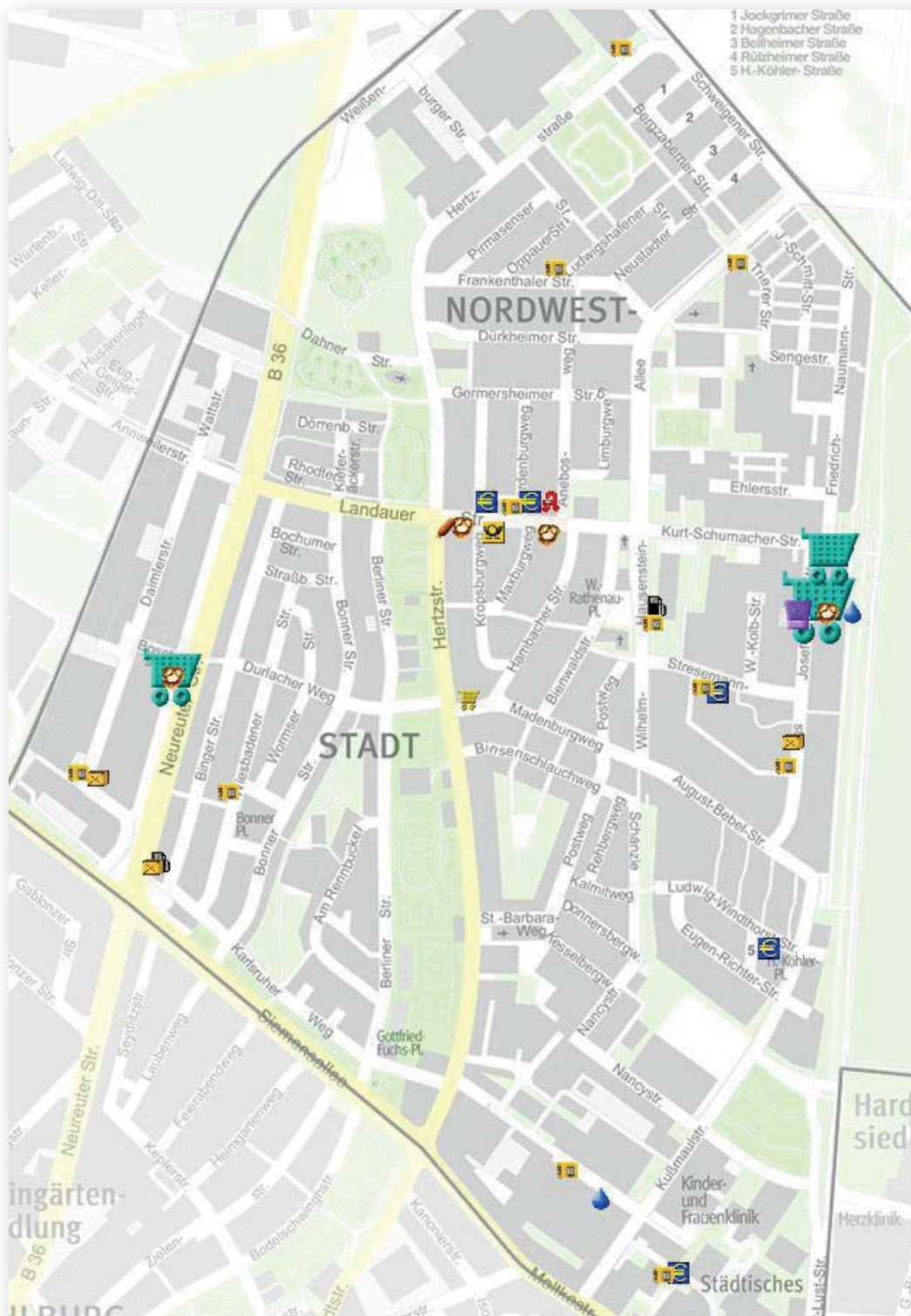
### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG NORDWESTSTADT

	Nordweststadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	11.733	<b>12.053</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	58,0%	<b>78,9%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	5.867	<b>12.053</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	11.733	<b>12.053</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	11.733	<b>12.053</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.347	<b>2.411</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	26,4%	<b>60,3%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>43,2%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	50,6%	<b>58,7%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	63,2%	<b>85,6%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,10</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>44,5%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>31,8%</b>	31,1%

Der Aufbau eines Nahversorgungsschwerpunktes in der Josef-Schofer-Straße, sowie die Verdoppelung der Lebensmittel-Verkaufsfläche insgesamt seit 2006, machen sich in der besseren Bewertung der Nahversorgungssituation

bemerkbar. Einige Wohnquartiere im Norden und Süden der Nordweststadt zum Beispiel Binsenschlauch und Lange Richtstatt liegen aber außerhalb der 500 m Radien der Lebensmittelmärkte.

## NAHVERSORGUNG NORDWESTSTADT 2016



## GRÜNWINKEL

In Grünwinkel ist das Nahversorgungsangebot von zwei großen Verbrauchermärkten (Kaufland in der Carl-Metz-Straße und HIT in der Durmersheimer Straße) geprägt. Standorte weiterer Discounter sind über den Stadtteil verteilt. Die Sondergebiete, in denen sich die Verbrauchermärkte befinden, bieten auch ein umfassendes Angebot an Gütern des aperiodischen und langfristigen Bedarfs. Mit Ausnahme des südlichen Teils der Alten Heidenstückersiedlung sind die Märkte gut zu Fuß erreichbar. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln im Stadtteil beträgt 343,1 %, das ist der höchste Wert unter den Karlsruher Stadtteilen. Die Versorgungsfunktion der großen Märkte strahlt damit auch weit in benachbarte Stadtteile aus. Von den insgesamt 13.353 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 11.932 m<sup>2</sup> auf zwei SB-Warenhäuser, sechs Lebensmittelmärkte und 40 m<sup>2</sup> auf zwei spezielle Lebensmittelgeschäfte. Im Stadtteil gibt es zudem drei Bäckereien und eine Metzgerei. Auf Getränke entfallen 1.126 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Veränderungen zu 2006 betreffen hauptsächlich die Bäckereien, deren Zahl sich bis 2016 halbiert hat. Die Zahl der Lebensmittelgeschäfte hat sich um drei erhöht.














Obwohl die Anzahl an Drogeriemärkten um eins abgenommen hat, hat sich die Verkaufsfläche von 1.310 m<sup>2</sup> auf 2.113 m<sup>2</sup> erhöht. Es gibt nach wie vor nur eine Apotheke im gesamten Stadtteil, was sich in der überdurchschnittlich hohen Zahl an Wohnberechtigten je Apotheke niederschlägt. Die Ausstattung mit Postdienstleistungen ist in den letzten zehn Jahren allerdings besser geworden. Die jeweiligen Werte der Wohnberechtigten je Drogeriemarkt, Postfiliale und Bankfiliale liegen – teilweise deutlich – unterhalb des Karlsruher Durchschnitts (siehe Tabelle 5.38).

Die Zufriedenheit im Stadtteil mit der Ausstattung an Einzelhandelsgeschäften ist – mit 81,1 % der Befragten, die diese mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten – hoch und 58,8 % der Bewohnerinnen und Bewohner konnten in den letzten Jahren eine Verbesserung erkennen. Die Bewertung

der Ausstattung mit Dienstleistungen fällt dagegen leicht unterdurchschnittlich aus („gut“ und „sehr gut“: 64,5 %). Der Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft ist mit 7,1 Minuten sehr gering. Allerdings nutzen über die Hälfte (50,9 %) der Befragten dafür den eigenen PKW (50,9 %). Erwartungsgemäß ist der Anteil derer, die zu Fuß oder mit dem Fahrrad einkaufen geringer (41,6 %). Der hohe Versorgungsgrad spiegelt sich auch in der Stadtteilorientierung wieder. Im eigenen Stadtteil oder im Nachbarstadtteil decken 90,8 % der Befragten ihren regelmäßigen Bedarf an Lebensmitteln.

Tabelle 5.37

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT GRÜNWINKEL

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	9.180	<b>11.932</b>	6	<b>8</b>
 Lebensmittel spezial	20	<b>40</b>	1	<b>2</b>
 Bäckerei	155	<b>110</b>	6	<b>3</b>
 Metzgerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	650	<b>1126</b>	3	<b>3</b>
 Tank-Shop	100	<b>115</b>	2	<b>3</b>
Summe Lebensmittel	10.135	<b>13.353</b>	19	<b>20</b>
 Drogerie	1.310	<b>2.113</b>	6	<b>5</b>
 Apotheke	40	<b>40</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>50</b>	1	<b>3</b>
 Briefkasten	9	<b>17</b>	9	<b>15</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>20</b>	0	<b>4</b>
 Bankfiliale	202	<b>143</b>	6	<b>6</b>

Bemerkungen: Hit-Markt und Kaufland beherrschend. Neues Zentrum (Ecke Durmersheimer/Zepelinstr.). Wochenmarkt 1 x wöchentlich auf dem Gelände der Hatz-Moninger Brauerei.

Tabelle 5.38

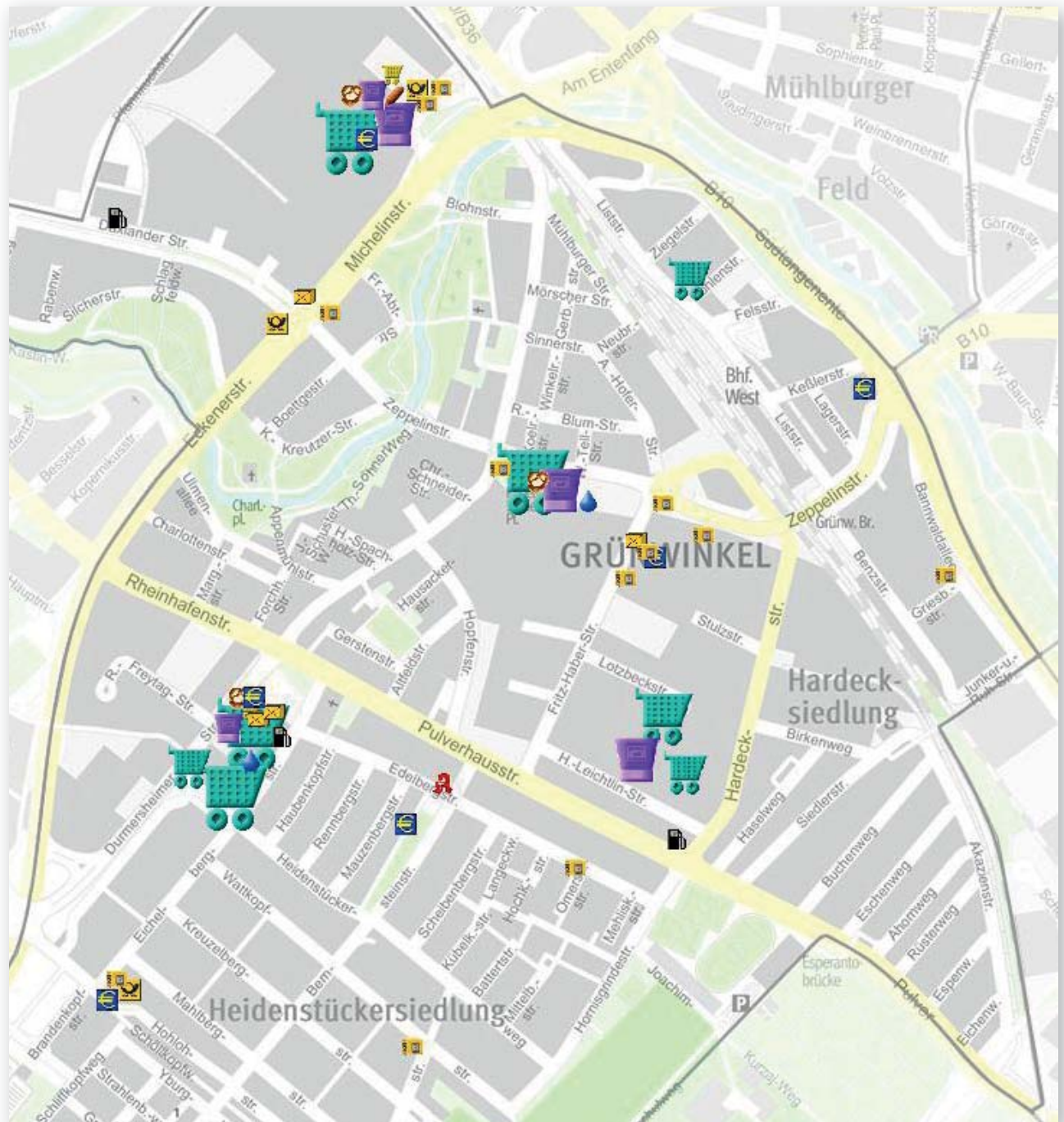
### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG GRÜNWINKEL

	Grünwinkel		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	10.681	<b>10.878</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	291,3%	<b>343,1%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	1.780	<b>2.176</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	10.681	<b>10.878</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	10.681	<b>3.626</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.780	<b>1.813</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	44,9%	<b>81,1%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>58,8%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	44,7%	<b>64,5%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	90,9%	<b>90,8%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>7,10</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>41,6%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>24,1%</b>	31,1%

Defizite im Lebensmittelangebot sehen dennoch rund ein Viertel (24,1 %) der Bewohnerinnen und Bewohner. Diese vermissen vor allem einen Metzger (41,2 %) und einen Bäcker (24,6 %). Beides korrespondiert mit der derzeitigen

räumlichen Struktur des Angebots, denn die einzige Metzgerei liegt am nördlichen Rande des Stadtteils (Carl-Metz-Straße) und der Süden und Südosten des Stadtteils liegt mehr als 500 m von den Bäckereien entfernt.

## NAHVERSORGUNG GRÜNWINKEL 2016



## BEIERTHEIM-BULACH

Die Einzelhandelssituation in Beiertheim-Bulach zeigt sich dezentral räumlich ausdifferenziert. Die Verkaufsfläche für Lebensmittel konzentriert sich auf das Sondergebiet Unterweingartenfeld im Nordwesten, um den großen real-Verbrauchermarkt (2.400 m<sup>2</sup>) in der Ortenbergstraße. In integrierter Lage sind – neben einem Hofladen und einem Getränkemarkt in Bulach sowie einem Metzger und einem Aldi-Discounter in Beiertheim – noch fünf über den Stadtteil verteilte Bäckereien vorhanden. Beiertheim wird teilweise durch den Nahkauf in der Südweststadt mitversorgt. Der Stadtteil verfügt über eine sehr gute Ausstattung, denn der Versorgungsgrad ist mit 210,8 % doppelt so hoch wie im städtischen Durchschnitt. Die Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel beträgt 5.365 m<sup>2</sup>, wovon allein 4.460 m<sup>2</sup> auf die insgesamt drei Lebensmittelmärkte entfallen (siehe Tabelle 5.39). Die Veränderungen seit 2006 sind nicht sehr ausgeprägt und gehen auf den neuen Getränkemarkt im Zentrum von Bulach (200 m<sup>2</sup>) und den neuen Aldi (1.200 m<sup>2</sup>) in der Ortenbergstraße zurück. Nach der Schließung der Schlecker-Filiale in Beiertheim verbleibt als Drogeriemarkt im Stadtteil nur die entsprechende Abteilung des real-Marktes.

Im Stadtteil gibt es nur eine Apotheke, was sich in einer eher ungünstigen Kennziffer niederschlägt (siehe Tabelle 5.40). Davon abgesehen, gilt der Stadtteil mit zwei Postfilialen als gut versorgt, denn auch die Anzahl der Wohnberechtigten je Drogerie und Bank-Filiale liegt leicht unter dem Karlsruher Durchschnitt. Die Bewertung der Einzelhandelssituation liegt bei 68,9 % für „gut“ und „sehr gut“. Eine Verbesserung der Situation in den letzten Jahren konnten 21,7 % der Befragten erkennen. Die Ausstattung mit Dienstleistungen wird von 53,0 % der Befragten als „gut“ und „sehr gut“ bewertet und damit schlechter als in Karlsruhe insgesamt („gut“ und „sehr gut“ 69,1 %). Der durchschnittliche Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 8,5 Minuten.

Über die Hälfte der Befragten (57,6 %) nutzt dafür das Fahrrad oder geht zu Fuß. In dem hohen Anteil der Bewohnerinnen und Bewohner (87,0 %), die regelmäßig im eigenen oder einem Nachbarstadtteil einkaufen, spiegelt sich die gute Versorgungslage innerhalb des Stadtteils wider, auch wenn sich die Lebensmittelgeschäfte nicht immer in fußläufiger Entfernung befinden.

Es ist wenig überraschend, dass die Bewohnerinnen und Bewohner in Beiertheim-Bulach häufiger in einem großen Verbrauchermarkt einkaufen („1-mal pro Woche“: 34,8 %) als die Karlsruherinnen und Karlsruhe insgesamt (16,1 %).

Tabelle 5.39

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT BEIERTHEIM-BULACH














	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.860	<b>4.460</b>	2	<b>3</b>
 Lebensmittel spezial	510	<b>35</b>	2	<b>2</b>
 Bäckerei	167	<b>172</b>	6	<b>6</b>
 Metzgerei	18	<b>18</b>	1	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	400	<b>600</b>	1	<b>2</b>
 Tank-Shop	80	<b>80</b>	1	<b>1</b>
Summe Lebensmittel	4.035	<b>5.365</b>	13	<b>15</b>
 Drogerie	380	<b>200</b>	2	<b>1</b>
 Apotheke	40	<b>40</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>40</b>	1	<b>2</b>
 Briefkasten	4	<b>6</b>	4	<b>6</b>
 Paketshop/Packstation	5	<b>15</b>	1	<b>3</b>
 Bankfiliale	200	<b>151</b>	4	<b>5</b>

Tabelle 5.40

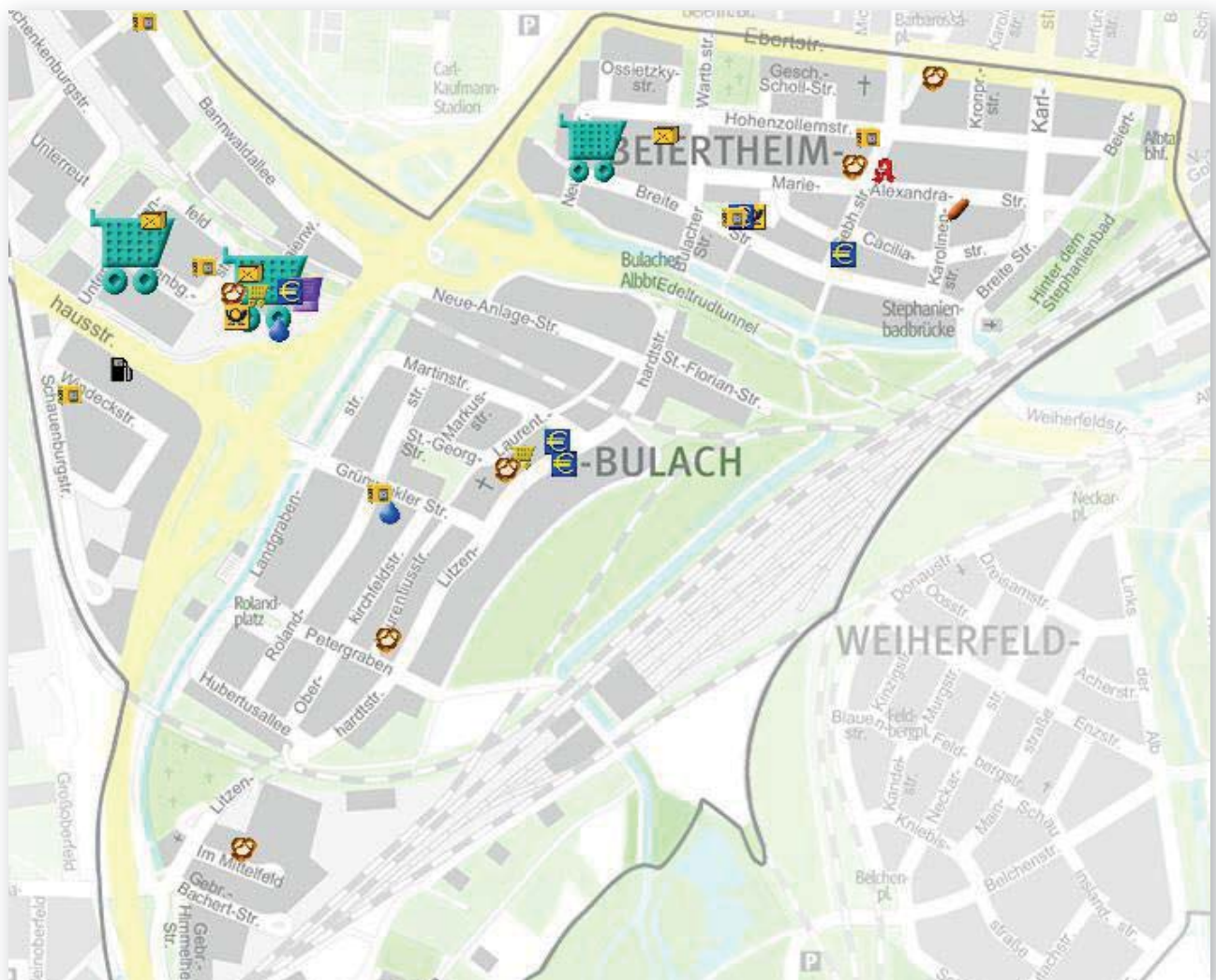
### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG BEIERTHEIM-BULACH

	Beiertheim-Bulach		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	6.860	<b>7.114</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	180,6%	<b>210,8%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	3.430	<b>7.114</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	6.860	<b>7.114</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	6.860	<b>3.557</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.715	<b>1.423</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	50,0%	<b>68,9%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>21,7%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	58,0%	<b>53,0%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	76,0%	<b>87,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>8,50</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>57,6%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>52,4%</b>	31,1%

In Supermärkten mit vollem Sortiment kaufen sie seltener ein („mehrmals pro Woche“: 12,7 % gegenüber 34,1 % im städtischen Durchschnitt), was angesichts der Tatsache, dass es im Stadtteil keinen gibt, nicht verwundert. Trotz der rechnerisch guten Versorgungslage bemängelt mehr als jeder zweite Befragte (52,4 %) Defizite im Lebensmittelangebot. Von dieser Teilgruppe geben 33,6 % an, dass ihnen ein

Bioladen fehlt und 22,0 % vermissen einen Metzger, weitere 14,1 % einen Wochenmarkt und 11,1 % einen Drogeriemarkt. Die Angebotslage in integrierten Lagen zu verbessern und den Wünschen der Bewohnerinnen und Bewohner nachzukommen, dürfte angesichts der großen Märkte im Nordwesten des Stadtteils und der im Verhältnis dazu geringen Einwohnerzahl (7.114 Wohnberechtigte) kaum realisierbar sein.

## NAHVERSORGUNG BEIERTHEIM-BULACH 2016



## WEIHERFELD-DAMMERSTOCK














Die Versorgung mit Lebensmitteln ist in Weiherfeld-Dammerstock insgesamt unzureichend. Im gesamten Stadtteil gibt es nur ein kleines Lebensmittelgeschäft mit vollem Sortiment, welches sich auch noch am östlichen Rand, in der Nähe der Haltestelle Dammerstock, befindet. Die vorhandenen Geschäfte bieten aber insbesondere der älteren Bevölkerung fußläufig ein nahegelegenes Angebot, das durch den gebotenen Lieferservice noch ergänzt wird. Entlang der Nürnberger Straße befinden sich weitere Geschäfte zur Nahversorgung. Der Versorgungsgrad im Stadtteil beträgt nur 20,3 %. Von den 446 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel fallen 170 m<sup>2</sup> auf zwei Lebensmittelgeschäfte, 20 m<sup>2</sup> auf ein Geschäft mit speziellem Lebensmittelangebot, 90 m<sup>2</sup> auf vier Bäckereien, 56 m<sup>2</sup> auf die beiden Metzgereien und weitere 30 m<sup>2</sup> auf einen Obst- und Gemüsestand. Die Struktur hat sich seit 2006 im Wesentlichen nicht verändert, wie Tabelle 5.41 zeigt.

Von 2006 noch zwei Drogeriemärkten existiert heute keiner mehr. Die übrigen Kennziffern zur Nahversorgung fallen unterschiedlich aus (siehe Tabelle 5.42). Die Zahl der Wohnberechtigten je Apotheke und Bank-Filiale liegt über dem städtischen Durchschnitt, die je Post-Filiale darunter. Die Bewertung des Einzelhandelsangebots fällt sehr schlecht aus. Nur 18,7 % der Befragten bewerten dieses mit „gut“ und „sehr gut“. Dagegen bewerten 35,3 % der Befragten die Situation mit „schlecht“ und „sehr schlecht“. Immerhin 9,3 % konnten eine Verbesserung in den letzten Jahren feststellen, allerdings geben 47,9 % an, dass sich die Situation verschlechtert habe. Besser, aber immer noch schlechter als im Karlsruher Durchschnitt, wird das Angebot an Dienstleistungen im Stadtteil bewertet („gut“ und „sehr gut“: 44,7 %). Auch hier geben deutlich mehr Befragte an, dass die Situation schlechter geworden sei (29,1 %;

Karlsruhe insgesamt 12,4 %). Die Stadtteilorientierung bei regelmäßigen Lebensmitteleinkäufen liegt bei nur 44,7 %. Das dünne Angebot an Lebensmittelgeschäften schlägt sich auch in der verhältnismäßig langen Zeit (14,5 Minuten) nieder, die die Befragten zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft benötigen. Wenig überraschend ist der niedrige Anteil derer, die dorthin zu Fuß oder mit dem Fahrrad kommen (27,9 %). Eine deutliche Mehrheit (62,9 %) nutzt den eigenen PKW zum Einkaufen.

Tabelle 5.41

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT WEIHERFELD-DAMMERSTOCK

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	170	<b>170</b>	2	<b>2</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>20</b>	0	<b>1</b>
 Bäckerei	86	<b>90</b>	4	<b>4</b>
 Metzgerei	66	<b>56</b>	2	<b>2</b>
 Obst-/Gemüse	20	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Getränkemarkt	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Tank-Shop	80	<b>80</b>	1	<b>1</b>
Summe Lebensmittel	422	<b>446</b>	10	<b>11</b>
 Drogerie	308	<b>0</b>	2	<b>0</b>
 Apotheke	74	<b>40</b>	3	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	3	<b>4</b>	3	<b>4</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bankfiliale	180	<b>120</b>	3	<b>2</b>

Bemerkungen: Versorgung wird bestimmt durch dezentralen Real.

Tabelle 5.42

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG WEIHERFELD-DAMMERSTOCK

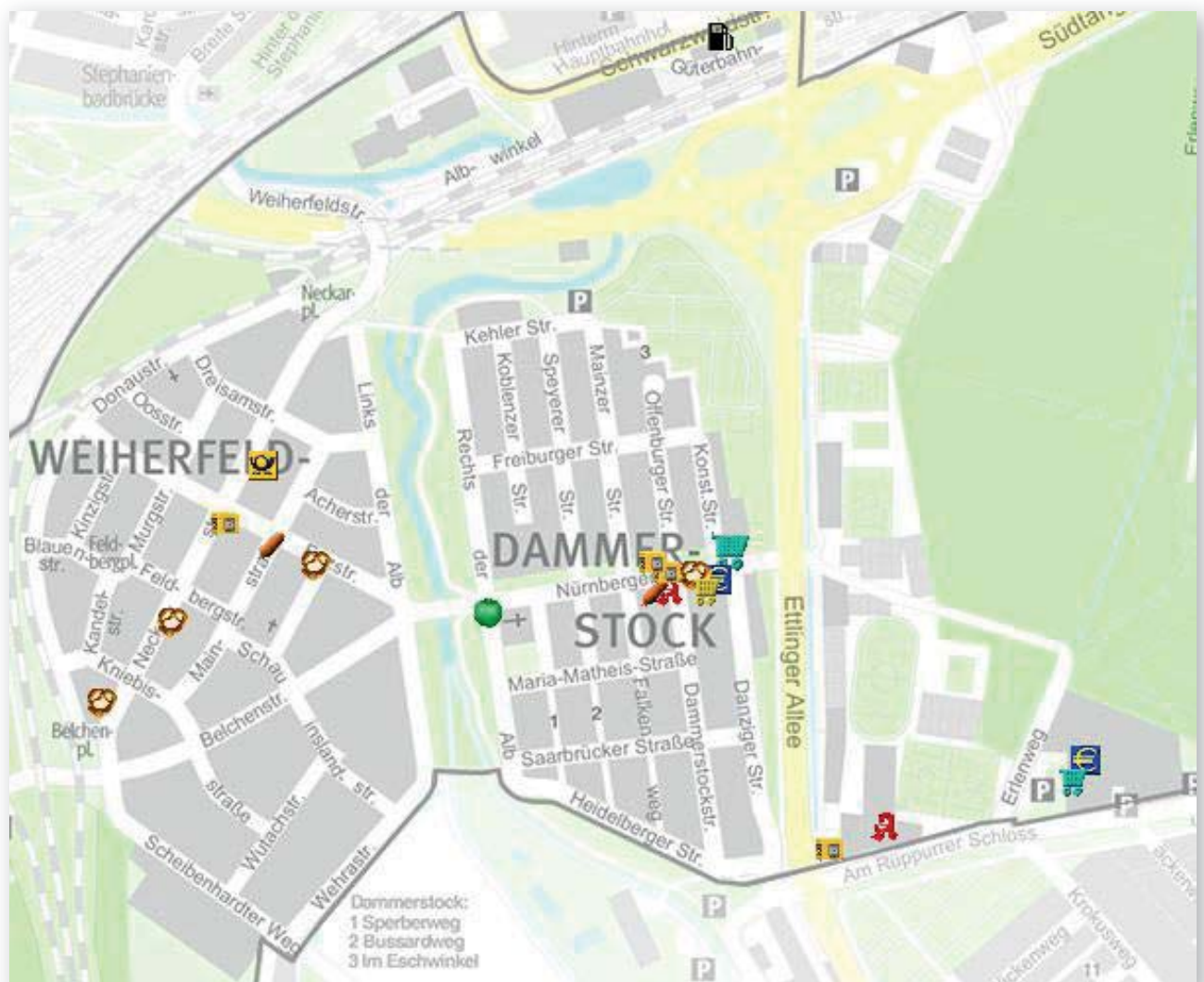
	Weiherfeld-Dammerstock		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	6.456	<b>6.145</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	20,1%	<b>20,3%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	3.228	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.152	<b>6.145</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	6.456	<b>6.145</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	2.152	<b>3.073</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	6,7%	<b>18,7%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>9,3%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	28,9%	<b>44,7%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	40,9%	<b>45,5%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>14,50</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>27,9%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>53,2%</b>	31,1%



Auffallend viele Bewohnerinnen und Bewohner von Weiherfeld-Dammerstock kaufen nicht im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil ein, sondern in einem anderen Karlsruher Stadtteil (32,0 %; Karlsruhe insgesamt: 8,7 %). Defizite im Nahversorgungsangebot äußern 53,2 % der Befragten. Von denen, die Angebote in der Nahversorgung vermissen, wünschen sich 33,9 % der Befragten einen

Supermarkt und 30,9 % einen Discounter. An dritter Stelle folgt ein Drogeriemarkt, den 16,4 % dieser Befragten vermissen. Angesichts der geringen Einwohnerzahl und mangels geeigneter Flächen wird ein weiterer Lebensmittelmarkt in Weiherfeld-Dammerstock allein kaum realisierbar sein.

## NAHVERSORGUNG WEIHERFELD-DAMMERSTOCK 2016



## RINTHEIM














In Rintheim konzentriert sich das Lebensmittelangebot in starkem Maß auf den Standort des real-Verbrauchermarktes im Süden. Dort sind auch große Märkte für Güter des aperiodischen Bedarfs zu finden. In integrierter Lage gibt es im Stadtteil, außer einem Bäcker und einem Getränkemarkt, keine Lebensmittelgeschäfte. Der Versorgungsgrad von 213,3 % täuscht deshalb über die tatsächliche Situation im Stadtteil hinweg. Der Bereich südwestlich von Weinweg und Forststraße liegt zwar in 500 m Luftlinienentfernung zu den Lebensmittelgeschäften in der Theodor-Rehbock-Straße (Oststadt), jedoch stellt der Ostring eine gewisse Barriere mit Trennwirkung dar. Von der Gesamtverkaufsfläche von 4.656 m<sup>2</sup> für Lebensmittel nimmt der real-Markt – als einziger Lebensmittelmarkt im Stadtteil – 4.042 m<sup>2</sup> ein. Dessen Getränkeabteilung kommt auf 400 m<sup>2</sup>. Den Rest teilen sich die anderen Märkte entsprechend Tabelle 5.43. Die Veränderungen zu 2006 betreffen die ehemaligen integrierten Standorte im Bereich Hirtenweg und Mannheimer Straße sowie Heilbronner Straße, an denen heute neben einer Bäckerei nur noch eine Apotheke und Einrichtungen mit Dienstleistungen zur Nahversorgung vorhanden sind. Der Standort Heilbronner Straße ging mit der Schließung der Bäckereifiliale 2015 verloren. Der dortige Drogeriemarkt (Schlecker) ist bereits seit 2011 geschlossen.

Die Kennzahlen zur Nahversorgung des gesamten Stadtteils fallen, wie Tabelle 5.44 zeigt, gut aus. Die jeweilige Zahl an Wohnberechtigten je Apotheke, Drogerie, Post- und Bankfiliale liegt unterhalb des Karlsruher Durchschnitts. Allerdings spiegeln auch diese Werte nicht die räumliche Konzentration auf das Sondergebiet an der Durlacher Allee im Süden des Stadtteils wieder. Die Einschätzung des Einzelhandelsangebots durch die Bewohnerinnen und Bewohner fällt entsprechend schlechter aus. Weniger als

die Hälfte (48,3 %) bewerten dieses mit „gut“ und „sehr gut“ und 28,2 % sogar mit „schlecht“ und „sehr schlecht“. Eine Verbesserung der Situation in den letzten Jahren sehen aber immerhin 16,0 % der Befragten. Die Bewertung der Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil fällt ebenfalls unterdurchschnittlich aus. Nur 52,1 % der Befragten bewerten diese mit „gut“ und „sehr gut“. Mit 10,4 Minuten brauchen die Rintheimerinnen und Rintheimer etwas mehr Zeit, um zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft zu kommen. Auf

Tabelle 5.43

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT RINTHEIM

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	2.980	<b>4.042</b>	3	<b>1</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>20</b>	0	<b>1</b>
 Bäckerei	150	<b>90</b>	4	<b>2</b>
 Metzgerei	102	<b>40</b>	1	<b>2</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	64	<b>464</b>	1	<b>2</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	3.296	<b>4.656</b>	9	<b>8</b>
 Drogerie	500	<b>300</b>	2	<b>1</b>
 Apotheke	116	<b>116</b>	2	<b>2</b>
 Postfiliale	40	<b>40</b>	2	<b>2</b>
 Briefkasten	6	<b>7</b>	6	<b>7</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>10</b>	0	<b>2</b>
 Bankfiliale	200	<b>113</b>	4	<b>6</b>

Bemerkungen: Versorgungsquote wird rechnerisch durch Real bestimmt. Starke Rolle der Märkte am Ostring (Oststadt).

Tabelle 5.44

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG RINTHEIM

	Rintheim		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	5.948	<b>6.100</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	170,1%	<b>213,3%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	2.974	<b>6.100</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.974	<b>3.050</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	2.974	<b>3.050</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.487	<b>1.017</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	30,2%	<b>48,3%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>16,0%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	53,5%	<b>52,1%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	69,8%	<b>76,0%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>10,40</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>37,1%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>44,6%</b>	31,1%

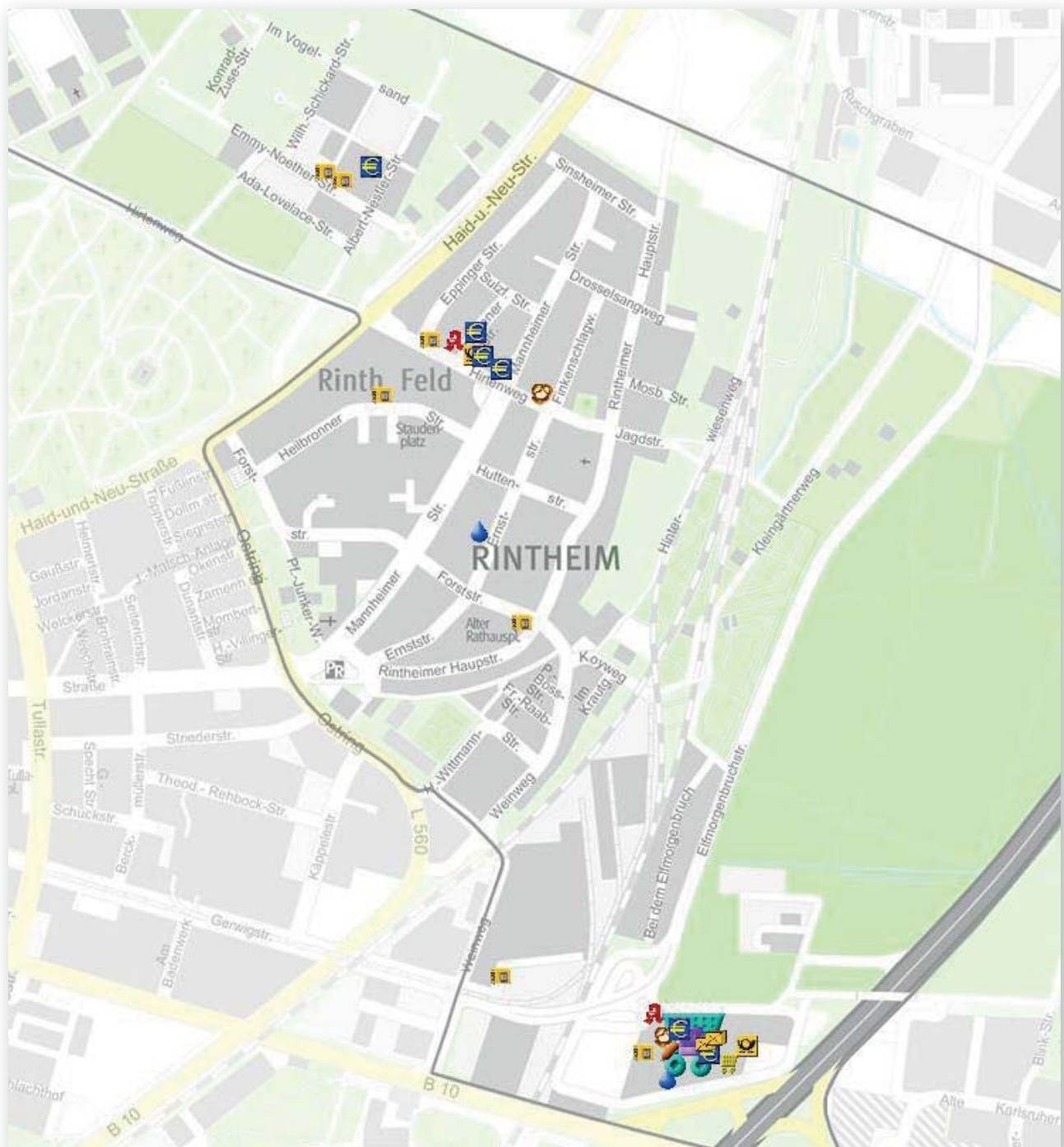
Grund der dünnen Versorgungslage nahe der Wohngebiete, ist es nicht verwunderlich, dass nur 37,1 % der Befragten ihre regelmäßigen Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen und 51,4 % mit dem eigenen PKW.

Fast die Hälfte der Befragten gibt an, Lebensmittelangebote im Stadtteil zu vermissen. Die meisten von ihnen (27,0 %) nennen einen Metzger, 26,4 % einen Bäcker und 19,2 % bemängeln das Fehlen eines Supermarkts. Angesichts der

Schließung eben dieser Geschäftstypen an den beiden ehemaligen zentralen Standorten im Stadtteil, sind diese Äußerungen zu erwarten gewesen. Im Neubauprojekt der VOLKSWOHNUNG GmbH an der Forststraße ist ein neuer Marktstandort vorgesehen.

Im Juli 2017 konnte durch die Eröffnung des CAP Marktes sowie einer Bäckerei und einer Metzgerei in der Forststraße diese Versorgungslücke in Rintheim geschlossen werden.

## NAHVERSORGUNG RINTHEIM 2016



## STUPFERICH

Neben einem Bäcker, einem Metzger und einem kleinen Lebensmittelladen (Landmarkt) mit Getränkeabteilung gibt es in Stupferich keine Geschäfte zur Versorgung mit Lebensmitteln. Entsprechend niedrig ist der Versorgungsgrad im Stadtteil mit Lebensmitteln (17,3 %). Von den 2016 vorhandenen 175 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel entfallen 60 m<sup>2</sup> auf den Landmarkt, weitere 60 m<sup>2</sup> auf dessen Getränkeabteilung, und weitere 55 m<sup>2</sup> Bäckerei und Metzgerei. Seit 2006 wurden eine Metzgerei und eine Bäckerei geschlossen (siehe Tabelle 5.45). Weitere Veränderungen betreffen die seit 2011 geschlossene Schlecker-Filiale. Sie leistete einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung im Ortskern. Die anderweitigen Kennzahlen der Nahversorgung fallen sehr gut aus (siehe Tabelle 5.46), was allerdings an der geringen Einwohnerzahl von 2.827 (Stand 2016) liegt.

Die dünne Versorgungslage spiegelt sich in der Bewertung der Nahversorgung sehr deutlich wieder. Mit 9,7 % der Befragten, die das Angebot an Einzelhandelsgeschäften mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten, hat Stupferich den geringsten Wert unter den Karlsruher Stadtteilen. Der überwiegende Anteil (69,7 %) sieht die Situation „schlecht“ und „sehr schlecht“. Zwar geben 2,3 % der Befragten an, die Situation sei in den letzten Jahren besser geworden, dem gegenüber stehen aber 77,5 %, die eine Verschlechterung sehen. Das ist angesichts der Schließung der Schlecker-Filiale und dem Rückgang des Versorgungsgrades mit Lebensmitteln im Stadtteil von 26,1 % im Jahr 2006 auf 17,5 % im Jahr 2016 nachvollziehbar. Die Versorgung mit Dienstleistungen fällt deutlich besser aus: 57,0 % bewerten diese mit „gut“ und „sehr gut“.

Der Anteil derer, die ihren Lebensmittelbedarf überwiegend im Stadtteil decken, liegt bei nur 10,2 %. Die meisten Bewohnerinnen und Bewohner Stupferichs kaufen somit nicht im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil ein. Sie orientieren sich in Richtung von Standorten außerhalb Karlsruhes (67,8 %), meist nach Waldbronn und Karlsbad. Die durchschnittliche Zeit zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 19,6 Minuten, soviel wie in














keinem anderen Stadtteil. Wenig überraschend, beträgt der Anteil derer, die ihre regelmäßigen Einkäufe zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigen, nur 6,8 %. Mit dem eigenen PKW fahren 79,3 % zum Einkaufen.

Defizite im Lebensmittelangebot äußern 67,6 % der Befragten. Die meisten von ihnen (59,9 %) nennen einen Supermarkt, gefolgt von einem Metzger mit 34,6 %<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Die Werte sind wegen der geringen Datenbasis nur eingeschränkt aussagekräftig.

Tabelle 5.45

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT STUPFERICH

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	60	<b>60</b>	1	<b>1</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	65	<b>30</b>	2	<b>1</b>
 Metzgerei	60	<b>25</b>	2	<b>1</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	60	<b>60</b>	1	<b>1</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	245	<b>175</b>	6	<b>4</b>
 Drogerie	250	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Apotheke	40	<b>40</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	4	<b>4</b>	4	<b>4</b>
 Paketshop/Packstation	5	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Bankfiliale	140	<b>140</b>	3	<b>3</b>

Bemerkungen: Weiterer Lebensmittelhandel aufgrund der Bevölkerungszahlen nicht tragfähig. Liegt im Einzugsbereich von Waldbronn und Karlsbad.

Tabelle 5.46

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG STUPFERICH

	Stupferich		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	2.879	<b>2.827</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	26,1%	<b>17,3%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	2.879	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	2.879	<b>2.827</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	2.879	<b>2.827</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	960	<b>942</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	11,9%	<b>9,7%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>2,3%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	73,8%	<b>57,0%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	7,3%	<b>10,2%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>19,60</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>6,8%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>67,6%</b>	31,1%

NAHVERSORGUNG STUPFERICH 2016



## HOHENWETTERSACH

Das Nahversorgungsangebot in Hohenwettersbach besteht aus einer Bäckerei und einer Metzgerei. Ein Lebensmittelgeschäft mit einem Angebot zur Grundversorgung gibt es nicht. Entsprechend gering ist der Versorgungsgrad von 9 %, dem niedrigsten Wert in Karlsruhe. Für 2016 sind 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für Lebensmittel erfasst, wovon 40 m<sup>2</sup> auf eine Weinhandlung und jeweils 30 m<sup>2</sup> auf die Bäckerei und den Metzger entfallen. Veränderungen zu 2006 (siehe Tabelle 5.47) beschränken sich auf die Schließung der beiden Getränkemärkte und die Eröffnung eines Weinladens.

Es gibt im Stadtteil keine Apotheke und keinen Drogeriemarkt. Auf Grund der geringen Einwohnerzahl von 3.099 (Stand 2016), liegen die Zahlen an Wohnberechtigten je Post- und Bankfiliale unterhalb des Karlsruher Durchschnitts.

Die Einschätzung des Angebots an Einzelhandelsgeschäften im Stadtteil fällt entsprechend schlecht aus. Nur 11,8 % der Befragten beschreiben diese mit „gut“ und „sehr gut“, was im Vergleich zu 2006 („gut“ und „sehr gut“ 2,2 %) immerhin eine Verbesserung darstellt. Dagegen bewerten 71,7 % das Angebot an Einzelhandelsgeschäften mit „schlecht“ und „sehr schlecht“. Aus Sicht der Befragten hat sich die Situation in den letzten Jahren kaum verändert: 79,5 % der Bewohnerinnen und Bewohner sehen weder einer Verschlechterung noch eine Verbesserung, obwohl sich der Versorgungsgrad von 17,9 % auf 9,1 % verringert hat. Die Versorgung mit Dienstleistungen wird ähnlich schlecht gesehen. Mit 17,5 % der Befragten, die diese mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten, liegt Hohenwettersbach weit unter dem Karlsruher Durchschnitt (69,1 %) und über die Hälfte (50,7 %) bewertet sie mit „schlecht“ und „sehr schlecht“. Der Anteil derer, die ihre Lebensmitteleinkäufe überwiegend im eigenen oder einem Nachbarstadtteil tätigen,

beträgt 19,0 %. Das stellt im Vergleich zu 2006 (2,2 %) eine deutliche Verbesserung dar. Zum Einkaufen fahren 46 % der Bewohnerinnen und Bewohner Hohenwettersbachs nach Durlach. Damit übernimmt Durlach eine wichtige Funktion für die Nahversorgung Hohenwettersbachs. Der durchschnittliche Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft liegt bei 14,2 Minuten. Das meistgenutzte Verkehrsmittel für die regelmäßigen Einkäufe ist der eigene PKW (90,1 %). Nur ein geringer Teil (3,6 %) geht zu Fuß oder fährt mit dem Fahrrad einkaufen.

Tabelle 5.47

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT HOHENWETTERSACH














	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	0	0	0	0
 Lebensmittel spezial	0	40	0	1
 Bäckerei	30	30	1	1
 Metzgerei	30	30	1	1
 Obst-/Gemüse	0	0	0	0
 Getränkemarkt	110	0	2	0
 Tank-Shop	0	0	0	0
Summe Lebensmittel	170	100	4	3
 Drogerie	0	0	0	0
 Apotheke	0	0	0	0
 Postfiliale	20	5	1	1
 Briefkasten	2	2	2	2
 Paketshop/Packstation	0	0	0	0
 Bankfiliale	120	20	2	2

Tabelle 5.48

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG HOHENWETTERSACH

	Hohenwettersbach		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	2.918	3.099	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	17,9%	9,0%	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	-	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	-	-	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	2.918	3.099	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.459	1.550	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	2,2%	11,8%	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	4,6%	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	20,5%	17,5%	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	2,2%	19,0%	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	14,20	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	3,6%	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	73,7%	31,1%

Die rudimentäre Versorgungslage wird noch einmal besonders darin deutlich, dass knapp drei Viertel (73,7 %) der Hohenwetttersbacherinnen und Hohenwetttersbacher angeben, Lebensmittelangebote zu vermissen. Von den Befragten, die Defizite bemängeln, wünschen sich 71,3 % einen Supermarkt. Um die

unzureichende Nahversorgung in Hohenwetttersbach zu verbessern, ist die Ansiedlung eines neuen Treff3000 geplant. Das Bebauungsplanverfahren hierzu läuft derzeit. Mit einer Eröffnung des Marktes und dadurch einer deutlichen Verbesserung der Versorgungssituation ist Ende 2018 zu rechnen.

## NAHVERSORGUNG HOHENWETTTERSACH 2016



## WOLFARTSWEIER

Wolfartsweier besitzt eine Grundausrüstung zur Versorgung mit Lebensmitteln und Dienstleistungen. Sie besteht aus einem EDEKA-nah-und-gut-Markt in integrierter Lage sowie einer Bäckerei. Nur einige Gebiete am östlichen Rand des Stadtteils liegen weiter als 500 m vom Supermarkt entfernt. Die beiden Geschäfte haben zusammen eine Verkaufsfläche von 630 m<sup>2</sup> und erbringen dem Stadtteil 2016 einen Versorgungsgrad von 54,4 %. Des Weiteren gibt es im Stadtteil eine Apotheke und eine Postfiliale. Die Veränderungen seit 2006 sind unbedeutend, wie Tabelle 5.49 zeigt. Lediglich von den beiden Bankfilialen sind 2016 nur noch Geldautomaten geblieben.














Einen Drogeriemarkt gibt es im Stadtteil nicht. Aufgrund der geringen Einwohnerzahl (3.237; Stand 2016) fallen die weiteren Kennzahlen der Nahversorgung günstiger aus als im stadtweiten Durchschnitt. Die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften bewerten nur 23,6 % der Befragten mit „gut“ und „sehr gut“. Die meisten (46,9 %) schätzen sie als „befriedigend“ ein. Eine Verbesserung sehen 4,0 % der Befragten, allerdings 26,7 % auch eine Verschlechterung. Der Großteil (69,3 %) sieht keine Veränderung. Das Angebot an Dienstleistungen im Stadtteil ist mit 38,5 % besser, aber immer noch unterdurchschnittlich bewertet. Im Vergleich zu 2006 („gut“ und „sehr gut“: 62,2 %) stellt diese Bewertung zudem eine deutliche Verschlechterung dar.

Die Stadtteilorientierung ist angesichts des begrenzten Angebots in der Nahversorgung erwartungsgemäß unterdurchschnittlich: 45,9 % der Befragten decken ihren Bedarf an Lebensmitteln im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil. Nach Durlach fahren 29,9% der Bewohnerinnen und Bewohner. Der Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 13,4 Minuten. Nur rund jeder Vierte nutzt das Fahrrad zum Einkaufen oder geht zu Fuß. Der eigene PKW kommt für Einkaufsfahrten auf einen Anteil von 63,3 %.

Der EDEKA-nah-und-gut-Markt sichert die fußläufige Grundversorgung in Wolfartsweier. Das Lebensmittelangebot im Stadtteil weist allerdings Lücken auf oder lässt Raum für Verbesserungen. Defizite im Lebensmittelangebot sehen nämlich 40,8 % der Befragten. Auf Grund der zu geringen Datenbasis kann keine genauere Aussage über die geäußerten Defizite gemacht werden. Mit dem nah-und-gut-Markt ist die Tragfähigkeit unter Berücksichtigung des Kaufkraftabflusses nach Durlach und Ettlingen sowie der geringen Einwohnerzahl für Lebensmittelmärkte in Wolfartsweier bereits erreicht.

Tabelle 5.49

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT WOLFARTSWEIER

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	600	<b>600</b>	1	<b>1</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Metzgerei	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
Summe Lebensmittel	630	<b>630</b>	2	<b>2</b>
 Drogerie	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Apotheke	46	<b>46</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>5</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	3	<b>3</b>	3	<b>3</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bankfiliale	180	<b>2</b>	3	<b>2</b>

Bemerkungen: Weitere Märkte nicht tragfähig.  
Einzugsgebiet von Durlach und Ettlingen.

Tabelle 5.50

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG WOLFARTSWEIER

	Wolfartsweier		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	3.458	<b>3.237</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	55,9%	<b>54,4%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	-	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	3.458	<b>3.237</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	3.458	<b>3.237</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.153	<b>1.619</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	26,7%	<b>23,6%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>4,0%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	62,2%	<b>38,5%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	40,0%	<b>45,9%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>13,40</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>25,5%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>40,8%</b>	31,1%



NAHVERSORGUNG WOLFARTSWEIER 2016



## PALMBACH

Der EDEKA-Markt in der Talstraße stützt die gesamte Nahversorgung in Palmbach und strahlt nach Grünwettersbach und Stupferich aus. Allerdings befinden sich im Osten des Stadtteils Gebiete, die mehr als 500 m von dem Supermarkt entfernt liegen. Im Bereich des EDEKA-Markts befinden sich weitere Einrichtungen zur Nahversorgung. Der Versorgungsgrad mit Lebensmitteln im Stadtteil beträgt 2016 89,4 %, dem höchsten Wert unter den Höhenstadtteilen. Die gute Quote bei der Versorgung mit Lebensmitteln liegt auch an der geringen Einwohnerzahl des Stadtteils (1.970; Stand 2016). Die Gesamtverkaufsfläche für Lebensmittel von 630 m<sup>2</sup> vereinnahmt der EDEKA-Markt fast komplett für sich. Auf die Bäckerei entfallen 30 m<sup>2</sup>. Die Veränderungen zu 2006 betreffen nur die Dienstleistungen: Post- und Bankfiliale sind Paketshop (im e-Bike-Laden) und Geldautomat gewichen, wie Tabelle 5.51 zeigt. Im Stadtteil gibt es keine Apotheke und keinen Drogeriemarkt. Die weiteren Kennzahlen der Nahversorgung entfallen damit ebenfalls.














Das Angebot von EDEKA und Bäcker reicht vielen Palmbacherinnen und Palmbachern aus: 40,0 % bewerten die Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften als „gut“ und „sehr gut“ und 9,6 % können sogar eine Verbesserung in den letzten Jahren feststellen. Allerdings sehen dreimal so viele (32,0 %) eine Verschlechterung und 32,6 % bewerten das Angebot 2016 mit „schlecht“ und „sehr schlecht“. Die Ausstattung mit Dienstleistungen wird ähnlich bewertet: 40,2 % der Befragten schätzen diese als „gut“ und „sehr gut“ ein und 23,3 % als „schlecht“ und „sehr schlecht“. Die benötigte Zeit zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 12,1 Minuten. Den Weg dahin legen immerhin 31,8 % der Bewohnerinnen und Bewohner zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurück. Etwa doppelt so viele (60,9 %) fahren mit dem eigenen PKW. Die Stadtteilorientierung ist mit einem Anteil von 39,1 % der Befragten, die ihren Bedarf an Lebensmitteln überwiegend im eigenen oder einem Nachbarstadtteil decken, unterdurchschnittlich und im Vergleich zu 2006 (72,7 %) deutlich zurückgegangen (siehe Tabelle 5.52). Über die Hälfte (51,4 %) der

Einwohnerinnen und Einwohner Palmbachs kaufen ihre Lebensmittel überwiegend außerhalb Karlsruhes ein. Die Nachbargemeinden Waldbronn und Karlsbad haben mit Discounter und Drogeriemarkt ein Angebot, das Kaufkraft aus Palmbach abzieht.

Der Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen (16,2 %) ist vergleichsweise gering. Eine genauere Aussage zu den geäußerten Defiziten kann auf Grund der geringen Datenbasis nicht gegeben werden. Durch den Vollversorger ist die Situation in der Nahversorgung in Palmbach zunächst unkritisch. Die Versorgungsfunktion für die nahen Nachbarstadtteile ohne ausreichendes Angebot stützt den aktuellen Standort.

Tabelle 5.51

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT PALMBACH

	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	600	<b>600</b>	1	<b>1</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Metzgerei	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Getränkemarkt	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>630</b>	<b>630</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
 Drogerie	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Apotheke	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Postfiliale	20	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Briefkasten	1	<b>2</b>	1	<b>2</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>5</b>	0	<b>1</b>
 Bankfiliale	20	<b>0</b>	1	<b>0</b>

Bemerkungen: Zusammen mit Grünwettersbach zu betrachten.

Tabelle 5.52

### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG PALMBACH

	Palmbach		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	1.805	<b>1.970</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	107,2%	<b>89,4%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	-	-	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	-	-	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	1.805	-	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	1.805	-	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	37,2%	<b>40,0%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>9,6%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	40,9%	<b>40,2%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	72,7%	<b>39,1%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>12,10</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>31,8%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>16,2%</b>	31,1%

NAHVERSORGUNG PALMBACH 2016



## NORDSTADT

In der Nordstadt verteilen sich mehrere Lebensmittelmärkte sowie weitere Geschäfte zur Nahversorgung über den gesamten Stadtteil. Nur einige Bereiche in der Mitte des Stadtteils (Teile der Rhode-Island- und Tennesseeallee) liegen weiter als 500 m von den Lebensmittelgeschäften entfernt. Ein Nahversorgungszentrum, bestehend aus Supermarkt, Getränkemarkt, Bäckerei sowie Post- und Bankdienstleistungen, befindet sich in der New-York-Straße, im Norden des Stadtteils. Das Angebot wurde 2014 durch einen neuen Penny-Markt in der Ohio-Straße ergänzt. Der Versorgungsgrad im Stadtteil liegt 2016 bei 86,0 %. Die Verkaufsfläche für Lebensmittel beträgt 3.065 m<sup>2</sup>, wovon 2.630 m<sup>2</sup> auf vier Lebensmittelmärkte, 300 m<sup>2</sup> auf den Getränkemarkt und 135 auf insgesamt vier Bäckereien fallen. Die Veränderungen zu 2006 betreffen hauptsächlich den zusätzlichen Discounter, mit 780 m<sup>2</sup> neuer Verkaufsfläche und neuer Bäckereifiliale. Die weiteren Veränderungen bei der Versorgung mit Dienstleistungen sind gering (siehe Tabelle 5.53). Die Kennzahlen der Nahversorgung in Tabelle 5.54 zeigen jeweils überdurchschnittliche Werte bei der Anzahl der Wohnberechtigten je Drogerie, Apotheke, Bank- und Postfiliale.

Trotz des insgesamt adäquaten Versorgungsgrades, liegt die Bewertung der Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften bei unterdurchschnittlichen 53,9 % der Befragten, die diese mit „gut“ und „sehr gut“ bewerten. Das stellt allerdings eine deutliche Verbesserung zu 2006 dar, als nur 24,4 % die Situation mit „gut“ und „sehr gut“ bewerteten. Die Verbesserung zeigt sich auch im Anteil von 38,8 % der Befragten, die eine solche in den letzten Jahren erkennen konnten. Die Ausstattung mit Dienstleistungen im Stadtteil ist mit 43,9 % für „gut“ und „sehr gut“ ebenfalls unterdurchschnittlich. Durch die neuen Angebote für Post- und Bankdienstleistungen im Stadtteil fällt die Bewertung allerdings etwas besser aus als noch 2006 („gut“ und „sehr gut“: 25,4 %). Nur rund zwei Drittel der Bewohnerinnen und Bewohner der Nordstadt (64,3 %) decken ihren Bedarf an

Lebensmitteln im eigenen oder einem benachbarten Stadtteil. Explizit in die Innenstadt gehen 15,9 % der Befragten zum Einkaufen. Der Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft beträgt 9,9 Minuten. Den Weg dahin legen 51,4 % der Befragten zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurück, was in etwa dem Karlsruher Durchschnitt entspricht. Den deutlich höheren Anteil hat dabei allerdings das Fahrrad mit 43,4 % als Fortbewegungsmittel der Wahl.

In der verbesserten der Bewertung der Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften bildet sich der neue Standort des Penny-Marktes in der Ohio-Straße ab. In der Amerikanersiedlung geben auch 47,9 % der Befragten an, dass sich die Situation verbessert habe. Der relativ niedrige Wert bei der Stadtteilorientierung in der Nahversorgung bei

Tabelle 5.53

### NAHVERSORGUNGSANGEBOT NORDSTADT














	Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> )		Anzahl	
	2006	2016	2006	2016
 Lebensmittel	1.850	<b>2.630</b>	3	<b>4</b>
 Lebensmittel spezial	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Bäckerei	105	<b>135</b>	4	<b>5</b>
 Metzgerei	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
 Obst-/Gemüse	30	<b>0</b>	1	<b>0</b>
 Getränkemarkt	300	<b>300</b>	1	<b>1</b>
 Tank-Shop	0	<b>0</b>	0	<b>0</b>
<b>Summe Lebensmittel</b>	<b>2.285</b>	<b>3.065</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
 Drogerie	50	<b>50</b>	1	<b>1</b>
 Apotheke	30	<b>30</b>	1	<b>1</b>
 Postfiliale	20	<b>20</b>	1	<b>1</b>
 Briefkasten	3	<b>4</b>	3	<b>4</b>
 Paketshop/Packstation	0	<b>10</b>	0	<b>2</b>
 Bankfiliale	70	<b>71</b>	2	<b>4</b>

Tabelle 5.54

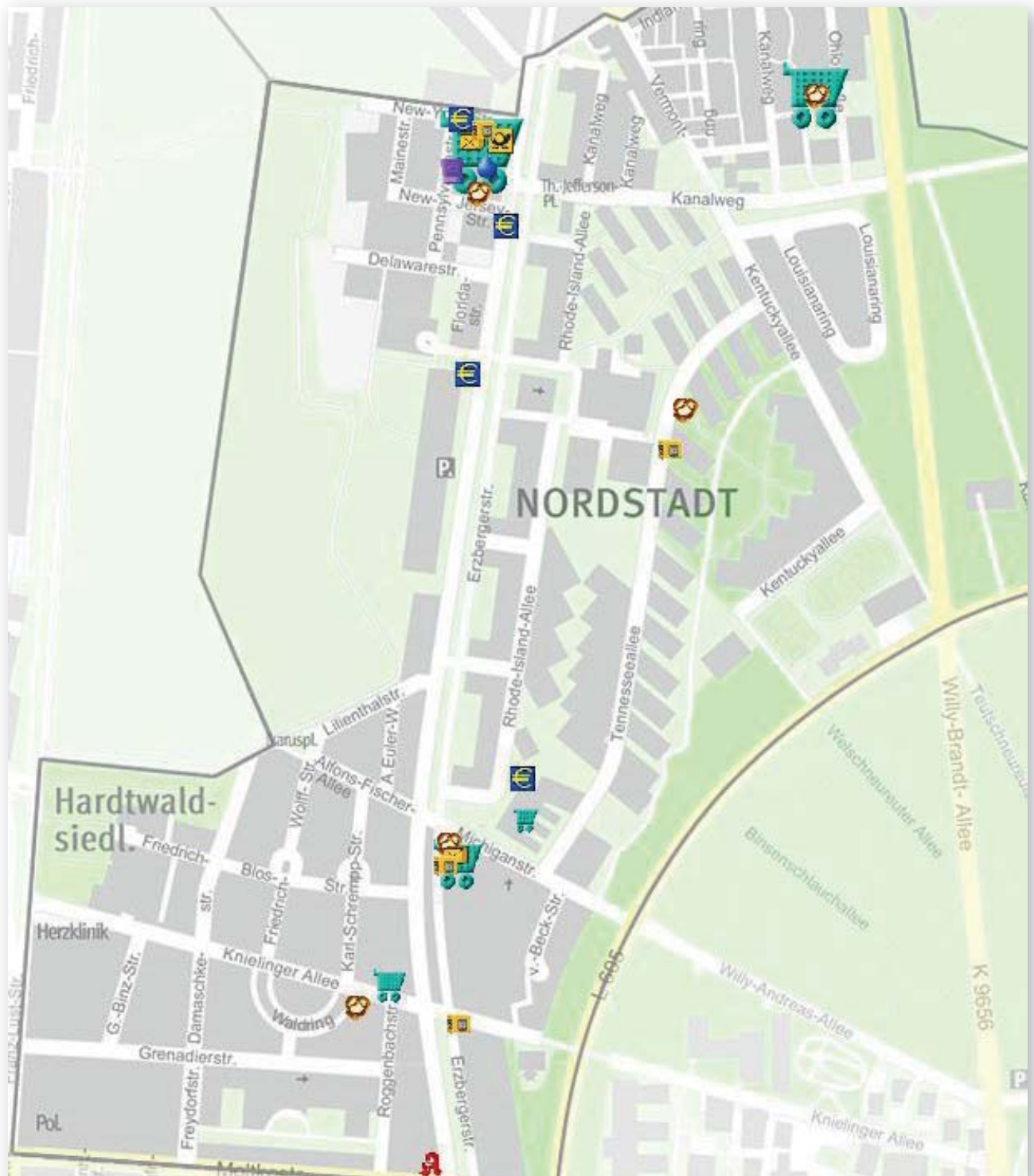
### DATEN ZUR NAHVERSORGUNG NORDSTADT

	Nordstadt		Karlsruhe
	2006	2016	2016
Wohnberechtigte	9.832	<b>9.962</b>	307.709
Versorgungsgrad Lebensmittel im Stadtteil	71,4%	<b>86,0%</b>	100%
Wohnberechtigte je Drogerie	9.832	<b>9.962</b>	8.233
Wohnberechtigte je Apotheke	9.832	<b>9.962</b>	4.171
Wohnberechtigte je Post-Filiale	9.832	<b>9.962</b>	8.690
Wohnberechtigte je Bank-Filiale	4.916	<b>2.491</b>	1.931
Einzelhandelsgeschäfte – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	24,2%	<b>53,9%</b>	65,1%
Anteil der Einschätzung „Ausstattung mit Einzelhandelsgeschäften ist besser geworden“	-	<b>38,8%</b>	21,5%
Dienstleistungen – Anteil der Bewertung „gut“ und „sehr gut“	25,4%	<b>43,9%</b>	69,1%
Anteil der Bedarfsdeckung überwiegend im Stadtteil oder Nachbarstadtteil	67,7%	<b>64,3%</b>	79,3%
Durchschnittlicher Zeitaufwand zum meistgenutzten Lebensmittelgeschäft (in Minuten)	-	<b>9,90</b>	9,60
Anteil der zu Fuß oder per Fahrrad Einkaufenden	-	<b>51,4%</b>	53,3%
Anteil der Befragten, die Lebensmittelangebote im Stadtteil vermissen	-	<b>50,0%</b>	31,1%

recht guter und nahezu flächendeckender Versorgungslage deutet allerdings noch auf Defizite im Angebot hin. Daher überrascht es nicht, dass die Hälfte (50 %) der Befragten angibt, bestimmte Lebensmittelangebote zu vermissen. Von ihnen wünschen sich 39,1 % einen Metzger und 36,6 % einen Bioladen. Überdurchschnittlich viele Befragte, die Lebens-

mitteldefizite angeben (19,9 %), vermissen zudem einen Wochenmarkt. Im Zuge der Bebauung des C-Areals (Zukunft Nord) ist die Ansiedlung eines Vollsortimenters, eines Biomarktes und eines Drogeriemarktes vorgesehen, was mit den Wünschen der Bevölkerung in hohem Maße zur Deckung kommt.

## NAHVERSORGUNG NORDSTADT 2016



## 6. HANDLUNGSBEDARF UND AUSBLICK: BEURTEILUNG DER KARLSRUHER STRATEGIE AUS SICHT DER FIRMA CIMA

### 6.1 AUFTRAG

Im Juni 2017 beauftragte die Stadt Karlsruhe die CIMA Beratung + Management GmbH, Stuttgart, mit einer Kurzepertise zur „Strategie Nahversorgung in Karlsruhe“. Gegenstand der Kurzepertise war die Prüfung der strategischen Ausrichtung der Nahversorgungsplanung und der städtischen Ansiedlungspolitik von (Lebensmittel-)märkten – auch im Vergleich mit anderen Städten – und vor dem Hintergrund der künftigen Rahmenbedingungen im Lebensmitteleinzelhandel.

### 6.2 NAHVERSORGUNGSSITUATION KARLSRUHE

Eine ausgewogene räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Karlsruhe sowie eine gute und problemlose Erreichbarkeit der Märkte durch alle Verkehrsmittel stellt eine wesentliche Voraussetzung zur Gewährleistung eines wohnungsnahen Nahversorgungsangebotes dar. Die Nahversorgungsstrategie zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Karlsruhe auf Basis des Märkte- und Zentrenkonzepts stellt ein wichtiges planerisches Instrument zur Sicherstellung der wohnungsnahen Versorgung im gesamten Stadtgebiet von Karlsruhe dar und hat sich seit der Einführung der Märkterichtlinien sehr bewährt. Die Karlsruher Märkterichtlinien sind daher auch für die Zukunft ein wichtiges Instrument zur Lenkung der Ansiedlungspolitik von Lebensmittelmärkten. Die bestehende dezentrale Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilzentren sollte weiterhin für eine flächendeckende Nahversorgung erhalten beziehungsweise ausgebaut werden.

Allerdings ist bei der Anwendung der Märkterichtlinien ein flexibles Agieren auf die veränderte Marktsituation in der Handelslandschaft (unter anderem zunehmende Verkaufsflächengrößen, verändertes Verbraucherverhalten) erforderlich, um auch künftig die Rahmenbedingungen für ein attraktives Nahversorgungsangebot im gesamten Stadtgebiet von Karlsruhe schaffen zu können.

Mit der Nahversorgungsstrategie der Stadt Karlsruhe wird schon seit Jahren eine dezentrale Ansiedlungsstrategie erfolgreich verfolgt. Eine Stadt der kurzen Wege ist gerade für immobile Bevölkerungsgruppen in Bezug auf die Nahversorgung von hoher Bedeutung. Attraktive Nahversorgungsangebote in den Stadtteilzentren besitzen damit auch in Zukunft einen hohen Stellenwert für die Wohnqualität in den Stadtteilen und tragen zu einer Verminderung eines unnötigen Einkaufsverkehrs bei.

#### 6.2.1 STÄDTEVERGLEICH

Zur Einordnung der Nahversorgungssituation in Karlsruhe werden die Verkaufsfläche (absolut) sowie die Versorgungsausstattung nach Sortimenten im kurzfristigen Bedarfsbereich ausgewählten Vergleichsstädten gegenübergestellt. Neben dem baden-württembergischen Oberzentrum Mannheim wurde die Stadt Augsburg ausgewählt, welche über vergleichbare Rahmendaten verfügt (unter anderem Einwohnerzahl, Universitätsstadt).

- Demnach weisen im Segment **Lebensmittel** (gesamt) die Städte Augsburg mit 0,41 qm/EW und Mannheim mit 0,40 qm/EW insgesamt eine etwas höhere Versorgungsausstattung (VK pro Einwohner) als die Stadt Karlsruhe mit 0,36 qm/EW auf. Der Bundesdurchschnitt liegt aktuell in „kleinen Großstädten“ bei 0,38 qm/EW. Der Versorgungsgrad ist dabei aber lediglich ein Indikator. Die tatsächliche Versorgungslage hängt stark von den örtlichen Gegebenheiten ab. Eine genaue Betrachtung einzelner Stadtteile ist daher entscheidend für die Beurteilung der Versorgungslage.
- Die Versorgungsausstattung im Bereich **Lebensmittelmärkte** liegt auf einem etwas niedrigeren Niveau als bei den Vergleichsstädten. Im Bereich der Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Metzgereien) weisen alle Vergleichsstädte in etwa eine gleiche Versorgungsausstattung auf. Beim Vergleich der Verkaufsflächenanteile der Innenstadt in Relation zur Gesamtstadt zeigt sich im Bereich Lebensmittel, dass der Verkaufsflächenanteil in der Innenstadt von Karlsruhe mit dem Anteil der Stadt Augsburg vergleichbar ist. In der Stadt Mannheim liegt der Anteil hingegen auf einem niedrigeren Niveau.

Tabelle 6.01

**VERKAUFSFLÄCHE (ABSOLUT) SOWIE VERKAUFSFLÄCHE PRO EINWOHNER NACH BRANCHE/SORTIMENT IM KURZFRISTIGEN BEDARFSBEREICH**

Sortiment	Karlsruhe		Mannheim <sup>1</sup>		Augsburg <sup>2</sup>	
	VK (absolut) in qum	VK pro EW in qum	VK (absolut) in qum	VK pro EW in qum	VK (absolut) in qum	VK pro EW in qum
Nahrungs- und Genussmittel	103.354	0,34	112.150	0,38	109.923	0,39
Lebensmittel-handwerk	6.862	0,02	6.425	0,02	6.939	0,02
Lebensmittel gesamt	110.216	0,36	118.575	0,40	116.862	0,41
Drogerie/ Parfümerie	16.849	0,05	18.575	0,06	24.101	0,08
Apotheke	3.305	0,01	4.850	0,02	3.515	0,01
<b>Kurzfristiger Bedarf gesamt</b>	<b>130.370</b>	<b>0,42</b>	<b>142.000</b>	<b>0,48</b>	<b>144.478</b>	<b>0,51</b>

Nahrungs- und Genussmittel: inklusive Getränkemarkt, Lebensmittelgeschäft (speziell), Obst-/Gemüsegeschäft, Tank-Shop

Lebensmittelhandwerk: Bäckerei, Metzgerei

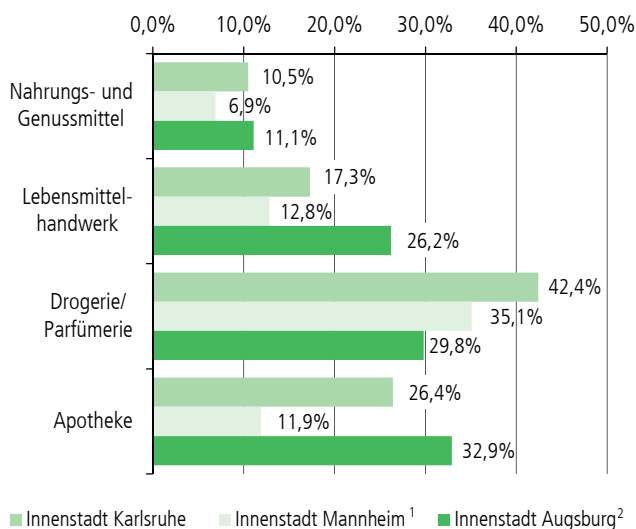
Quelle: Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, LeNa-Monitoring 2016.

<sup>1</sup> Quelle: Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim, Stadt Mannheim.

<sup>2</sup> Quelle: CIMA-Bestandserhebung; leichte Rundungsdifferenzen möglich.

Abbildung 6.01

**ANTEILE DER VERKAUFSFLÄCHE IN PROZENT IN DER INNENSTADT NACH SORTIMENTEN IM KURZFRISTIGEN BEREICH**



Auch wenn jede Stadt unterschiedliche Strukturen aufweist, verfolgen alle drei Großstädte eine ähnliche Ansiedlungspolitik (Stärkung der Zentren, wohnortnahe Versorgung, Ausbau ÖPNV und Radwegenetz, Minimierung des Flächenverbrauchs durch Lebensmittelmärkte und weitere). Insgesamt liegt in der Stadt Karlsruhe im Vergleich die niedrigste Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner im Lebensmittelbereich vor. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte ist die Nahversorgungsausstattung in der Gesamtstadt Karlsruhe allerdings insgesamt als gut zu bewerten.

Quelle: Stadt Karlsruhe | Amt für Stadtentwicklung, LeNa-Monitoring 2016

<sup>1</sup> Quelle: Stadt Mannheim, Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim

<sup>2</sup> Quelle: CIMA-Bestandserhebung; leichte Rundungsdifferenzen möglich

## 6.2.2 NAHVERSORGUNGSSITUATION IN DEN KARLSRUHER STADTTEILEN

Die Stadt Karlsruhe hat sich zum Ziel gesetzt eine ausgewogene räumliche Verteilung der Nahversorgungsangebote in der Gesamtstadt Karlsruhe sicherzustellen. Hier sind vor allem folgende Aspekte von Bedeutung:

- Wohnortnahe Verteilung der Lebensmittelmärkte (auch zur Vermeidung von unnötigem Einkaufsverkehr)
- Gute und gefahrlose Erreichbarkeit der Märkte für alle Verkehrsmittel
- Sicherung der Nahversorgung für immobile Bevölkerungsgruppen (vor dem Hintergrund des demographischen Wandels)
- Erhalt eines attraktiven Branchenmixes und der Kundenmagnetfunktion, welche die Lebensmittelmärkte für die weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe in den Stadtteilzentren übernehmen.

Unabhängig von der Situation in der Stadt Karlsruhe können folgende Aspekte genannt werden, welche die Standortstrategie und die Verkaufsflächengrößen bei der Ansiedlung von Lebensmittelmärkten aus Betreibersicht beeinflussen:

- Neue Anforderungen an die Warenpräsentation (breitere Gänge, niedrigere Regalhöhen und anderes), auch als Reaktion auf den demographischen Wandel (Hinweis auf „Rollatorenkundschaft“).
- Gestiegene Anzahl an Artikeln (sowohl beim Betriebstyp Vollsortimenter wie auch beim Betriebstyp Lebensmittel-discounter) durch neue Produktlinien (Ausweitung Bio-Sortiment, vegane Lebensmittel und vieles anderes mehr).
- Neue Anforderungen an die Warenpräsentation zur Erhöhung des Einkaufserlebnisses, auch als Reaktion auf den Onlinehandel und auf die Veränderungen beim Kundenverhalten insgesamt (zum Beispiel Convenience).
- Gestiegene Anzahl an Artikeln durch Ausweitung der Fachabteilungen für weitere nahversorgungsrelevante Nonfood-Angebote (speziell beim Sortiment Drogeriewaren als Reaktion auf die frei gewordenen Umsatzpotentiale durch die Schlecker-Insolvenz).
- Zwang zur Optimierung der innerbetrieblichen Logistik und zur Optimierung der Warenabläufe als Reaktion auf die geringen Gewinnmargen im Lebensmitteleinzelhandel zum Erhalt der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe.

Die geschilderten Aspekte haben unmittelbaren Einfluss auf die Verkaufsflächengrößen von Lebensmittelmärkten. So liegen die Verkaufsflächengrößen bei Neuansiedlungen beim Betriebstyp Lebensmitteldiscountmarkt bei mindestens 800 m<sup>2</sup> bis 1.200 m<sup>2</sup>, beim Betriebstyp Lebensmittelvollsortimenter bei mindestens 1.200 m<sup>2</sup> bis 1.500 m<sup>2</sup>.

In vielen Stadtteilen der Stadt Karlsruhe ist ein wohnortnahe Versorgungsangebot an integrierten Standorten auch außerhalb der Stadtteilzentren gegeben, wodurch die Sicherung der Nahversorgung auch für immobile Bevölkerungsgruppen gewährleistet ist. Diesen Standorten kommt eine wichtige Ergänzungsfunktion zu, die zur Attraktivität der Wohnstandorte beiträgt. Dadurch ist insgesamt die wohnortnahe Versorgungssituation in den meisten Karlsruher Stadtteilen mindestens befriedigend, in vielen Stadtteilen sogar als gut bis sehr gut zu bewerten.

Insbesondere in den Stadtteilen Nordstadt, Knielingen, Nordweststadt und Oberreut ist es in den letzten Jahren gelungen, den Versorgungsgrad durch die Ansiedlung neuer Märkte zu verbessern und die fußläufige Erreichbarkeit für weite Bereiche der Stadtteile zu gewährleisten. Dennoch gibt es in einigen Stadtteilen auch noch Bereiche, in denen keine fußläufige Nahversorgung (500 m Entfernung) gewährleistet ist.

Insbesondere in den Stadtteilen Grünwettersbach, Weiherfeld-Dammerstock, Stupferich und Hohenwettersbach liegt eine ausgeprägte Unterversorgung vor.

Durch die Planungen von neuen Lebensmittelmärkten in der Nordstadt sowie in den Stadtteilen Daxlanden, Oberreut, Grün- und Hohenwettersbach ist jedoch eine Verbesserung der fußläufigen Nahversorgungssituation absehbar. In den zwei weiteren unterversorgten Stadtteilen besteht weiterhin Handlungsbedarf.

Vor dem Hintergrund von heutigen Standortanforderungen von Lebensmittelmärkten sind die kleinteiligen Anbieter und ihre langfristige Zukunftsfähigkeit kritisch zu sehen. Insbesondere sind Standorte beziehungsweise Stadtteile betroffen, welche ausschließlich durch kleinteilige Anbieter (Lebensmittelmärkte unter 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) geprägt sind und/oder aufgrund eines erheblichen Sanierungsbedarfs der Bestandsbetriebe eine Verschärfung der Nahversorgungssituation droht.

Für Neuansiedlungen bedarf es geeigneter Flächen, die nicht in jedem Stadtteil zur Verfügung stehen.



## 6.3 ÜBERPRÜFUNG DES ZENTRENSYSTEMS DER STADT KARLSRUHE

Die Zentrenstruktur der Stadt Karlsruhe hat sich seit der Einstufung im Jahr 2006 kaum verändert. Charakteristisch für die Karlsruher Zentrenstruktur ist die hohe Bedeutung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Die C- und D-Zentren weisen im Vergleich zur Innenstadt eine nahezu ausschließlich auf Nahversorgungsangebote ausgerichtete Einzelhandelsstruktur auf, so dass insbesondere in den C-Zentren die Ausstattung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich mittlerweile relativ gering ausfällt.

Insgesamt sollte in den C- und D-Zentren daher weiter konsequent das Ziel einer Stabilisierung und Weiterentwicklung des Nahversorgungsangebotes verfolgt werden, um auch langfristig eine ausgewogene räumliche Verteilung der Nahversorgungsangebote im gesamten Stadtgebiet von Karlsruhe gewährleisten zu können.

## 6.4 EINFLUSS DES ONLINE-HANDELS AUF DIE NAHVERSORGUNG IN KARLSRUHE

Das Thema Onlinehandel stellt in der heutigen Einzelhandelslandschaft einen nicht mehr wegzudenkenden Trend dar. Die hohe Bedeutung des Onlinehandels wird durch die Entwicklung der Umsatzanteile des Onlinehandels am Gesamtumsatz des Einzelhandels deutlich. Während im Jahr 2006 der Umsatzanteil des Onlinehandels am Einzelhandel insgesamt noch bei etwa 2 % lag, ist dieser im Jahr 2016 bereits auf 13 % angestiegen. In den nächsten Jahren ist weiter von steigenden Umsatzanteilen auszugehen.

Die Relevanz des Onlinehandels für die stationäre Einzelhandelsentwicklung zeigt sich unter anderem darin, dass mittlerweile mehr als 90 % des Onlinehandels mit Sortimenten erfolgt, die üblicherweise in Innenstädten zu finden sind. Die Warengruppe „Fashion und Lifestyle“ ist mit 9,7 Milliarden Euro Online-Handelsvolumen das umsatzstärkste Segment innerhalb des Onlinehandels. Insgesamt 18,9 % des Umsatzes dieser Warengruppe werden über das Internet erzielt. Neben der Warengruppe „Fashion und Lifestyle“ ist die Bedeutung des Onlinehandels in den Segmenten „Technik und Medien“ sowie „Sport und Freizeit“ am höchsten.

Im Gegensatz zu vielen Nonfood-Branchen ist der Anteil des Onlinehandel beim Lebensmitteleinzelhandel weitaus geringer ausgeprägt. Im Bereich Nahversorgung besitzt der Onlinehandel bisher noch eine untergeordnete Rolle. Aktuell werden 99,6 % der Food-Umsätze stationär generiert. Gründe für den geringen Online-Anteil am Lebensmitteleinzelhandel sind unter anderem, dass bei frischen Lebensmitteln der direkte Kundenkontakt eine große Rolle spielt und dass die Lieferkette für die letzte Meile (durch Terminabsprachen und Kühlung) ein Hindernis darstellt. Auch die hohe Dichte des Filialnetzes in den deutschen Städten steht der Entwicklung des Onlinehandels im Lebensmitteleinzelhandel entgegen. Die Expansion der Lebensmittel- und Drogeriemärkte hält nach wie vor an.

Neue Systeme wie beispielsweise REWE Lieferdienste oder Amazon Fresh befinden sich aktuell in der Testphase und können perspektivisch als flankierende Maßnahmen zur Sicherung der Nahversorgung, insbesondere in unterversorgten Gebieten beziehungsweise in ländlich geprägten Regionen sinnvoll sein. Für Großstädte wie Karlsruhe wird der Onlinehandel für die Nahversorgung einen ergänzenden Charakter besitzen und eine Alternative für unterversorgte Stadtteile darstellen. Die Märkerichtlinien der Stadt Karlsruhe werden allerdings weiterhin von großer Bedeutung sein, denn der Onlinehandel wird den stationären Einzelhandel in absehbarer Zeit nicht ersetzen können.



## 7. TABELLENANHANG



Anhangtabelle 4.01

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN**

F 3: „Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“	Einzelhandelsausstattung					Durchschnittsbewertung <sup>1</sup> Skala: -10 bis +10	Befragte mit Antwort (gewichtet) insg. 4.625
	sehr gut	gut	befriedigend	schlecht	sehr schlecht		
	Anteile an den Befragten						
1992	9,5%	49,2%	23,7%	13,9%	3,8%	2,3	1.426
1996	9,4%	43,7%	26,9%	15,9%	4,2%	1,9	1.443
1999	9,4%	41,3%	24,0%	19,9%	5,4%	1,5	1.522
2001	10,4%	41,6%	21,5%	17,9%	8,6%	1,4	2.405
2002	9,8%	37,1%	22,9%	21,0%	9,2%	0,9	1.499
2006	10,9%	38,2%	27,0%	19,5%	4,5%	1,6	2.240
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>23,7%</b>	<b>41,4%</b>	<b>23,7%</b>	<b>8,4%</b>	<b>2,8%</b>	<b>3,7</b>	<b>4.613</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	22,2%	42,5%	24,6%	8,5%	2,3%	3,7	2.258
weiblich	24,7%	40,7%	22,8%	8,5%	3,3%	3,8	2.246
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	32,1%	44,4%	18,8%	3,3%	1,3%	5,1	925
30 bis unter 45 Jahre	25,6%	43,9%	21,0%	7,6%	1,9%	4,2	1.084
45 bis unter 65 Jahre	21,0%	39,3%	26,3%	9,8%	3,7%	3,2	1.506
65 bis unter 80 Jahre	16,9%	38,2%	28,6%	12,2%	4,2%	2,6	800
80 Jahre und älter	18,7%	43,4%	23,7%	11,6%	2,5%	3,2	200
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	22,9%	40,1%	24,6%	9,2%	3,2%	3,5	3.160
deutsch mit Migrationshintergrund	24,7%	44,7%	22,0%	6,2%	2,4%	4,2	664
ausländisch	27,8%	43,7%	21,1%	6,2%	1,1%	4,5	602
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	34,1%	42,2%	17,5%	5,0%	1,1%	5,2	489
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	21,0%	42,7%	26,2%	7,9%	2,1%	3,6	307
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	18,6%	39,9%	27,1%	11,4%	3,0%	3,0	257
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	22,4%	43,1%	23,5%	8,0%	3,0%	3,7	817
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	18,1%	45,2%	24,2%	11,1%	1,5%	3,4	64
Wohngemeinschaften	38,0%	41,0%	18,0%	2,4%	0,5%	5,7	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	27,4%	45,0%	20,9%	4,4%	2,3%	4,5	819
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	20,6%	37,7%	26,4%	11,7%	3,6%	3,0	849
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	16,6%	38,6%	28,2%	12,4%	4,2%	2,6	714
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	22,4%	43,3%	23,3%	8,2%	2,9%	3,7	912
keine Kinder unter 18 Jahren	23,8%	41,0%	24,0%	8,5%	2,7%	3,7	3.627
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	20,7%	40,8%	22,6%	11,3%	4,6%	3,1	622
Realschulabschluss/Mittlere Reife	24,4%	39,5%	23,3%	9,2%	3,6%	3,6	824
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	26,4%	41,7%	22,8%	7,6%	1,4%	4,2	991
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	23,0%	42,2%	24,8%	7,5%	2,5%	3,8	1.988
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	23,9%	41,6%	23,2%	8,6%	2,6%	3,8	1.994
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	24,1%	38,5%	26,3%	7,8%	3,4%	3,6	564
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	32,0%	45,8%	18,4%	2,9%	1,0%	5,2	568
arbeitslos	27,5%	38,8%	23,0%	9,3%	1,4%	4,1	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	19,2%	40,7%	25,8%	10,7%	3,6%	3,1	1.253
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	26,5%	42,5%	21,8%	7,2%	2,1%	4,2	767
1.000 bis unter 2.000 Euro	25,1%	41,3%	22,7%	7,9%	3,0%	3,9	1.805
2.000 bis unter 3.000 Euro	21,0%	41,8%	25,8%	8,5%	2,9%	3,5	1.105
3.000 Euro und mehr	22,2%	38,6%	25,2%	12,0%	2,1%	3,4	414
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	29,0%	44,0%	19,8%	5,3%	1,9%	4,6	1.341
5 bis unter 10 Jahre	23,9%	43,3%	24,3%	6,3%	2,2%	4,0	770
10 bis unter 20 Jahre	21,6%	41,8%	23,5%	9,8%	3,3%	3,4	890
20 Jahre und länger	20,4%	38,0%	26,8%	11,4%	3,4%	3,0	1.582

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

<sup>1</sup> 10 = alle sehr gut | -10 = alle sehr schlecht

Anhangtabelle 4.02

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT EINZELHANDELSGESCHÄFTEN – STADTTEILERGEBNISSE**

F 3: „Wie beurteilen Sie die Versorgung Ihres Stadtteils mit Einzelhandelsgeschäften?“	Einzelhandelsausstattung						Durchschnittsbewertung <sup>1</sup> Skala: -10 bis +10	Befragte mit Antwort (gewichtet) insg. 4.625
	sehr gut	gut	befriedigend	schlecht	sehr schlecht			
	Anteile an den Befragten							
1992	9,5%	49,2%	23,7%	13,9%	3,8%	2,3	1.426	
1996	9,4%	43,7%	26,9%	15,9%	4,2%	1,9	1.443	
1999	9,4%	41,3%	24,0%	19,9%	5,4%	1,5	1.522	
2001	10,4%	41,6%	21,5%	17,9%	8,6%	1,4	2.405	
2002	9,8%	37,1%	22,9%	21,0%	9,2%	0,9	1.499	
2006	10,9%	38,2%	27,0%	19,5%	4,5%	1,6	2.240	
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>23,7%</b>	<b>41,4%</b>	<b>23,7%</b>	<b>8,4%</b>	<b>2,8%</b>	<b>3,7</b>	<b>4.613</b>	
<b>Stadtteil</b>								
Innenstadt-Ost	47,6%	37,0%	11,5%	2,6%	1,3%	6,4	71	
Innenstadt-West	45,2%	37,8%	12,3%	3,2%	1,6%	6,1	125	
Südstadt	29,4%	48,8%	16,7%	4,2%	0,9%	5,1	332	
Südweststadt	28,1%	45,6%	23,4%	2,9%	---	4,9	367	
Weststadt	26,2%	45,4%	21,5%	6,4%	0,5%	4,5	334	
Nordweststadt	13,6%	46,6%	29,5%	8,2%	2,1%	3,1	186	
Oststadt	27,5%	44,3%	22,8%	4,9%	0,3%	4,7	256	
Mühlburg	36,9%	44,1%	17,2%	1,7%	---	5,8	238	
Daxlanden	9,1%	40,2%	35,9%	11,3%	3,5%	2,0	161	
Knielingen	18,6%	32,9%	27,1%	15,1%	6,4%	2,1	122	
Grünwinkel	43,8%	37,4%	10,2%	6,9%	1,8%	5,7	158	
Oberreut	16,8%	49,6%	25,5%	4,2%	3,9%	3,6	97	
Beierheim-Bulach	20,7%	48,1%	22,8%	6,7%	1,7%	4,0	115	
Weierfeld-Dammerstock	4,1%	14,6%	46,0%	24,9%	10,4%	-1,1	108	
Rüppurr	14,2%	40,4%	34,5%	9,2%	1,8%	2,8	166	
Waldstadt	22,5%	48,0%	22,5%	6,0%	1,0%	4,3	192	
Rintheim	19,5%	28,8%	23,4%	21,1%	7,2%	1,6	82	
Hagsfeld	11,8%	27,7%	44,1%	13,1%	3,2%	1,6	118	
Durlach	29,9%	44,6%	17,3%	4,0%	4,1%	4,6	456	
Grötzingen	14,8%	51,0%	23,4%	6,5%	4,3%	3,3	132	
Stupferich	---	9,7%	20,6%	45,5%	24,2%	-4,2	45	
Hohenwettersbach	1,8%	10,0%	16,5%	47,4%	24,3%	-4,1	52	
Wolfartsweier	6,0%	17,6%	46,9%	27,0%	2,5%	-0,1	48	
Grünwettersbach	5,2%	24,7%	36,3%	23,7%	10,1%	-0,4	57	
Palmbach	10,6%	29,4%	27,3%	26,6%	6,0%	0,6	30	
Neureut	24,9%	49,4%	20,3%	4,8%	0,7%	4,6	285	
Nordstadt	16,2%	37,7%	33,8%	11,7%	0,6%	2,9	150	

<sup>1</sup> 10 = alle sehr gut | -10 = alle sehr schlecht

Anhangtabelle 4.03

**WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER ÖRTLICHEN EINZELHANDELSAUSSTATTUNG**

F 4: „Wie hat sich die Versorgung Ihres Stadtteils durch den Einzelhandel in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht entwickelt? Ist die Einzelhandelsversorgung insgesamt besser geworden, gleich geblieben oder schlechter geworden?“	Einzelhandelsausstattung			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	besser geworden	gleich geblieben	schlechter geworden	
	Anteile an den Befragten			insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,5%</b>	<b>58,2%</b>	<b>20,3%</b>	<b>4.578</b>
<b>Geschlecht</b>				
männlich	19,5%	61,4%	19,1%	2.242
weiblich	22,9%	55,4%	21,7%	2.228
<b>Altersgruppen</b>				
18 bis unter 30 Jahre	19,5%	73,9%	6,6%	911
30 bis unter 45 Jahre	22,6%	64,0%	13,4%	1.078
45 bis unter 65 Jahre	21,3%	50,9%	27,7%	1.499
65 bis unter 80 Jahre	19,4%	49,9%	30,7%	797
80 Jahre und älter	25,5%	50,5%	24,0%	198
<b>Staatsangehörigkeit</b>				
deutsch ohne Migrationshintergrund	19,6%	57,3%	23,1%	3.127
deutsch mit Migrationshintergrund	26,8%	56,9%	16,3%	663
ausländisch	22,7%	66,9%	10,4%	602
<b>Haushaltstyp</b>				
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	18,7%	74,0%	7,3%	484
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	20,1%	56,8%	23,1%	303
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	19,7%	53,7%	26,6%	253
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	22,8%	56,9%	20,3%	812
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	25,7%	61,9%	12,4%	64
Wohngemeinschaften	12,7%	80,7%	6,6%	171
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	22,5%	68,0%	9,4%	810
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	21,7%	48,1%	30,3%	847
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	21,3%	48,2%	30,6%	713
<b>Kinder im Haushalt</b>				
Kinder unter 18 Jahren	22,8%	57,6%	19,6%	908
keine Kinder unter 18 Jahren	20,8%	58,6%	20,6%	3.597
<b>Bildungsabschluss</b>				
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	23,3%	50,0%	26,7%	620
Realschulabschluss/Mittlere Reife	24,0%	53,3%	22,7%	819
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	22,7%	59,4%	17,9%	983
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	18,6%	63,0%	18,4%	1.969
<b>Erwerbsstatus</b>				
ganztags berufstätig	20,8%	60,3%	18,8%	1.978
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	21,8%	53,0%	25,1%	560
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	18,6%	75,2%	6,2%	564
arbeitslos	18,8%	69,1%	12,1%	65
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	22,7%	50,1%	27,2%	1.244
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>				
unter 1.000 Euro	21,5%	65,5%	13,0%	760
1.000 bis unter 2.000 Euro	22,9%	55,1%	22,0%	1.794
2.000 bis unter 3.000 Euro	19,9%	60,4%	19,7%	1.098
3.000 Euro und mehr	18,5%	58,0%	23,5%	411
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>				
unter 5 Jahre	16,4%	76,6%	7,0%	1.303
5 bis unter 10 Jahre	21,7%	64,0%	14,3%	772
10 bis unter 20 Jahre	24,6%	54,2%	21,2%	891
20 Jahre und länger	23,6%	42,6%	33,8%	1.583

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

1 10 = alle sehr zufrieden | -10 = alle sehr unzufrieden

Anhangtabelle 4.04

**WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER ÖRTLICHEN EINZELHANDELSAUSSTATTUNG – STADTEILERGEBNISSE**

F 4: „Wie hat sich die Versorgung Ihres Stadtteils durch den Einzelhandel in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht entwickelt? Ist die Einzelhandelsversorgung insgesamt besser geworden, gleich geblieben oder schlechter geworden?“	Einzelhandelsausstattung			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	besser geworden	gleich geblieben	schlechter geworden	
	Anteile an den Befragten			insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,5%</b>	<b>58,2%</b>	<b>20,3%</b>	<b>4.578</b>
<b>Stadtteil</b>				
Innenstadt-Ost	13,1%	68,5%	18,4%	71
Innenstadt-West	14,6%	75,1%	10,3%	125
Südstadt	42,1%	47,0%	10,9%	327
Südweststadt	13,2%	74,7%	12,1%	357
Weststadt	15,4%	67,1%	17,6%	330
Nordweststadt	43,2%	41,5%	15,2%	186
Oststadt	19,4%	68,3%	12,2%	256
Mühlburg	17,8%	70,9%	11,3%	235
Daxlanden	23,0%	43,2%	33,8%	159
Knielingen	30,6%	36,6%	32,8%	120
Grünwinkel	58,8%	35,3%	6,0%	160
Oberreut	41,4%	44,7%	13,8%	98
Beierthelm-Bulach	21,7%	60,8%	17,5%	114
Weierfeld-Dammerstock	9,3%	42,9%	47,9%	107
Rüppurr	9,3%	62,2%	28,5%	163
Waldstadt	10,0%	69,3%	20,7%	190
Rintheim	16,0%	52,3%	31,7%	83
Hagsfeld	5,9%	76,0%	18,1%	117
Durlach	14,5%	57,1%	28,4%	454
Grötzingen	19,3%	49,0%	31,7%	131
Stupferich	2,3%	20,2%	77,5%	45
Hohenwettersbach	4,6%	79,5%	15,9%	52
Wolfartsweier	4,0%	69,3%	26,7%	48
Grünwettersbach	3,5%	51,2%	45,3%	56
Palmbach	9,6%	58,4%	32,0%	30
Neureut	26,2%	56,5%	17,3%	284
Nordstadt	38,8%	52,8%	8,4%	151

Anhangtabelle 4.05

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN**

F 5: „Wie beurteilen Sie die Dienstleistungen in Ihrem Stadtteil?“	Dienstleistungen					Durchschnittsbewertung <sup>1</sup> Skala: -10 bis +10	Befragte mit Antwort (gewichtet) insg. 4.625
	sehr gut	gut	befriedigend	schlecht	sehr schlecht		
	Anteile an den Befragten						
1992	8,5%	55,9%	25,1%	8,1%	2,3%	3,0	1.395
1996	9,2%	56,8%	24,0%	8,0%	2,0%	3,2	1.419
1999	10,2%	61,4%	19,7%	7,6%	1,2%	3,6	1.453
2001	12,1%	55,8%	21,9%	8,3%	1,8%	3,4	2.376
2002	11,3%	55,0%	22,8%	9,2%	1,7%	3,2	1.460
2006	14,6%	55,1%	21,7%	7,3%	1,4%	3,7	2.223
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,6%</b>	<b>47,5%</b>	<b>24,6%</b>	<b>5,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>4,2</b>	<b>4.578</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	18,8%	48,4%	26,1%	5,6%	1,2%	3,9	2.253
weiblich	24,2%	46,7%	23,1%	4,5%	1,4%	4,4	2.216
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	28,3%	47,9%	20,5%	2,7%	0,5%	5,0	917
30 bis unter 45 Jahre	25,2%	46,5%	23,1%	4,4%	0,8%	4,6	1.076
45 bis unter 65 Jahre	18,6%	47,1%	26,1%	6,6%	1,6%	3,7	1.497
65 bis unter 80 Jahre	15,3%	47,6%	29,1%	5,6%	2,3%	3,4	793
80 Jahre und älter	16,2%	55,3%	22,8%	4,1%	1,5%	4,0	199
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	20,8%	47,4%	25,0%	5,3%	1,5%	4,0	3.134
deutsch mit Migrationshintergrund	23,8%	49,2%	21,9%	4,3%	0,7%	4,6	658
ausländisch	23,8%	45,1%	25,6%	4,7%	0,8%	4,3	599
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	27,3%	47,2%	20,0%	5,2%	0,2%	4,8	486
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	15,3%	53,7%	26,4%	4,0%	0,6%	4,0	305
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	16,5%	49,5%	26,5%	5,5%	1,8%	3,7	254
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	23,8%	46,4%	24,7%	4,0%	1,1%	4,4	812
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	23,3%	40,1%	28,5%	6,5%	1,6%	3,8	63
Wohngemeinschaften	27,4%	45,5%	26,4%	0,6%	---	5,0	173
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	26,4%	49,0%	20,8%	2,8%	1,1%	4,8	811
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	19,1%	44,4%	26,1%	8,6%	1,8%	3,5	842
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	15,1%	48,8%	28,4%	5,3%	2,4%	3,4	709
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	24,2%	45,8%	24,7%	4,2%	1,2%	4,4	904
keine Kinder unter 18 Jahren	20,8%	47,9%	24,7%	5,2%	1,3%	4,1	3.602
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	17,7%	49,5%	24,4%	6,8%	1,7%	3,7	619
Realschulabschluss/Mittlere Reife	21,5%	45,7%	26,5%	4,9%	1,4%	4,1	819
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	22,0%	49,7%	23,5%	4,2%	0,6%	4,4	983
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	22,7%	46,3%	24,7%	4,9%	1,4%	4,2	1.970
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	22,1%	46,3%	24,7%	5,6%	1,2%	4,1	1.979
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	22,3%	46,7%	25,5%	4,3%	1,2%	4,2	558
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	27,4%	48,8%	20,9%	2,5%	0,4%	5,0	563
arbeitslos	23,3%	39,5%	31,1%	4,7%	1,4%	3,9	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	17,5%	48,9%	25,8%	5,8%	1,9%	3,7	1.246
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	23,2%	45,9%	25,8%	4,3%	0,8%	4,3	764
1.000 bis unter 2.000 Euro	21,7%	48,4%	23,9%	4,7%	1,4%	4,2	1.788
2.000 bis unter 3.000 Euro	20,3%	49,0%	23,8%	5,2%	1,6%	4,1	1.097
3.000 Euro und mehr	22,7%	43,7%	26,4%	5,4%	1,8%	4,0	412
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	24,8%	48,3%	22,0%	3,9%	1,0%	4,6	1.329
5 bis unter 10 Jahre	25,0%	42,1%	26,6%	4,6%	1,8%	4,2	765
10 bis unter 20 Jahre	19,7%	48,1%	24,9%	6,0%	1,3%	4,0	881
20 Jahre und länger	18,3%	49,2%	25,8%	5,5%	1,2%	3,9	1.572

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

<sup>1</sup> 10 = alle sehr gut | -10 = alle sehr schlecht



Anhangtabelle 4.06

**BEWERTUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN – STADTTEILERGEBNISSE**

F 5: „Wie beurteilen Sie die Dienstleistungen in Ihrem Stadtteil?“	Dienstleistungen						Durchschnittsbewertung <sup>1</sup> Skala: -10 bis +10	Befragte mit Antwort (gewichtet) insg. 4.625
	sehr gut	gut	befriedigend	schlecht	sehr schlecht			
	Anteile an den Befragten							
1992	8,5%	55,9%	25,1%	8,1%	2,3%	3,0	1.395	
1996	9,2%	56,8%	24,0%	8,0%	2,0%	3,2	1.419	
1999	10,2%	61,4%	19,7%	7,6%	1,2%	3,6	1.453	
2001	12,1%	55,8%	21,9%	8,3%	1,8%	3,4	2.376	
2002	11,3%	55,0%	22,8%	9,2%	1,7%	3,2	1.460	
2006	14,6%	55,1%	21,7%	7,3%	1,4%	3,7	2.223	
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,6%</b>	<b>47,5%</b>	<b>24,6%</b>	<b>5,0%</b>	<b>1,3%</b>	<b>4,2</b>	<b>4.578</b>	
<b>Stadtteil</b>								
Innenstadt-Ost	37,3%	40,3%	18,6%	2,6%	1,2%	5,5	71	
Innenstadt-West	49,0%	39,6%	9,7%	0,8%	0,8%	6,8	122	
Südstadt	19,4%	49,8%	25,1%	5,0%	0,7%	4,1	330	
Südweststadt	29,7%	50,0%	17,3%	2,7%	0,3%	5,3	362	
Weststadt	24,0%	53,3%	20,2%	2,5%	---	4,9	332	
Nordweststadt	10,9%	47,8%	29,6%	9,5%	2,2%	2,8	185	
Oststadt	25,8%	52,9%	19,8%	1,6%	---	5,1	254	
Mühlburg	40,4%	45,5%	12,4%	1,3%	0,4%	6,2	233	
Daxlanden	11,3%	50,6%	33,8%	4,3%	---	3,4	161	
Knielingen	9,9%	51,0%	32,5%	5,9%	0,8%	3,2	119	
Grünwinkel	17,5%	47,0%	26,4%	8,0%	1,2%	3,6	159	
Oberreut	13,7%	55,0%	29,2%	1,2%	1,0%	4,0	96	
Beierthim-Bulach	14,1%	38,9%	34,5%	11,6%	0,9%	2,7	115	
Weierfeld-Dammerstock	12,5%	32,2%	44,5%	5,3%	5,5%	2,0	107	
Rüppurr	21,7%	54,7%	19,0%	4,0%	0,6%	4,6	163	
Waldstadt	21,9%	45,3%	29,3%	3,0%	0,5%	4,3	190	
Rintheim	6,5%	45,6%	33,1%	13,6%	1,1%	2,1	82	
Hagsfeld	10,6%	48,1%	34,0%	4,9%	2,3%	3,0	116	
Durlach	35,4%	47,2%	12,3%	2,4%	2,7%	5,5	455	
Grötzingen	18,2%	53,1%	24,4%	2,9%	1,4%	4,2	132	
Stupferich	9,4%	47,6%	36,5%	6,5%	---	3,0	44	
Hohenwettersbach	2,3%	15,2%	31,9%	38,8%	11,8%	-2,1	52	
Wolfartsweier	5,8%	32,7%	49,8%	11,7%	---	1,6	48	
Grünwettersbach	12,5%	42,3%	37,0%	6,5%	1,6%	2,9	57	
Palmbach	3,3%	36,9%	36,5%	20,2%	3,1%	0,9	30	
Neureut	17,0%	52,3%	24,8%	4,3%	1,7%	3,9	282	
Nordstadt	2,1%	41,8%	41,7%	12,6%	1,9%	1,5	151	

<sup>1</sup> 10 = alle sehr gut | -10 = alle sehr schlecht

Anhangtabelle 4.07

**WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN**

F 6: „Wie hat sich die Versorgung Ihres Stadtteils mit Dienstleistungen in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht entwickelt? Ist die Dienstleistungsversorgung insgesamt besser geworden, gleich geblieben oder schlechter geworden?“	Dienstleistungen			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	besser geworden	gleich geblieben	schlechter geworden	
	Anteile an den Befragten			insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>10,8%</b>	<b>76,8%</b>	<b>12,4%</b>	<b>4.535</b>
<b>Geschlecht</b>				
männlich	9,2%	78,1%	12,7%	2.230
weiblich	12,2%	75,5%	12,2%	2.197
<b>Altersgruppen</b>				
18 bis unter 30 Jahre	9,5%	86,8%	3,7%	898
30 bis unter 45 Jahre	12,6%	78,6%	8,8%	1.069
45 bis unter 65 Jahre	10,2%	72,1%	17,7%	1.487
65 bis unter 80 Jahre	11,0%	71,4%	17,6%	791
80 Jahre und älter	7,8%	80,8%	11,4%	195
<b>Staatsangehörigkeit</b>				
deutsch ohne Migrationshintergrund	8,9%	77,4%	13,7%	3.098
deutsch mit Migrationshintergrund	14,6%	73,7%	11,7%	655
ausländisch	16,1%	77,2%	6,7%	596
<b>Haushaltstyp</b>				
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	10,3%	85,0%	4,6%	478
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	12,4%	70,5%	17,1%	301
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	10,3%	75,8%	13,9%	249
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	11,7%	77,1%	11,2%	808
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	17,1%	73,6%	9,3%	63
Wohngemeinschaften	6,8%	90,1%	3,2%	169
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	11,1%	82,3%	6,7%	800
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	9,5%	71,1%	19,4%	838
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	10,3%	72,4%	17,3%	708
<b>Kinder im Haushalt</b>				
Kinder unter 18 Jahren	11,9%	77,0%	11,1%	900
keine Kinder unter 18 Jahren	10,4%	76,8%	12,8%	3.563
<b>Bildungsabschluss</b>				
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	12,3%	71,6%	16,0%	614
Realschulabschluss/Mittlere Reife	12,5%	73,6%	13,9%	812
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	10,9%	78,3%	10,8%	974
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	9,2%	79,1%	11,7%	1.950
<b>Erwerbsstatus</b>				
ganztags berufstätig	10,3%	77,5%	12,2%	1.960
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	11,7%	72,3%	16,0%	557
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	8,8%	87,7%	3,5%	555
arbeitslos	9,1%	80,8%	10,1%	65
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	11,9%	72,5%	15,7%	1.232
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>				
unter 1.000 Euro	11,9%	78,1%	10,0%	755
1.000 bis unter 2.000 Euro	11,3%	76,1%	12,5%	1.773
2.000 bis unter 3.000 Euro	9,7%	77,6%	12,7%	1.086
3.000 Euro und mehr	8,6%	78,0%	13,5%	405
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>				
unter 5 Jahre	9,8%	85,3%	4,9%	1.289
5 bis unter 10 Jahre	9,6%	80,3%	10,1%	764
10 bis unter 20 Jahre	12,4%	75,5%	12,1%	883
20 Jahre und länger	11,5%	68,7%	19,8%	1.572

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

1 10 = alle sehr zufrieden | -10 = alle sehr unzufrieden

Anhangtabelle 4.08

**WAHrgENOMMENE VERÄNDERUNG DER VERSORGUNG DES STADTTEILS MIT DIENSTLEISTUNGEN –  
STADTTEILERGEBNISSE**

F 6: „Wie hat sich die Versorgung Ihres Stadtteils mit Dienstleistungen in den letzten Jahren aus Ihrer Sicht entwickelt? Ist die Dienstleistungsversorgung insgesamt besser geworden, gleich geblieben oder schlechter geworden?“	Dienstleistungen			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	besser geworden	gleich geblieben	schlechter geworden	
	Anteile an den Befragten			insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>10,8%</b>	<b>76,8%</b>	<b>12,4%</b>	<b>4.535</b>
<b>Stadtteil</b>				
Innenstadt-Ost	12,7%	79,3%	8,0%	71
Innenstadt-West	11,8%	86,5%	1,7%	122
Südstadt	24,2%	63,9%	11,8%	326
Südweststadt	7,1%	85,0%	7,9%	354
Weststadt	12,2%	76,5%	11,4%	326
Nordweststadt	11,2%	69,4%	19,5%	185
Oststadt	10,9%	81,9%	7,2%	253
Mühlburg	13,9%	80,7%	5,4%	233
Daxlanden	5,6%	76,4%	17,9%	159
Knielingen	13,3%	63,6%	23,1%	119
Grünwinkel	24,5%	68,8%	6,7%	158
Oberreut	9,3%	86,7%	4,0%	96
Beiertheim-Bulach	1,9%	88,0%	10,1%	114
Weierfeld-Dammerstock	3,7%	67,2%	29,1%	106
Rüppurr	6,3%	77,5%	16,2%	159
Waldstadt	4,8%	82,0%	13,2%	191
Rintheim	6,3%	74,6%	19,1%	82
Hagsfeld	1,0%	81,8%	17,1%	115
Durlach	13,1%	75,9%	11,0%	450
Grötzingen	10,2%	70,1%	19,7%	131
Stupferich	4,8%	72,4%	22,8%	44
Hohenwettersbach	3,5%	79,7%	16,8%	52
Wolfartsweier	---	68,3%	31,7%	46
Grünwettersbach	---	85,4%	14,6%	57
Palmbach	10,0%	61,7%	28,3%	29
Neureut	10,7%	80,1%	9,2%	279
Nordstadt	12,6%	79,8%	7,5%	151

Anhangtabelle 4.09

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM LEBENSMITTELSUPERMARKT**

F 7.3: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf zu einem Lebensmittelsupermarkt mit vollem Sortiment?“	Einkaufen in einem Lebensmittelsupermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	42,5%	34,2%	11,6%	1,8%	5,3%	4,7%	2.400
2006	40,8%	34,6%	11,9%	2,0%	4,1%	6,5%	2.239
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>34,1%</b>	<b>37,6%</b>	<b>16,6%</b>	<b>5,3%</b>	<b>4,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>4.506</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	33,3%	37,4%	17,3%	5,6%	4,7%	1,7%	2.205
weiblich	35,0%	37,7%	15,9%	5,0%	4,6%	1,8%	2.195
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	35,8%	32,7%	20,7%	5,8%	3,6%	1,3%	919
30 bis unter 45 Jahre	32,3%	38,2%	18,1%	5,6%	3,9%	1,9%	1.074
45 bis unter 65 Jahre	32,2%	39,1%	16,3%	5,6%	5,2%	1,7%	1.481
65 bis unter 80 Jahre	38,1%	38,8%	11,5%	4,3%	5,4%	1,8%	759
80 Jahre und älter	38,0%	38,0%	10,6%	3,4%	6,7%	3,4%	181
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	33,7%	39,8%	16,0%	5,0%	4,0%	1,5%	3.088
deutsch mit Migrationshintergrund	36,1%	30,6%	18,5%	6,5%	6,3%	2,0%	651
ausländisch	35,5%	33,0%	16,9%	6,1%	6,6%	2,0%	592
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	33,7%	35,0%	22,2%	5,2%	2,2%	1,7%	489
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	24,9%	39,6%	19,0%	8,1%	7,2%	1,2%	300
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	38,5%	34,5%	14,0%	5,0%	5,2%	2,9%	240
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	34,2%	38,7%	16,6%	4,8%	4,2%	1,5%	803
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	32,1%	29,2%	24,2%	6,5%	4,7%	3,3%	62
Wohngemeinschaften	39,3%	34,0%	15,6%	6,5%	3,3%	1,2%	172
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	31,9%	35,8%	19,4%	6,5%	4,9%	1,5%	812
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	35,1%	38,5%	15,4%	4,9%	4,3%	1,8%	839
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	37,8%	40,1%	10,7%	3,5%	5,9%	1,9%	671
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	34,2%	37,9%	17,1%	4,9%	4,2%	1,7%	895
keine Kinder unter 18 Jahren	34,1%	37,4%	16,4%	5,4%	4,8%	1,8%	3.542
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	37,2%	37,0%	11,0%	4,6%	7,6%	2,6%	590
Realschulabschluss/Mittlere Reife	34,0%	37,1%	16,9%	4,4%	6,0%	1,6%	806
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	33,8%	36,0%	17,5%	5,9%	5,2%	1,7%	973
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	33,9%	38,3%	17,8%	5,6%	3,0%	1,4%	1.960
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	29,7%	40,4%	18,3%	5,7%	4,1%	1,9%	1.975
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	38,8%	33,3%	16,5%	4,8%	6,0%	0,5%	551
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	39,5%	30,8%	21,2%	5,6%	2,5%	0,4%	563
arbeitslos	30,6%	27,6%	14,6%	13,5%	7,8%	5,9%	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	37,4%	38,0%	11,8%	4,4%	6,0%	2,3%	1.191
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	35,4%	33,3%	16,4%	5,6%	7,0%	2,3%	743
1.000 bis unter 2.000 Euro	32,9%	37,4%	17,7%	5,7%	4,7%	1,7%	1.754
2.000 bis unter 3.000 Euro	35,6%	38,1%	16,5%	4,6%	3,9%	1,3%	1.091
3.000 Euro und mehr	33,4%	42,5%	14,7%	5,6%	2,6%	1,2%	411
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	35,9%	34,9%	18,0%	5,8%	3,7%	1,6%	1.326
5 bis unter 10 Jahre	31,1%	37,9%	18,7%	6,3%	4,2%	1,8%	758
10 bis unter 20 Jahre	30,3%	38,4%	18,3%	6,0%	5,3%	1,7%	869
20 Jahre und länger	36,4%	39,2%	13,3%	4,0%	5,4%	1,8%	1.525

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.10

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM LEBENSMITTELSUPERMARKT – STADTEILERGEBNISSE**

F 7.3: „ Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf zu einem Lebensmittelsupermarkt mit vollem Sortiment?“	Einkaufen in einem Lebensmittelsupermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	42,5%	34,2%	11,6%	1,8%	5,3%	4,7%	2.400
2006	40,8%	34,6%	11,9%	2,0%	4,1%	6,5%	2.239
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>34,1%</b>	<b>37,6%</b>	<b>16,6%</b>	<b>5,3%</b>	<b>4,6%</b>	<b>1,8%</b>	<b>4.506</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	59,8%	15,4%	20,1%	1,7%	1,5%	1,5%	69
Innenstadt-West	35,5%	37,9%	21,9%	2,3%	0,8%	1,6%	125
Südstadt	42,5%	33,1%	15,0%	4,6%	2,7%	2,1%	328
Südweststadt	30,5%	38,9%	19,5%	4,9%	5,1%	1,1%	361
Weststadt	38,6%	33,7%	16,6%	5,0%	4,8%	1,3%	325
Nordweststadt	41,6%	35,4%	14,5%	1,2%	6,2%	1,1%	181
Oststadt	32,7%	39,0%	16,6%	8,2%	3,1%	0,4%	253
Mühlburg	28,6%	36,8%	22,4%	4,6%	5,9%	1,7%	232
Daxlanden	19,9%	38,3%	18,3%	8,4%	9,4%	5,7%	156
Knielingen	33,2%	48,0%	10,3%	5,8%	1,8%	0,8%	116
Grünwinkel	26,1%	29,0%	17,0%	7,4%	14,0%	6,4%	151
Oberreut	37,0%	35,3%	14,8%	4,2%	6,2%	2,5%	94
Beierheim-Bulach	12,7%	38,8%	28,8%	5,2%	12,6%	1,8%	113
Weierfeld-Dammerstock	12,5%	40,0%	23,8%	12,4%	6,4%	4,9%	104
Rüppurr	15,5%	38,2%	21,8%	9,5%	11,9%	3,1%	156
Waldstadt	47,1%	34,7%	9,3%	5,6%	1,6%	1,7%	186
Rintheim	32,7%	42,0%	14,5%	6,1%	3,6%	1,2%	81
Hagsfeld	35,7%	38,4%	19,0%	3,6%	2,4%	0,9%	116
Durlach	39,2%	37,7%	14,9%	4,4%	2,0%	1,7%	453
Grötzingen	51,0%	37,4%	9,3%	1,5%	0,7%	---	131
Stupferich	37,5%	48,8%	7,1%	4,0%	2,6%	---	45
Hohenwettersbach	24,6%	55,4%	12,2%	1,9%	4,0%	1,9%	49
Wolfartsweier	22,8%	52,0%	16,6%	4,2%	4,4%	---	48
Grünwettersbach	31,6%	43,0%	9,9%	10,6%	4,9%	---	57
Palmbach	52,4%	39,2%	8,4%	---	---	---	28
Neureut	35,9%	41,4%	14,2%	6,1%	2,3%	---	282
Nordstadt	28,7%	36,8%	23,5%	6,2%	2,8%	2,0%	143

Anhangtabelle 4.11

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN BEI EINEM LEBENSMITTELDISCONTER**

F 7.4: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf zu einem Lebensmitteldiscounter?“	Einkaufen bei einem Lebensmitteldiscounter						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	14,2%	30,3%	27,7%	5,2%	10,1%	12,6%	2.403
2006	20,3%	34,4%	21,1%	3,5%	8,1%	12,6%	2.239
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>25,1%</b>	<b>37,0%</b>	<b>17,1%</b>	<b>6,9%</b>	<b>8,0%</b>	<b>5,7%</b>	<b>4.529</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	23,9%	36,8%	17,7%	7,8%	8,0%	5,8%	2.226
weiblich	26,1%	37,2%	16,7%	6,1%	8,2%	5,6%	2.199
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	28,1%	37,9%	15,7%	7,3%	6,7%	4,2%	922
30 bis unter 45 Jahre	22,8%	36,5%	17,4%	7,6%	8,9%	6,8%	1.078
45 bis unter 65 Jahre	23,9%	36,6%	17,8%	7,4%	8,1%	6,1%	1.484
65 bis unter 80 Jahre	26,5%	37,4%	17,3%	4,8%	8,2%	5,7%	767
80 Jahre und älter	24,9%	36,8%	18,9%	6,5%	9,2%	3,8%	187
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	21,2%	38,1%	18,5%	7,5%	8,8%	6,0%	3.105
deutsch mit Migrationshintergrund	32,2%	35,8%	15,2%	5,8%	6,9%	4,1%	660
ausländisch	35,6%	33,2%	13,0%	6,2%	5,6%	6,4%	589
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	25,1%	36,3%	15,0%	7,7%	10,7%	5,2%	484
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	22,4%	34,3%	19,6%	8,1%	9,3%	6,2%	300
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	26,3%	30,2%	15,0%	7,3%	13,2%	7,9%	239
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	26,7%	38,5%	15,7%	7,2%	6,6%	5,3%	812
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	37,0%	36,1%	15,9%	4,9%	3,0%	3,1%	63
Wohngemeinschaften	21,3%	34,8%	17,3%	11,8%	8,2%	6,7%	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	25,0%	36,7%	17,6%	7,4%	7,5%	5,8%	818
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	23,0%	37,4%	18,4%	6,6%	8,1%	6,5%	834
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	25,6%	39,9%	18,5%	4,6%	6,8%	4,5%	688
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	27,3%	38,5%	15,5%	7,3%	6,1%	5,2%	907
keine Kinder unter 18 Jahren	24,4%	36,6%	17,6%	6,9%	8,6%	5,9%	3.553
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	31,9%	41,2%	15,7%	3,7%	5,1%	2,3%	599
Realschulabschluss/Mittlere Reife	29,1%	39,8%	14,7%	4,7%	7,7%	4,0%	809
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	26,9%	37,6%	16,4%	7,0%	6,2%	5,9%	978
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	20,0%	34,4%	19,1%	9,1%	10,1%	7,3%	1.961
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	20,3%	36,3%	18,5%	8,4%	9,6%	7,0%	1.974
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	24,8%	39,2%	17,1%	5,7%	7,8%	5,5%	557
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	30,5%	37,7%	14,8%	7,7%	5,8%	3,5%	563
arbeitslos	41,9%	29,1%	12,1%	6,3%	3,0%	7,6%	65
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	28,9%	37,9%	16,4%	5,2%	6,9%	4,6%	1.209
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	36,8%	38,0%	11,4%	5,1%	5,0%	3,6%	749
1.000 bis unter 2.000 Euro	27,3%	38,5%	17,2%	7,0%	6,2%	3,8%	1.776
2.000 bis unter 3.000 Euro	17,1%	36,8%	20,8%	7,0%	10,9%	7,3%	1.094
3.000 Euro und mehr	11,7%	28,2%	21,7%	10,7%	14,8%	12,7%	406
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	25,9%	36,3%	17,0%	6,7%	8,5%	5,5%	1.325
5 bis unter 10 Jahre	23,6%	34,7%	17,6%	8,8%	8,3%	7,0%	760
10 bis unter 20 Jahre	25,9%	34,9%	16,1%	8,1%	7,3%	7,8%	877
20 Jahre und länger	24,7%	40,1%	17,5%	5,6%	7,9%	4,3%	1.538

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.12

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN BEI EINEM LEBENSMITTELDISOUNTER – STADTEILERGEBNISSE**

F 7.4: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf zu einem Lebensmitteldiscounter?“	Einkaufen bei einem Lebensmitteldiscounter						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	14,2%	30,3%	27,7%	5,2%	10,1%	12,6%	2.403
2006	20,3%	34,4%	21,1%	3,5%	8,1%	12,6%	2.239
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>25,1%</b>	<b>37,0%</b>	<b>17,1%</b>	<b>6,9%</b>	<b>8,0%</b>	<b>5,7%</b>	<b>4.529</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	19,8%	37,2%	18,6%	8,5%	7,3%	8,6%	71
Innenstadt-West	25,6%	31,4%	14,7%	7,8%	13,2%	7,2%	124
Südstadt	22,2%	30,9%	16,3%	8,5%	11,9%	10,2%	326
Südweststadt	25,6%	30,9%	18,8%	5,6%	9,5%	9,5%	365
Weststadt	22,9%	28,1%	22,3%	7,9%	11,4%	7,4%	325
Nordweststadt	39,1%	28,5%	19,5%	3,9%	6,1%	2,9%	183
Oststadt	23,4%	37,9%	15,8%	8,4%	8,7%	5,8%	251
Mühlburg	26,8%	35,5%	18,4%	6,7%	8,8%	3,9%	232
Daxlanden	23,9%	47,6%	15,4%	5,2%	5,3%	2,5%	158
Knielingen	27,8%	41,7%	20,7%	4,0%	4,9%	0,8%	120
Grünwinkel	35,3%	37,1%	10,0%	9,6%	4,9%	3,1%	158
Oberreut	31,8%	37,2%	16,1%	6,7%	5,0%	3,2%	96
Beierheim-Bulach	34,1%	39,9%	13,3%	4,2%	4,2%	4,3%	112
Weierfeld-Dammerstock	13,9%	40,2%	21,3%	4,6%	10,6%	9,4%	107
Rüppurr	32,7%	35,8%	16,0%	6,0%	4,7%	4,7%	161
Waldstadt	22,3%	37,0%	17,5%	10,3%	9,2%	3,7%	186
Rintheim	23,2%	50,9%	10,9%	5,1%	1,2%	8,6%	80
Hagsfeld	18,4%	36,3%	23,4%	7,1%	7,9%	6,9%	116
Durlach	20,5%	40,4%	17,5%	6,8%	9,2%	5,7%	450
Grötzingen	34,3%	33,3%	15,8%	5,5%	6,0%	5,1%	129
Stupferich	19,0%	39,2%	19,9%	8,8%	8,7%	4,4%	44
Hohenwettersbach	23,2%	46,8%	11,3%	9,7%	3,5%	5,4%	52
Wolfartsweier	12,6%	43,6%	19,4%	10,0%	8,6%	5,9%	47
Grünwettersbach	15,6%	46,0%	14,4%	6,7%	12,3%	5,1%	57
Palmbach	10,2%	53,1%	26,9%	6,5%	3,3%	---	30
Neureut	24,5%	46,8%	15,5%	4,7%	5,2%	3,2%	279
Nordstadt	27,3%	45,2%	10,1%	7,4%	6,2%	3,9%	148

Anhangtabelle 4.13

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM KLEINEN LEBENSMITTELLADEN**

F 7.1: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen kleinen Lebensmittelladen?“	Einkaufen in einem kleinen Lebensmittelladen						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	55,8%	23,4%	6,5%	1,3%	8,3%	4,8%	2.398
2006	21,0%	19,5%	12,9%	3,8%	15,4%	27,4%	2.230
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>10,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>17,3%</b>	<b>12,8%</b>	<b>26,2%</b>	<b>20,1%</b>	<b>4.400</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	9,2%	12,8%	16,0%	13,2%	28,3%	20,5%	2.164
weiblich	10,8%	14,2%	18,7%	12,6%	24,0%	19,7%	2.131
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	3,9%	7,5%	18,7%	16,1%	31,4%	22,4%	919
30 bis unter 45 Jahre	6,0%	13,7%	22,4%	15,8%	25,5%	16,6%	1.073
45 bis unter 65 Jahre	11,9%	16,4%	18,2%	12,5%	24,7%	16,3%	1.448
65 bis unter 80 Jahre	17,7%	14,6%	8,5%	6,6%	25,6%	26,9%	702
80 Jahre und älter	20,8%	15,5%	7,7%	5,4%	16,7%	33,9%	170
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	8,8%	13,1%	16,7%	13,5%	26,8%	21,1%	2.997
deutsch mit Migrationshintergrund	10,3%	14,1%	16,8%	13,0%	25,7%	20,2%	647
ausländisch	14,1%	15,3%	23,1%	10,1%	23,9%	13,5%	585
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	4,0%	7,9%	21,3%	12,7%	30,3%	23,8%	486
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	8,9%	13,4%	15,0%	15,0%	29,0%	18,8%	294
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	20,1%	15,2%	8,1%	3,8%	21,6%	31,2%	221
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	9,9%	16,5%	23,8%	14,2%	23,2%	12,4%	804
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	6,3%	15,5%	16,8%	12,5%	25,6%	23,2%	62
Wohngemeinschaften	3,6%	11,7%	13,9%	18,1%	32,6%	20,2%	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	3,9%	9,7%	20,1%	18,2%	28,1%	20,0%	811
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	12,9%	16,7%	16,9%	11,4%	25,0%	17,1%	812
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	17,8%	14,0%	8,8%	7,4%	24,9%	27,1%	627
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	9,9%	16,3%	22,9%	13,7%	23,5%	13,8%	898
keine Kinder unter 18 Jahren	10,1%	12,8%	15,9%	12,6%	26,8%	21,8%	3.433
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	16,0%	13,2%	8,8%	7,9%	26,1%	28,0%	550
Realschulabschluss/Mittlere Reife	10,1%	14,2%	13,6%	9,2%	27,3%	25,7%	781
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	7,7%	11,1%	19,0%	12,0%	30,4%	19,9%	965
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	8,8%	14,2%	20,9%	16,6%	24,0%	15,4%	1.931
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	6,9%	15,5%	19,9%	14,9%	25,4%	17,4%	1.952
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	11,7%	15,0%	20,5%	12,1%	24,2%	16,5%	541
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	4,4%	6,8%	17,7%	16,3%	32,6%	22,1%	565
arbeitslos	9,1%	4,3%	15,6%	15,3%	29,2%	26,5%	64
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	16,6%	13,3%	11,9%	8,5%	25,4%	24,4%	1.124
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	9,7%	10,9%	16,3%	12,5%	28,2%	22,5%	733
1.000 bis unter 2.000 Euro	10,7%	12,2%	17,5%	12,5%	25,8%	21,2%	1.715
2.000 bis unter 3.000 Euro	8,6%	15,2%	17,9%	13,6%	26,9%	17,7%	1.065
3.000 Euro und mehr	9,4%	16,1%	20,0%	16,7%	20,3%	17,5%	406
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	6,0%	12,2%	18,7%	16,8%	28,0%	18,4%	1.316
5 bis unter 10 Jahre	8,6%	13,8%	20,8%	13,1%	26,0%	17,8%	751
10 bis unter 20 Jahre	11,1%	15,3%	21,4%	11,5%	22,7%	18,0%	858
20 Jahre und länger	13,6%	13,5%	12,1%	9,9%	26,6%	24,4%	1.452

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.



Anhangtabelle 4.14

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM KLEINEN LEBENSMITTELLADEN – STADTEILERGEBNISSE**

F 7.1: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen kleinen Lebensmittelladen?“	Einkaufen in einem kleinen Lebensmittelladen						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	55,8%	23,4%	6,5%	1,3%	8,3%	4,8%	2.398
2006	21,0%	19,5%	12,9%	3,8%	15,4%	27,4%	2.230
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>10,1%</b>	<b>13,5%</b>	<b>17,3%</b>	<b>12,8%</b>	<b>26,2%</b>	<b>20,1%</b>	<b>4.400</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	12,7%	12,8%	18,1%	14,9%	24,0%	17,5%	69
Innenstadt-West	2,5%	20,3%	18,4%	16,6%	26,1%	16,1%	121
Südstadt	11,5%	16,5%	22,6%	13,2%	20,3%	15,9%	327
Südweststadt	7,2%	12,7%	27,5%	17,3%	23,8%	11,4%	359
Weststadt	8,3%	14,2%	19,9%	13,0%	29,9%	14,7%	319
Nordweststadt	5,5%	11,1%	13,3%	8,7%	30,7%	30,8%	173
Oststadt	5,8%	9,6%	17,0%	17,2%	30,8%	19,6%	247
Mühlburg	13,4%	20,5%	21,5%	11,1%	22,3%	11,1%	230
Daxlanden	12,6%	12,6%	10,1%	13,7%	22,5%	28,6%	149
Knielingen	8,2%	8,7%	8,9%	10,0%	22,1%	42,2%	114
Grünwinkel	6,5%	7,4%	18,2%	11,3%	25,3%	31,4%	150
Oberreut	8,8%	12,7%	14,4%	11,4%	26,4%	26,3%	94
Beiernheim-Bulach	6,2%	12,3%	20,0%	12,6%	28,6%	20,4%	109
Weierfeld-Dammerstock	16,6%	15,8%	19,8%	10,7%	19,8%	17,4%	106
Rüppurr	11,7%	19,7%	14,7%	10,0%	30,4%	13,5%	153
Waldstadt	8,9%	14,7%	15,3%	14,9%	29,4%	16,8%	182
Rintheim	5,4%	13,0%	10,4%	12,8%	32,9%	25,4%	78
Hagsfeld	12,5%	14,5%	13,6%	8,6%	28,9%	21,9%	114
Durlach	13,5%	14,6%	17,2%	10,2%	29,5%	14,9%	435
Grötzingen	6,1%	8,7%	11,9%	21,5%	24,4%	27,3%	123
Stupferich	22,1%	8,8%	14,6%	13,8%	22,5%	18,2%	42
Hohenwettersbach	4,0%	17,7%	3,9%	16,3%	26,6%	31,5%	48
Wolfartsweier	12,8%	23,6%	22,1%	13,8%	9,0%	18,7%	44
Grünwettersbach	21,7%	6,9%	8,6%	14,0%	25,9%	22,9%	57
Palmbach	10,5%	6,7%	10,9%	22,3%	30,0%	19,7%	27
Neureut	7,8%	7,8%	11,1%	11,7%	29,8%	31,7%	274
Nordstadt	11,0%	13,4%	26,1%	10,1%	22,3%	17,1%	144

Anhangtabelle 4.15

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM DROGERIEMARKT MIT LEBENSMITTELANGEBOT**

F 7.6: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen Drogeriemarkt mit Lebensmittelangebot?“	Einkaufen in einem Drogeriemarkt mit Lebensmittelangebot						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>6,3%</b>	<b>25,4%</b>	<b>41,3%</b>	<b>12,2%</b>	<b>8,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>4.492</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	4,2%	22,3%	39,6%	15,5%	11,0%	7,4%	2.188
weiblich	8,2%	28,5%	43,2%	9,1%	6,5%	4,6%	2.200
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	6,3%	21,5%	44,6%	13,4%	8,2%	6,0%	922
30 bis unter 45 Jahre	9,5%	33,1%	39,1%	11,5%	4,1%	2,8%	1.075
45 bis unter 65 Jahre	5,3%	24,7%	43,4%	12,4%	9,7%	4,6%	1.480
65 bis unter 80 Jahre	4,5%	21,0%	39,0%	12,5%	12,4%	10,7%	750
80 Jahre und älter	2,9%	19,5%	35,1%	9,8%	15,5%	17,2%	176
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	5,9%	24,9%	41,8%	12,0%	9,2%	6,2%	3.077
deutsch mit Migrationshintergrund	6,2%	24,7%	42,8%	14,2%	7,2%	4,9%	657
ausländisch	8,2%	27,7%	39,7%	11,9%	7,8%	4,7%	583
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	5,1%	17,7%	45,2%	16,6%	8,8%	6,6%	487
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	3,8%	17,2%	44,8%	14,4%	13,5%	6,3%	298
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	4,0%	17,7%	31,9%	11,3%	18,7%	16,4%	234
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	12,8%	39,9%	34,1%	7,8%	3,5%	2,0%	808
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	8,2%	32,7%	44,8%	11,1%	---	3,1%	63
Wohngemeinschaften	4,0%	12,6%	45,3%	18,9%	10,9%	8,2%	170
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	5,8%	27,6%	45,2%	11,7%	6,0%	3,7%	817
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	4,9%	22,8%	44,6%	13,0%	10,1%	4,6%	835
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	4,3%	21,4%	40,4%	12,3%	11,1%	10,5%	664
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	12,2%	39,3%	35,2%	8,0%	3,2%	2,1%	903
keine Kinder unter 18 Jahren	4,8%	21,6%	43,0%	13,4%	10,1%	7,1%	3.521
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	6,7%	22,0%	39,4%	11,4%	12,3%	8,2%	576
Realschulabschluss/Mittlere Reife	7,2%	24,5%	41,7%	12,0%	9,5%	5,1%	803
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	6,5%	25,5%	41,1%	13,2%	7,7%	5,9%	978
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	5,7%	26,3%	42,7%	12,4%	8,0%	5,0%	1.958
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	5,4%	26,4%	43,5%	13,1%	7,5%	4,1%	1.970
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	10,4%	30,4%	40,8%	9,1%	6,5%	2,8%	555
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	4,8%	18,7%	45,4%	16,0%	8,5%	6,7%	565
arbeitslos	6,2%	15,1%	40,1%	15,4%	15,8%	7,3%	63
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	6,8%	24,4%	37,3%	10,7%	11,8%	8,9%	1.178
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	8,1%	20,6%	41,7%	13,7%	8,9%	7,0%	735
1.000 bis unter 2.000 Euro	5,8%	25,9%	41,5%	12,5%	8,8%	5,5%	1.757
2.000 bis unter 3.000 Euro	5,5%	27,1%	42,8%	12,1%	7,5%	5,0%	1.091
3.000 Euro und mehr	4,8%	20,7%	41,7%	11,9%	12,6%	8,2%	409
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	7,0%	25,2%	41,6%	13,3%	7,7%	5,3%	1.326
5 bis unter 10 Jahre	9,1%	27,3%	41,5%	10,9%	6,9%	4,3%	753
10 bis unter 20 Jahre	5,4%	26,8%	43,0%	11,5%	8,0%	5,3%	867
20 Jahre und länger	4,9%	23,9%	40,3%	12,1%	10,9%	7,9%	1.523

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.16

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM DROGERIEMARKT MIT LEBENSMITTELANGEBOT – STADTEILERGEBNISSE**

F 7.6: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen Drogeriemarkt mit Lebensmittelangebot?“	Einkaufen in einem Drogeriemarkt mit Lebensmittelangebot						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>6,3%</b>	<b>25,4%</b>	<b>41,3%</b>	<b>12,2%</b>	<b>8,8%</b>	<b>6,0%</b>	<b>4.492</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	3,9%	23,0%	40,7%	20,0%	9,8%	2,7%	71
Innenstadt-West	11,5%	25,0%	39,3%	14,5%	6,9%	2,9%	123
Südstadt	6,4%	23,9%	45,9%	11,5%	7,4%	4,9%	323
Südweststadt	6,4%	26,9%	44,1%	12,6%	6,9%	3,1%	360
Weststadt	4,8%	27,8%	39,3%	13,0%	10,1%	4,9%	327
Nordweststadt	6,9%	28,4%	35,9%	12,8%	10,1%	5,9%	180
Oststadt	6,1%	20,3%	45,6%	13,2%	8,9%	5,9%	250
Mühlburg	12,5%	31,3%	39,1%	8,1%	7,0%	2,0%	235
Daxlanden	4,7%	27,0%	42,6%	9,3%	10,5%	5,9%	150
Knielingen	4,4%	30,5%	33,8%	11,1%	11,7%	8,5%	116
Grünwinkel	11,2%	27,3%	39,3%	10,7%	7,1%	4,4%	154
Oberreut	6,7%	23,7%	38,2%	11,6%	7,2%	12,5%	96
Beierheim-Bulach	6,7%	30,5%	39,5%	9,7%	9,8%	3,9%	110
Weierfeld-Dammerstock	4,0%	16,0%	50,0%	8,3%	9,2%	12,4%	103
Rüppurr	2,1%	17,0%	41,8%	16,6%	12,5%	10,0%	155
Waldstadt	6,3%	28,3%	43,1%	7,8%	9,0%	5,5%	187
Rintheim	7,5%	22,8%	36,9%	14,9%	10,6%	7,3%	81
Hagsfeld	3,4%	22,8%	38,3%	18,4%	8,6%	8,6%	116
Durlach	6,7%	26,9%	40,4%	12,2%	7,8%	6,1%	449
Grötzingen	2,8%	12,2%	41,2%	16,1%	14,9%	12,8%	129
Stupferich	2,2%	17,4%	56,3%	4,2%	10,7%	9,2%	43
Hohenwettersbach	6,3%	21,9%	49,4%	18,7%	---	3,8%	50
Wolfartsweier	3,9%	27,3%	48,2%	10,6%	8,1%	1,9%	48
Grünwettersbach	5,8%	29,1%	29,5%	14,3%	14,3%	7,0%	56
Palmbach	---	13,9%	57,5%	25,4%	---	3,3%	28
Neureut	7,3%	29,6%	41,5%	9,1%	7,5%	4,9%	283
Nordstadt	6,6%	30,5%	43,3%	9,7%	6,0%	3,9%	148

Anhangtabelle 4.17

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN AUF DEM WOCHENMARKT ODER AN EINEM MARKTSTAND**

F 7.2: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf auf den Wochenmarkt oder an einen Marktstand?“	Einkaufen auf dem Wochenmarkt oder an einem Marktstand						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						
2001	12,8%	28,9%	13,3%	5,2%	16,2%	23,7%	2.394
2006	8,0%	24,6%	15,4%	5,9%	17,1%	28,9%	2.234
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>4,6%</b>	<b>19,3%</b>	<b>16,4%</b>	<b>16,5%</b>	<b>25,0%</b>	<b>18,1%</b>	<b>4.306</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	4,1%	17,3%	15,4%	15,9%	25,9%	21,4%	2.095
weiblich	5,3%	21,1%	17,5%	17,0%	24,2%	15,0%	2.109
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	2,3%	6,4%	12,4%	21,4%	28,7%	28,9%	891
30 bis unter 45 Jahre	3,1%	16,3%	18,6%	18,2%	24,7%	19,0%	1.040
45 bis unter 65 Jahre	5,4%	22,6%	17,9%	16,0%	24,6%	13,6%	1.408
65 bis unter 80 Jahre	8,1%	30,5%	16,2%	10,3%	22,3%	12,7%	711
80 Jahre und älter	6,1%	32,1%	15,2%	6,7%	23,0%	17,0%	167
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	4,8%	20,7%	16,5%	16,8%	24,8%	16,4%	2.952
deutsch mit Migrationshintergrund	4,2%	13,4%	17,2%	16,3%	25,8%	23,1%	627
ausländisch	3,6%	16,5%	16,5%	15,8%	26,5%	21,1%	560
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	---	6,5%	10,7%	20,3%	28,3%	34,2%	472
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	2,6%	14,5%	18,8%	15,1%	28,0%	21,1%	284
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	9,4%	30,5%	13,3%	8,5%	22,0%	16,3%	221
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	5,1%	20,6%	20,1%	18,6%	23,4%	12,2%	780
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	1,7%	16,3%	6,9%	16,2%	38,2%	20,7%	60
Wohngemeinschaften	3,7%	6,0%	9,6%	23,7%	25,6%	31,4%	167
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	3,5%	11,0%	17,3%	20,3%	27,2%	20,7%	787
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	6,2%	25,9%	17,7%	14,7%	23,4%	12,2%	789
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	7,1%	31,3%	16,9%	9,6%	22,0%	13,0%	631
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	4,9%	19,7%	18,7%	18,3%	24,6%	13,8%	872
keine Kinder unter 18 Jahren	4,6%	19,2%	15,8%	15,9%	25,2%	19,2%	3.365
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	3,8%	25,1%	13,4%	11,2%	27,0%	19,5%	548
Realschulabschluss/Mittlere Reife	4,5%	21,0%	16,2%	13,2%	26,7%	18,4%	751
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	3,5%	14,3%	14,9%	17,9%	27,4%	22,0%	943
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	5,5%	18,7%	18,3%	19,1%	22,9%	15,5%	1.891
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	3,3%	17,2%	17,0%	18,1%	25,6%	18,8%	1.885
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	5,1%	21,5%	20,6%	16,1%	24,5%	12,2%	527
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	2,3%	6,1%	10,7%	20,8%	29,7%	30,4%	552
arbeitslos	---	12,2%	7,7%	25,3%	24,2%	30,6%	62
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	8,0%	27,7%	16,9%	11,8%	22,9%	12,7%	1.124
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	3,2%	12,5%	11,4%	16,0%	30,0%	26,9%	713
1.000 bis unter 2.000 Euro	4,5%	18,5%	16,9%	16,1%	25,7%	18,3%	1.684
2.000 bis unter 3.000 Euro	4,4%	21,5%	19,4%	17,3%	24,0%	13,5%	1.035
3.000 Euro und mehr	5,9%	23,0%	14,9%	20,4%	20,5%	15,2%	399
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	2,4%	9,8%	16,3%	19,6%	27,4%	24,6%	1.278
5 bis unter 10 Jahre	4,0%	20,0%	16,2%	18,7%	25,5%	15,5%	729
10 bis unter 20 Jahre	5,5%	19,8%	17,3%	17,2%	24,6%	15,7%	833
20 Jahre und länger	6,4%	26,8%	16,0%	12,4%	23,3%	15,1%	1.440

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.18

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN AUF DEM WOCHENMARKT ODER AN EINEM MARKTSTAND – STADTEILERGEBNISSE**

F 7.2: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf auf den Wochenmarkt oder an einen Marktstand?“	Einkaufen auf dem Wochenmarkt oder an einem Marktstand						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	12,8%	28,9%	13,3%	5,2%	16,2%	23,7%	2.394
2006	8,0%	24,6%	15,4%	5,9%	17,1%	28,9%	2.234
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>4,6%</b>	<b>19,3%</b>	<b>16,4%</b>	<b>16,5%</b>	<b>25,0%</b>	<b>18,1%</b>	<b>4.306</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	7,0%	10,7%	10,6%	18,6%	29,6%	23,6%	67
Innenstadt-West	8,2%	18,2%	14,1%	21,8%	21,6%	16,0%	120
Südstadt	2,3%	17,9%	16,7%	18,0%	21,1%	24,0%	318
Südweststadt	5,3%	16,0%	20,5%	17,9%	24,7%	15,6%	349
Weststadt	13,5%	28,4%	19,6%	14,5%	13,8%	10,1%	310
Nordweststadt	4,2%	25,6%	17,9%	15,3%	19,1%	17,9%	179
Oststadt	0,9%	7,4%	12,7%	20,5%	36,4%	22,2%	240
Mühlburg	5,2%	21,0%	16,6%	20,4%	23,3%	13,6%	219
Daxlanden	1,6%	20,8%	12,6%	13,8%	27,9%	23,3%	147
Knielingen	1,8%	11,2%	15,1%	13,9%	24,8%	33,2%	110
Grünwinkel	2,0%	10,0%	10,9%	16,3%	35,2%	25,6%	150
Oberreut	1,4%	11,3%	17,5%	11,3%	26,5%	31,9%	86
Beiernheim-Bulach	1,7%	16,4%	17,0%	18,8%	29,3%	16,9%	106
Weierfeld-Dammerstock	6,6%	28,4%	20,5%	12,5%	17,3%	14,7%	103
Rüppurr	9,2%	34,6%	10,6%	15,5%	22,9%	7,3%	154
Waldstadt	6,0%	29,2%	17,2%	17,6%	20,8%	9,3%	176
Rintheim	1,6%	6,3%	9,5%	11,8%	37,1%	33,8%	75
Hagsfeld	2,6%	19,6%	16,7%	14,6%	23,1%	23,5%	110
Durlach	7,7%	20,8%	15,9%	15,9%	25,6%	14,0%	434
Grötzingen	0,8%	14,7%	17,7%	23,9%	29,2%	13,7%	122
Stupferich	2,1%	4,7%	16,6%	13,5%	39,6%	23,5%	42
Hohenwettersbach	1,9%	11,9%	15,6%	13,6%	27,9%	29,1%	49
Wolfartsweier	---	16,2%	21,4%	11,9%	25,5%	25,1%	40
Grünwettersbach	---	11,1%	18,7%	12,4%	43,0%	14,8%	54
Palmbach	7,4%	7,8%	11,3%	12,1%	35,9%	25,5%	25
Neureut	1,1%	17,9%	17,0%	19,4%	24,4%	20,2%	271
Nordstadt	2,0%	21,6%	23,2%	12,2%	25,8%	15,3%	140

Anhangtabelle 4.19

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM BIO-SUPERMARKT**

F 7.7: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen Bio-Supermarkt?“	Einkaufen in einem Bio-Supermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>4,3%</b>	<b>10,7%</b>	<b>15,8%</b>	<b>15,6%</b>	<b>26,3%</b>	<b>27,3%</b>	<b>4.457</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	3,5%	9,4%	14,4%	14,5%	27,3%	31,0%	2.187
weiblich	5,0%	12,2%	17,3%	16,4%	25,7%	23,4%	2.167
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	1,8%	7,1%	16,0%	17,8%	25,7%	31,6%	918
30 bis unter 45 Jahre	5,1%	12,3%	20,6%	20,0%	23,7%	18,3%	1.078
45 bis unter 65 Jahre	6,2%	13,6%	15,8%	15,2%	26,4%	22,8%	1.469
65 bis unter 80 Jahre	2,8%	8,0%	11,5%	9,1%	30,7%	37,9%	735
80 Jahre und älter	2,4%	4,8%	5,5%	3,6%	29,7%	53,9%	167
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	4,5%	10,8%	16,4%	15,6%	26,5%	26,2%	3.060
deutsch mit Migrationshintergrund	3,2%	11,8%	14,3%	15,0%	26,6%	29,1%	649
ausländisch	4,4%	9,4%	15,8%	16,1%	25,6%	28,7%	581
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	2,2%	7,3%	14,6%	15,6%	24,5%	35,8%	489
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	5,1%	10,4%	12,0%	14,6%	25,3%	32,6%	296
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	4,9%	8,2%	10,9%	7,2%	29,0%	39,7%	231
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	7,3%	16,3%	19,9%	17,5%	23,9%	15,1%	807
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	9,1%	6,4%	20,8%	13,2%	32,5%	18,0%	63
Wohngemeinschaften	4,3%	10,5%	15,5%	16,7%	24,5%	28,5%	172
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	2,8%	8,7%	19,7%	22,4%	24,2%	22,3%	814
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	5,4%	12,8%	16,3%	15,2%	28,2%	22,2%	827
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	1,7%	7,0%	10,3%	8,4%	31,2%	41,3%	647
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	7,1%	15,2%	20,0%	17,1%	24,7%	15,9%	902
keine Kinder unter 18 Jahren	3,5%	9,6%	14,8%	15,1%	26,8%	30,2%	3.487
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	1,0%	6,2%	9,5%	9,0%	27,9%	46,4%	558
Realschulabschluss/Mittlere Reife	3,6%	9,2%	11,2%	11,0%	33,7%	31,2%	795
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	3,1%	9,3%	16,3%	16,0%	28,0%	27,2%	975
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	6,0%	13,5%	19,7%	19,3%	22,3%	19,1%	1.956
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	4,9%	11,8%	17,5%	18,0%	25,3%	22,3%	1.962
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	6,3%	17,6%	19,2%	17,2%	22,9%	16,8%	557
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	2,0%	6,0%	15,0%	17,6%	26,2%	33,2%	564
arbeitslos	6,1%	3,4%	12,7%	15,0%	20,4%	42,4%	63
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	3,4%	8,2%	12,6%	9,9%	30,4%	35,5%	1.156
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	2,5%	4,7%	13,4%	13,8%	27,4%	38,3%	732
1.000 bis unter 2.000 Euro	3,6%	10,9%	14,8%	14,8%	27,8%	28,1%	1.738
2.000 bis unter 3.000 Euro	5,2%	12,1%	17,3%	18,0%	25,8%	21,5%	1.081
3.000 Euro und mehr	6,2%	14,9%	19,1%	17,3%	21,5%	21,0%	414
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	4,1%	9,8%	17,6%	18,8%	24,7%	25,1%	1.324
5 bis unter 10 Jahre	5,9%	12,7%	18,9%	15,8%	24,0%	22,7%	753
10 bis unter 20 Jahre	5,6%	13,2%	17,9%	14,7%	25,7%	23,0%	866
20 Jahre und länger	2,9%	9,0%	11,5%	13,4%	29,3%	33,9%	1.491

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.20

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM BIO-SUPERMARKT – STADTTEILERGEBNISSE**

F 7.7: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmitteleinkauf in einen Bio-Supermarkt?“	Einkaufen in einem Bio-Supermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>4,3%</b>	<b>10,7%</b>	<b>15,8%</b>	<b>15,6%</b>	<b>26,3%</b>	<b>27,3%</b>	<b>4.457</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	2,7%	12,0%	11,3%	10,0%	28,1%	35,9%	71
Innenstadt-West	8,7%	13,4%	25,9%	17,1%	17,0%	17,8%	124
Südstadt	8,7%	13,9%	22,2%	15,1%	20,0%	20,1%	326
Südweststadt	7,6%	13,3%	17,4%	17,3%	26,1%	18,3%	355
Weststadt	8,0%	16,1%	17,6%	18,1%	21,7%	18,5%	325
Nordweststadt	3,0%	8,5%	11,5%	14,9%	27,5%	34,7%	177
Oststadt	3,3%	12,4%	17,3%	20,7%	19,3%	26,9%	251
Mühlburg	2,5%	10,1%	17,0%	17,7%	26,9%	25,8%	231
Daxlanden	---	7,5%	15,0%	13,2%	29,6%	34,7%	154
Knielingen	0,9%	5,1%	5,0%	12,1%	32,6%	44,3%	114
Grünwinkel	5,0%	9,3%	14,6%	13,8%	24,7%	32,7%	151
Oberreut	---	5,0%	13,0%	14,8%	25,6%	41,5%	96
Beierheim-Bulach	1,7%	11,6%	20,3%	13,7%	26,7%	26,0%	110
Weierfeld-Dammerstock	2,0%	13,8%	18,2%	15,4%	26,3%	24,3%	103
Rüppurr	1,2%	12,2%	20,5%	15,4%	30,4%	20,3%	157
Waldstadt	2,6%	10,5%	17,0%	16,6%	26,9%	26,4%	184
Rintheim	7,7%	11,5%	17,1%	12,1%	26,2%	25,4%	78
Hagsfeld	3,3%	15,5%	11,9%	17,5%	27,8%	23,9%	113
Durlach	2,5%	8,8%	12,5%	15,4%	31,9%	29,0%	442
Grötzingen	3,9%	3,2%	16,1%	12,8%	26,5%	37,5%	127
Stupferich	---	6,4%	21,8%	13,9%	24,2%	33,7%	43
Hohenwettersbach	7,9%	2,0%	16,9%	26,0%	27,9%	19,3%	51
Wolfartsweier	---	2,1%	12,3%	16,0%	27,4%	42,3%	45
Grünwettersbach	1,7%	11,9%	10,6%	20,8%	30,0%	24,9%	56
Palmbach	---	6,5%	11,1%	17,3%	46,2%	18,9%	28
Neureut	1,7%	8,5%	12,1%	12,7%	31,8%	33,2%	280
Nordstadt	10,4%	11,4%	13,5%	17,3%	25,0%	22,4%	147

Anhangtabelle 4.21

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM GROSSEN VERBRAUCHERMARKT**

F 7.5: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmittel-einkauf in einen großen Verbrauchermarkt auch mit anderem Sortiment?“	Einkaufen in einem großen Verbrauchermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						
2001	6,0%	16,9%	26,1%	10,1%	19,6%	21,3%	2.393
2006	6,1%	15,2%	23,0%	9,1%	15,9%	30,7%	2.233
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>3,2%</b>	<b>16,1%</b>	<b>22,3%</b>	<b>18,9%</b>	<b>24,2%</b>	<b>15,3%</b>	<b>4.435</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	3,1%	17,3%	24,1%	19,6%	22,7%	13,2%	2.184
weiblich	3,3%	14,5%	20,7%	18,3%	25,6%	17,6%	2.150
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	2,3%	14,1%	24,0%	25,5%	21,2%	12,8%	914
30 bis unter 45 Jahre	3,6%	15,9%	26,2%	20,9%	20,8%	12,6%	1.075
45 bis unter 65 Jahre	3,1%	17,7%	20,9%	18,0%	25,4%	14,8%	1.460
65 bis unter 80 Jahre	4,0%	15,7%	20,1%	11,4%	28,1%	20,8%	731
80 Jahre und älter	2,4%	12,6%	13,2%	11,4%	32,9%	27,5%	169
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	2,7%	15,9%	20,8%	19,1%	24,9%	16,6%	3.036
deutsch mit Migrationshintergrund	4,2%	16,3%	23,5%	19,0%	25,2%	11,9%	650
ausländisch	4,3%	15,2%	30,1%	19,2%	19,9%	11,3%	579
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	3,4%	9,8%	22,1%	25,1%	23,7%	16,0%	485
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	2,9%	15,3%	17,9%	19,8%	28,1%	16,0%	293
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	3,3%	10,1%	12,0%	10,8%	30,4%	33,4%	224
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	2,9%	18,9%	26,7%	18,1%	19,6%	13,8%	804
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	---	14,4%	24,0%	20,5%	28,3%	12,8%	62
Wohngemeinschaften	0,7%	3,2%	20,3%	27,9%	27,5%	20,4%	172
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	3,4%	19,1%	26,0%	23,6%	18,2%	9,8%	808
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	3,6%	17,5%	21,0%	17,6%	26,8%	13,3%	827
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	4,0%	16,7%	21,1%	11,9%	28,2%	18,1%	650
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	2,7%	18,4%	26,5%	18,7%	20,0%	13,7%	898
keine Kinder unter 18 Jahren	3,3%	15,3%	21,3%	19,0%	25,3%	15,8%	3.472
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	5,0%	19,4%	23,2%	13,2%	25,4%	13,8%	566
Realschulabschluss/Mittlere Reife	5,0%	19,3%	24,1%	15,6%	24,0%	12,0%	792
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	3,2%	15,7%	22,5%	22,0%	22,4%	14,2%	973
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	1,9%	13,5%	21,7%	20,9%	24,7%	17,3%	1.934
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	3,2%	17,7%	23,5%	20,5%	22,7%	12,5%	1.955
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	3,9%	13,6%	22,1%	19,2%	24,1%	17,1%	550
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	1,0%	11,6%	24,3%	26,6%	21,2%	15,3%	562
arbeitslos	5,1%	17,5%	18,1%	24,4%	30,5%	4,4%	62
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	3,8%	15,8%	20,6%	12,5%	28,1%	19,1%	1.155
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	2,9%	15,5%	23,2%	19,5%	23,9%	15,1%	727
1.000 bis unter 2.000 Euro	3,7%	16,1%	22,8%	19,0%	24,0%	14,5%	1.730
2.000 bis unter 3.000 Euro	2,7%	15,5%	22,0%	19,8%	24,1%	15,8%	1.085
3.000 Euro und mehr	1,4%	14,5%	20,4%	18,8%	26,5%	18,3%	408
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	2,6%	12,9%	25,6%	22,9%	21,6%	14,3%	1.313
5 bis unter 10 Jahre	2,8%	16,2%	21,4%	19,9%	25,9%	13,9%	746
10 bis unter 20 Jahre	2,9%	18,1%	22,3%	19,2%	21,3%	16,2%	852
20 Jahre und länger	4,1%	17,6%	20,1%	14,9%	27,1%	16,3%	1.499

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.



Anhangtabelle 4.22

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN IN EINEM GROSSEN VERBRAUCHERMARKT – STADTTEILERGEBNISSE**

F 7.5: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmittel-einkauf in einen großen Verbrauchermarkt auch mit anderem Sortiment?“	Einkaufen in einem großen Verbrauchermarkt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	6,0%	16,9%	26,1%	10,1%	19,6%	21,3%	2.393
2006	6,1%	15,2%	23,0%	9,1%	15,9%	30,7%	2.233
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>3,2%</b>	<b>16,1%</b>	<b>22,3%</b>	<b>18,9%</b>	<b>24,2%</b>	<b>15,3%</b>	<b>4.435</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	2,8%	7,1%	23,2%	17,5%	28,1%	21,2%	69
Innenstadt-West	3,4%	6,4%	27,4%	16,9%	26,0%	19,9%	122
Südstadt	1,5%	7,9%	21,2%	22,8%	25,2%	21,3%	324
Südweststadt	2,0%	13,5%	21,4%	20,4%	25,6%	17,1%	358
Weststadt	1,6%	14,9%	17,3%	17,3%	28,8%	20,0%	324
Nordweststadt	1,1%	14,6%	27,5%	13,4%	21,0%	22,3%	179
Oststadt	3,3%	11,4%	17,9%	26,9%	28,1%	12,3%	252
Mühlburg	4,9%	27,9%	21,5%	19,7%	16,9%	9,1%	227
Daxlanden	8,3%	29,4%	24,3%	16,2%	15,4%	6,4%	152
Knielingen	0,9%	16,3%	29,1%	15,0%	22,4%	16,3%	115
Grünwinkel	11,7%	37,0%	18,9%	10,0%	16,6%	5,7%	151
Oberreut	10,3%	26,7%	19,7%	21,0%	15,8%	6,5%	93
Beierheim-Bulach	4,3%	34,8%	24,0%	16,8%	11,5%	8,6%	112
Weierfeld-Dammerstock	1,8%	19,4%	29,7%	15,5%	20,3%	13,3%	104
Rüppurr	4,4%	29,1%	29,9%	15,2%	11,6%	9,8%	157
Waldstadt	1,5%	11,7%	23,1%	17,3%	28,2%	18,2%	185
Rintheim	6,4%	19,2%	31,1%	16,6%	21,3%	5,4%	79
Hagsfeld	5,1%	18,2%	28,9%	22,2%	14,1%	11,5%	113
Durlach	1,8%	14,8%	19,9%	24,1%	26,1%	13,3%	433
Grötzingen	1,7%	7,0%	24,6%	22,3%	27,2%	17,2%	129
Stupferich	8,7%	10,9%	25,8%	7,1%	38,5%	9,1%	42
Hohenwettersbach	7,3%	21,1%	20,5%	17,3%	17,6%	16,3%	52
Wolfartsweier	2,7%	28,3%	22,0%	15,7%	20,6%	10,6%	44
Grünwettersbach	1,7%	12,8%	32,5%	14,7%	17,6%	20,7%	55
Palmbach	---	7,5%	24,7%	25,5%	35,5%	6,9%	27
Neureut	1,5%	5,8%	15,1%	18,8%	36,5%	22,4%	277
Nordstadt	1,4%	7,6%	24,7%	20,1%	28,2%	18,1%	146

Anhangtabelle 4.23

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN DIREKT AUF DEM BAUERNHOF/BEIM ERZEUGER/HOFLADEN**

F 7.8: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmittel-einkauf direkt zum Bauernhof/zum Erzeuger/Hofladen?“	Einkaufen direkt auf dem Bauernhof/beim Erzeuger/Hofladen						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	0,5%	2,3%	3,8%	4,9%	12,4%	76,0%	2.391
2006	0,9%	2,8%	4,9%	6,0%	11,2%	74,1%	2.233
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>0,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>6,5%</b>	<b>10,3%</b>	<b>26,1%</b>	<b>52,6%</b>	<b>4.465</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	0,6%	3,4%	6,1%	10,6%	25,0%	54,2%	2.192
weiblich	1,1%	3,8%	7,0%	10,0%	27,2%	50,8%	2.173
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	0,5%	1,7%	3,9%	6,2%	20,1%	67,7%	922
30 bis unter 45 Jahre	0,2%	3,2%	6,6%	13,1%	29,2%	47,7%	1.076
45 bis unter 65 Jahre	1,1%	4,6%	7,9%	12,0%	29,4%	45,1%	1.478
65 bis unter 80 Jahre	1,6%	4,8%	6,7%	8,9%	24,3%	53,7%	732
80 Jahre und älter	1,8%	2,9%	8,8%	5,9%	18,8%	61,8%	172
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	1,0%	3,9%	7,0%	10,9%	26,8%	50,4%	3.064
deutsch mit Migrationshintergrund	0,3%	3,1%	5,9%	9,0%	23,8%	57,9%	655
ausländisch	0,3%	3,0%	5,2%	8,8%	26,2%	56,5%	579
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	---	1,2%	2,2%	3,7%	20,8%	72,1%	486
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	---	2,2%	3,8%	8,8%	25,2%	60,1%	297
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	0,4%	4,6%	5,4%	4,9%	20,2%	64,3%	223
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	0,3%	4,5%	9,2%	17,0%	30,2%	38,9%	813
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	1,5%	1,5%	1,9%	11,2%	24,8%	59,1%	63
Wohngemeinschaften	1,2%	0,7%	2,7%	4,0%	19,3%	72,1%	172
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	0,4%	2,4%	5,5%	10,5%	26,2%	55,0%	814
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	1,7%	5,5%	9,3%	11,2%	30,4%	41,8%	833
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	2,1%	4,5%	7,7%	9,4%	23,7%	52,5%	655
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	0,4%	4,3%	8,6%	16,3%	29,5%	41,0%	908
keine Kinder unter 18 Jahren	1,0%	3,5%	6,0%	8,7%	25,3%	55,5%	3.491
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	1,1%	4,9%	6,6%	8,9%	22,3%	56,2%	569
Realschulabschluss/Mittlere Reife	1,0%	3,9%	6,6%	10,2%	26,7%	51,6%	796
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	0,5%	3,1%	6,8%	9,3%	24,3%	56,1%	979
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	1,0%	3,4%	6,5%	11,4%	28,1%	49,6%	1.951
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	0,7%	3,6%	6,5%	12,3%	28,5%	48,5%	1.972
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	0,5%	4,7%	8,4%	12,7%	30,7%	43,0%	554
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	0,4%	1,2%	3,9%	4,4%	19,1%	71,0%	565
arbeitslos	1,5%	4,5%	3,2%	3,2%	21,0%	66,6%	62
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	1,5%	4,4%	7,2%	9,4%	23,9%	53,5%	1.159
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	0,4%	2,2%	4,7%	5,6%	20,0%	67,1%	734
1.000 bis unter 2.000 Euro	0,8%	3,3%	6,7%	9,6%	26,0%	53,6%	1.740
2.000 bis unter 3.000 Euro	0,9%	4,1%	7,0%	12,7%	30,2%	45,1%	1.091
3.000 Euro und mehr	1,8%	3,4%	7,5%	11,3%	26,5%	49,5%	413
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	0,5%	2,0%	4,6%	8,4%	25,1%	59,4%	1.320
5 bis unter 10 Jahre	0,5%	3,5%	5,9%	12,0%	29,0%	49,1%	755
10 bis unter 20 Jahre	1,1%	4,2%	7,6%	10,4%	26,9%	49,8%	870
20 Jahre und länger	1,3%	4,8%	7,9%	11,1%	25,1%	49,8%	1.498

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.24

**LEBENSMITTEL EINKAUFEN DIREKT AUF DEM BAUERNHOF/BEIM ERZEUGER/HOFLADEN – STADTTEILERGEBNISSE**

F 7.8: „Wie oft gehen Sie zum Lebensmittel-einkauf direkt zum Bauernhof/zum Erzeuger/Hofladen?“	Einkaufen direkt auf dem Bauernhof/beim Erzeuger/Hofladen						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	1- bis 2-mal pro Monat	mehrmals pro Jahr	seltener	nie	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	0,5%	2,3%	3,8%	4,9%	12,4%	76,0%	2.391
2006	0,9%	2,8%	4,9%	6,0%	11,2%	74,1%	2.233
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>0,9%</b>	<b>3,6%</b>	<b>6,5%</b>	<b>10,3%</b>	<b>26,1%</b>	<b>52,6%</b>	<b>4.465</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	1,3%	---	4,1%	3,9%	29,4%	61,3%	70
Innenstadt-West	---	1,0%	1,6%	9,5%	15,3%	72,6%	122
Südstadt	---	1,6%	4,7%	7,9%	24,2%	61,6%	326
Südweststadt	---	1,6%	5,5%	8,6%	29,0%	55,3%	357
Weststadt	0,6%	2,5%	3,0%	7,5%	26,8%	59,7%	321
Nordweststadt	0,7%	2,2%	4,0%	4,3%	28,7%	60,2%	179
Oststadt	---	2,0%	3,0%	7,2%	22,8%	64,9%	252
Mühlburg	1,4%	2,1%	1,7%	11,7%	24,2%	58,9%	231
Daxlanden	---	5,0%	5,8%	9,7%	26,3%	53,2%	154
Knielingen	---	1,6%	7,4%	11,1%	25,7%	54,3%	115
Grünwinkel	1,3%	1,4%	6,5%	6,4%	27,4%	57,0%	153
Oberreut	---	3,1%	7,0%	8,2%	13,2%	68,5%	97
Beierheim-Bulach	---	1,8%	8,7%	10,8%	32,0%	46,6%	112
Weierfeld-Dammerstock	---	3,7%	15,9%	9,9%	27,0%	43,4%	105
Rüppurr	1,8%	10,5%	12,4%	17,7%	25,7%	31,8%	156
Waldstadt	1,5%	2,6%	4,3%	14,6%	28,0%	49,0%	185
Rintheim	---	1,2%	3,8%	10,0%	26,9%	58,2%	80
Hagsfeld	---	6,0%	10,5%	12,8%	25,3%	45,4%	114
Durlach	3,0%	8,6%	9,0%	10,7%	26,5%	42,1%	443
Grötzingen	---	5,7%	11,7%	14,0%	27,7%	40,8%	130
Stupferich	---	---	11,9%	19,2%	31,5%	37,5%	44
Hohenwettersbach	3,9%	3,7%	13,2%	16,9%	26,4%	35,9%	50
Wolfartsweier	5,9%	14,0%	17,1%	10,3%	21,5%	31,3%	46
Grünwettersbach	---	8,6%	7,3%	12,2%	34,4%	37,7%	56
Palmbach	---	7,2%	28,5%	8,1%	18,2%	38,1%	27
Neureut	0,7%	3,5%	6,3%	12,6%	31,5%	45,3%	279
Nordstadt	0,6%	1,9%	5,3%	17,6%	27,3%	47,3%	147

Anhangtabelle 4.25

**FEHLENDE LEBENSMITTELANGEBOTE**

F 12: „Gibt es Lebensmittelangebote, die Sie in Ihrem Stadtteil oder Ihrer Wohnumgebung vermissen?“	Fehlen Lebensmittelangebote im Stadtteil		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	nein	ja	
	Anteile an den Befragten		insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>68,9%</b>	<b>31,1%</b>	<b>4.571</b>
<b>Geschlecht</b>			
männlich	71,3%	28,7%	2.242
weiblich	66,5%	33,5%	2.222
<b>Altersgruppen</b>			
18 bis unter 30 Jahre	71,3%	28,7%	924
30 bis unter 45 Jahre	61,6%	38,4%	1.082
45 bis unter 65 Jahre	66,1%	33,9%	1.500
65 bis unter 80 Jahre	78,2%	21,8%	778
80 Jahre und älter	83,3%	16,7%	194
<b>Staatsangehörigkeit</b>			
deutsch ohne Migrationshintergrund	67,4%	32,6%	3.128
deutsch mit Migrationshintergrund	69,4%	30,6%	660
ausländisch	74,7%	25,3%	599
<b>Haushaltstyp</b>			
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	70,6%	29,4%	488
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	70,9%	29,1%	305
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	82,4%	17,6%	248
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	60,7%	39,3%	817
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	62,2%	37,8%	63
Wohngemeinschaften	75,2%	24,8%	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	65,6%	34,4%	818
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	66,0%	34,0%	847
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	77,8%	22,2%	696
<b>Kinder im Haushalt</b>			
Kinder unter 18 Jahren	61,0%	39,0%	911
keine Kinder unter 18 Jahren	70,8%	29,2%	3.588
<b>Bildungsabschluss</b>			
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	76,3%	23,7%	607
Realschulabschluss/Mittlere Reife	72,2%	27,8%	816
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	70,3%	29,7%	985
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	64,0%	36,0%	1.979
<b>Erwerbsstatus</b>			
ganztags berufstätig	64,7%	35,3%	1.989
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	62,9%	37,1%	562
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	71,7%	28,3%	568
arbeitslos	74,1%	25,9%	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	76,0%	24,0%	1.225
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>			
unter 1.000 Euro	76,7%	23,3%	761
1.000 bis unter 2.000 Euro	70,0%	30,0%	1.776
2.000 bis unter 3.000 Euro	65,3%	34,7%	1.103
3.000 Euro und mehr	63,5%	36,5%	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>			
unter 5 Jahre	66,9%	33,1%	1.336
5 bis unter 10 Jahre	64,6%	35,4%	768
10 bis unter 20 Jahre	65,5%	34,5%	883
20 Jahre und länger	74,3%	25,7%	1.556

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.26

**FEHLENDE LEBENSMITTELANGEBOTE – STADTTEILERGEBNISSE**

F 12: „Gibt es Lebensmittelangebote, die Sie in Ihrem Stadtteil oder Ihrer Wohnumgebung vermissen?“	Fehlen Lebensmittelangebote im Stadtteil		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	nein	ja	
	Anteile an den Befragten		
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>68,9%</b>	<b>31,1%</b>	<b>4.571</b>
<b>Stadtteil</b>			
Innenstadt-Ost	84,8%	15,2%	71
Innenstadt-West	78,6%	21,4%	125
Südstadt	72,4%	27,6%	329
Südweststadt	71,3%	28,7%	363
Weststadt	73,7%	26,3%	332
Nordweststadt	68,2%	31,8%	183
Oststadt	70,0%	30,0%	256
Mühlburg	73,3%	26,7%	236
Daxlanden	68,7%	31,3%	158
Knielingen	69,2%	30,8%	119
Grünwinkel	75,9%	24,1%	159
Oberreut	60,3%	39,7%	98
Beiertheim-Bulach	47,6%	52,4%	114
Weierfeld-Dammerstock	46,8%	53,2%	106
Rüppurr	70,5%	29,5%	165
Waldstadt	75,5%	24,5%	191
Rintheim	55,4%	44,6%	81
Hagsfeld	67,8%	32,2%	117
Durlach	73,2%	26,8%	454
Grötzingen	77,9%	22,1%	129
Stupferich	32,4%	67,6%	45
Hohenwettersbach	26,3%	73,7%	52
Wolfartsweier	59,2%	40,8%	46
Grünwettersbach	62,9%	37,1%	57
Palmbach	83,8%	16,2%	29
Neureut	69,2%	30,8%	283
Nordstadt	50,0%	50,0%	147

Anhangtabelle 4.27

**FEHLENDE GESCHÄFTE – ANTWORTEN MIT EINEM ANTEIL VON ÜBER 5 %**

F 12: „Gibt es Lebensmittelangebote, die Sie in Ihrem Stadtteil oder Ihrer Wohnumgebung vermissen?“	Fehlende Geschäfte							Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Metzger	Bioladen	Supermarkt	Discounter	Wochenmarkt	Drogerie- markt	Bäcker	
	Anteile an den Befragten							insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,5%</b>	<b>20,3%</b>	<b>12,9%</b>	<b>11,7%</b>	<b>9,8%</b>	<b>8,5%</b>	<b>7,7%</b>	<b>937</b>
<b>Geschlecht</b>								
männlich	21,4%	17,5%	16,2%	12,5%	7,4%	4,8%	8,1%	415
weiblich	21,8%	22,6%	10,3%	11,1%	11,9%	11,6%	7,5%	503
<b>Altersgruppen</b>								
18 bis unter 30 Jahre	12,1%	17,2%	16,7%	17,8%	10,9%	10,9%	5,2%	206
30 bis unter 45 Jahre	14,4%	23,2%	15,1%	12,3%	11,3%	8,1%	8,1%	290
45 bis unter 65 Jahre	29,6%	22,8%	10,1%	6,5%	10,1%	5,6%	8,3%	316
65 bis unter 80 Jahre	35,0%	12,4%	11,8%	14,5%	2,8%	6,9%	9,6%	94
80 Jahre und älter <sup>1</sup>	33,3%	---	---	---	6,7%	46,7%	13,3%	15
<b>Staatsangehörigkeit</b>								
deutsch ohne Migrationshintergrund	22,6%	22,0%	13,0%	10,5%	10,6%	7,8%	8,2%	706
deutsch mit Migrationshintergrund	17,2%	13,7%	15,7%	15,6%	9,3%	12,6%	6,1%	129
ausländisch	16,5%	17,5%	9,8%	17,4%	5,3%	5,6%	8,0%	73
<b>Haushaltstyp</b>								
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	16,5%	20,0%	18,3%	17,8%	6,9%	4,7%	5,9%	109
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	23,3%	16,7%	6,7%	6,7%	13,3%	---	10,0%	56
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	29,3%	14,7%	---	7,1%	3,5%	15,6%	8,1%	25
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	17,5%	29,5%	13,3%	10,3%	8,7%	9,9%	8,1%	224
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	15,8%	21,5%	---	22,5%	22,0%	23,9%	5,3%	18
Wohngemeinschaften	12,5%	15,2%	20,2%	15,8%	16,1%	8,3%	---	28
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	12,1%	19,7%	15,7%	15,1%	12,9%	9,3%	6,7%	212
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	35,8%	16,8%	10,6%	3,9%	10,1%	6,1%	8,9%	167
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	35,4%	9,8%	13,7%	14,6%	3,4%	10,7%	11,0%	82
<b>Kinder im Haushalt</b>								
Kinder unter 18 Jahren	17,0%	28,8%	13,0%	11,0%	9,5%	10,7%	8,2%	246
keine Kinder unter 18 Jahren	23,0%	17,2%	13,1%	11,9%	10,1%	7,6%	7,5%	679
<b>Bildungsabschluss</b>								
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	36,2%	8,5%	9,2%	11,2%	6,7%	12,2%	9,5%	83
Realschulabschluss/Mittlere Reife	24,3%	15,5%	11,4%	15,6%	6,8%	11,2%	9,7%	156
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	19,9%	16,9%	10,8%	11,3%	8,7%	12,2%	6,2%	196
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	18,3%	25,5%	15,6%	10,6%	12,2%	5,0%	7,6%	479
<b>Erwerbsstatus</b>								
ganztags berufstätig	19,5%	20,5%	13,8%	12,4%	10,8%	5,3%	7,2%	472
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	20,3%	28,2%	13,8%	8,0%	11,9%	7,1%	10,1%	136
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	13,5%	17,4%	14,6%	15,3%	11,5%	11,5%	4,9%	122
arbeitslos <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	---	---	11
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	34,5%	15,1%	11,1%	10,8%	4,3%	13,2%	10,3%	174
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>								
unter 1.000 Euro	20,4%	14,6%	11,9%	13,3%	8,6%	14,1%	7,5%	111
1.000 bis unter 2.000 Euro	22,3%	17,9%	11,1%	14,6%	12,0%	7,3%	8,2%	373
2.000 bis unter 3.000 Euro	20,7%	26,2%	15,6%	9,6%	9,3%	7,7%	7,0%	265
3.000 Euro und mehr	21,9%	25,0%	18,5%	4,6%	7,0%	4,6%	6,9%	86
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>								
unter 5 Jahre	13,0%	17,8%	16,2%	16,9%	13,3%	6,4%	5,5%	306
5 bis unter 10 Jahre	17,3%	27,8%	10,7%	11,8%	9,4%	10,3%	5,5%	186
10 bis unter 20 Jahre	22,9%	22,5%	12,8%	6,8%	11,8%	6,9%	9,9%	196
20 Jahre und länger	33,9%	16,4%	10,8%	8,8%	4,2%	11,0%	10,5%	246

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

<sup>1</sup> Eingeschränkt aussagekräftig, da Datenbasis zu gering.<sup>2</sup> Keine Angaben möglich, da Datenbasis zu gering.

Anhangtabelle 4.28

**FEHLENDE GESCHÄFTE – ANTWORTEN MIT EINEM ANTEIL VON ÜBER 5 % – STADTTEILERGEBNISSE**

F 12: „Gibt es Lebensmittelangebote, die Sie in Ihrem Stadtteil oder Ihrer Wohnumgebung vermissen?“	Fehlende Geschäfte							Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Metzger	Bioladen	Supermarkt	Discounter	Wochenmarkt	Drogerie markt	Bäcker	
	Anteile an den Befragten							insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>21,5%</b>	<b>20,3%</b>	<b>12,9%</b>	<b>11,7%</b>	<b>9,8%</b>	<b>8,5%</b>	<b>7,7%</b>	<b>937</b>
<b>Stadtteil</b>								
Innenstadt-Ost <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	---	---	7
Innenstadt-West <sup>1</sup>	35,6%	---	14,5%	7,0%	7,0%	6,9%	8,1%	15
Südstadt	34,6%	13,7%	9,1%	18,8%	7,9%	3,0%	5,6%	71
Südweststadt	9,5%	23,5%	18,0%	7,6%	20,2%	1,4%	6,6%	72
Weststadt	6,2%	11,2%	15,3%	13,5%	---	10,7%	4,0%	48
Nordweststadt	26,4%	34,6%	7,6%	8,0%	---	9,3%	9,1%	42
Oststadt	23,5%	3,5%	10,0%	13,4%	27,4%	10,2%	6,5%	63
Mühlburg	8,6%	36,9%	12,9%	---	10,3%	---	---	32
Daxlanden	14,8%	4,7%	14,7%	20,3%	3,7%	8,3%	10,7%	25
Knielingen	46,1%	19,0%	2,9%	6,9%	---	---	6,3%	31
Grünwinkel	41,2%	9,7%	6,0%	---	8,5%	---	24,6%	32
Oberreut	28,2%	14,3%	---	43,7%	9,2%	19,7%	---	21
Beierheim-Bulach	22,0%	33,6%	4,9%	4,3%	14,1%	11,1%	4,1%	48
Weierfeld-Dammerstock	2,8%	5,6%	33,9%	30,9%	---	16,4%	2,8%	36
Rüppurr	5,9%	9,3%	15,8%	12,7%	---	49,6%	12,6%	30
Waldstadt	11,3%	12,0%	11,2%	17,1%	5,6%	6,0%	11,2%	35
Rintheim	27,0%	10,8%	19,2%	3,6%	14,4%	4,5%	26,4%	26
Hagsfeld	22,9%	34,8%	11,3%	14,8%	25,8%	15,2%	10,8%	20
Durlach	27,2%	27,5%	7,5%	16,2%	4,1%	1,5%	3,8%	77
Grötzingen	11,1%	5,1%	---	20,3%	10,7%	28,2%	6,8%	18
Stupferich <sup>1</sup>	34,6%	11,2%	59,9%	---	---	11,5%	6,2%	16
Hohenwettersbach	---	4,5%	71,3%	---	---	---	4,8%	20
Wolfartsweier <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	---	---	10
Grünwettersbach <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	---	---	12
Palmbach <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	---	---	4
Neureut	11,0%	52,5%	1,9%	3,5%	11,6%	6,7%	5,9%	53
Nordstadt	39,1%	36,6%	7,8%	3,7%	19,9%	2,2%	7,8%	54

<sup>1</sup> Eingeschränkt aussagekräftig, da Datenbasis zu gering.<sup>2</sup> Keine Angaben möglich, da Datenbasis zu gering.

Anhangtabelle 4.29

**LAGE DES BEVORZUGTEN GESCHÄFTS FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF<sup>1</sup>**

F 8: „Wo liegt das Lebensmittelgeschäft, in dem Sie am häufigsten einkaufen?“	Das Lebensmittelgeschäft in dem Sie einkaufen, liegt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	in Ihrem Stadtteil oder Nachbarstadtteil	in der Innenstadt	im Zentrum von Mühlburg	im Zentrum von Durlach	in einem anderen Stadtteil Karlsruhes	außerhalb Karlsruhes	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
2001	81,6%	8,0%	1,3%	1,6%	5,4%	2,1%	2.398
2006	73,4%	6,2%	1,8%	2,1%	13,8%	2,7%	2.237
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>79,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>8,7%</b>	<b>4,0%</b>	<b>4.604</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	80,0%	4,0%	1,2%	1,9%	8,5%	4,4%	2.257
weiblich	78,6%	5,4%	1,4%	1,9%	9,0%	3,6%	2.238
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	81,6%	6,4%	1,0%	0,9%	6,7%	3,3%	923
30 bis unter 45 Jahre	79,2%	3,7%	0,7%	1,3%	10,6%	4,6%	1.087
45 bis unter 65 Jahre	78,0%	4,7%	1,2%	1,8%	10,4%	3,9%	1.506
65 bis unter 80 Jahre	78,4%	4,7%	2,9%	3,9%	5,8%	4,2%	795
80 Jahre und älter	84,2%	3,1%	1,0%	2,6%	5,6%	3,6%	198
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	78,6%	4,0%	1,4%	2,1%	9,3%	4,5%	3.152
deutsch mit Migrationshintergrund	81,1%	4,5%	0,9%	1,9%	8,4%	3,3%	666
ausländisch	80,9%	8,8%	1,5%	0,8%	6,0%	1,9%	600
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	80,9%	7,7%	0,7%	0,9%	8,1%	1,8%	490
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	75,8%	8,0%	1,2%	0,9%	10,1%	4,0%	306
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	77,9%	5,8%	3,0%	4,4%	6,2%	2,7%	253
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	78,2%	3,7%	0,6%	1,2%	10,2%	6,0%	818
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	81,1%	7,5%	---	3,5%	8,0%	---	64
Wohngemeinschaften	88,3%	7,2%	0,7%	---	3,8%	---	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	79,7%	3,8%	1,1%	1,1%	9,8%	4,5%	818
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	78,3%	3,4%	1,4%	2,6%	10,4%	3,9%	849
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	80,2%	3,8%	2,2%	3,4%	5,9%	4,5%	710
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	78,6%	4,1%	0,5%	1,5%	9,9%	5,4%	914
keine Kinder unter 18 Jahren	79,4%	4,9%	1,6%	2,0%	8,4%	3,6%	3.617
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	78,9%	3,4%	3,0%	2,9%	7,0%	4,8%	617
Realschulabschluss/Mittlere Reife	80,1%	3,7%	1,8%	1,9%	8,1%	4,5%	822
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	81,1%	4,8%	1,2%	1,3%	8,4%	3,2%	992
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	78,1%	5,7%	0,7%	1,8%	9,7%	4,0%	1.988
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	78,1%	3,9%	1,1%	1,6%	10,8%	4,6%	1.995
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	77,0%	5,9%	1,0%	1,4%	10,3%	4,4%	565
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	85,0%	6,9%	1,0%	0,4%	5,3%	1,4%	566
arbeitslos	80,1%	10,5%	1,8%	1,4%	4,8%	1,4%	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	79,5%	4,5%	2,1%	3,4%	6,5%	4,1%	1.244
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	80,3%	6,9%	1,5%	1,8%	7,1%	2,2%	766
1.000 bis unter 2.000 Euro	81,0%	3,9%	1,4%	1,4%	8,1%	4,2%	1.802
2.000 bis unter 3.000 Euro	78,6%	4,5%	0,9%	1,9%	9,4%	4,7%	1.104
3.000 Euro und mehr	75,5%	4,7%	0,9%	3,4%	11,9%	3,5%	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	79,3%	6,6%	1,0%	1,1%	8,3%	3,7%	1.339
5 bis unter 10 Jahre	81,6%	3,6%	0,8%	1,1%	9,6%	3,4%	771
10 bis unter 20 Jahre	77,5%	5,3%	1,1%	2,5%	10,3%	3,3%	889
20 Jahre und länger	79,3%	3,3%	2,1%	2,7%	7,7%	4,9%	1.573

<sup>1</sup> Befragte in den Stadtteilen Innenstadt-Ost, -West, Mühlburg und Durlach wurden der Rubrik „im Stadtteil“ zugeordnet, wenn sie Innenstadt beziehungsweise Mühlburg oder Durlach als bevorzugten Einkaufsort angegeben hatten.

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.



Anhangtabelle 4.30

**LAGE DES BEVORZUGTEN GESCHÄFTS FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF<sup>1</sup> – STADTEILERGEBNISSE**

F 8: „Wo liegt das Lebensmittelgeschäft, in dem Sie am häufigsten einkaufen?“	Das Lebensmittelgeschäft in dem Sie einkaufen, liegt						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	in Ihrem Stadtteil oder Nachbarstadtteil	in der Innenstadt	im Zentrum von Mühlburg	im Zentrum von Durlach	in einem anderen Stadtteil Karlsruhes	außerhalb Karlsruhes	
	Anteile an den Befragten						
2001	81,6%	8,0%	1,3%	1,6%	5,4%	2,1%	2.398
2006	73,4%	6,2%	1,8%	2,1%	13,8%	2,7%	2.237
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>79,3%</b>	<b>4,7%</b>	<b>1,4%</b>	<b>1,9%</b>	<b>8,7%</b>	<b>4,0%</b>	<b>4.604</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	98,7%	---	---	---	1,3%	---	71
Innenstadt-West	89,2%	---	---	---	8,3%	2,5%	125
Südstadt	87,3%	5,5%	0,3%	---	6,2%	0,6%	332
Südweststadt	77,7%	9,0%	0,3%	---	12,4%	0,5%	366
Weststadt	73,9%	7,5%	5,1%	0,3%	13,2%	---	333
Nordweststadt	85,6%	5,7%	2,5%	0,6%	4,9%	0,6%	185
Oststadt	91,0%	4,7%	0,4%	0,8%	2,8%	0,4%	255
Mühlburg	83,0%	5,6%	---	0,4%	10,9%	---	236
Daxlanden	85,0%	0,6%	5,5%	---	8,3%	0,6%	161
Knielingen	85,2%	3,4%	3,3%	---	5,7%	2,4%	120
Grünwinkel	90,8%	0,6%	4,8%	---	3,2%	0,6%	160
Oberreut	82,8%	4,1%	1,0%	---	10,1%	2,0%	98
Beierthim-Bulach	87,0%	5,1%	0,8%	---	6,1%	1,0%	114
Weierfeld-Dammerstock	45,5%	12,5%	3,8%	---	32,0%	6,1%	107
Rüppurr	60,6%	3,5%	---	---	12,5%	23,4%	164
Waldstadt	80,2%	3,1%	---	1,6%	8,3%	6,8%	191
Rintheim	76,0%	7,2%	---	2,4%	14,5%	---	83
Hagsfeld	77,0%	5,5%	---	---	9,1%	8,4%	118
Durlach	93,8%	1,7%	---	---	3,0%	1,5%	458
Grötzingen	82,3%	3,1%	---	9,8%	4,7%	---	130
Stupferich	10,2%	5,2%	---	10,6%	6,1%	67,8%	45
Hohenwettersbach	19,0%	4,1%	---	46,0%	17,0%	14,0%	52
Wolfartswieher	45,9%	6,8%	---	29,9%	15,3%	2,1%	48
Grünwettersbach	35,3%	1,5%	1,6%	5,2%	13,5%	42,9%	57
Palmbach	39,1%	3,4%	3,1%	---	3,1%	51,4%	30
Neureut	89,3%	1,4%	0,3%	---	6,7%	2,2%	285
Nordstadt	64,3%	15,9%	1,4%	1,4%	14,2%	2,8%	150

<sup>1</sup> Befragte in den Stadtteilen Innenstadt-Ost, -West, Mühlburg und Durlach wurden der Rubrik „im Stadtteil“ zugeordnet, wenn sie Innenstadt beziehungsweise Mühlburg oder Durlach als bevorzugten Einkaufsort angegeben hatten.

Anhangtabelle 4.31

**ZEITAUFWAND ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT**

F 11: „Welche Zeit müssen Sie in aller Regel aufwenden, um von Ihrer Wohnung dieses meistgenutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“	Minuten	Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Mittelwert	insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,6</b>	<b>4.564</b>
<b>Geschlecht</b>		
männlich	9,0	2.251
weiblich	10,2	2.208
<b>Altersgruppen</b>		
18 bis unter 30 Jahre	8,8	924
30 bis unter 45 Jahre	8,3	1.087
45 bis unter 65 Jahre	9,3	1.496
65 bis unter 80 Jahre	11,6	773
80 Jahre und älter	14,6	192
<b>Staatsangehörigkeit</b>		
deutsch ohne Migrationshintergrund	9,2	3.131
deutsch mit Migrationshintergrund	9,6	661
ausländisch	11,2	595
<b>Haushaltstyp</b>		
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	8,3	490
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	10,0	302
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	12,7	245
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	8,1	818
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	9,7	64
Wohngemeinschaften	7,0	173
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	9,0	820
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	9,6	847
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	12,1	690
<b>Kinder im Haushalt</b>		
Kinder unter 18 Jahren	8,4	914
keine Kinder unter 18 Jahren	9,9	3.580
<b>Bildungsabschluss</b>		
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	12,9	604
Realschulabschluss/Mittlere Reife	9,9	812
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	8,8	988
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	8,7	1.984
<b>Erwerbsstatus</b>		
ganztags berufstätig	8,7	1.991
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	9,4	562
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	8,1	566
arbeitslos	13,4	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	11,5	1.220
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>		
unter 1.000 Euro	11,2	758
1.000 bis unter 2.000 Euro	9,8	1.781
2.000 bis unter 3.000 Euro	8,3	1.101
3.000 Euro und mehr	8,3	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>		
unter 5 Jahre	8,8	1.336
5 bis unter 10 Jahre	8,9	770
10 bis unter 20 Jahre	9,9	883
20 Jahre und länger	10,4	1.550

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.32

**ZEITAUFWAND ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT – STADTTEILERGEBNISSE**

F 11: „Welche Zeit müssen Sie in aller Regel aufwenden, um von Ihrer Wohnung dieses meistgenutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“	Minuten	Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Mittelwert	insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,6</b>	<b>4.564</b>
<b>Stadtteil</b>		
Innenstadt-Ost	10,0	71
Innenstadt-West	8,6	125
Südstadt	7,8	329
Südweststadt	9,2	362
Weststadt	8,6	331
Nordweststadt	10,1	184
Oststadt	8,3	255
Mühlburg	10,4	235
Daxlanden	9,7	159
Knielingen	10,2	118
Grünwinkel	7,1	157
Oberreut	9,7	97
Beiertheim-Bulach	8,5	112
Weierfeld-Dammerstock	14,5	106
Rüppurr	11,7	162
Waldstadt	9,3	190
Rintheim	10,4	83
Hagsfeld	10,5	117
Durlach	9,1	452
Grötzingen	8,2	131
Stupferich	19,6	45
Hohenwettersbach	14,2	52
Wolfartsweier	13,4	47
Grünwettersbach	10,2	57
Palmbach	12,1	30
Neureut	8,7	284
Nordstadt	9,9	149

Anhangtabelle 4.33

**FORTBEWEGUNGSMITTEL ZUM AM HÄUFIGSTEN GENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT**

F 9: „Welches Fortbewegungsmittel nutzen Sie <u>hauptsächlich</u> , um dieses am häufigsten genutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“	Fortbewegungsmittel für Einkäufe						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	gehe zu Fuß	Fahrrad	Auto	Straßenbahn/ Bus	werde mitgenommen	Sonstiges	
	Anteile an den Befragten						
1992	32,5%	18,5%	28,1%	15,6%	5,0%	0,3%	1.414
1996	4,3%	10,0%	52,6%	20,0%	12,8%	0,3%	1.436
2001	3,0%	6,3%	58,8%	20,3%	11,1%	0,4%	2.327
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>26,0%</b>	<b>27,3%</b>	<b>40,7%</b>	<b>4,9%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>4.610</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	25,6%	27,2%	43,2%	3,4%	0,3%	0,3%	2.259
weiblich	26,6%	27,6%	38,1%	6,2%	1,1%	0,4%	2.242
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	35,2%	30,9%	26,4%	6,3%	1,2%	0,1%	925
30 bis unter 45 Jahre	26,9%	23,8%	45,9%	3,0%	---	0,4%	1.087
45 bis unter 65 Jahre	19,8%	29,7%	46,5%	3,4%	0,4%	0,3%	1.508
65 bis unter 80 Jahre	24,3%	25,1%	42,1%	6,9%	1,1%	0,6%	795
80 Jahre und älter	30,6%	21,4%	32,7%	10,2%	3,6%	1,5%	198
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	23,6%	29,5%	42,5%	3,4%	0,6%	0,4%	3.156
deutsch mit Migrationshintergrund	26,7%	21,8%	45,1%	4,7%	1,1%	0,6%	666
ausländisch	36,7%	23,9%	27,0%	11,4%	0,7%	0,3%	601
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	36,6%	31,3%	24,0%	7,2%	0,7%	0,2%	490
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	27,5%	29,4%	34,9%	6,7%	0,6%	0,9%	306
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	31,8%	25,4%	28,4%	12,5%	1,2%	0,7%	255
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	21,2%	26,7%	49,7%	2,0%	0,1%	0,2%	818
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	30,7%	21,2%	38,1%	8,4%	---	1,6%	64
Wohngemeinschaften	41,2%	45,9%	6,9%	5,4%	0,6%	---	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	29,0%	24,5%	42,1%	3,5%	0,7%	0,3%	820
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	17,7%	27,8%	51,0%	3,1%	0,3%	0,1%	851
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	22,5%	24,3%	45,2%	5,8%	1,5%	0,8%	710
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	21,9%	26,9%	48,0%	2,6%	0,2%	0,3%	914
keine Kinder unter 18 Jahren	27,0%	27,5%	38,9%	5,4%	0,8%	0,4%	3.623
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	22,9%	21,7%	43,9%	8,7%	1,9%	0,9%	617
Realschulabschluss/Mittlere Reife	22,5%	22,2%	49,1%	4,5%	1,0%	0,7%	824
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	28,3%	27,9%	38,4%	4,8%	0,5%	0,1%	992
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	26,5%	31,8%	37,8%	3,4%	0,3%	0,2%	1.990
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	23,1%	25,4%	48,7%	2,2%	0,3%	0,2%	1.996
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	21,2%	33,2%	40,9%	4,2%	0,2%	0,3%	565
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	37,8%	36,4%	15,9%	8,3%	1,3%	0,4%	568
arbeitslos	36,7%	25,5%	22,9%	14,9%	---	---	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	26,2%	24,9%	39,9%	7,1%	1,4%	0,6%	1.247
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	31,2%	29,2%	26,2%	10,9%	1,8%	0,7%	765
1.000 bis unter 2.000 Euro	26,2%	28,5%	39,8%	4,4%	0,7%	0,4%	1.800
2.000 bis unter 3.000 Euro	22,2%	26,1%	49,2%	2,1%	0,4%	---	1.108
3.000 Euro und mehr	22,4%	28,3%	47,5%	0,9%	---	0,9%	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	34,3%	28,1%	30,7%	6,1%	0,6%	0,2%	1.341
5 bis unter 10 Jahre	28,5%	27,0%	39,7%	3,8%	0,7%	0,3%	769
10 bis unter 20 Jahre	22,9%	30,4%	41,2%	4,3%	0,7%	0,5%	891
20 Jahre und länger	19,7%	25,0%	49,4%	4,5%	0,9%	0,6%	1.577

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.34

**FORTBEWEGUNGSMITTEL ZUM AM HÄUFIGSTEN GENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT – STADTEILERGEBNISSE**

F 9: „Welches Fortbewegungsmittel nutzen Sie <u>hauptsächlich</u> , um dieses am häufigsten genutzte Lebensmittelgeschäft zu erreichen?“	Fortbewegungsmittel für Einkäufe						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	gehe zu Fuß	Fahrrad	Auto	Straßenbahn/ Bus	werde mitgenommen	Sonstiges	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
1992	32,5%	18,5%	28,1%	15,6%	5,0%	0,3%	1.414
1996	4,3%	10,0%	52,6%	20,0%	12,8%	0,3%	1.436
2001	3,0%	6,3%	58,8%	20,3%	11,1%	0,4%	2.327
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>26,0%</b>	<b>27,3%</b>	<b>40,7%</b>	<b>4,9%</b>	<b>0,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>4.610</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	58,8%	17,2%	16,8%	7,2%	---	---	71
Innenstadt-West	45,4%	35,9%	17,9%	---	---	0,8%	125
Südstadt	41,0%	34,9%	20,5%	3,3%	0,3%	---	332
Südweststadt	33,1%	37,2%	23,4%	5,7%	---	0,6%	367
Weststadt	35,5%	35,5%	24,4%	4,6%	---	---	333
Nordweststadt	18,1%	26,3%	45,4%	9,1%	1,1%	---	185
Oststadt	34,4%	31,4%	26,7%	6,2%	1,3%	---	254
Mühlburg	39,2%	25,3%	31,2%	3,5%	0,8%	---	238
Daxlanden	13,6%	21,1%	57,8%	4,2%	2,7%	0,6%	161
Knielingen	11,6%	21,4%	63,6%	3,4%	---	---	121
Grünwinkel	20,9%	20,7%	50,9%	5,5%	1,5%	0,6%	161
Oberreut	28,4%	12,4%	45,7%	9,3%	4,2%	---	97
Beiertheim-Bulach	24,5%	33,1%	39,7%	1,8%	0,9%	---	112
Weierfeld-Dammerstock	3,6%	24,4%	62,9%	7,5%	---	1,7%	108
Rüppurr	12,3%	32,8%	49,7%	4,1%	0,6%	0,6%	166
Waldstadt	29,4%	30,1%	36,3%	3,5%	---	0,6%	192
Rintheim	5,1%	31,9%	51,4%	10,3%	1,2%	---	83
Hagsfeld	18,1%	25,8%	50,8%	5,3%	---	---	118
Durlach	30,1%	21,4%	43,6%	3,4%	0,9%	0,6%	458
Grötzingen	15,2%	25,1%	53,8%	5,3%	---	0,7%	132
Stupferich	2,2%	4,6%	79,3%	9,2%	2,6%	2,1%	45
Hohenwettersbach	3,6%	---	90,1%	6,2%	---	---	52
Wolfartsweier	19,5%	6,0%	63,3%	11,1%	---	---	48
Grünwettersbach	12,4%	3,1%	82,9%	---	1,6%	---	56
Palmbach	25,5%	6,3%	60,9%	7,3%	---	---	30
Neureut	16,0%	26,1%	54,5%	2,0%	0,7%	0,7%	284
Nordstadt	8,0%	43,4%	39,9%	7,4%	---	1,3%	150

Anhangtabelle 4.35

**HINDERNISSE AUF DEM WEG ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT**

NUR BEFRAGTE, DIE ZU FUSS ODER PER RAD UNTERWEGS SIND

F 10: „Müssen Sie auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft größere Hindernisse oder Barrieren überwinden wie stark befahrene Straßen oder größere Gewerbebereiche?“	Hindernisse auf dem Weg zum Lebensmittelgeschäft			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	keine Hindernisse	leicht überwindbare Hindernisse	starke Hindernisse	insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>48,2%</b>	<b>44,6%</b>	<b>7,2%</b>	<b>2.442</b>
<b>Geschlecht</b>				
männlich	50,3%	42,6%	7,1%	1.189
weiblich	46,4%	46,5%	7,1%	1.204
<b>Altersgruppen</b>				
18 bis unter 30 Jahre	49,5%	43,7%	6,8%	610
30 bis unter 45 Jahre	46,3%	46,8%	6,9%	549
45 bis unter 65 Jahre	44,2%	47,2%	8,6%	741
65 bis unter 80 Jahre	56,6%	37,7%	5,7%	387
80 Jahre und älter	51,5%	42,7%	5,8%	104
<b>Staatsangehörigkeit</b>				
deutsch ohne Migrationshintergrund	46,0%	45,9%	8,0%	1.671
deutsch mit Migrationshintergrund	53,3%	41,6%	5,1%	323
ausländisch	53,0%	42,1%	4,9%	360
<b>Haushaltstyp</b>				
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	49,4%	44,1%	6,5%	332
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	50,0%	40,8%	9,2%	172
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	59,2%	34,9%	5,9%	143
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	44,1%	47,2%	8,6%	390
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	28,2%	65,9%	5,9%	33
Wohngemeinschaften	45,5%	49,1%	5,4%	152
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	48,7%	45,1%	6,2%	435
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	44,4%	46,8%	8,7%	385
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	52,8%	41,2%	6,0%	329
<b>Kinder im Haushalt</b>				
Kinder unter 18 Jahren	42,4%	49,3%	8,3%	444
keine Kinder unter 18 Jahren	49,5%	43,6%	6,9%	1.963
<b>Bildungsabschluss</b>				
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	47,2%	43,7%	9,1%	274
Realschulabschluss/Mittlere Reife	49,3%	44,9%	5,8%	364
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	50,0%	43,4%	6,6%	556
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	46,8%	45,8%	7,4%	1.155
<b>Erwerbsstatus</b>				
ganztags berufstätig	45,8%	46,1%	8,1%	962
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	39,2%	52,6%	8,2%	307
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	51,1%	42,5%	6,4%	421
arbeitslos	45,9%	44,1%	10,0%	41
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	53,5%	41,1%	5,4%	632
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>				
unter 1.000 Euro	46,3%	48,3%	5,4%	460
1.000 bis unter 2.000 Euro	48,2%	44,3%	7,5%	981
2.000 bis unter 3.000 Euro	47,6%	45,1%	7,3%	532
3.000 Euro und mehr	51,3%	40,4%	8,3%	209
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>				
unter 5 Jahre	46,8%	45,5%	7,7%	833
5 bis unter 10 Jahre	47,6%	46,0%	6,4%	426
10 bis unter 20 Jahre	44,2%	47,3%	8,5%	469
20 Jahre und länger	53,2%	40,9%	5,9%	700

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.36

**HINDERNISSE AUF DEM WEG ZUM MEISTGENUTZTEN LEBENSMITTELGESCHÄFT – STADTEILERGEBNISSE**  
 NUR BEFRAGTE, DIE ZU FUSS ODER PER RAD UNTERWEGS SIND

F 10: „Müssen Sie auf dem Weg zum meistgenutzten Geschäft größere Hindernisse oder Barrieren überwinden wie stark befahrene Straßen oder größere Gewerbebereiche?“	Hindernisse auf dem Weg zum Lebensmittelgeschäft			Befragte mit Antwort (gewichtet)
	keine Hindernisse	leicht überwindbare Hindernisse	starke Hindernisse	
				insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>48,2%</b>	<b>44,6%</b>	<b>7,2%</b>	<b>2.442</b>
<b>Stadtteil</b>				
Innenstadt-Ost	52,6%	38,3%	9,1%	54
Innenstadt-West	31,2%	59,3%	9,5%	100
Südstadt	53,1%	42,6%	4,2%	250
Südweststadt	38,8%	48,2%	13,0%	255
Weststadt	49,8%	41,7%	8,4%	237
Nordweststadt	70,6%	23,2%	6,2%	82
Oststadt	46,1%	44,7%	9,2%	166
Mühlburg	40,3%	52,4%	7,4%	149
Daxlanden	39,6%	53,6%	6,8%	55
Knielingen	47,6%	44,9%	7,5%	40
Grünwinkel	42,9%	48,0%	9,1%	67
Oberreut	62,3%	37,7%	---	40
Beiertheim-Bulach	50,0%	44,1%	5,9%	66
Weierfeld-Dammerstock	41,9%	50,8%	7,3%	30
Rüppurr	43,4%	48,6%	8,0%	73
Waldstadt	73,9%	24,4%	1,7%	114
Rintheim	32,5%	60,6%	6,9%	31
Hagsfeld	40,8%	43,7%	15,5%	51
Durlach	44,8%	48,4%	6,8%	235
Grötzingen	52,2%	45,6%	2,2%	53
Höhenstadteile*	52,6%	41,9%	5,5%	37
Neureut	58,8%	40,4%	0,8%	121
Nordstadt	42,2%	54,1%	3,8%	77

\* Stupferich, Hohenwettersbach, Wolfartsweier, Grünwettersbach, Palmbach

Anhangtabelle 4.37

**PKW IM HAUSHALT VORHANDEN**

F 44: „Besitzt Ihr Haushalt einen oder mehrere eigene(n) PKW?“	PKW im Haushalt vorhanden		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	ja	nein	
	Anteile an den Befragten		
1996	86,0%	14,0%	1.445
2001	79,5%	20,5%	2.405
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>76,1%</b>	<b>23,9%</b>	<b>4.522</b>
<b>Geschlecht</b>			
männlich	76,0%	24,0%	2.244
weiblich	76,3%	23,7%	2.231
<b>Altersgruppen</b>			
18 bis unter 30 Jahre	57,2%	42,8%	922
30 bis unter 45 Jahre	80,3%	19,7%	1.084
45 bis unter 65 Jahre	84,6%	15,4%	1.496
65 bis unter 80 Jahre	79,1%	20,9%	792
80 Jahre und älter	65,6%	34,4%	194
<b>Staatsangehörigkeit</b>			
deutsch ohne Migrationshintergrund	79,5%	20,5%	3.144
deutsch mit Migrationshintergrund	77,3%	22,7%	665
ausländisch	57,4%	42,6%	595
<b>Haushaltstyp</b>			
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	45,3%	54,7%	486
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	63,7%	36,3%	304
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	53,3%	46,7%	253
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	87,7%	12,3%	817
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	67,8%	32,2%	63
Wohngemeinschaften	36,8%	63,2%	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	81,1%	18,9%	819
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	91,4%	8,6%	844
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	85,2%	14,8%	706
<b>Kinder im Haushalt</b>			
Kinder unter 18 Jahren	85,9%	14,1%	912
keine Kinder unter 18 Jahren	73,6%	26,4%	3.599
<b>Bildungsabschluss</b>			
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	74,1%	25,9%	610
Realschulabschluss/Mittlere Reife	83,2%	16,8%	824
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	72,9%	27,1%	989
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	76,0%	24,0%	1.981
<b>Erwerbsstatus</b>			
ganztags berufstätig	82,4%	17,6%	1.988
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	80,6%	19,4%	564
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	48,4%	51,6%	564
arbeitslos	51,7%	48,3%	65
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	78,1%	21,9%	1.240
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>			
unter 1.000 Euro	55,6%	44,4%	761
1.000 bis unter 2.000 Euro	73,5%	26,5%	1.795
2.000 bis unter 3.000 Euro	88,0%	12,0%	1.104
3.000 Euro und mehr	87,2%	12,8%	413
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>			
unter 5 Jahre	61,2%	38,8%	1.321
5 bis unter 10 Jahre	80,3%	19,7%	755
10 bis unter 20 Jahre	81,1%	18,9%	870
20 Jahre und länger	84,1%	15,9%	1.546

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.



Anhangtabelle 4.38

**PKW IM HAUSHALT VORHANDEN – STADTEILERGEBNISSE**

F 44: „Besitz Ihr Haushalt einen oder mehrere eigene(n) PKW?“	PKW im Haushalt vorhanden		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	ja	nein	
	Anteile an den Befragten		
1996	86,0%	14,0%	1.445
2001	79,5%	20,5%	2.405
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>76,1%</b>	<b>23,9%</b>	<b>4.522</b>
<b>Stadtteil</b>			
Innenstadt-Ost	48,5%	51,5%	69
Innenstadt-West	57,1%	42,9%	124
Südstadt	67,3%	32,7%	322
Südweststadt	67,8%	32,2%	362
Weststadt	65,5%	34,5%	326
Nordweststadt	69,9%	30,1%	180
Oststadt	60,3%	39,7%	250
Mühlburg	73,5%	26,5%	234
Daxlanden	88,0%	12,0%	158
Knielingen	87,2%	12,8%	118
Grünwinkel	76,9%	23,1%	154
Oberreut	74,9%	25,1%	93
Beierthim-Bulach	82,1%	17,9%	113
Weierfeld-Dammerstock	82,7%	17,3%	108
Rüppurr	89,2%	10,8%	160
Waldstadt	81,2%	18,8%	190
Rintheim	74,5%	25,5%	83
Hagsfeld	85,6%	14,4%	117
Durlach	80,8%	19,2%	447
Grötzingen	91,2%	8,8%	130
Stupferich	75,8%	24,2%	45
Hohenwettersbach	91,5%	8,5%	51
Wolfartsweier	95,6%	4,4%	47
Grünwettersbach	91,6%	8,4%	56
Palmbach	89,8%	10,2%	30
Neureut	88,0%	12,0%	279
Nordstadt	77,0%	23,0%	145

Anhangtabelle 4.39

**NUTZUNG VON CARSHARING IM HAUSHALT**

F 45: „Nutzen Sie in Ihrem Haushalt Carsharing wie zum Beispiel stadtmobil?“	Nutzung von Carsharing im Haushalt				Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Ja, wöchentlich oder häufiger	Ja, monatlich	Ja, seltener	nie	
	Anteile an den Befragten				insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>2,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>6,7%</b>	<b>87,2%</b>	<b>4.531</b>
<b>Geschlecht</b>					
männlich	2,6%	4,1%	7,3%	86,0%	2.250
weiblich	2,4%	3,3%	6,1%	88,2%	2.233
<b>Altersgruppen</b>					
18 bis unter 30 Jahre	3,2%	4,6%	9,5%	82,6%	920
30 bis unter 45 Jahre	3,8%	4,5%	7,8%	83,9%	1.087
45 bis unter 65 Jahre	2,4%	4,2%	7,1%	86,3%	1.501
65 bis unter 80 Jahre	0,5%	1,4%	2,4%	95,7%	792
80 Jahre und älter	0,5%	---	1,0%	98,4%	195
<b>Staatsangehörigkeit</b>					
deutsch ohne Migrationshintergrund	2,7%	3,8%	6,6%	86,9%	3.152
deutsch mit Migrationshintergrund	1,5%	2,6%	5,8%	90,1%	665
ausländisch	3,0%	4,9%	8,2%	83,9%	595
<b>Haushaltstyp</b>					
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	1,6%	4,9%	7,7%	85,8%	486
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	1,5%	5,2%	7,7%	85,6%	305
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	0,7%	1,0%	2,5%	95,7%	255
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	4,2%	5,1%	8,0%	82,7%	818
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	4,9%	4,9%	7,9%	82,3%	64
Wohngemeinschaften	5,2%	3,7%	13,4%	77,7%	174
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	4,2%	4,7%	8,5%	82,6%	820
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	1,7%	2,8%	6,6%	89,0%	847
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	0,3%	1,2%	1,9%	96,7%	703
<b>Kinder im Haushalt</b>					
Kinder unter 18 Jahren	4,6%	4,9%	7,8%	82,7%	913
keine Kinder unter 18 Jahren	2,0%	3,4%	6,4%	88,3%	3.606
<b>Bildungsabschluss</b>					
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	0,8%	1,4%	2,1%	95,6%	617
Realschulabschluss/Mittlere Reife	1,1%	1,4%	4,2%	93,3%	817
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	3,3%	3,1%	6,4%	87,2%	990
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	3,3%	5,7%	9,4%	81,6%	1.987
<b>Erwerbsstatus</b>					
ganztags berufstätig	3,3%	4,9%	7,3%	84,5%	1.994
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	3,6%	3,3%	9,7%	83,4%	562
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	2,3%	4,1%	10,4%	83,2%	563
arbeitslos	1,6%	3,2%	6,6%	88,6%	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	1,1%	1,9%	2,7%	94,3%	1.245
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>					
unter 1.000 Euro	2,6%	2,3%	7,4%	87,7%	757
1.000 bis unter 2.000 Euro	2,5%	3,7%	6,5%	87,3%	1.798
2.000 bis unter 3.000 Euro	2,5%	3,9%	7,9%	85,7%	1.104
3.000 Euro und mehr	3,4%	5,3%	5,3%	86,0%	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>					
unter 5 Jahre	3,3%	5,3%	9,4%	82,0%	1.319
5 bis unter 10 Jahre	2,8%	4,5%	6,7%	86,0%	758
10 bis unter 20 Jahre	3,6%	4,5%	7,8%	84,2%	871
20 Jahre und länger	1,1%	1,5%	3,8%	93,5%	1.551

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.40

**NUTZUNG VON CARSHARING IM HAUSHALT – STADTEILERGEBNISSE**

F 45: „Nutzen Sie in Ihrem Haushalt Carsharing wie zum Beispiel stadtmobil?“	Nutzung von Carsharing im Haushalt				Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Ja, wöchentlich oder häufiger	Ja, monatlich	Ja, seltener	nie	
	Anteile an den Befragten				insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>2,5%</b>	<b>3,7%</b>	<b>6,7%</b>	<b>87,2%</b>	<b>4.531</b>
<b>Stadtteil</b>					
Innenstadt-Ost	2,8%	7,1%	7,8%	82,3%	69
Innenstadt-West	0,8%	5,1%	8,7%	85,4%	124
Südstadt	4,0%	7,2%	10,8%	77,9%	324
Südweststadt	4,4%	5,7%	9,4%	80,6%	360
Weststadt	4,9%	5,6%	7,2%	82,2%	329
Nordweststadt	1,1%	4,8%	7,5%	86,7%	179
Oststadt	3,4%	6,8%	9,7%	80,1%	250
Mühlburg	3,7%	2,5%	5,0%	88,7%	235
Daxlanden	---	1,2%	1,8%	97,0%	161
Knielingen	2,7%	---	1,7%	95,7%	118
Grünwinkel	0,7%	3,9%	6,5%	89,0%	154
Oberreut	1,1%	2,3%	4,8%	91,8%	94
Beierheim-Bulach	4,4%	8,7%	8,5%	78,4%	114
Weierfeld-Dammerstock	0,9%	3,8%	7,4%	87,9%	108
Rüppurr	1,8%	1,1%	6,1%	91,0%	163
Waldstadt	1,6%	2,1%	9,5%	86,9%	190
Rintheim	2,4%	1,4%	8,1%	88,1%	83
Hagsfeld	3,7%	2,5%	11,2%	82,6%	118
Durlach	1,6%	2,6%	5,8%	90,0%	448
Grötzingen	---	0,9%	2,2%	96,9%	130
Stupferich	---	---	6,9%	93,1%	44
Hohenwettersbach	---	---	---	100,0%	51
Wolfartsweier	---	---	1,9%	98,1%	47
Grünwettersbach	---	---	1,6%	98,4%	57
Palmbach	3,4%	---	3,1%	93,5%	30
Neureut	1,1%	1,4%	3,6%	93,9%	276
Nordstadt	6,2%	7,3%	7,1%	79,4%	146

Anhangtabelle 4.41

**EINKAUFEN PER LIEFERSERVICE**

F 13: „Lassen Sie sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern?“	Lieferung von Lebensmitteln ins Haus		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	ja	nein	
	Anteile an den Befragten		
2001	11,3%	88,7%	2.402
2006	12,9%	87,1%	2.241
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,2%</b>	<b>90,8%</b>	<b>4.590</b>
<b>Geschlecht</b>			
männlich	8,2%	91,8%	2.247
weiblich	10,0%	90,0%	2.236
<b>Altersgruppen</b>			
18 bis unter 30 Jahre	6,9%	93,1%	925
30 bis unter 45 Jahre	9,5%	90,5%	1.086
45 bis unter 65 Jahre	7,5%	92,5%	1.498
65 bis unter 80 Jahre	11,9%	88,1%	789
80 Jahre und älter	18,5%	81,5%	197
<b>Staatsangehörigkeit</b>			
deutsch ohne Migrationshintergrund	8,9%	91,1%	3.144
deutsch mit Migrationshintergrund	7,0%	93,0%	665
ausländisch	10,6%	89,4%	600
<b>Haushaltstyp</b>			
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	7,8%	92,2%	490
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	6,7%	93,3%	307
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	18,8%	81,2%	254
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	11,0%	89,0%	817
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	11,2%	88,8%	64
Wohngemeinschaften	4,1%	95,9%	172
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	6,7%	93,3%	819
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	7,2%	92,8%	842
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	10,7%	89,3%	705
<b>Kinder im Haushalt</b>			
Kinder unter 18 Jahren	10,6%	89,4%	913
keine Kinder unter 18 Jahren	8,8%	91,2%	3.606
<b>Bildungsabschluss</b>			
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	10,9%	89,1%	610
Realschulabschluss/Mittlere Reife	8,7%	91,3%	823
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	7,1%	92,9%	990
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	9,3%	90,7%	1.983
<b>Erwerbsstatus</b>			
ganztags berufstätig	7,4%	92,6%	1.990
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	8,9%	91,1%	563
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	6,2%	93,8%	567
arbeitslos	5,0%	95,0%	66
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	12,8%	87,2%	1.241
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>			
unter 1.000 Euro	6,9%	93,1%	760
1.000 bis unter 2.000 Euro	8,5%	91,5%	1.797
2.000 bis unter 3.000 Euro	9,9%	90,1%	1.103
3.000 Euro und mehr	10,5%	89,5%	416
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>			
unter 5 Jahre	7,9%	92,1%	1.337
5 bis unter 10 Jahre	8,2%	91,8%	770
10 bis unter 20 Jahre	8,3%	91,7%	887
20 Jahre und länger	11,1%	88,9%	1.567

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.42

**EINKAUFEN PER LIEFERSERVICE – STADTTEILERGEBNISSE**

F 13: „Lassen Sie sich Lebensmittel für den täglichen Bedarf auch ins Haus liefern?“	Lieferung von Lebensmitteln ins Haus		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	ja	nein	
	Anteile an den Befragten		
2001	11,3%	88,7%	2.402
2006	12,9%	87,1%	2.241
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,2%</b>	<b>90,8%</b>	<b>4.590</b>
<b>Stadtteil</b>			
Innenstadt-Ost	7,6%	92,4%	71
Innenstadt-West	7,5%	92,5%	124
Südstadt	7,2%	92,8%	330
Südweststadt	9,2%	90,8%	364
Weststadt	8,0%	92,0%	332
Nordweststadt	11,8%	88,2%	185
Oststadt	8,9%	91,1%	255
Mühlburg	11,3%	88,7%	237
Daxlanden	8,1%	91,9%	160
Knielingen	9,2%	90,8%	118
Grünwinkel	13,2%	86,8%	159
Oberreut	8,5%	91,5%	98
Beierthim-Bulach	7,9%	92,1%	114
Weierfeld-Dammerstock	14,9%	85,1%	105
Rüppurr	9,8%	90,2%	166
Waldstadt	8,9%	91,1%	191
Rintheim	6,1%	93,9%	83
Hagsfeld	10,1%	89,9%	117
Durlach	8,1%	91,9%	456
Grötzingen	8,3%	91,7%	131
Stupferich	15,5%	84,5%	44
Hohenwettersbach	5,8%	94,2%	50
Wolfartsweier	16,4%	83,6%	48
Grünwettersbach	10,3%	89,7%	57
Palmbach	10,2%	89,8%	30
Neureut	9,0%	91,0%	285
Nordstadt	8,0%	92,0%	150

Anhangtabelle 4.43

**PER LIEFERSERVICE BEZOGENE WARENGRUPPEN**

NUR BEFRAGTE, DIE LEBENSMITTEL VOM LEBENSMITTELSUPERMARKT INS HAUS LIEFERN LASSEN

F 14: „Welche Lebensmittel lassen Sie sich für den täglichen Bedarf ins Haus liefern?“	Per Lieferservice bezogene Warengruppen					Befragte mit Antwort (gewichtet)
	Getränke	Tieffkühlkost	Lebensmittel allgemein	Gemüse- und Obst, Bio-Kiste, Bauernhofprodukte	Fertig zubereitete Speisen (zum Beispiel Pizza, Pasta, Salate)	
	Anteile an den Befragten <sup>1</sup>					
						insg. 4.625
2001	26,9%	33,1%	10,2%	16,0%	30,6%	266
2006	32,6%	29,9%	12,1%	8,4%	31,3%	285
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>48,1%</b>	<b>40,2%</b>	<b>27,7%</b>	<b>25,2%</b>	<b>20,2%</b>	<b>411</b>
<b>Geschlecht</b>						
männlich	49,2%	39,6%	32,5%	26,8%	26,6%	180
weiblich	48,2%	40,2%	24,5%	23,6%	14,8%	218
<b>Altersgruppen</b>						
18 bis unter 30 Jahre	53,7%	29,6%	37,0%	31,5%	38,9%	64
30 bis unter 45 Jahre	36,7%	38,8%	43,9%	45,9%	32,7%	100
45 bis unter 65 Jahre	43,2%	44,1%	23,7%	23,7%	12,7%	110
65 bis unter 80 Jahre	55,6%	45,6%	12,2%	7,9%	9,3%	91
80 Jahre und älter	70,6%	32,4%	20,6%	5,9%	2,9%	34
<b>Staatsangehörigkeit</b>						
deutsch ohne Migrationshintergrund	43,1%	43,1%	23,3%	28,0%	16,9%	273
deutsch mit Migrationshintergrund	63,6%	43,6%	39,3%	15,1%	22,0%	45
ausländisch	54,0%	29,1%	36,5%	26,3%	35,4%	62
<b>Haushaltstyp</b>						
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	60,1%	29,4%	53,7%	24,8%	45,0%	37
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	66,7%	33,3%	38,1%	14,3%	14,3%	20
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	62,8%	32,3%	17,3%	4,3%	13,3%	44
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	33,5%	40,8%	33,3%	50,2%	26,7%	88
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	7
Wohngemeinschaften <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	7
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	36,3%	37,6%	37,0%	37,9%	31,4%	55
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	42,2%	43,8%	15,6%	21,9%	6,3%	60
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	58,2%	47,5%	10,2%	8,6%	4,9%	75
<b>Kinder im Haushalt</b>						
Kinder unter 18 Jahren	34,2%	42,0%	34,1%	47,7%	27,0%	95
keine Kinder unter 18 Jahren	52,7%	39,7%	25,8%	18,3%	18,3%	308
<b>Bildungsabschluss</b>						
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	58,1%	47,6%	18,8%	8,2%	14,6%	63
Realschulabschluss/Mittlere Reife	51,6%	53,7%	18,7%	14,3%	20,4%	69
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	45,9%	35,6%	27,0%	21,1%	28,4%	70
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	42,6%	36,2%	34,6%	38,8%	21,1%	180
<b>Erwerbsstatus</b>						
ganztags berufstätig	43,2%	37,0%	35,3%	34,9%	25,3%	148
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	34,9%	48,7%	32,8%	34,2%	26,8%	48
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	49,8%	29,7%	36,4%	36,4%	33,0%	35
arbeitslos <sup>2</sup>	---	---	---	---	---	3
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	54,2%	44,9%	18,1%	11,6%	12,7%	151
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>						
unter 1.000 Euro	57,5%	33,2%	25,9%	15,8%	22,5%	50
1.000 bis unter 2.000 Euro	46,6%	47,9%	28,2%	25,1%	21,3%	147
2.000 bis unter 3.000 Euro	39,9%	40,6%	22,4%	28,4%	20,6%	109
3.000 Euro und mehr	57,3%	27,3%	36,6%	34,2%	16,4%	44
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>						
unter 5 Jahre	52,1%	25,8%	42,6%	39,9%	33,7%	104
5 bis unter 10 Jahre	52,2%	32,7%	48,0%	28,2%	26,7%	60
10 bis unter 20 Jahre	36,5%	44,0%	19,5%	33,9%	18,4%	72
20 Jahre und länger	48,3%	50,0%	15,8%	12,2%	11,0%	170

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

<sup>1</sup> Mehrfachnennungen waren möglich, daher Summe mehr als 100%.<sup>2</sup> Keine Angaben möglich, da Datenbasis zu gering.

Anhangtabelle 4.44

**NUTZUNG VON LIEFERSERVICES EINES LEBENSMITTELMARKTES – TEILGRUPPE**

F 15: „Nutzen Sie den Lieferservice eines Lebensmittelsupermarktes? (zum Beispiel CAP, REWE, EDEKA)?“	Nutzung von Lieferservices eines Lebensmittelmarktes		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	nein	ja	
	Anteile an den Befragten		insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>81,4%</b>	<b>18,6%</b>	<b>420</b>
<b>Geschlecht</b>			
männlich	80,6%	19,4%	183
weiblich	81,3%	18,7%	223
<b>Altersgruppen</b>			
18 bis unter 30 Jahre	77,8%	22,2%	64
30 bis unter 45 Jahre	69,0%	31,0%	102
45 bis unter 65 Jahre	85,1%	14,9%	113
65 bis unter 80 Jahre	90,1%	9,9%	95
80 Jahre und älter	85,3%	14,7%	34
<b>Staatsangehörigkeit</b>			
deutsch ohne Migrationshintergrund	82,5%	17,5%	280
deutsch mit Migrationshintergrund	71,8%	28,2%	44
ausländisch	84,5%	15,5%	63
<b>Haushaltstyp</b>			
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	65,2%	34,8%	38
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	72,7%	27,3%	21
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	91,6%	8,4%	45
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	77,4%	22,6%	90
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren <sup>1</sup>	---	---	7
Wohngemeinschaften <sup>1</sup>	---	---	7
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	78,9%	21,1%	55
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	90,8%	9,2%	61
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	88,7%	11,3%	76
<b>Kinder im Haushalt</b>			
Kinder unter 18 Jahren	76,1%	23,9%	98
keine Kinder unter 18 Jahren	82,9%	17,1%	314
<b>Bildungsabschluss</b>			
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	83,4%	16,6%	67
Realschulabschluss/Mittlere Reife	84,6%	15,4%	70
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	81,3%	18,7%	71
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	78,3%	21,7%	180
<b>Erwerbsstatus</b>			
ganztags berufstätig	76,0%	24,0%	146
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	82,2%	17,8%	50
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	80,4%	19,6%	35
arbeitslos <sup>1</sup>	---	---	3
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	85,7%	14,3%	156
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>			
unter 1.000 Euro	82,2%	17,8%	53
1.000 bis unter 2.000 Euro	79,3%	20,7%	148
2.000 bis unter 3.000 Euro	85,5%	14,5%	110
3.000 Euro und mehr	74,2%	25,8%	43
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>			
unter 5 Jahre	71,9%	28,1%	107
5 bis unter 10 Jahre	62,7%	37,3%	61
10 bis unter 20 Jahre	91,9%	8,1%	71
20 Jahre und länger	89,0%	11,0%	176

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

<sup>1</sup> Keine Angaben möglich, da Datenbasis zu gering.

Anhangtabelle 4.45

**HÄUFIGKEIT DES INTERNETEINKAUFES**

F 21: „Wie häufig kaufen Sie generell Produkte online im Internet ein?“	Häufigkeit des Interneteinkaufs						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mindestens einmal wöchentlich	einmal in 2 Wochen	einmal im Monat	einmal im Quartal	einmal im halben Jahr	einmal im Jahr und seltener	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,8%</b>	<b>22,5%</b>	<b>28,4%</b>	<b>18,7%</b>	<b>8,6%</b>	<b>12,0%</b>	<b>4.148</b>
<b>Geschlecht</b>							
männlich	12,2%	26,2%	28,1%	16,3%	7,2%	10,1%	2.075
weiblich	7,2%	18,8%	28,7%	21,3%	9,9%	14,1%	1.978
<b>Altersgruppen</b>							
18 bis unter 30 Jahre	8,3%	27,0%	35,6%	19,7%	5,3%	4,1%	916
30 bis unter 45 Jahre	16,4%	31,3%	29,7%	14,8%	4,8%	3,0%	1.078
45 bis unter 65 Jahre	8,7%	19,5%	27,7%	21,1%	10,3%	12,8%	1.438
65 bis unter 80 Jahre	2,7%	9,3%	17,2%	19,1%	16,4%	35,3%	557
80 Jahre und älter	5,2%	5,2%	13,0%	16,9%	10,4%	49,4%	78
<b>Staatsangehörigkeit</b>							
deutsch ohne Migrationshintergrund	10,1%	23,4%	29,3%	17,7%	8,4%	11,1%	2.866
deutsch mit Migrationshintergrund	9,2%	22,8%	25,0%	21,9%	8,5%	12,6%	603
ausländisch	8,8%	19,7%	29,2%	20,5%	9,5%	12,4%	537
<b>Haushaltstyp</b>							
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	7,9%	28,2%	33,3%	18,9%	7,2%	4,6%	483
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	8,4%	15,1%	22,5%	24,5%	11,1%	18,5%	279
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	1,4%	6,9%	14,6%	17,7%	16,6%	42,8%	132
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	17,6%	31,9%	28,9%	13,6%	5,1%	2,9%	809
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	5,1%	25,9%	32,8%	17,9%	10,0%	8,2%	63
Wohngemeinschaften	6,4%	24,3%	38,7%	20,9%	6,0%	3,7%	171
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	12,6%	28,2%	33,0%	18,4%	4,3%	3,6%	816
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	6,8%	17,8%	28,2%	21,8%	11,1%	14,3%	814
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	3,6%	8,7%	17,7%	19,2%	15,6%	35,2%	486
<b>Kinder im Haushalt</b>							
Kinder unter 18 Jahren	16,3%	31,1%	29,4%	14,1%	5,2%	3,9%	904
keine Kinder unter 18 Jahren	7,9%	20,2%	28,0%	20,1%	9,5%	14,3%	3.178
<b>Bildungsabschluss</b>							
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	6,4%	9,0%	19,9%	20,4%	14,4%	29,9%	399
Realschulabschluss/Mittlere Reife	9,0%	16,5%	25,4%	21,1%	10,0%	17,9%	729
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	8,1%	23,9%	31,3%	20,8%	7,1%	8,8%	950
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	11,7%	27,6%	30,1%	16,3%	7,4%	7,0%	1.942
<b>Erwerbsstatus</b>							
ganztags berufstätig	12,3%	27,5%	29,6%	17,5%	6,7%	6,3%	1.961
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	9,4%	18,8%	31,2%	22,4%	9,7%	8,6%	545
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	6,8%	25,8%	34,9%	22,0%	6,2%	4,2%	559
arbeitslos	6,6%	14,5%	27,2%	19,9%	12,6%	19,3%	58
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	6,5%	13,7%	20,2%	17,4%	12,8%	29,5%	897
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>							
unter 1.000 Euro	5,7%	16,7%	31,4%	22,3%	10,4%	13,5%	654
1.000 bis unter 2.000 Euro	7,6%	21,3%	26,5%	20,9%	9,2%	14,5%	1.575
2.000 bis unter 3.000 Euro	12,0%	25,7%	30,5%	15,7%	7,8%	8,3%	1.057
3.000 Euro und mehr	16,9%	29,1%	25,9%	13,5%	6,0%	8,6%	409
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>							
unter 5 Jahre	10,3%	27,3%	33,0%	16,6%	6,9%	5,9%	1.297
5 bis unter 10 Jahre	14,1%	29,3%	26,5%	17,3%	5,7%	7,1%	732
10 bis unter 20 Jahre	9,8%	20,8%	29,2%	20,8%	9,2%	10,2%	838
20 Jahre und länger	6,8%	15,1%	24,2%	20,4%	11,5%	21,9%	1.264

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.



Anhangtabelle 4.46

**HÄUFIGKEIT DES INTERNETEINKAUF – STADTTEILERGEBNISSE**

F 26: „Wie häufig kaufen Sie generell Produkte online im Internet ein?“	Häufigkeit des Interneteinkaufs						Befragte mit Antwort (gewichtet)
	mindestens einmal wöchentlich	einmal in 2 Wochen	einmal im Monat	einmal im Quartal	einmal im halben Jahr	einmal im Jahr und seltener	
	Anteile an den Befragten						insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>9,8%</b>	<b>22,5%</b>	<b>28,4%</b>	<b>18,7%</b>	<b>8,6%</b>	<b>12,0%</b>	<b>4.148</b>
<b>Stadtteil</b>							
Innenstadt-Ost	7,8%	24,7%	21,3%	21,9%	8,6%	15,7%	68
Innenstadt-West	10,0%	24,2%	25,0%	23,1%	9,0%	8,8%	119
Südstadt	12,5%	23,6%	26,0%	21,3%	7,7%	8,8%	314
Südweststadt	11,1%	23,3%	29,1%	20,5%	7,8%	8,2%	340
Weststadt	9,7%	29,3%	27,6%	17,3%	7,6%	8,5%	307
Nordweststadt	7,7%	22,9%	28,2%	21,3%	7,7%	12,2%	161
Oststadt	7,5%	25,2%	34,7%	17,5%	9,2%	5,9%	236
Mühlburg	9,2%	27,1%	24,2%	18,2%	7,4%	13,9%	220
Daxlanden	4,2%	16,7%	34,7%	20,2%	9,0%	15,2%	137
Knielingen	12,5%	16,9%	29,1%	13,1%	12,1%	16,3%	101
Grünwinkel	9,0%	22,7%	29,9%	16,6%	7,9%	13,9%	144
Oberreut	12,3%	18,0%	30,3%	15,6%	9,5%	14,3%	89
Beierheim-Bulach	13,3%	13,2%	30,7%	18,3%	7,5%	17,0%	101
Weierfeld-Dammerstock	4,2%	21,0%	36,1%	22,7%	3,2%	12,8%	91
Rüppurr	12,4%	19,5%	21,0%	20,4%	11,3%	15,4%	143
Waldstadt	9,6%	15,9%	27,8%	16,5%	14,4%	15,8%	171
Rintheim	13,4%	16,7%	32,9%	22,7%	2,9%	11,4%	76
Hagsfeld	9,0%	25,5%	34,2%	16,8%	6,5%	8,0%	107
Durlach	8,4%	24,4%	28,2%	15,6%	10,1%	13,2%	425
Grötzingen	9,3%	12,5%	29,6%	27,1%	8,2%	13,3%	117
Stupferich	2,6%	20,5%	36,0%	11,7%	10,2%	19,0%	39
Hohenwettersbach	10,9%	33,4%	23,8%	21,0%	3,6%	7,2%	52
Wolfartsweier	17,7%	18,2%	30,8%	22,3%	4,4%	6,6%	42
Grünwettersbach	18,1%	18,4%	28,0%	15,5%	9,3%	10,7%	53
Palmbach	15,6%	20,9%	28,8%	11,8%	8,0%	14,9%	26
Neureut	7,6%	26,1%	26,1%	19,1%	7,8%	13,3%	260
Nordstadt	14,4%	23,7%	28,5%	15,9%	8,0%	9,5%	139

Anhangtabelle 4.47

**LEBENSMITTELEINKAUF (ONLINE/EINZELHANDEL)**

F 22.12: „Wo haben Sie in den vergangenen 12 Monaten Produkte aus folgenden Warengruppen gekauft?“	Lebensmittel		Befragte mit Antwort (gewichtet)	Lebensmittel		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	im Online-Handel			beim Einzelhandel vor Ort		
	ja	nein	ja	nein		
	Anteile an den Befragten		Anteile an den Befragten			
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>12,2%</b>	<b>87,8%</b>	<b>2.786</b>	<b>97,1%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3.233</b>
<b>Geschlecht</b>						
männlich	13,4%	86,6%	1.518	96,6%	3,4%	1.689
weiblich	11,1%	88,9%	1.209	97,9%	2,1%	1.474
<b>Altersgruppen</b>						
18 bis unter 30 Jahre	13,4%	86,6%	770	97,1%	2,9%	823
30 bis unter 45 Jahre	13,0%	87,0%	876	98,5%	1,5%	980
45 bis unter 65 Jahre	11,1%	88,9%	906	96,6%	3,4%	1.083
65 bis unter 80 Jahre	7,9%	92,1%	171	94,4%	5,6%	256
80 Jahre und älter	30,8%	69,2%	13	96,8%	3,2%	31
<b>Staatsangehörigkeit</b>						
deutsch ohne Migrationshintergrund	11,3%	88,7%	1.970	97,2%	2,8%	2.270
deutsch mit Migrationshintergrund	11,6%	88,4%	398	97,3%	2,7%	471
ausländisch	17,5%	82,5%	352	97,2%	2,8%	407
<b>Haushaltstyp</b>						
Single-Haushalte (18 bis unter 45 Jahre)	13,8%	86,2%	394	97,3%	2,7%	421
Ältere Alleinlebende (45 bis unter 65 Jahre)	12,1%	87,9%	163	96,1%	3,9%	194
Alleinlebende Senioren (65 Jahre und älter)	17,5%	82,5%	37	96,5%	3,5%	51
Familien mit Kindern unter 18 Jahren	13,8%	86,2%	635	98,1%	1,9%	735
Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren	13,0%	87,0%	37	97,9%	2,1%	49
Wohngemeinschaften	15,2%	84,8%	145	97,2%	2,8%	153
Paare/MPH* (18 bis unter 45 Jahre)	12,0%	88,0%	681	97,6%	2,4%	746
Paare/MPH (45 bis unter 65 Jahre)	9,8%	90,2%	498	96,9%	3,1%	595
Seniorenpaare/MPH (65 Jahre und älter)	7,1%	92,9%	144	94,0%	6,0%	228
<b>Kinder im Haushalt</b>						
Kinder unter 18 Jahren	13,4%	86,6%	694	98,0%	2,0%	809
keine Kinder unter 18 Jahren	11,9%	88,1%	2.053	96,9%	3,1%	2.377
<b>Bildungsabschluss</b>						
Volks-/Haupt-/Sonderschul-/kein Abschluss	9,7%	90,3%	158	95,4%	4,6%	213
Realschulabschluss/Mittlere Reife	9,4%	90,6%	404	95,9%	4,1%	508
Abitur/Hochschulreife/Fachhochschulreife	12,6%	87,4%	701	97,7%	2,3%	791
Hochschul-/Fachhochschulabschluss	13,3%	86,7%	1.465	97,8%	2,2%	1.643
<b>Erwerbsstatus</b>						
ganztags berufstätig	12,8%	87,2%	1.492	97,6%	2,4%	1.677
teilzeit, geringfügig bzw. stundenweise beschäftigt	11,3%	88,7%	366	97,6%	2,4%	439
Schüler(in)/Student(in), Berufsausbildung	11,9%	88,1%	463	97,4%	2,6%	499
arbeitslos	11,4%	88,6%	36	94,8%	5,2%	40
Rentner/-in, Hausfrau/-mann, Elternzeit	11,6%	88,4%	370	95,5%	4,5%	503
<b>Gewichtetes Pro-Kopf-Einkommen**</b>						
unter 1.000 Euro	10,8%	89,2%	431	96,6%	3,4%	491
1.000 bis unter 2.000 Euro	13,1%	86,9%	1.000	96,8%	3,2%	1.184
2.000 bis unter 3.000 Euro	10,8%	89,2%	759	98,1%	1,9%	870
3.000 Euro und mehr	16,8%	83,2%	310	97,8%	2,2%	344
<b>Wohndauer im Stadtteil</b>						
unter 5 Jahre	13,4%	86,6%	1.026	97,9%	2,1%	1.115
5 bis unter 10 Jahre	13,8%	86,2%	551	98,1%	1,9%	629
10 bis unter 20 Jahre	11,4%	88,6%	569	96,7%	3,3%	658
20 Jahre und länger	9,9%	90,1%	635	95,7%	4,3%	823

\* Paare/Mehrpersonenhaushalte mit erwachsenen/ohne Kinder(n).

\*\* Gewichtetes monatliches Haushaltsnettoeinkommen pro Kopf.

Anhangtabelle 4.48

**LEBENSMITTELEINKAUF (ONLINE/EINZELHANDEL) – STADTEILERGEBNISSE**

F 22.12: „Wo haben Sie in den vergangenen 12 Monaten Produkte aus folgenden Warengruppen gekauft?“	Lebensmittel		Befragte mit Antwort (gewichtet)	Lebensmittel		Befragte mit Antwort (gewichtet)
	im Online-Handel			beim Einzelhandel vor Ort		
	ja	nein	ja	nein		
	Anteile an den Befragten		insg. 4.625	Anteile an den Befragten		insg. 4.625
<b>Karlsruhe insgesamt 2016</b>	<b>12,2%</b>	<b>87,8%</b>	<b>2.786</b>	<b>97,1%</b>	<b>2,9%</b>	<b>3.233</b>
<b>Stadtteil</b>						
Innenstadt-Ost	6,7%	93,3%	47	98,3%	1,7%	51
Innenstadt-West	15,7%	84,3%	88	97,8%	2,2%	98
Südstadt	17,2%	82,8%	233	95,3%	4,7%	260
Südweststadt	12,0%	88,0%	250	98,3%	1,7%	282
Weststadt	15,3%	84,7%	227	98,0%	2,0%	250
Nordweststadt	16,1%	83,9%	116	94,3%	5,7%	125
Oststadt	19,7%	80,3%	175	98,3%	1,7%	197
Mühlburg	11,3%	88,7%	147	96,9%	3,1%	170
Daxlanden	9,0%	91,0%	84	95,4%	4,6%	101
Knielingen	8,0%	92,0%	62	98,5%	1,5%	70
Grünwinkel	8,7%	91,3%	98	95,6%	4,4%	110
Oberreut	7,3%	92,7%	56	95,2%	4,8%	66
Beierheim-Bulach	10,7%	89,3%	62	95,9%	4,1%	74
Weierfeld-Dammerstock	5,0%	95,0%	58	98,7%	1,3%	76
Rüppurr	12,1%	87,9%	73	95,6%	4,4%	102
Waldstadt	7,1%	92,9%	91	98,2%	1,8%	115
Rintheim	9,3%	90,7%	56	95,7%	4,3%	65
Hagsfeld	11,6%	88,4%	78	96,8%	3,2%	89
Durlach	12,5%	87,5%	269	97,7%	2,3%	321
Grötzingen	8,8%	91,2%	73	99,0%	1,0%	90
Stupferich	5,0%	95,0%	19	96,5%	3,5%	27
Hohenwettersbach	15,5%	84,5%	38	100,0%	---	46
Wolfartsweier	10,8%	89,2%	29	97,4%	2,6%	37
Grünwettersbach	9,8%	90,2%	39	93,6%	6,4%	42
Palmbach	11,5%	88,5%	17	100,0%	---	18
Neureut	9,7%	90,3%	175	97,0%	3,0%	203
Nordstadt	8,5%	91,5%	98	98,2%	1,8%	111



# KARLSRUHER BEITRÄGE ZUR STADTENTWICKLUNG



© Václav Mach / Fotolia

- Heft 20 | 2006**     **WOHNEN IM ZENTRUM 2006**  
RÜCKKEHR IN DIE ZENTRALEN STADTTEILE  
Bearbeitung: Otto Mansdörfer | Tanja Kronenwett
- Heft 21 | 2006**     **DEMOGRAFISCHER WANDEL IN KARLSRUHE 2**  
ERSTE ERGEBNISSE DER KLEINRÄUMIGEN BEVÖLKERUNGSPROGNOSE 2005 – 2030  
Bearbeitung: Dr. Hans-Heinrich Hartung
- Heft 22 | 2007**     **DEMOGRAFISCHER WANDEL IN KARLSRUHE 3**  
KLEINRÄUMIGE BEVÖLKERUNGSVORAUSSCHÜTZUNG DER STADT KARLSRUHE 2005 BIS 2030  
Bearbeitung: Dr. Hans-Heinrich Hartung | Daniel Götz
- Mai 2007**         **ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTADT**  
ENTWICKLUNG DER KARLSRUHER CITY  
Projektleitung: Otto Mansdörfer | Sigrun Hüger (StPIA)  
In Zusammenarbeit mit: Wirtschaftsförderung und Stadtplanungsamt
- Heft 23 | 2007**     **EINKAUFEN UND NAHVERSORGUNG IN KARLSRUHE 2007**  
AKTUELLE TRENDS UND GESTALTUNGSMÖGLICHKEITEN  
Bearbeitung: Christian Fulda | Andreas Mangold (Wifö)  
In Zusammenarbeit mit: Wirtschaftsförderung
- Heft 24 | 2008**     **DEMOGRAFISCHER WANDEL IN KARLSRUHE 4**  
LEBENSVERHÄLTNISSE DER JUGENDLICHEN IN KARLSRUHE 2008  
Ergebnisse der Jugendumfrage  
Bearbeitung: Dr. Hans-Heinrich Hartung  
In Zusammenarbeit mit: Sozial- und Jugendbehörde | Stadtjugendausschuss e.V. | Gartenbauamt  
Polizeipräsidium Karlsruhe
- Heft 25 | 2008**     **WOHNEN UND BAUEN IN DER STADT**  
7. SACHSTANDSBERICHT 2008  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz  
In Zusammenarbeit mit: Gutachterausschuss | Liegenschaftsamt | Sozial- und Jugendbehörde |  
Stadtplanungsamt | VOLKSWOHNUNG GmbH
- Heft 26 | 2009**     **DEMOGRAFISCHER WANDEL IN KARLSRUHE 5**  
ZU- UND FORTZÜGE ÜBER DIE STADTGRENZEN 1999 – 2008  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz
- Heft 27 | 2010**     **DAS SICHERHEITSEMPFINDEN DER BEVÖLKERUNG IN KARLSRUHE 2009**  
2. SACHSTANDSBERICHT ZUR ÖFFENTLICHEN SICHERHEIT UND ORDNUNG  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Nadia Kasper-Snouci

- Heft 28 | 2010**     **DIE NUTZUNG KULTURELLER EINRICHTUNGEN IN KARLSRUHE 2009**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Nadia Kasper-Snoui | Christian Fulda | Daniel Götz
- Heft 29 | 2010**     **IMAGE VON KARLSRUHE AUS SICHT DER REGION 2009**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Christian Fulda | Andrea Hammer
- Heft 30 | 2011**     **UNTERNEHMENS- UND BETRIEBSUMFRAGE 2010**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer
- Heft 31 | 2011**     **DEMOGRAFISCHER WANDEL IN KARLSRUHE 6**  
ZURÜCK IN DIE STADT – MOTIVE DER ZU- UND FORTZIEHENDEN 2010  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Maria Mertens | Nadia Kasper-Snoui
- Heft 32 | 2011**     **WIRTSCHAFT UND ARBEIT 1**  
ANALYSE WICHTIGER ZUKUNFTSBRANCHEN 2011  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer
- Heft 33 | 2011**     **LEBENSQUALITÄT IN KARLSRUHE AUS BÜRGERSICHT 2011**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Christian Fulda | Nadia Kasper-Snoui | Andrea Hammer
- Heft 34 | 2012**     **WIRTSCHAFT UND ARBEIT 2**  
FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG IN DER REGION MITTLERER OBERRHEIN 2012  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer
- Heft 35 | 2012**     **BEVÖLKERUNGSVORAUSRECHNUNG KARLSRUHE 2030**  
NEUE PROGNOSE 2012 – GRUNDLEGENDE ERGEBNISSE  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz
- Heft 36 | 2012**     **BÜRGERUMFRAGE 2012**  
KOMMUNALPOLITIK, BÜRGERENGAGEMENT, BÜRGERBETEILIGUNG  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer | Christian Fulda | Benedikt Dierßen
- Heft 37 | 2012**     **KONZEPT ZUR SYSTEMATISCHEN BÜRGERBETEILIGUNG IN KARLSRUHE**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer

- Heft 38 | 2013**     **REGIONSUMFRAGE 2012**  
KARLSRUHE AUS SICHT DER REGION  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Christian Fulda | Benedikt Dierßen
- Heft 39 | 2013**     **BÜRGERUMFRAGE 2013**  
SPORT, BEWEGUNG, BÄDER  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Christian Fulda | Daniel Götz | Nadia Kasper-Snoui | Ilona Forro
- Heft 40 | 2013**     **DER ZENTRALE CITYBEREICH**  
EINSCHÄTZUNGEN AUS PASSANTENSICHT 2013  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro | Martin Noth
- Heft 41 | 2013**     **DIE ATTRAKTIVITÄT DER DURLACHER INNENSTADT**  
ERGEBNISSE DER BÜRGER- UND PASSANTENUMFRAGE 2013  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz | Nadia Kasper-Snoui | Ilona Forro
- Heft 42 | 2013**     **SOZIALDATEN 2013**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro  
In Zusammenarbeit mit: Sozial- und Jugendbehörde
- Heft 43 | 2014**     **ESSEN UND TRINKEN IM ZOO**  
UMFRAGE ZUM GASTRONOMISCHEN ANGEBOT UND DEN VERZEHRGEWOHNHEITEN  
DER BESUCHERINNEN UND BESUCHER IM KARLSRUHER ZOO 2014 – ERGEBNISBERICHT  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro | Ann Janin Waltemathe
- Heft 44 | 2015**     **SICHERHEITSEMPFINDEN DER BEVÖLKERUNG**  
3. SACHSTANDSBERICHT ZUR ÖFFENTLICHEN SICHERHEIT UND ORDNUNG 2014  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro  
In Zusammenarbeit mit: Ordnungs- und Bürgeramt | Sozial- und Jugendbehörde
- Heft 45 | 2015**     **WOHNEN UND BAUEN IN KARLSRUHE**  
8. SACHSTANDSBERICHT 2015  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz | Thorsten Ach | Ilona Forro | Lieselotte Kluckhohn | Andrea Rosemeier | Juliane Schaber  
In Zusammenarbeit mit: Liegenschaftsamt | Sozial- und Jugendbehörde | Stadtplanungsamt |  
Gutachterausschuss in Karlsruhe | Wirtschaftsförderung | VOLKSWOHNUNG GmbH



- Heft 46 | 2015**     **BÜRGERUMFRAGE 2015**  
GRÜNE STADT  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer | Benedikt Dierßen | Ilona Forro
- Heft 47 | 2015**     **EVALUATIONSBERICHT | STADTGEBURTSTAG KARLSRUHE 2015**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: KA300-Team | Stadtmarketing Karlsruhe – Gesamtleitung Martin Wacker (Cathrin Batzner | Sascha Binoth | Manuel Brenneisen | Natalie Jacob | Norbert Käthler | Dr. Oliver Langewitz | Franziska Pfaff | Markus Pommerening | Sebastian Schneider | Hendrikje Schwarze | Anna Weißhaar | Daniel Wensauer-Sieber, Das Ziel führt zum Weg)  
Amt für Stadtentwicklung (Benedikt Dierßen | Ilona Forro | Daniel Götz | Andrea Hammer | Otto Mansdörfer | Willi Pradl | Andrea Rosemeier | Juliane Schaber | Alexander Süß)  
Karlsruhe Tourismus GmbH (Stefan Theysohn)
- Heft 48 | 2016**     **LEBENSQUALITÄT IN KARLSRUHE 2015 IM STÄDTEVERGLEICH**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Otto Mansdörfer | Ilona Forro | Lara Schillinger
- Heft 49 | 2016**     **REGIONSUMFRAGE 2016**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Andrea Hammer | Ilona Forro  
In Zusammenarbeit mit: Ordnungs- und Bürgeramt | Sozial- und Jugendbehörde
- Heft 50 | 2016**     **KLEINRÄUMIGE BEVÖLKERUNGSPROGNOSE 2035**  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Daniel Götz | Ilona Forro
- Heft 51 | 2016**     **GENERATION 55PLUS IN KARLSRUHE 2015**  
UMFRAGE IM RAHMEN DES KOSIS-PROJEKTS „AKTIV ALTERN“  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro  
In Zusammenarbeit mit: Sozial- und Jugendbehörde | Fachplanung für die ältere Generation
- Heft 52 | 2017**     **BÜRGERUMFRAGE 2017**  
BÜRGERBETEILIGUNG UND BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT  
Projektleitung: Christian Fulda  
Bearbeitung: Nadia Kasper-Snoui | Jens Jäggle | Ilona Forro
- Heft 53 | 2017**     **NAHVERSORGUNG IN DEN STADTTEILEN**  
2006 BIS 2016  
Projektleitung: Otto Mansdörfer  
Bearbeitung: Benedikt Dierßen | Ilona Forro | Johannes Zech





