

## **Kennzahlen für den Einzelhandel**

# **Kaufkraft und Umsätze in der Region – Corona, Ukraine und die Folgen**

**Kennzahlen für den Einzelhandel in der Region Stuttgart:  
Kaufkraft, Umsatz und Zentralität 2023**

Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart  
Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart  
Telefon 0711 2005-0  
[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)  
[info@stuttgart.ihk.de](mailto:info@stuttgart.ihk.de)

Konzeption: Zentrale Aufgabe Handel und Finanzielle Gewerbeförderung,  
IHK-Bezirkskammer Böblingen

Redaktion: Martin Eisenmann

Stand: August 2023

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Corona, Ukraine-Krieg und die Folgen.....</b>	<b>7</b>
2.1 Corona und Veränderungen im Konsumverhalten .....	7
2.2 Der Ukraine-Krieg und seine Folgen .....	8
2.3 Schlussfolgerungen für die Kommunen .....	9
<b>3. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft .....</b>	<b>11</b>
3.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel 2022.....	11
3.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart.....	12
3.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart.....	14
<b>4. Einzelhandelsumsatz .....</b>	<b>16</b>
4.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes .....	16
4.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart.....	17
4.3 Einzelhandelsumsatz in den Kreisen der Region Stuttgart .....	19
<b>5. Zentralität .....</b>	<b>21</b>
<b>6. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten .....</b>	<b>23</b>
6.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich.....	23
6.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich.....	25
6.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich .....	27
<b>7. Schlussfolgerungen.....</b>	<b>29</b>
<b>Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen.....</b>	<b>31</b>
<b>Anhang 2: Kennzahlen 2023 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern .....</b>	<b>33</b>
<b>Das Handelsteam der IHK Region Stuttgart .....</b>	<b>34</b>
<b>Anschriften .....</b>	<b>35</b>

# Vorwort

Diese Analyse von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft, Umsätzen im stationären Einzelhandel und Zentralität (Näheres dazu siehe Anhang 1) in der Region Stuttgart zeigt prinzipiell durchaus positive Perspektiven für Einzelhandelsbetriebe in der Region Stuttgart. Sie soll Planungshilfe für Einzelhandel, Investoren und Kommunen sein und unser breit gefächertes Informations-, Beratungs- und Veranstaltungsangebots für Handelsbetriebe ergänzen.

Sie veranlasst aber auch, den Blick auf die Probleme vieler Einkaufsstandorte zu lenken: neue Verkaufsflächen an peripheren Lagen, Probleme bei der Erreichbarkeit für Kunden und Lieferanten sowie mancherorts sinkende Attraktivität des Umfelds durch Leerstände, vor allem aber die Auswirkungen des wachsenden Online-Handels sowie die zunehmende Kaufzurückhaltung werden Politik und Verwaltung weiterhin beschäftigen.

Leistungsfähige Handelsbetriebe, Gastronomie, Hotellerie und Freizeitwirtschaft bilden zusammen mit privaten und öffentlichen Dienstleistungen das Fundament für funktionsfähige Städte. Betriebe aus diesen Branchen sind oft auf Kaufkraftzufluss von außerhalb angewiesen, müssen Erlebnisreichtum bieten und brauchen eine gute Erreichbarkeit. Zugleich wollen die Bürger ein attraktives Umfeld für Leben und Wohnen, interessante Angebote im Zentrum und eine gute Nahversorgung in Wohnbezirken. Damit bleibt der Einzelhandel ein zentraler Faktor für die Attraktivität von Städten, sein Angebot an Einkaufserlebnissen prägt oft auch die überregionale Wahrnehmung einer Stadt, stärkt den Tourismus und befördert den Zuzug nötiger Fachkräfte.

Um einen Beitrag zu lebendigen, attraktiven Städten leisten zu können, braucht der Einzelhandel gute Rahmenbedingungen. Mit dem Planungsrecht können Kommunen mitwirken, die Einzelhandelslandschaft zu erhalten oder ihre Strukturen sinnvoll zu verändern. Kluge Kommunalpolitik sollte die Anliegen des Handels genauso berücksichtigen wie diejenigen anderer gesellschaftlicher Gruppen. Unabgestimmte Verkehrsberuhigungen etwa helfen dem stationären Handel nicht, sich gegen das Internet zu behaupten. Weniger Bürokratie und einfachere Genehmigungsverfahren könnten dagegen große Wirkung zeigen. Die IHK führt das Landesprojekt „Innenstadtberatung“ in der Region aus und hat darüber hinaus weitere Ideen, bei deren Umsetzung sie die Verantwortlichen in Politik und Verwaltung gern unterstützt.

Stuttgart, im August 2023

Claus Paal  
Präsident

Dr. Susanne Herre  
Hauptgeschäftsführerin

# 1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

- Die Auswirkungen der sich verändernden Konsumentenwünsche und die sich daraus ergebenden Entwicklungen der Betriebsformen des Einzelhandels (vor allem durch den **zunehmenden Online-Handel**) führen in Konsequenz zu neuen Strukturen vor allem in den **Innenstädten** und zu neuen Herausforderungen für Politik und Verwaltung. Die Weiterentwicklung der Innenstädte war noch nie wichtiger als heute. Verantwortliche aus Politik und Verwaltung müssen gemeinsam Anstrengungen unternehmen, um gewachsene Standorte mit fairen Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit dem Internet auszustatten. Das Landesprojekt „Innenstadtberatung“, das in der Region von der IHK umgesetzt wird, kann Kommunen dabei unterstützen.
- Die Region Stuttgart gehört mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** von **22,9 Milliarden Euro** (inklusive Online-Handel) zusammen mit den Großräumen München und Rhein/Main zu den attraktivsten Standorten für Einzelhandelsunternehmen in Deutschland. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist in fast allen der betrachteten 62 Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern größer als im Bundesdurchschnitt. Mehr als ein Viertel des Kaufkraftpotenzials von Baden-Württemberg ist in der Region zu finden. An kleineren und mittleren Standorten rund um Stuttgart ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft besonders hoch.
- Die **Umsätze im stationären Einzelhandel** in der Region fallen 2023 prognostiziert nominal um 964 Millionen Euro höher aus als 2022. Der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Region stehen Umsätze im stationären Einzelhandel in Höhe von **17,7 Milliarden Euro** gegenüber. Allerdings wird ein beträchtlicher Anteil des vorhandenen Kaufkraftvolumens (5,1 Milliarden Euro; eine Zunahme um über 1,1 Milliarden Euro seit 2019!) somit außerhalb der Region ausgegeben, vor allem und zunehmend im **Online-Handel**.
- Die Kennziffer der **Zentralität** bildet die örtliche Kaufkraftbindung ab. Hierbei haben die Mittelzentren im näheren Umfeld Stuttgarts die höchsten Werte in der Region. Vielfach liegt dies allerdings an großflächigen Ansiedlungen von Einkaufszentren in nicht integrierten Lagen, die nach heute geltendem Planungsrecht so nicht mehr genehmigungsfähig wären. Andere Standorte, vor allem in Nachbarschaft zu den erfolgreichsten, zeigen mit niedrigen Werten Defizite bei der Nahversorgungsfunktion auf.

- Der Stuttgarter **Einzelhandel** schlägt sich im **Vergleich mit anderen Metropolen** Deutschlands noch ordentlich. Ihm gelingt es, trotz der polyzentrischen Struktur der Region mit vielen starken Mittelzentren, auch überregionale Kaufkraft zu binden und etwa 13 Prozent mehr Umsatz zu erzielen, als nach den örtlichen Einkommensverhältnissen zu erwarten wäre. Dies gelingt, weil das Zentrum der Landeshauptstadt den wichtigsten Einzelhandelsstandort im Südwesten Deutschlands darstellt und auch Kaufkraft von außerhalb der Region nach Stuttgart lockt. Allerdings hat Stuttgart im Vergleich mit anderen Metropolen deutlich an Anziehungskraft verloren und reiht sich nur noch im Mittelfeld des Metropolenrankings ein.

## 2. Corona, Ukraine-Krieg und die Folgen

### 2.1 Corona und Veränderungen im Konsumverhalten

Die Corona-Pandemie scheint für viele schon vorüber, für manche ist sie schon Schnee von gestern. Ihre Auswirkungen sind aber immer noch massiv zu spüren, denn sie, beziehungsweise die Maßnahmen, die zu ihrer Bekämpfung angeordnet wurden, wirken unvermindert fort.

Die staatlich verordneten Schließungen stationärer Einzelhandelsgeschäfte machten es den Kunden teilweise schwer, sich mit den Gütern des täglichen Bedarfs zu versorgen. Hamsterkäufe bei verschiedenen Produkten sorgten für leere Regale – einem Phänomen, das in westlichen Volkswirtschaften seit der Nachkriegszeit unbekannt war. Noch gravierender waren die Folgen aber für die stationären Einzelhandelsunternehmen. Viele mussten zeitweise schließen, alle mussten die Vorgaben einhalten, die der Eindämmung der Ansteckungsgefahr dienen sollten. Dies brachte unter anderem deutlich erhöhte Kosten mit allen Folgen für die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen mit sich.

Da die Grundversorgung aufrechterhalten werden musste, waren die Unternehmen dieses Segments sogar Profiteure der ersten zwei Jahre der Pandemie. Ihre Umsatzzuwächse sorgten dafür, dass die Umsätze im gesamten stationären Einzelhandel so deutlich wuchsen wie seit vielen Jahren nicht mehr – auch in realen Größen. Allerdings waren die Betriebe, die den mittelfristigen Bedarf abdecken, die Leidtragenden; sie mussten auf erhebliche Anteile ihres Umsatzes verzichten. Viele aus diesem Bereich konnten trotz staatlicher Stützungsmaßnahmen die Verluste nicht dauerhaft ausgleichen und gaben auf. Da jedoch genau diese Sortimente einen Großteil des innerstädtischen Handels ausmachen, hatten die Folgen unmittelbare Auswirkungen auf die Innenstadtlagen. Auch Traditionsbetriebe mussten schließen. Da wegen der unsicheren Aussichten auch die Nachfrage nach innerstädtischen Verkaufsflächen in Mitleidenschaft gezogen wurde, traten vermehrt Leerstände auf. Ganze Zonen in deutschen Innenstädten gerieten in Schieflage.

Auch in unserer Region ließ sich dieser Trend feststellen. Sogar in der Top-Lage im deutschen Südwesten, der Stuttgarter Königstraße, hat sich die Anzahl der Leerstände deutlich vergrößert. Auch dort mussten alteingesessene Unternehmen schließen. Die von vielen beklagte Uniformität der Haupteinkaufslagen in deutschen Innenstädten mit hohem Filialisierungsgrad wurde dadurch noch befördert. Dieser Attraktivitätsverlust wirkt sich nachteilig auf die Kundenfrequenz aus, was wiederum den verbliebenen Betrieben ein auskömmliches Wirtschaften erschwert. Diesen

Teufelskreis zu durchbrechen ist an vielen Standorten ein herausragendes Thema geworden.

Zwar ist der zunehmende Online-Handel nicht allein auf die Pandemie zurückzuführen. Der Trend wurde jedoch durch Corona beschleunigt und verstärkt. Heute werden im Durchschnitt schon deutlich mehr als 20 Prozent des gesamten Einzelhandelsumsatzes im Internet abgewickelt. Mit Ausnahme des Jahres 2021, als nach dem corona-induziert überproportionalen Wachstum des Online-Handels dort eine Wachstumsdelle eintrat und der stationäre Handel stärker wuchs als der Internet-Handel, gewinnt der Handel über das Internet jedes Jahr einen immer größeren Marktanteil am Einzelhandelsumsatz.

Bei diesen Zahlen gilt es allerdings zu bedenken, dass ein zunehmender Anteil des Online-Handels nicht von sogenannten Pure Playern stammt, also den Unternehmen, die zumindest als reine Online-Händler gestartet sind. Auch diese sammeln im Übrigen zunehmend Erfahrungen mit einzelnen physischen Ladengeschäften, um ihrem Kunden die Wahl des Absatzkanals zu überlassen. Aber viele Unternehmen, die als klassische stationäre Einzelhändler gelten, wickeln einen wachsenden Teil ihres Umsatzes über das Internet ab („Multi-Channel-Handel“). Dies kann dann dazu beitragen, den Ladengeschäften die Existenz zu sichern.

Wie wird die Entwicklung weitergehen? Der Handel der Zukunft wird immer digitaler werden. Die ersten Tests mit Verkaufsrobotern im Einzelhandel laufen bereits – und mehr als jeder dritte Internetnutzer in Deutschland bescheinigt den digitalen Assistenten in Ladengeschäften eine große Zukunft. Rund die Hälfte der Verbraucher glaubt, dass der stationäre Handel für Kunden in gut zehn Jahren durchgängig rund um die Uhr geöffnet hat, da es für ihn wie für den Online-Handel auch keine gesetzlich vorgeschriebenen Ladenöffnungszeiten mehr gibt. Ebenfalls rund jeder Zweite denkt, dass 2030 aufgebrauchte Produkte im Haushalt, wie zum Beispiel Toilettenpapier oder Waschmittel, ohne Zutun des Kunden nachgeliefert werden. 54 Prozent der Befragten meinen außerdem, dass sich Kartenzahlung beziehungsweise Mobile Payment durchsetzen wird, da 2030 im stationären Handel kein Bargeld mehr angenommen wird.<sup>1</sup>

## 2.2 Der Ukraine-Krieg und seine Folgen

Seit Beginn des Ukraine-Kriegs sind die Preise für Alltagsgüter wie Lebensmittel und Energie stark angestiegen. Das macht vor allem Haushalten mit geringeren Einkommen zu schaffen, da sie für diese Güter einen größeren Teil ihres Einkommens aufwenden müssen als wohlhabende Haushalte. Aber auch bei Letzteren macht sich eine spürbare Kaufzurückhaltung bemerkbar; die Realeinkommen der Bevölkerung

---

<sup>1</sup> Vgl. Bitkom (2019): Research Spotlight 2019-01. Trends im E-Commerce. So shoppen die Deutschen 2019.

sinken. Insgesamt zeigen Prognosen, dass viele Anschaffungen zurückgestellt wurden, vor allem im mittel- und langfristigen Bereich. Noch im Frühjahr 2023 waren die Unternehmen vorsichtig optimistisch, dass sich die Verkäufe im Sommer wieder beleben würden. Derzeit (Sommer 2023) ist dieser Optimismus verloren gegangen. Die Unternehmen blicken mit Sorge auf die kommenden Monate und Jahre. Laut der Sommerumfrage 2023 des Hauptverbandes des deutschen Einzelhandels (HDE) haben sich die Umsätze im Einzelhandel im ersten Halbjahr deutlich verschlechtert; die Gewinne haben sich noch schlechter entwickelt. Frequenzrückgänge werden an den meisten Standorten gemeldet. Dazu kommt die Erfahrung, dass die Menschen zwar wieder die Einkaufslagen aufsuchen, aber weniger einkaufen. Sie geben ihr Geld vermehrt für Gastronomie und Freizeit aus. Gute Frequenzen bedeuten als nicht mehr automatisch gute Umsätze im Handel. Die Erwartungen für die kommenden Monate fallen eher noch pessimistischer aus. Die Sorgen der Einzelhandelsunternehmen haben zugenommen.

Die Inflation erschwert die richtige Einschätzung der Lage von außen. Von nominalen Umsatzzuwächsen bleiben real betrachtet nur Rückgänge für den Einzelhandel übrig, sowohl im Lebensmittelhandel als auch im Non-food-Bereich. Zwar belasten Lieferschwierigkeiten, die noch 2022 ein großes Problem darstellten, die Betriebe im Großen und Ganzen kaum noch. Trotzdem ist die Geschäftslage vor allem für Händler im Sortiment für den langfristigen Bedarf schlecht. Personal wird daher eher abgebaut – ganz zu schweigen von den Problemen der Unternehmen, geeignetes Fachpersonal zu gewinnen. Auch im Handel hat sich diese Herausforderung noch verschärft und stellt die Betriebe teils vor existenzielle Probleme.

So lassen sich die fünf wichtigsten Themen, die in der HDE-Umfrage von den Unternehmen genannt wurden, als Spiegel der oben aufgeführten Punkte verstehen: Kaufzurückhaltung (von 60 Prozent genannt), Inflation (59 Prozent), Energiekosten (55 Prozent), Bürokratie (51 Prozent) und Fachkräftemangel (49 Prozent). Mit etwas Abstand folgt auf dem sechsten Rang der Attraktivitätsverlust der Innenstädte (34 Prozent).

## **2.3 Schlussfolgerungen für die Kommunen**

Für Verantwortliche in den Kommunen, generell aber für alle, die an der Existenz bestehender klassischer Einkaufslagen interessiert sind, bedeutet das, alle Anstrengungen zu unternehmen, um die überlebensfähigen Kerne der Versorgungszentren zu stärken. Das Baurecht spielt hier eine große Rolle.

Den Wettbewerb um den richtigen Vertriebsweg werden die Kundinnen und Kunden bestimmen, und es wird eine Vielzahl von Lösungen geben müssen. Die IHK tritt

aber dafür ein, dass zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktion erhalten und gestärkt werden müssen.

- Wenn Investoren Randlagen für eine Ansiedlung ins Auge fassen, dürfen Kommunen sich bei einer Genehmigung nicht einfach auf fehlende Flächen in der Ortsmitte berufen. Sie sind dazu aufgerufen, sich langfristige Gedanken, um den Erhalt der Ortskerne zu machen. Sie müssen Einzelhandelskonzepte erstellen oder fortschreiben, um Ansiedlungsvorhaben optimal in das städtische Gefüge einordnen zu können, und über den Ankauf geeigneter Flächen nachdenken.
- Was den Handel immer wieder umtreibt ist die Erreichbarkeit der Innenstädte. Es ist ein Trugschluss, hier allein auf den ÖPNV zu setzen. Ohne Individualverkehr wird es nicht gehen. Kunden brauchen ausreichende Parkmöglichkeiten zu akzeptablen Preisen. Wirtschaft und Kommunen sollten gemeinsam daran arbeiten, die Lieferverkehre zu optimieren.
- Es muss Wettbewerbs-Fairness zwischen stationärem und Online-Handel herrschen. Hier seien exemplarisch nur Steuerschlupflöcher und die Umgehung von geltenden Vorschriften auf elektronischen Marktplätzen genannt.
- Die Digitalisierung ist zwar eine Chance für alle Betriebsgrößen. Die Unternehmen drängen aber auch darauf, Nachteile für den stationären Handel im Wettbewerb der Absatzkanäle abzubauen. Beispielhaft sei nur noch auf eine große Zahl von bürokratischen Zwängen für stationäre Händler hingewiesen.

Die baden-württembergischen IHKs haben schon 2019 ein Konzept für ein Landesprojekt entworfen, um die bedrohten Innenstädte zu stützen. Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg hat diesen Impuls aufgenommen und mit der „Innenstadtberatung“ ein Förderprojekt aufgelegt, das in vielen Regionen des Landes von den IHKs umgesetzt wird, so auch in der Region Stuttgart. Die Innenstadtberater haben als Ziel, in Kommunen zwischen 10.000 und 50.000 Einwohnern standortbezogene Maßnahmenvorschläge zu entwickeln, die die Attraktivität der Ortskerne steigern soll, um damit für den stationären Einzelhandel, aber auch für andere Innenstadtakteure, ein Überleben zu sichern. Trotz des begrenzten Projektumfangs (rund 1 Million Euro pro Jahr für ganz Baden-Württemberg) sind viele positive Rückmeldungen ein Beleg dafür, dass das Projekt und die Arbeit der IHK-Innenstadtberater an der richtigen Stelle ansetzen. Bis Ende 2024 können wir den Kommunen damit Hilfe anbieten.

# 3. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

## 3.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel 2022

Laut Statistischem Bundesamt<sup>2</sup> standen den Bürgerinnen und Bürgern der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2022 **Einkommen**<sup>3</sup> von 2.177 Milliarden Euro zur Verfügung. Im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 entspricht dies einer Zunahme von nominal 11 Prozent (2019: 1.961 Milliarden Euro). Pro Kopf belief sich das verfügbare Einkommen des Jahres 2022 auf 25.977 Euro – etwa 2.382 Euro mehr als 2019.

Die privaten **Konsumausgaben** für Güter und Dienstleistungen beliefen sich auf rund 1.983 Milliarden Euro. Davon wurden 33,5 Prozent<sup>4</sup> im **Einzelhandel** im engeren Sinne, das heißt ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken, ausgegeben (vgl. Abbildung 1). Die Ausgaben im Einzelhandel hinken der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung seit vielen Jahren hinterher. Auf Grund des überdurchschnittlichen Ausgabenanstiegs für Wohnen und Gesundheit kann der Einzelhandel nur unterproportional an den steigenden Konsumausgaben partizipieren.<sup>5</sup>

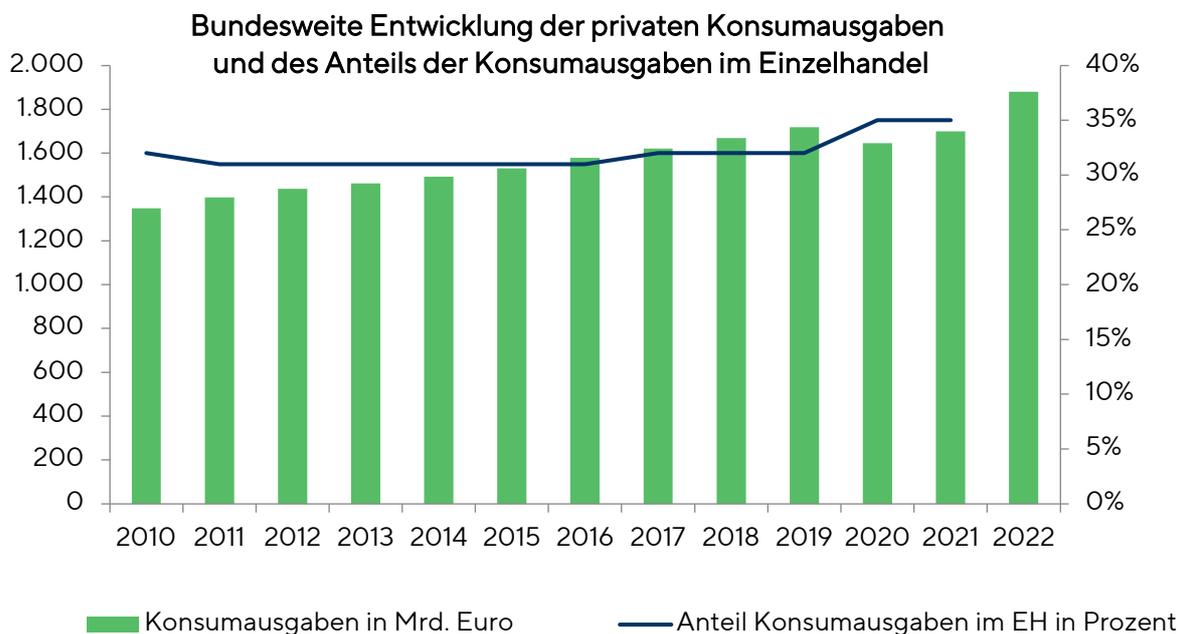


Abbildung 1: Bundesweite Entwicklung der privaten Konsumausgaben und des Anteils der Konsumausgaben im Einzelhandel

Quelle: Statistisches Bundesamt 2023, EHI Handelsdaten 2023.

<sup>2</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (2023): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen – Beiheft Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen, 1. Vj 2023, Wiesbaden.

<sup>3</sup> Das verfügbare Einkommen setzt sich aus den Nettolöhnen und -gehältern aus abhängiger und selbstständiger Beschäftigung, Vermögenseinkommen sowie den Sozial- und Transferleistungen zusammen.

<sup>4</sup> Je nach Quelle und Definition finden sich in der Literatur auch abweichende Werte.

<sup>5</sup> Vgl. Rumetsch, Silke, KPMG AG (2013): Lage, Lage, Lage – und das richtige Konzept!

Für das Jahr 2023 gehen Experten allerdings von weiterer Kaufzurückhaltung aus. Die Verbraucher sind wegen des Ukraine-Kriegs, der nach wie vor hohen Inflation und der Energiepreisunsicherheiten verunsichert und halten sich bei Anschaffungen zurück.

### 3.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart

Gemeinsam mit der CIMA Beratung + Management GmbH und der BBE Handelsberatung GmbH prognostiziert die Michael Bauer Research GmbH die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für **Baden-Württemberg** im Jahr 2023 auf knapp 88 Milliarden Euro (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). In der **Region Stuttgart** verfügt die Bevölkerung mit 22,9 Milliarden Euro über 26 Prozent des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens des Landes.

Die Landeshauptstadt Stuttgart hat mit etwa 5,2 Milliarden Euro das größte einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Land. Sie sowie alle Kreisstädte gehören zusammen mit Sindelfingen und Leonberg zu den Kommunen mit dem stärksten Kaufkraftvolumen in der Region Stuttgart (vgl. Abbildung 2).

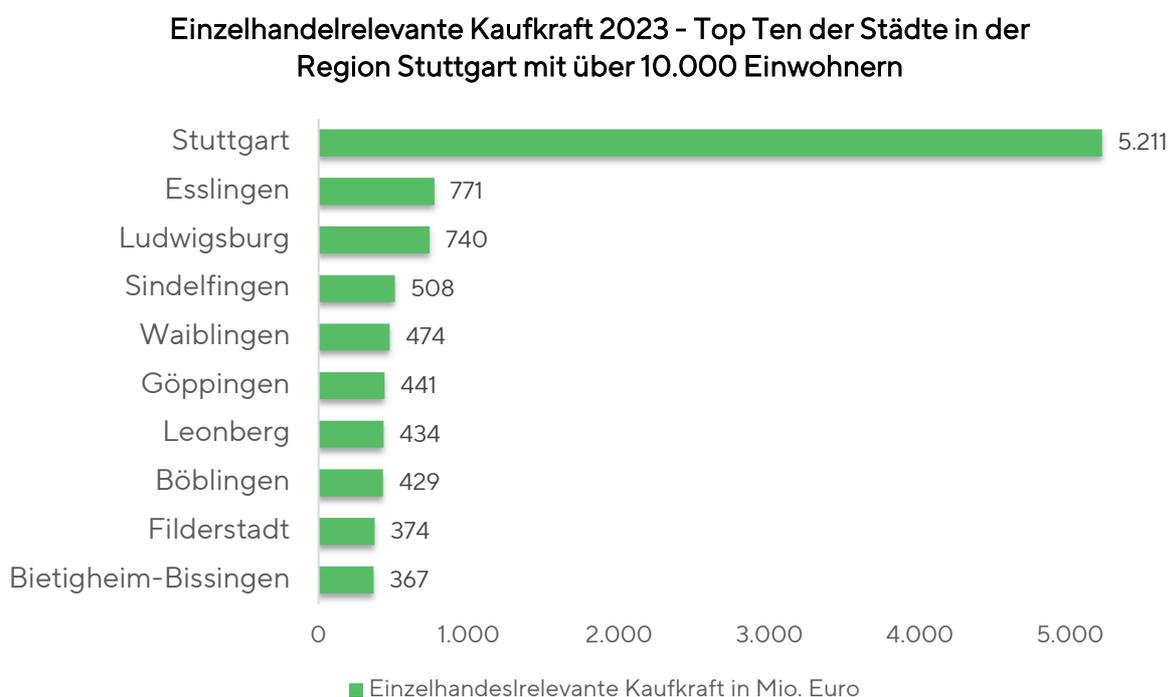


Abbildung 2 : Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2023 - Top Ten der Städte in der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf** liegt bei den in dieser Studie untersuchten 62 Kommunen der Region Stuttgart mit mehr als 10.000 Einwohnern zwischen 6.665 Euro und 9.914 Euro. **Mit nur fünf Ausnahmen verfügen damit all diese Städte der Region über ein Kaufkraftpotenzial, das über dem Bundesdurchschnitt von 7.463 Euro liegt.** Die zehn regionalen Spitzenreiter sind in der nachfolgenden Tabelle 1 aufgeführt. Die fünf erwähnten Ausnahmen sind Göppingen (7.457 Euro), Welzheim (7.239 Euro), Murrhardt (7.132 Euro), Eislingen/Fils (7.125 Euro) und Geislingen/Steige (6.665 Euro). In dieser Streuung kommen lokale Unterschiede der demographischen und der sozialen Struktur der Bevölkerung, der Erwerbsbeteiligung, des Lohnniveaus und der damit verbundenen Vermögensverteilung sowie unter anderem der Wohnungsmieten zum Ausdruck (vgl. auch Anhang 2: Übersicht über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in allen Städten der Region Stuttgart mit mehr als 10.000 Einwohnern).

Unter der **Kaufkraftkennziffer** (vgl. Tabelle 1) versteht man den Pro-Kopf-Wert für einzelne Städte im Verhältnis zum bundesweiten Durchschnitt (7.463 Euro = 100,0). Liegt dieser Wert bei über 100, so übersteigt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner in dieser Gemeinde den Bundesdurchschnitt. Bei einem Wert von weniger als 100 unterschreitet dagegen die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Einwohner in diesem Ort den Bundesdurchschnitt.

**Tabelle 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf 2023**  
**Top Ten der Städte in der Region Stuttgart über 10.000 Einwohner**

Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*
1	Gerlingen	19.999	9.914	132,8
2	Schwieberdingen	11.601	9.383	125,7
3	Leonberg	49.780	8.714	116,8
4	Korb	11.098	8.602	115,3
5	Tamm	12.673	8.595	115,2
6	Leinfelden-Echterdingen	40.596	8.551	114,6
7	Holzgerlingen	13.809	8.528	114,3
8	Korntal-Münchingen	19.960	8.518	114,1
9	Besigheim	12.984	8.455	113,3
10	Neuhausen/Fildern	12.269	8.453	113,3

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (7.463 Euro = 100,0).

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Bei diesem Kriterium steht wie in der Vorjahre Gerlingen an der Spitze. Die Einwohner verfügen über rund Drittel mehr an Kaufkraft für den Einzelhandel als der durchschnittliche Deutsche. Auch andere Kommunen aus dem Umland Stuttgarts haben wohlhabende Bürger mit hohem Einkommen.

### 3.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart

Der Stadtkreis Stuttgart belegt beim regionalen Vergleich auf Kreisebene die Spitzenposition hinsichtlich des **absoluten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens**. Mit einer Summe von etwa 4,5 Milliarden Euro folgt der Landkreis Ludwigsburg vor Esslingen. Der Landkreis Göppingen ist mit circa 2 Milliarden Euro, unter anderem wegen seiner deutlich geringeren Bevölkerungszahl, naturgemäß der Kreis mit dem geringsten absoluten Nachfragevolumen. Wie sich die 22,9 Milliarden Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der Region Stuttgart auf die Land-/Stadtkreise verteilen, zeigt Abbildung 3.

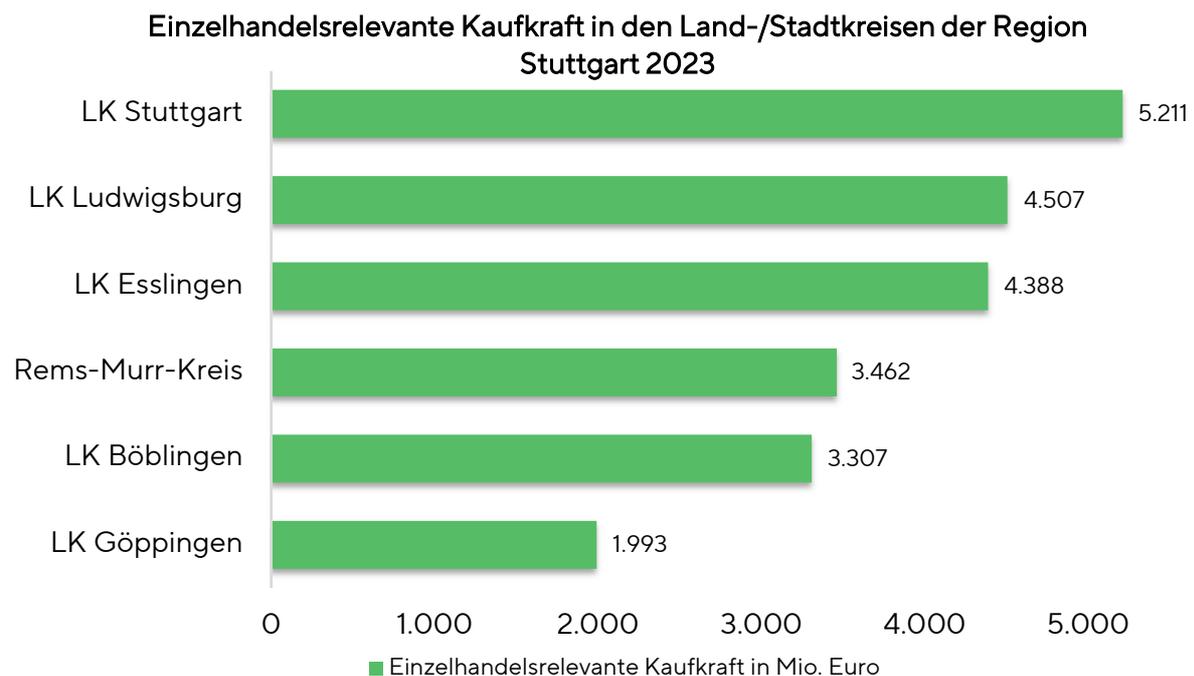


Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Land-/Stadtkreisen der Region Stuttgart 2023

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Bezüglich der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner** der Land-/Stadtkreise liegen Böblingen und Stuttgart an der Spitze (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in den Kreisen der Region Stuttgart 2023**

Rang	Land-/Stadtkreis	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraftkennziffer *
1	LK Böblingen	400.587	8.256	110,6
2	Stuttgart	635.502	8.199	109,9
3	LK Ludwigsburg	552.689	8.155	109,3
4	LK Esslingen	541.670	8.100	108,5
5	Rems-Murr-Kreis	433.955	7.978	106,9
6	LK Göppingen	262.622	7.590	101,7

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (7.463 Euro = 100,0).

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Die Einwohner im Landkreis Böblingen sind also statistisch gesehen am wohlhabendsten. Jeder Einwohner verfügt danach über 8.256 Euro für Ausgaben im Einzelhandel – und damit über 794 Euro (Rundungsdifferenz!) mehr als der Durchschnitt aller Bundesbürger. Die Einwohner aller Landkreise der Region verfügen durchschnittlich über mehr einzelhandelsrelevante Kaufkraft als der Durchschnitt aller Bundesbürger.

# 4. Einzelhandelsumsatz

## 4.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes

Ohne Umsatzsteuer gerechnet wird der Umsatz des gesamten Einzelhandels im engeren Sinn, das heißt ohne die Umsätze von Kfz-Handel, Tankstellen, Apotheken und Brennstoffhandel, in Deutschland nach Prognosen des Handelsverbandes HDE im Jahr 2023 rund 650,3 Milliarden Euro erreichen (vgl. Abbildung 4). Gegenüber 2022 bedeutet das einen nominalen Zuwachs von fast 19 Milliarden Euro oder 3,0 Prozent.

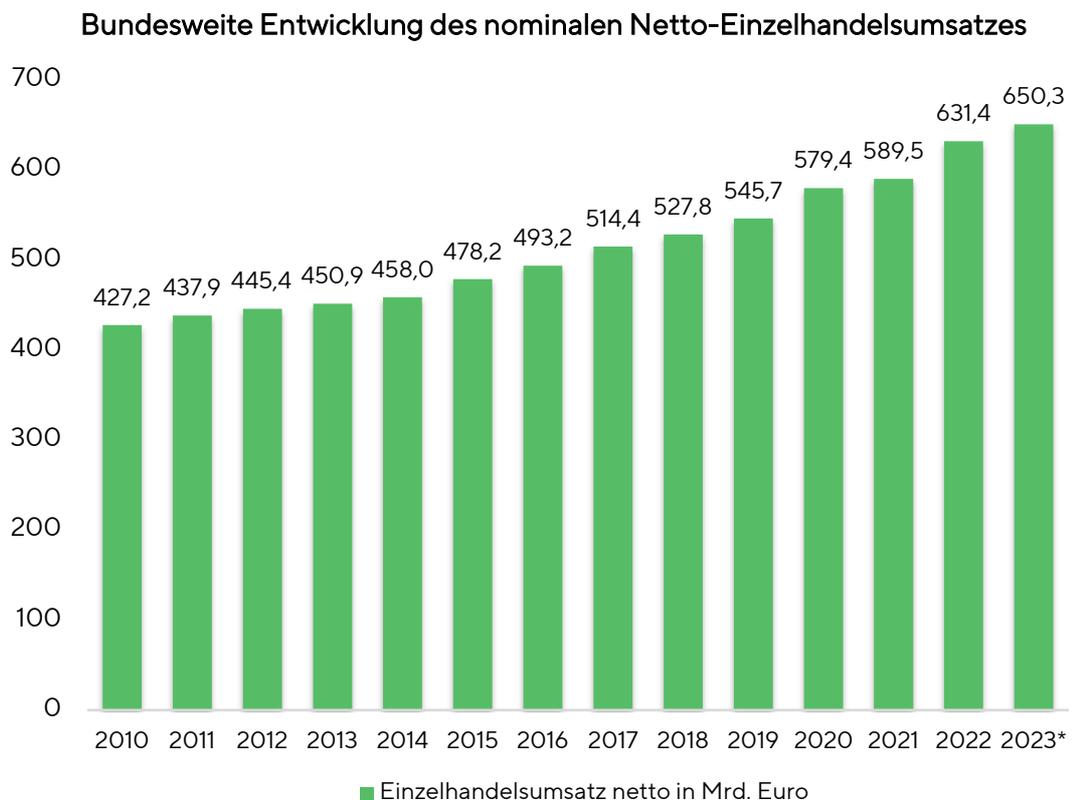


Abbildung 4: Bundesweite Entwicklung des nominalen Netto-Einzelhandelsumsatzes

\* HDE-Prognose

Quelle: HDE-Berechnungen; ohne Umsatzsteuer; vorläufig; ohne Kfz/Tankstellen/Brennstoffe/Apotheken.

Damit ist zwar seit dem Jahr 2010 ein **nominales Wachstum des Einzelhandelsumsatzes** von 223,1 Milliarden Euro bzw. 52 Prozent zu verzeichnen, vor allem seit 2015. Dies entspricht einer geometrischen jährlichen nominalen Wachstumsrate von 3,3 Prozent. Nach Abzug der Inflation bleiben davon jedoch real nur noch 1,25 Prozent übrig. **Die realen Umsätze** stagnieren bereits seit den 1990er Jahren.

Im **Online-Einzelhandel** hingegen wird für das Jahr 2023 ein nominales Umsatzwachstum von 5,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert. Seit dem Jahr 2010 ist der Umsatz von 20,2 Milliarden Euro auf 89,4 Milliarden Euro gestiegen, was

einer Zunahme von über 340 Prozent und einem durchschnittlichen jährlichen nominalen Wachstum von mehr als zwölf Prozent entspricht (siehe dazu auch Kap. 2). Umsatztreiber im Einzelhandel ist somit eindeutig der Onlinehandel.

## 4.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart

Für die Region Stuttgart ergibt sich im Jahr 2023 ein **stationärer Einzelhandelsumsatz** von gut 17,7 Milliarden Euro laut MB-Research, CIMA und BBE Handelsberatung GmbH (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). Im Verhältnis zum Nachfragepotenzial von 22,9 Milliarden Euro (vgl. Kapitel 3.2) gehen dem stationären Einzelhandel in der Region damit per Saldo **über fünf Milliarden Euro an Einzelhandelskaufkraft an andere Standorte, den Versandhandel und das Internet verloren**.

Die Streuung der Umsätze spiegelt sich in Abbildung 5 wider: Die Rangfolge der zehn Städte mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz weicht, abgesehen von der Platzierung Stuttgarts, deutlich von der Reihenfolge der zehn Städte mit der größten Einzelhandelskaufkraft (vgl. dazu Abbildung 2) ab. Esslingen, Waiblingen, Leonberg oder Filderstadt fallen hier zurück; Göppingen, Fellbach, Backnang und Kirchheim/Teck rücken auf.

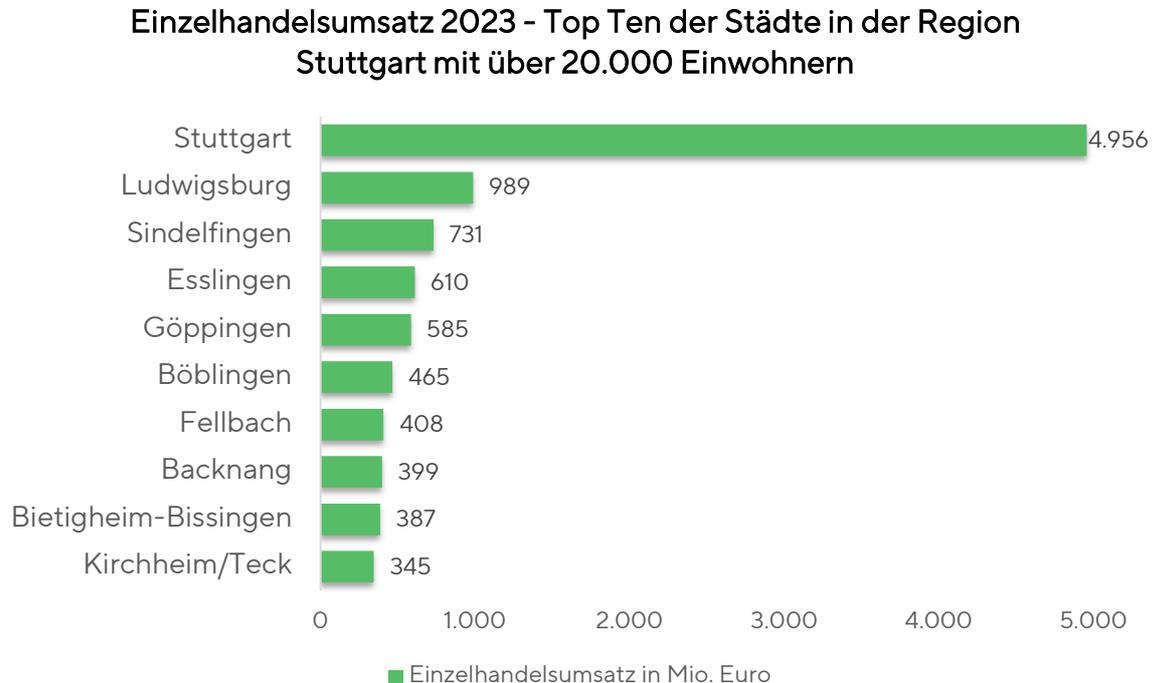


Abbildung 5: Einzelhandelsumsatz 2023 - Top Ten der Städte in der Region mit über 20.000 Einwohnern  
Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Mit Blick auf den **Einzelhandelsumsatz pro Kopf** belegt Stuttgart jedoch nur noch den elften Rang und fällt erstmals aus den Top Ten heraus (vgl. Tabelle 3). Die

**Umsatzkennziffer** gibt an, ob eine Stadt tendenziell über oder unter dem bundesweiten Umsatzdurchschnitt pro Einwohner (6.291 Euro = 100,0) liegt.

**Tabelle 3: Einzelhandelsumsatz pro Kopf 2023**

**Top Ten der Städte in der Region Stuttgart über 10.000 Einwohner**

Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzkennziffer*
1	Sindelfingen	65.447	11.176	177,7
2	Backnang	38.116	10.474	166,5
3	Ludwigsburg	94.465	10.465	166,4
4	Göppingen	59.072	9.908	157,5
5	Steinheim/Murr	12.207	9.098	144,6
6	Böblingen	51.609	9.009	143,2
7	Fellbach	45.835	8.906	141,6
8	Bietigheim-Bissingen	43.830	8.823	140,2
9	Kirchheim/Teck	42.068	8.210	130,5
10	Schorndorf	40.256	7.809	124,1

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (6.291 Euro = 100,0).

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

An der Reihenfolge der Standorte in Tabelle 3 lässt sich erkennen, dass der großflächige Einzelhandel die Höhe des Umsatzes pro Kopf in erheblichem Maße bestimmt. Einzelhandelsstandorte auf der „grünen Wiese“ sind häufig die Ursache für hohe Umsatzzahlen. Bekannte Beispiele sind Ludwigsburg mit dem Tammer Feld und Sindelfingens Osten mit den großen Einkaufszentren und Fachmärkten.

Das Schlusslicht in der Region beim Einzelhandelsumsatz pro Kopf bildet Korb mit 2.801 Euro. Davor liegen die Gemeinden Freiberg und Kernen mit einem stationären Einzelhandelsumsatz pro Kopf von ebenfalls weniger als 50 Prozent des Bundesdurchschnitts (vgl. Anhang 2). Die örtliche Nahversorgung ist bei solch niedrigen Werten (je nach Branchenmix) gefährdet, und die Bewohner der betroffenen Standorte kaufen überwiegend auswärts ein.

### 4.3 Einzelhandelsumsatz in den Kreisen der Region Stuttgart

Insgesamt erzielt der Einzelhandel in der Region Stuttgart mit gut 17,7 Milliarden Euro Umsatz etwa 25 Prozent des gesamten Umsatzes Baden-Württembergs (71,2 Milliarden Euro). Innerhalb der Region verteilen sich die Einzelhandelsumsätze auf die Land- und Stadtkreise wie in Abbildung 6 zu sehen:

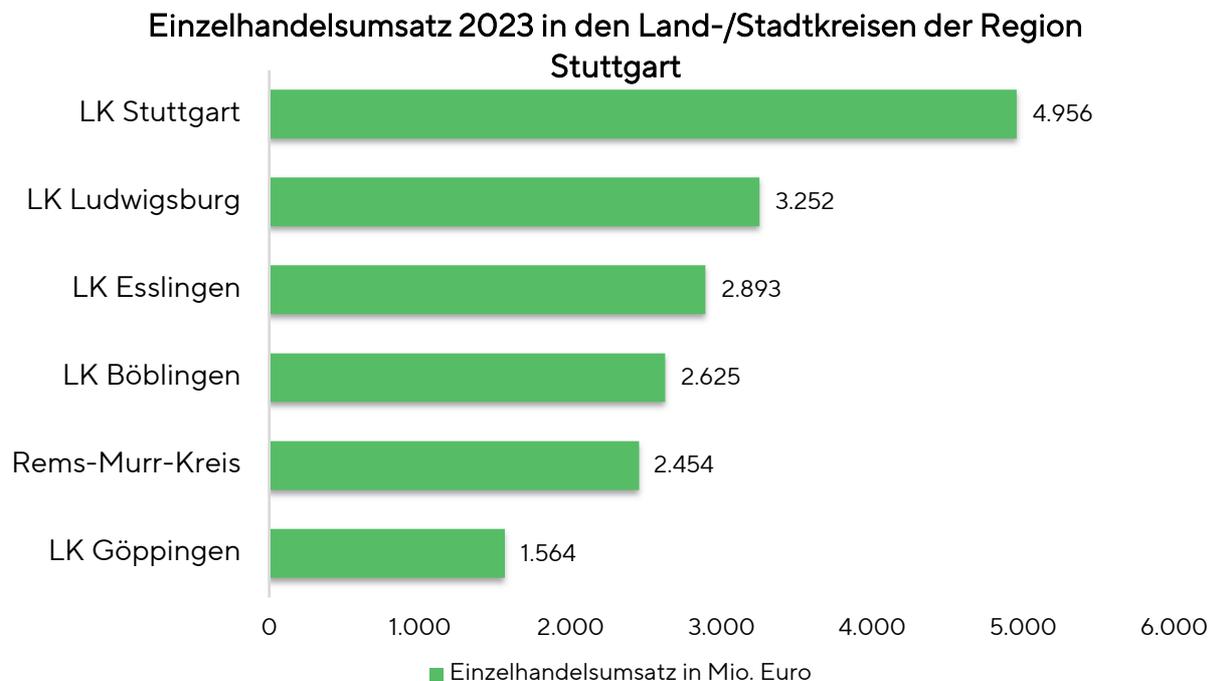


Abbildung 6: Einzelhandelsumsatz 2023 in den Land-/Stadtkreisen der Region Stuttgart

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Ebenso wie bei den absoluten Kaufkraft-Werten liegt der stationäre Einzelhandel Stuttgarts bei den **Umsätzen** deutlich vorn. Mit einem Erlös von knapp 5 Milliarden Euro nehmen die Einzelhändler einen großen Teil des regionalen Umsatzes ein. Die Landkreise Ludwigsburg und Esslingen folgen mit Umsätzen von 3,3 und 2,9 Milliarden Euro. Der Landkreis Göppingen bildet wegen seiner kleineren Bevölkerungszahl wieder das Schlusslicht.

Der **stationäre Einzelhandelsumsatz pro Einwohner** liegt in Stuttgart deutlich über den Umsätzen pro Kopf in den Landkreisen (vgl. Tabelle 4). Denn das Oberzentrum zieht nicht nur aus benachbarten Städten Kaufkraft an, sondern ist als Metropole auch Ziel von Kunden aus den Räumen Heilbronn, Ulm, Tübingen/Reutlingen und Pforzheim. Mit der steigenden Beliebtheit der Städtereisen gewinnen auch Umsätze mit Kunden aus anderen Bundesländern und dem Ausland an Bedeutung.

**Tabelle 4: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner in den Kreisen der Region Stuttgart 2023**

Rang	Land-/Stadtkreis	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer
1	Stuttgart	635.502	7.798	124,0
2	LK Böblingen	400.587	6.552	104,2
3	LK Göppingen	262.622	5.954	94,6
4	LK Ludwigsburg	552.689	5.883	93,5
5	Rems-Murr-Kreis	433.955	5.654	89,9
6	LK Esslingen	541.670	5.342	84,9

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (6.291 Euro = 100,0).

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Auf die Landeshauptstadt folgt mit deutlichem Abstand der Landkreis Böblingen, und es fällt auf, dass beeindruckende Umsatzmagneten wie Backnang, Ludwigsburg, Geislingen/Steige oder Fellbach ihren Landkreisen nicht zu einer dreistelligen Umsatzkennziffer verhelfen. Außerdem weisen **nur Stuttgart und der Landkreis Böblingen Pro-Kopf-Umsätze über dem Bundesdurchschnitt** auf.

Sogar in Stuttgart sind die **stationären Umsätze je Einwohner** wie auch in allen Landkreisen deutlich geringer als das Nachfragepotenzial der jeweiligen Bevölkerung. Die Umsatzzahlen aus Tabelle 4 verdeutlichen im Vergleich zu den Kaufkraftgrößen (vgl. Tabelle 2) diese Differenz. Im Falle der Landeshauptstadt reicht die größere Umsatzkennziffer nicht aus, den generellen Abfluss in den Online-Handel zu kompensieren.

## 5. Zentralität

Mithilfe der Zentralitätskennziffer können Aussagen über den Netto-Kaufkraftzufluss von bzw. -abfluss nach außerhalb getroffen werden (Berechnung siehe Anhang 1). Sie zeigt das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft jeweils pro Kopf und gemessen am Bundesschnitt an. Ein Wert von über 100 bedeutet, dass der örtliche Einzelhandel mehr Umsätze erzielt als nach der vorhandenen Kaufkraft der Bevölkerung vor Ort zu erwarten wäre. Dabei ist der Abfluss in den Online-Handel bereits berücksichtigt. Abbildung 7 erfasst die zehn Städte mit der höchsten Kaufkraftbindung in der Region Stuttgart (vgl. Anhang 2 für eine vollständige Übersicht der Zentralitätskennziffern für die Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern).

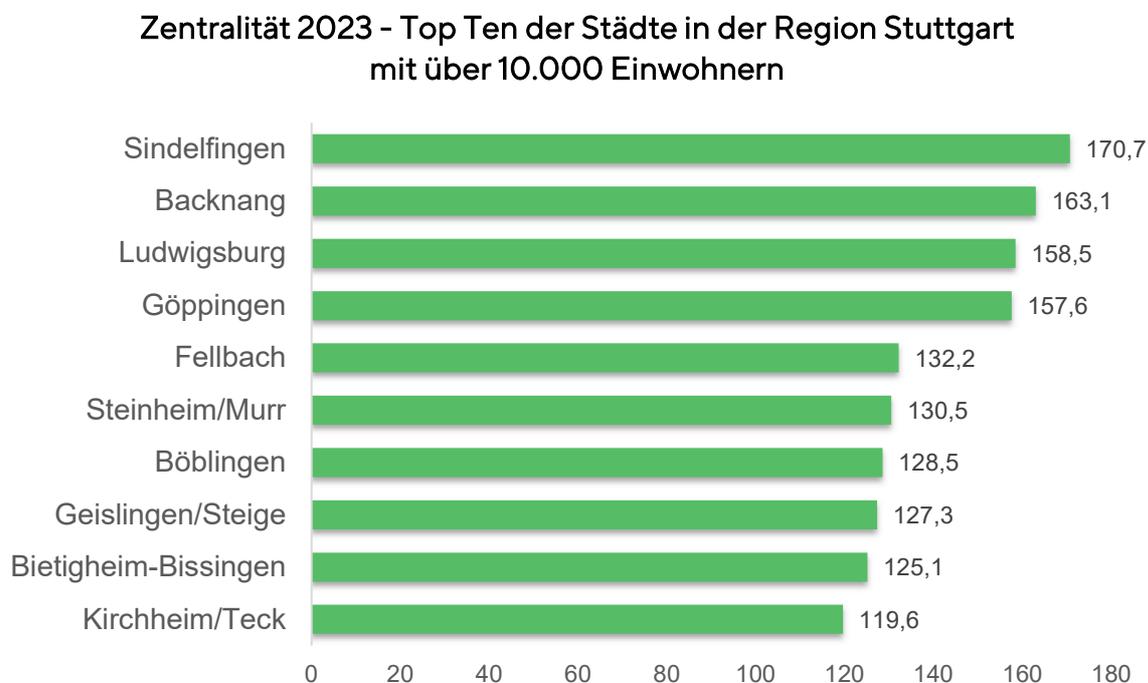


Abbildung 7: Zentralität 2023 - Top Ten der Städte in der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

**Sindelfingen** und **Ludwigsburg** haben die **höchste relative Kaufkraftbindung**, das heißt diese Mittelzentren sind am erfolgreichsten, was die Erwirtschaftung eines Netto-Kaufkraftzuflusses von außerhalb in die Gemeinden angeht. In Sindelfingen liegt der Umsatz des örtlichen Einzelhandels um mehr als 220 Millionen Euro höher als die am Ort ansässige Kaufkraft (inklusive Online-Handel!). In Ludwigsburg sind es sogar fast 250 Millionen Euro an zusätzlichem Umsatz, der im Einzelhandel der Barockstadt erwirtschaftet wird. Pro Einwohner fließen damit in Sindelfingen rechnerisch mehr als 3.400 Euro, in Backnang gut 2.850 Euro und in Ludwigsburg mehr als 2.600 Euro von außerhalb in die Kassen der örtlichen Einzelhandelsunternehmen.

Die Gründe dafür liegen zu einem guten Teil in den schon in Kapitel 3.2 erwähnten Flächen vor den Toren der Stadt, in einigen Fällen auch an einer nicht ausreichenden Versorgungslage im Umland.

Stuttgart findet sich mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 113 nicht mehr unter den zehn Städten und Gemeinden in der Region mit der höchsten Zentralität. Die Stadt Stuttgart hat zwar aufgrund ihrer Größe in absoluten Zahlen die größte einzelhandelsrelevante Kaufkraft und den größten Einzelhandelsumsatz der Region zu verzeichnen. Relativ gesehen schlagen sich aber einige Mittelstädte in der Region besser, wenn es darum geht, pro Einwohner zusätzliche Kaufkraft anzuziehen.

# 6. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

## 6.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich

In der Region spielt die Landeshauptstadt eine Sonderrolle, denn allein aufgrund der besonderen Größe ist Stuttgart nicht wirklich mit den anderen Standorten zu vergleichen. Um hier zu einer sinnvolleren Einschätzung zu kommen, hilft es, zum Vergleich andere deutsche Metropolen heranzuziehen.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** der Metropolen **in absoluten Größen** betreffend, liegt Berlin wegen seiner Einwohnerzahl natürlich vorne – mit etwa 27,3 Milliarden Euro (vgl. Abbildung 8). Auf den Plätzen zwei, drei und vier folgen Hamburg, München und Köln. Hinter Frankfurt am Main und Düsseldorf belegt Stuttgart Platz sieben.



Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2023 im überregionalen Vergleich

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Mit Blick auf die **pro Kopf Werte** ändert sich allerdings die Rangfolge (vgl. Tabelle 5): Hier liegt München mit 9.359 Euro deutlich vorne. Düsseldorf folgt mit etwas Abstand auf dem zweiten Platz. In einer Verfolgergruppe dicht beieinander liegen Stuttgart und Frankfurt am Main mit knapp 8.200 Euro pro Einwohner auf dem dritten und vierten Platz, vor Hamburg und Köln. Wie auch schon bei den regionalen Zahlen sind die heterogenen Werte auf die unterschiedlichen demographischen und sozialen Strukturen der Bevölkerung sowie die wirtschaftliche Lage zurückzuführen.

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2023 im überregionalen Vergleich**

Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraftkennziffer*
1	München	1.517.328	9.359	125,4
2	Düsseldorf	631.225	8.508	114,0
<b>3</b>	<b>Stuttgart</b>	<b>635.502</b>	<b>8.199</b>	<b>109,9</b>
4	Frankfurt am Main	781.284	8.163	109,4
5	Hamburg	1.899.462	8.014	107,4
6	Köln	1.090.548	7.854	105,2
7	Nürnberg	525.149	7.677	102,9
8	Hannover	546.655	7.492	100,4
9	Essen	586.221	7.324	98,1
10	Berlin	3.759.741	7.258	97,3
11	Bremen	568.901	7.165	96,0
12	Dresden	563.971	7.139	95,7
13	Dortmund	595.410	6.992	93,7
14	Leipzig	619.428	6.903	92,5
15	Duisburg	502.886	6.367	85,3

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (7.463 Euro = 100,0)

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

## 6.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich

Der Berliner Einzelhandel liegt wegen der dortigen Bevölkerungszahl analog zu den absoluten Kaufkraftzahlen auch beim **Umsatz** vorn: Beinahe 25 Milliarden Euro klingeln dort in den Kassen (vgl. Abbildung 9). Stuttgart besitzt zwar nur 16,9 Prozent der Einwohner Berlins, der Einzelhandel in Stuttgart erzielt aber immerhin etwa 20 Prozent des dortigen Umsatzes. Im Vergleich der Metropolen liegt die Baden-Württembergische Landeshauptstadt mit knapp 5 Milliarden Euro auf Platz sieben.

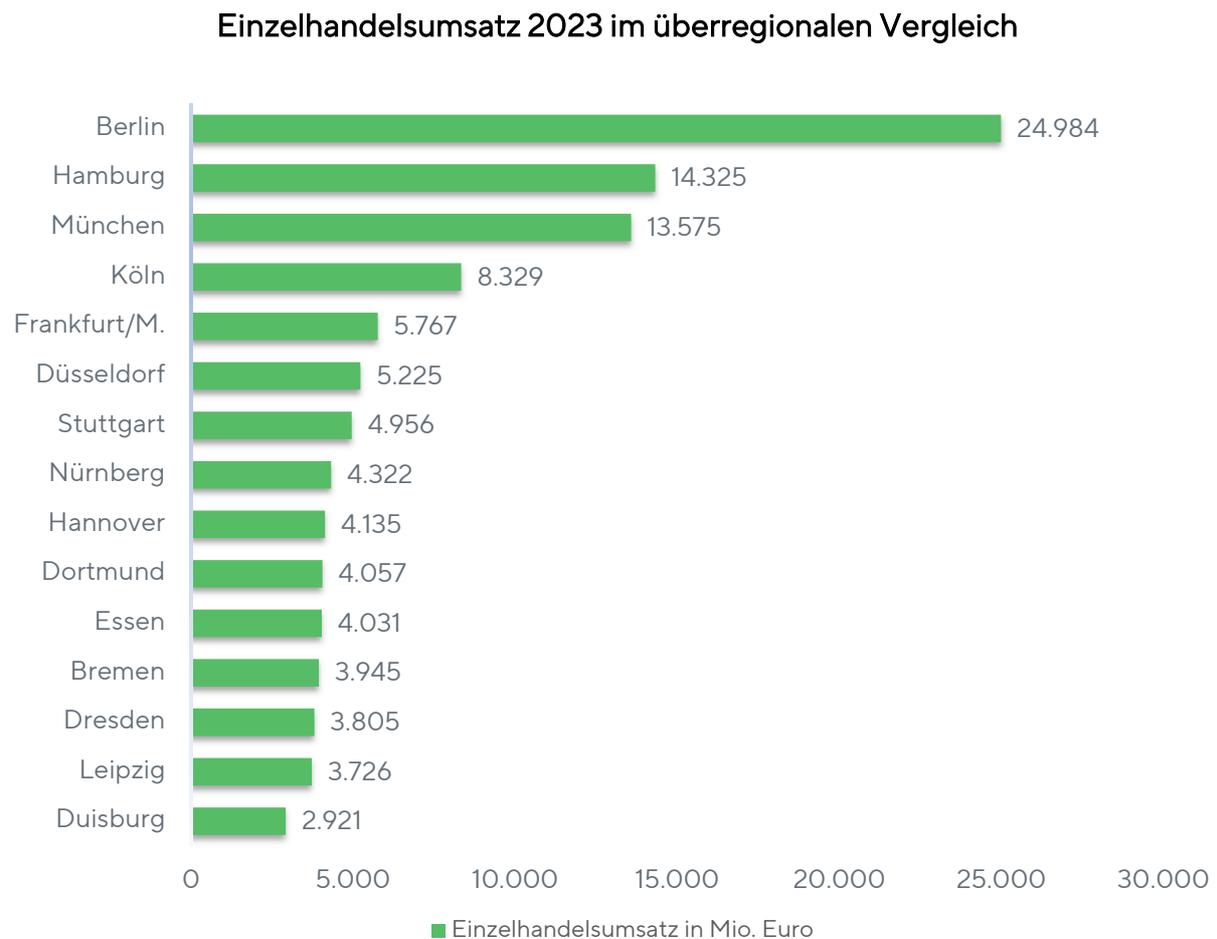


Abbildung 9: Einzelhandelsumsatz 2023 im überregionalen Vergleich

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Tabelle 6 zeigt auf, dass bei Betrachtung der **pro Kopf Werte des Einzelhandelsumsatzes** Standorte wie Hamburg und Berlin in der Rangfolge nur abgeschlagen landen. Stuttgart erreicht hinter München, Düsseldorf und Nürnberg den vierten Platz. Die Umsatzkennziffer zeigt an, dass die Einzelhändler hier pro Einwohner 24 Prozent mehr als im bundesweiten Durchschnittswert einnehmen.

### Tabelle 6: Einzelhandelsumsatz pro Kopf im überregionalen Vergleich 2023

Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2023	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer *
1	München	1.517.328	8.947	142,2
2	Düsseldorf	631.225	8.278	131,6
3	Nürnberg	525.149	8.231	130,8
<b>4</b>	<b>Stuttgart</b>	<b>635.502</b>	<b>7.798</b>	<b>124,0</b>
5	Köln	1.090.548	7.638	121,4
6	Hannover	546.655	7.564	120,2
7	Hamburg	1.899.462	7.541	119,9
8	Frankfurt/Main	781.284	7.381	117,3
9	Bremen	568.901	6.934	110,2
10	Essen	586.221	6.876	109,3
11	Dortmund	595.410	6.814	108,3
12	Dresden	563.971	6.746	107,2
13	Berlin	3.759.741	6.645	105,6
14	Leipzig	619.428	6.016	95,6
15	Duisburg	502.886	5.808	92,3

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (6.291 Euro = 100,0)

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

### 6.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich

Die Zentralitätskennziffer beschreibt auch hier das Ausmaß eines Netto-Kaufkraftzuflusses bzw. -abflusses der betreffenden Stadt oder Gemeinde (vgl. Kapitel 4). **Stuttgart** belegt mit einer Zentralitätskennziffer von 112,8 den achten Rang hinter Nürnberg und Hannover. In Worte übersetzt bedeutet die Kennziffer, dass in Stuttgart in den Kassen der Einzelhändler per Saldo rund 13 Prozent mehr an Umsatz landet, als dies aufgrund der Einkommensverhältnisse der Stuttgarter zu erwarten wäre. Schlusslicht der Vergleichsgruppe mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 103 ist Duisburg.

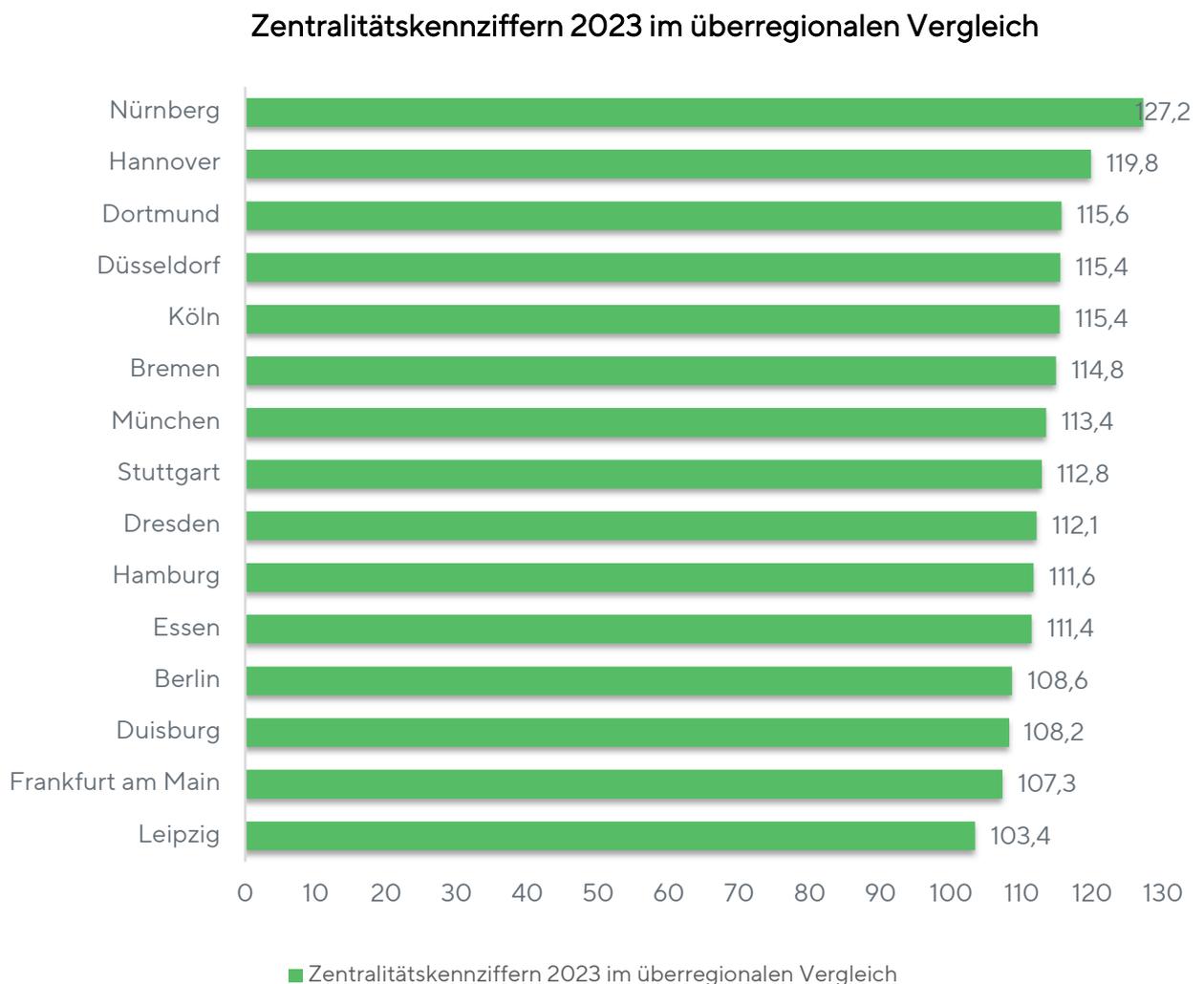


Abbildung 10: Zentralitätskennziffern 2023 im überregionalen Vergleich

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA/BBE Handelsberatung, München, 2023.

Nürnberg ist der Dreh- und Angelpunkt der eigenen Region, die deutlich stärker als der Stuttgarter Ballungsraum auf ihr Zentrum hin ausgerichtet ist. Ähnlich liegt der Fall bei Hannover – und eigentlich auch für Bremen und München, die über ihre Verdichtungsräume hinaus für Teile Niedersachsens beziehungsweise ganz Oberbayern das Gravitationszentrum für den Einzelhandel darstellen. Stuttgart gelingt es zwar, relativ betrachtet, besser abzuschneiden, was die Kaufkraftbindung angeht – vor allem vor dem Hintergrund, dass die Region die erwähnte polyzentrische Struktur mit vielen Mittelzentren besitzt. Aber andere Standorte haben gleichgezogen oder sind sogar vor die Landeshauptstadt gerückt. Der Einzelhandel der Landeshauptstadt hat relativ zu demjenigen in anderen Metropolen in den letzten Jahren deutlich verloren.

## 7. Schlussfolgerungen

Die Region Stuttgart ist für Handelsunternehmen nach wie vor einer der kaufkraftstärksten Standorte in ganz Deutschland. Trotz dieser positiven Ausgangslage besitzen aber nur 13 der untersuchten 62 Städte in der Region mit mehr als 10.000 Einwohnern eine Zentralitätskennziffer von 100 oder höher. Somit fließt bei der großen Mehrheit per Saldo Kaufkraft in andere Gemeinden und in den Versand- und Online-Handel ab.

Teilweise erreicht der Abfluss von Nachfragepotenzial dramatische Ausmaße. Wenn immer weniger am Ort ausgegeben wird, nimmt die Qualität des Einzelhandelsbesatzes ab, was in einem Teufelskreis enden kann: Je weniger Bedürfnisse der Branchenmix abdeckt, desto geringer ist wiederum die Attraktivität für Kunden. Wenn aber die Funktion der Grundversorgung mit Waren immer schlechter vor Ort übernommen wird, treten nach und nach auch bei anderen Funktionen Defizite auf, wie etwa beim gastronomischen Angebot oder bei Dienstleistern wie Post oder Ärzten. Irgendwann lohnt sich auch die Aufrechterhaltung kommunaler Infrastruktur immer weniger. Hier besteht dringender Handlungsbedarf.

An den hier vorgelegten Zahlen zeigt sich nur die sichtbare Oberfläche von Prozessen, die ein immenses Beharrungsvermögen aufweisen. Wenn die Erosion der Nahversorgung bereits an Kennziffern erkennbar ist, bedarf es schon enormer Anstrengungen, um den Prozess zum Stillstand zu bringen – und sogar noch größerer, um ihn wieder umzukehren. Umso wichtiger ist es zu handeln, bevor der Schaden einen größeren Umfang annimmt. Die IHK-Innenstadtberater (s. Kap. 2.3) können hier unterstützen.

Die Kommunen haben in diesem Zusammenhang die Pflicht, die Bedingungen im Auge zu behalten, unter denen Einzelhändler agieren müssen. Die Anliegen des Handels müssen von ihnen genauso berücksichtigt werden wie die der anderen gesellschaftlichen Gruppen. Fahrverbote und andere Beschränkungen des Kunden- und Lieferverkehrs sind dabei nicht hilfreich, ebenso wie Einschränkungen für das Parken. Und eine ungeordnete Ansiedlung vor allem großflächiger Einzelhandelsbetriebe schadet langfristig dem gesamten Stadtgefüge – auch der Nachbarkommunen. Kommunen müssen also Einzelhandelskonzepte erstellen, um Ansiedlungsvorhaben optimal in die funktionale Stadtstruktur einzuordnen. Und an manchen Standorten bietet eventuell das in Baden-Württemberg noch ungenutzte Instrument der Business Improvement Districts (BIDs) einen sinnvollen Ansatz zur Attraktivitätssteigerung von Kernlagen. Dazu ist ein konstruktiver Dialog mit dem Handel unabdingbar.

Handelsbetriebe wie auch Standorte benötigen Planungssicherheit und ein positives Umfeld, in dem sie agieren können. Die IHK Region Stuttgart unterstützt Städte und Gemeinden dabei gern begleitend und beratend – wie natürlich auch und vor allem ihre Mitgliedsunternehmen.

# Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen

Für den allgemeinen Überblick Deutschlands wurde auf Datenmaterial des Statistischen Bundesamtes sowie auf Prognosen des Handelsverbandes HDE zurückgegriffen. Die für die Region Stuttgart ausgewiesenen Daten beruhen auf Prognosen der Michael Bauer Research GmbH, der CIMA Beratung + Management GmbH und der BBE Handelsberatung GmbH für das Jahr 2023.

Die Daten der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, liegen in hoher Datentransparenz vor. Dennoch unterliegen die Zahlen naturgemäß den Unsicherheiten, denen Prognosen immer unterworfen sind. Hinzu kommt die Unschärfe, die dadurch entsteht, dass die Datenbasis der amtlichen Statistik mit Annahmen aufgearbeitet werden muss.

## Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der tatsächlich im Einzelhandel (einschließlich Online- und Versandhandel) ausgegeben wird. Grundlage für die Berechnung ist die Summe aller abhängig und selbständig erzielten Nettoeinkünfte einer Region, ermittelt aus der amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. Hinzugerechnet werden sonstige Erwerbseinkommen und Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Kinder- und Wohngeld, Renten sowie BAföG. Der Anteil des Einkommens, der im Einzelhandel ausgegeben wird, kann den amtlichen Einkommens- und Verbrauchsstichproben entnommen und mit Hilfe von Regionaldaten zu Einkommensklassen und soziodemografischen Kategorien ermittelt werden. Basierend auf den Fortschreibungen dieser Daten werden die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie die Kaufkraftkennziffern für das aktuelle Jahr prognostiziert.

## Einzelhandelsumsatz

Im Gegensatz zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind im Einzelhandelsumsatz nur die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze zu Endverbraucherpreisen, inklusive Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien sowie Factory Outlet Centern enthalten. Weder der Internet- und Onlinehandel, noch der Einzelhandel mit Kfz, Krafträdern oder Tankstellen sind Bestandteil der Berechnung. Ermittelt werden der Einzelhandelsumsatz sowie die Umsatzkennziffern auf Basis von Auswertungen der Einzelhandels-Gutachten der BBE/CIMA Gruppe und zahlreichen einschlägigen aktuellen amtlichen Statistiken, Desk Research Recherchen und Handelsdatenbanken.

## Zentralitätskennziffer

Die Zentralitätskennziffer zeigt die Kaufkraftbindung einer Stadt oder Gemeinde an und gibt den Netto-Kaufkraftzufluss von oder -abfluss nach außen an. Die Zentralitätswerte stellen also jeweils Saldoangaben dar, die sich aus der Verrechnung von Zu- und Abflüssen eines Einkaufstandortes ergeben. Bei einem Wert über 100 gilt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet übersteigen. Bei einem Wert unter 100 überwiegen die Abflüsse an das Umland die Zuflüsse von dort.

Berechnung: 
$$\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzkennziffer}}{\text{einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer}} \times 100$$

# Anhang 2: Kennzahlen 2023 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern

Stadt-/Landkreis	Standort	Bevölkerung Prognose 2023 Jahresdurchschnitt	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2023			stationärer Einzelhandelsumsatz 2023			Zentralitäts- kennziffer 2023 D = 100
			in Mio. Euro	Euro pro Kopf	EH-Kaufkraft- index D = 100	in Mio. Euro	Euro pro Kopf	Umsatz- kennziffer D = 100	
<b>Stuttgart</b>	<b>Stuttgart</b>	635.502	5.210,76	8.199	109,9	4.955,84	7.798	124,0	112,8
LKr. Böblingen	Sindelfingen	65.447	508,22	7.765	104,1	731,41	11.176	177,7	170,7
	Böblingen	51.609	429,08	8.314	111,4	464,94	9.009	143,2	128,5
	Leonberg	49.780	433,78	8.714	116,8	316,62	6.360	101,1	86,6
	Herrenberg	32.662	273,36	8.369	112,1	205,19	6.282	99,9	89,0
	Weil der Stadt	19.514	161,09	8.255	110,6	116,73	5.982	95,1	86,0
	Renningen	18.822	155,25	8.248	110,5	89,47	4.753	75,6	68,4
	Holzgerlingen	13.809	117,76	8.528	114,3	68,26	4.943	78,6	68,8
	Gärtringen	12.869	106,82	8.301	111,2	53,54	4.160	66,1	59,5
	Schönaich	10.989	91,09	8.289	111,1	41,98	3.820	60,7	54,7
	Rutesheim	10.926	91,23	8.350	111,9	74,86	6.851	108,9	97,3
	Weil im Schönbuch	10.075	81,71	8.110	108,7	43,95	4.363	69,4	63,8
LKr. Esslingen	Esslingen am Neckar	95.053	771,21	8.114	108,7	610,26	6.420	102,1	93,9
	Filderstadt	46.422	373,82	8.053	107,9	288,70	6.219	98,9	91,6
	Kirchheim unter Teck	42.068	342,45	8.140	109,1	345,37	8.210	130,5	119,6
	Nürtingen	41.501	324,03	7.808	104,6	239,48	5.770	91,7	87,7
	Leinfelden-Echterdingen	40.596	347,15	8.551	114,6	284,96	7.019	111,6	97,4
	Ostfildern	40.030	337,59	8.433	113,0	174,12	4.350	69,1	61,2
	Wendlingen am Neckar	16.250	124,52	7.663	102,7	92,92	5.718	90,9	88,5
	Plochingen	14.704	113,44	7.715	103,4	81,10	5.515	87,7	84,8
	Wernau (Neckar)	12.334	97,80	7.929	106,3	55,94	4.536	72,1	67,9
	Neuhausen auf den Fildern	12.269	103,71	8.453	113,3	39,35	3.208	51,0	45,0
	Denkendorf	11.423	90,08	7.886	105,7	43,53	3.811	60,6	57,3
Weilheim an der Teck	10.388	82,51	7.943	106,4	63,07	6.071	96,5	90,7	
LKr. Göppingen	Göppingen	59.072	440,51	7.457	99,9	585,31	9.908	157,5	157,6
	Geislingen an der Steige	28.835	192,18	6.665	89,3	206,23	7.152	113,7	127,3
	Eislingen/Fils	21.852	155,70	7.125	95,5	133,59	6.113	97,2	101,8
	Ebersbach an der Fils	15.734	122,39	7.779	104,2	62,87	3.996	63,5	60,9
	Utingen	14.534	108,90	7.493	100,4	79,38	5.462	86,8	86,5
	Donzdorf	10.867	86,85	7.993	107,1	52,71	4.850	77,1	72,0
	Süßen	10.284	77,23	7.510	100,6	56,45	5.489	87,3	86,7
LKr. Ludwigsburg	Ludwigsburg	94.465	740,12	7.835	105,0	988,59	10.465	166,4	158,5
	Bietigheim-Bissingen	43.830	366,58	8.364	112,1	386,69	8.823	140,2	125,1
	Kornwestheim	34.265	266,10	7.766	104,1	218,19	6.368	101,2	97,3
	Vaihingen an der Enz	29.395	236,53	8.047	107,8	140,82	4.791	76,2	70,6
	Remseck am Neckar	26.724	222,92	8.341	111,8	121,11	4.532	72,0	64,5
	Ditzingen	25.221	207,94	8.245	110,5	121,30	4.809	76,5	69,2
	Gerlingen	19.999	198,26	9.914	132,8	126,64	6.332	100,7	75,8
	Komtal-Münchingen	19.960	170,01	8.518	114,1	88,77	4.447	70,7	61,9
	Sachsenheim	19.567	152,42	7.790	104,4	85,55	4.372	69,5	66,6
	Freiberg am Neckar	16.136	134,17	8.315	111,4	47,56	2.947	46,9	42,0
	Marbach am Neckar	16.037	127,97	7.980	106,9	70,08	4.370	69,5	65,0
	Markgröningen	15.064	117,20	7.780	104,3	51,16	3.396	54,0	51,8
	Asperg	13.623	112,36	8.248	110,5	66,61	4.890	77,7	70,3
	Besigheim	12.984	109,78	8.455	113,3	76,67	5.905	93,9	82,8
	Tamm	12.673	108,93	8.595	115,2	40,22	3.173	50,4	43,8
Steinheim an der Murr	12.207	100,93	8.268	110,8	111,06	9.098	144,6	130,5	
Schwieberdingen	11.601	108,85	9.383	125,7	43,34	3.736	59,4	47,2	
Mögglingen	11.273	87,65	7.776	104,2	53,30	4.728	75,2	72,1	
Rems-Murr-Kreis	Waiblingen	56.427	473,84	8.397	112,5	339,25	6.012	95,6	84,9
	Fellbach	45.835	366,28	7.991	107,1	408,22	8.906	141,6	132,2
	Schorndorf	40.256	316,34	7.858	105,3	314,36	7.809	124,1	117,9
	Backnang	38.116	290,41	7.619	102,1	399,22	10.474	166,5	163,1
	Winnenden	29.172	232,84	7.982	107,0	168,44	5.774	91,8	85,8
	Weinstadt	27.200	228,17	8.389	112,4	179,26	6.590	104,8	93,2
	Kernen im Remstal	15.555	127,42	8.192	109,8	47,76	3.070	48,8	44,5
	Murrhardt	14.210	101,34	7.132	95,6	75,23	5.294	84,2	88,1
	Remshalden	14.194	119,10	8.391	112,4	44,89	3.163	50,3	44,7
	Leutenbach	11.850	95,12	8.027	107,6	38,63	3.260	51,8	48,2
	Welzheim	11.379	82,37	7.239	97,0	47,25	4.152	66,0	68,0
	Rudersberg	11.375	87,22	7.667	102,7	42,25	3.714	59,0	57,5
	Korb	11.098	95,47	8.602	115,3	31,09	2.801	44,5	38,6

Quellen:

Bevölkerung und Haushalte: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2023; Basis © Statistisches Bundesamt

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2023

Einzelhandelsumsatz: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/ BBE Handelsberatung GmbH, München 2023

Für Sie vor Ort

## Das Handelsteam der IHK Region Stuttgart

### Leitende Geschäftsführerin Bezirkskammer Böblingen

Marion Oker  
Telefon 07031 6201-0  
marion.oker@stuttgart.ihk.de

### Referatsleitung

Martin Eisenmann  
Telefon 07031 6201-8249  
martin.eisenmann@stuttgart.ihk.de

### Leitungsreferentin

Konstanze Lochner  
Telefon 07031 6201-8239  
konstanze.lochner@stuttgart.ihk.de

### Teamassistenz

Anke Weber-Tancredi  
Telefon 07031 6201-8219  
anke.weber-tancredi@stuttgart.ihk.de

## Projekt Innenstadtberatung

### Innenstadtberatung

Mehmet Birinci  
Telefon 07031 6201-8229  
mehmet.birinci@stuttgart.ihk.de

Katharina Wagner  
Telefon 07031 6201-8225  
katharina.wagner@stuttgart.ihk.de

### Assistenz

Monika Raguz  
Telefon 07031 6201-8254  
monika.raguz@stuttgart.ihk.de

# Anschriften

## **IHK Region Stuttgart**

Jägerstraße 30  
70174 Stuttgart  
Telefon 0711 2005-0  
info@stuttgart.ihk.de

## **IHK-Bezirkskammer Böblingen**

Steinbeisstraße 11  
71034 Böblingen  
Telefon 07031 6201-0  
info.bb@stuttgart.ihk.de

## **IHK-Bezirkskammer Esslingen-Nürtingen**

Fabrikstraße 1  
73728 Esslingen  
Telefon 0711 39007-0  
info.esnt@stuttgart.ihk.de

## **Geschäftsstelle Nürtingen**

Mühlstraße 4  
72622 Nürtingen  
Telefon 07022 3008-0

## **IHK-Bezirkskammer Göppingen**

Jahnstraße 36  
73037 Göppingen  
Telefon 07161 6715-0  
info.gp@stuttgart.ihk.de

## **IHK-Bezirkskammer Ludwigsburg**

Kurfürstenstraße 4  
71636 Ludwigsburg  
Telefon 07141 122-0  
info.lb@stuttgart.ihk.de

## **IHK-Bezirkskammer Rems-Murr**

Kappelbergstraße 1  
71332 Waiblingen  
Telefon 07151 95969-0  
info.wn@stuttgart.ihk.de

[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)

