



© oneinchpunch | Adobe Stock

# Branchenbild Kompakt

## Handel

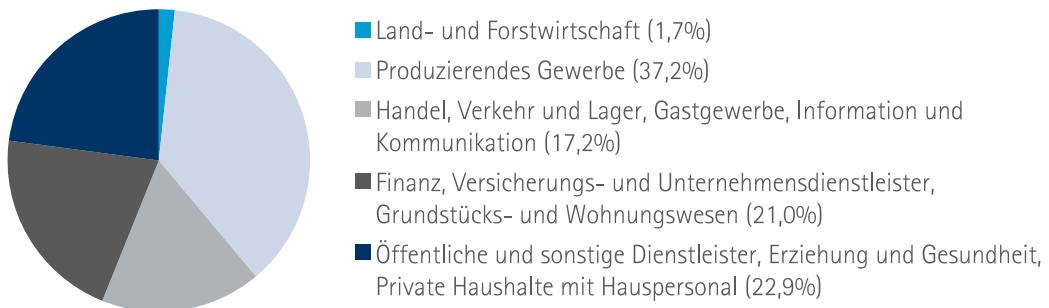
### Pfalz im Aufbruch: Der Handel zwischen gestern und morgen

#### Städtevielfalt mit Herausforderungen

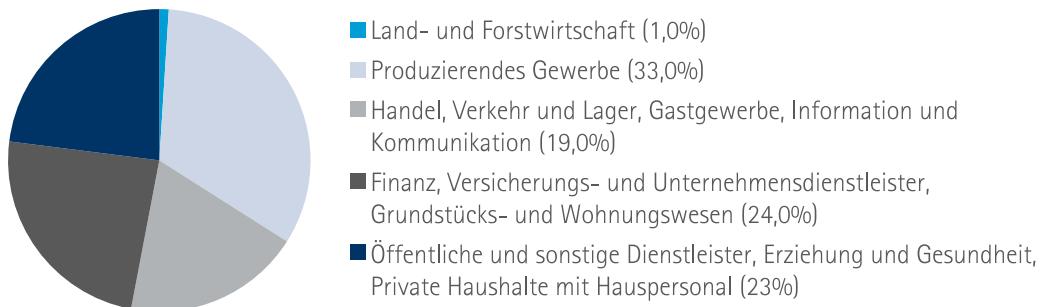
Die Pfalz verfügt über die höchste Anzahl kreisfreier Städte in Rheinland-Pfalz: Dies sind neben den beiden Oberzentren Ludwigshafen und Kaiserslautern die Mittelzentren Frankenthal, Speyer, Neustadt, Landau, Pirmasens und Zweibrücken. All diese Städte übernehmen eine zentrale Versorgungsrolle für die lokale Bevölkerung und das Umland, was sich in einem breit gefächerten Angebot an Einzelhandelsgeschäften in den Innenstädten sowie Fach- und Verbrauchermärkten in den Randbereichen zeigt. Insgesamt sind in der Pfalz etwa 73.000 Menschen im Groß- und Einzelhandel, inklusive Online-Handel, beschäftigt<sup>2)</sup>.

Dabei hat der Dienstleistungssektor – zu dem auch der Handel zählt – in den letzten Jahrzehnten in der Pfalz kontinuierlich an Bedeutung gewonnen. Lag sein Anteil an der Bruttowertschöpfung – einschließlich der Bereiche Handel, Verkehr, Gastgewerbe sowie Information und Kommunikation – zu Beginn der 1990er-Jahre noch bei rund 50 Prozent, so stieg er bis 2022 auf 61 Prozent an. Im Gegenzug verzeichnete die Industrie einen kontinuierlichen Rückgang ihres Anteils an der regionalen Wertschöpfung.

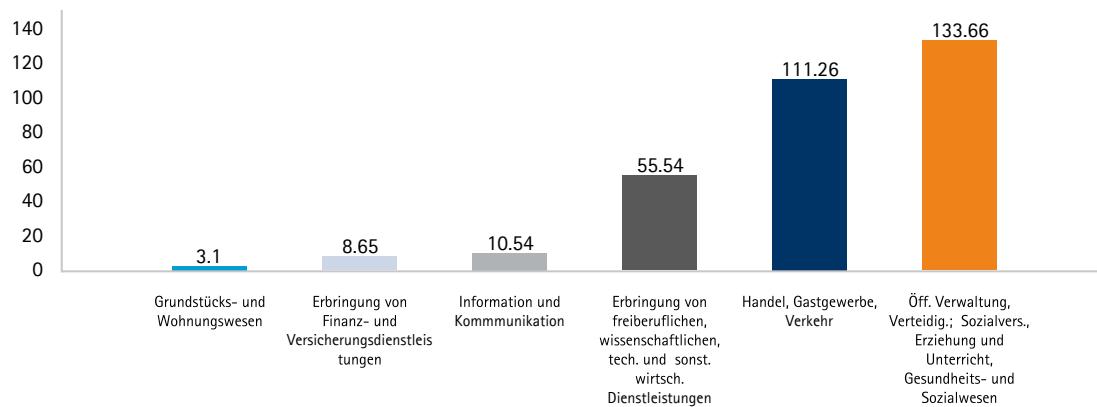
Bruttowertschöpfung in der Pfalz nach Wirtschaftszweigen in % (2022: insgs. 48.804 Mio.)<sup>1)</sup>



Bruttowertschöpfung in Rheinland-Pfalz nach Wirtschaftszweigen in % (2022: insg. 155.548 Mio.)<sup>1)</sup>



### Sozialversichungspflichtig Beschäftigte nach ausgewählten Wirtschaftsabschnitten (Stand 30.06.2024 in 1.000)<sup>2)</sup>



### Einzelhandel und Konsumverhalten in der Pfalz: Zahlen und Fakten

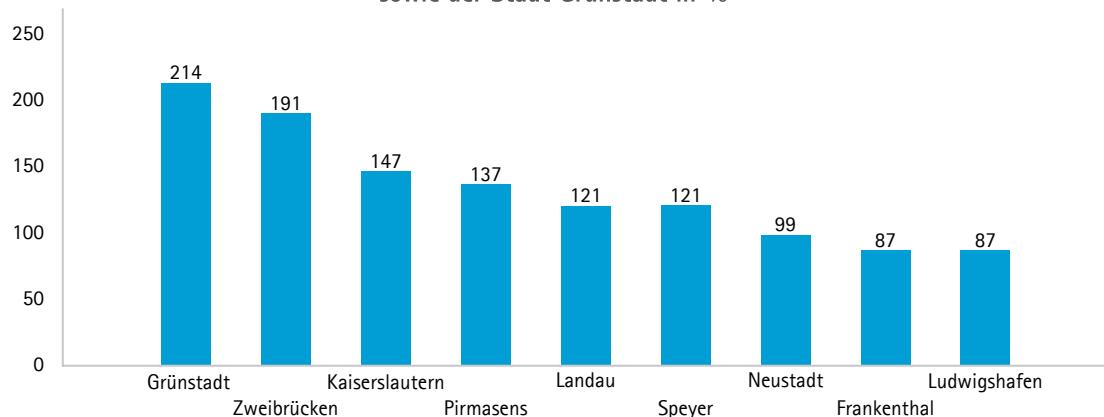
Die wirtschaftliche Bedeutung des Einzelhandels in der Pfalz wird auch durch konkrete Kennzahlen zur Kaufkraft und zum Einkaufsverhalten der Verbraucher deutlich. So beträgt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft – also der Teil des verfügbaren Einkommens der Verbraucher, der für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht – in der gesamten Pfalz rund 11,1 Milliarden Euro bzw. etwa 7.800 Euro pro Einwohner. Der Anteil der Online-Kaufkraft, also jener Teil der Einzelhandelsausgaben, der im Internet getätigkt wird, liegt bei 12 Prozent bzw. rund 933 Euro pro Kopf<sup>3)</sup>.

Wie stark die Kaufkraft pro Einwohner über oder unter dem Bundesdurchschnitt liegt (Index = 100), zeigt der Einzelhandels-Kaufkraftindex an. Mit einem Wert von 98,7 liegt er in der Pfalz insgesamt knapp unter dem Bundesschnitt. Lediglich Neustadt, Speyer sowie die Landkreise Bad Dürkheim, Rhein-Pfalz-Kreis und Südliche Weinstraße erreichen Werte zwischen 101 und 108 und liegen damit ein bis acht Prozent über dem bundesweiten Durchschnitt. Vergleichsweise schwach fällt hingegen der Online-Kaufkraftindex für die Pfalz aus: Mit 95,6 liegt er nennenswert unter dem bundesweiten Wert<sup>3)</sup>.

### Die Kaufkraftbindung in der Pfalz: Wo bleibt das Geld?

Die Kaufkraftbindungsquote gibt Aufschluss darüber, wie viel der verfügbaren Kaufkraft innerhalb einer Region tatsächlich vor Ort ausgegeben wird. Sie basiert auf absoluten Euro-Beträgen und wird prozentual ausgewiesen. In der Pfalz liegt diese Quote bei 83 Prozent, was darauf hinweist, dass ein erheblicher Teil der Kaufkraft in andere Regionen abwandert. Angesichts der Nähe zu zahlreichen Großstädten in der Rheinebene – neben Ludwigshafen, Mannheim, Heidelberg, Karlsruhe, Mainz, Wiesbaden und Frankfurt – ist dieses Ergebnis wenig überraschend. Deutlich höhere Quoten von über 100 Prozent finden sich dagegen – wie zu erwarten – in den weniger dicht besiedelten Gebieten der Westpfalz, beispielsweise in Kaiserslautern mit 147 Prozent, in Zweibrücken mit 191 Prozent und in Pirmasens mit 137 Prozent<sup>3)</sup>.

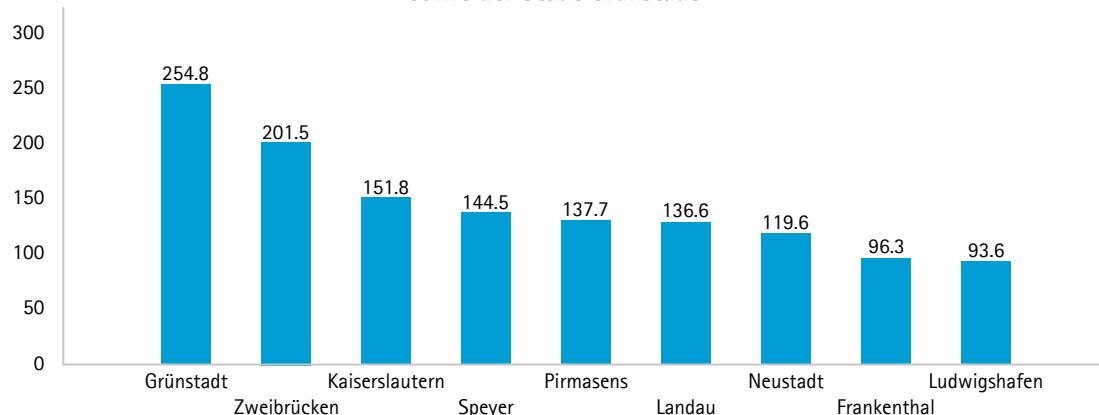
### Kaufkraftbindungsquote in den kreisfreien Städten der Pfalz sowie der Stadt Grünstadt in %<sup>3)</sup>



## Zweibrücken und Grünstadt: Einzelhandel als Magnet für Käufer aus der Umgebung

Der Einzelhandelsumsatz bildet die Ausgaben der Konsumenten am jeweiligen Einkaufsort ab, also im stationären Einzelhandel vor Ort. In der Pfalz beläuft sich dieser Umsatz auf rund 9,2 Milliarden Euro bzw. etwa 6.470 Euro pro Kopf. Der Umsatzindex stellt diesen Wert pro Einwohner in Relation zum Bundesdurchschnitt und liegt für die Pfalz insgesamt bei lediglich 94,3. Das bedeutet, dass die Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt niedrigere Einzelhandelsumsätze erzielt. Wie zu erwarten, verzeichnen – mit Ausnahme von Frankenthal und Ludwigshafen – die kreisfreien Städte der Pfalz deutlich überdurchschnittliche Werte, während die Landkreise durchweg unter dem Indexwert von 100 bleiben. Besonders auffällig ist Zweibrücken mit einem außergewöhnlich hohen Indexwert von 201,5. Dies ist zurückzuführen auf das nahegelegene Outlet Center, das zahlreiche Kunden aus der Region, aus anderen Teilen Deutschlands sowie regelmäßig auch aus Frankreich, Luxemburg und Belgien anzieht. Den höchsten Umsatzindex in der gesamten Pfalz weist jedoch die Stadt Grünstadt auf – mit einem Wert von 254,8. Ein bedeutender Grund hierfür ist das DeBeukelaer Factory Outlet, das seit 2018 Markenprodukte wie Kekse, Gebäck und Snacks zu reduzierten Preisen anbietet – oft als sogenannte „zweite Wahl“. Dieses Angebot zieht viele Käufer an und trägt damit maßgeblich zum hohen Umsatz in der Stadt bei<sup>3)</sup>.

**Umsatzkennziffer (D = 100) in den kreisfreien Städten der Pfalz sowie der Stadt Grünstadt<sup>3)</sup>**



Entsprechend fallen auch die Werte der Einzelhandelszentralität in Grünstadt und Zweibrücken mit 245,4 bzw. 218,1 deutlich überdurchschnittlich aus. Diese Kennziffer gibt an, wie attraktiv eine Kommune als Einzelhandelsstandort ist. Ein Wert über 100 deutet darauf hin, dass mehr Umsatz im Einzelhandel erwirtschaftet wird, als der örtlichen Bevölkerung rechnerisch an Kaufkraft zur Verfügung steht – es fließt also Kaufkraft von außerhalb zu. Liegt der Wert hingegen unter 100, fließt Kaufkraft ab. Dies ist in allen acht Landkreisen der Pfalz sowie in den Städten Ludwigshafen, Frankenthal und – mit einem Wert von 99 Prozent nur knapp – auch in Neustadt der Fall<sup>3)</sup>.

## Wandel im Einzelhandel: Neue Chancen und Herausforderungen für die Region

Ein wesentlicher Faktor, der die Kaufkraftbindung in den einzelnen Regionen beeinflusst, ist der Strukturwandel im Einzelhandel – insbesondere der stationäre Handel in den Oberzentren steht dabei seit Jahren unter starkem Druck. Demografischer Wandel, verändertes Konsumverhalten und prosperierender Onlinehandel setzen besonders den innerstädtischen Geschäften zu und führen zu immer mehr Leerständen und einem Verlust an Vielfalt. Großflächige Einkaufszentren und Fachmärkte an peripheren Standorten, oft als „Grüne Wiese“ bezeichnet, ziehen zusätzlich Kaufkraft und Kundenfrequenz aus den Innenstädten ab. Um auch in Zukunft attraktiv und lebenswert zu bleiben, müssen sich die Innenstädte an diese Entwicklungen anpassen. Entscheidend ist dabei die Aufenthaltsqualität, die durch eine ausgewogene Mischung aus Handel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kulturangeboten, Freizeiteinrichtungen und Wohnraum verbessert werden kann. Breit abgestimmte, verbindliche Einzelhandels- und Innenstadtkonzepte, die Bürger und Wirtschaft einbeziehen, sind hierfür unerlässlich.

## Neue Lösungen für den Handel: Öffnungszeiten und mehr

Um den Herausforderungen des modernen Einzelhandels zu begegnen und den stationären Handel zukunftsfähig zu gestalten, sind innovative Lösungen gefragt, die den Bedürfnissen der Konsumenten gerecht werden und gleichzeitig das urbane Lebensumfeld stärken. In diesem Kontext spielt die Anpassung der Öffnungszeiten eine zentrale Rolle. Eine geplante Änderung des Ladenöffnungsgesetzes trägt zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung der Menschen mit Waren des täglichen Bedarfs bei: Sie ermöglicht künftig den Menschen in Rheinland-Pfalz, Lebensmittel auch sonntags und an Feiertagen in bestimmten kleinen Läden einkaufen zu können. Für hybride Verkaufsstellen – die außerhalb der regulären Öffnungszeiten vollautomatisiert betrieben werden – sowie für vollautomatisierte Verkaufsstellen ohne Personal mit maximal 150 Quadratmetern Verkaufsfläche gilt dann eine Ausweitung der Ladenöffnungszeiten auf montags bis sonntags auf höchstens zwölf Stunden, zwischen 6 und 22 Uhr.

Eine solche Anpassung der Öffnungszeiten ist jedoch nur eine von möglichen Maßnahmen, die zur Belebung des stationären Handels beitragen können. Parallel dazu gewinnt auch die Förderung der lokalen Geschäftskultur zunehmend an Bedeutung. Ein Beispiel hierfür ist die Initiative „Heimat shoppen“, die seit 2014 lokale Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister unterstützt und in der Pfalz seit 2018 erfolgreich umgesetzt wird.



## Baumärkte, Möbelhäuser und Co.: Was die Region am Laufen hält

Neben solchen breit angelegten Initiativen sind es vor allem engagierte Einzelhändler und etablierte Unternehmen, die durch ihre Präsenz und ihr Angebot zur Attraktivität der Innenstädte beitragen. Erfolgreiche Beispiele für Einzelhandelsstandorte in den Innenstädten ist u. a. die Jakob Jost GmbH als Modehaus mit Hauptsitz in Grünstadt und weiteren Standorten in der Region sowie das Kaufhaus Birkenmeier in Frankenthal. Auch das Bettenfachgeschäft Betten...Ziegler GmbH hat seinen Standort in der Innenstadt von Kaiserslautern. Wichtige Akteure sind zudem die Rhein-Galerie (ECE Marketplaces GmbH & Co. KG) in Ludwigshafen, das einzige innenstadtnah gelegene Einkaufszentrum, sowie die GALERIA (Kaufhof) S.à.r.l. & Co. KG in Speyer, das letzte verbliebene „klassische“ Kaufhaus in der Pfalz. Die Bödeker GmbH fährt zweigleisig und bietet Schuhe und Fashion sowohl in den Innenstädten der Region als auch an peripheren Standorten an.

Neben dem stationären Einzelhandel in den Innenstädten tragen auch regionale Unternehmen aus anderen Bereichen wie bspw. Bau- und Möbelmärkte wesentlich zur wirtschaftlichen Struktur und Versorgung in der Region bei. Dazu zählt u. a. die HORN-BACH Holding AG & Co. KGaA und HORN-BACH Baumarkt AG, die mit rund 25.000 Mitarbeitern auch in europäischen Nachbarländern aktiv ist. Auch die Gillet Baumarkt GmbH (Obi) in Landau sowie beispielsweise die GLOBUS-Baumärkte (GLOBUS hitseller GmbH) und die Märkte der toom Baumarkt GmbH sind in dieser Branche tätig. Neben den Baumarktketten gibt es diverse Möbelhäuser, darunter die Ehrmann Wohnen- und Einrichtungs GmbH mit mehreren Niederlassungen in Frankenthal, Heidelberg, Herxheim und Landau. Zu den größeren Möbelhäusern in der Pfalz zählen außerdem die Möbel Schad GmbH in Landau, die Möbel Weber GmbH & Co. KG in Herxheim sowie die Möbel Casa Massiva GmbH in Kirchheimbolanden. Weitere namhafte Möbelhäuser sind die IKEA Deutschland GmbH & Co. KG Niederlassung in Kaiserslautern sowie MÖBEL MARTIN B.V. & Co. KG in Kaiserslautern und Zweibrücken.

## Landwirtschaft in der Pfalz: Vom Gemüseanbau bis zum Lebensmittelhandel

Auch Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion prägen die regionale Wirtschaft maßgeblich. In der Rheinebene schafft das milde Klima optimale Bedingungen für den Obst- und Gemüseanbau, was der Region den Spitznamen „Gemüsegarten von Rheinland-Pfalz“ eingebracht hat. Agrarprodukte werden unter anderem von der Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG in Mutterstadt, einem Zusammenschluss von Erzeugern, sowie von der Adam Theis GmbH in Hochstadt vermarktet. Gleichzeitig gibt es in der Pfalz zahlreiche Lebensmittelhandelsbetriebe, wie die Kissel GmbH aus Landau (Lebensmittel-Groß- und Einzelhandel mit eigener Bäckerei und Metzgerei) sowie die WASGAU Produktions- und Handels AG in Pirmasens. Auch mehrere Globus Markthallen und Fachmärkte (GLOBUS Markthallen Holding GmbH & Co. KG, Globus Fachmärkte GmbH & Co. KG) sind hier vertreten.

## Outlet-Center und Innenstädte: Wie viel Konkurrenz ist gesund?

Darüber hinaus gibt es seit Jahrzehnten intensive Bemühungen, ehemalige Militärstandorte der US-amerikanischen und französischen Truppen in Form von Konversionsprojekten einer neuen Nutzung zuzuführen. Entlang des Rheins sind so beispielsweise in

Speyer und Landau neue Gewerbe- und Mischgebiete entstanden, in denen sich auch großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt haben. Besondere Bedeutung hat in diesem Zusammenhang das ehemalige Militärareal rund um den Flugplatz Zweibrücken in der Südwestpfalz erlangt. Hier entstand im Rahmen eines Konversionsprojekts im Jahr 2001 das „Zweibrücken Fashion Outlet“. Dieses Outlet Center umfasst aktuell rund 120 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Verkaufsfläche von 21.000 qm<sup>4)</sup>. Die Ansiedlung ist jedoch heftig umstritten, da sie aufgrund ihres breiten Angebots und der erweiterten Öffnungszeiten in direkter Konkurrenz zu den Innenstädten steht.

Dieselbe Problematik tritt auch bei der „Deutschen Schuhmeile Hauenstein“ auf. Als Antwort auf den Strukturwandel der Schuhindustrie in der Südwestpfalz ist vor 14 Jahren entlang der Bundesstraße B10 ein Cluster aus Outlet- und Fabrikverkaufsgeschäften entstanden – das größte Schuh-Outlet-Zentrum Deutschlands. Derzeit befinden sich hier mehr als 25 Fachgeschäfte, in denen etwa eine Million Paar Schuhe angeboten werden. Zu den dort ansässigen Einzelhandelsstandorten zählen u. a. die „Sport Marke“, das Josef Seibel Factory Outlet, Ossi Schuhe & Lifestyle und Ossi Outdoor sowie Schuh Sam. Flankiert durch zusätzliche Attraktionen wie das Deutsche Schuhmuseum, die Gläserne Schuhfabrik und Wanderwege wurde Hauenstein darüber hinaus als Reiseziel gestärkt. Nichtsdestotrotz stehen auch die dargebotenen Produkte unverändert in direkter Konkurrenz zu den Schuhhändlern in den Innenstädten und bleiben somit problematisch, nicht zuletzt auch hier durch erweiterte Ladenöffnungszeiten.

**Stand: November 2025**

Für die Richtigkeit der in diesem Branchenbild enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

**Quellen:**

- 1) Statistisches Bundesamt: Bruttoinlandsprodukt, Bruttowertschöpfung in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 1992 und 1994 bis 2022. Reihe 2, Kreisergebnisse Band 1, eigene Berechnungen
- 2) Statistische Ämter des Bundes und der Länder ([www.regionallstatistik.de](http://www.regionallstatistik.de), Datenlizenz Deutschland - Version 2.0), 2025
- 3) © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2025; Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2025
- 4) [www.zweibrueckenfashionoutlet.com/de](http://www.zweibrueckenfashionoutlet.com/de)

Ansprechpartner:in

Thomas Schmitz  0621 5904-2141  [thomas.schmitz@pfalz.ihk24.de](mailto:thomas.schmitz@pfalz.ihk24.de)  
Ruth Scherer  0621 5904-2140  [ruth.scherer@pfalz.ihk24.de](mailto:ruth.scherer@pfalz.ihk24.de)