



Geomarketing News

Deutsche Mittelstädte sind attraktivste Einzelhandelsstandorte

5. Oktober 2022

Thomas Muranyi
Public Relations
T +49 911 395 4928
thomas.muranyi@gfk.com

GfK-Studie zur Einzelhandelszentralität 2022

Bruchsal, 5. Oktober 2022 – Die Deutschen haben 2022 im Schnitt 6.531 Euro pro Kopf für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Allerdings wird häufig nicht am eigenen Wohnort eingekauft, weshalb Standorte mit einem starken Handelsangebot von weiterem Kaufkraftzufluss profitieren. Vor allem viele deutsche Mittelstädte haben eine starke Anziehungskraft auf ihr Umland und generieren einen überdurchschnittlichen Einzelhandelsumsatz. Damit stellen sie attraktive Einzelhandelsstandorte dar, so die neue GfK-Studie zur Einzelhandelszentralität.

Die Studie zeigt, welche Regionen dank Kaufkraftzuflüssen von überdurchschnittlichen stationären Einzelhandelsumsätzen profitieren und wo stattdessen Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind. Ein Vergleich der Einzelhandelskaufkraft mit den regionalen Einzelhandelsumsätzen ergibt dabei die Kennziffer Einzelhandelszentralität, die die Anziehungskraft des regionalen Einzelhandels misst. Werte über 100 stehen für einen Kaufkraftzufluss, Werte unter 100 für einen Kaufkraftabfluss.

So stehen in diesem Jahr insgesamt 181 deutsche Kreise mit Kaufkraftzufluss 219 Kreisen mit Kaufkraftabfluss entgegen. Allerdings liegt es in der Natur des Einzelhandels, dass überwiegend Stadtkreise Kaufkraftzuflüsse verzeichnen, denn hier siedelt sich der Einzelhandel verstärkt an und hat damit eine hohe Anziehungskraft auf die im Umland lebenden Konsumenten.

Zweibrücken mit Abstand attraktivster Einzelhandelsstandort

Mit einer Einzelhandelszentralität von 212,6 führt der Stadtkreis Zweibrücken mit seiner Outlet City das Zentralitätsranking deutlich an. Auf dem zweiten und dritten Platz folgen die beiden Stadtkreise Passau (189,7) und Straubing (188,7). Neu in den Top 10 ist in diesem Jahr der Stadtkreis Hof (168,6) auf Rang neun, während der Stadtkreis Heilbronn (163,4) auf den zwölften Rang rutscht.

GfK GeoMarketing GmbH
www.gfk.com/geomarketing-de
geomarketing@gfk.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 2-6
Gebäude 5109
76646 Bruchsal
T +49 911 395 2222
F +49 911 395 2929

Standort Nürnberg:
Sophie-Germain-Straße 3-5
90443 Nürnberg

Geschäftsführer:
Doris Steffen

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelszentralität 2022

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelskaufkraft 2022 Index*	Einzelhandelsumsatz 2022 Index*	Einzelhandelszentralität 2022**
1	SK Zweibrücken	34.001	91,7	194,9	212,6
2	SK Passau	52.415	99,0	187,8	189,7
3	SK Straubing	47.612	99,4	187,6	188,7
4	SK Kaiserslautern	99.662	88,8	166,4	187,5
5	SK Würzburg	126.954	103,1	187,7	182,1
6	SK Trier	110.674	90,0	163,7	181,7
7	SK Schweinfurt	53.319	96,9	174,3	179,8
8	SK Koblenz	113.388	94,4	168,4	178,5
9	SK Hof	45.173	92,7	156,3	168,6
10	SK Weiden i.d.OPf.	42.535	97,9	162,0	165,5

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2022 | * Index je Einwohner (100 = Landesdurchschnitt) |

** Zentralität 100 = Zufluss und Abfluss von Kaufkraft halten sich die Waage

Von den Kreisen in den Top 10 liegen insgesamt sechs in Bayern und vier in Rheinland-Pfalz. Dabei stellen Städte wie Passau und Straubing Versorgungszentren für das ländlich geprägte Umfeld dar, wo das Einzelhandelsangebot weniger ausgeprägt ist. Sie haben bei mittlerer Einwohnergröße ein großes Einzugsgebiet mit hohem Nachfragepotenzial, was dann meist dazu führt, dass die vorhandene Kaufkraft in die nahegelegene Stadt fließt.

Diese Anziehungskraft von Mittelstädten auf ihr Umland wird auch beim letztplatzierten Kreis des Zentralitätsrankings deutlich. Mit einer Einzelhandelszentralität von 63,0 bildet der Landkreis Kaiserslautern das Schlusslicht unter allen 400 deutschen Stadt- und Landkreisen, während der Stadtkreis Kaiserslautern bundesweit den vierten Platz belegt. Deutsche Großstädte sind im vorderen Feld hingegen keine zu finden: So liegt beispielsweise Hamburg mit einer Einzelhandelszentralität von 106,6 auf Rang 123, während die Hauptstadt Berlin mit einem Wert von 103,8 auf Rang 151 liegt.

„Die Daten zur Einzelhandelszentralität zeigen, dass die Attraktivität von Großstädten als Shoppingdestinationen in den letzten Jahren immer mehr abnimmt“, **kommentiert Filip Vojtech, Einzelhandelsexperte im Bereich Geomarketing von GfK.** „Dies liegt unter anderem an dem gestiegenen Home-Office-Anteil der Deutschen seit Corona. Durch das Arbeiten von zuhause pendeln weniger Menschen in die großen Innenstädte und kaufen vermehrt in ihrem Wohnumfeld außerhalb der Großstädte ein.“

Stationärer Einzelhandelsumsatz mit Gesamtvolumen von 430,3 Milliarden Euro

Erwartungsgemäß haben die einwohnerstärksten deutschen Kreise die höchsten Handelsumsatzsummen. Im Kreisranking nach Gesamt-Einzelhandelsumsatz liegt Berlin mit Abstand auf dem ersten Platz: In der Hauptstadt werden rund 19,15 Mrd. Euro im stationären Einzelhandel ausgegeben, was einem Anteil von 4,45 Prozent am gesamten Umsatz in Deutschland entspricht. Auf den Rängen zwei und drei folgen Hamburg (2,61 Prozent) und München (2,49

Prozent). Die Top 10 Kreise machen gemeinsam 17,16 Prozent des gesamten stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland aus. Damit ist der Anteil gegenüber dem Vorjahr etwas gesunken. Dennoch üben starke Einzelhandelsstandorte eine verstärkte Anziehungskraft auf die Konsumenten aus.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelsumsatz 2022 nach Gesamt-Einzelhandelsumsatz

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz 2022 in Mio. €	Anteil am stationären Handels-Gesamtumsatz 2022	Einzelhandelszentralität 2022**
1	SK Berlin	3.664.088	19.145,2	4,45%	103,8
2	SK Hamburg	1.852.478	11.250,0	2,61%	106,6
3	SK München	1.488.202	10.709,2	2,49%	112,5
4	SK Köln	1.083.498	6.837,7	1,59%	115,2
5	Region Hannover	1.155.330	6.641,9	1,54%	108,5
6	SK Frankfurt am Main	764.104	4.421,3	1,03%	104,6
7	SK Düsseldorf	620.523	4.129,9	0,96%	112,1
8	SK Stuttgart	630.305	3.958,6	0,92%	114,2
9	SK Nürnberg	515.543	3.452,3	0,80%	125,3
10	SK Dortmund	587.696	3.358,1	0,78%	116,0

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2022 I

** Zentralität 100 = Zufluss und Abfluss von Kaufkraft halten sich die Waage

Ein Blick auf die rechnerischen Einzelhandelsumsätze pro Kopf zeigt, dass hier die Mittelstädte das Feld anführen. Diese haben Pro-Kopf-Werte, die fast das Doppelte des Landesdurchschnitts von 5.175 Euro ausmachen. Den ersten Platz im Kreisranking nach Einzelhandelsumsatz je Einwohner belegt wie auch bei der Einzelhandelszentralität der Stadtkreis Zweibrücken, gefolgt von den Stadtkreisen Passau und Würzburg. Mit einem Pro-Kopf-Umsatz von lediglich 2.952 Euro liegt der Landkreis Kaiserslautern auf dem letzten Platz.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelsumsatz 2022 je Einwohner

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz 2022 pro Kopf in €	Einzelhandelsumsatz 2022 Index*	Einzelhandelszentralität 2022**
1	SK Zweibrücken	34.001	10.086	194,9	212,6
2	SK Passau	52.415	9.722	187,8	189,7
3	SK Würzburg	126.954	9.714	187,7	182,1
4	SK Straubing	47.612	9.706	187,6	188,7
5	SK Schweinfurt	53.319	9.018	174,3	179,8
6	SK Rosenheim	63.591	8.897	171,9	162,6
7	SK Koblenz	113.388	8.715	168,4	178,5
8	SK Kaiserslautern	99.662	8.614	166,4	187,5
9	SK Trier	110.674	8.470	163,7	181,7
10	SK Heilbronn	126.458	8.426	162,8	163,4

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2022 I * Index je Einwohner (100 = Landesdurchschnitt) |

** Zentralität 100 = Zufluss und Abfluss von Kaufkraft halten sich die Waage

HINWEIS: Die Werte je Einwohner sind rein mathematische Vergleichsgrößen, da der Einzelhandel am jeweiligen Ort keineswegs nur von den Einwohnern dieses Ortes bestritten wird. Indem man die Einzelhandelsumsätze ins Verhältnis zu den Einwohnerzahlen setzt, ergibt sich jedoch ein erster Anhaltspunkt über die Anziehungskraft des Einzelhandels in dem jeweiligen Gebiet.

Starnberger haben am meisten Geld für Einkäufe im Einzelhandel

Für Händler und Hersteller ist es aber ebenso wichtig zu wissen, wo das Nachfragepotenzial sitzt, bevor dieses in den Einzelhandel fließt. Die Einzelhandelskaufkraft zeigt das durchschnittliche Ausgabepotenzial für den Einzelhandel am Wohnort der Menschen auf. Das Wissen um den Wohnort der Zielgruppe ermöglicht es beispielsweise, Filialen im Lebensmitteleinzelhandel wohnortnah und Werbekampagnen gezielt planen zu können.

Auf Ebene der Stadt- und Landkreise führt der Landkreis Starnberg das Ranking nach Ausgabepotenzial an. Mit einer Einzelhandelskaufkraft von 8.305 Euro pro Kopf liegen die Starnberger mehr als 27 Prozent über dem Bundesdurchschnitt. Auf Rang zwei und drei folgen der Stadt- und Landkreis München mit 8.069 Euro beziehungsweise 7.981 Euro pro Person. Den letzten Platz belegt der Stadtkreis Gelsenkirchen: Hier stehen den Menschen durchschnittlich 5.530 Euro pro Kopf für ihre Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelskaufkraft 2022 je Einwohner

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelskaufkraft 2022 pro Kopf in €	Einzelhandelskaufkraft 2022 Index*	Einzelhandelszentralität 2022**
1	LK Starnberg	136.610	8.305	127,2	66,2
2	SK München	1.488.202	8.069	123,5	112,5
3	LK München	349.685	7.981	122,2	78,8
4	LK Ebersberg	144.091	7.741	118,5	111,2
5	LK Hochtaunuskreis	237.281	7.702	117,9	80,5
6	LK Main-Taunus-Kreis	239.264	7.574	116,0	114,0
7	SK Düsseldorf	620.523	7.493	114,7	112,1
8	LK Dachau	155.117	7.444	114,0	69,2
9	LK Fürstfeldbruck	218.740	7.436	113,8	75,7
10	LK Miesbach	100.183	7.411	113,5	82,3

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2022 | * Index je Einwohner (100 = Landesdurchschnitt) |

** Zentralität 100 = Zufluss und Abfluss von Kaufkraft halten sich die Waage

Über die Studie

Die „Sogwirkung“ einer Stadt als Einkaufsort kann dadurch gemessen werden, dass man die Nachfrage der Einwohner am Wohnort (GfK Einzelhandelskaufkraft) den Umsätzen im Einzelhandel (GfK Einzelhandelsumsatz) gegenüberstellt. Daraus ergibt sich die GfK Einzelhandelszentralität. Eine Zentralität größer als 100 bedeutet einen Kaufkraftzufluss, unter 100 einen Kaufkraftabfluss.

Der GfK Einzelhandelsumsatz spiegelt die regionale Verteilung der stationären Einzelhandelsumsätze wider. Im Gegensatz zur GfK Kaufkraft, die am Wohnort des Konsumenten erhoben wird, wird der GfK Einzelhandelsumsatz am Standort des Einzelhandels gemessen. Er ist definiert als Umsatz des Einzelhandels (ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe) abzüglich des Distanzhandels (eCommerce, Versandhandel). GfK berechnet den GfK Einzelhandelsumsatz jährlich. Er wird für jede regionale Ebene als Summe sowie pro Einwohner in Euro und als Index (deutscher Durchschnitt = 100) ausgewiesen. Die Berechnung erfolgt für alle deutschen Stadt- und Landkreise sowie für alle Gemeinden und Postleitzahlen mit einem Einzelhandelsumsatz von mindestens 1,5 Mio. Euro und mehr als drei Einzelhandelsbetrieben.

Für die Berechnung der Einzelhandelskaufkraft werden die Ausgaben für die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Kleidung und Schuhe, übrige Güter für die Haushaltsführung (u.a. Möbel, Bodenbeläge, Haushaltselektrogeräte, Heimtextilien, Gartenbedarfsartikel, Reinigungsmittel), Körper- und Gesundheitspflege, Bildung und Unterhaltung (z.B. TV, Radio, Bücher, Fotobedarf, Zeitschriften, Spielwaren, Sportartikel) sowie persönliche Ausstattung (Uhren, Schmuck, etc.) berücksichtigt.

Die regionalisierten Daten zur Einzelhandelszentralität liegen für viele europäische Länder vor und sind jeweils bis zur feinsten administrativen und postalischen Ebene als Prognose für das laufende Jahr verfügbar. Es handelt sich bei der Kaufkraft und den Umsatzdaten um nominale Angaben – d.h. ohne Berücksichtigung von Inflationsentwicklungen und regional verschiedenen Preisniveaus oder unterjährigen Wechselkurseffekten.

Mit der GfK Einzelhandelszentralität erhalten Einzelhändler eine objektive Messgröße dafür, welcher Region, welcher Stadt oder welcher Postleitzahl innerhalb einer Stadt es gelingt, mit dem vorhandenen Einzelhandelsangebot besonders viel Kaufkraft anzuziehen und zu binden. Sie ist somit für die Standortplanung und -bewertung unverzichtbar. Die Einzelhandelszentralität sollte bei Expansionsentscheidungen jedoch im Zusammenhang mit den Einwohnerzahlen, dem GfK Einzelhandelsumsatz und der GfK Einzelhandelskaufkraft betrachtet werden. Alle drei Kennziffern sind standardmäßig in der Studie „GfK Einzelhandelszentralität“ enthalten.

Weitere Informationen zu den regionalen Marktdaten von GfK finden Sie [hier](#).

Bildmaterial in Druckauflösung finden Sie [hier](#).

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher



Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.