



Geomarketing News

Deutsche kaufen selten an ihrem Wohnort ein

14. November 2023

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

GfK-Studie zur Einzelhandelszentralität 2023

Bruchsal, 14. November 2023 – 2023 haben die Deutschen durchschnittlich 6.667 Euro pro Kopf für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Allerdings geben sie ihr Geld überwiegend nicht an dem Ort aus, an dem sie leben. Vor allem viele deutsche Mittelstädte haben eine starke Anziehungskraft auf ihr Umland und profitieren mit ihrem starken Handelsangebot von weiterem Kaufkraftzufluss. Damit stellen sie attraktive Einzelhandelsstandorte dar. Dies ist eines der Ergebnisse der neuen GfK-Studie zur Einzelhandelszentralität 2023.

Die Verteilung der Einzelhandelskaufkraft fällt dabei regional sehr unterschiedlich aus und variiert 2023 von 8.555 Euro im Landkreis Sarnberg bis 5.645 Euro im Stadtkreis Gelsenkirchen. Nicht alles davon fließt jedoch in den stationären Handel, und oft auch nicht in den Handel am Wohnort. Ein Vergleich der Einzelhandelskaufkraft mit den regionalen Einzelhandelsumsätzen ergibt dabei die Einzelhandelszentralität, die die Anziehungskraft des regionalen Einzelhandels misst. Diese zeigt, welche Regionen dank Kaufkraftzuflüssen von überdurchschnittlichen stationären Einzelhandelsumsätzen profitieren und wo hingegen Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind. Werte über 100 stehen für einen Kaufkraftzufluss, Werte unter 100 für einen Kaufkraftabfluss.

2023 gibt es insgesamt 182 deutsche Kreise mit Kaufkraftzufluss, während in 218 Kreisen ein Kaufkraftabfluss zu beobachten ist. Naturgemäß verzeichnen überwiegend Stadtkreise Kaufkraftzuflüsse, denn hier ballt sich der Einzelhandel und hat eine hohe Anziehungskraft auf das Umland.

Mittelstädte gewinnen weiterhin an Attraktivität

Auch 2023 führen vor allem Mittelstädte das Zentralitätsranking an. Deutlicher Spitzenreiter ist nach wie vor Zweibrücken. Mit einer Einzelhandelszentralität von 223,0 konnte sich der Stadtkreis mit seiner Outlet City im Vergleich zum Vorjahr um mehr als 10 Punkte steigern. Auf dem zweiten und dritten Platz folgen die beiden Stadtkreise Straubing (198,3) und Kaiserslautern (191,1), die sich zu 2022 um jeweils einen

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

Rang steigern konnten. Ebenfalls um einen Platz verbessert hat sich der Stadtkreis Hof (176,1), der auf den achten Rang rückt; Koblenz kann sogar drei Plätze gut machen und belegt mit einer Einzelhandelszentralität von 180,2 in diesem Jahr den fünften Rang.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelszentralität 2023

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelskaufkraft 2023 Index*	Einzelhandelsumsatz 2023 Index*	Einzelhandelszentralität 2023**
1	SK Zweibrücken	34.091	91,3	203,5	223,0
2	SK Straubing	47.854	98,3	195,0	198,3
3	SK Kaiserslautern	99.292	88,1	168,5	191,1
4	SK Passau	53.093	98,2	184,2	187,6
5	SK Koblenz	113.638	93,4	168,4	180,2
6	SK Würzburg	126.933	102,4	182,8	178,6
7	SK Trier	110.570	88,8	157,7	177,7
8	SK Hof	45.125	91,8	161,7	176,1
9	SK Schweinfurt	53.585	97,0	169,4	174,7
10	SK Weiden i.d.OPf.	42.472	97,8	165,9	169,5

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2023 | * Index je Einwohner (100 = Landesdurchschnitt) |

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

Viele der Städte in den Top 10 stellen Mittelzentren für das eher ländliche Umfeld dar. Außerhalb der Stadtgrenzen sind meist nur wenige und dünn gestreute Einzelhandelsangebote zu finden. Diese Städte haben also gemeinsam, dass sie ein großes Einzugsgebiet bedienen, in dem relativ viel Kaufkraft steckt. Dies führt dazu, dass die Kaufkraft aus dem ländlich geprägten Umland in die angrenzenden Versorgungszentren fließt, was zu einem deutlichen Kaufkraftüberschuss führt.

Diese Anziehungskraft wird auch beim letztplatzierten Kreis des Zentralitätsrankings deutlich. Mit einer Einzelhandelszentralität von 62,3 bildet der Landkreis Straubing-Bogen das Schlusslicht unter allen 400 deutschen Stadt- und Landkreisen, während der Stadtkreis Straubing bundesweit den zweiten Platz belegt. Die ganz großen Städte sind im vorderen Feld hingegen nicht zu finden: Die bestplatzierte Millionenstadt ist Köln, das mit einer Einzelhandelszentralität von 112,7 auf Rang 82 liegt. Die Hauptstadt Berlin belegt mit einem Wert von 101,6 den 175. Rang und verschlechtert sich im Vergleich zum Vorjahr um 24 Plätze.

„Der Trend der letzten Jahre setzt sich fort“, **kommentiert Filip Vojtech, Einzelhandelsexperte im Bereich Geomarketing von GfK.** „Mittelstädte gewinnen zunehmend an Bedeutung, während die ganz großen Städte an Attraktivität als Einzelhandelsstandorte verlieren. So verschlechtert sich Hamburg im Zentralitätsranking zum Beispiel um 12 Ränge verglichen mit 2022, bei Berlin sind es sogar 24 Ränge. Das ist aber auch nicht allzu verwunderlich, denn das Arbeiten im Homeoffice ist seit der Pandemie zum Alltag in der deutschen Arbeitswelt geworden. Diese Pendler fehlen jetzt in den Großstädten, sie kaufen stattdessen näher an ihrem Wohnort und in den Mittelzentren ein.“

Insgesamt 461,9 Milliarden Euro fließen 2023 in den stationären Einzelhandel

Ein Blick auf den Einzelhandelsumsatz in Summe zeigt auf, wo die Masse an Umsatzpotenzial zu finden ist. Naturgemäß liegen hier die einwohnerstärksten deutschen Kreise auf den vorderen Rängen. Im Ranking nach Gesamt-Einzelhandelsumsatz liegt Berlin deutlich auf dem ersten Platz: In der Hauptstadt fließen rund 20,3 Mrd. Euro in den stationären Einzelhandel, was einen Anteil von 4,40 Prozent am gesamten Umsatz in Deutschland ausmacht. Auf den Rängen zwei und drei folgen Hamburg (2,57 Prozent) und München (2,42 Prozent).

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelsumsatz 2023 nach Gesamt-Einzelhandelsumsatz

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandels-umsatz 2023 in Mio. €	Anteil am stationären Handels-Gesamtumsatz 2023	Einzelhandels-zentralität 2023**
1	SK Berlin	3.677.472	20.312,4	4,40%	101,6
2	SK Hamburg	1.853.935	11.879,3	2,57%	105,9
3	SK München	1.487.708	11.198,1	2,42%	110,8
4	SK Köln	1.073.096	7.125,9	1,54%	112,7
5	Region Hannover	1.157.541	7.098,7	1,54%	107,5
6	SK Frankfurt am Main	759.224	4.654,6	1,01%	104,2
7	SK Düsseldorf	619.477	4.338,2	0,94%	110,4
8	SK Stuttgart	626.275	4.086,8	0,88%	112,0
9	SK Nürnberg	510.632	3.579,0	0,77%	122,6
10	SK Dortmund	586.852	3.510,3	0,76%	112,9

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2023 | * Index je Einwohner (100 = Landesdurchschnitt) |

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

Die Kreise in den Top 10 machen in Summe 16,83 Prozent des gesamten stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland aus, womit auch hier der Anteil der umsatzstärksten Kreise von Jahr zu Jahr immer weiter schrumpft. Lediglich die Region Hannover konnte mit einem Anteil von 1,54 Prozent am stationären Handels-Gesamtumsatz seinen Vorjahresanteil halten. Alle anderen Großstädte in den Top 10 haben Anteile verloren. Dennoch üben starke Einzelhandelsstandorte eine verstärkte Anziehungskraft auf die Konsumenten aus.

Ein Blick auf die rechnerischen Einzelhandelsumsätze pro Kopf zeigt, dass hier, wie auch bei der Einzelhandelszentralität, die Mittelstädte das Feld anführen. Diese haben Pro-Kopf-Werte, die bis zu mehr als dem Doppelten des Landesdurchschnitts von 5.549 Euro entsprechen. Den ersten Platz im Kreisranking nach Einzelhandelsumsatz je Einwohner belegt der Stadtkreis Zweibrücken, gefolgt von den Stadtkreisen Straubing und Passau. Schlusslicht ist wie im Vorjahr der Landkreis Kaiserslautern mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 3.123 Euro. Neu in den Top 10 nach Einzelhandelsumsatz pro Einwohner sind in diesem Jahr die Stadtkreise Weiden in der Oberpfalz und Ansbach auf den Rängen neun und zehn.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelsumsatz 2023 je Einwohner

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz 2023 pro Kopf in €	Einzelhandelsumsatz 2023 Index*	Einzelhandelszentralität 2023**
1	SK Zweibrücken	34.091	11.294	203,5	223,0
2	SK Straubing	47.854	10.822	195,0	198,3
3	SK Passau	53.093	10.221	184,2	187,6
4	SK Würzburg	126.933	10.147	182,8	178,6
5	SK Rosenheim	63.508	9.777	176,2	168,6
6	SK Schweinfurt	53.585	9.402	169,4	174,7
7	SK Kaiserslautern	99.292	9.349	168,5	191,1
8	SK Koblenz	113.638	9.345	168,4	180,2
9	SK Weiden i.d.OPf.	42.472	9.204	165,9	169,5
10	SK Ansbach	41.662	9.088	163,8	167,0

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2023 | * 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.

In und um Starnberg sitzt das meiste Geld für Einkäufe im Einzelhandel

Für Händler und Hersteller ist es 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.

Wie in den Vorjahren liegt der Landkreis Starnberg beim Kreisranking nach Einzelhandelskaufkraft auf dem ersten Platz. Mit 8.555 Euro pro Kopf haben die Starnberger über 28 Prozent mehr Geld für ihre Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung als der Durchschnittsdeutsche. Rangänderungen in den Top 10 gibt es in diesem Jahr nur auf den Plätzen zwei und drei. So zieht der Landkreis München mit einer Pro-Kopf-Einzelhandelskaufkraft von 8.172 Euro am gleichnamigen Stadtkreis, in dem die Einwohner ein sieben Euro niedrigeres Ausgabepotenzial haben, vorbei. Den letzten Platz belegt erneut der Stadtkreis Gelsenkirchen: In der Großstadt im Ruhrgebiet stehen den Menschen durchschnittlich 5.645 Euro pro Kopf für ihre Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Damit liegen die Gelsenkirchener mehr als 15 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt.

Top 10 Kreise – GfK Einzelhandelskaufkraft 2023 je Einwohner

Rang	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelskaufkraft 2023 pro Kopf in €	Einzelhandelskaufkraft 2023 Index*	Einzelhandelszentralität 2023**
1	LK Starnberg	136.747	8.555	128,3	68,1
2	LK München	349.837	8.172	122,6	79,4
3	SK München	1.487.708	8.165	122,5	110,8
4	LK Ebersberg	144.562	7.956	119,3	109,2
5	LK Hochtaunuskreis	237.041	7.764	116,4	84,3
6	LK Main-Taunus-Kreis	239.276	7.733	116,0	116,5
7	SK Düsseldorf	619.477	7.619	114,3	110,4
8	LK Dachau	155.449	7.605	114,1	70,3
9	LK Fürstentum Bruck	218.579	7.580	113,7	78,1
10	LK Miesbach	99.978	7.570	113,5	83,5

Quelle: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2023 | * 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 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.