

Die Region Stuttgart - ein starker Standort für den Einzelhandel

Kennzahlen für den Einzelhandel 2011:
Kaufkraft, Umsatz, Zentralität

- Herausgeber** Industrie- und Handelskammer
Region Stuttgart
Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart
Postfach 10 24 44, 70020 Stuttgart
Telefon 0711 2005-0
Telefax 0711 2005-1354
www.stuttgart.ihk.de
info@stuttgart.ihk.de
- Autor** Martin Eisenmann
Referatsleiter Zentrale Aufgabe Handel
Bezirkskammer Böblingen
- Stand** Oktober 2011
- © 2011** Industrie- und Handelskammer
Region Stuttgart
Alle Rechte vorbehalten.
Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier
und elektronischen Datenträgern sowie
Einspeisungen in Datennetze nur mit
Genehmigung des Herausgebers.
Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt
erarbeitet und zusammengestellt. Für die
Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts
sowie für zwischenzeitliche Änderungen
übernimmt die Industrie- und Handels-
kammer Region Stuttgart keine Gewähr.



*Zertifizierte Qualität bei Service,
Beratung und Interessenvertretung*

Vorwort	5
1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung	6
2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	7
2.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel	7
2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart	8
2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart	10
3. Einzelhandelsumsatz	12
3.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes	12
3.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart	12
3.3 Einzelhandelsumsatz in den Landkreisen der Region Stuttgart	14
4. Zentralität	16
5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten	18
5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich	18
5.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich	19
5.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich	21
6. Schlussfolgerungen	23
Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen	24
Anhang 2: Kennzahlen 2011 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern	26
Anschriften	28

Vorwort

Leistungsfähige Handelsbetriebe, Gastronomie, Hotellerie und Freizeitwirtschaft bilden das Fundament für funktionsfähige Städte, deren Erlebnisreichtum nicht nur Kunden lockt, sondern vor allem für deren Bürger ein attraktives Umfeld für Leben und Wohnen bietet. Um so mehr sind die Rahmenbedingungen und die Perspektiven für den Einzelhandel mitentscheidend für die Entwicklung der Innenstädte.

Jährlich wird von der IHK Region Stuttgart die Studie „Kennzahlen für den Einzelhandel“ veröffentlicht, die Investoren und Unternehmern eine Hilfestellung bei ihrer Standortwahl gibt und Verantwortlichen in Kommunen und Landkreisen bei sachgerechten Entscheidungen unterstützen soll. Wünschenswert ist, dass sich die Entscheidungsträger im ständigen Dialog mit den Unternehmen vor Ort austauschen, um Verbesserungspotentiale zu erschließen.

Die IHK Region Stuttgart unterstützt mit ihren Untersuchungen und Foren diesen Dialog. Sie will auf diesem Wege dazu beitragen, dass zweckmäßige Handelsansiedlungen erfolgen und falsch dimensionierte Vorhaben an ungeeigneten Standorten in richtige Bahnen gelenkt werden.

Stuttgart, im Oktober 2011



Dr. Herbert Müller
Präsident



Andreas Richter
Hauptgeschäftsführer

1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

- Die Region Stuttgart gehört bei einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** von 15,7 Milliarden Euro 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 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.
- Von dieser Kaufkraft wird der Großteil im stationären Einzelhandel ausgegeben. Die **Einzelhandelsumsätze** weisen mit 13,9 Milliarden Euro in der Region eine Differenz zur Kaufkraft aus - diese 1,8 Milliarden Euro werden außerhalb der Region und vor allem im Internet und Versandhandel ausgegeben. Besonders erfolgreich sind Handelsunternehmen in den Mittelzentren im näheren Umfeld Stuttgarts; hier werden Erträge erwirtschaftet, die das Doppelte des deutschen Durchschnittswertes erreichen.
- Die örtliche Kaufkraftbindung wird mit der Kennziffer der **Zentralität** erfasst. Auch hierbei haben die erwähnten Mittelzentren die beeindruckendsten Werte in der Region. Vielfach liegt dies allerdings an großflächigen Ansiedlungen in nicht integrierten Lagen, die nach heute geltendem Planungsrecht so nicht mehr genehmigungsfähig wären. Andere Standorte, vor allem in Nachbarschaft zu den besonders erfolgreichen, zeigen mit niedrigen Werten Defizite bei der Nahversorgungsfunktion auf.
- Der **Stuttgarter Einzelhandel** behauptet sich **im Vergleich mit anderen Metropolen** Deutschlands gut. Vor dem Hintergrund der polyzentrischen Struktur der Region mit den starken Mittelzentren ist die Kaufkraftbindung geradezu erstaunlich. Dies gelingt, weil auch Kaufkraft von außerhalb der Region nach Stuttgart gelockt wird und das Zentrum der Landeshauptstadt den wichtigsten Einzelhandelsstandort im Südwesten Deutschlands darstellt.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

2.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel

Das **verfügbare Einkommen**, das von den Bürgern der Bundesrepublik Deutschland ausgegeben werden kann, beträgt nach Berechnungen der IBH Retail Consultants, Köln, für das Jahr 2011 **1,633 Billionen Euro**. Diese Summe ergibt sich aus der Addition von Nettoeinkommen aus abhängiger Arbeit, aus Unternehmertätigkeit und Kapitalanlagen sowie aus Sozial- oder Transfereinkommen. Seit dem Jahr der letzten Erhebung 2009 wird sich der Wert nominal um 79 Mrd. Euro erhöhen (2011 um 2,8 Prozent gegenüber 2010, nach +2,2 Prozent im Jahr zuvor). Inflationsbereinigt entspricht der Betrag einer nur geringen Steigerung (1,4 Prozent gegenüber 2010). **Pro Kopf** ergeben sich dabei **19 964 Euro** an verfügbarem Einkommen.

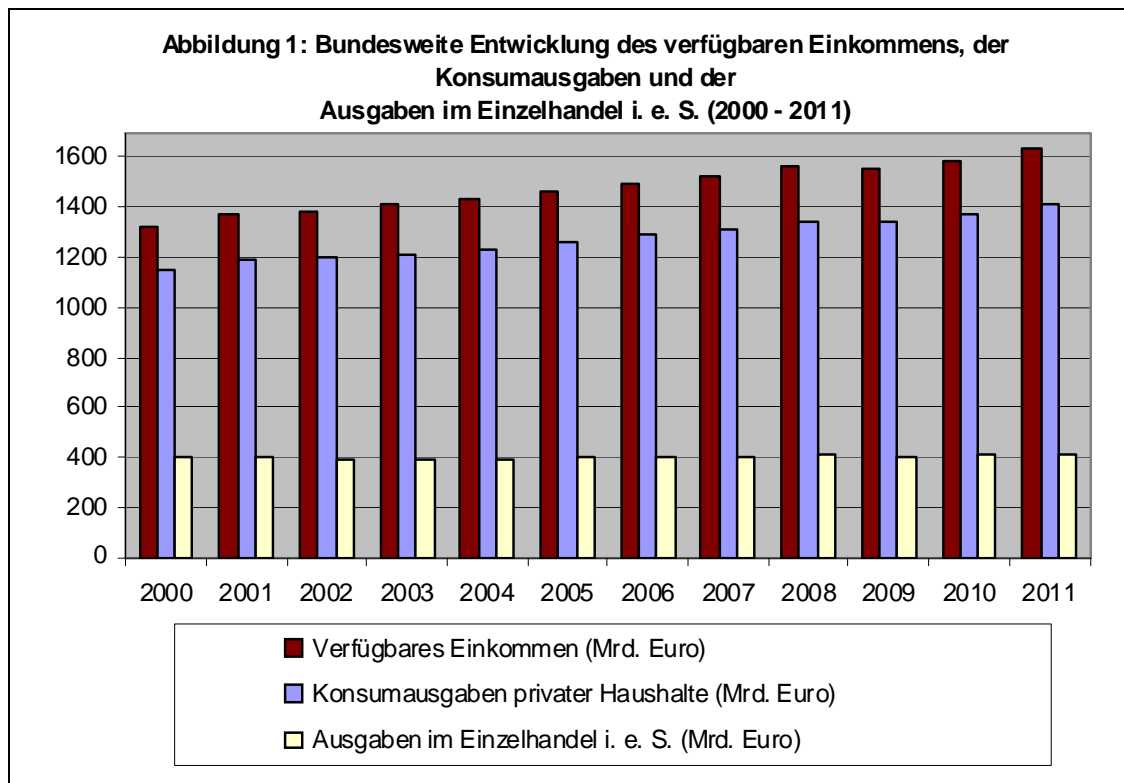
Der Anteil der enger gefassten **Konsumausgaben** für Güter und Dienstleistungen der privaten Haushalte im Inland, auch als "privater Verbrauch" bezeichnet, am verfügbaren Einkommen ist in den letzten Jahren gesunken und beträgt bei **1,408 Billionen Euro (pro Kopf 17 216 Euro)** 86 Prozent; der Rest wird gespart. Neben den Ausgaben im Einzelhandel nehmen andere Verwendungen davon einen immer größeren Raum ein. Der Anteil der Ausgaben für Wohnung und Nebenkosten beläuft sich auf knapp 25 Prozent, derjenige für Verkehr und Telekommunikation auf gut 16 Prozent. Auch Freizeit, Gastronomie und Unterhaltung haben ihren Anteil bei 15 Prozent stetig gehalten.

Immer kleiner geworden ist dagegen in den letzten Jahren der Teil der privaten Konsumausgaben, der im Einzelhandel (ohne Kfz, Tankstellen, Lebensmittelhandwerk und Apotheken) ausgegeben wird - von 42 Prozent 1991 über 35 Prozent im Jahre 2000 bis hin zu nur noch 29,4 Prozent vom verfügbaren Einkommen im Jahr 2011. Die Ausgaben im Einzelhandel im engeren Sinn hinken der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung seit vielen Jahren hinterher: Sie haben zwar von 2003 bis 2008 in nominalen Größen von 378 Mrd. Euro auf 409 Mrd. Euro zugenommen; die Wirtschaftskrise hat allerdings dazu geführt, dass dieser Wert erst 2011 wieder erreicht bzw. mit 414,3 Mrd. Euro überboten wird. **Inflationsbereinigt stagnieren die Ausgaben im Einzelhandel schon seit Anfang der 1990er Jahre** (siehe Abbildung 1). Pro Kopf werden die Bundesbürger 2011 voraussichtlich 5 065 Euro für diese Verwendung ausgeben; wenn Apotheken, Bäcker und Metzger sowie der Versand- und Onlinehandel hinzugezählt werden, erhöht sich die Summe auf 5 853 Euro.

Gut 55 Prozent des Wertes für den stationären Handel werden für den kurzfristigen Bedarf (vor allem für Nahrungs- und Genussmittel), knapp 24 Prozent für den mittelfristigen Bedarf (vorwiegend Bekleidung und Baumarktartikel) sowie etwa 18 Prozent für den langfristigen Bedarf (vor alle Unterhaltungselektronik und Möbel) aufgewandt.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Den Rest machen vor allem Dienstleistungen und zu einem geringeren Teil Einzelhandelsumsätze des Großhandels aus.

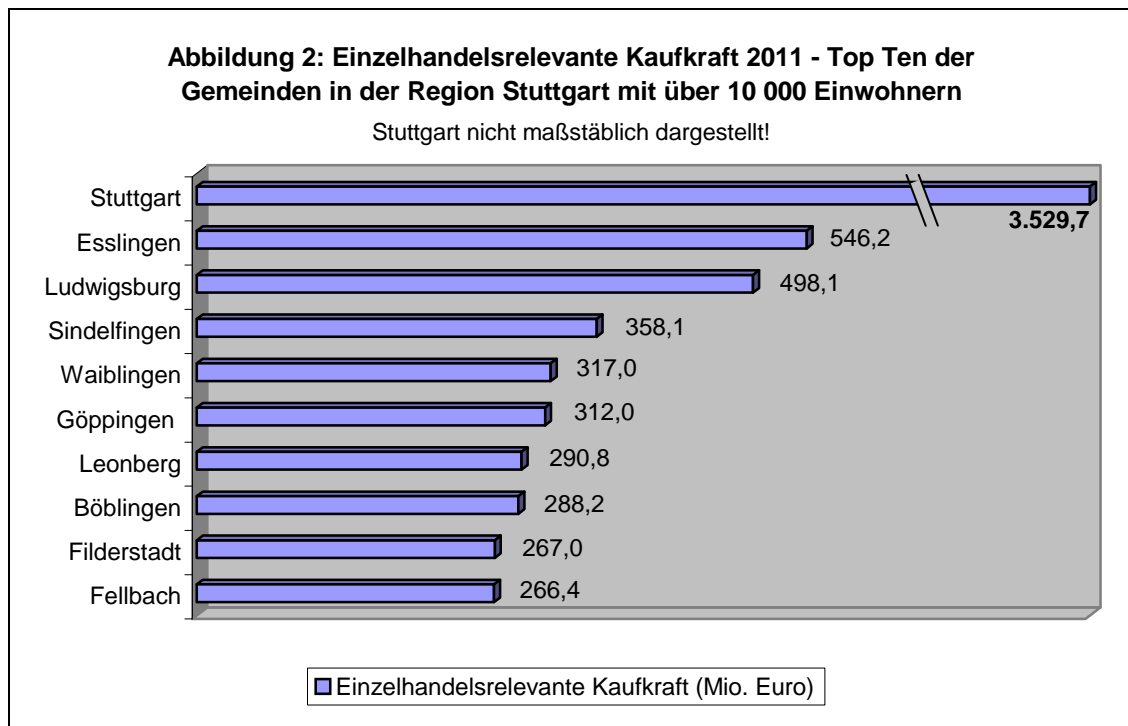


2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart

Die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung AG, Nürnberg (GfK), hat für Baden-Württemberg die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2011 auf rund 59,21 Mrd. Euro berechnet (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). **Die Bewohner der Region Stuttgart verfügen mit 15,67 Mrd. Euro über 26,5 Prozent des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens Baden-Württembergs.**

Naheliegender nimmt die Landeshauptstadt mit etwa 3,53 Mrd. Euro den Spitzenplatz mit dem größten einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial im Land ein. Stuttgart und alle Kreisstädte gehören zusammen mit Sindelfingen zu den Kommunen mit dem stärksten Kaufkraftvolumen in der Region Stuttgart (siehe nachfolgende Abbildung 2).

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Bezüglich der Pro-Kopf-Werte der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegt die Spannweite bei den in dieser Studie untersuchten 58 Kommunen in der Region Stuttgart mit mehr als 10 000 Einwohnern zwischen 5 095 Euro und 6 892 Euro. **Die Städte der Region verfügen damit mit nur vier Ausnahmen über ein Kaufkraftpotenzial, das über dem Bundesdurchschnitt (5 329 Euro) liegt.** Die regionalen Spitzenreiter sind in der nachfolgenden Tabelle 1 aufgeführt. Die erwähnten Ausnahmen sind Rudersberg (5 312 Euro), Welzheim (5 174 Euro), Murrhardt (5 168 Euro) und Geislingen/Steige (5 095 Euro). In der großen Streuung kommen lokale Unterschiede der demographischen und der sozialen Struktur der Bevölkerung zum Ausdruck, aber auch Unterschiede bei Erwerbsbeteiligung, Lohnniveau und der damit verbundenen Vermögensverteilung sowie unter anderem bei den Wohnungsmieten. In der Tabelle im Anhang 2 findet sich eine detaillierte Übersicht über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in allen Kommunen der Region Stuttgart mit mehr als 10 000 Einwohnern.

Der Kaufkraftindex, der in Tabelle 1 aufgeführt ist, setzt den Pro-Kopf-Wert für einzelne Gemeinden ins Verhältnis zum bundesweiten Durchschnitt (5 329 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 liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Einwohner in diesem Ort unter dem Durchschnitt der Bundesbürger.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

**Tabelle 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2011 pro Kopf
Top Ten der Gemeinden in der Region Stuttgart über 10 000 Einwohner**

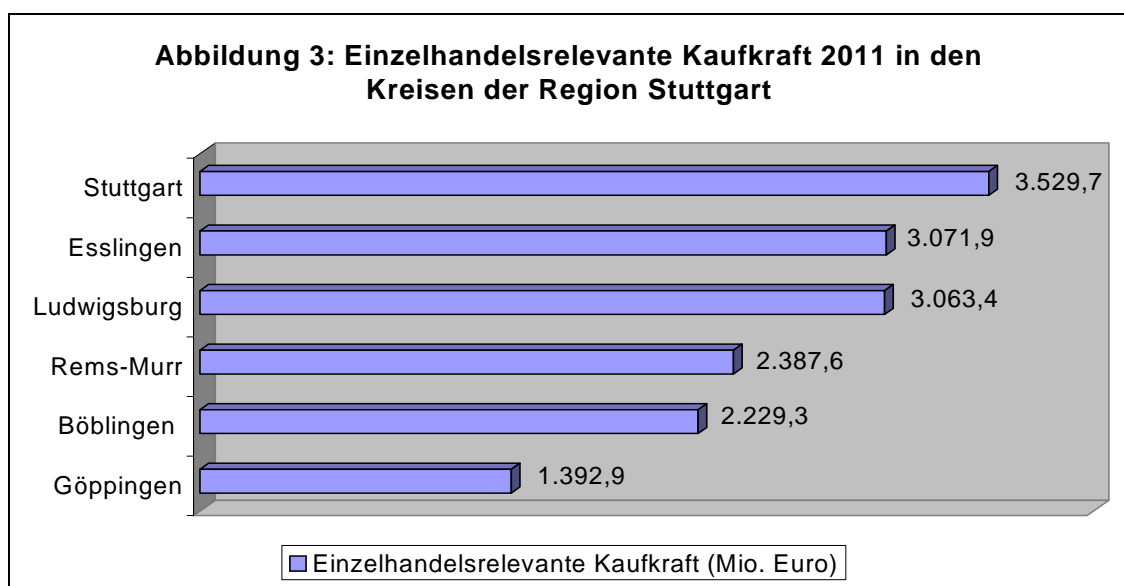
Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- index *
1	Gerlingen	18 952	6 892	129,3
2	Schwieberdingen	11 230	6 520	122,4
3	Korntal-Münchingen	18 561	6 459	121,2
4	Leinfelden-Echterdingen	37 074	6 451	121,1
5	Remseck	23 282	6 439	120,8
6	Leonberg	45 236	6 429	120,7
7	Ostfildern	35 932	6 332	118,8
8	Tamm	12 282	6 301	118,3
9	Neuhausen a. d. F.	11 384	6 294	118,1
10	Böblingen	46 198	6 237	117,1

* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg

2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart

Auch beim Vergleich mit den Landkreisen der Region nimmt die Landeshauptstadt die Spitzenposition beim absoluten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen ein. Mit Werten von knapp über 3 Mrd. Euro folgen die Landkreise Esslingen und Ludwigsburg dichtauf. Unter anderem wegen seiner deutlich geringeren Bevölkerungszahl bildet der Landkreis Göppingen das Schlusslicht der Landkreise. Die Abbildung 3 zeigt, wie sich die knapp 15,7 Mrd. Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der Region Stuttgart auf die Landkreise aufteilen:



Quelle: GfK AG, Nürnberg

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Reihenfolge ändert sich allerdings, wenn man die Pro-Kopf-Werte für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft zugrunde legt. Bei diesem Kriterium liegen die Landkreise Böblingen, Esslingen und Ludwigsburg vorne.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2011 in den Kreisen der Region Stuttgart

Rang	Stadtkreis/Landkreis	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index *
1	Böblingen	371 616	5 999	112,6
2	Esslingen	514 109	5 975	112,1
3	Ludwigsburg	516 874	5 927	111,2
4	Stuttgart	601 646	5 867	110,1
5	Rems-Murr	415 696	5 744	107,8
6	Göppingen	253 522	5 494	103,1

* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg

In absoluten Größen noch auf dem vorletzten Platz in der Region, sind die Einwohner im Landkreis Böblingen - statistisch gesehen - pro Kopf am wohlhabendsten, knapp vor denen in den Landkreisen Esslingen und Ludwigsburg. Jeder Einwohner des Landkreises Böblingen gibt danach fast 6 000 Euro im Einzelhandel aus - und damit 670 Euro mehr als der Durchschnitt aller Bundesbürger. Die Landeshauptstadt liegt hier nur auf dem vierten Platz, nachdem sie vor einem Jahrzehnt noch mit Esslingen der (Stadt-)Kreis mit dem höchsten einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial pro Einwohner in der Region war. Aber die Landkreise Böblingen, Esslingen und Ludwigsburg haben sich relativ gesehen verbessert - auch im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt. Hier kann man indirekt Erfolge in der wirtschaftlichen Entwicklung entdecken, während Stuttgart noch durch die besondere Problemlage einer Metropole charakterisiert wird. Es bleibt abzuwarten, ob der Trend der Re-Urbanisierung dazu führt, dass auch gut verdienende Angestellte wieder vermehrt ihr Domizil in der Großstadt aufschlagen. Dadurch würde sich Stuttgart im Ranking wieder verbessern.

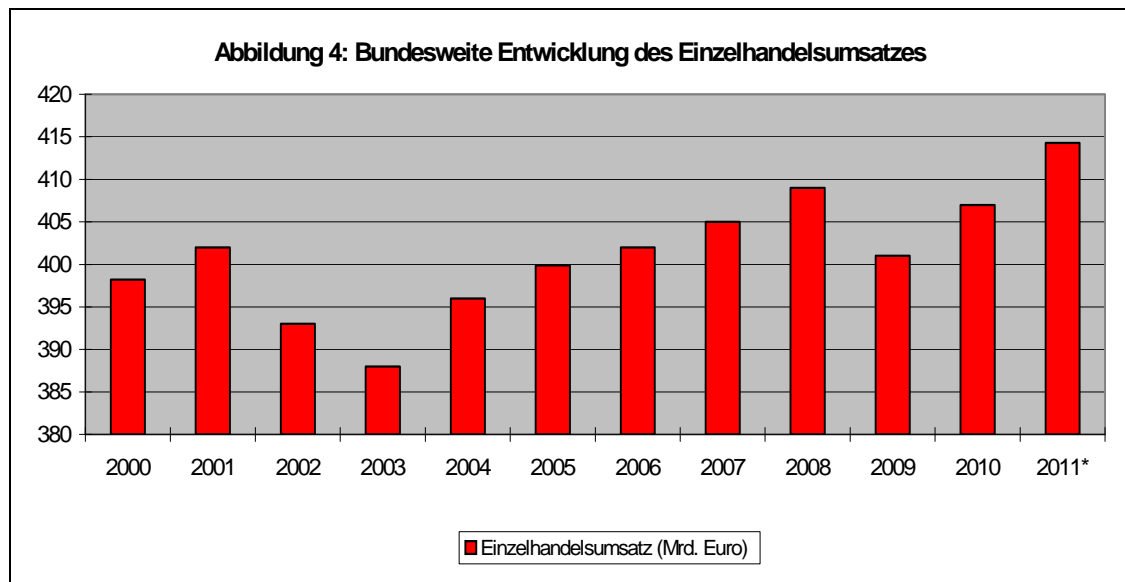
Die Region Stuttgart ist in allen Landkreisen und der Landeshauptstadt Heimstatt für Einwohner, die über eine deutlich höhere Kaufkraft als im Bundesdurchschnitt verfügen. Nach dem Großraum München ist die Region zusammen mit dem Rhein-Main-Gebiet und dem Großraum Hamburg die wohlhabendste Region Deutschlands.

3. Einzelhandelsumsatz

3.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes

Der Einzelhandelsumsatz im engeren Sinn (ohne die Umsätze von Kfz-Handel, Tankstellen, Apotheken und Brennstoffhandel) wird nach Hochrechnungen der IBH Retail Consultants für 2011 in Deutschland rund 414 Mrd. Euro betragen. Das bedeutet gegenüber 2010 einen Zuwachs von über 7 Mrd. Euro oder nominal 1,8 Prozent. Pro Einwohner werden damit beim Einzelhandel Waren für durchschnittlich 5 065 Euro pro Jahr konsumiert.

Seit dem Jahr 2000 bedeutet das zwar ein **nominales Wachstum des Einzelhandelsumsatzes** von 16 Mrd. Euro bzw. 4 Prozent, dies entspricht aber lediglich einer durchschnittlichen jährlichen nominalen Wachstumsrate von etwa 0,36 Prozent. Nach Ausgleich der Inflation ist die Tendenz eher negativ. **In realen Größen stagnieren die Umsätze schon seit zwei Jahrzehnten.**



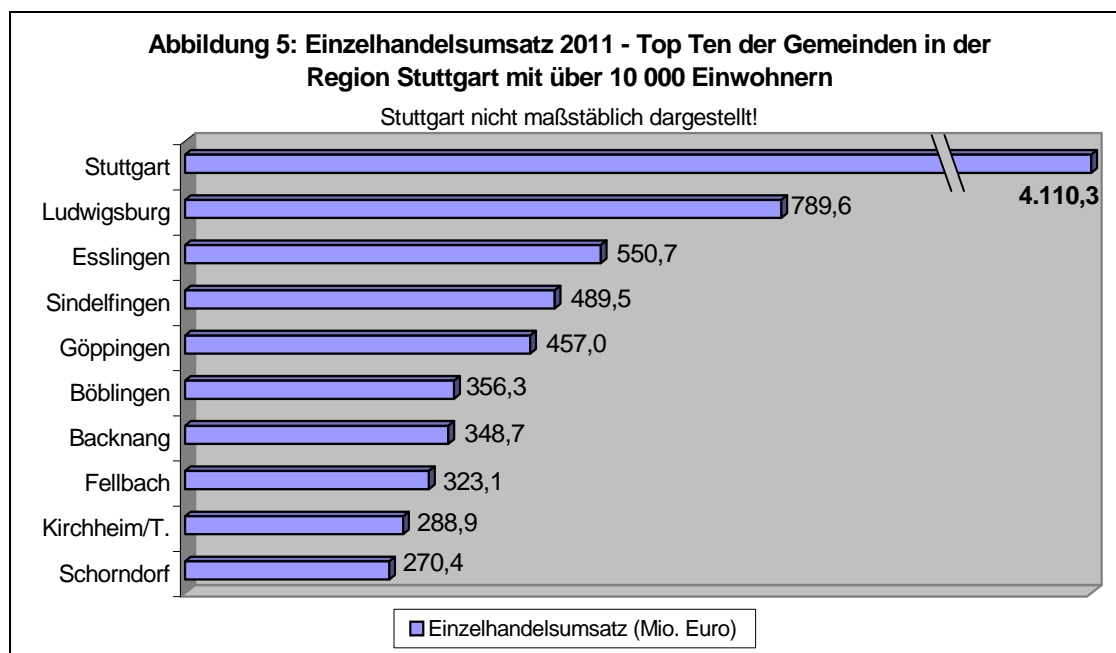
Quelle: IBH Retail Consultants GmbH, Köln; * Prognose

3.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart

Für die gesamte Region ergibt sich nach der Berechnungsmethode der GfK AG für 2011 ein Einzelhandelsumsatz (einschließlich Apotheken und Lebensmittelhandwerk) von rund 13,89 Mrd. Euro (Berechnung siehe Anhang 1). Seit der letzten Studie aus dem Jahr 2009 hat der Umsatz in der Region um etwa 270 Mio. Euro zugenommen. **Damit fließen im Verhältnis zum Nachfragepotenzial (siehe 2.2) per Saldo knapp 1,8 Mrd. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft aus der Region ab.** Das Geld fehlt dem örtlichen Einzelhandel. Die Kaufkraft fließt in Nachbarregionen, weiter ent-

3. Einzelhandelsumsatz

fernte Standorte, in den Versand- und Online-Handel sowie ins Ausland. In Abbildung 5 sind die zehn umsatzstärksten Städte der Region aufgeführt.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Eine detaillierte Übersicht des Einzelhandelsumsatzes in den Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern findet sich im Anhang 2.

Die zehn Städte mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz pro Kopf zeigt Tabelle 3. Die Landeshauptstadt liegt hier nur auf dem zehnten Rang. Der Umsatzindex gibt wieder jeweils an, ob die Umsätze je Einwohner einer Stadt tendenziell über oder unter dem bundesweiten Umsatzdurchschnitt liegen (4 963 Euro = 100,0).

**Tabelle 3: Einzelhandelsumsatz pro Kopf 2011
Top Ten der Gemeinden in der Region Stuttgart über 10 000 Einwohner**

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzindex *
1	Backnang	35 415	9 847	198,4
2	Ludwigsburg	87 460	9 029	181,9
3	Sindelfingen	60 475	8 094	163,1
4	Göppingen	57 068	8 008	161,3
5	Böblingen	46 198	7 712	155,4
6	Geislingen an der Steige	26 922	7 471	150,5
7	Fellbach	44 354	7 285	146,8
8	Kirchheim unter Teck	39 786	7 261	146,3
9	Schorndorf	39 372	6 869	138,4
10	Stuttgart	601 646	6 832	137,6

* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg

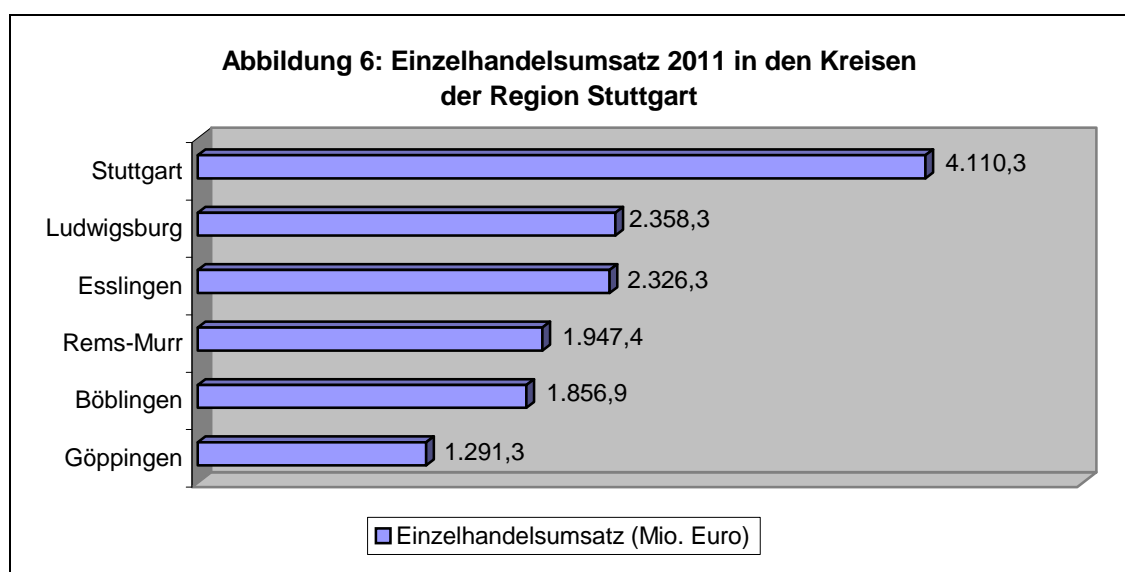
3. Einzelhandelsumsatz

In dieser Tabelle wird deutlich, wie bedeutend die Rolle des großflächigen Einzelhandels für die Höhe des Pro-Kopf-Wertes ist. Einzelhandelsstandorte auf der „grünen Wiese“ sind häufig die Ursache für hohe Umsatzzahlen. Ludwigsburg mit dem Tammer Feld und Sindelfingens Osten mit den bekannten großen Einkaufszentren und Fachmärkten wären dafür bekannte Beispiele. Ein Beispiel für kleinere Städte mit hohen Pro-Kopf-Umsätzen ist Steinheim an der Murr (Platz 11 im Ranking) - mit Fachmärkten und anderen Formen großflächigen Einzelhandels. In diesem Kriterium zeigt sich deutlich, dass die Region Stuttgart eine polyzentrische Struktur mit attraktiven Mittelzentren besitzt. Diese Mittelzentren beherrschen das Ranking.

Ganz hinten beim Einzelhandelsumsatz pro Kopf liegt in der Region Ditzingen mit 1 744 Euro. Kernen, Markgröningen und Korb liegen etwas davor. In diesen Städten liegt der Einzelhandelsumsatz pro Kopf unter der Hälfte dessen, was die Händler im Bundesdurchschnitt erzielen. Die örtliche Nahversorgung wird bei solch niedrigen Werten kaum noch aufrechterhalten. Die Bewohner gehen auswärts einkaufen.

3.3 Einzelhandelsumsatz in den Landkreisen der Region Stuttgart

Der Einzelhandel in der Region Stuttgart erzielt mit etwa 13,89 Mrd. Euro Umsatz immerhin 26,3 Prozent des gesamten Umsatzes von Baden-Württemberg (52,8 Mrd. Euro). Auf die Stadt- und Landkreise innerhalb der Region verteilen sich die Einzelhandelsumsätze wie in Abbildung 6 zu sehen:



Quelle: GfK AG, Nürnberg

3. Einzelhandelsumsatz

Mit einem Erlös von über 4,1 Milliarden Euro nehmen die Einzelhändler der Landeshauptstadt einen großen Teil des regionalen Umsatzes ein. Wie schon bei den absoluten Kaufkraft-Werten liegen sie bei den Umsätzen deutlich vorn. Die Landkreise Ludwigsburg und Esslingen folgen mit Umsätzen von gut 2,3 Mrd. Euro auf den Plätzen. Der Landkreis Göppingen belegt mit seiner kleineren Bevölkerungszahl auch bei diesem Kriterium den letzten Platz.

Anders als bei der Kaufkraft liegt Stuttgart beim Einzelhandelsumsatz pro Einwohner deutlich vor den Landkreisen, wie Tabelle 4 zeigt. Das Oberzentrum zieht nicht nur aus benachbarten Städten Kaufkraft an; als Metropole ist die Landeshauptstadt auch Ziel von Kunden aus den Räumen Heilbronn, Ulm, Tübingen/Reutlingen und Pforzheim. Mit der zunehmenden Bedeutung von Shoppingtourismus und Städtereisen kommt den Umsätzen mit Kunden aus anderen Bundesländern und Ausländern immer größere Bedeutung zu.

Hier liegt der Landkreis Göppingen auf dem zweiten Platz, knapp vor dem Landkreis Böblingen. Und es fällt auf, dass selbst beeindruckende Umsatzmagneten wie Backnang, Ludwigsburg, Schorndorf oder Fellbach ihren Landkreisen nicht zu einem dreistelligen Umsatzindex verhelfen. **Nur Stuttgart und die Landkreise Göppingen und Böblingen weisen Pro-Kopf-Umsätze über dem beziehungsweise um den Bundesdurchschnitt auf.**

Damit liegen auch in allen Kreisen die Umsätze je Einwohner deutlich niedriger als das Nachfragepotenzial der jeweiligen Bevölkerung - mit Ausnahme Stuttgarts. Der Netto-Kaufkraft-Abfluss der Region hat seinen Ursprung also hier. Die Umsatzindizes der Landkreise fallen im Vergleich zu den Kaufkraftindizes (diese liegen bei rund 103 bis 113; siehe Tabelle 2 im Kapitel 2.3) kleiner aus.

Tabelle 4: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner 2011 in den Kreisen der Region Stuttgart

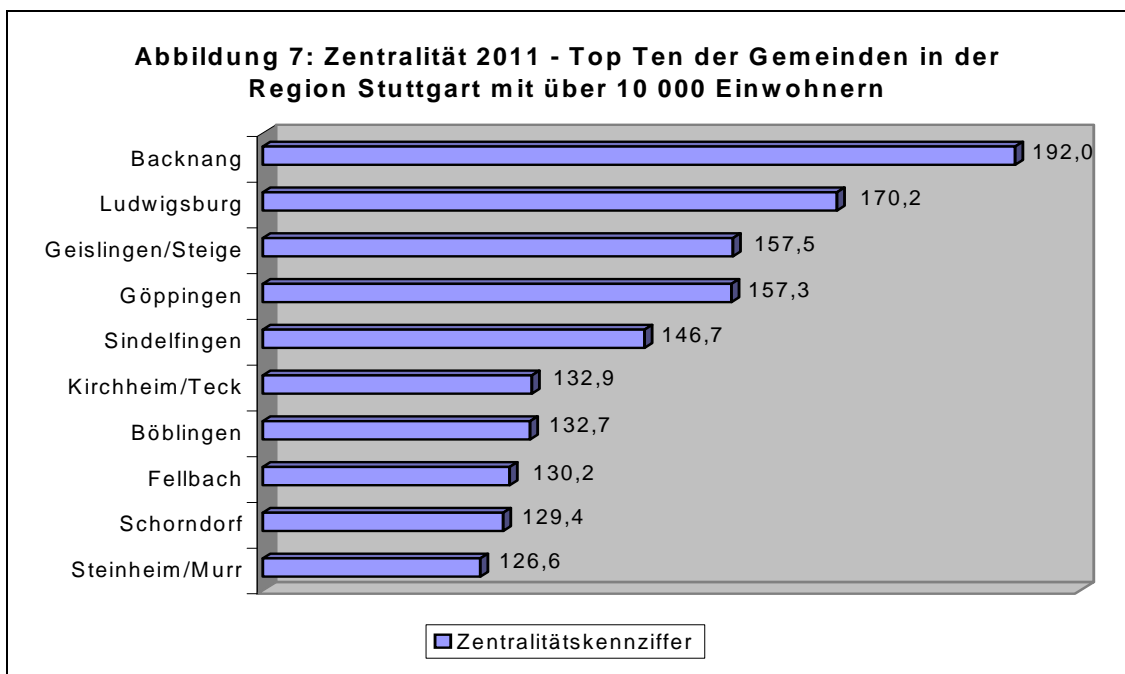
Rang	Stadtkreis/ Landkreis	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- index *
1	Stuttgart	601 646	6 832	137,6
2	Göppingen	253 522	5 094	102,6
3	Böblingen	371 616	4 997	100,7
4	Rems-Murr	415 696	4 685	94,4
5	Ludwigsburg	516 874	4 563	91,9
6	Esslingen	514 109	4 525	91,2

* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg

4. Zentralität

Der Begriff der Zentralität weist das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft jeweils pro Kopf und gemessen am Bundesschnitt aus. Mit seiner Hilfe können Aussagen über den Netto-Kaufkraftzufluss von bzw. -abfluss nach außerhalb getroffen werden (Berechnung siehe Anhang 1). Abbildung 7 erfasst die zehn Städte mit der höchsten Kaufkraftbindung in der Region Stuttgart (eine vollständige Übersicht der Zentralitätskennziffern für die Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern bietet Anhang 2). Da die Kaufkraftwerte pro Kopf in der Region deutlich weniger streuen als die Umsätze, haben letztere technisch gesehen einen bestimmenden Einfluss auf die Zentralitätsindizes. Das Ranking in der nachfolgenden Abbildung 7 ähnelt daher demjenigen der Tabelle 3, in der es um die Umsatzindizes ging.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Die höchste Kaufkraftbindung in der Region hat Backnang vor Ludwigsburg, Geislingen und Göppingen. Diese Mittelzentren sind am erfolgreichsten, was die Erwirtschaftung eines Netto-Kaufkraftzuflusses von außerhalb in die Gemeinden angeht. In Backnang liegt der Umsatz des örtlichen Einzelhandels um über 150 Mio. Euro höher als die am Ort ansässige Kaufkraft. In Ludwigsburg sind es gar über 290 Mio. Euro an zusätzlichem Umsatz, der im Einzelhandel erwirtschaftet wird. Pro Einwohner fließen damit in Backnang rechnerisch weitere 4 340 Euro von außerhalb in die Kassen der örtlichen Einzelhandelsunternehmen - mehr, als manche Stadt im Osten Deutschlands überhaupt aufweist. Die Gründe dafür liegen zu einem guten Teil in den schon im Kapitel 3.2 erwähnten Flächen vor den Toren der Stadt. Auch Sindelfingen gehört zu den außerordentlich erfolgreichen Städten, was die Kaufkraftbindung

4. Zentralität

angeht. Hier erzielen die Einzelhändler etwa eineinhalbmal soviel Umsatz als rein nach der örtlichen Kaufkraft zu erwarten wäre. Stuttgart findet sich mit einer Zentralitätskennziffer von 125,0 auf Platz elf unter den Gemeinden in der Region mit der höchsten Zentralität knapp außerhalb der Tabelle.

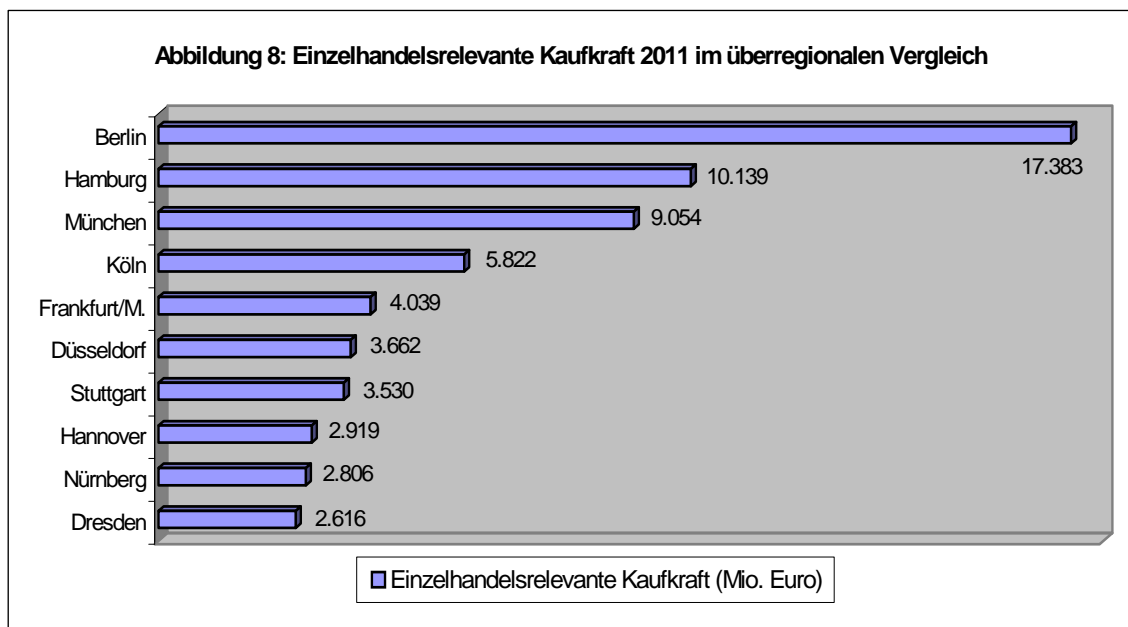
Von den kleineren Gemeinden schafft es nur Steinheim/Murr bei dieser Kennziffer in die Top Ten: Auf den hinteren Plätzen weisen Ditzingen und Kernen im Remstal Zentralitätswerte von deutlich weniger als 40 auf. Kernen steht dabei symptomatisch für kleinere Standorte in der Region; die Einzelhändler bekommen die Nähe von starken Zentren wie Fellbach, Waiblingen und Schorndorf zu spüren. Die schon in Kapitel 3.2 erwähnte polyzentrische Struktur der Region Stuttgart mit ihren starken Mittelzentren macht es den kleinen Standorten teilweise schwer, sich zu behaupten. Wie schon erwähnt, leidet mancherorts die Nahversorgung der Wohnbevölkerung deutlich darunter.

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich

Stuttgart hat in der Region eine besondere Bedeutung; allein aufgrund der Bevölkerungszahl ist Stuttgart nicht wirklich mit anderen Standorten zu vergleichen. Um hier zu einer sinnvolleren Einschätzung zu kommen, hilft es, die Landeshauptstadt in einen Vergleich mit anderen deutschen Metropolen zu stellen.

Der Systematik des regionalen Vergleichs folgend, liegt Berlin wegen seiner Einwohnerzahl in absoluten Größen bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft natürlich vorne - mit etwa 17,4 Mrd. Euro (siehe Abbildung 8). Hamburg, München und Köln folgen auf den Plätzen zwei, drei und vier. Stuttgart belegt den siebten Platz, hinter Frankfurt am Main und Düsseldorf.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Wie im zweiten Kapitel ändert sich allerdings die Rangfolge bei Pro-Kopf-Betrachtung: Jetzt liegt München mit 6 805 Euro deutlich vorne (vgl. nachfolgende Tabelle 5). Düsseldorf folgt mit einigem Abstand auf dem zweiten Platz, vor Frankfurt am Main. **Stuttgart liegt auf dem vierten Platz mit 5 867 Euro pro Einwohner** vor Köln. Wohlhabende Städte wie Hamburg liegen hinter Stuttgart. Wie auch schon bei den regionalen Zahlen ist die Streuung der Werte zurückzuführen auf unterschiedliche demographische und soziale Strukturen der Bevölkerung, die wirtschaftliche Lage, die Erwerbsbeteiligung, das Lohnniveau und die damit verbundene Vermögensverteilung sowie auf das Mietpreisniveau in den Metropolen und ihrem Umland.

Frankfurt am Main und Dresden haben sich in den letzten zwei Jahren besonders gut entwickelt; Stuttgart hatte hier etwas Mühe. Nur Nürnberg und Berlin haben relativ weniger gewonnen bzw. sogar verloren. Für die Landeshauptstadt spielen wohl noch

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

die hier eher ausgeprägten Folgen der Krise von 2008/2009 eine Rolle. Alle Standorte haben sich aber in absoluten Zahlen (Euro pro Kopf) deutlich gegenüber 2009 verbessert. Diese Einschätzung hat die GfK auch für Deutschland insgesamt.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2011 im überregionalen Vergleich

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index *
1	München	1 330 440	6 805	127,7
2	Düsseldorf	586 217	6 248	117,2
3	Frankfurt/Main	671 927	6 012	112,8
4	Stuttgart	601 646	5 867	110,1
5	Köln	998 105	5 833	109,5
6	Hamburg	1 774 224	5 715	107,2
7	Hannover	520 966	5 604	105,2
8	Nürnberg	503 673	5 570	104,5
9	Dresden	517 052	5 060	95,0
10	Berlin	3 442 675	5 049	94,8

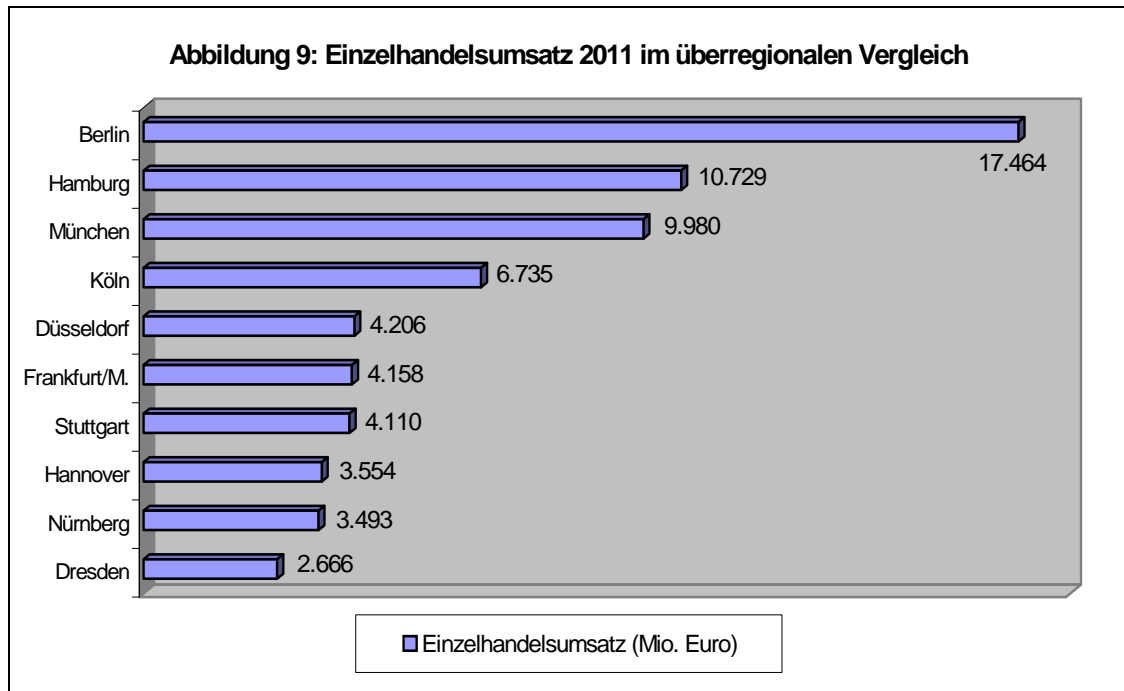
* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0)

Quelle: GfK AG, Nürnberg

5.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich

Wie schon bei den absoluten Kaufkraftzahlen liegt wegen der Bevölkerungszahl der Berliner Einzelhandel auch beim Umsatz vorn: Etwa 17,5 Mrd. Euro klingeln dort in den Kassen (siehe die nachfolgende Abbildung 9). Und wieder folgen die nächstgrößeren Standorte Hamburg, München und Köln auf den Plätzen zwei, drei und vier. München ist den Hanseaten allerdings bei diesem Kriterium näher auf den Fersen; auch Köln und Düsseldorf sind relativ besser platziert. Stuttgart besitzt zwar nur ein starkes Sechstel der Einwohner Berlins, der Einzelhandel in Stuttgart erzielt aber immerhin fast ein Viertel des dortigen Umsatzes. Mit über 4,1 Mrd. Euro liegt Stuttgart auf Platz sieben im Vergleich der Metropolen. Frankfurt am Main konnte sich knapp vor die Landeshauptstadt setzen. Zusammen mit Dresden und München hat es relativ am Meisten seit 2009 dazugewonnen.

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Wie schon in Kapitel 3.2 beschrieben, liegt die Ursache der unterschiedlichen Rangplätze bei Kaufkraft und Umsatz in den unterschiedlichen Pro-Kopf-Werten. Tabelle 6 zeigt, dass Standorte wie Hamburg und Berlin hier weit hinten landen. Hinter der starken Führungsgruppe der ersten sechs gibt es die Verfolger Frankfurt/M. und Hamburg; deutlich hinten liegen Berlin und Dresden. **Stuttgart erreicht den vierten Platz.** Zusammen mit Nürnberg und Berlin hat sich Stuttgart aber am wenigsten positiv seit 2009 entwickelt.

Tabelle 6: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner 2011 im überregionalen Vergleich

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzindex *
1	München	1 330 440	7 502	151,1
2	Düsseldorf	586 217	7 175	144,6
3	Nürnberg	503 673	6 934	139,7
4	Stuttgart	601 646	6 832	137,6
5	Hannover	520 966	6 822	137,5
6	Köln	998 105	6 747	135,9
7	Frankfurt am Main	671 927	6 188	124,7
8	Hamburg	1 774 224	6 047	121,8
9	Dresden	517 052	5 157	103,9
10	Berlin	3 442 675	5 073	102,2

* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0)

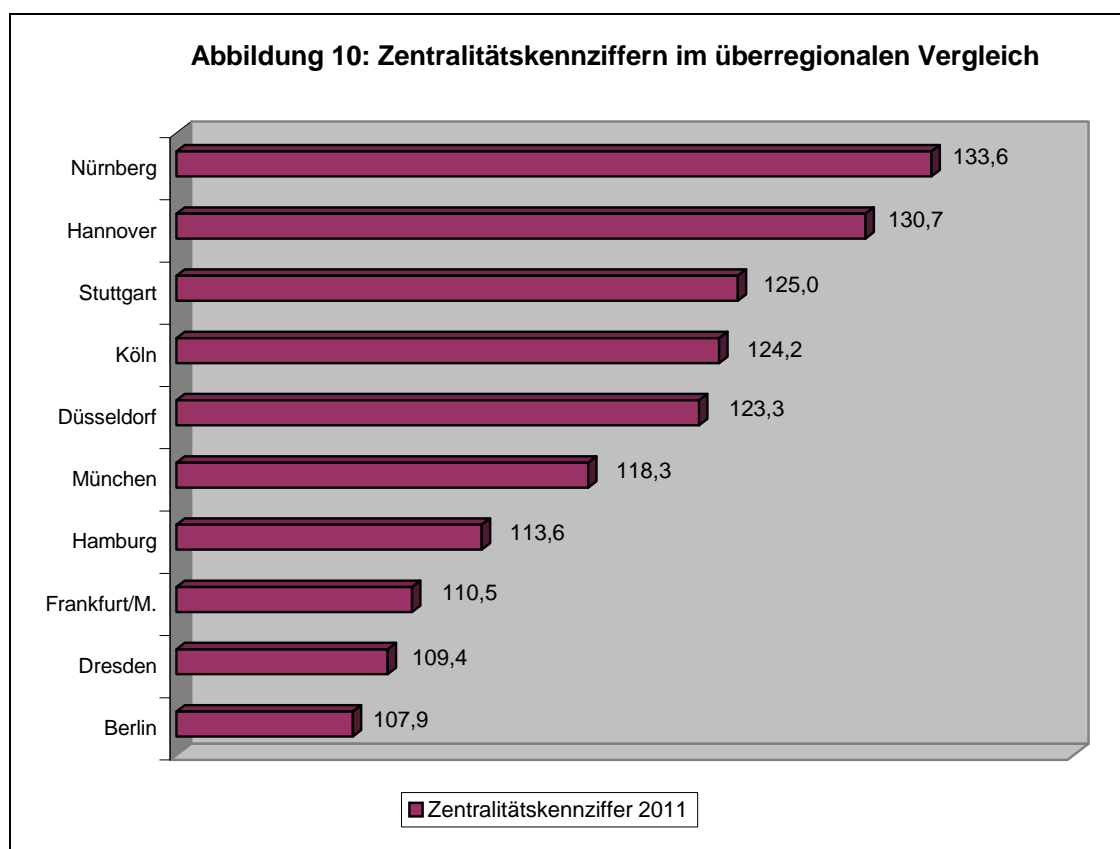
Quelle: GfK AG, Nürnberg

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

5.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich

Wie in Kapitel 4 erläutert, gibt die Zentralitätskennziffer das Ausmaß eines Netto-Kaufkraftzuflusses bzw. -abflusses der betreffenden Stadt an. Ein Wert über 100 zeigt an, dass der örtliche Einzelhandel mehr Umsätze erzielt als nach der bei der örtlichen Bevölkerung vorhandenen Kaufkraft zu erwarten wäre. Sie drückt also das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort aus.

Bei allen Metropolen hat die Kennziffer einen niedrigeren Wert als vor zwei Jahren. Aber wie auch schon in der letzten Untersuchung liegen Nürnberg und Hannover mit einer Zentralität von mehr als 130 vorne (siehe Abbildung 10). **Auf dem dritten Platz liegt mit einer Zentralitätskennziffer von 125 Stuttgart.** In Worte übersetzt bedeutet die Kennziffer, dass in Stuttgart in den Kassen der Einzelhändler per Saldo ein Viertel mehr an Umsatz landet, als dies aufgrund der Einkommensverhältnisse der Stuttgarter Bevölkerung zu erwarten wäre. Ähnlich erfolgreich sind bei den aufgeführten Metropolen auch noch Köln und Düsseldorf. Berlin bildet mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 108 das Schlusslicht in der Vergleichsgruppe. Die Hauptstadt hat sich allerdings nach Nürnberg und vor Köln relativ gesehen verbessert, schlechter erging es Düsseldorf, Dresden und Stuttgart.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

Die Metropolen, die hier vorne liegen, stellen in und für ihre Ballungsräume besonders starke Magneten dar. Anders als der polyzentrische Stuttgarter Raum stellen Nürnberg und Hannover ungleich stärkere Schwergewichte in der Bedeutung ihres Umlandes dar. Ähnlich liegt der Fall auch für München, das über seinen Ballungsraum hinaus für ganz Oberbayern das Gravitationszentrum für den Einzelhandel darstellt. Die Landeshauptstadt, beziehungsweise ihr Einzelhandel, muss sich also nicht hinter den teilweise erstaunlich stark auftretenden Mittelstädten im sogenannten Speckgürtel verstecken. Im deutschen Vergleichsmaßstab kann sich Stuttgart allemal sehen lassen.

6. Schlussfolgerungen

Die Region Stuttgart ist für Handelsunternehmen einer der attraktivsten Standorte in ganz Deutschland. Wenn man allerdings den Blick auf einzelne Standorte richtet, ergeben sich immense Unterschiede. Die Gründe dafür sind vielfältig: An jedem Standort ist die Gemengelage von lokalen, regionalen und überregionalen Einflussfaktoren unterschiedlich.

Die überregionalen Faktoren sind von den lokalen Akteuren - ob kommunalen oder Unternehmensvertretern - kurzfristig nicht zu beeinflussen. Dabei handelt es sich beispielsweise um konjunkturelle Schwankungen, langfristige Trends bei Konsumgewohnheiten, weltwirtschaftliche Entwicklungen und Ähnliches. Bei den regionalen Einflüssen sieht es schon anders aus: Hier können Unternehmer ihr Gewicht bei politischen Entscheidungsträgern geltend machen und sich für ihre Bedürfnisse Gehör verschaffen. Die Regionalplanung spielt hier eine herausragende Rolle.

Kommunale Entscheidungsträger sollten ihre ansässigen und die ansiedlungswilligen Betriebe nicht zuallererst als Gewerbesteuerquelle für den Gemeindehaushalt sehen, sondern als das begreifen, was sie sind: das Funktionsgerüst für das örtliche Gemeinwesen. Ohne funktionierende Nahversorgung und ohne Arbeitsplätze werden aus Kommunen seelenlose Schlaf- und Trabantenstädte.

Die Unternehmen sollten in die Lage versetzt werden, das zu tun, was sie am besten können: im Wettbewerb mit anderen diejenigen Waren und Dienstleistungen zur Verfügung stellen, welche die Kunden auch wirklich wollen. Und zwar dort, wo es aus gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten am sinnvollsten ist. Sie benötigen ein positives Umfeld, in dem sie agieren können. Wenn Städte und Gemeinden dabei Rat und Expertise gebrauchen können, bietet sich die IHK als kompetenter Gesprächspartner gerne an.

Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen

Für den allgemeinen Überblick Deutschlands wurde auf Prognosen der IBH Retail Consultants GmbH, Köln, zurückgegriffen. Die für die Region Stuttgart ausgewiesenen Daten beruhen auf **Prognosen** der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK AG) für das Jahr 2011. Die allgemeine Berechnung der prognostizierten Werte basiert auf vorläufigen gesamtwirtschaftlichen Rahmendaten und Annahmen über anstehende Betriebseröffnungen und -schließungen. Veröffentlichte Ergebnisse diverser Forschungsinstitute ergeben sich aus jeweils unterschiedlichen Basisdaten und Berechnungsmethoden. Problematisch ist zudem, die hochgerechneten Daten in einem **Zeitvergleich** über mehrere Jahre hinweg gegenüberzustellen; einerseits werden zunächst geschätzte Werte nachträglich durch die amtliche Statistik revidiert, andererseits können sich zwischenzeitlich methodische Verbesserungen in der Berechnung ergeben haben.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der tatsächlich im Einzelhandel 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 Erlöse aus der Landwirtschaft und Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Kinder- und Wohngeld, Renten sowie BAföG. Abgezogen werden nicht konsumrelevante Unternehmereinkünfte aus Personengesellschaften. Herausgerechnet werden zudem beispielsweise Mieten, Hypothekenzinsen, Versicherungen, Kfz-Kosten, Ausgaben für Reisen, Dienstleistungen, Sparen etc. Die Anteile werden über den Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes, eine Erhebung bei 60 000 Haushalten, festgestellt.

Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz wird auf Basis der amtlichen Statistik, insbesondere der Umsatzsteuerstatistik ermittelt. Diese Daten werden bereinigt und mit den berechneten bzw. geschätzten Umsätzen der Organschaften und Filialstandorte verrechnet. Weiterhin berücksichtigt sind die Umsätze der Bäckereien, Konditoreien, Fleischereien und Apotheken. Nicht enthalten sind der Versandhandel, der Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen sowie der Handel mit Kraft- und Brennstoffen. Der Saldo ergibt den Umsatz des sogenannten Einzelhandels im engeren Sinn.

Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen

Zentralitätskennziffer

Die Zentralitätskennziffer zeigt die Kaufkraftbindung einer Stadt oder Gemeinde an und gibt den Netto-Kaufkraftzufluss von oder -abfluss an außerhalb an. Die Zentralitätswerte stellen also jeweils Saldoangaben dar, die sich aus der Verrechnung von Zu- und Abflüssen eines Einkaufsstandortes 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: $\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzindex}}{\text{einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex}} \times 100$

Anhang 2: Kennzahlen 2011 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern

Stadt-/Landkreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz-index*	Zentralitätskennziffer
Stuttgart	Stuttgart	601 646	3 529,7	5 867	110,1	4 110,3	6 832	137,6	125,0
Landkreis Böblingen	Sindelfingen	60 475	358,1	5 922	111,1	489,5	8 094	163,1	146,7
	Böblingen	46 198	288,2	6 237	117,1	356,3	7 712	155,4	132,7
	Leonberg	45 236	290,8	6 429	120,7	256,1	5 662	114,1	94,5
	Herrenberg	31 324	185,3	5 916	111,0	149,3	4 766	96,0	86,5
	Weil der Stadt	18 942	108,9	5 751	107,9	89,3	4 714	95,0	88,0
	Renningen	17 259	99,3	5 754	108,0	66,8	3 868	77,9	72,2
	Holzgerlingen	12 753	77,4	6 069	113,9	37,8	2 960	59,6	52,4
	Gärtringen	12 076	72,7	6 020	113,0	38,6	3 198	64,4	57,0
	Rutesheim	10 226	59,2	5 792	108,7	47,3	4 627	93,2	85,8
Landkreis Esslingen	Esslingen am Neckar	91 463	546,2	5 972	112,1	550,7	6 021	121,3	108,2
	Filderstadt	44 099	267,0	6 056	113,6	209,6	4 752	95,7	84,3
	Nürtingen	40 345	232,4	5 761	108,1	196,1	4 860	97,9	90,6
	Kirchheim unter Teck	39 786	233,4	5 868	110,1	288,9	7 261	146,3	132,9
	Leinfelden-Echterdingen	37 074	239,2	6 451	121,1	200,5	5 408	109,0	90,0
	Ostfildern	35 932	227,5	6 332	118,8	146,4	4 076	82,1	69,1
	Wendlingen am Neckar	15 999	90,8	5 672	106,4	84,4	5 278	106,3	99,9
	Plochingen	14 115	81,3	5 762	108,1	58,3	4 132	83,2	77,0
	Wernau am Neckar	12 316	70,1	5 692	106,8	44,3	3 596	72,5	67,8
	Neuhausen auf d. Fildern	11 384	71,7	6 294	118,1	28,9	2 539	51,2	43,3
	Denkendorf	10 509	61,8	5 877	110,3	32,9	3 127	63,0	57,1
LK Göppingen	Göppingen	57 068	312,0	5 467	102,6	457,0	8 008	161,3	157,3
	Geislingen an der Steige	26 922	137,2	5 095	95,6	201,1	7 471	150,5	157,5
	Eislingen an der Fils	20 208	109,6	5 425	101,8	114,3	5 654	113,9	111,9
	Ebersbach an der Fils	15 330	85,3	5 561	104,4	46,4	3 028	61,0	58,5
	Uhingen	13 721	75,7	5 518	103,6	74,9	5 459	110,0	106,2
	Donzdorf	10 824	60,1	5 554	104,2	56,4	5 212	105,0	100,7

* bezogen auf den Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg. Berechnungsmethode siehe Anhang 1.

Anhang 2: Kennzahlen 2011 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern

Stadt/ Land- kreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung (01.01.2010)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- index*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- index*	Zentralitäts- kennziffer
Landkreis Ludwigsburg	Ludwigsburg	87 460	498,1	5 695	106,9	789,6	9 029	181,9	170,2
	Bietigheim-Bissingen	42 791	260,0	6 077	114,0	256,5	5 994	120,8	105,9
	Kornwestheim	31 098	180,7	5 810	109,0	139,8	4 494	90,6	83,1
	Vaihingen an der Enz	28 853	162,0	5 614	105,4	107,6	3 730	75,2	71,3
	Ditzingen	24 535	150,2	6 122	114,9	42,8	1 744	35,1	30,6
	Remseck am Neckar	23 282	149,9	6 439	120,8	102,6	4 408	88,8	73,5
	Gerlingen	18 952	130,6	6 892	129,3	91,7	4 840	97,5	75,4
	Korntal-Münchingen	18 561	119,9	6 459	121,2	69,5	3 743	75,4	62,2
	Sachsenheim	17 517	96,5	5 512	103,4	62,5	3 567	71,9	69,5
	Freiberg am Neckar	15 782	95,5	6 052	113,6	41,4	2 621	52,8	46,5
	Marbach am Neckar	15 556	88,7	5 703	107,0	43,0	2 766	55,7	52,1
	Markröningen	14 457	81,6	5 641	105,9	31,9	2 204	44,4	41,9
	Asperg	13 024	80,6	6 188	116,1	47,1	3 614	72,8	62,7
	Tamm	12 282	77,4	6 301	118,3	37,6	3 058	61,6	52,1
	Steinheim an der Murr	12 011	68,9	5 735	107,6	81,3	6 765	136,3	126,6
	Besigheim	11 681	67,9	5 813	109,1	49,2	4 213	84,9	77,8
Schwieberdingen	11 230	73,2	6 520	122,4	46,9	4 177	84,2	68,8	
Möglingen	10 578	63,1	5 968	112,0	39,6	3 743	75,4	67,3	
Landkreis Rems-Murr	Waiblingen	52 776	317,0	6 006	112,7	270,1	5 117	103,1	91,5
	Fellbach	44 354	266,4	6 006	112,7	323,1	7 285	146,8	130,2
	Schorndorf	39 372	224,4	5 700	107,0	270,4	6 869	138,4	129,4
	Backnang	35 415	195,0	5 507	103,3	348,7	9 847	198,4	192,0
	Winnenden	27 504	154,4	5 613	105,3	120,6	4 385	88,3	83,9
	Weinstadt	26 444	161,2	6 096	114,4	140,4	5 310	107,0	93,5
	Kernen im Remstal	15 314	89,3	5 829	109,4	29,7	1 937	39,0	35,7
	Murrhardt	13 968	72,2	5 168	97,0	53,0	3 792	76,4	78,8
	Remshalden	13 396	82,9	6 186	116,1	33,9	2 528	50,9	43,9
	Rudersberg	11 436	60,7	5 312	99,7	32,3	2 827	57,0	57,1
	Welzheim	11 059	57,2	5 174	97,1	46,8	4 233	85,3	87,8
	Leutenbach	10 823	65,2	6 026	113,1	34,2	3 162	63,7	56,3
	Korb	10 401	64,9	6 236	117,0	25,1	2 413	48,6	41,5

* bezogen auf den Durchschnitt der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0).

Quelle: GfK AG, Nürnberg. Berechnungsmethode siehe Anhang 1.

Anschriften

Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart

Jägerstraße 30, 70174 Stuttgart
Postfach 10 24 44, 70020 Stuttgart
Telefon 0711 2005-0, Telefax -1354
www.stuttgart.ihk.de
info@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Böblingen

Steinbeisstraße 11, 71034 Böblingen
Telefon 07031 6201-0, Telefax -8260
info.bb@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Esslingen-Nürtingen

Fabrikstraße 1, 73728 Esslingen
Postfach 10 03 47, 73703 Esslingen
Telefon 0711 39007-0, Telefax -8330
info.esnt@stuttgart.ihk.de

Geschäftsstelle Nürtingen
Bismarckstraße 8 - 12, 72622 Nürtingen
Postfach 14 20, 72604 Nürtingen
Telefon 07022 3008-0, Telefax -8630

Bezirkskammer Göppingen

Franklinstraße 4, 73033 Göppingen
Postfach 6 23, 73006 Göppingen
Telefon 07161 6715-0, Telefax 07161 69585
info.gp@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Ludwigsburg

Kurfürstenstraße 4, 71636 Ludwigsburg
Postfach 609, 71606 Ludwigsburg
Telefon 07141 122-0, Telefax -1035
info.lb@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Rems-Murr

Kappelbergstraße 1, 71332 Waiblingen
Telefon 07151 95969-0, Telefax -8726
info.wn@stuttgart.ihk.de

