

Hohe Kaufkraft für den Handel in der Region Stuttgart

Kennzahlen für den Einzelhandel 2013:
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 August 2013

© 2013 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 2013 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern	26
Anschriften	28

Vorwort

Die Region Stuttgart ist nicht nur der wirtschaftliche Motor des Landes Baden-Württemberg, sondern der mit Abstand attraktivste Absatzmarkt im Südwesten. Hier konzentriert sich die Wirtschaftskraft von innovativen kleinen und großen Unternehmen. Deren Angestellte - ausgestattet mit entsprechender Kaufkraft - wohnen und kaufen hier gerne ein.

Dennoch ist der Wettbewerb für die Handelsunternehmen nicht einfach; vor allem der gewachsene innerstädtische Handel wird durch Verkaufsflächen an peripheren Lagen bedrängt und gerät zunehmend durch den stark wachsenden Online-Handel unter Druck.

Unter dieser Entwicklung leiden die Einkaufsstandorte in den Innenstädten. Deren Funktion zu erhalten, ist gesellschaftlich notwendig. Sie werden als Kontaktforum gebraucht und sind auch für private und öffentliche Dienstleistungen lebenswichtig. Das Planungsrecht hat diese Funktionen zu schützen und für sinnvolle Strukturen in der Einzelhandelslandschaft zu sorgen. Kommunen müssen die Anliegen des Handels genauso berücksichtigen wie die anderer gesellschaftlicher Gruppen. Weniger Bürokratie und einfachere Genehmigungsverfahren könnten eine Menge bewirken.

Mit dieser Untersuchung unterstützt die IHK Region Stuttgart ihre Mitgliedsunternehmen und Investoren aus dem Einzelhandel sowie Kommunen bei deren Planungen. Die Studie ist Teil unseres breit gefächerten Informations-, Beratungs- und Schulungsangebots für den Einzelhandel.

Stuttgart, im August 2013



Georg Fichtner
Präsident



Andreas Richter
Hauptgeschäftsführer

1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

- Die Region Stuttgart verfügt im Bundesvergleich über eine überdurchschnittliche **Kaufkraft** und ist für Handel und Investoren einer der attraktivsten Standorte in Deutschland. 54 der 58 untersuchten Städte und Gemeinden in der Region Stuttgart verfügen über ein im Bundesvergleich überdurchschnittliches **einzelhandelsrelevantes Konsumpotenzial**. Dieses Potenzial beträgt im gesamten Kammerbezirk **16,36 Mrd. Euro**, was einem Anteil am Potenzial Baden-Württembergs von 26,6 Prozent und am Potenzial Deutschlands von 3,6 Prozent entspricht. An kleineren und mittleren Standorten rund um Stuttgart ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft besonders hoch. Die Bewohner des Landkreises Böblingen sind statistisch gesehen am wohlhabendsten, dicht gefolgt von denen der Kreise Esslingen, Stuttgart und Ludwigsburg. Stuttgart gehört mit hohem Nachfragepotenzial im nationalen Vergleich zu den attraktivsten Metropolen.
- Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2011 fallen die **Umsätze im stationären Einzelhandel** in der Region nominal um 64 Mio. Euro höher aus; unter Berücksichtigung der Inflation entspricht dies allerdings einem geringen Rückgang. Der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Region stehen Umsätze im stationären Einzelhandel in Höhe von **13,95 Mrd. Euro** gegenüber. Ein erheblicher Anteil des vorhandenen Kaufkraftvolumens (2,4 Milliarden Euro) wird somit außerhalb der Region und im **Internet** oder Versandhandel ausgegeben.
- Mit der Kennziffer der **Zentralität** wird die örtliche Kaufkraftbindung erfasst. Hierbei haben die Mittelzentren im näheren Umfeld Stuttgarts die höchsten 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.
- Im **Vergleich mit anderen Metropolen** Deutschlands schlägt sich der **Stuttgarter Einzelhandel** beeindruckend. Ihm gelingt es, trotz der polyzentrischen Struktur der Region mit vielen starken Mittelzentren auch überregionale Kaufkraft zu binden und 22 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 gelockt wird.

Zu Aussagekraft, Datengrundlage und Berechnungsmethoden der in dieser Studie verwendeten Daten siehe Anhang 1.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

2.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel

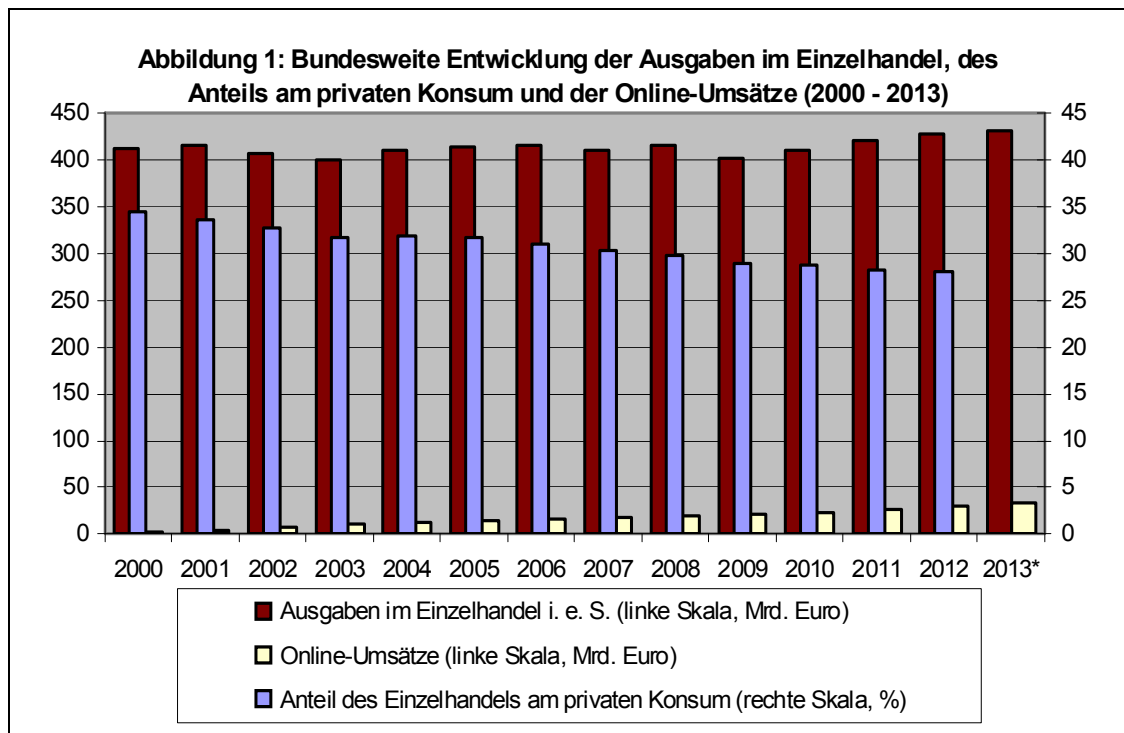
Nach Berechnungen der IfH Retail Experts, Köln, erreicht das **verfügbare Einkommen**, das von den Bürgern der Bundesrepublik Deutschland ausgegeben werden kann, für das Jahr 2013 einen Wert von **1,716 Billionen Euro**. Diese Summe ergibt sich aus der Addition von Nettoeinkommen aus abhängiger Arbeit, aus Unternehmertätigkeit und Kapitalanlagen sowie aus Sozial- oder Transfereinkommen. Seit der letzten Berechnung vor zwei Jahren hat sich der Wert nominal um 83 Mrd. Euro erhöht (+ 5,1 Prozent). Inflationbereinigt entspricht der Betrag keiner relevanten Steigerung. **Pro Kopf errechnen sich daraus 20 996 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 - er lag 2012 nach Angaben des Handelsverbandes HDE bei 1,522 Billionen Euro; 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 ein Viertel, derjenige für Verkehr und Telekommunikation auf ein Sechstel; Freizeit, Gastronomie und Unterhaltung liegen bei einem Anteil von gut einem Siebtel.

Immer kleiner geworden ist dagegen in den letzten Jahren der Teil der privaten Konsumausgaben, der im Einzelhandel im engeren Sinn (ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) ausgegeben wird - von 42 Prozent 1991 über 35 Prozent im Jahre 2000 bis hin zu nur noch 28,1 Prozent vom verfügbaren Einkommen im Jahr 2012. 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 401 Mrd. Euro auf 416 Mrd. Euro zugenommen; die Wirtschaftskrise hatte allerdings dazu geführt, dass dieser Wert erst 2011 wieder überboten wurde und 2013 432,1 Mrd. Euro erreicht wird. **Inflationbereinigt stagnieren die Ausgaben im Einzelhandel schon seit Anfang der 1990er Jahre** (siehe Abbildung 1).

Gut 54 Prozent des Wertes für den stationären Handel werden für den kurzfristigen Bedarf (vor allem für Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Bäcker/Metzger), knapp 24 Prozent für den mittelfristigen Bedarf (vorwiegend Bekleidung und Baumarktartikel) sowie etwa 19 Prozent für den langfristigen Bedarf (vor allem Unterhaltungselektronik und Möbel) aufgewandt. Den Rest machen vor allem Dienstleistungen und zu einem geringeren Teil Einzelhandelsumsätze des Großhandels aus.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



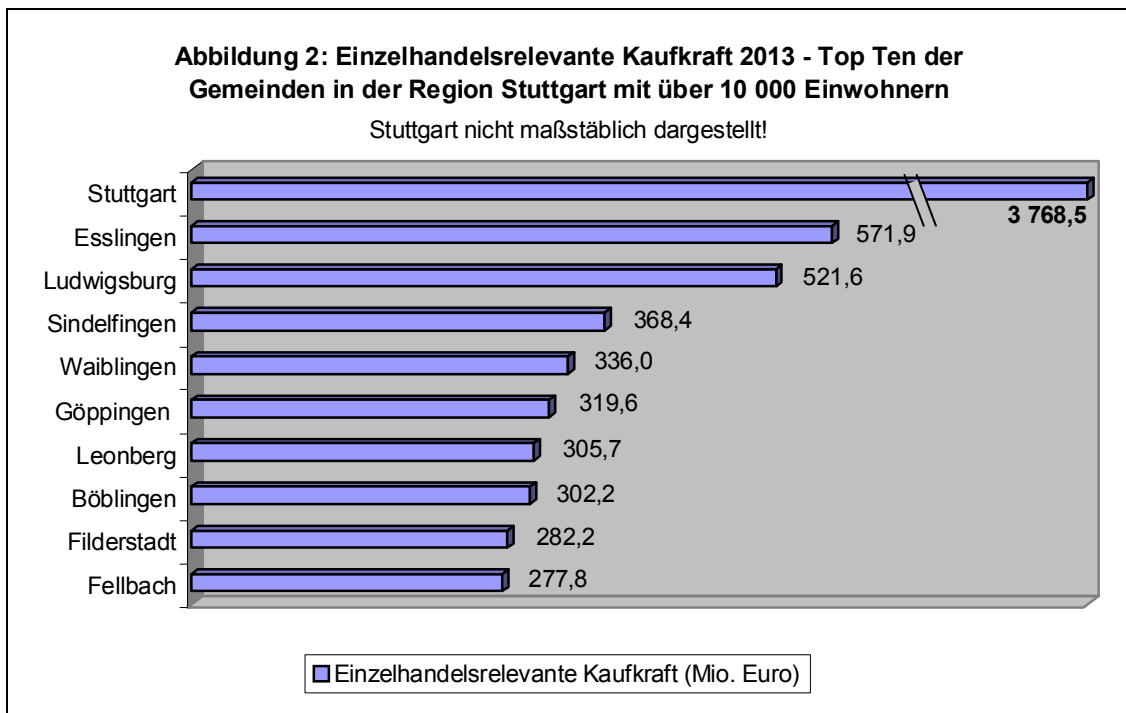
Quelle: Statist. Bundesamt, HDE, IfH Retail Consultants GmbH, Köln; * Prognose

2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart

Für Baden-Württemberg hat die Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung AG, Nürnberg (GfK), die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2013 auf rund 61,59 Mrd. Euro berechnet (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). **In der Region Stuttgart verfügt die Bevölkerung mit 16,36 Mrd. Euro über 26,6 Prozent des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens des Landes.**

Die Stadt mit dem größten einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial im Land ist die Landeshauptstadt mit etwa 3,77 Mrd. Euro. Sie sowie 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

Bei den in dieser Studie untersuchten 58 Kommunen in der Region Stuttgart mit mehr als 10 000 Einwohnern beträgt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner zwischen 5 157 Euro und 7 295 Euro. **Mit nur vier Ausnahmen verfügen damit alle Städte der Region über ein im Bundesvergleich überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial.** Die regionalen Spitzenreiter sind in der nachfolgenden Tabelle 1 aufgeführt. Die vier erwähnten Ausnahmen sind Rudersberg (5 432 Euro), Welzheim (5 241 Euro), Murrhardt (5 205 Euro) und Geislingen/Steige (5 157 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 (eine detaillierte Übersicht unter anderem über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in allen Kommunen der Region Stuttgart mit mehr als 10 000 Einwohnern findet sich in der Tabelle im Anhang 2).

Unter dem in Tabelle 1 aufgeführten Kaufkraftindex versteht man den Pro-Kopf-Wert für einzelne Gemeinden im Verhältnis zum bundesweiten Durchschnitt (5 500 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.

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

**Tabelle 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2013 pro Kopf
Top Ten der Gemeinden in der Region Stuttgart über 10 000 Einwohner**

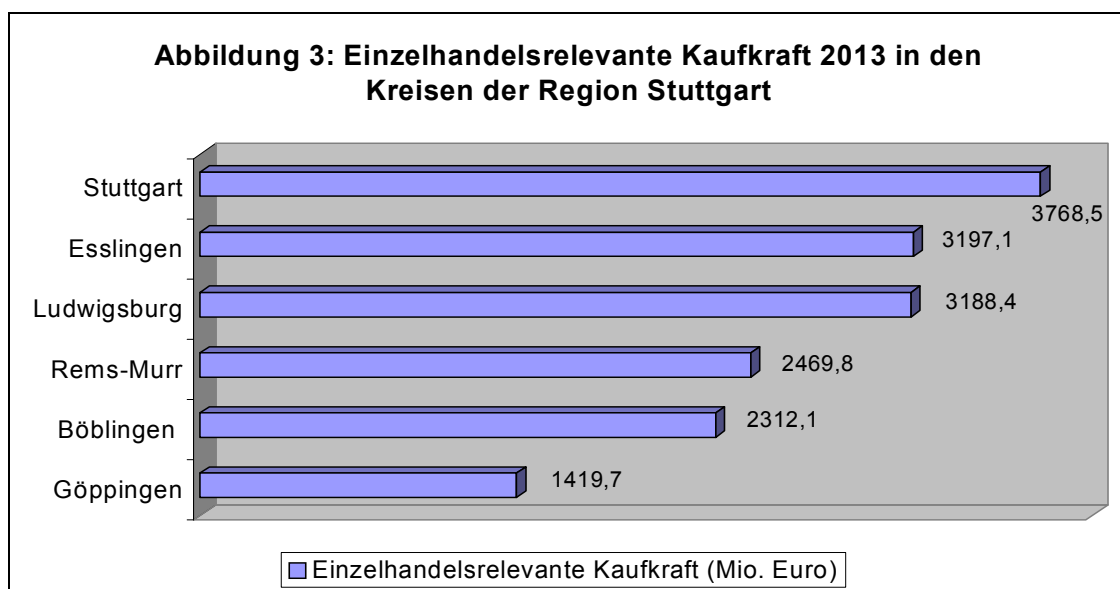
Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- index *
1	Gerlingen	19 224	7 295	132,7
2	Leonberg	45 333	6 744	122,6
3	Leinfelden-Echterdingen	37 378	6 737	122,5
4	Schwieberdingen	11 466	6 736	122,5
5	Korntal-Münchingen	18 608	6 707	122,0
6	Remseck	23 686	6 638	120,7
7	Ostfildern	36 584	6 563	119,3
8	Korb	10 342	6 531	118,8
9	Neuhausen a. d. F.	11 393	6 520	118,6
10	Tamm	12 443	6 495	118,1

* 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

Beim regionalen Vergleich auf Kreisebene nimmt die Spitzenposition beim absoluten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen der Stadtkreis Stuttgart ein. Mit einer Summe von ebenfalls mehr als 3 Mrd. Euro folgen der Landkreis Esslingen und der Landkreis Ludwigsburg dichtauf. Unter anderem wegen seiner deutlich geringeren Bevölkerungszahl ist der Landkreis Göppingen naturgemäß der Kreis mit dem geringsten absoluten Nachfragevolumen. Die Abbildung 3 zeigt, wie sich die knapp 16,4 Mrd. Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der Region Stuttgart auf die Kreise verteilen:



Quelle: GfK AG, Nürnberg

2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Wenn man eine Rangfolge der Landkreise bezüglich der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner bildet, liegen die Landkreise Böblingen, Esslingen und Ludwigsburg an der Spitze.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2013 in den Kreisen der Region Stuttgart

Rang	Stadtkreis/Landkreis	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index *
1	Böblingen	372 334	6 210	112,9
2	Esslingen	517 205	6 182	112,4
3	Stuttgart	613 392	6 144	111,7
4	Ludwigsburg	521 014	6 120	111,3
5	Rems-Murr	415 719	5 941	108,0
6	Göppingen	252 002	5 634	102,4

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

Quelle: GfK AG, Nürnberg

Statistisch gesehen sind also die Einwohner im Landkreis Böblingen am wohlhabendsten, knapp vor denen in den Kreisen Esslingen, Stuttgart und Ludwigsburg. Jeder Einwohner des Landkreises Böblingen gibt danach 6 210 Euro im Einzelhandel aus - und damit über 700 Euro mehr als der Durchschnitt aller Bundesbürger. Dass die Landeshauptstadt nur im Verfolgerfeld zu finden ist, während sie vor einem Jahrzehnt noch der (Stadt-)Kreis mit dem höchsten einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzial pro Einwohner in der Region war, liegt unter anderem an der höheren Arbeitslosigkeit im Vergleich zu den umliegenden Landkreisen. Die besondere Problemlage der Großstadt hat sich in den vergangenen Jahren auch auf das verfügbare Einkommen der Bevölkerung ausgewirkt. In anderen deutschen Metropolen sind vergleichbare Tendenzen festzustellen; Großstädte waren tendenziell stärker von der wirtschaftlichen Krise der ersten Hälfte des letzten Jahrzehntes betroffen als mittlere Kommunen. Es bleibt abzuwarten, ob der Trend zurück in die Städte dazu führt, dass auch gut verdienende Angestellte wieder vermehrt die Großstadt als Wohnsitz wählen. Das würde Stuttgart im Ranking wieder nach vorne bringen.

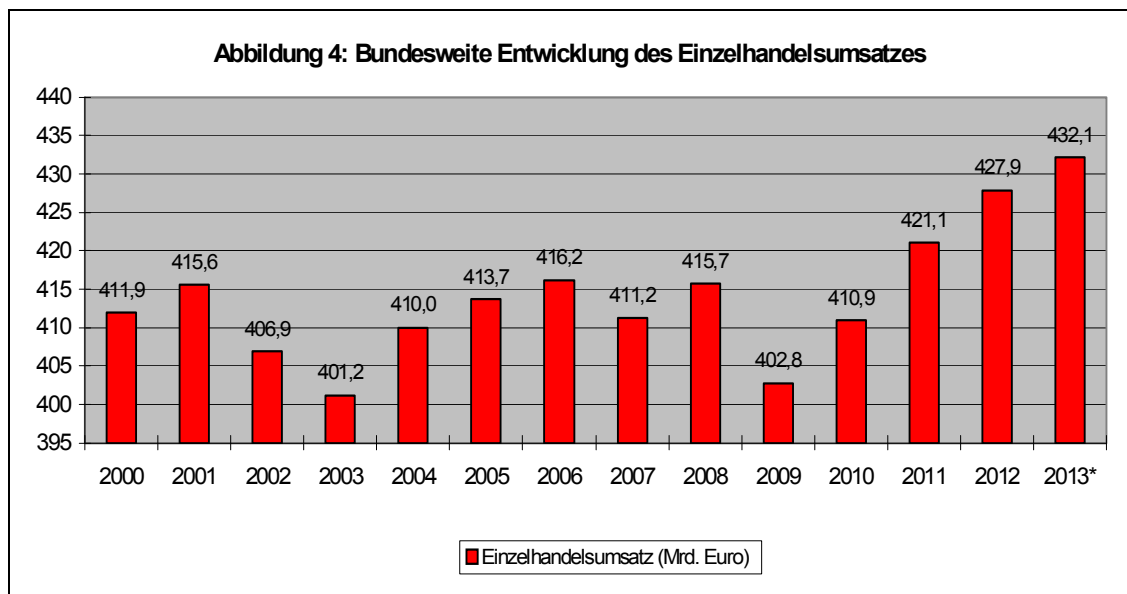
Die Einwohner aller Landkreise der Region und der Landeshauptstadt verfügen über eine Kaufkraft, die deutlich über dem bundesweiten Durchschnitt liegt. Die Veränderungen im Ranking der Landkreise im Vergleich mit 2011 sind allesamt nicht von bedeutendem Umfang. National gesehen ist die Region Stuttgart nach dem Großraum München und zusammen mit dem Rhein-Main-Gebiet und dem Großraum Hamburg die wohlhabendste Region Deutschlands - ein Ausweis der wirtschaftlichen Stärke des Standorts.

3. Einzelhandelsumsatz

3.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes

Nach Hochrechnungen des Handelsverbandes HDE für 2013 wird der Einzelhandelsumsatz im engeren Sinn (ohne die Umsätze von Kfz-Handel, Tankstellen, Apotheken und Brennstoffhandel) in Deutschland rund 432 Mrd. Euro betragen. Das stellt zum Vorjahr einen Zuwachs von 4 Mrd. Euro oder nominal 1 Prozent dar. Pro Bundesbürger bedeutet dies, dass im Einzelhandel durchschnittlich 5 287 Euro pro Jahr ausgegeben werden.

Damit ist zwar seit Anfang letzten Jahrzehnts ein **nominales Wachstum des Einzelhandelsumsatzes** von 20,2 Mrd. Euro bzw. 4,9 Prozent zu verzeichnen. Dies entspricht seit 2000 aber lediglich einer durchschnittlichen jährlichen nominalen Wachstumsrate von etwa 0,37 Prozent. Nach Abzug der Inflation werden aus den Zuwächsen aber Rückgänge. **Die realen Umsätze stagnieren bereits seit Anfang der 1990er Jahre.**



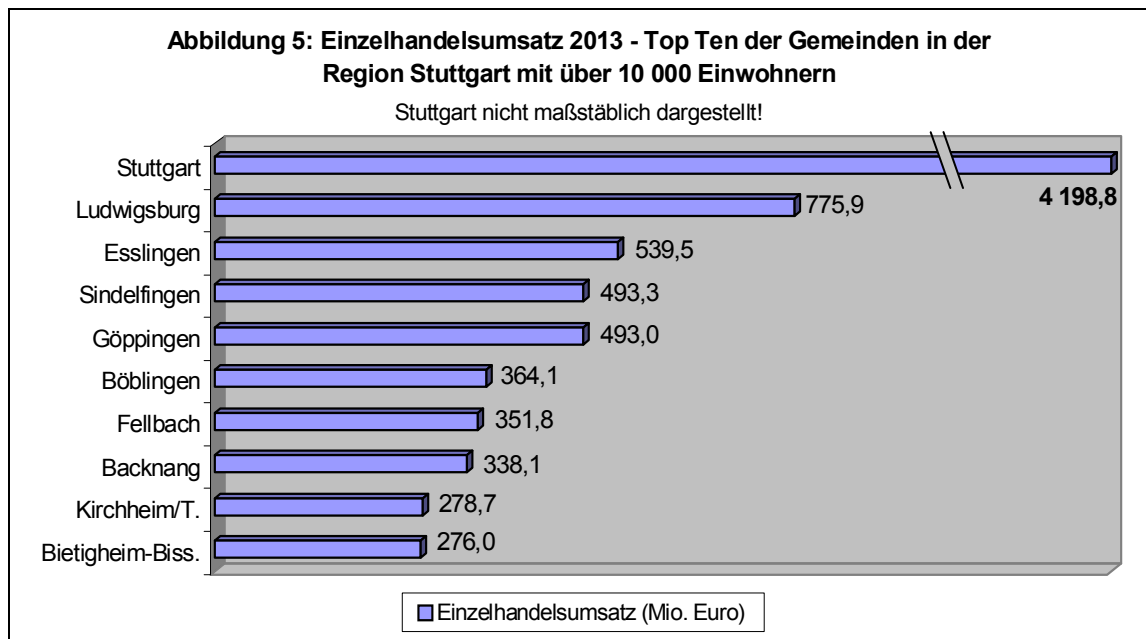
Quelle: HDE; * Prognose

3.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart

Nach der Berechnungsmethode der GfK AG ergibt sich für 2013 für den Einzelhandelsumsatz (einschließlich Apotheken und Lebensmittelhandwerk) in der Region Stuttgart ein Wert von rund 13,95 Mrd. Euro (Berechnung siehe Anhang 1). Seit der letzten Studie aus dem Jahr 2011 hat der Umsatz in der Region um gut 60 Mio. Euro zugenommen - in realen Größen stellt dies aber eine Abnahme dar. **Im Verhältnis zum Nachfragepotenzial (siehe 2.2) gehen dem stationären Einzelhandel in der**

3. Einzelhandelsumsatz

Region damit per Saldo 2,4 Mrd. Euro an Einzelhandels-Kaufkraft an andere Standorte, den Versandhandel und das Internet verloren.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

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

In Tabelle 3 finden sich die zehn Städte mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz pro Kopf. Hier liegt Stuttgart nur auf dem neunten Rang. Der Umsatzindex gibt wieder jeweils an, ob eine bestimmte Stadt oder Gemeinde tendenziell über oder unter dem bundesweiten Umsatzdurchschnitt pro Einwohner (5 035 Euro = 100,0) liegt.

**Tabelle 3: Einzelhandelsumsatz pro Kopf 2013
Top Ten der Gemeinden in der Region Stuttgart über 10 000 Einwohner**

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzindex *
1	Backnang	35 421	9 547	189,6
2	Ludwigsburg	88 673	8 751	173,8
3	Göppingen	56 834	8 674	172,3
4	Geislingen an der Steige	26 823	8 513	169,1
5	Sindelfingen	60 287	8 182	162,5
6	Fellbach	44 762	7 859	156,1
7	Böblingen	46 890	7 765	154,2
8	Kirchheim unter Teck	40 134	6 944	137,9
9	Stuttgart	613 392	6 845	135,9
10	Steinheim an der Murr	12 019	6 552	130,1

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

Quelle: GfK AG, Nürnberg

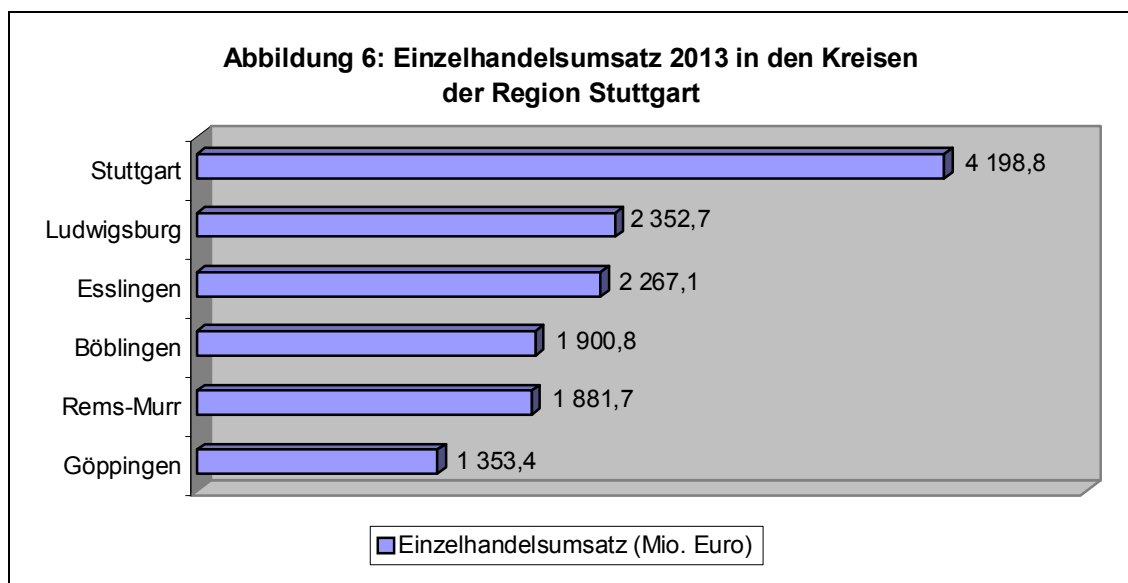
3. Einzelhandelsumsatz

Eine zentrale Erkenntnis aus der Analyse von Tabelle 3 ist, 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. 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 10 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. Die Kategorie der Mittelzentren mit 35 000 bis 60 000 Einwohnern ist vorherrschend.

Das Schlusslicht in der Region beim Einzelhandelsumsatz pro Kopf bildet Kernen im Remstal mit 1 646 Euro. Korb und Ditzingen liegen nur wenig darüber. Diese Städte liegen etwa 60 Prozent unter dem Einzelhandelsumsatz pro Kopf im Bundesdurchschnitt - Korb erreicht nicht einmal ein Drittel. Die örtliche Nahversorgung ist bei solch niedrigen Werten (je nach Branchenmix) gefährdet; an den am Stärksten betroffenen Standorten kaufen die Bewohner überwiegend auswärts ein.

3.3 Einzelhandelsumsatz in den Landkreisen der Region Stuttgart

Vom gesamten Umsatz Baden-Württembergs (53,7 Mrd. Euro) erzielt der Einzelhandel in der Region Stuttgart mit etwa 13,95 Mrd. Euro Umsatz immerhin 26 Prozent. Innerhalb der Region verteilen sich die Einzelhandelsumsätze wie in Abbildung 6 zu sehen auf die Stadt- und Landkreise:



Quelle: GfK AG, Nürnberg

3. Einzelhandelsumsatz

Wie schon bei den absoluten Kaufkraft-Werten liegt der Einzelhandel der Landeshauptstadt bei den Umsätzen deutlich vorn: Mit einem Erlös von 4,2 Milliarden Euro nehmen die Einzelhändler einen großen Teil des regionalen Umsatzes ein. Die Landkreise Ludwigsburg und Esslingen folgen mit Umsätzen von rund 2,3 Mrd. Euro auf den Plätzen. Auch bei diesem Kriterium bildet der Landkreis Göppingen mit seiner kleineren Bevölkerungszahl das Schlusslicht.

Dass der Einzelhandelsumsatz pro Einwohner in Stuttgart deutlich über den Umsätzen der Landkreise liegt, zeigt Tabelle 4. 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 der Städtereisen darf man auch Umsätze mit Kunden aus anderen Bundesländern und Ausländern nicht außer Acht lassen.

Mit deutlichem Abstand folgt in der Region der Landkreis Göppingen 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. Verglichen mit dem Durchschnitt Deutschlands weisen **nur Stuttgart und die Landkreise Göppingen und Böblingen Pro-Kopf-Umsätze über dem Bundesdurchschnitt** auf.

Mit Ausnahme Stuttgarts liegen die Umsätze je Einwohner damit auch in allen Landkreisen deutlich niedriger als das Nachfragepotenzial der jeweiligen Bevölkerung. Der Netto-Kaufkraft-Abfluss der Region hat seinen Ursprung also hier. Die Umsatzindizes der Landkreise verdeutlichen im Vergleich zu den Kaufkraftindizes (diese liegen bei rund 102 bis 113; siehe 1.3) dieses Phänomen.

Tabelle 4: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner 2013 in den Kreisen der Region Stuttgart

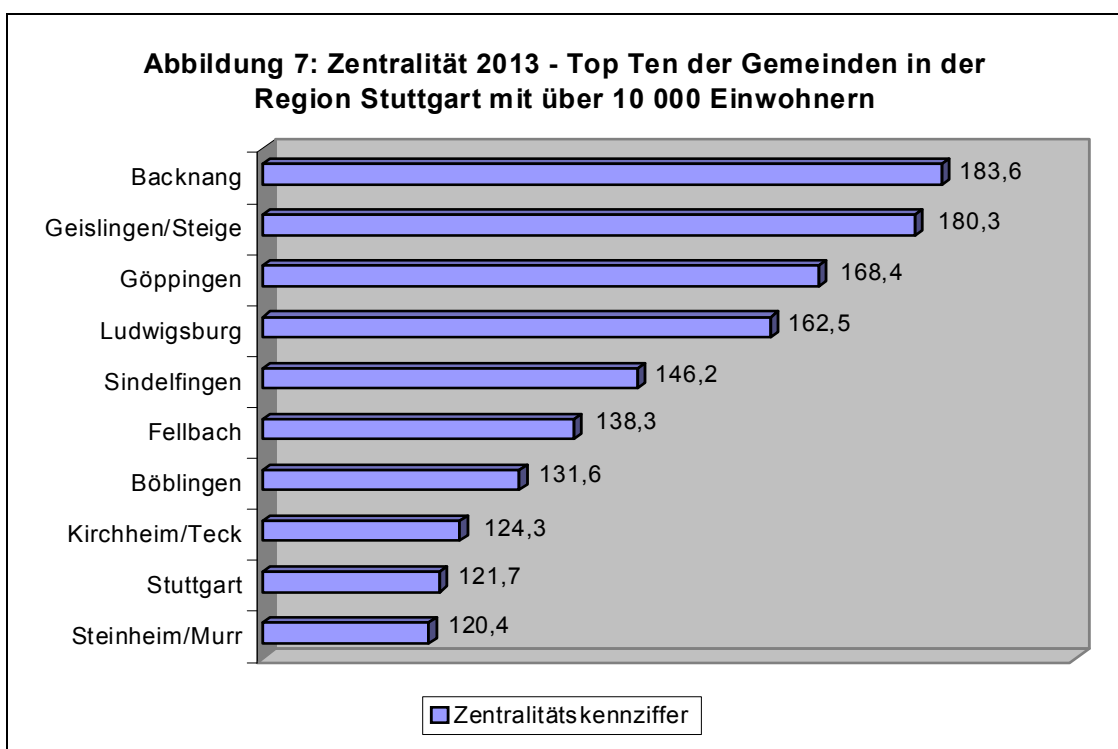
Rang	Stadtkreis/ Landkreis	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- index *
1	Stuttgart	613 392	6 845	135,9
2	Göppingen	252 002	5 371	106,7
3	Böblingen	372 334	5 105	101,4
4	Rems-Murr	415 719	4 526	89,9
5	Ludwigsburg	521 014	4 516	89,7
6	Esslingen	517 205	4 383	87,1

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

Quelle: GfK AG, Nürnberg

4. Zentralität

Die Zentralitätskennziffer zeigt das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft jeweils pro Kopf und gemessen am Bundesschnitt an. Mit ihrer 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. Die Reihenfolge in Abbildung 7 erinnert also an diejenige von Tabelle 3 (mit den Umsatzindizes).



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Die höchste relative Kaufkraftbindung haben Backnang und Geislingen/Steige. 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 fast 140 Mio. Euro höher als die am Ort ansässige Kaufkraft. In Ludwigsburg sind es gar über 250 Mio. Euro an zusätzlichem Umsatz, der im Einzelhandel der Barockstadt erwirtschaftet wird. Pro Einwohner fließen damit in Backnang rechnerisch weitere knapp 3 900 Euro von außerhalb in die Kassen der örtlichen Einzelhandelsunternehmen. Die Gründe dafür liegen zu einem guten Teil in den schon im Kapitel 3.2 erwähnten Flächen vor den Toren der Stadt, in einigen Fällen auch an einer nicht ausreichenden Versorgungslage im Umland. Ne-

4. Zentralität

ben Geislingen/Steige gehören Göppingen, Sindelfingen und Fellbach ebenfalls zu den außerordentlich erfolgreichen Städten, was die Kaufkraftbindung angeht. Hier erzielen die Einzelhändler etwa eineinhalbmals soviel Umsatz als rein nach der örtlichen Kaufkraft zu erwarten wäre. Auch Stuttgart findet sich mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 122 auf Platz neun unter den Gemeinden in der Region mit der höchsten Zentralität.

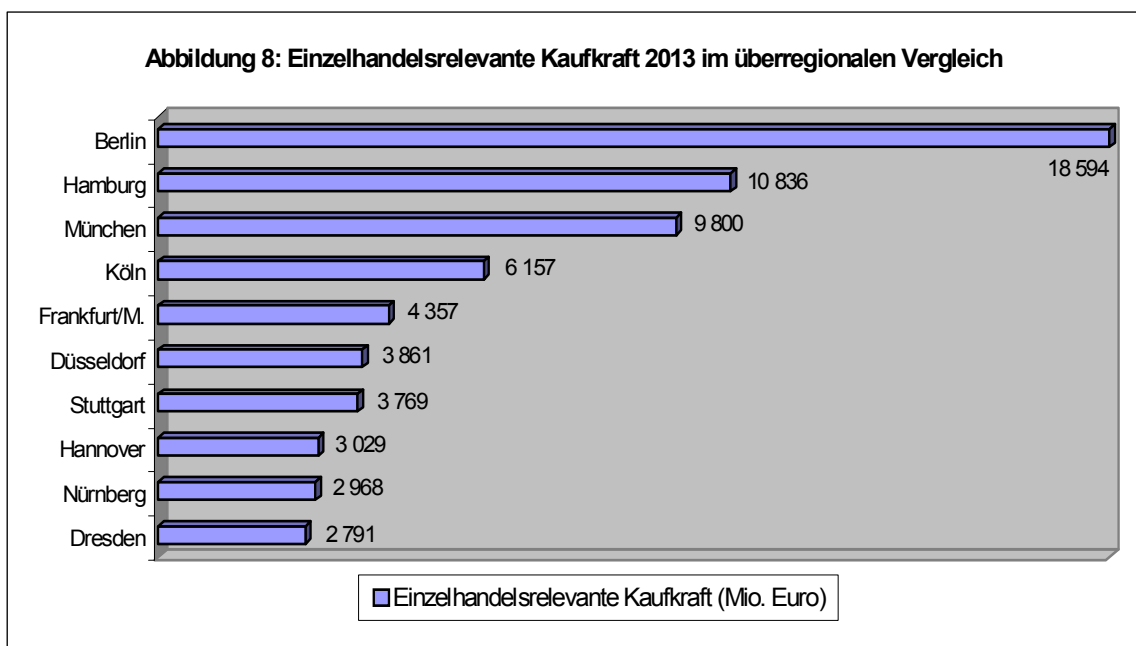
Bei dieser Kennziffer liegen mit der Ausnahme von Steinheim/Murr kleinere Gemeinden abgeschlagen hinten: Am Ende der Skala weisen Kernen im Remstal, Korb, Ditzingen und Remshalden allesamt Zentralitätswerte von weniger als 40 auf. Kernen steht dabei symptomatisch für kleinere Standorte in der Region; 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.

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich

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

Wenn man die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Metropolen in absoluten Größen vergleicht, liegt Berlin wegen seiner Einwohnerzahl natürlich vorne - mit etwa 18,6 Mrd. Euro (siehe Abbildung 8). Hamburg, München und Köln folgen auf den Plätzen zwei, drei und vier. **Stuttgart belegt** hinter Frankfurt/M. und Düsseldorf **Platz sieben**.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Pro Kopf ändert sich allerdings die Rangfolge: Hier liegt München mit 7 111 Euro deutlich vorne (vgl. nachfolgende Tabelle 5). Düsseldorf folgt mit einigem Abstand auf dem zweiten Platz. In einer Verfolgergruppe dicht beieinander liegen Frankfurt/M., **auf dem vierten Platz Stuttgart mit 6 144 Euro pro Einwohner**, Köln und Hamburg. Wie auch schon bei den regionalen Zahlen sind die heterogenen Werte auf die unterschiedlichen demographischen und sozialen Strukturen der Bevölkerung, die wirtschaftlichen Lage, die Erwerbsbeteiligung, das Lohnniveau und die damit verbundenen Vermögensverteilung sowie auf das Mietpreinsniveau in den einzelnen Metropolen zurückzuführen.

Stuttgart hat seinen Platz seit der letzten Studie verteidigt, nur Hannover hat beim Index, der am besten den relativen Vergleich zulässt, etwas verloren. Alle Standorte

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

haben aber in absoluten Zahlen (Euro pro Kopf) deutlich gegenüber 2011 dazugewonnen, was die GfK auch für Deutschland insgesamt annimmt.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2013 im überregionalen Vergleich

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index *
1	München	1 378 176	7 111	129,3
2	Düsseldorf	592 393	6 517	118,5
3	Frankfurt/Main	691 518	6 300	114,6
4	Stuttgart	613 392	6 144	111,7
5	Köln	1 017 155	6 053	110,1
6	Hamburg	1 798 836	6 024	109,5
7	Nürnberg	510 602	5 813	105,7
8	Hannover	525 875	5 760	104,7
9	Berlin	3 501 872	5 310	96,6
10	Dresden	529 781	5 269	95,8

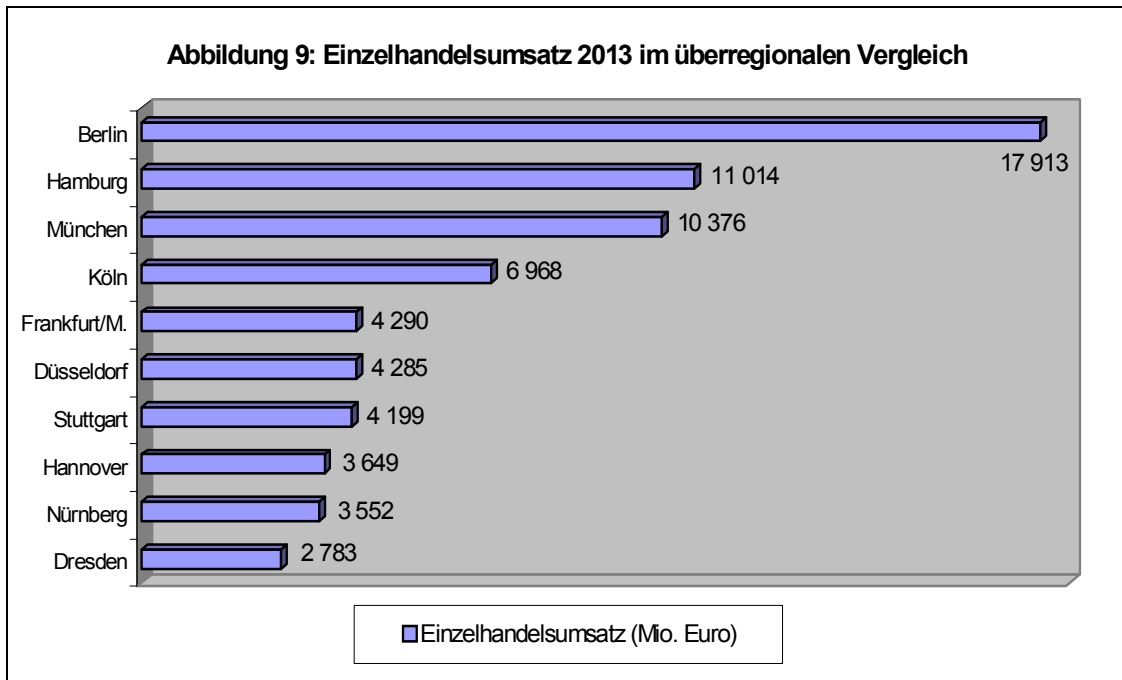
* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0)

Quelle: GfK AG, Nürnberg

5.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich

Analog zu den absoluten Kaufkraftzahlen liegt wegen der dortigen Bevölkerungszahl der Berliner Einzelhandel auch beim Umsatz vorn: Fast 18 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 dichter auf den Fersen; auch Köln, Düsseldorf, Stuttgart Hannover und Nürnberg sind relativ besser platziert. Stuttgart besitzt zwar nur 17,5 Prozent der Einwohner Berlins, der Einzelhandel in Stuttgart erzielt aber immerhin 23,4 Prozent des dortigen Umsatzes. Mit etwa 4,2 Mrd. Euro liegt Stuttgart auf Platz sieben im Vergleich der Metropolen.

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Die Ursache der unterschiedlichen Rangplätze bei Kaufkraft und Umsatz liegt, wie auch in Kapitel 3.2 beschrieben, in den unterschiedlichen Pro-Kopf-Werten. Tabelle 6 zeigt auf, dass gerade Standorte wie Hamburg und Berlin hier nur abgeschlagen 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 sechsten Platz.** Der Umsatzindex zeigt an, dass die Einzelhändler hier pro Einwohner 36 Prozent mehr als im bundesweiten Durchschnittswert einnehmen.

Tabelle 6: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner 2013 im überregionalen Vergleich

Rang	Stadt	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzindex *
1	München	1 378 176	7 529	149,5
2	Düsseldorf	592 393	7 233	143,6
3	Nürnberg	510 602	6 956	138,2
4	Hannover	525 875	6 939	137,8
5	Köln	1 017 155	6 851	136,1
6	Stuttgart	613 392	6 845	135,9
7	Frankfurt am Main	691 518	6 203	123,2
8	Hamburg	1 798 836	6 123	121,6
9	Dresden	529 781	5 252	104,3
10	Berlin	3 501 872	5 115	101,6

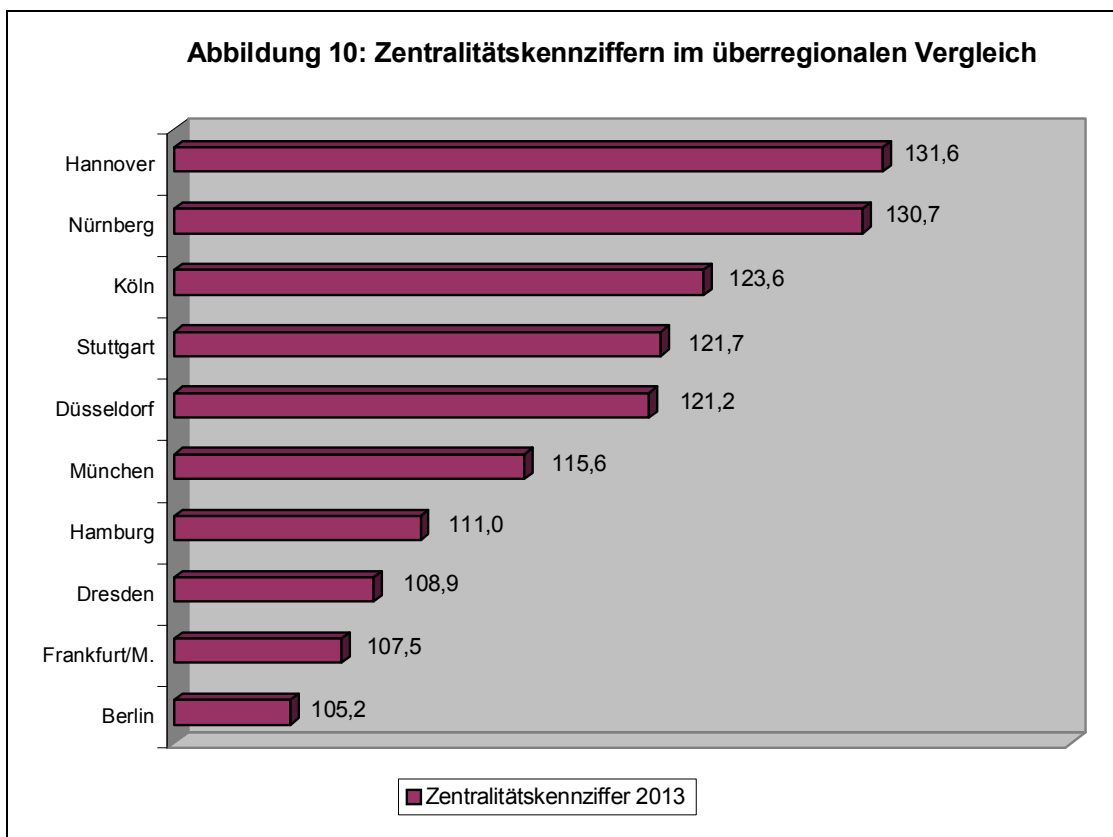
* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (= 100,0)

Quelle: GfK AG, Nürnberg

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

5.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich

Die Zentralitätskennziffer beschreibt das Ausmaß eines Netto-Kaufkraftzuflusses bzw. -abflusses der betreffenden Stadt oder Gemeinde. 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 gibt also das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort wieder. Mit der Ausnahme von Hannover sind bei allen Standorten die Kennziffern leicht geringer als vor zwei Jahren. Hannover hat Nürnberg als Spitzenreiter abgelöst (siehe Abbildung 10). Köln hat sich vor **Stuttgart** gesetzt, das mit einer Zentralitätskennziffer von 121,7 **auf dem vierten Rang** liegt. In Worte übersetzt bedeutet die Kennziffer, dass in Stuttgart in den Kassen der Einzelhändler per Saldo gut 20 Prozent mehr an Umsatz landet, als dies aufgrund der Einkommensverhältnisse der Stuttgarter Bevölkerung zu erwarten wäre. Ähnlich erfolgreich sind bei den aufgeführten Metropolen auch noch die Düsseldorfer Händler. Berlin bildet mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 105 das Schlusslicht in der Vergleichsgruppe.



Quelle: GfK AG, Nürnberg

Bei den beiden Standorten, die in dieser Disziplin am Besten abschneiden, handelt es sich um die Dreh- und Angelpunkte von Regionen, die ungleich stärker als der Stuttgarter Ballungsraum auf ihr Zentrum hin ausgerichtet sind. Ähnlich liegt der Fall eigentlich auch für München, das über seinen Verdichtungsraum hinaus für ganz Ober-

5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

Bayern das Gravitationszentrum für den Einzelhandel darstellt. Trotzdem gelingt es Stuttgart, relativ betrachtet besser abzuschneiden, was die Kaufkraftbindung angeht. Und das, obwohl die Region die beschriebene polyzentrische Struktur mit den in Kapitel ausführlich erläuterten Mittelzentren besitzt! Die Landeshauptstadt, beziehungsweise ihr Einzelhandel, muss sich also nicht hinter den teilweise erstaunlich stark auftretenden Mittelstädten im sogenannten Speckgürtel verstecken.

6. Schlussfolgerungen

Nach wie vor ist die Region Stuttgart für Handelsunternehmen einer der attraktivsten Standorte in ganz Deutschland. Neben Licht findet sich aber auch Schatten:

Von den untersuchten 58 Städten in der Region mit mehr als 10 000 Einwohnern besitzen nur 16 einen Zentralitätsindex von 100 oder höher. Bei der großen Mehrheit fließt per Saldo Kaufkraft in andere Gemeinden ab. Teilweise erreicht der Abfluss von Nachfragepotenzial dramatische Ausmaße. Das hat Folgen, die das Gemeinwesen insgesamt betreffen. Wenn immer weniger am Ort ausgegeben wird, nimmt der Einzelhandelsbesatz ab. Dabei handelt es sich um einen Teufelskreis, denn 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 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 Kommunen sind aufgefordert, dabei die Bedingungen im Auge zu behalten, unter denen Einzelhändler agieren müssen. Diese werden zwar von allen gesetzgeberischen und planerischen Ebenen, von der EU bis hin zum Regionalverband, bestimmt - aber auch die Kommunen selbst haben einen großen Handlungsspielraum. Sie haben die Anliegen des Handels genauso zu berücksichtigen wie die der anderen gesellschaftlichen Gruppen.

Die Kommunen sollten ihren Unternehmen bei der Verwirklichung ihres Daseinszwecks helfen: 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. Die Betriebe benötigen Planungssicherheit und ein positives Umfeld, in dem sie agieren können. Die IHK steht den Städten und Gemeinden dabei gerne mit Rat und Tat zur Seite.

Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen

Für den allgemeinen Überblick Deutschlands wurde auf Prognosen des Handelsverbandes HDE und der IfH Retail Consultants, zurückgegriffen. Die für die Region Stuttgart ausgewiesenen Daten beruhen auf **Prognosen** der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK AG) für das Jahr 2013. Es handelt sich dabei um ein renommiertes Institut mit langer Erfahrung in diesem Bereich. Dennoch unterliegen die Zahlen den Unschärfen, denen Prognosen und Berechnungen immer unterliegen. Hinzu kommt die Unsicherheit, dass die Datenbasis von der GfK mit eigenen Annahmen aufgearbeitet werden muss.

Die allgemeine Berechnung der prognostizierten Werte basiert auf vorläufigen gesamtwirtschaftlichen Rahmendaten und Annahmen über anstehende Betriebseröffnungen und -schließungen. Die Zahlen der Forschungsinstitute ergeben sich aus jeweils unterschiedlichen Basisdaten und Berechnungsmethoden. Problematisch wäre, die hochgerechneten Daten insbesondere auf örtlicher Ebene in einem **Zeitvergleich** über mehrere Jahre hinweg gegenüberzustellen; einerseits werden zunächst geschätzte Werte nachträglich durch die amtliche Statistik revidiert, andererseits können sich zwischenzeitlich methodische Veränderungen 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, deren Bezugsjahr etwa zwei bis drei Jahre zurückliegt. 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. Die Daten werden dann zwei bis drei Jahre auf das Berichtsjahr hochgerechnet.

Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz wird auf Basis der amtlichen Statistik, insbesondere der Umsatzsteuerstatistik ermittelt; auch hier liegt das Bezugsjahr etwa drei Jahre zurück. Diese Daten werden bereinigt und mit den berechneten bzw. geschätzten Umsätzen der Organschaften und Filialstandorte verrechnet, da der Steuersitz nicht mit dem Umsatzort übereinstimmen muss. Weiterhin berücksichtigt sind die Umsätze der Bä-

Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen

ckereien, 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. Wieder wird vom Bezugsjahr auf das Berichtsjahr hochgerechnet.

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 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:
$$\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzindex}}{\text{einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex}} \times 100$$

Anhang 2: Kennzahlen 2013 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern

Stadt-/Landkreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung (01.01.2012)	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	613 392	3 768,5	6 144	111,7	4 198,8	6 845	135,9	121,7
Landkreis Böblingen	Sindelfingen	60 287	368,4	6 111	111,1	493,3	8 182	162,5	146,2
	Böblingen	46 890	302,2	6 444	117,2	364,1	7 765	154,2	131,6
	Leonberg	45 333	305,7	6 744	122,6	250,8	5 532	109,9	89,6
	Herrenberg	31 249	192,0	6 145	111,7	142,6	4 565	90,7	81,1
	Weil der Stadt	18 866	111,5	5 912	107,5	103,8	5 503	109,3	101,7
	Renningen	17 365	102,7	5 915	107,6	59,0	3 399	67,5	62,8
	Holzgerlingen	12 728	80,5	6 325	115,0	45,2	3 555	70,6	61,4
	Gärtringen	12 242	75,3	6 153	111,9	47,0	3 835	76,2	68,1
	Rutesheim	10 323	61,8	5 986	108,8	47,9	4 638	92,1	84,6
Landkreis Esslingen	Esslingen am Neckar	92 629	571,9	6 174	112,3	539,5	5 824	115,7	103,0
	Filderstadt	44 679	282,2	6 317	114,9	221,3	4 953	98,4	85,6
	Nürtingen	40 438	240,9	5 957	108,3	191,9	4 746	94,3	87,0
	Kirchheim unter Teck	40 134	244,9	6 101	110,9	278,7	6 944	137,9	124,3
	Leinfelden-Echterdingen	37 378	251,8	6 737	122,5	193,3	5 171	102,7	83,8
	Ostfildern	36 584	240,1	6 563	119,3	140,6	3 845	76,4	64,0
	Wendlingen am Neckar	15 996	93,2	5 828	106,0	79,6	4 977	98,8	93,3
	Plochingen	14 089	82,2	5 832	106,0	49,3	3 497	69,5	65,5
	Wernau am Neckar	12 486	72,7	5 819	105,8	40,9	3 273	65,0	61,4
	Neuhausen auf d. Fildern	11 393	74,3	6 520	118,6	28,2	2 478	49,2	41,5
	Denkendorf	10 407	62,5	6 009	109,3	27,8	2 670	53,0	48,5
LK Göppingen	Göppingen	56 834	319,6	5 624	102,3	493,0	8 674	172,3	168,4
	Geislingen an der Steige	26 823	138,3	5 157	93,8	228,4	8 513	169,1	180,3
	Eislingen an der Fils	20 373	112,4	5 515	100,3	102,7	5 040	100,1	99,8
	Ebersbach an der Fils	15 306	86,8	5 674	103,2	50,6	3 309	65,7	63,7
	UHINGEN	13 560	76,2	5 616	102,1	77,8	5 734	113,9	111,5
	Donzdorf	10 757	61,0	5 666	103,0	57,6	5 353	106,3	103,2

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

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

Anhang 2: Kennzahlen 2013 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10 000 Einwohnern

Stadt-/Landkreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung (01.01.2012)	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft-index*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz-index*	Zentralitätskennziffer
Landkreis Ludwigsburg	Ludwigsburg	88 673	521,6	5 883	107,0	775,9	8 751	173,8	162,5
	Bietigheim-Bissingen	43 007	276,4	6 427	116,9	276,0	6 417	127,4	109,1
	Kornwestheim	31 539	188,2	5 967	108,5	137,2	4 349	86,4	79,6
	Vaihingen an der Enz	28 896	167,6	5 801	105,5	102,5	3 546	70,4	66,8
	Ditzingen	24 573	155,5	6 329	115,1	55,2	2 248	44,6	38,8
	Remseck am Neckar	23 686	157,2	6 638	120,7	94,4	3 985	79,2	65,6
	Gerlingen	19 224	140,2	7 295	132,7	98,2	5 106	101,4	76,4
	Kortal-Münchingen	18 608	124,8	6 707	122,0	71,1	3 819	75,8	62,2
	Sachsenheim	17 846	100,4	5 628	102,3	62,8	3 519	69,9	68,3
	Freiberg am Neckar	15 766	99,1	6 285	114,3	41,6	2 640	52,4	45,9
	Marbach am Neckar	15 435	90,3	5 852	106,4	42,5	2 751	54,6	51,3
	Markröningen	14 448	83,0	5 743	104,4	33,5	2 320	46,1	44,1
	Asperg	13 160	83,2	6 321	114,9	39,7	3 020	60,0	52,2
	Tamm	12 443	80,8	6 495	118,1	32,0	2 574	51,1	43,3
	Steinheim an der Murr	12 019	71,4	5 943	108,1	78,8	6 552	130,1	120,4
	Besigheim	11 988	71,6	5 971	108,6	49,7	4 144	82,3	75,8
	Schwieberdingen	11 466	77,2	6 736	122,5	44,8	3 910	77,7	63,4
Möglingen	10 760	65,2	6 063	110,2	40,2	3 732	74,1	67,2	
Landkreis Rems-Murr	Waiblingen	53 288	336,0	6 305	114,6	264,1	4 956	98,4	85,8
	Fellbach	44 762	277,8	6 206	112,8	351,8	7 859	156,1	138,3
	Schorndorf	39 351	231,9	5 893	107,1	241,7	6 143	122,0	113,9
	Backnang	35 421	201,2	5 680	103,3	338,1	9 547	189,6	183,6
	Winnenden	27 775	160,7	5 784	105,2	108,8	3 917	77,8	74,0
	Weinstadt	26 429	167,4	6 333	115,2	138,1	5 225	103,8	90,1
	Kernen im Remstal	15 341	93,2	6 075	110,5	25,3	1 646	32,7	29,6
	Murrhardt	13 831	72,0	5 205	94,6	53,9	3 899	77,4	81,8
	Remshalden	13 414	86,3	6 434	117,0	30,8	2 297	45,6	39,0
	Rudersberg	11 274	61,2	5 432	98,8	30,3	2 688	53,4	54,0
	Welzheim	10 993	57,6	5 241	95,3	41,4	3 767	74,8	78,5
	Leutenbach	10 944	67,9	6 202	112,8	35,9	3 279	65,1	57,8
	Korb	10 342	67,5	6 531	118,8	21,5	2 079	41,3	34,8

* 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

