

# Hohe Kaufkraft für den Handel in der Region Stuttgart

Kennzahlen für den Einzelhandel 2015:  
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](http://www.stuttgart.ihk.de)  
[info@stuttgart.ihk.de](mailto:info@stuttgart.ihk.de)

**Autoren** Martin Eisenmann, Dipl.-Volkswirt  
Referatsleiter Zentrale Aufgabe Handel  
Lara Schardey, Volkswirtin (M. Sc.)  
Bezirkshammer Böblingen

**Stand** August 2015

**© 2015** 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*

<b>Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung</b>	<b>6</b>
<b>2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>7</b>
2.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel 2014	7
2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart	8
2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart	10
<b>3. Einzelhandelsumsatz</b>	<b>12</b>
3.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes	12
3.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart	13
3.3 Einzelhandelsumsatz in den Kreisen der Region Stuttgart	15
<b>4. Zentralität</b>	<b>17</b>
<b>5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten</b>	<b>19</b>
5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich	19
5.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich	20
5.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich	22
<b>6. Schlussfolgerungen</b>	<b>23</b>
<b>Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen</b>	<b>24</b>
<b>Anhang 2: Kennzahlen 2015 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern</b>	<b>26</b>
<b>Anschriften</b>	<b>28</b>



## Vorwort

---

Diese Analyse der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zeigt die durchaus positiven Perspektiven für Einzelhandelsbetriebe in der Region Stuttgart. Sie soll Planungshilfe für Einzelhandel, Investoren und Kommunen sein und unser breit gefächertes Informations-, Beratungs- und Veranstaltungsangebots für Handelsbetriebe ergänzen.

Sie veranlasst uns aber auch, den Blick auf die Probleme vieler Einkaufsstandorte zu lenken: neue Verkaufsflächen an peripheren Lagen, stark wachsender Online-Handel, Probleme bei der Erreichbarkeit für Kunden und Lieferanten sowie mancherorts sinkende Attraktivität des Umfelds durch Leerstände.

Leistungsfähige Handelsbetriebe, Gastronomie, Hotellerie und Freizeitwirtschaft bilden das Fundament für funktionsfähige Städte. Betriebe aus diesen Branchen sind oft auf Kaufkraftzufluss von außerhalb angewiesen, müssen Erlebnisreichtum bieten und brauchen eine gute Erreichbarkeit. Zugleich wollen die Bürger ein attraktives Umfeld für Leben und Wohnen, interessante Angebote im Zentrum und eine gute Nahversorgung in Wohnbezirken. Somit ist der Einzelhandel ein wichtiger Faktor für die Attraktivität von Städten, sein Angebot an Einkaufserlebnissen prägt häufig auch die überregionale Wahrnehmung einer Stadt, stärkt den Tourismus und befördert den Zuzug nötiger Fachkräfte.

Um einen Beitrag zu lebendigen, attraktiven Städten leisten zu können, braucht der Einzelhandel bessere Rahmenbedingungen. Mit dem Planungsrecht können Kommunen mitwirken, die Einzelhandelslandschaft zu erhalten oder ihre Strukturen sinnvoll zu verändern. Kluge Kommunalpolitik sollte die Anliegen des Handels genauso berücksichtigen wie die anderer gesellschaftlicher Gruppen. Fahrverbote etwa helfen dem stationären Handel nicht, sich gegen das Internet zu behaupten. Weniger Bürokratie und einfachere Genehmigungsverfahren könnten dagegen große Wirkung zeigen. Die IHK hat weitere Ideen, bei deren Umsetzung sie den Verantwortlichen in Politik und Verwaltung gerne behilflich ist.

Stuttgart, im August 2015



Georg Fichtner  
Präsident



Andreas Richter  
Hauptgeschäftsführer

## 1. Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

---

- Die Region Stuttgart gehört bei einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft** von **18,9 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. An kleineren und mittleren Standorten rund um Stuttgart ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft besonders hoch.
- Die **Umsätze im stationären Einzelhandel** in der Region fallen 2015 prognostiziert nominal um 324 Millionen Euro höher aus als 2014. Der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Region stehen Umsätze im stationären Einzelhandel in Höhe von **16,2 Milliarden Euro** gegenüber. Ein beträchtlicher Anteil des vorhandenen Kaufkraftvolumens (2,7 Milliarden Euro) wird somit außerhalb der Region und im Online- oder Versandhandel ausgegeben.
- Die Kennziffer der **Zentralität** bildet die örtliche Kaufkraftbindung ab. Hierbei haben die Mittelzentren im näheren Umfeld Stuttgarts die höchsten Werte in der Region. Vielfach liegt dies allerdings an großflächigen Ansiedlungen von Einkaufszentren in nicht integrierten Lagen, die nach heute geltendem Planungsrecht so nicht mehr genehmigungsfähig wären. Andere Standorte, vor allem in Nachbarschaft zu den erfolgreichsten, zeigen mit niedrigen Werten Defizite bei der Nahversorgungsfunktion auf.
- Der **Stuttgarter Einzelhandel** schlägt sich im **Vergleich mit anderen Metropolen** Deutschlands bemerkenswert gut. Ihm gelingt es, trotz der polyzentrischen Struktur der Region mit vielen starken Mittelzentren, auch überregionale Kaufkraft zu binden und knapp 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.

## 2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

---

### 2.1 Bundesweite Entwicklung von Einkommen, Konsumausgaben und Ausgaben im Einzelhandel 2014

Laut Statistischem Bundesamt<sup>1</sup> standen den Bürgerinnen und Bürgern der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2014 **Einkommen**<sup>2</sup> von gut 1.722 Milliarden Euro zur Verfügung. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einer Zunahme von 2,4 Prozent (2013: 1.681 Milliarden Euro). Pro Kopf belief sich das verfügbare Einkommen des Jahres 2014 auf 21.239 Euro.

Die privaten **Konsumausgaben** für Güter und Dienstleistungen beliefen sich auf rund 1.605 Milliarden Euro. Davon wurden 28,6 Prozent im **Einzelhandel** im engeren Sinne, das heißt ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken, ausgegeben (vgl. Abbildung 1). Die Ausgaben im Einzelhandel hinken der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung seit vielen Jahren hinterher, auch wenn die nominalen Größen seit dem Jahr 2000 von 428,3 Milliarden Euro auf 459,3 Milliarden Euro im Jahr 2014 gestiegen sind. Auf Grund des überdurchschnittlichen Ausgabenanstiegs für Wohnen und Gesundheit hat der Einzelhandel nur unterproportional an den steigenden Konsumausgaben partizipieren können.<sup>3</sup>

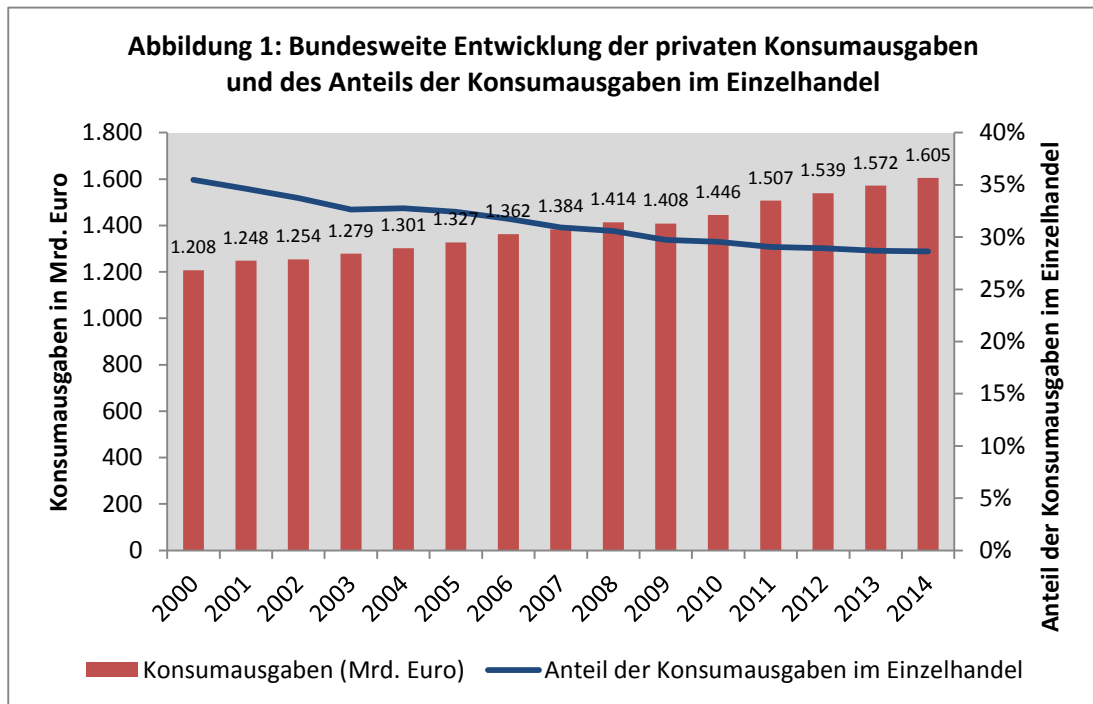
---

<sup>1</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (2015): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Private Konsumausgaben und Verfügbares Einkommen – 4. Vierteljahr 2014, Beiheft zur Fachserie 18, Wiesbaden.

<sup>2</sup> Das verfügbare Einkommen setzt sich aus den Nettolöhnen und -gehältern aus abhängiger und selbstständiger Beschäftigung, Vermögenseinkommen sowie den Sozial- und Transferleistungen zusammen.

<sup>3</sup> Vgl. Rumetsch, Silke, KPMG AG (2013): Lage, Lage, Lage – und das richtige Konzept!

## 2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: Statistisches Bundesamt 2015, Statista 2015.

Angesichts der guten Wirtschaftslage Baden-Württembergs, unter anderem wegen des Hochs am Arbeitsmarkt und des beständig niedrigen Ölpreises, der den privaten Haushalten zusätzliche finanzielle Spielräume für Anschaffungen lässt, werden die privaten Konsumausgaben im Einzelhandel 2015 aller Voraussicht nach nominal leicht zulegen.

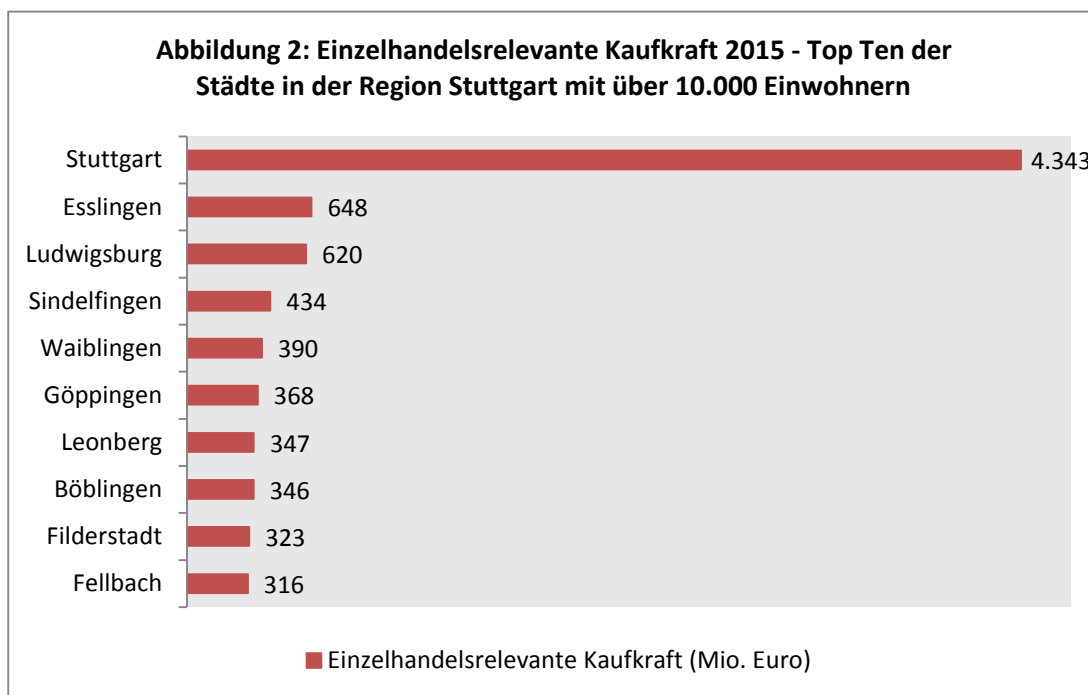
### 2.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Städten der Region Stuttgart

Die Michael Bauer Research GmbH hat gemeinsam mit der CIMA Beratung + Management GmbH und der BBE Handelsberatung GmbH die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für **Baden-Württemberg** im Jahr 2015 auf gut 72 Milliarden Euro prognostiziert (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). In der **Region Stuttgart** verfügt die Bevölkerung mit 18,9 Milliarden Euro über 26,2 Prozent des gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens des Landes.

Die Landeshauptstadt Stuttgart hat mit mehr als 4,3 Milliarden Euro das größte einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Land. Sie sowie alle Kreisstädte gehören zusammen mit Sindelfingen und Leonberg zu den Kommunen mit dem stärksten Kaufkraftvolumen in der Region Stuttgart (vgl. Abbildung 2).



## 2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf** liegt bei den in dieser Studie untersuchten 58 Kommunen der Region Stuttgart mit mehr als 10 000 Einwohnern zwischen 6.181 Euro und 8.138 Euro. **Mit nur vier Ausnahmen verfügen damit alle Städte der Region über ein Kaufkraftpotenzial, das über dem Bundesdurchschnitt von 6.459 Euro liegt.** Die zehn regionalen Spitzenreiter sind in der nachfolgenden Tabelle 1 aufgeführt. Die vier erwähnten Ausnahmen sind Eislingen/Fils (6.367 Euro), Welzheim (6.291 Euro), Murrhardt (6.202 Euro) und Geislingen/Steige (6.181 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 (vgl. auch Anhang 2: Übersicht über die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in allen Städten der Region Stuttgart mit mehr als 10.000 Einwohnern).

Unter der **Kaufkraftkennziffer** (vgl. Tabelle 1) versteht man den Pro-Kopf-Wert für einzelne Städte im Verhältnis zum bundesweiten Durchschnitt (6.459 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 pro Kopf 2015  
Top Ten der Städte in der Region Stuttgart über 10.000 Einwohner**

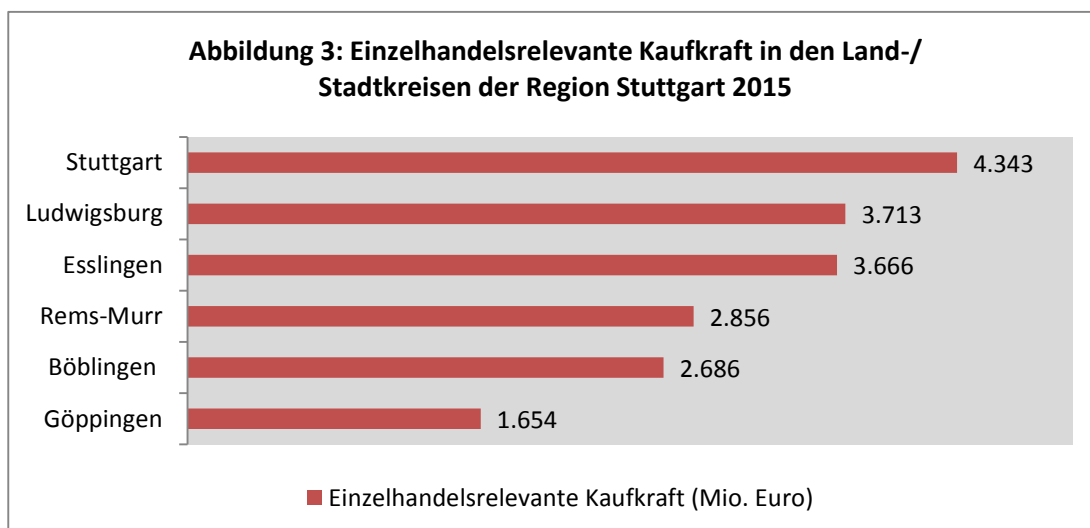
Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer *
1	Gerlingen	19.224	8.138	126,0
2	Schwieberdingen	11.466	7.609	117,8
3	Leonberg	45.822	7.583	117,4
4	Korntal-Münchingen	18.751	7.576	117,3
5	Leinfelden-Echterdingen	38.062	7.557	117,0
6	Remseck am Neckar	24.961	7.465	115,6
7	Ostfildern	37.601	7.443	115,3
8	Korb	10.305	7.420	114,9
9	Tamm	12.712	7.409	114,7
10	Neuhausen a. d. Fildern	11.443	7.392	114,5

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (6.459 Euro = 100,0).  
Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

### 2.3 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kreisen der Region Stuttgart

Der Stadtkreis Stuttgart belegt beim regionalen Vergleich auf Kreisebene die Spitzenposition hinsichtlich des **absoluten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens**. Mit einer Summe von deutlich mehr als drei Milliarden Euro folgen die Landkreise Ludwigsburg und Esslingen. Der Landkreis Göppingen ist, unter anderem wegen seiner deutlich geringeren Bevölkerungszahl, naturgemäß der Kreis mit dem geringsten absoluten Nachfragevolumen. Wie sich die 18,9 Milliarden Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der Region Stuttgart auf die Land-/Stadtkreise verteilen, zeigt Abbildung 3.

## 2. Einzelhandelsrelevante Kaufkraft



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Im Hinblick auf die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner** der Land-/ Stadtkreise liegen Böblingen, Stuttgart und Esslingen an der Spitze (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf in den Kreisen der Region Stuttgart 2015**

Rang	Land-/Stadtkreis	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraftkennziffer *
1	Böblingen	373.926	7.184	111,2
2	Stuttgart	611.491	7.103	110,0
3	Esslingen	516.992	7.091	109,8
4	Ludwigsburg	527.193	7.043	109,1
5	Rems-Murr-Kreis	413.978	6.898	106,8
6	Göppingen	250.176	6.612	102,4

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (6.459 Euro = 100,0).

Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

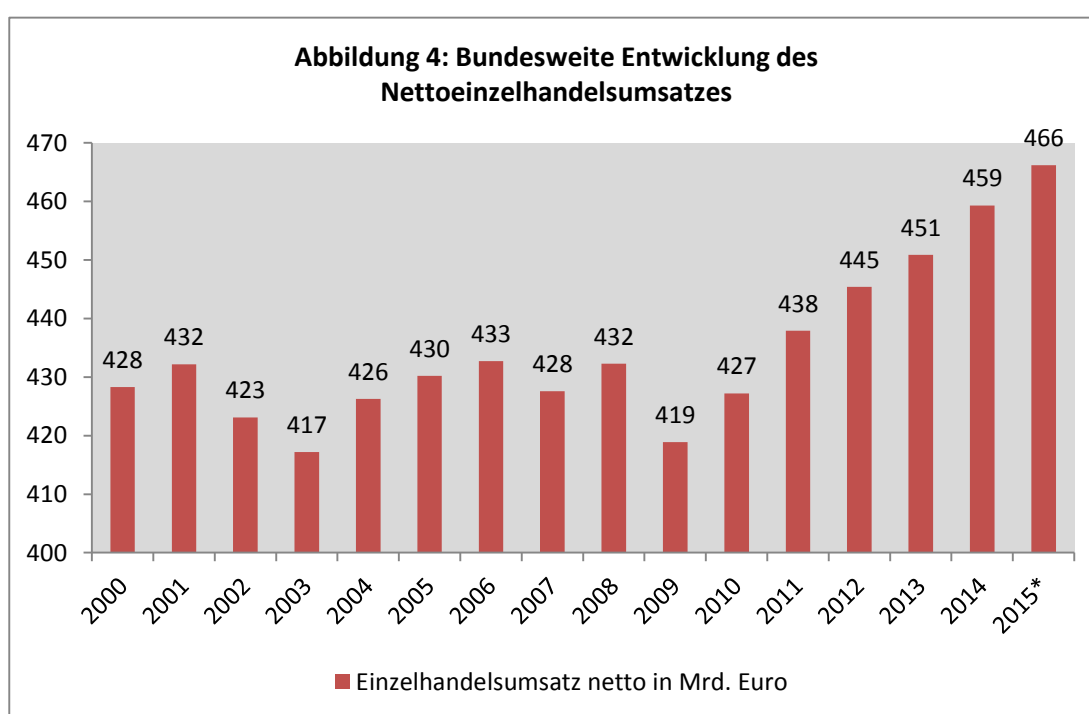
Die Einwohner im Landkreis Böblingen sind also statistisch gesehen am wohlhabendsten. Jeder Einwohner gibt danach 7.184 Euro im Einzelhandel aus – und damit 725 Euro mehr als der Durchschnitt aller Bundesbürger. Dass die Landeshauptstadt nur im Verfolgerfeld zu finden ist, während sie vor einem Jahrzehnt noch der Stadtkreis 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.

### 3. Einzelhandelsumsatz

#### 3.1 Bundesweite Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes

Der Umsatz des gesamten Einzelhandels im engeren Sinn, das heißt ohne die Umsätze von Kfz-Handel, Tankstellen, Apotheken und Brennstoffhandel, wird in Deutschland nach Hochrechnungen des Handelsverbandes HDE im Jahr 2015 rund 466 Milliarden Euro betragen (vgl. Abbildung 4). Diese Entwicklung stellt zum Vorjahr einen Zuwachs von fast sieben Milliarden Euro oder nominal 1,5 Prozent dar.

Damit ist zwar seit dem Jahr 2000 ein **nominales Wachstum des Einzelhandelsumsatzes** von 38 Milliarden Euro bzw. 8,8 Prozent zu verzeichnen, dies entspricht aber nur einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 0,57 Prozent. Nach Abzug der Inflation werden aus den Zuwächsen sogar Rückgänge. **Die realen Umsätze** stagnieren bereits seit Anfang der 1990er Jahre.

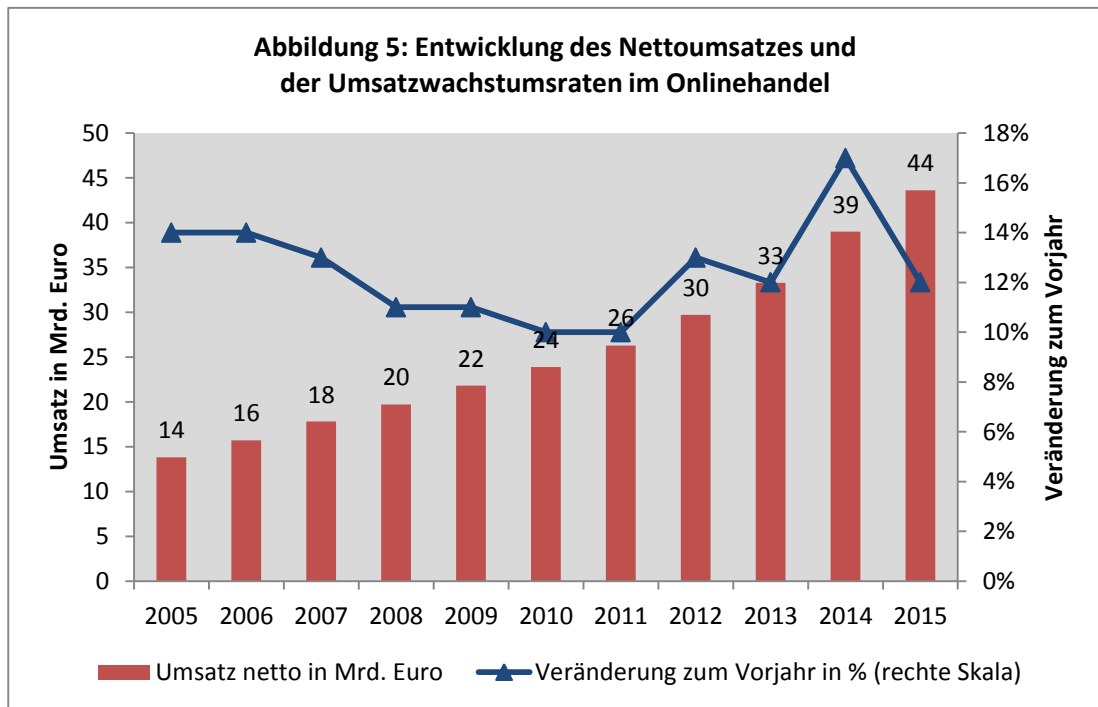


\*Prognose

Quelle: Statistisches Bundesamt; HDE-Berechnungen; ohne Umsatzsteuer; vorläufige Daten; ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken.

Im **Onlinehandel** hingegen wird für das Jahr 2015 ein nominales Umsatzwachstum von zwölf Prozent im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert. Seit dem Jahr 2005 ist der Umsatz von knapp 14 Milliarden Euro auf 44 Milliarden Euro gestiegen, was einer Zunahme von fast 216 Prozent und einem durchschnittlichen jährlichen nominalen Wachstum von 21,6 Prozent entspricht (vgl. Abbildung 5). Umsatztreiber im Einzelhandel ist somit eindeutig der Onlinehandel.

### 3. Einzelhandelsumsatz



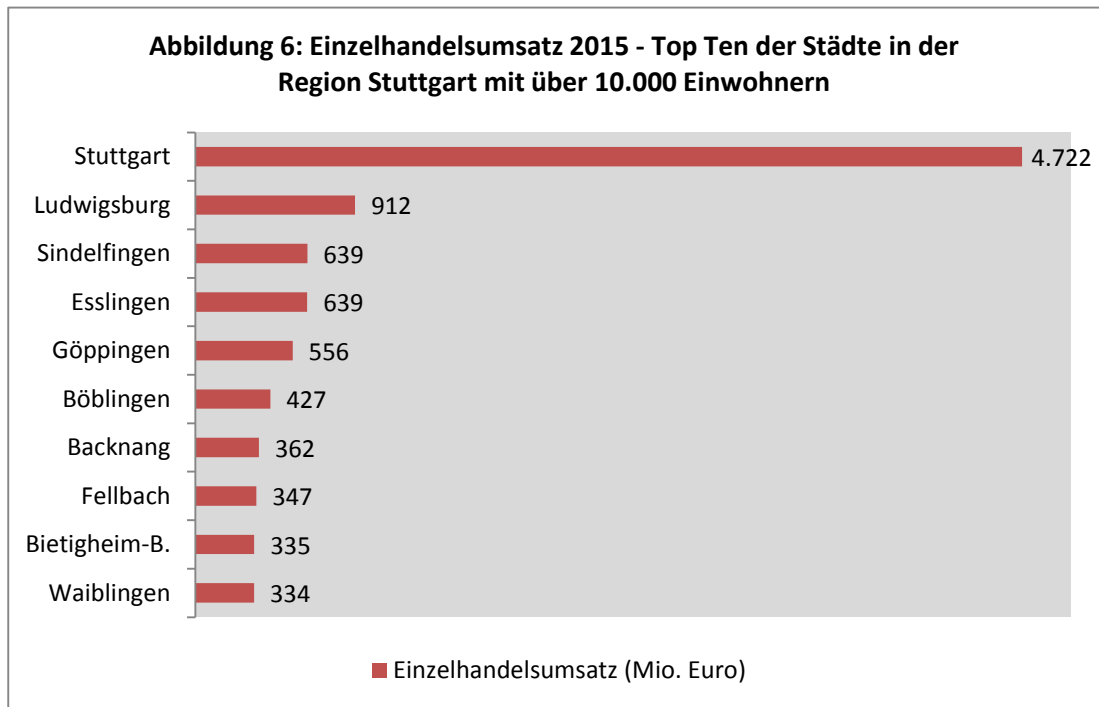
Quelle: HDE-Prognose; HDE-/GfK-Onlinemonitor; ohne Umsatzsteuer; Angaben für Nonfood, FMCG, Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (o. Urlaubsreisen).

#### 3.2 Einzelhandelsumsatz in den Städten der Region Stuttgart

Für die Region Stuttgart ergibt sich im Jahr 2015 ein **Einzelhandelsumsatz** von rund 16,2 Milliarden Euro laut MB-Research, CIMA und BBE Handelsberatung GmbH (zu den Grundlagen der Daten aus dieser Quelle siehe Anhang 1). Im Verhältnis zum Nachfragepotenzial von 18,9 Milliarden Euro (vgl. Kapitel 2.2) gehen dem stationären Einzelhandel in der Region damit per Saldo **2,7 Milliarden Euro an Einzelhandelskaufkraft an andere Standorte, den Versandhandel und das Internet verloren**.

Diese Streuung von lokaler Kaufkraft spiegelt sich in Abbildung 6 wider: Die Rangfolge der zehn Städte mit dem höchsten Einzelhandelsumsatz entspricht, abgesehen von der Platzierung Stuttgarts, nicht der der zehn Städte mit der größten Einzelhandelskaufkraft (vgl. Abbildung 2).

### 3. Einzelhandelsumsatz



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Mit Blick auf den **Einzelhandelsumsatz pro Kopf**, belegt Stuttgart nur den zehnten Rang (vgl. Tabelle 3). Die **Umsatzkennziffer** gibt an, ob eine bestimmte Stadt oder Gemeinde tendenziell über oder unter dem bundesweiten Umsatzdurchschnitt pro Einwohner (5.762 Euro = 100,0) liegt.

**Tabelle 3: Einzelhandelsumsatz pro Kopf 2015  
Top Ten der Städte in der Region Stuttgart über 10.000 Einwohner**

Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzkennziffer*
1	Backnang	35.319	10.261	178,1
2	Sindelfingen	62.286	10.255	178,0
3	Ludwigsburg	90.874	10.037	174,2
4	Göppingen	55.895	9.940	172,5
5	Böblingen	47.341	9.020	156,5
6	Geislingen/Steige	26.519	8.337	144,7
7	Kirchheim/Teck	39.672	7.943	137,8
8	Bietigheim-Bissingen	42.542	7.880	136,7
9	Fellbach	44.847	7.742	134,4
10	Stuttgart	611.491	7.722	134,0

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (5762 Euro = 100,0).

Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Die Reihenfolge der Städte in Tabelle 3 zeigt deutlich, 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 Umsatzzah-

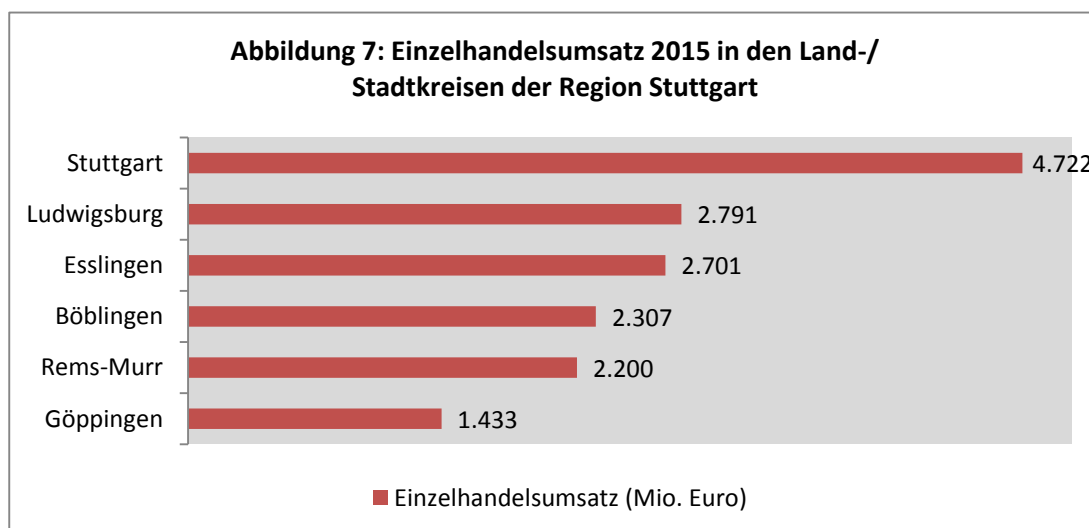
### 3. Einzelhandelsumsatz

len. Bekannte Beispiele sind Ludwigsburg mit dem Tammer Feld und Sindelfingens Osten mit den großen Einkaufszentren und Fachmärkten.

Das Schlusslicht in der Region beim Einzelhandelsumsatz pro Kopf bildet Kernen im Remstal mit 2.320 Euro. Es folgen die Gemeinden Korb, Remshalden, Tamm und Markgröningen mit einem Einzelhandelsumsatz pro Kopf von weniger als 50 Prozent des Bundesdurchschnitts (vgl. Anhang 2). Die örtliche Nahversorgung ist bei solch niedrigen Werten (je nach Branchenmix) gefährdet, und die Bewohner der betroffenen Standorte kaufen überwiegend auswärts ein.

#### 3.3 Einzelhandelsumsatz in den Kreisen der Region Stuttgart

Der Einzelhandel in der Region Stuttgart erzielt mit etwa 16,2 Milliarden Euro Umsatz 25,8 Prozent des gesamten Umsatzes Baden-Württembergs (62,6 Milliarden Euro). Innerhalb der Region verteilen sich die Einzelhandelsumsätze auf die Land- und Stadtkreise wie folgt (vgl. Abbildung 7):



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Ebenso wie bei den absoluten Kaufkraft-Werten liegt der Einzelhandel Stuttgarts bei den **Umsätzen** deutlich vorn. Mit einem Erlös von 4,7 Milliarden Euro nehmen die Einzelhändler einen großen Teil des regionalen Umsatzes ein. Die Landkreise Ludwigsburg und Esslingen folgen mit Umsätzen von über 2,7 Milliarden Euro. Der Landkreis Göppingen bildet wegen seiner kleineren Bevölkerungszahl wieder das Schlusslicht.

### 3. Einzelhandelsumsatz

---

Der Einzelhandelsumsatz pro Einwohner liegt in Stuttgart deutlich über den Umsätzen pro Kopf in den Landkreisen (vgl. Tabelle 4). Denn das Oberzentrum zieht nicht nur aus benachbarten Städten Kaufkraft an, sondern ist als Metropole auch Ziel von Kunden aus den Räumen Heilbronn, Ulm, Tübingen/Reutlingen und Pforzheim. Mit der steigenden Beliebtheit der Städtereisen gewinnen auch Umsätze mit Kunden aus anderen Bundesländern und dem Ausland an Bedeutung.

Auf die Landeshauptstadt folgt mit deutlichem Abstand der Landkreis Böblingen, und es fällt auf, dass beeindruckende Umsatzmagneten wie Backnang, Ludwigsburg, Geislingen/Steige oder Fellbach ihren Landkreisen nicht zu einer dreistelligen Umsatzkennziffer verhelfen. Außerdem weisen **nur Stuttgart und der Landkreis Böblingen Pro-Kopf-Umsätze über dem Bundesdurchschnitt** auf.

Abgesehen von Stuttgart sind die **Umsätze je Einwohner** damit auch in allen Landkreisen deutlich geringer als das Nachfragepotenzial der jeweiligen Bevölkerung. Die Umsatzkennziffern aus Tabelle 4 verdeutlichen im Vergleich zu den Kaufkraftindizes (diese liegen bei rund 102 bis 112 Prozentpunkten; vgl. Tabelle 2) diese Differenz.

**Tabelle 4: Einzelhandelsumsatz pro Einwohner in den Kreisen der Region Stuttgart 2015**

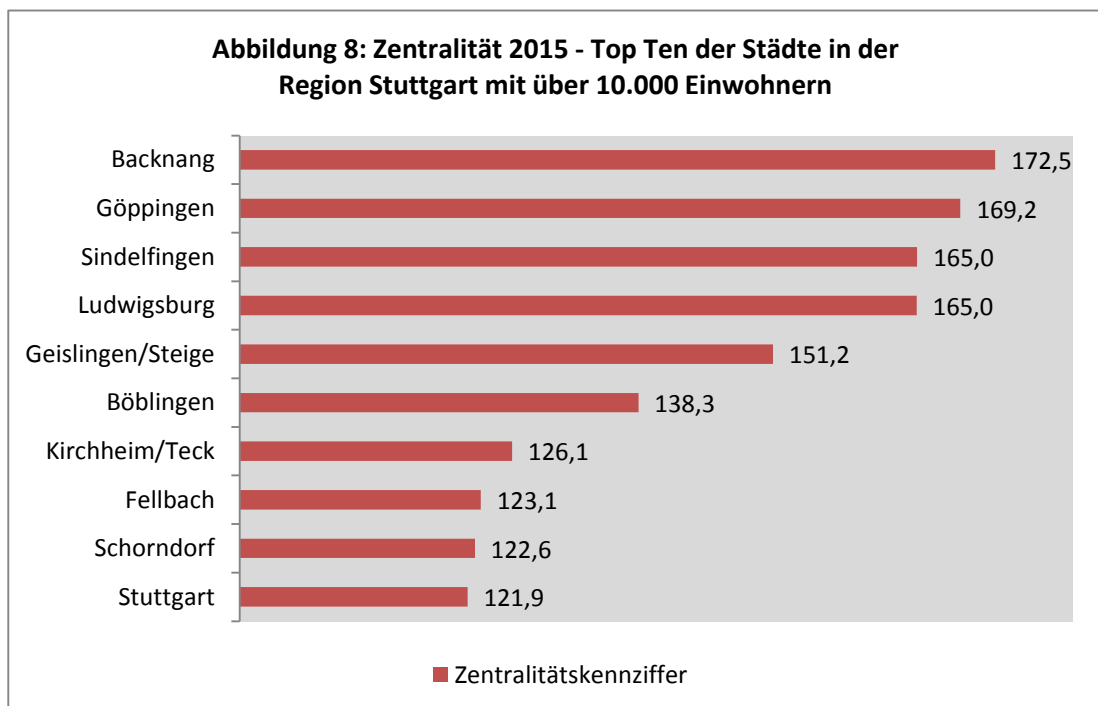
Rang	Land-/Stadtkreis	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer *
1	Stuttgart	611.491	7.722	134,0
2	Böblingen	373.926	6.171	107,1
3	Göppingen	250.176	5.730	99,4
4	Rems-Murr	413.978	5.315	92,2
5	Ludwigsburg	527.193	5.293	91,9
6	Esslingen	516.992	5.225	90,7

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert Deutschlands (5.762 Euro = 100,0).  
Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.



#### 4. Zentralität

Mithilfe der Zentralitätskennziffer können Aussagen über den Netto-Kaufkraftzufluss von bzw. -abfluss nach außerhalb getroffen werden (Berechnung siehe Anhang 1). Sie zeigt das Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft jeweils pro Kopf und gemessen am Bundesschnitt an. Ein Wert von über 100 bedeutet, dass der örtliche Einzelhandel mehr Umsätze erzielt als nach der vorhandenen Kaufkraft der Bevölkerung vor Ort zu erwarten wäre. Abbildung 8 erfasst die zehn Städte mit der höchsten Kaufkraftbindung in der Region Stuttgart (vgl. Anhang 2 für eine vollständige Übersicht der Zentralitätskennziffern für die Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern).



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

**Backnang und Göppingen haben die höchste relative Kaufkraftbindung**, das heißt 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 127 Millionen Euro höher als die am Ort ansässige Kaufkraft und in Göppingen beträgt die Differenz über 187 Millionen Euro. In Ludwigsburg sind es sogar über 290 Millionen Euro an zusätzlichem Umsatz, der im Einzelhandel der Barockstadt erwirtschaftet wird. Pro Einwohner fließen damit in Backnang rechnerisch knapp 3.600 Euro, in Göppingen fast 3.400 Euro und in Ludwigsburg gut 3.200 Euro von außerhalb in die Kassen der örtlichen Einzelhandelsunternehmen. Die Gründe dafür liegen zu einem guten Teil in den schon in Kapitel 3.2

#### 4. Zentralität

---

erwähnten Flächen vor den Toren der Stadt, in einigen Fällen auch an einer nicht ausreichenden Versorgungslage im Umland.

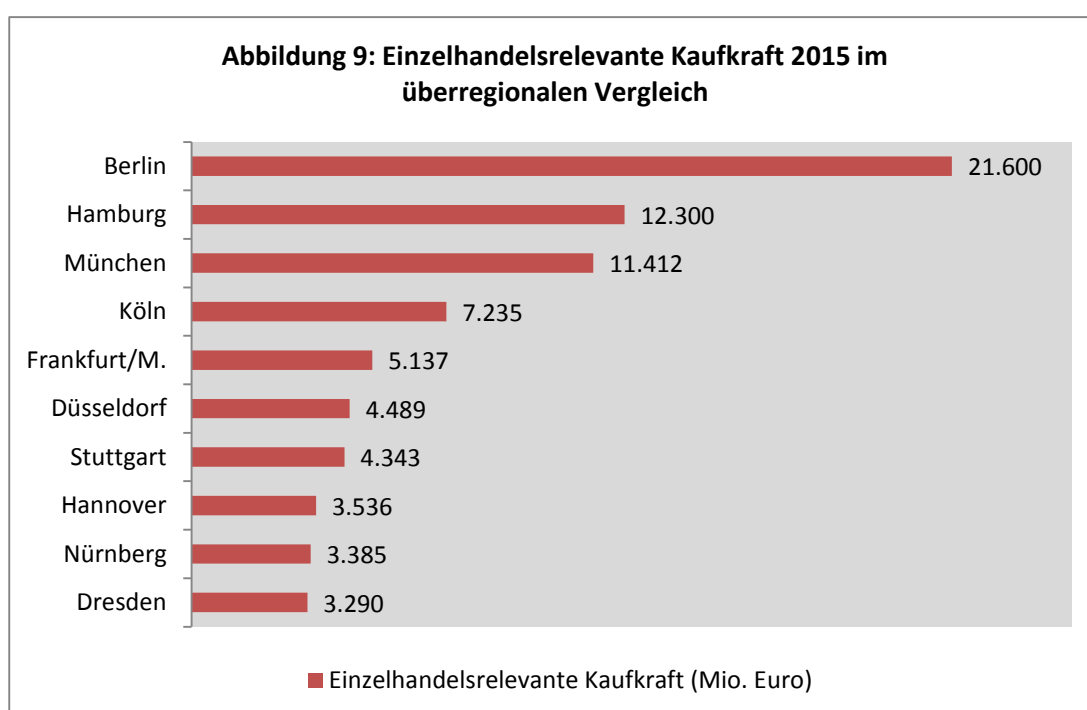
Stuttgart findet sich mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 122 auf dem letzten Platz unter den zehn Städten und Gemeinden in der Region mit der höchsten Zentralität. Die Stadt Stuttgart hat zwar aufgrund ihrer Größe in absoluten Zahlen die größte einzelhandelsrelevante Kaufkraft und den größten Einzelhandelsumsatz der Region zu verzeichnen. Wegen ihrer demographischen und sozialen Bevölkerungsstruktur, der wirtschaftlichen Lage, der Erwerbsbeteiligung, des Lohnniveaus und der damit verbundenen Vermögensverteilung sowie des hohen Mietpreinsniveaus befindet sie sich hinsichtlich der pro Kopf-Größen auf den hinteren Plätzen.

## 5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

### 5.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im überregionalen Vergleich

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

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** der Metropolen **in absoluten Größen** betreffend, liegt Berlin wegen seiner Einwohnerzahl natürlich vorne - mit 21,6 Milliarden Euro (vgl. Abbildung 9). Auf den Plätzen zwei, drei und vier folgen Hamburg, München und Köln. Hinter Frankfurt am Main und Düsseldorf belegt Stuttgart Platz sieben.



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Mit Blick auf die **pro Kopf Werte** ändert sich allerdings die Rangfolge (vgl. Tabelle 5): Hier liegt München mit 7.960 Euro deutlich vorne. Düsseldorf folgt mit etwas Abstand auf dem zweiten Platz. In einer Verfolgergruppe dicht beieinander liegen Frankfurt am Main, Stuttgart mit 7.103 Euro pro Einwohner auf dem vierten Platz. Hamburg und Köln. Wie auch schon bei den regionalen Zahlen sind die heterogenen Werte auf die unterschiedlichen demographischen und sozialen Strukturen der Bevölkerung sowie die wirtschaftlichen Lage zurückzuführen.

## 5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

---

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner 2015 im überregionalen Vergleich**

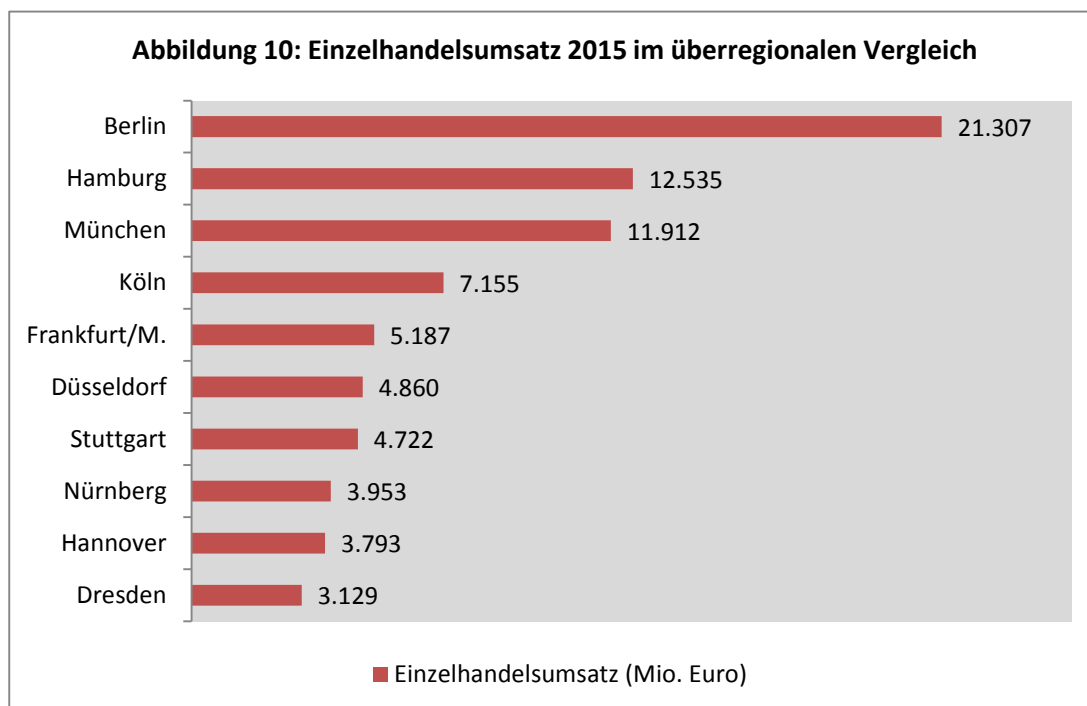
Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraftkennziffer *
1	München	1.433.609	7.960	123,3
2	Düsseldorf	606.271	7.405	114,7
3	Frankfurt/Main	714.199	7.192	111,4
4	<b>Stuttgart</b>	611.491	7.103	110,0
5	Hamburg	1.766.908	6.961	107,8
6	Köln	1.048.932	6.898	106,8
7	Hannover	524.217	6.745	104,4
8	Nürnberg	504.560	6.708	103,9
9	Berlin	3.469.320	6.226	96,4
10	Dresden	538.125	6.113	94,7

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (6.459 = 100,0)  
Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

### 5.2 Einzelhandelsumsatz im überregionalen Vergleich

Der Berliner Einzelhandel liegt wegen der dortigen Bevölkerungszahl analog zu den absoluten Kaufkraftzahlen auch beim **Umsatz** vorn: Über 21,3 Milliarden Euro klingeln dort in den Kassen (vgl. Abbildung 10). Stuttgart besitzt zwar nur 17,7 Prozent der Einwohner Berlins, der Einzelhandel in Stuttgart erzielt aber immerhin 22,2 Prozent des dortigen Umsatzes. Im Vergleich der Metropolen liegt die Baden-Württembergische Landeshauptstadt mit etwa 4,7 Milliarden Euro auf Platz sieben.

## 5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Tabelle 6 zeigt auf, dass bei Betrachtung der **pro Kopf Werte des Einzelhandelsumsatzes** Standorte wie Hamburg und Berlin in der Rangfolge nur abgeschlagen landen. Stuttgart erreicht den vierten Platz. Die Umsatzkennziffer zeigt an, dass die Einzelhändler hier pro Einwohner 34 Prozent mehr als im bundesweiten Durchschnittswert einnehmen.

**Tabelle 6: Einzelhandelsumsatz pro Kopf im überregionalen Vergleich 2015**

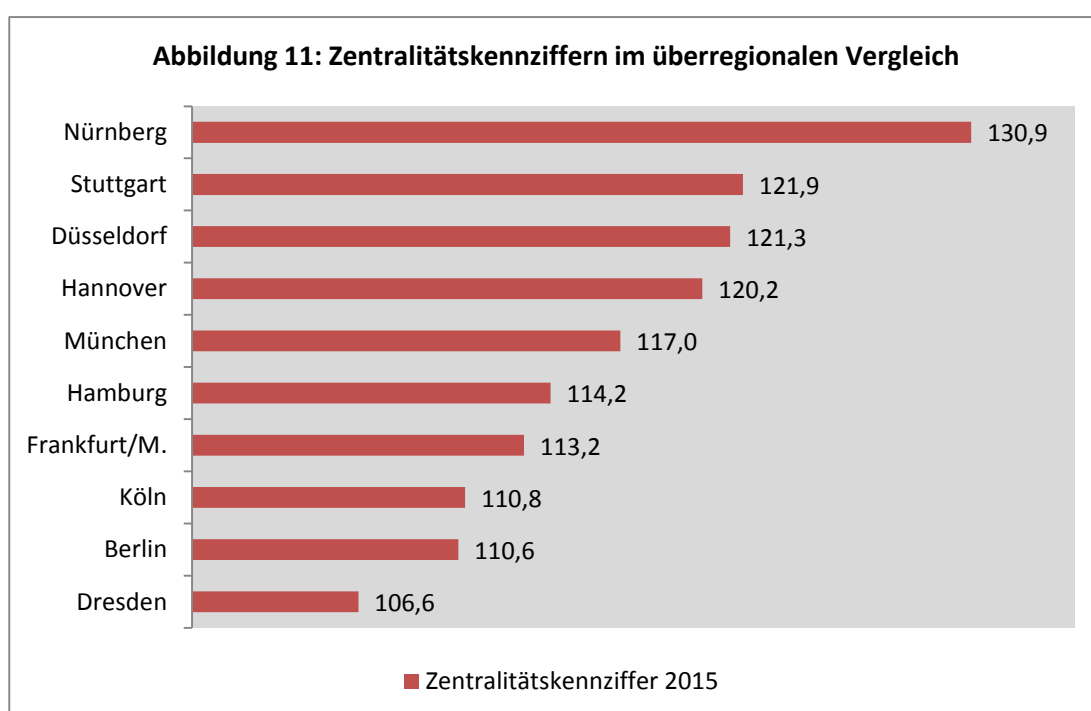
Rang	Stadt	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatzkennziffer *
1	München	1.433.609	8.309	144,2
2	Düsseldorf	606.271	8.017	139,1
3	Nürnberg	504.560	7.835	136,0
4	<b>Stuttgart</b>	611.491	7.722	134,0
5	Frankfurt/M.	714.199	7.262	126,0
6	Hannover	524.217	7.236	125,6
7	Hamburg	1.766.908	7.094	123,1
8	Köln	1.048.932	6.821	118,4
9	Berlin	3.469.320	6.142	106,6
10	Dresden	538.125	5.814	100,9

\* bezogen auf den durchschnittlichen Pro-Kopf-Wert der Bundesrepublik Deutschland (5.762 = 100,0)  
Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

## 5. Stuttgart im überregionalen Vergleich mit deutschen Großstädten

### 5.3 Zentralitätskennziffern im überregionalen Vergleich

Die Zentralitätskennziffer beschreibt auch hier das Ausmaß eines Netto-Kaufkraftzuflusses bzw. -abflusses der betreffenden Stadt oder Gemeinde (vgl. Kapitel 4). **Stuttgart** belegt mit einer Zentralitätskennziffer von 121,9 den zweiten Rang. In Worte übersetzt bedeutet die Kennziffer, dass in Stuttgart in den Kassen der Einzelhändler per Saldo rund 22 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. Schlusslicht der Vergleichsgruppe ist Dresden mit einer Zentralitätskennziffer von etwa 107.



Quelle: MB-Research, CIMA, BBE Handelsberatung GmbH, 2015.

Nürnberg ist der Dreh- und Angelpunkt der eigenen Region, die deutlich stärker als der Stuttgarter Ballungsraum auf ihr Zentrum hin ausgerichtet ist. Ähnlich liegt der Fall eigentlich auch für München, das über seinen Verdichtungsraum hinaus für ganz Oberbayern 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 vielen Mittelzentren besitzt. Der Einzelhandel der Landeshauptstadt muss sich also nicht hinter den stark auftretenden Mittelstädten der Region verstecken.

## 6. Schlussfolgerungen

---

Die Region Stuttgart ist für Handelsunternehmen nach wie vor einer der attraktivsten Standorte in ganz Deutschland. Trotz dieser positiven Ausgangslage besitzen nur 15 der untersuchten 58 Städte in der Region mit mehr als 10.000 Einwohnern eine Zentralitätskennziffer von 100 oder höher. Somit fließt bei der großen Mehrheit per Saldo Kaufkraft in andere Gemeinden und in den Versand- und Online-Handel ab.

Teilweise erreicht der Abfluss von Nachfragepotenzial dramatische Ausmaße. Wenn immer weniger am Ort ausgegeben wird, nimmt der Einzelhandelsbesatz ab, was in einem Teufelskreis enden kann: 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 auch 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 haben in diesem Zusammenhang die Pflicht, die Bedingungen im Auge zu behalten, unter denen Einzelhändler agieren müssen. Die Anliegen des Handels müssen von ihnen genauso berücksichtigt werden wie die der anderen gesellschaftlichen Gruppen. Fahrverbote und andere Beschränkungen des Kunden- und Lieferverkehrs sind dabei nicht hilfreich, ebenso wie Einschränkungen für das Parken. Und eine ungeordnete Ansiedlung vor allem großflächiger Einzelhandelsbetriebe schadet langfristig dem gesamten Stadtgefüge – auch der Nachbarkommunen. Kommunen müssen also Einzelhandelskonzepte erstellen, um Ansiedlungsvorhaben optimal in die funktionale Stadtstruktur einzuordnen. Und an manchen Standorten bietet eventuell das in Baden-Württemberg neue Instrument der Business Improvement Districts (BIDs) einen sinnvollen Ansatz zur Attraktivitätssteigerung von Kernlagen. Dazu ist ein konstruktiver Dialog mit dem Handel unabdingbar.

Die Betriebe benötigen Planungssicherheit und ein positives Umfeld, in dem sie agieren können. Die IHK Region Stuttgart unterstützt Städte und Gemeinden dabei gerne begleitend und beratend.

## **Anhang 1: Berechnung der Kennzahlen**

---

Für den allgemeinen Überblick Deutschlands wurde auf Datenmaterial des Statistischen Bundesamtes sowie auf Prognosen des Handelsverbandes HDE zurückgegriffen. Die für die Region Stuttgart ausgewiesenen Daten beruhen auf Prognosen der Michael Bauer Research GmbH, der CIMA Beratung + Management GmbH und der BBE Handelsberatung GmbH für das Jahr 2015.

Der größte Teil der Zahlen stammt aus einer **neuen Datenquelle** im Vergleich zu den früheren Studien der IHK. Die Daten der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, liegen in hoher Datentransparenz vor. Dennoch unterliegen die Zahlen naturgemäß den Unsicherheiten, denen Prognosen immer unterworfen sind. Hinzu kommen die Unschärfen, die dadurch entstehen, dass die Datenbasis der amtlichen Statistik mit Annahmen aufgearbeitet werden muss.

### **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft**

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der tatsächlich im Einzelhandel (einschließlich Online- und Versandhandel) 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 sonstige Erwerbseinkommen und Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Kinder- und Wohngeld, Renten sowie BAföG. Der Anteil des Einkommens, der im Einzelhandel ausgegeben wird, kann den amtlichen Einkommens- und Verbrauchsstichproben entnommen und mit Hilfe von Regionaldaten zu Einkommensklassen und soziodemografischen Kategorien ermittelt werden. Basierend auf den Fortschreibungen dieser Daten werden die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie die Kaufkraftkennziffern für das aktuelle Jahr prognostiziert.

### **Einzelhandelsumsatz**

Im Gegensatz zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind im Einzelhandelsumsatz nur die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze zu Endverbraucherpreisen, inklusive Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien sowie Factory Outlet Centern enthalten. Weder der Internet- und Onlinehandel, noch der Einzelhandel mit Kfz, Krafträdern oder Tankstellen sind Bestandteil der Berechnung. Ermittelt werden der Einzelhandelsumsatz sowie die Umsatzkennziffern auf Basis von Auswertungen der Einzelhandels-Gutachten der BBE/CIMA Gruppe und zahlreichen einschlägigen aktuellen amtlichen Statistiken, Desk Research Recherchen und Handelsdatenbanken.



### Zentralitätskennziffer

Die Zentralitätskennziffer zeigt die Kaufkraftbindung einer Stadt oder Gemeinde an und gibt den Netto-Kaufkraftzufluss von oder -abfluss nach außen 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: 
$$\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzkennziffer}}{\text{einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer}} \times 100$$

## Anhang 2: Kennzahlen 2015 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern

Stadt/ Land- kreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
<b>Stuttgart</b>	Stuttgart	611.491	4.343,24	7.103	110,0	4.722,05	7.722	134,0	121,9
<b>Landkreis Böblingen</b>	Sindelfingen	62.286	433,84	6.965	107,8	638,73	10.255	178,0	165,0
	Böblingen	47.341	346,16	7.312	113,2	427,00	9.020	156,5	138,3
	Leonberg	45.822	347,49	7.583	117,4	320,03	6.984	121,2	103,2
	Herrenberg	30.639	220,79	7.206	111,6	172,93	5.644	97,9	87,8
	Weil der Stadt	18.546	131,90	7.112	110,1	106,19	5.726	99,4	90,2
	Renningen	17.015	119,77	7.039	109,0	70,15	4.123	71,5	65,6
	Holzgerlingen	12.548	92,69	7.387	114,4	53,25	4.244	73,6	64,4
	Gärtringen	11.891	86,47	7.272	112,6	46,60	3.919	68,0	60,4
Rutesheim	10.504	74,92	7.133	110,4	58,33	5.553	96,4	87,2	
<b>Landkreis Esslingen</b>	Esslingen am Neckar	90.159	647,67	7.184	111,2	638,55	7.082	122,9	110,5
	Filderstadt	45.110	323,31	7.167	111,0	258,10	5.722	99,3	89,5
	Nürtingen	40.058	274,53	6.853	106,1	248,99	6.216	107,9	101,7
	Kirchheim unter Teck	39.672	280,00	7.058	109,3	315,12	7.943	137,8	126,1
	Leinfelden-Echterdingen	38.062	287,65	7.557	117,0	233,41	6.132	106,4	90,9
	Ostfildern	37.601	279,88	7.443	115,3	164,27	4.369	75,8	65,8
	Wendlingen am Neckar	15.649	105,41	6.736	104,3	90,10	5.757	99,9	95,8
	Plochingen	13.819	93,96	6.800	105,3	73,59	5.326	92,4	87,8
	Wernau am Neckar	12.146	83,84	6.903	106,9	47,17	3.883	67,4	63,1
	Neuhausen a. d. Fildern	11.443	84,59	7.392	114,5	37,15	3.247	56,3	49,2
	Denkendorf	10.550	73,79	6.994	108,3	31,39	2.975	51,6	47,7
<b>LK Göppingen</b>	Göppingen	55.895	368,10	6.586	102,0	555,57	9.940	172,5	169,2
	Geislingen an d. Steige	26.519	163,90	6.181	95,7	221,08	8.337	144,7	151,2
	Eislingen an der Fils	19.962	127,09	6.367	98,6	110,95	5.558	96,5	97,8
	Ebersbach an der Fils	15.328	102,72	6.702	103,8	52,23	3.408	59,1	57,0
	Uhingen	14.083	91,77	6.517	100,9	74,34	5.279	91,6	90,8
	Donzdorf	10.813	72,23	6.680	103,4	57,15	5.285	91,7	88,7

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

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung GmbH, München, 2015

## Anhang 2: Kennzahlen 2015 der Städte und Gemeinden der Region Stuttgart mit über 10.000 Einwohnern

Stadt/ Land- kreis	Stadt/Gemeinde	Bevölkerung Prognose Ø 2015	EH-Kaufkraft (Mio. Euro)	EH-Kaufkraft pro Kopf (Euro)	EH-Kaufkraft- kennziffer*	EH-Umsatz (Mio. Euro)	EH-Umsatz pro Kopf (Euro)	Umsatz- kennziffer*	Zentralitäts- kennziffer
Landkreis Ludwigsburg	Ludwigsburg	90.874	619,73	6.820	105,6	912,13	10.037	174,2	165,0
	Bietigheim-Bissingen	42.542	312,63	7.349	113,8	335,22	7.880	136,7	120,2
	Kornwestheim	32.628	223,31	6.844	106,0	164,88	5.053	87,7	82,8
	Vaihingen an der Enz	28.279	192,75	6.816	105,5	124,52	4.403	76,4	72,4
	Remseck am Neckar	24.961	186,32	7.465	115,6	109,54	4.389	76,2	65,9
	Ditzingen	24.502	177,51	7.245	112,2	73,34	2.993	51,9	46,3
	Gerlingen	19.224	156,45	8.138	126,0	108,21	5.629	97,7	77,5
	Korntal-Münchingen	18.751	142,06	7.576	117,3	82,77	4.414	76,6	65,3
	Sachsenheim	17.805	119,23	6.696	103,7	68,71	3.859	67,0	64,6
	Freiberg am Neckar	15.785	112,68	7.139	110,5	51,73	3.277	56,9	51,5
	Marbach am Neckar	15.447	105,75	6.846	106,0	61,27	3.967	68,8	64,9
	Markgröningen	14.495	97,87	6.752	104,5	41,12	2.837	49,2	47,1
	Asperg	13.060	93,87	7.188	111,3	49,17	3.765	65,3	58,7
	Tamm	12.712	94,19	7.409	114,7	35,96	2.829	49,1	42,8
	Steinheim an der Murr	12.241	85,89	7.017	108,6	87,61	7.157	124,2	114,3
	Besigheim	12.042	84,64	7.028	108,8	62,75	5.211	90,4	83,1
Schwieberdingen	11.466	87,24	7.609	117,8	42,24	3.684	63,9	54,3	
Möglingen	11.073	76,54	6.913	107,0	43,54	3.932	68,2	63,8	
Landkreis Rems-Murr	Waiblingen	53.431	389,61	7.292	112,9	334,26	6.256	108,6	96,2
	Fellbach	44.847	316,03	7.047	109,1	347,21	7.742	134,4	123,1
	Schorndorf	38.653	263,11	6.807	105,4	287,70	7.443	129,2	122,6
	Backnang	35.319	235,49	6.668	103,2	362,42	10.261	178,1	172,5
	Winnenden	27.568	188,67	6.844	106,0	139,43	5.058	87,8	82,8
	Weinstadt	26.356	190,46	7.226	111,9	161,15	6.114	106,1	94,8
	Kernen im Remstal	15.028	106,49	7.086	109,7	34,86	2.320	40,3	36,7
	Murrhardt	13.602	84,36	6.202	96,0	60,63	4.458	77,4	80,6
	Remshalden	13.565	98,25	7.243	112,1	37,14	2.738	47,5	42,4
	Leutenbach	11.121	78,83	7.089	109,8	38,89	3.497	60,7	55,3
	Rudersberg	11.083	72,27	6.520	101,0	35,85	3.234	56,1	55,6
	Welzheim	11.006	69,24	6.291	97,4	47,85	4.348	75,5	77,5
	Korb	10.199	76,46	7.420	114,9	26,89	2.609	45,3	39,4

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

Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung GmbH, München, 2015

## **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  
Mühlstraße 4, 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 -8484  
info.gp@stuttgart.ihk.de

### **Bezirkskammer Ludwigsburg**

Kurfürstenstraße 4, 71636 Ludwigsburg  
Postfach 6 09, 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







