



Kaufkraftanalyse

Kennzahlen für den Einzelhandel in der
Region Heilbronn-Franken

2009

Kaufkraftanalyse

Kennzahlen für den Einzelhandel in der Region Heilbronn-Franken 2009

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer
Heilbronn-Franken
Postfach 22 09, 74012 Heilbronn
Ferdinand-Braun-Str. 20, 74074 Heilbronn
Telefon 07131 9677-0, Fax 07131 677-199
Internet: www.heilbronn.ihk.de

4. Auflage Dezember 2009

IHK Dienstleistungs- und Beratungszentrum
-Referat Handel-
Telefon 07131 9677-128
Fax 07131 9677-309
E-Mail: feiler@heilbronn.ihk.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	Seite 4
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Seite 6
Einzelhandelsumsätze	Seite 10
Einzelhandelszentralität	Seite 14
Heilbronn im landesweiten Vergleich	Seite 16
Fazit.....	Seite 19

Quellen:

GfK-Regionalforschung
BBE-Beratungsinstitut
Berechnungen der IHK Heilbronn-Franken
Positionspapier der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg



Vorwort

Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels geht für 2009 von einem gegenüber 2007 um ca. ein Prozent niedrigeren Umsatz aus. Insgesamt kann festgestellt werden, dass der Einzelhandel trotz Wirtschaftskrise in der Region, wie auch im Land keinen Umsatzeinbruch erlitten hat. Je nach Branche, aber auch nach individuellem Unternehmen, fällt diese Entwicklung allerdings sehr unterschiedlich aus. Nach wie vor sinkt der Anteil des Einzelhandelsumsatzes am privaten Verbrauch - im Zeitraum 1990 bis 2008 von über 42 Prozent auf nur noch 28 Prozent. Die deutschen Haushalte geben einen immer größeren Anteil ihres Einkommens für Freizeit und Wohnen aus.

Der Trend, dass der traditionelle Einzelhandel Umsätze an andere Vertriebsformen verliert, setzt sich weiter fort. Vor allem hat sich auch das Internet als Informationsplattform im Handel etabliert. Auch traditionelle Einzelhändler können davon profitieren. Die im Internet getätigten Umsätze haben im Jahr 2008 einen Umsatzsprung um 23 % realisiert. Damit fehlen in den Kassen des stationären Einzelhandels in Deutschland immerhin 13,4 Milliarden Euro. Zum Vergleich: Im Jahr 2000 war dies gerade mal eine Milliarde.

Daneben verschärft die weiter wachsende Verkaufsfläche den Wettbewerb der einzelnen Standorte untereinander. Insgesamt stiegen die Einzelhandelsverkaufsflächen von 77 Mio. qm im Jahr 1990 um 57 % auf 121 Mio. qm in 2009. Dabei hat sich die rasante Flächenexpansion der 90er-Jahre in den letzten Jahren deutlich abgeschwächt, weist aber auch seit 2000 immerhin noch einen Zuwachs von 10 % aus. Bei stagnierenden, in diesem Jahr sogar wieder leicht sinkenden Umsätzen, ist damit eine deutlich sinkende Flächenproduktivität vorprogrammiert, was das wirtschaftliche Betreiben eines Einzelhandelsgeschäftes nicht einfacher macht.

Die Liberalisierung der Ladenöffnungszeiten hat ebenfalls zu einer weiteren Verschärfung der Wettbewerbssituation im Einzelhandel beigetragen. Sie war aber notwendig, um die Rahmenbedingungen zu schaffen, damit der stationäre Handel sich besser gegenüber Internet, Versandhandel und dem stark prosperierenden Vertriebsweg Teleshopping behaupten kann, aber auch um Chancengleichheit zu Tankstellenshops herzustellen.

Mit der vorliegenden Broschüre will die IHK Heilbronn-Franken dazu beitragen, dass die Einzelhändler der Region Entscheidungen, die bei der Anpassung an sich ändernde Kundenwünsche und Wettbewerbsbedingungen notwendig sind, auf der Grundlage aussagekräftiger Zahlen treffen können. Aber auch für Planer und Kommunalpolitiker sind diese Zahlen als Grundlage von Ansiedlungsfragen von Belang.



Vorwort

Betrachtet wurden die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die Einzelhandelsumsätze sowie die Einzelhandelszentralität in den Ober-, Mittel- und Unterzentren sowie in den Stadt- und Landkreisen und in der Region Heilbronn-Franken.

Das Kaufkraftpotenzial in einer Stadt bzw. einer Region hat unmittelbaren Einfluss auf die Umsatztätigkeit der Einzelhandelsbetriebe. Wichtig für einen funktionierenden Einzelhandelsstandort ist aber vor allem die Frage, welchen Anteil der vorhandenen Kaufkraft der Einzelhandel vor Ort binden kann.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil der allgemeinen Kaufkraft, die für den Einzelhandel zur Verfügung steht. Sie kann also als das Nachfragepotenzial für den Einzelhandel einer Region oder Gemeinde betrachtet werden.

Der Einzelhandelsumsatz wird auf Basis der amtlichen Umsatzsteuerstatistik ermittelt. Nicht erfasst sind darin der Einzelhandel mit Kraftwagen und Krafträdern sowie der Handel mit Kraft- und Brennstoffen.

Die Einzelhandelszentralität einer Stadt oder Gemeinde gibt Auskunft über die Bedeutung des Einzelhandels im Hinblick auf ihre Versorgungsfunktion für den Standort selbst und sein Umland. Sie errechnet sich aus dem Verhältnis von Umsatzkennziffer und Kaufkraftkennziffer. Bei einer Einzelhandelszentralität von über 100 gilt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet übersteigen.

In der vorliegenden Broschüre haben wir auf Anraten der GfK (Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung) auf einen Zeitreihenvergleich verzichtet. Die Gründe dafür sind eine Neuordnung der Branchenkennziffern und damit einhergehend neue Berechnungsmethoden. Ein entscheidender Punkt ist auch, dass die rezeptpflichtigen Umsätze der Apotheken seit diesem Jahr nicht mehr in die Einzelhandelsumsätze einfließen. Somit sind die ermittelten Umsätze nicht mit den Vorjahren vergleichbar. Wir haben deshalb unser Augenmerk verstärkt auf den räumlichen Vergleich gelegt. Dadurch lassen sich strukturelle Unterschiede in den einzelnen Städten und Gemeinden erkennen.

Die Berechnungen basieren auf den aktuellen Prognosen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK).

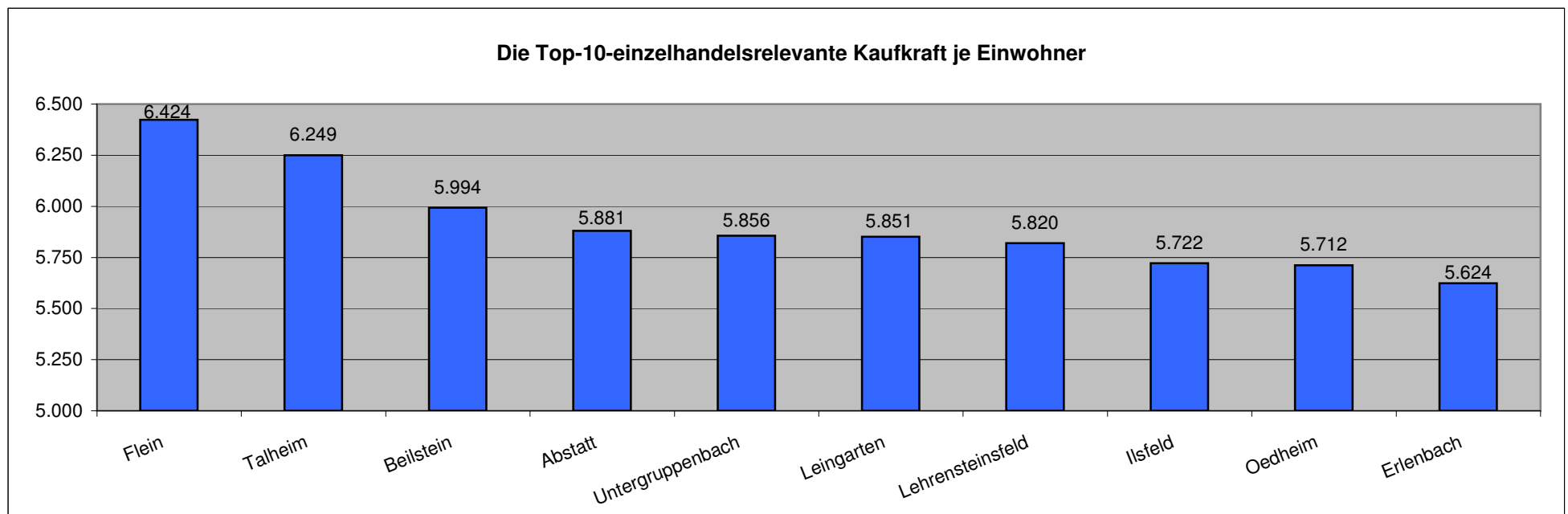
IHK Heilbronn-Franken
Dienstleistungs- und Beratungszentrum
Im Dezember 2009

Kaufkraft für den Einzelhandel Die Top 10 in der Region Heilbronn-Franken 2009

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Region Heilbronn-Franken ist unterdurchschnittlich

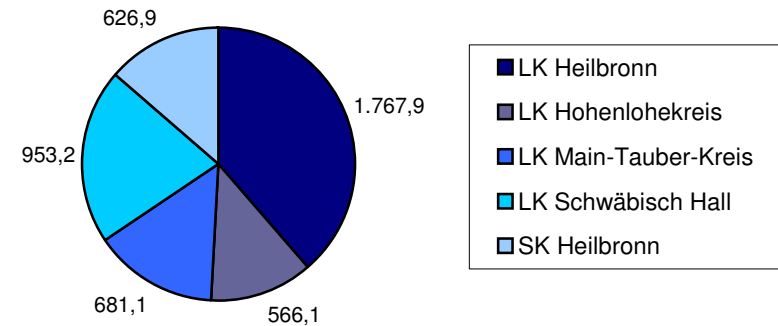
Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Region liegt mit 5.183 € je Einwohner knapp unter dem Bundesdurchschnitt (5.201 €) und deutlich unter dem im Lande. 5.394 € stehen statistisch jedem Baden-Württemberger für den Einzelhandel zur Verfügung. Mit diesem Wert kann in unserer Region nur der Landkreis Heilbronn mithalten. Dort liegt die Pro-Kopf-Kaufkraft mit 5.352 € nur knapp unter dem Landesdurchschnitt.

In den einzelnen Kommunen ergibt sich hier allerdings ein sehr heterogenes Bild. Vor allem in kleineren Städten und Gemeinden im Umfeld größerer Städte ist die Kaufkraft am höchsten. So sind auch die Gemeinden mit den höchsten Werten bei der Pro-Kopf-Kaufkraft relativ klein und spielen als Einzelhandelsstandorte nur eine untergeordnete Rolle. Einen Überblick über die Kommunen mit den höchsten Pro-Kopf-Werten bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gibt nachstehende Tabelle:



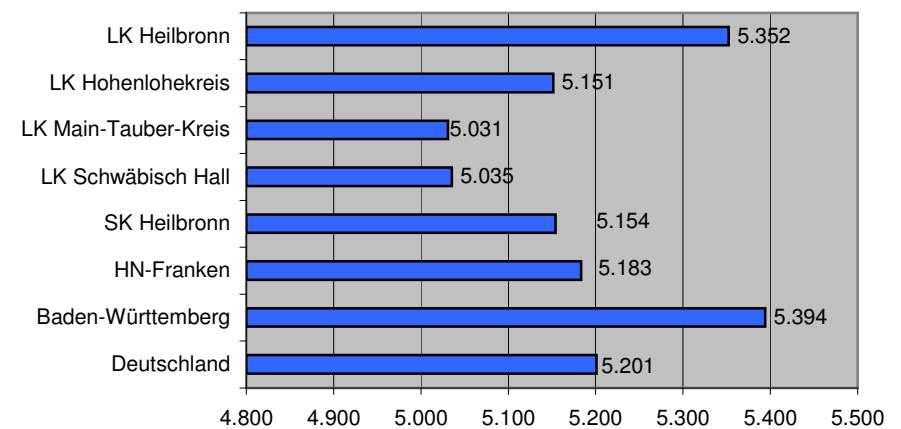
Kaufkraft für den Einzelhandel in der Region Heilbronn-Franken 2009

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. EUR

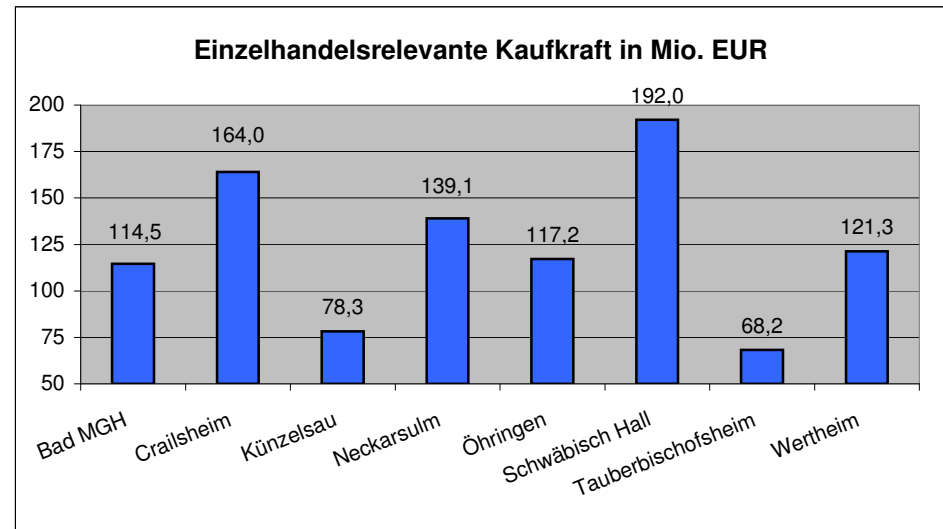


Gebiet	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je EW in EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Index je EW (Deutschland = 100)
LK Heilbronn	1.767,9	5.352	102,9
LK Hohenlohekreis	566,1	5.151	99,1
LK Main-Tauber-Kreis	681,1	5.031	96,7
LK Schwäbisch Hall	953,2	5.035	96,8
SK Heilbronn	626,9	5.154	99,1
HN-Franken	4.595,1	5.183	99,7
Baden-Württemberg	57.984,3	5.394	103,7
Deutschland	427.600,0	5.201	100,0

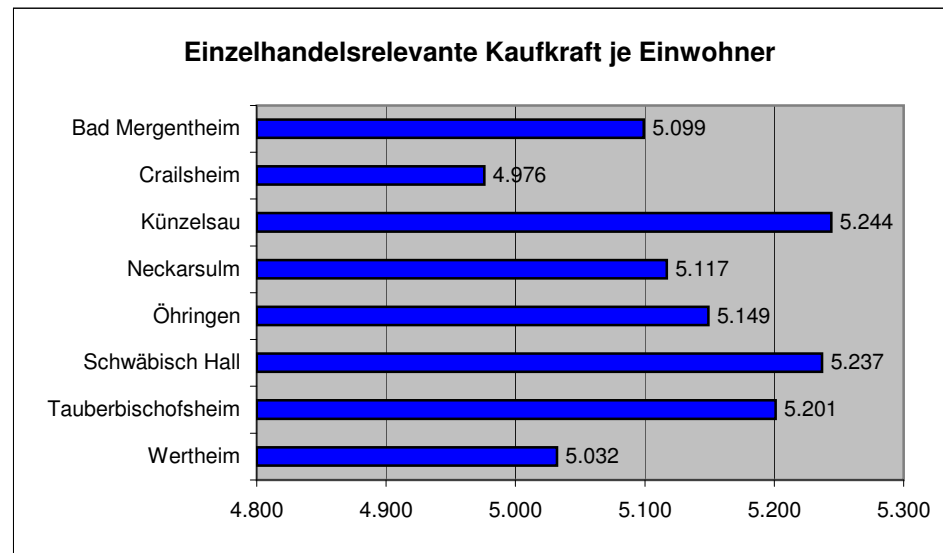
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in EUR



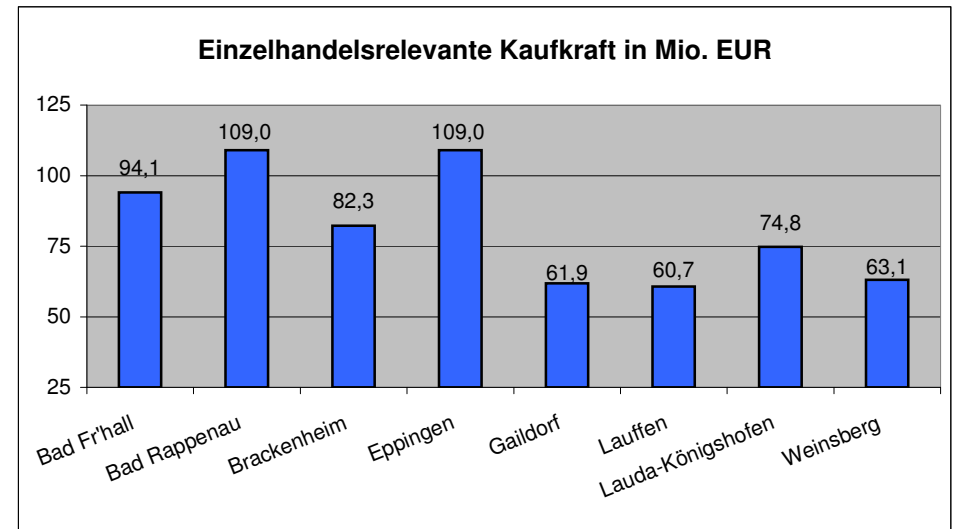
Kaufkraft für den Einzelhandel in den Mittelzentren der Region Heilbronn-Franken 2009



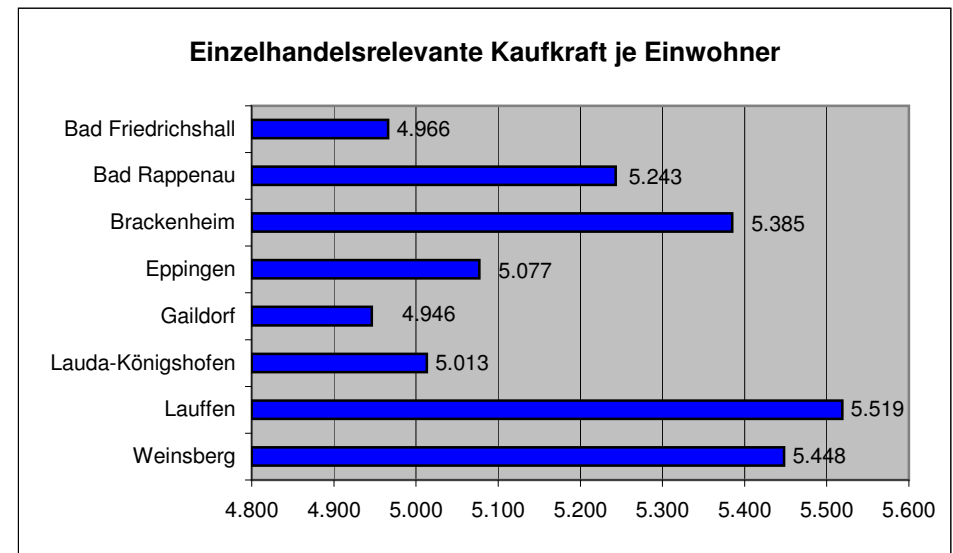
Gebiet	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je EW in EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Index je EW (Deutschland = 100)
Bad Mergentheim	114,5	5.099	98,1
Crailsheim	164,0	4.976	95,7
Künzelsau	78,3	5.244	100,8
Neckarsulm	139,1	5.117	98,4
Öhringen	117,2	5.149	99,0
Schwäbisch Hall	192,0	5.237	100,7
Tauberbischofsheim	68,2	5.201	100,0
Wertheim	121,3	5.032	96,8



Kaufkraft für den Einzelhandel in den Unterzentren der Region Heilbronn-Franken 2009



Gebiet	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je EW in EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Index je EW (Deutschland = 100)
Bad Friedrichshall	94,1	4.966	95,5
Bad Rappenau	109,0	5.243	100,8
Brackenheim	82,3	5.385	103,5
Eppingen	109,0	5.077	97,6
Gaildorf	61,9	4.946	95,1
Lauda-Königshofen	74,8	5.013	96,4
Lauffen	60,7	5.519	106,1
Weinsberg	63,1	5.448	104,7

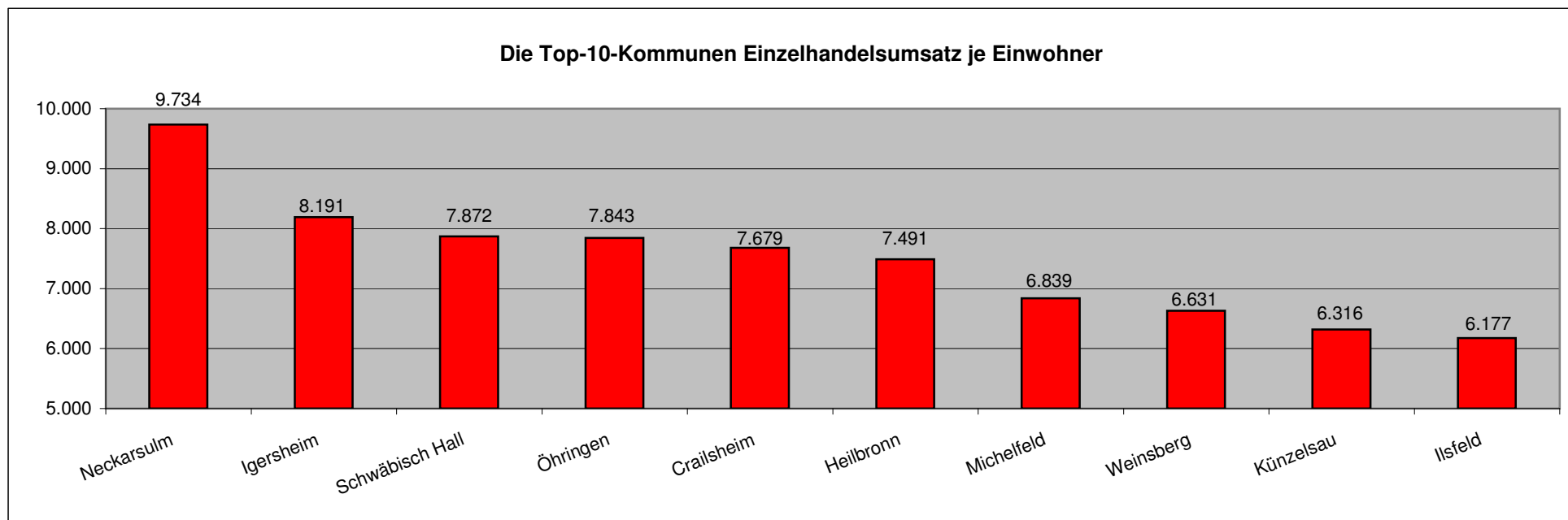


Umsatz für den Einzelhandel Die Top 10 in der Region Heilbronn-Franken 2009

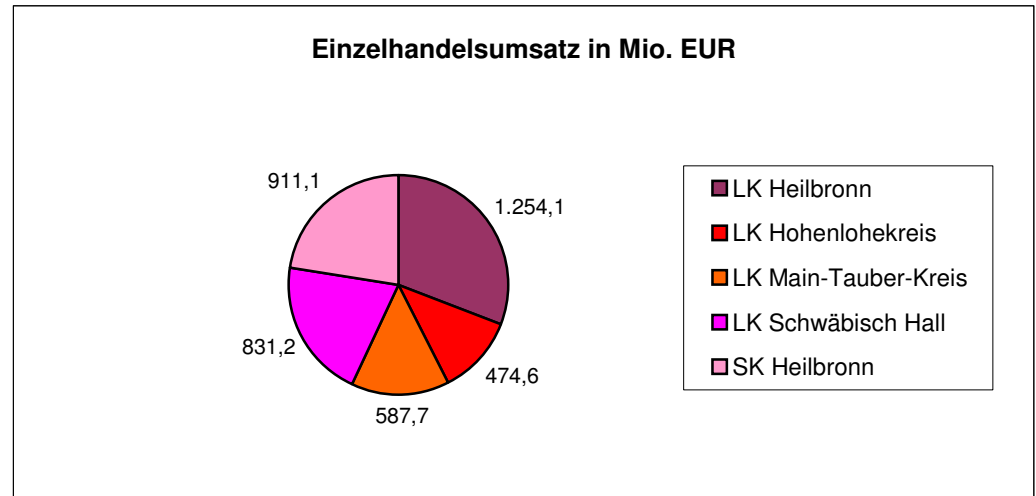
Einzelhandelsumsatz in der Region Heilbronn-Franken deutlich unterdurchschnittlich

Der in der Region getätigte Umsatz im Einzelhandel je Einwohner ist mit 4.578 € fast 300 € niedriger, als im bundesdeutschen Durchschnitt von 4.853 €. In Baden-Württemberg liegt dieser Wert bei 4.799 € je Einwohner. Trotz der höchsten Kaufkraft weist der Landkreis Heilbronn den niedrigsten Umsatz je Einwohner aller Landkreise unserer Region auf. Dies lässt sich mit der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Heilbronn erklären.

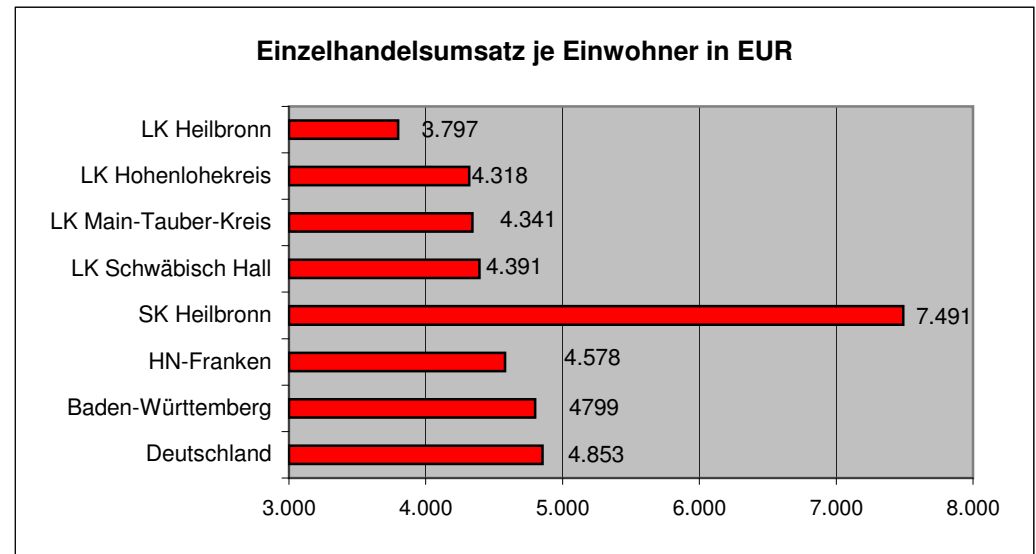
Die höchsten Pro-Kopf-Umsätze werden in der Regel in den größten Städten getätigt. In der Region Heilbronn-Franken gibt es einige Ausnahmen. Igersheim, Michelfeld und Weinsberg sind in der Spitzengruppe in diesem Ranking zu finden. Diese Ausnahmestellung begründet sich auf relativ großen Handelsansiedlungen außerhalb der Kernlagen der Gemeinden, die sich desto stärker auf den Pro-Kopf-Umsatz auswirken je geringer die Einwohnerzahl ist.



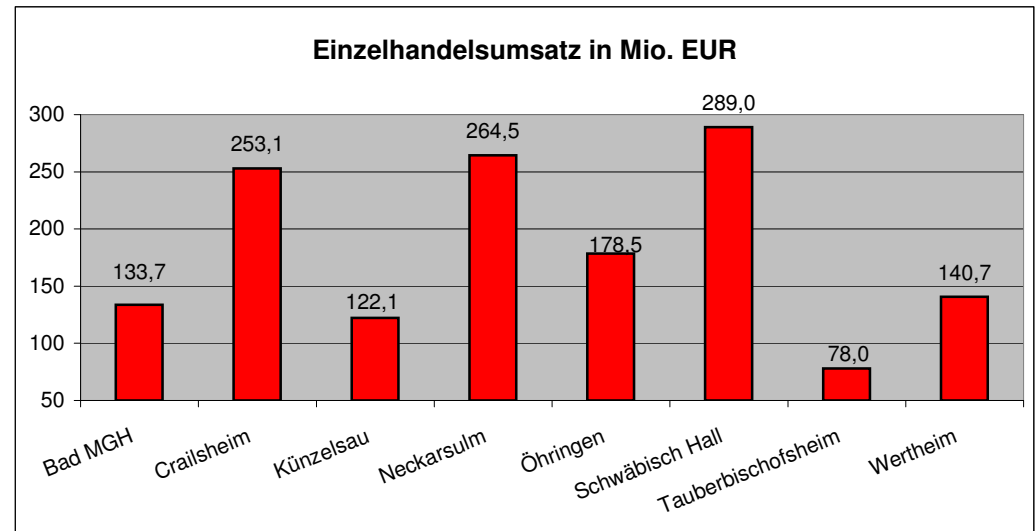
Einzelhandelsumsatz in der Region Heilbronn-Franken 2009



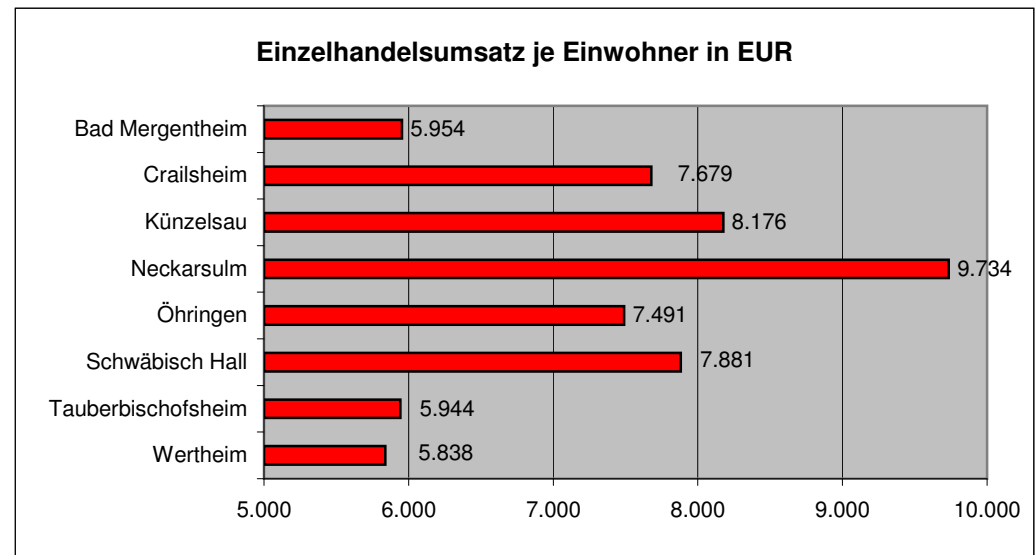
Gebiet	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz je EW in EUR
LK Heilbronn	1.254,1	3.797
LK Hohenlohekreis	474,6	4.318
LK Main-Tauber-Kreis	587,7	4.341
LK Schwäbisch Hall	831,2	4.391
SK Heilbronn	911,1	7.491
HN-Franken	4.058,6	4.578
Baden-Württemberg	51.583,3	4.799
Deutschland	399.000,0	4.853



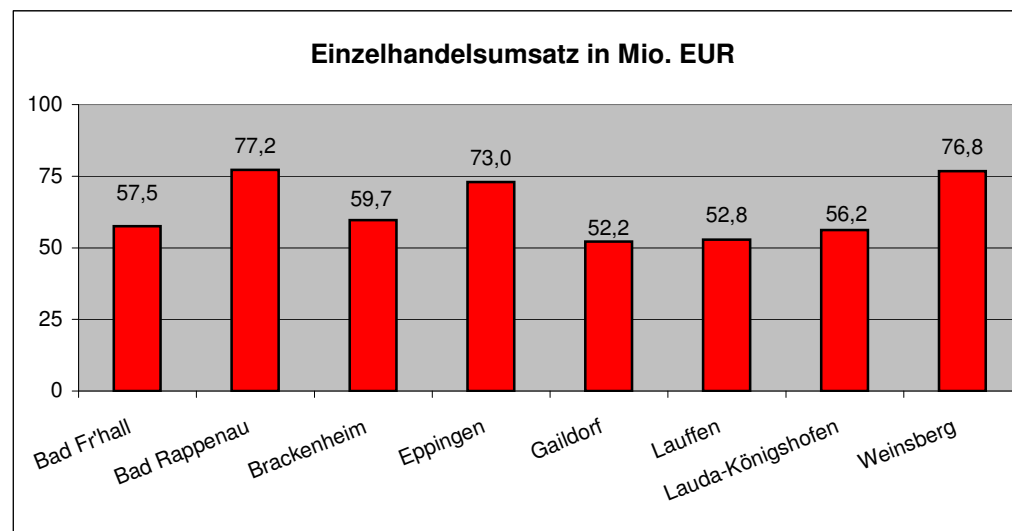
Einzelhandelsumsatz in den Mittelzentren der Region Heilbronn-Franken 2009



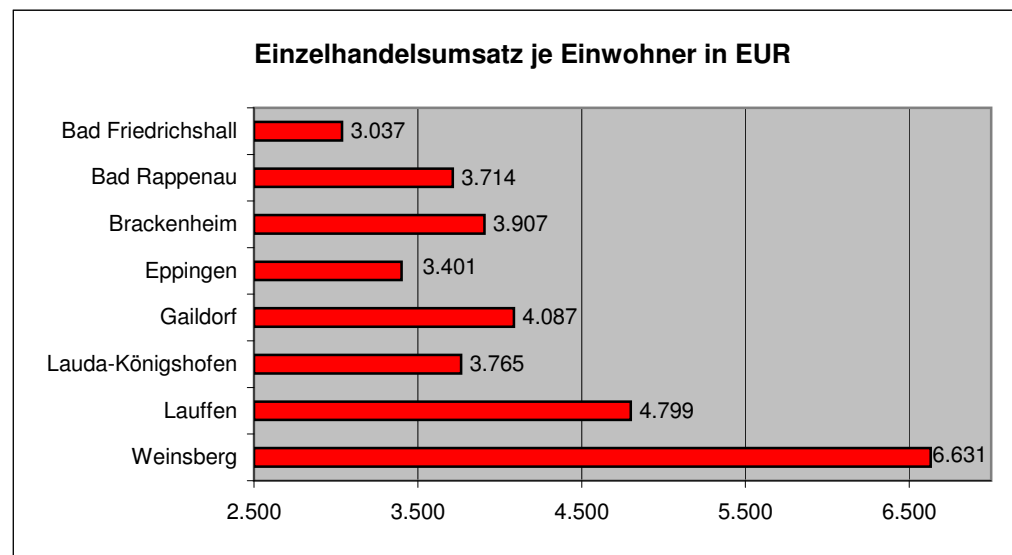
Gebiet	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz je EW in EUR
Bad Mergentheim	133,7	5.954
Crailsheim	253,1	7.679
Künzelsau	122,1	8.176
Neckarsulm	264,5	9.734
Öhringen	178,5	7.491
Schwäbisch Hall	289,0	7.881
Tauberbischofsheim	78,0	5.944
Wertheim	140,7	5.838



Einzelhandelsumsatz in den Unterzentren der Region Heilbronn-Franken 2009



Gebiet	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz je EW in EUR
Bad Friedrichshall	57,5	3.037
Bad Rappenau	77,2	3.714
Brackenheim	59,7	3.907
Eppingen	73,0	3.401
Gaildorf	52,2	4.087
Lauda-Königshofen	56,2	3.765
Lauffen	52,8	4.799
Weinsberg	76,8	6.631

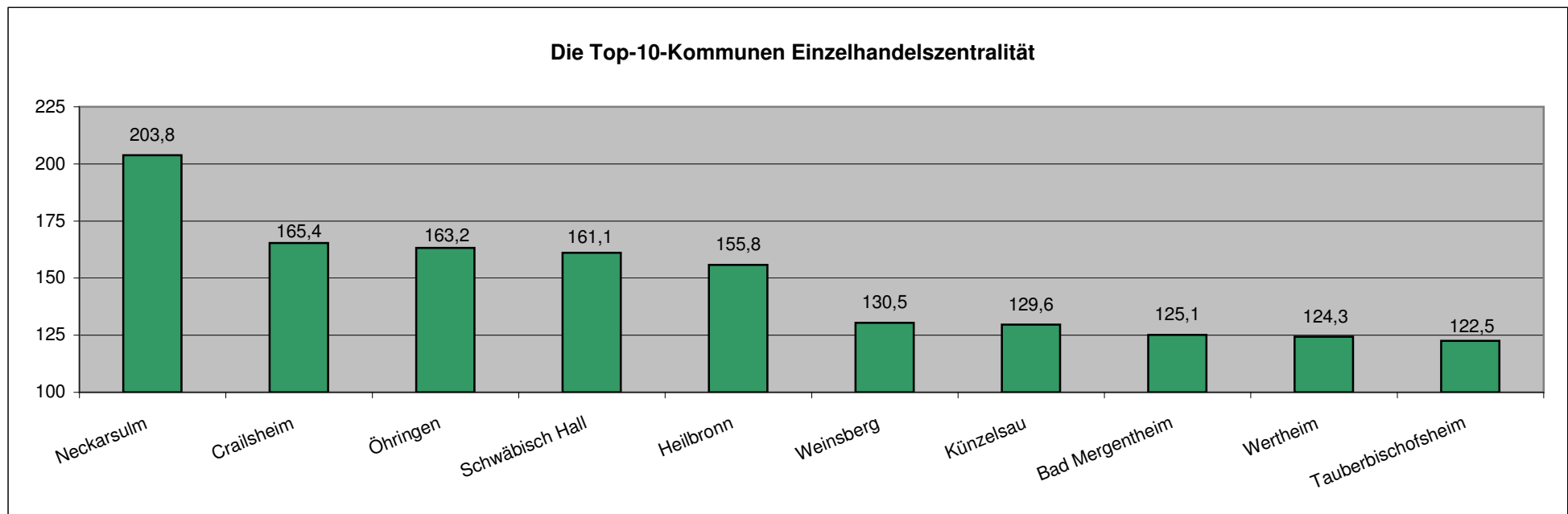


Die Einzelhandelszentralität in der Region Heilbronn-Franken Kaufkraftabfluss überproportional

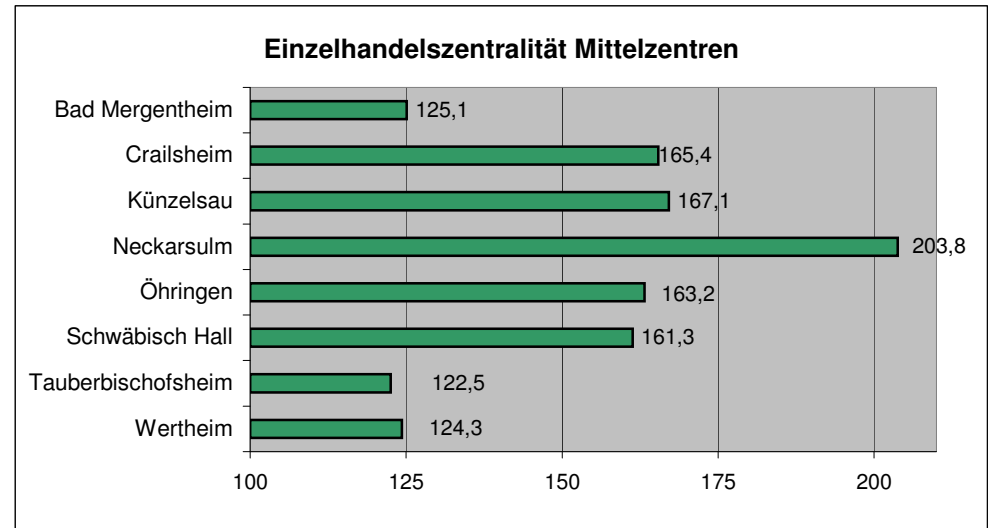
Einzelhandelszentralität Die Top 10 in der Region Heilbronn-Franken 2009

Der Zentralitätsindex für die Region Heilbronn-Franken liegt mit 94,7 deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Im Verhältnis zum Nachfragepotenzial fließen damit 537 Mio. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft aus der Region ab. Die Kaufkraft fließt in Nachbarregionen, weiter entfernte Einzelhandelsstandorte, in den Versand- und Online-Handel sowie ins Ausland. In den einzelnen Städten und Gemeinden ist dies naturgemäß sehr unterschiedlich. So weisen die Mittelzentren unserer Region traditionell eine sehr hohe Einzelhandelszentralität auf, während aus den kleineren Kommunen aufgrund des häufig nur schwach ausgeprägten Einzelhandelsangebotes meist ein großer Kaufkraftabfluss erfolgt.

Die höchste Einzelhandelszentralität in der Region weist die Stadt Neckarsulm auf. Mit einem Zentralitätsindex von über 200 liegt Neckarsulm mit deutlichem Abstand vor den übrigen Mittelzentren und auch vor dem Oberzentrum Heilbronn.

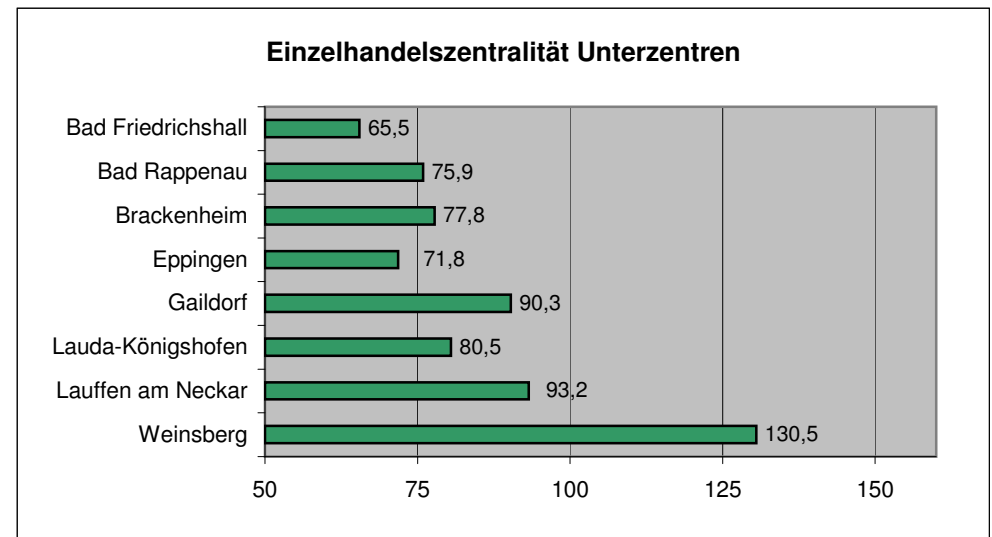


Einzelhandelszentralität in den Mittel- und Unterzentren der Region Heilbronn-Franken 2009



Mittelzentren	
Gebiet	Einzelhandelszentralität Index (Deutschland = 100)
Bad Mergentheim	125,1
Crailsheim	165,4
Künzelsau	167,1
Neckarsulm	203,8
Öhringen	163,2
Schwäbisch Hall	161,3
Tauberbischofsheim	122,5
Wertheim	124,3

Unterzentren	
Gebiet	Einzelhandelszentralität Index (Deutschland = 100)
Bad Friedrichshall	65,5
Bad Rappenau	75,9
Brackenheim	77,8
Eppingen	71,8
Gaildorf	90,3
Lauda-Königshofen	80,5
Lauffen	93,2
Weinsberg	130,5





Heilbronn im überregionalen Vergleich 2009

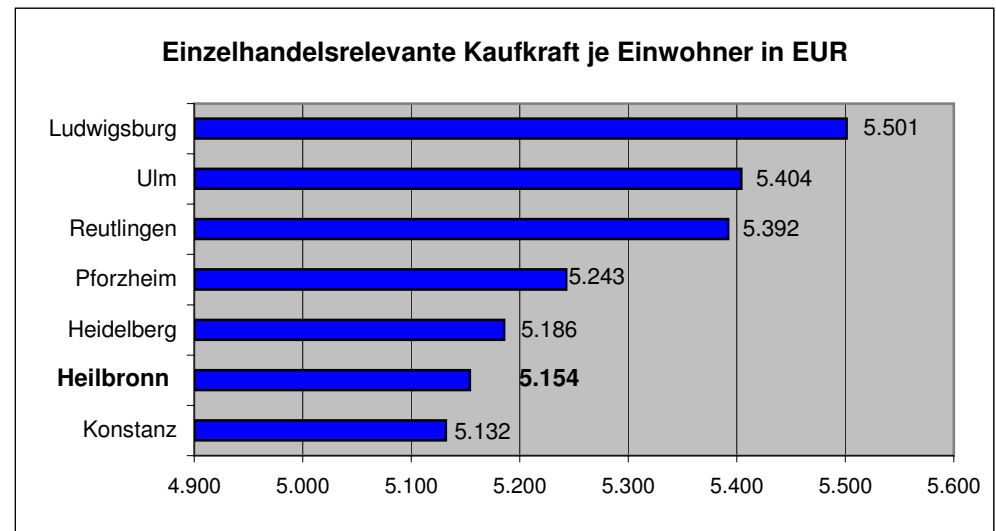
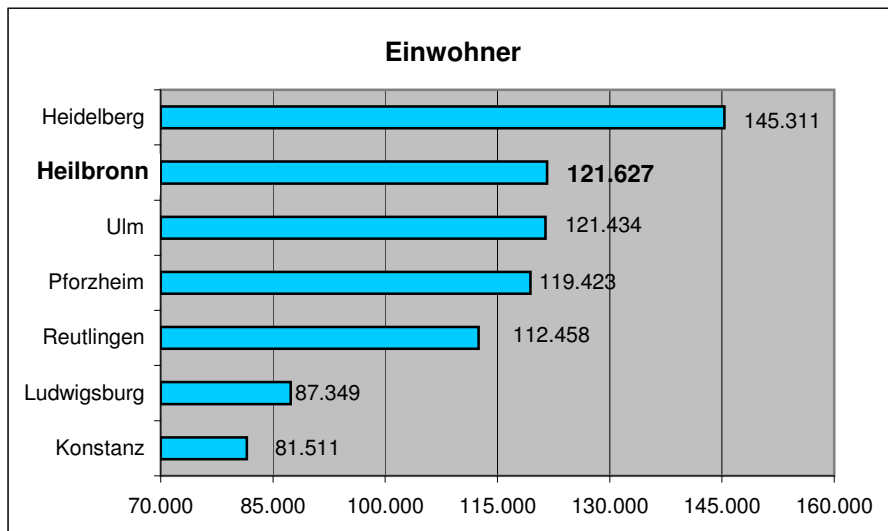
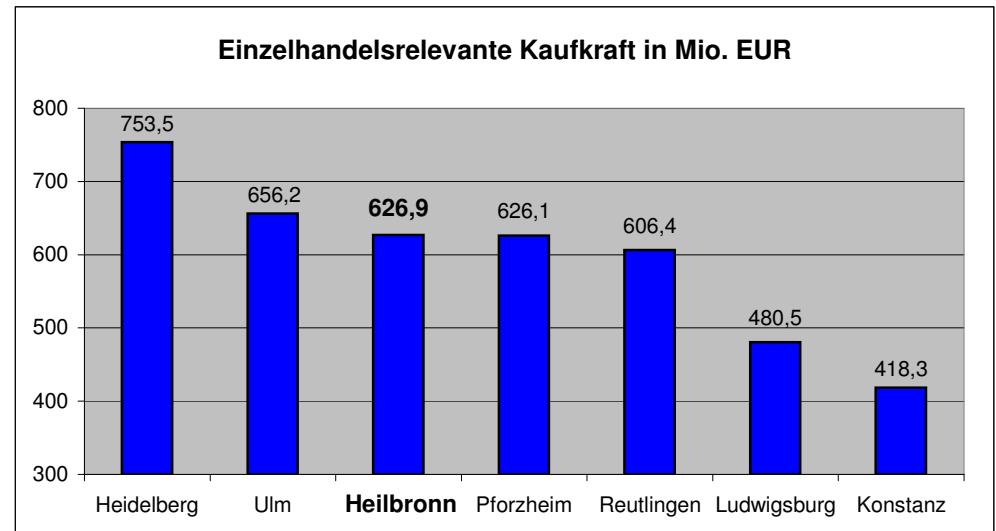
Heilbronn im überregionalen Vergleich Niedrige Kaufkraft - Hohe Zentralität

Das Oberzentrum Heilbronn spielt in der Region Heilbronn-Franken als einzige Großstadt eine Sonderrolle. Ein Vergleich mit anderen Standorten in der Region ist deshalb nur bedingt möglich. Um hier zu einer sinnvolleren Einschätzung zu kommen, haben wir Städte ähnlicher Größe in Baden-Württemberg zum Vergleich herangezogen.

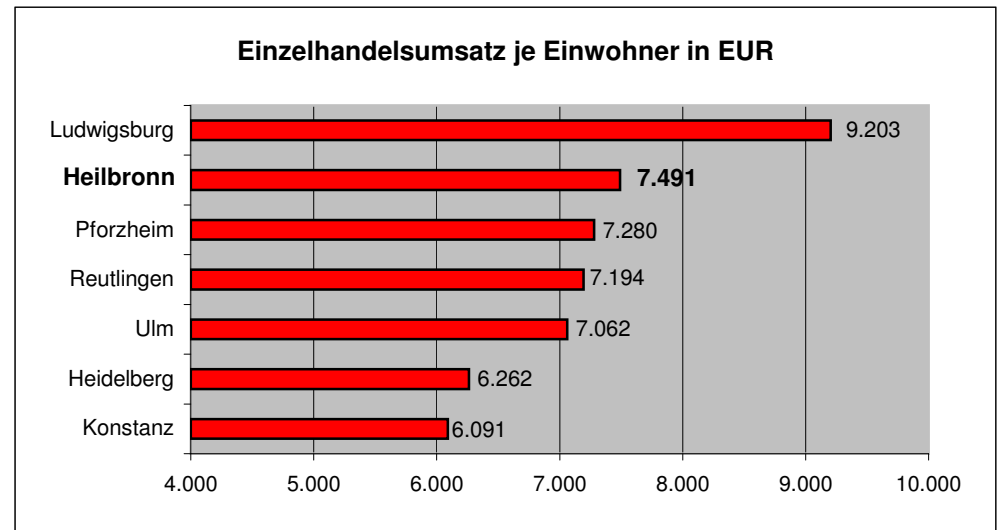
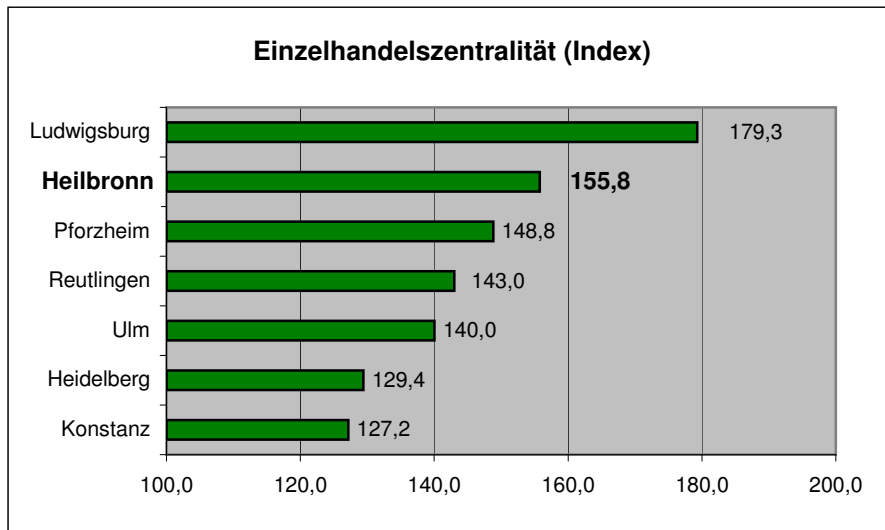
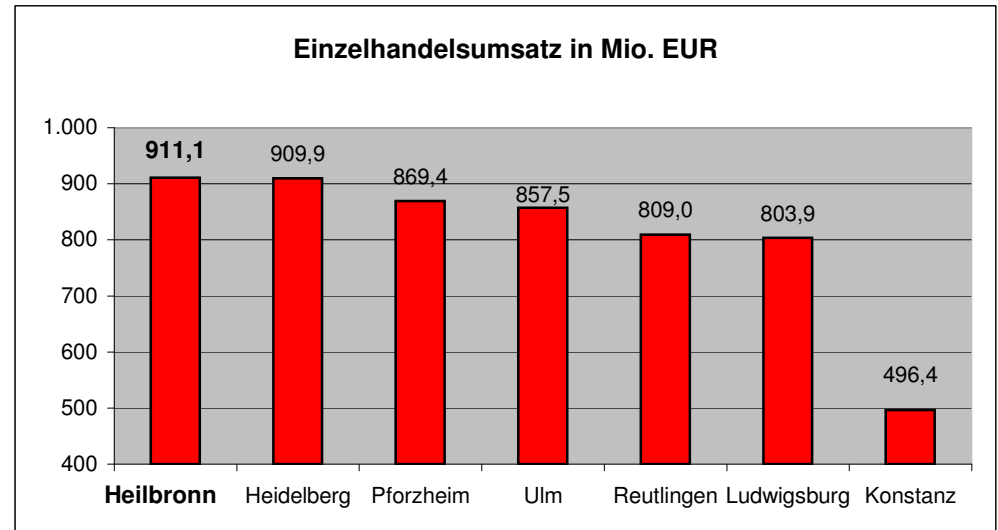
Dabei zeigt sich, dass Heilbronn eine unterdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft aufweist, dass es aber in puncto Umsatz und Einzelhandelszentralität Spitzenpositionen im landesweiten Vergleich kleiner Großstädte einnimmt. Nur Ludwigsburg weist, dank der Einzelhandelsagglomeration Tammerfeld (Breuningerland, IKEA), eine höhere Einzelhandelszentralität auf.

Gebietsname	Einwohner absolut (01.01.2008)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je EW in EUR	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Index je EW (Deutschland = 100)	Umsatz in Mio. EUR	Umsatz je EW in EUR	Einzelhandelszentralität Index (Deutschland = 100)
Heilbronn	121.627	626,9	5.154	99,1	911,1	7.491	155,8
Heidelberg	145.311	753,5	5.186	99,7	909,9	6.262	129,4
Konstanz	81.511	418,3	5.132	98,7	496,4	6.091	127,2
Ludwigsburg	87.349	480,5	5.501	105,8	803,9	9.203	179,3
Pforzheim	119.423	626,1	5.243	100,8	869,4	7.280	148,8
Reutlingen	112.458	606,4	5.392	103,7	809,0	7.194	143,0
Ulm	121.434	656,2	5.404	103,9	857,5	7.062	140,0

Kaufkraft für den Einzelhandel im überregionalen Vergleich 2009



Umsatz & Zentralität im überregionalen Vergleich 2009





Fazit

Die Region Heilbronn-Franken ist eine wirtschaftlich außerordentlich dynamische Region mit hohen Zuwachsraten im produzierenden Gewerbe und äußerst erfolgreichen Unternehmen, die teilweise Weltgeltung besitzen. Der regionale Einzelhandel kann davon allerdings nur bedingt profitieren, wie die Kaufkraftanalyse 2009 der IHK Heilbronn-Franken aufzeigt. Zum einen fließt ein erheblicher Teil der vorhandenen Kaufkraft in andere Regionen ab, zum anderen liegt aber auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft unter dem Landesdurchschnitt.

Nach den Berechnungen der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) besitzen 2009 die knapp 890.000 Bewohner der Region Heilbronn-Franken eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rund 4,6 Milliarden Euro. Damit stehen rechnerisch jedem Bewohner der Region Heilbronn-Franken 5.183 Euro pro Jahr für die Nachfrage im Einzelhandel zur Verfügung. Das sind rund 200 Euro weniger als der Durchschnitt für Baden-Württemberg. In den einzelnen Kommunen ergibt sich allerdings ein sehr heterogenes Bild. Vor allem in kleineren Gemeinden wie z. B. Flein, Talheim, Beilstein oder Abstatt ist die Kaufkraft je Einwohner am höchsten.

In den Einzelhandelsgeschäften der Region werden davon allerdings nur rund 4,1 Milliarden Euro ausgegeben. Dies ist ein Problem des gesamten deutschen Einzelhandels. Fast 29 Milliarden oder 6,7 % der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gehen dem deutschen Einzelhandel verloren. In der Region Heilbronn-Franken sind dies sogar 11,7 %. Diese Kaufkraft fließt, wie auch deutschlandweit, zum einen in den Versand- und Onlinehandel, zum anderen ins Ausland. Der überproportionale Kaufkraftabfluss aus der Region lässt aber darauf schließen, dass andere Regionen sowie weiter entfernte attraktive Einzelhandelsstandorte wie Mannheim, Karlsruhe oder Stuttgart Kaufkraft aus der Region Heilbronn-Franken abziehen.

Die vorliegende Kaufkraftanalyse zeigt, dass das Oberzentrum Heilbronn und die Mittelzentren der Region Heilbronn-Franken eine herausragende Bedeutung als Einzelhandelsstandort haben. Die höchste Einzelhandelszentralität besitzt Neckarsulm mit einer Kennziffer von 203,8 (D=100). Aber auch einige Unterzentren konnten ihre Zentralitätsfunktion in den letzten Jahren deutlich steigern. Vor allem Bad Friedrichshall, Bad Rappenau, Lauffen und Weinsberg weisen, vornehmlich durch Ansiedlung von Lebensmittel-Verbrauchermarkten, eine deutlich erhöhte Zentralitätskennziffer aus.

Unter vergleichbaren Städten in Baden-Württemberg kann sich das Oberzentrum Heilbronn als Einkaufsstandort gut behaupten. Mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 7.491 Euro nimmt es innerhalb dieser Städte einen Spitzenplatz ein. Die hohe Zentralitätskennziffer von 155,8 ist ein Zeichen dafür, dass es innerhalb der Region eine wichtige Funktion als Einkaufsstadt einnimmt.

Fazit

Für die Einzelhändler der Region Heilbronn-Franken geht es vor allem darum, sich Umsätze aus den angrenzenden Regionen zurückzuholen oder neu zu gewinnen. Das wird nicht einfach, denn auch dort wird die Qualität des Einzelhandelsangebotes konsequent verbessert.

Ganz vorne bei den Erfolgsfaktoren stehen dabei Service und Kundenorientierung sowie für die Standorte ein gemeinsames Stadtmarketingkonzept. Gemeinsam gilt für Händler wie Kommunen, dass sie sich verstärkt mit Themen wie Erlebnis, Komfort, Bequemlichkeit und Service auseinandersetzen.