

Pressemitteilung

Datum
24. März 2011

Pressekontakt:
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

Einzelhandelsumsatz 2011: GfK GeoMarketing erwartet Anstieg von zwei Prozent

Die neue Prognose zu den regionalen Einzelhandelsumsätzen im Jahr 2011 zeigt, dass insbesondere die Mittelzentren für Einzelhändler wie Konsumenten attraktiv sind. Vielen Mittelzentren gelingt es dank ihrer Versorgungsfunktion für ein ländlich geprägtes Umland, überdurchschnittlich viel Kaufkraft anzuziehen.

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
Tel +49 (0) 72 51 / 92 95 - 100
Fax +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel +49 (0) 40 / 227 112 - 0
Fax +49 (0) 40 / 227 728 2

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90419 Nürnberg
Tel +49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax +49 (0) 911 / 395 - 4054

Geschäftsführer:
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Nach Berechnungen von GfK GeoMarketing wird der Umsatz 2011 im stationären deutschen Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr leicht steigen und ein Volumen von 406 Mrd. Euro erreichen. Die Studie „GfK Einzelhandelsumsatz 2011“ prognostiziert die Umsätze am Ort des Verkaufs und ist in der Filialnetz- und Expansionsplanung sowie im Controlling eine wichtige Messgröße für Einzelhandelsunternehmen.

Oliver Giehse, Einzelhandelsexperte von GfK GeoMarketing, kommentiert: „Dies ist ein positives Signal für den Einzelhandel, dem es in 2011 gelingen kann, die ebenfalls gestiegene Kaufkraft der Deutschen in Konsum umzuwandeln. Ein Unsicherheitsfaktor für die Ausgabefreudigkeit der Verbraucher bleibt aber die Höhe der Preissteigerungen in diesem Jahr, die der Kauflaune und damit den Umsätzen im Einzelhandel einen Dämpfer verpassen dürfte.“

Der Fokus der Studie von GfK GeoMarketing liegt in der Berechnung von regionalen Einzelhandelsumsätzen, für alle Städte und Gemeinden und regionalen Ebenen Deutschlands mit mehr als 10.000 Einwohnern. Absolut gesehen können naturgemäß einwohnerstarke Städte hohe Umsatzsummen aufweisen.

Relativ gesehen – d.h. bezogen auf die Anzahl der Einwohner am Einkaufsort – stehen folgende Stadtkreise hervor, die weit überdurchschnittliche Umsätze verzeichnen: Im Metropolen-Vergleich nach Umsatz je Einwohner liegt München ganz vorn (Umsatzindex von 151,1; 100 entspricht dem Bundesdurchschnitt), gefolgt von Düsseldorf (Index: 144,6), Nürnberg (Index: 139,7), Stuttgart (Index: 137,6) und Köln (Index: 135,9).

Umsätze der 20 einwohnerreichsten Kreise

Stadt-/Landkreis	Einwohner	Einzelhandels- umsatz in Mio. €	Index Einzelhandels- umsatz* je Einwohner
SK Berlin	3.442.675	17.463,8	102,2
SK Hamburg	1.774.224	10.728,7	121,8
SK München	1.330.440	9.980,4	151,1
LK Region Hannover	1.130.262	6.395,1	114,0
SK Köln	998.105	6.734,6	135,9
SK Frankfurt am Main	671.927	4.157,7	124,7
LK Recklinghausen	632.535	3.008,1	95,8
SK Stuttgart	601.646	4.110,3	137,6
LK Rhein-Sieg-Kreis	598.407	2.567,2	86,4
SK Düsseldorf	586.217	4.205,9	144,6
SK Dortmund	581.308	3.179,9	110,2
SK Essen	576.259	3.418,3	119,5
LK Region Aachen	566.347	2.810,8	100,0
SK Bremen	547.685	3.276,9	120,6
LK Rhein-Neckar-Kreis	536.281	2.344,3	88,1
SK Leipzig	518.862	2.451,0	95,2
SK Dresden	517.052	2.666,3	103,9
LK Ludwigsburg	516.874	2.358,3	91,9
LK Esslingen	514.109	2.326,3	91,2
SK Nürnberg	503.673	3.492,6	139,7

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz 2011, © GfK GeoMarketing

*(Bundesdurchschnitt=100)

Im Vergleich der relativen Umsätze nach Städtegrößenklassen liegen aber vor allem Mittelstädte ganz vorn: Dem Einzelhandel dieser Stadtkreise gelingt es, im Verhältnis noch deutlich mehr Kaufkraft anzuziehen als die Metropolen. Die Top 5 Mittelstädte – Straubing, Weiden, Passau, Schweinfurt und Rosenheim, alle in Bayern gelegen – erzielen rechnerische Pro-Kopf-Umsätze, die beim Doppelten des Bundesdurchschnitts liegen. Der Einzelhandel in diesen Städten zieht also Kaufkraft weit über die Grenzen des Stadtgebiets hinaus an, so dass die Umsätze deutlich höher sind als allein die Einzelhandelskaufkraft der Einwohner.

Top 10 nach Einzelhandelsumsatz je Einwohner

Rang	Stadt-/Landkreis	Einwohner	Einzelhandels- umsatz in € je Einwohner	Index Einzelhandels- umsatz* je Einwohner
1	SK Straubing	44.493	11.561	232,9
2	SK Weiden i.d.OPf.	42.058	11.061	222,9
3	SK Passau	50.627	11.041	222,5
4	SK Schweinfurt	53.533	10.565	212,9
5	SK Rosenheim	60.877	9.879	199,0
6	SK Kempten (Allgäu)	62.007	9.643	194,3
7	SK Landshut	62.735	9.299	187,4
8	SK Trier	104.587	9.275	186,9
9	SK Würzburg	133.195	9.264	186,7
10	SK Memmingen	41.085	9.197	185,3

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz 2011, © GfK GeoMarketing

*(Bundesdurchschnitt=100)

HINWEIS: Die Werte je Einwohner sind eine rein mathematische Vergleichsgröße, da der Einzelhandel am jeweiligen Ort keineswegs nur von den Einwohnern dieses Ortes bestritten wird. Indem man die Einzelhandelsumsätze ins Verhältnis zu den Einwohnerzahlen setzt, ergibt sich jedoch ein erster Anhaltspunkt über die Anziehungskraft des Einzelhandels in dem jeweiligen Gebiet.

Oliver Giehse kommentiert das sehr gute Abschneiden der Mittelstädte im Pro-Kopf-Vergleich: „Diese besondere Attraktivität des Einzelhandels verdanken die Mittelstädte ihrer Versorgungsfunktion des oft ländlichen Umlands. An vielen Standorten fruchten aber auch einerseits die Bemühungen der Stadtentwicklung, durch eine attraktive Einzelhandelslandschaft den Abfluss von Kaufkraft in die Großstädte einzudämmen. Andererseits entspricht dem eine sehr große Nachfrage seitens der Einzelhändler in Mittelstädten, die dort noch Wachstumschancen sehen, während die Metropolen aus Einzelhandelsicht oftmals bereits ausgereizt sind.“

Zur Studie

Der GfK Einzelhandelsumsatz spiegelt die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze wider. Im Gegensatz zur GfK Kaufkraft, die am Wohnort des Konsumenten erhoben wird, wird der GfK Einzelhandelsumsatz am Standort des Einzelhandels gemessen. Der GfK Einzelhandelsumsatz ist definiert als Umsatz des Einzelhandels (ohne Kfz-Handel, Kraft- und Brennstoffe) abzüglich des Versandhandels und zuzüglich der einzelhandelsrelevanten Umsätze von Bäckern, Konditoren und Fleischern.

GfK GeoMarketing berechnet den GfK Einzelhandelsumsatz jährlich; er wird für jede regionale Ebene als Summe sowie pro Einwohner in Euro und als Index (deutscher Durchschnitt = 100) ausgewiesen. Die Berechnung erfolgt für alle deutschen Stadt- und Landkreise, für Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern sowie für alle Postleitzahlgebiete.

Weitere Informationen





zur Studie GfK Einzelhandelsumsatz finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/eh-umsatz. Für Presseanfragen kontaktieren Sie Cornelia Lichtner, GfK GeoMarketing Public Relations: c.lichtner@gfk-geomarketing.com oder +49 (0)7251 / 9295 - 270.

Grafiken in Druckauflösung

finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/grafik_eh-umsatz2011.

Zu GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat Anwender und Kunden aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

-  Beratung und Gutachten
-  Marktdaten
-  Digitale Landkarten
-  GeoMarketing-Software RegioGraph

GfK GeoMarketing ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.