

Pressemitteilung

Datum
16. November 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

Regionale Bekleidungsumsätze: Attraktivität von Standorten für den Handel beruht nicht nur auf hoher Einwohnerzahl

Die Studie „GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011“ von GfK GeoMarketing zeigt, dass an einigen Einzelhandelsstandorten die Umsätze mit Bekleidung weit über dem Einwohnerpotenzial und der lokalen Kaufkraft für dieses Sortiment liegen. Auch gibt es unterschiedliche regionale Präferenzen für den Einkauf von Damen-, Herren- und Kinderkleidung.

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)72519295 -100
Fax +49(0)72519295 -290

Standort Hamburg:
Herrengaben 3-5
D-20459 Hamburg
Tel. +49(0)40 5701 325 -20
Fax +49(0)40 5701 325 -99

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

GfK GeoMarketing hat die Studie „GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011“ veröffentlicht. Diese spiegelt die regionale Verteilung der Fachhandelsumsätze im Segment Bekleidungshandel am Verkaufsort wider. Die regionalen Bekleidungsumsätze werden von GfK GeoMarketing alle zwei Jahre neu für Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung berechnet.

Erwartungsgemäß erzielen dabei einwohnerreiche Regionen einen hohen Bekleidungsumsatz: Die drei Bundesländer Nordrhein-Westfalen, Bayern und Baden-Württemberg etwa machen gemeinsam 54 Prozent des deutschen stationären Bekleidungseinzelhandels – sie stellen auch rund 50 Prozent der Bevölkerung.

Zugleich zeigt die Studie aber, dass einige Städte dieses Muster durchbrechen können und offenbar Einkäufer weit über die regionalen Grenzen hinaus anlocken: Im Bundesländer-Vergleich kommt der Stadtstaat Hamburg mit rund 1,8 Mio. Einwohnern beim Ranking nach der Bevölkerungsanzahl auf Platz 13 der 16 Bundesländer, nach Bekleidungsumsatzsumme liegt Hamburg aber schon auf Rang 8 und hat einen Anteil von knapp vier Prozent am deutschen Gesamtumsatz im Bekleidungsbereich.

Auch im Städtevergleich geht die Rechnung „Viele Einwohner gleich viel Bekleidungsumsatz“ nicht immer auf: Vielerorts erzielen einwohnerschwächere Standorte höhere Umsätze als einwohnermäßig überlegene Metropolen.

Top 5 Kreise über 500.000 Einwohner nach Differenz Rang Einwohner (EW) und Rang Bekleidungsumsatz

Differenz Rang EW - Rang Umsatz	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz Bekleidung in %*	Rang nach Umsatz	Rang nach Einwohnern
11	SK Nürnberg	503.673	15,6	9	20
4	SK Bremen	547.685	12,2	10	14
2	SK Stuttgart	601.646	19,4	6	8
2	SK Düsseldorf	586.217	16,1	8	10
2	SK Leipzig	518.862	10,1	14	16

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

*(Deutschland = 1.000 %)

Top 5 Kreise 300.000-500.000 Einwohner nach Differenz Rang Einwohner (EW) und Rang Bekleidungsumsatz

Differenz Rang EW - Rang Umsatz	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz Bekleidung in %*	Rang nach Umsatz	Rang nach Einwohnern
42	SK Mannheim	311.969	11,5	12	54
29	SK Bonn	319.841	7,6	20	49
21	Regionalverband Saarbrücken	333.469	7,0	23	44
12	SK Bielefeld	323.084	5,3	36	48
9	SK Bochum	376.319	6,9	24	33

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

*(Deutschland = 1.000 %)

Top 5 Kreise 100.000-300.000 Einwohner nach Differenz Rang Einwohner (EW) und Rang Bekleidungsumsatz

Differenz Rang EW - Rang Umsatz	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz Bekleidung in %*	Rang nach Umsatz	Rang nach Einwohnern
254	SK Trier	104.587	4,4	50	304
253	SK Koblenz	106.445	5,0	43	296
233	SK Erlangen	105.554	3,6	68	301
223	SK Ulm	122.087	5,2	37	260
198	SK Ingolstadt	124.387	4,1	53	251

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

*(Deutschland = 1.000 %)

Top 5 Kreise 50.000-100.000 Einwohner nach Differenz Rang Einwohner (EW) und Rang Bekleidungsumsatz

Differenz Rang EW - Rang Umsatz	Stadt- oder Landkreis	Einwohner	Einzelhandelsumsatz Bekleidung in %*	Rang nach Umsatz	Rang nach Einwohnern
311	SK Kempten (Allgäu)	62.007	3,5	71	382
304	SK Passau	50.627	2,8	90	394
285	SK Rosenheim	60.877	2,6	99	384
280	SK Aschaffenburg	68.722	2,7	93	373
276	SK Landshut	62.735	2,5	105	381

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

*(Deutschland = 1.000 %)

Umsatz versus Sortimentskaufkraft

Doch nicht nur der Vergleich mit den Einwohnerzahlen ist interessant. Auch der Vergleich der regionalen Umsätze mit der lokalen Kaufkraft in dieser Sortimentsgruppe ist aufschlussreich. Der Umsatz wird am Verkaufsort gemessen, die Kaufkraft hingegen am Wohnort. GfK Einzelhandelsexperte Oliver Giehsel kommentiert: „Der Vergleich unserer aktuellen Bekleidungsumsatzstudie mit unserer Studie zur Sortimentskaufkraft 2011 zeigt, dass die Verteilung der Umsätze keineswegs der Verteilung des Potenzials am Wohnort entspricht – die Menschen bevorzugen Einzelhandelsmetropolen beim Einkaufen. Die Kaufkraft hingegen ist oft in den ländlichen Speckgürteln der Städte größer als direkt in den Städten. Einzelhändler benötigen beide Marktindikatoren, um ihre Marketing-, Vertriebs- und Standortplanung optimal auszurichten.“

Damen-, Herren- und Kinderbekleidung: Potenzial nicht gleich verteilt

Bekanntermaßen kaufen die Damen der Schöpfung auch gerne Kleidung für ihre Partner und Kinder, allerdings kann man anhand der Studie „GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung“ nicht belegen, ob bestimmte Einzelhandelsstandorte bei Frauen oder Männern beliebter sind. Nichtsdestotrotz belegen die Daten ganz klar, dass es verschiedene Einkaufspräferenzen in den Segmenten Damen- (DOB), Herren- (HAKA) und Kinderoberbekleidung (KOB) gibt. Die Verteilung sowohl der Kaufkraft als auch der Einzelhandelsumsätze in den drei Segmenten ist höchst divers.

Bei der Kaufkraft für Damenoberbekleidung liegt der Stadtkreis München ganz vorn (Index = 137) – vor dem Hochtaunuskreis (135,1) und dem Main-Taunus-Kreis (129,8). Bei der Kaufkraft für Herrenoberbekleidung kommt München allerdings erst auf Rang 4 (134) – nach dem Hochtaunuskreis (147,1), dem Main-Taunus-Kreis (141,2) sowie dem Landkreis Starnberg (139). Für Münchner Verhältnisse ganz weit hinten kommt die bayerische Landeshauptstadt allerdings beim Segment Kinderoberbekleidung: Auf Rang 137 (Index = 111,5). Ganz vorn liegt hier der Landkreis Starnberg (153,4), gefolgt vom Landkreis München (148,8) und dem Landkreis Ebersberg (147).

Top 10 Kreise Umsatz Damenoberbekleidung

Stadt- oder Landkreis	Einwohner 15 Jahre und älter weiblich	Einzelhandels- umsatz DOB in Mio. €	Einzelhandels- umsatz DOB in %*	Kaufkraftsumme DOB in Mio. €
SK Berlin	1.553.118	861,0	58,7	766,8
SK München	605.426	619,4	42,2	441,5
SK Hamburg	797.006	566,5	38,6	492,5
SK Köln	451.538	394,4	26,9	282,5
SK Frankfurt a.M.	300.012	321,1	21,9	194,7
SK Stuttgart	267.469	283,5	19,3	170,1
LK Region Hannover	508.322	243,3	16,6	300,6
SK Düsseldorf	271.086	232,2	15,8	177,2
SK Nürnberg	230.325	223,7	15,3	134,9
SK Mannheim	138.128	175,2	12,0	78,5

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

* (Deutschland = 1.000 %)

Beim Umsatz mit Damenoberbekleidung liegt der Stadtkreis Mannheim auf Rang 10, bei der Kaufkraft für Damenoberbekleidung kommt Mannheim erst auf Rang 50 nach Kaufkraftsumme. Mit einem Index von 103,9 je Einwohner ist die Kaufkraft für dieses Segment dort nur leicht überdurchschnittlich; bei der Kaufkraft für Herrenoberbekleidung ist Mannheim leicht unterdurchschnittlich (Index = 97,8), die Kaufkraft für Kinderoberbekleidung ist sogar stark unterdurchschnittlich (87).

Beim Umsatzanteil mit Herrenoberbekleidung kommt der Stadtkreis Mannheim erst auf Rang 13 – drei Ränge unterhalb des Segments Damenoberbekleidung:

Top 10 Kreise Umsatz Herrenoberbekleidung

Stadt- oder Landkreis	Einwohner 15 Jahre und älter männlich	Einzelhandels- umsatz HAKA in Mio. €	Einzelhandels- umsatz HAKA in %*	Kaufkraftsumme HAKA in Mio. €
SK Berlin	1.472.134	421,9	61,7	336,5
SK München	557.554	333,0	48,7	208,9
SK Hamburg	750.062	290,4	42,5	223,1
SK Köln	415.816	169,0	24,7	130,0
SK Frankfurt a.M.	283.870	165,0	24,1	87,0
SK Stuttgart	259.763	135,4	19,8	77,7
LK Region Hannover	470.685	118,7	17,4	143,4
SK Düsseldorf	241.769	117,6	17,2	82,6
SK Nürnberg	211.812	114,5	16,7	60,5
SK Bremen	230.627	89,0	13,0	60,8

Quelle: GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung 2011, © GfK GeoMarketing

* (Deutschland = 1.000 %)

Zur Studie

Die Studie „GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung“ von GfK GeoMarketing spiegelt die regionale Verteilung der Fachhandelsumsätze am Verkaufsort wider. Die Studie zeigt die

regionalen Fachhandelsumsätze getrennt für die drei Sortimente Damenoberbekleidung, Herrenoberbekleidung und Kinderoberbekleidung. Nicht berücksichtigt in den ausgewiesenen Umsätzen sind Direktverkäufe der Hersteller an den Verbraucher, Umsätze des Großhandels, des Lebensmittelhandels, der Verbrauchermärkte und das Kataloggeschäft des Versandhandels.

Die Daten liegen für alle Gemeinden mit mehr als 40.000 Einwohnern, Kreise, Postleitbereiche und Bundesländer in Deutschland vor. Die ausgewiesenen Umsätze sind zu Endverbraucherpreisen bewertet und auf die Nachfragekonstellation des Jahres 2010 ausgerichtet. Um eine möglichst nachfragegetreue Bewertung der einzelnen Gebiete zu ermöglichen, sind die Umsätze der Filialisten und Konzerne in den jeweiligen Filialorten erfasst.


Die Studie „GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung“ stellt einen wichtigen Indikator für die wirtschaftliche Attraktivität eines Standortes dar und ist damit ein aussagekräftiges Entscheidungskriterium für die Neuplanung von Standorten. Auch für die Außendienststeuerung ist er eine wertvolle Kenngröße. Unternehmen identifizieren mit Unterstützung dieser Daten zudem bundesweit lohnende Zielgebiete für spezielle Marketing- und Verkaufsaktionen am Point of Sale.

Weitere Informationen zum GfK Einzelhandelsumsatz für Bekleidung erhalten Sie unter www.gfk-geomarketing.de/bekleidung.

Bildmaterial in Druckauflösung können Sie unter www.gfk-geomarketing.de/umsatz-bekleidung-2011 herunterladen.

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. Weltweit ist die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.