

## Pressemitteilung

Datum  
10. Februar 2009

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 2009 auf Vorjahresniveau

**Laut der aktuellen Studie von GfK GeoMarketing zu den regionalen Einzelhandelsumsätzen in Deutschland kann es dem Einzelhandel in 2009 gelingen, trotz Finanzkrise stabile Umsätze zu erwirtschaften. Die Studie zeigt, dass Regionen in Deutschland Umsätze erreichen, die weit über die vor Ort ansässige Kaufkraft hinausgehen.**

Nach Berechnungen von GfK GeoMarketing wird der Umsatz 2009 im stationären deutschen Einzelhandel im Vergleich zum Vorjahr stabil bleiben und ein Volumen von 399 Mrd. Euro erreichen. Die Studie „GfK POS Umsatz 2009“ prognostiziert die Umsätze am Ort des Verkaufs (Engl. = Point of Sale, POS) und ist in der Filialnetz- und Expansionsplanung sowie im Controlling eine wichtige Messgröße für Einzelhandels-Unternehmen.

GfK Vorstandsvorsitzender Prof. Dr. Klaus Wübbenhorst sieht in diesen Ergebnissen eine positive Botschaft für den Einzelhandel in 2009: „Angesichts der voraussichtlich geringen Inflationsrate können die Einzelhändler damit trotz des derzeit schwierigen wirtschaftlichen Umfelds zufriedenstellende Ergebnisse erzielen.“

### **Einzelhandels-Umsatzvolumen: Berlin die klare Nummer 1**

Betrachtet man die absoluten POS-Umsätze auf Kreisebene, so liegen erwartungsgemäß die großen Metropolen an der Spitze. Neben den Großstädten schaffen es nur drei – einwohnerstarke – Landkreise in die TOP 15. Die Top 15 vereinen mit 83,6 Mrd. Euro bereits mehr als 20 Prozent des gesamten POS-Umsatzes in Deutschland auf sich.

GfK GeoMarketing GmbH

[www.gfk-geomarketing.de](http://www.gfk-geomarketing.de)  
[info@gfk-geomarketing.com](mailto: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-90319 Nürnberg  
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509  
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:  
Olaf Petersen  
Wolfram Scholz  
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

### Die 15 umsatzstärksten Stadt-/Landkreise Deutschlands

Rang 2009	Stadt-/Landkreis	POS-Umsatz 2009 in Mio. Euro
1	SK Berlin	17.240
2	SK Hamburg	10.461
3	SK München	9.639
4	SK Köln	6.574
5	LK Region Hannover	6.296
6	SK Düsseldorf	4.117
7	SK Stuttgart	4.060
8	SK Frankfurt am Main	4.002
9	SK Nürnberg	3.489
10	SK Essen	3.453
11	SK Bremen	3.269
12	SK Dortmund	3.074
13	LK Recklinghausen	2.945
14	SK Dresden	2.557
15	LK Mettmann	2.458

© GfK GeoMarketing, GfK POS-Umsatz 2009

### Rangfolge der POS-Umsätze ins Verhältnis gesetzt

Bezieht man in die Betrachtung die Einwohner des jeweiligen Kreises mit ein und erstellt ein Ranking nach den Umsätzen pro Einwohner, so erhält man eine völlig andere Reihenfolge. Ganz vorne liegen nun eher kleinere Städte, vor allem aus Bayern, die aufgrund ihrer Zentrenfunktion deutlich überdurchschnittliche Einzelhandelsumsätze erzielen.

Spitzenreiter Straubing erzielt mit rein rechnerisch 11.800 € je Einwohner fast das 2,5-fache des Bundesdurchschnitts, der bei rund 4.850 € je Einwohner liegt. Dagegen findet sich die Metropole Berlin in diesem Ranking mit gut 5.000 € je Einwohner nur auf Rang 122 wieder.

Schlusslicht in dieser Rangfolge ist der Landkreis Kaiserslautern, in dem ein Einzelhandelsumsatz von umgerechnet 2.630 € je Einwohner realisiert wird.

**Wichtiger 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 POS-Umsätze ins Verhältnis zu den Einwohnerzahlen setzt, ergibt sich jedoch ein erster Anhaltspunkt über die Anziehungskraft des Einzelhandels in dem jeweiligen Gebiet. Die Zahl darf aber nicht verwechselt werden mit der GfK Einzelhandelszentralität. Zur Abgrenzung der verschiedenen Kennziffern siehe den Abschnitt „Zur Studie“.

#### TOP 15 Stadt-/Landkreise nach Umsatz pro Einwohner

Rang 2009	Stadt-/Landkreis	POS-Umsatz 2009 je Einwohner *	POS-Umsatz 2009 Index je Einwohner (Deutschland=100)
1	SK Straubing	11.828 €	243,7
2	SK Weiden i. d. OPf.	11.306 €	233,0
3	SK Passau	11.265 €	232,1
4	SK Kempten (Allgäu)	10.216 €	210,5
5	SK Rosenheim	10.060 €	207,3
6	SK Memmingen	9.617 €	198,2
7	SK Schweinfurt	9.508 €	195,9
8	SK Landshut	9.092 €	187,3
9	SK Hof	8.916 €	183,7
10	SK Regensburg	8.882 €	183,0
11	SK Trier	8.858 €	182,5
12	SK Würzburg	8.763 €	180,6
13	SK Aschaffenburg	8.708 €	179,4
14	SK Zweibrücken	8.626 €	177,7
15	SK Amberg	8.057 €	166,0

\* Rein rechnerischer Wert; die Werte je Einwohner sind eine rein mathematische Vergleichsgröße, da der Einzelhandel am jeweiligen Ort keineswegs nur von den Einwohnern dieses Ortes bestritten wird.

© GfK GeoMarketing, GfK POS-Umsatz 2009

### **Große Unterschiede auf Gemeindeebene**

Während die Einzelhandelsumsätze in den 429 Kreisen zwischen 11.830 und 2.630 € je Einwohner liegen, ist die Schwankungsbreite auf der Ebene der Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern naturgemäß größer.

Auf der einen Seite finden sich Gemeinden, meist im Umfeld von Großstädten, in denen sich großflächige bzw. umsatzstarke Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren angesiedelt haben. Andererseits existieren Gemeinden, in denen Einzelhandel kaum mehr stattfindet.

So erklärt sich, dass zwischen Schlusslicht Schkopau in Sachsen-Anhalt (ca. 800 € je Einwohner) und Spitzenreiter Mülheim-Kärlich in Rheinland-Pfalz (ca. 25.600 € je Einwohner) wirklich „Einzelhandels-Welten“ liegen: Das Rhein-Mosel-Einkaufszentrum in Mülheim-Kärlich zieht täglich bis zu 25.000 Kunden aus der ganzen Region an.

### **Zur Studie**

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

GfK GeoMarketing berechnet den GfK POS-Umsatz 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.

### **Abgrenzung der Studie GfK POS-Umsätze zu den Studien „GfK Kaufkraft für den Einzelhandel“ und „GfK Einzelhandelszentralität“**

Die „GfK Kaufkraft für den Einzelhandel“ ist der Teil der GfK Kaufkraft, der für den Einzelhandel zur Verfügung steht – nach Abzug von Ausgaben für Mieten, Hypothekenzinsen, Versicherung, Kraftfahrzeuge, für Reisen oder Dienstleistungen. Diese Einzelhandelskaufkraft wird am Wohnort gemessen und berücksichtigt neben der Nachfrage im stationären Einzelhandel auch die Nachfrage im Versandhandel. Die GfK

Kaufkraft für den Einzelhandel macht keine Aussage darüber, wo die Kaufkraft ausgegeben wird. In der Regel liegt der Wert in Deutschland bei rund einem Drittel der allgemeinen GfK Kaufkraft, die die Nettoeinkommen misst. Die aktuellen Daten für 2009 werden von GfK GeoMarketing voraussichtlich im Sommer veröffentlicht.

Die Studie „GfK Einzelhandelszentralität“ ist ein genauere Messwert für die Attraktivität des lokalen Einzelhandels. Hier wird die Nachfrage der Einwohner am Wohnort (GfK Kaufkraft für den Einzelhandel) den Umsätzen im Einzelhandel (GfK POS-Umsatz) gegenübergestellt. So lassen sich Kaufkraft-Zu- bzw. Abflüsse messen. Diese Studie liegt voraussichtlich im Sommer aktualisiert auf Datenstand 2009 vor.





**Weitere Informationen** zur Studie GfK POS-Umsatz finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/pos](http://www.gfk-geomarketing.de/pos).

#### **Download von Grafiken**

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/grafik\\_pos](http://www.gfk-geomarketing.de/grafik_pos)

#### **Über 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

Das Unternehmen 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.