

# Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Günter Löffler

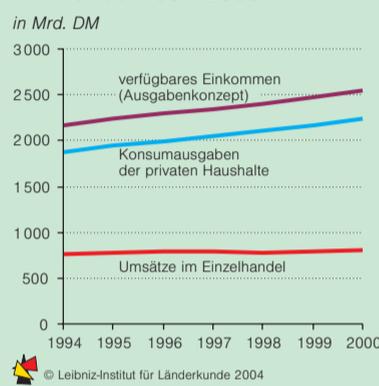
Die **Kaufkraft** der Bevölkerung stellt für Anbieter von Waren und Dienstleistungen für den privaten Konsum eine wichtige Größe bei planerischen Entscheidungen dar. Die absolute Geldmenge für den privaten Verbrauch in Deutschland, ihre Zu- oder Abnahme sowie die zeitliche Veränderung der Zusammensetzung der getätigten Ausgaben erlauben Einschätzungen der Markt- und Konjunktorentwicklung.

Den Hauptanteil ihres verfügbaren Einkommens verwendet die Bevölkerung für den Konsum von Waren und Dienstleistungen, ein geringer Anteil wird gespart. Neben den Ausgaben für das Wohnen, für Freizeitaktivitäten, Reisen usw. entfallen im Mittel der letzten Jahre ca. ein Drittel des privaten Verbrauchs auf den Kauf von Waren, den sog. einzelhandelsrelevanten Konsum. In der Entwicklung des verfügbaren Einkommens, der Konsumausgaben privater Haushalte und des Umsatzes im Einzelhandel in Deutschland zwischen 1994 und 2000 **1** fällt der nahezu konstante absolute Betrag und der damit rückläufige Anteil des Umsatzes im Einzelhandel am verfügbaren Einkommen auf. Er betrug 1994 35,3%, im Jahr 2000 lediglich 31,4%. Dies belegt die Schwäche der inländischen Konsumgüternachfrage ebenso wie die Umsatzmesszahlen **2**, auf die in der öffentlichen Diskussion um die Konjunktorentwicklung derzeit häufig abgestellt wird.

Ein Vergleich der **Lebenshaltungskosten** in den verschiedenen Ausgabebereichen zwischen 1993 und 2000 **3** zeigt, dass im Bereich der Konsumwaren die Preissteigerungen geringer ausfielen

als in anderen Bereichen. Neue und alte Länder weisen bei Nahrungsmitteln keinen Unterschied auf. Während die Indexwerte für Bekleidung und Schuhe sowie für Einrichtungsgegenstände in den neuen Ländern niedriger sind, liegt der Gesamtindex über dem der alten Länder. Bei der Berechnung dieser Indexwerte wird zur Gewichtung die

## 1 Verfügbares Einkommen, Konsumausgaben der Haushalte und Umsätze im Einzelhandel 1994-2000



durchschnittliche Verwendung der privaten Konsumausgaben zu Grunde gelegt. Diese Gewichtungszahlen **4** spiegeln die Verwendungsarten der Kaufkraft in Deutschland wider. Hier fallen zwischen neuen und alten Ländern einige Unterschiede auf.

Die im Einzelhandel verausgabte Kaufkraft, d.h. die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** ergibt sich näherungsweise aus den Umsätzen des Einzelhan-

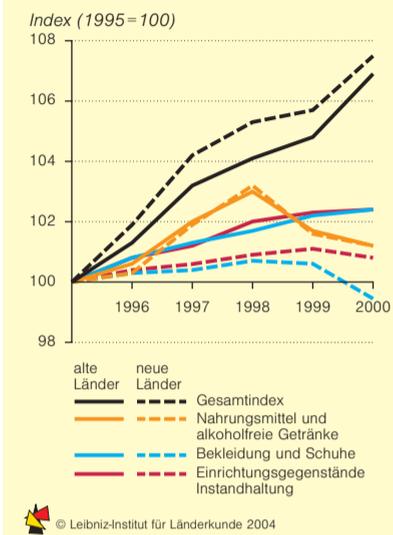
dels. Näherungsweise deshalb, weil der Wohnort des Konsumenten nicht zwingend der Einkaufsort ist; so stammen viele der Kunden einer größeren Stadt aus den umliegenden Landkreisen. In den Zahlen für Deutschland spiegeln sich – unter Vernachlässigung der Käufe von Deutschen im Ausland und der von Ausländern im Inland – die Umsätze in den Branchen die Verwendung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wider **5**. Die Umsatz-Messzahlen für den Einzelhandel in Preisen von 1995 zeigen den relativen Entwicklungsverlauf 1994 bis 2001 **2**. Bei überwiegend negativer Entwicklung der Umsätze bildet lediglich die Wirtschaftsklasse „Apotheken, medizinische Artikel, usw.“ (52.3) eine positive Ausnahme **6**.

## Räumliche Unterschiede

Die räumliche Verteilung der absoluten Kaufkraft in den Kreisen erklärt sich 2001 zu 98,4% aus ihren Einwohnerzahlen, ihr einzelhandelsrelevanter Anteil zu 99,2%. Die Höhe der absoluten Kaufkraft ist in der Karte **5** nach 10 Größenklassen dargestellt und zeichnet die Bevölkerungsverteilung nach. Die Verdichtungsräume stellen somit in absoluten Beträgen das größte Konsumpotenzial dar.

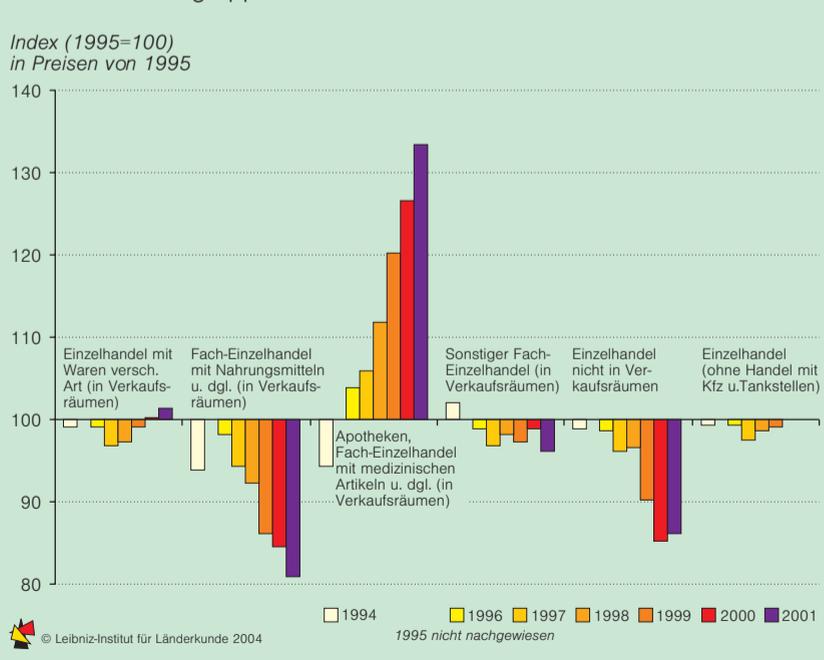
Während die Gesamtkaufkraft das Konsumpotenzial der Wohnbevölkerung in den Kreisen beschreibt, kann die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (EHKK)

## 3 Alte und neue Länder Verbraucherpreisindex ausgewählter Ausgabenbereiche 1995-2000

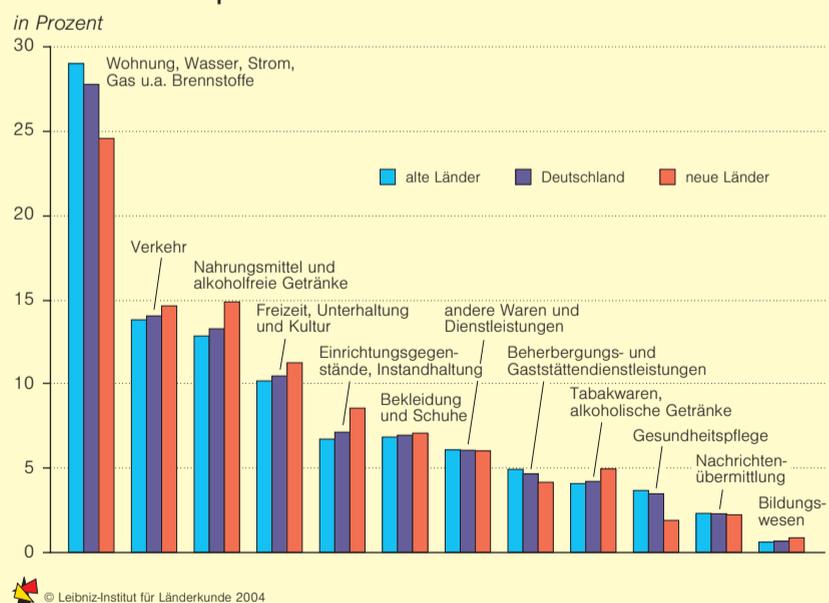


als Nachfragepotenzial der Einwohner im stationären Einzelhandel und Versandhandel aufgefasst werden. Aufgrund der regionalen Unterschiede in der Höhe des verfügbaren Einkommens pro Einwohner (**Beitrag Heß/Scharrer, Bd. 1, S. 126**) bzw. der Gesamtkaufkraft (**Henschel u.a., Bd. 9, S. 77**), der regional unterschiedlichen Preise in weiteren Ausgabebereichen (z.B. für das Wohnen) und regionaler Konsum-

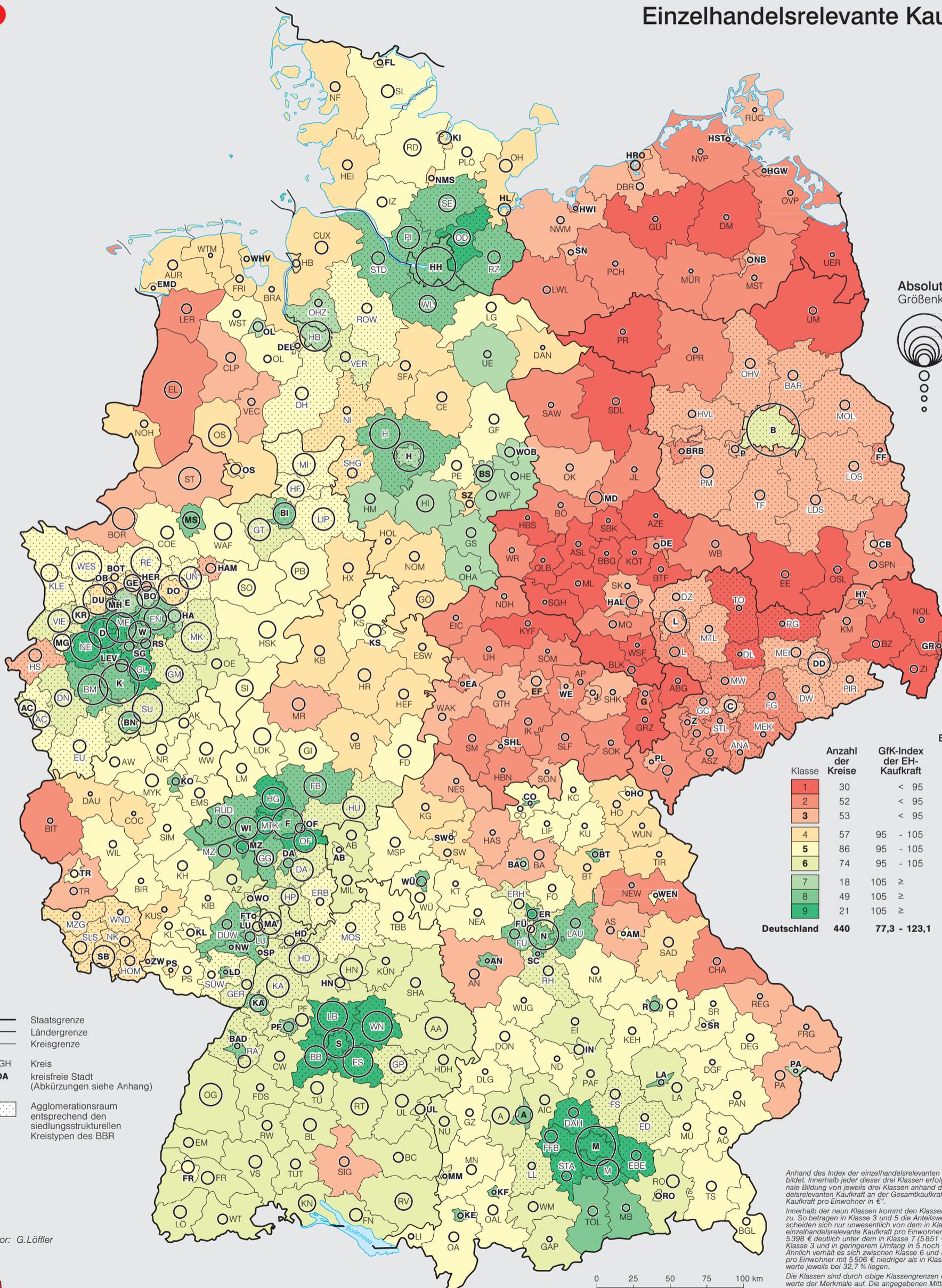
## 2 Umsatzmesszahlen des Einzelhandels 1994-2001 nach Warengruppen/Verkaufsarten



## 4 Alte und neue Länder Gewichtungsanteile zur Bestimmung des Lebenshaltungskostenindex privater Haushalte



# Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2001 nach Kreisen



Klasse	Anzahl der Kreise	GfK-Index der EH-Kaufkraft	Mittelwerte nach Einw. in %	EH-Kaufkraft je Einwohner Mittelwerte nach Einw. in €
1	30	< 95	37,93	4454
2	52	< 95	36,13	4605
3	53	< 95	34,34	4838
4	57	95 - 105	35,22	5423
5	86	95 - 105	33,98	5393
6	74	95 - 105	32,70	5492
7	18	105 ≥	34,61	5855
8	49	105 ≥	32,74	5901
9	21	105 ≥	31,03	6183
<b>Deutschland</b>	<b>440</b>	<b>77,3 - 123,1</b>	<b>33,59</b>	<b>5433</b>

- Staatsgrenze
- Ländergrenze
- Kreisgrenze
- SGH Kreis
- DA kreisfreie Stadt (Abkürzungen siehe Anhang)
- Agglomerationsraum entsprechend den siedlungsstrukturellen Kreistypen des BBR

Autor: G. Löffler

0 25 50 75 100 km  
Maßstab 1: 2750000

Anhand des Index der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wurden drei Klassen gebildet. Innerhalb jeder dieser drei Klassen erfolgte anschließend eine zweidimensionale Bildung von jeweils drei Klassen anhand der Merkmale "Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an der Gesamtkaufkraft in %" und "einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner in €".

Innerhalb der neun Klassen kommt den Klassen 3, 5 und 6 besondere Bedeutung zu. So betragen in Klasse 3 und 5 die Anteilswerte 34,5 % bzw. 34 % und unterscheiden sich nur unwesentlich von dem in Klasse 7 (34,6%), jedoch liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner mit Beträgen von 4805 € und 5398 € deutlich unter dem in Klasse 7 (5851 €). Damit sind in den Kreisen der Klasse 3 und in geringerem Umfang in 5 noch gewisse Marktpotenziale vorhanden. Ähnlich verhält es sich zwischen Klasse 6 und 8. Auch in Klasse 6 ist die Kaufkraft pro Einwohner mit 5506 € niedriger als in Klasse 8 (5900 €), obwohl die Anteilswerte jeweils bei 32,7 % liegen.

Die Klassen sind durch obige Klassengrenzen definiert bzw. weisen obige Mittelwerte der Merkmale auf. Die angegebenen Mittelwerte der Klassen sind sowohl aus den sachrelativen Kreisangaben (nach Kreisen) als auch aus den absoluten Einwohner- und Kaufkraftsummen (nach Einw.) in den Klassen berechnet.



Kundenmagnet Kaufhaus (Frankfurt a.M.)

präferenzen variiert der einzelhandelsrelevante Anteil an der Gesamtkaufkraft im Jahr 2001 in den Kreisen zwischen 29,4% und 39,8% und liegt im Gesamtmittel bei 33,6%. Die EHKK pro Einwohner schwankt in den Kreisen zwischen 4200 und 6690 Euro; im deutschen Durchschnitt beträgt sie 5433 € pro Jahr.

Zwischen diesen Größen besteht ein Zusammenhang; je niedriger der absolute Betrag der EHKK pro Einwohner, desto höher ihr relativer Anteil an der Gesamtkaufkraft pro Einwohner. Verfügt jemand nur über ein relativ geringes Einkommen, werden wesentliche Anteile davon für den Kauf lebensnotwendiger Konsumgüter verwendet, während in anderen Bereichen des privaten Konsums gespart wird. Von diesem Zusammenhang gibt es Abweichungen. Bei annähernd gleichem Anteil der EHKK werden in einer Reihe von Kreisen weniger Euro pro Einwohner für Konsumgüter aufgewendet. Diese Kreise bergen daher noch ein gewisses Marktpotenzial, soweit nicht andere Ausgabenbereiche besonders hohe Kosten verursachen oder traditionell sowie aufgrund regionaler Besonderheiten eine



gewisse Zurückhaltung geübt wird, z.B. wegen einer hohen Sparquote oder negativer Entwicklungsperspektiven der Region.

### Typologie der Kreise nach einzelhandelsrelevanter Kaufkraft

In einer zweiten Kartenebene **5** sind durch die Flächenfarben neun unterschiedliche Kreistypen dargestellt (**methodische Anmerkung** in der Karte). Der Unterschied in der Höhe der EHKK zwischen den neuen und alten Ländern ist deutlich. Mit Ausnahme einiger peripher gelegener Gebiete in den alten Ländern sind die meisten Kreise mit einem unterdurchschnittlichen EHKK-Index in den neuen Ländern zu finden. Überdurchschnittliche Indexwerte treten nur in den Verdichtungsräumen der alten Länder auf, und Kreise mit durchschnittlichen Indexwerten sind ebenfalls auf diese beschränkt.

Auf freie Marktpotenziale (pro Kopf) weist besonders der Kreistyp 3 hin. Er tritt überwiegend im Umland der großen Städte in den neuen Ländern auf. In geringerem Umfang werden freie Marktpotenziale auch durch die Typen 5 und 6 in den alten Ländern beschrieben. Während Kreistyp 6 auf den Südwesten beschränkt bleibt, tritt Typ 5 vom Kreis Schleswig-Flensburg im Norden bis zum Kreis Berchtesgadener Land im Süden auf, beide überwiegend in ländlichen Gebieten. In diesen drei Kreistypen (3, 5 und 6) ergibt sich ein Gesamtbetrag von etwa 2200 Mio. Euro, der als freies Marktpotenzial für den Einzelhandel interpretiert werden kann.

### Typologie der Kreise nach Kaufkraftzuflüssen und -abflüssen

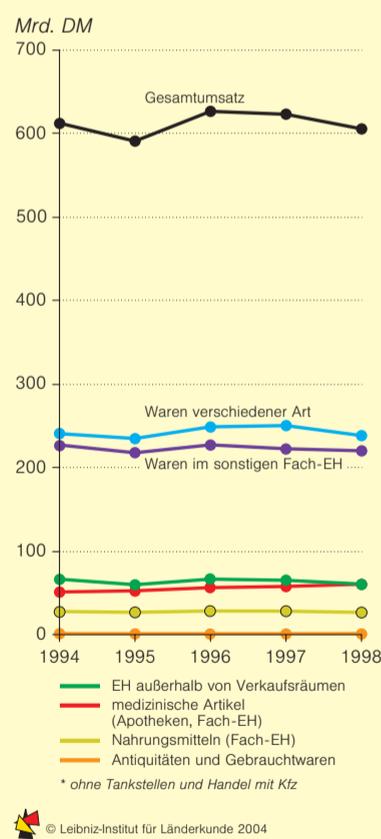
Die bei den Konsumenten vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft stellt nach ihrer Ausgabe den Umsatz des Handels dar. Wird in den Kreisen vom Umsatz des stationären Einzelhandels die Kaufkraft der Einwohner abgezogen, so ergibt die Differenz die Geldbeträge, die über Kreisgrenzen zu- bzw. abfließen. Diese Kaufkraftströme lassen sich absolut als Gesamtbeträge oder relativ pro Einwohner berechnen. Für das Jahr 2001 können auf der Grundlage der Daten der GfK die absoluten und relativen

Das reichhaltige Angebot übersteigt oft die lokale Kaufkraft (Galeria Kaufhof in Chemnitz)

Kaufkraftströme ausgewiesen werden **7**. Bei der Wahl der Klassengrenzen der relativen Ströme wird eine Klasse für Beträge zwischen 500 € Abfluss und 500 € Zufluss gebildet, um der eher indifferenten Stellung der zugehörigen Kreise gerecht zu werden. Für die Darstellung der absoluten Beträge erfolgt dagegen eine Trennung zwischen Kreistypen mit Zu- und Abfluss.

Die Spannweite der relativen Ströme reicht vom Zufluss von rund 6980 € (Kreisfreie Stadt Weiden i.d. Opf.) pro Einwohner und Jahr bis zum Abfluss von rund 2800 € (Landkreis Eichstätt). Dabei sind erwartungsgemäß die Landkreise zu 90% durch Kaufkraftabflüsse gekennzeichnet. Von den 31 Landkreisen mit Zuflüssen liegt er in nur 11 Kreisen über 500 € pro Einwohner und Jahr. Hier handelt es sich um Landkreise die aufgrund ihrer Nachbarschaft zu Großstädten oder Agglomerationen unmittelbar an den Grenzen selbst einen

### 6 Umsätze im Einzelhandel (EH) 1994-1998\* nach Wirtschaftsklassen, ohne Umsatzsteuer



### Kaufkraft

Als Kaufkraft der Bevölkerung wird – im Unterschied zur Kaufkraft des Geldes – der Teil der Einkünfte der Bevölkerung verstanden, über den der Einzelne frei verfügen kann (verfügbares Einkommen). Vereinfacht dargestellt entspricht die regionale Kaufkraft damit der Summe aus Nettoeinkommen und Transferzahlungen (Renten, Pensionen, Arbeitslosengeld und -hilfe, Sozialhilfe, Wohn- und Kindergeld, BAföG) in einer Region. Seitens der amtlichen Statistik in Deutschland erfolgt explizit keine Berechnung der Kaufkraft. Es werden lediglich die getätigten privaten Konsumausgaben für Deutschland insgesamt jährlich ermittelt. Aufgrund der Bedeutung der Kaufkraft der Einwohner für die Wirtschaft werden entsprechende Informationen daher von Beratungsunternehmen differenzierter bestimmt und kleinräumig abgeschätzt. Diesem Beitrag liegt die Kaufkraftberechnung der Marktforschung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Nürnberg, zu Grunde, die bei der Bestimmung der Kaufkraft auch die Steuervergünstigungen der Landwirte und die Existenz von Einkommensmillionären berücksichtigt. Die Berechnung der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** der GfK beruht auf den Ausgaben im Einzelhandel ohne Kraftfahrzeuge und Brennstoffe sowie für Dienstleistungen und Reparaturen.

**Preisindex der Lebenshaltung** – beschreibt die monatlichen oder jährlichen Veränderungen der Lebenshaltungskosten der privaten Haushalte für Waren und Dienstleistungen und wird durch Stichproben erhoben. Ein Gesamtindex berechnet sich aus 12 Ausgabenbereichen mit unterschiedlicher Gewichtung.

**Stationärer Einzelhandel** – in der amtlichen Statistik umfasst der Einzelhandel die Wirtschaftsklassen 521 bis 526. Der stationäre Einzelhandel (521 bis 525) vertreibt im Gegensatz zum Versandhandel und zum ambulanten Handel (526) seine Waren in Verkaufsräumen.

**Umsatzmessen** – beschreiben die relative Umsatzentwicklung im Einzelhandel anhand von Stichprobendaten insgesamt bzw. nach Branchen gemäß der Wirtschaftssystematik.

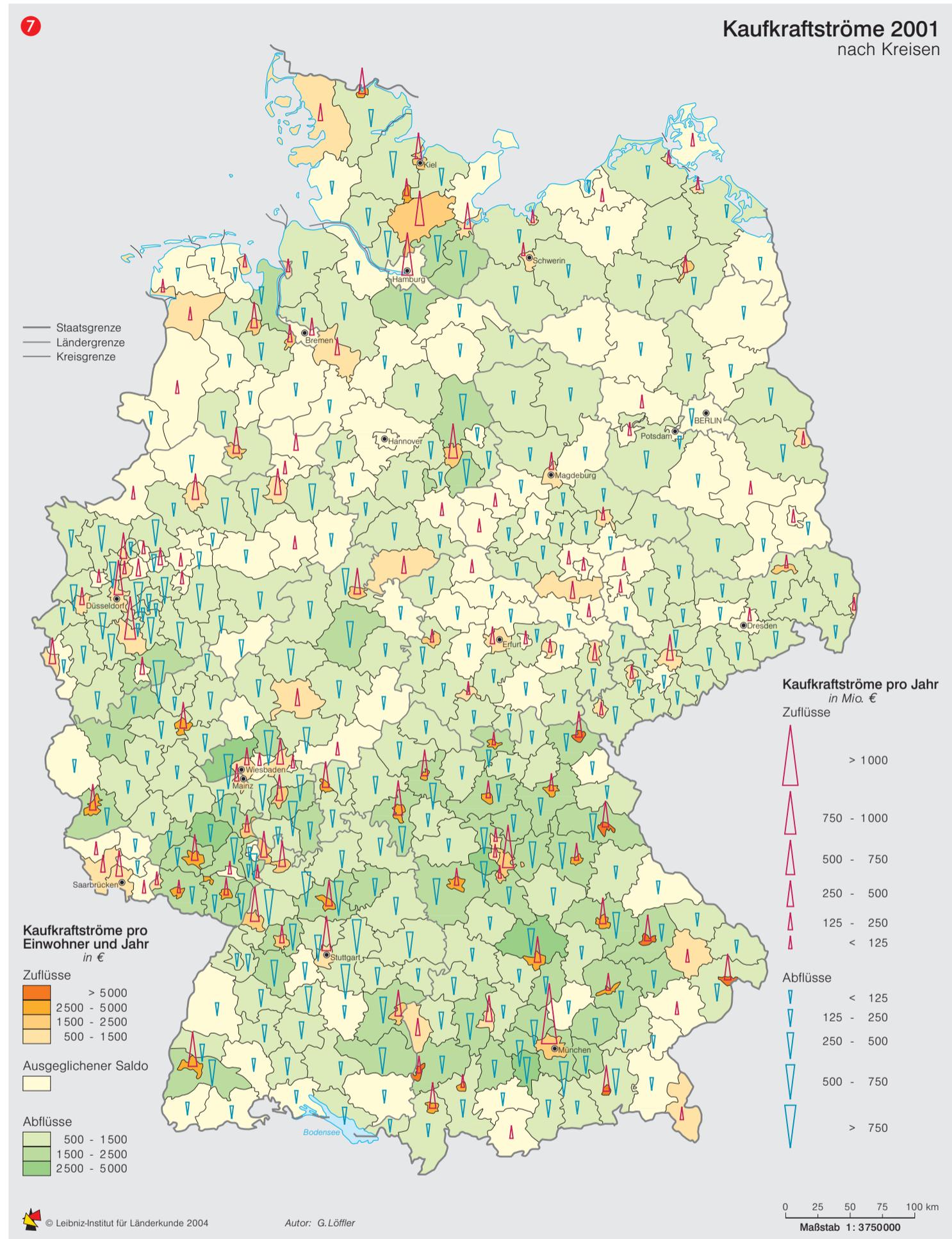
hohen Einzelhandelsbesatz aufweisen (u.a. Neu Ulm zu Ulm; Merseburg-Querfurt, Saalkreis und Weißenfels zu Leipzig und Halle; Verden zu Bremen oder Segeberg zu Hamburg). Im Fall von Hamburg und dem nördlich angrenzenden Segeberg fließt dem Land-

kreis Kaufkraft in Höhe von rund 2120 € pro Einwohner und Jahr zu, verursacht durch die Einzelhandelsagglomerationen im Norden von Hamburg auf Segeberger Gebiet. Zu Kaufkraftzuflüssen kommt es ebenfalls durch den Tourismus wie in Nordfriesland, auf Rügen oder dem Berchtesgadener Land. Eine weitere Gruppe bilden solche Landkreise, die eine größere Stadt einschließen wie Gießen oder Göttingen.

88% der Stadtkreise bzw. kreisfreien Städte weisen erwartungsgemäß Kaufkraftzuflüsse auf, lediglich in 15 sind Abflüsse zu verzeichnen, wobei nur 8 von ihnen über 500 € pro Einwohner und Jahr abgeben. Zu diesen acht Kreisen gehören mit Ausnahme von Baden-Baden und Salzgitter Städte im Ballungsraum an Rhein und Ruhr, wo benachbarte konkurrierende Städte durch entsprechende Zuflüsse ausgewiesen sind. Auch im Fall von Baden-Baden und Salzgitter ziehen attraktive Städte wie Braunschweig oder Karlsruhe Kaufkraft ab.

Hohe Abflüsse aus Landkreise wie Eichstätt, Fürth, Starnberg und dem Rhein-Taunus-Kreis ergeben sich aus der direkten Nachbarschaft zu Großstädten oder Agglomerationen. Sie schlagen sich relativ gesehen in ihnen jedoch weniger deutlich nieder, als die Zuflüsse pro Einwohner und Jahr, die in Städten mit überwiegend ländlichem Umland zu verzeichnen sind (Werte über 5000 € pro Einwohner und Jahr in: Rosenheim, Straubing, Passau, Hof, Memmingen oder Beträgen über 3500 € in: Kempten, Schweinfurt, Ansbach, Würzburg, Trier, Amberg, Aschaffenburg, Flensburg, Regensburg). Bei einigen von ihnen spielt die Nähe zum Ausland als Quelle der Zuflüsse eine ergänzende Rolle.

Hinsichtlich der absoluten Kaufkraftzuflüsse nimmt München mit rund 1,9 Mrd. € den Spitzenplatz ein, gefolgt von Nürnberg (950 Mio.), Köln (900 Mio.), Hannover (840 Mio.) und Hamburg (790 Mio.). Im Rhein-Main-Gebiet ergibt erst die Summe der Zuflüsse nach Frankfurt, Mainz und Wiesbaden mit 840 Mio. € einen vergleichbar hohen Wert. Hier wird deutlich, dass sich in mehrkernigen Ballungsräumen die Zentren in Konkurrenz zueinander stehen. Durch entsprechend große Abflussbeträge zeichnen sich die Umlandkreise dieser Städte und Ballungsräume aus wie u. a. der Maximalwert im Rhein-Sieg-Kreis von 875 Mio. € belegt. In den neuen Ländern ergibt sich durch die häufige Ansiedlung des großflächigen Einzelhandels im nahen Umland ein anderes Bild. So weisen Leipzig und Halle lediglich Zuflüssen von 45 Mio. bzw. 25 Mio. € auf, wäh-



rend den umgebenden Landkreisen zusammen ca. 262 Mio. € zufließen. Die Bundeshauptstadt Berlin bindet ebenfalls rechnerisch keine Kaufkraft von außerhalb.

Während die in der Karte sichtbaren großräumigen Unterschiede zwischen dem Südwesten und Nordosten Deutschlands aus der Entwicklung des

Städtewesens und den Gebietsreformen der jüngeren Vergangenheit resultieren, ergeben sich die regionalen Unterschiede aus spezifischen Lagebeziehungen und Bevölkerungsverteilungen und -dichten. Auch sind sie durch den jeweiligen Einzelhandelsbesatz in den Kreisen bedingt, der durch die Ansiedlungsstrategie der Handelsunternehmen

und der Ansiedlungspolitik der planenden Verwaltung bereits räumliche Unterschiede aufweist. ♦