

NEUESTE KENNZAHLEN

STIRBT DER HANDEL – STIRBT DER ORT!

KERNEN.
KENNENlernen!

freemollisches
kernen
Einkäufen in Stetten
und Rommelshausen

Entwicklung Einzelhandelsumsatz pro Kopf für Kernen: 2016 bis 2025



Einzelhandelsumsatz pro Kopf

2016: 2.320 €

2017: 2.534 €

2018: 2.626 €

2019: 2.735 €

2020: 2.800 € im Frühjahr
2.663 € im Herbst

2021: 2.693 €

2022: 2.811 €

2023: 3.070 €

2024: 3.314 €

2025: 3.363 €

Trotz schwieriger Lage während der Pandemiezeit 2021 konnte der Einzelhandelsumsatz pro Kopf in Kernen leicht gesteigert werden.

Im Gegensatz zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind im **Einzelhandelsumsatz** nur die am Einkaufsort im stationären Einzelhandel getätigten Umsätze zu Endverbraucherpreisen, inklusive Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien sowie Factory Outlet Centern und Apotheken (nur rezeptfreies Sortiment) enthalten. Weder der Internet- und Onlinehandel noch der Einzelhandel mit Kfz, Krafträdern oder Tankstellen sind Bestandteil dieser Berechnung. Ermittelt werden der Einzelhandelsumsatz sowie die Umsatzkennziffern auf Basis von Auswertungen der Einzelhandels-Gutachten der BBE-/ CIMA-Gruppe und zahlreichen einschlägigen aktuellen amtlichen Statistiken, Desk Research-Recherchen und Handelsdatenbanken. Da bei der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft als Definition der im stationären Einzelhandel erzielte Umsatz zu Endverbraucherpreisen, inklusive Internet- und Versandhandel, zugrunde gelegt wird, beim stationären Einzelhandelsumsatz die Internet- und Versandhandelsumsätze jedoch nicht berücksichtigt werden (Ort des Kaufaktes und Point of Sale sind beim Internet- und Versandhandel nicht identisch) liegt die Bundessumme bei der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft höher als beim Einzelhandelsumsatz.

Entwicklung Zentralitätskennziffer für Kernen: 2016 bis 2025



Zentralitätskennziffer

2016: 36

2017: 39

2018: 38

2019: 40

2020: 43

2021: 44

2022: 43

2023: 44,5

2024: 45,4

2025: 44,4

Leichter Rückgang:
Pandemie bedingt



Die **Zentralitätskennziffer** zeigt die Kaufkraftbindung einer Stadt oder Gemeinde an und gibt den Netto-Kaufkraftzufluss von oder -abfluss nach außen im Bundesvergleich an. Die Zentralitätswerte stellen also jeweils Saldoangaben dar, die sich aus der Verrechnung von Zu- und Abflüssen eines Einkaufsstandortes ergeben, normiert auf den deutschen Durchschnitt. Bei einem Wert über 100 gilt, dass die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtgebiet bezogen auf den Bundesdurchschnitt übersteigen. Bei einem Wert unter 100 überwiegen die Abflüsse an das Umland die Zuflüsse von dort – wieder normiert auf alle Standorte. Dagegen beziehen sich absolute Kaufkraft-zuflüsse und -abflüsse eigentlich auf die Absolutbeträge in Euro, in denen bei der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auch der Online- und Versandhandel enthalten ist, was impliziert, dass die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Summe höher ist als der Einzelhandelsumsatz und somit tendenziell mehr Gebiete Kaufkraftabflüsse als -zuflüsse verzeichnen. Die gewachsene Bedeutung des Online-Handels führt in Konsequenz dazu, dass alle Städte mit einer Einzelhandelszentralität von nicht mehr als etwa 114,7 (Stand: 2024) einen rechnerischen absoluten Kaufkraftabfluss für den stationären Einzelhandel verzeichnen.

Berechnung:
$$\frac{\text{Einzelhandels-Umsatzkennziffer}}{\text{einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex}} \times 100$$

Einzelhandelskennzahlen 2025, Gemeinden im Rems-Murr-Kreis

Standort	Bevölkerung	einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2025			stationärer Einzelhandelsumsatz 2025			Zentralitätskennziffer
	Prognose 2025 Jahres-durchschnitt	in Mio. Euro	Euro pro Kopf	EH-Kaufkraft-Index D = 100	in Mio. Euro	Euro pro Kopf	Umsatzkennziffer D = 100	2025 D = 100
Waiblingen	57.547	489,09	8.499	108,2	378,30	6.574	95,8	88,5
Fellbach	47.242	390,88	8.274	105,3	441,26	9.340	136,1	129,2
Schorndorf	41.417	338,45	8.172	104,0	338,11	8.164	118,9	114,3
Backnang	38.983	309,94	7.951	101,2	426,00	10.928	159,2	157,3
Winnenden	29.987	251,79	8.397	106,9	181,91	6.066	88,4	82,7
Weinstadt	27.173	238,74	8.786	111,8	193,27	7.112	103,6	92,7
Kernen im Remstal	15.852	137,48	8.673	110,4	53,31	3.363	49,0	44,4
Murrhardt	14.624	107,26	7.334	93,4	80,38	5.496	80,1	85,8
Remshalden	14.501	126,88	8.750	111,4	51,22	3.532	51,5	46,2
Leutenbach	12.288	102,25	8.321	105,9	41,67	3.391	49,4	46,6
Rudersberg	11.702	93,17	7.962	101,3	43,86	3.748	54,6	53,9
Korb	11.578	102,40	8.844	112,6	36,55	3.157	46,0	40,9
Welzheim	11.318	86,21	7.617	97,0	51,45	4.545	66,2	68,3

Hinweis zu Umsatzkennziffer:

Bei einem stationären Einzelhandelsumsatz pro Kopf von nur rund 48 Prozent des Bundes-durchschnitts ist die örtliche Nahversorgung (je nach Branchenmix) gefährdet, und die Bewohner der betroffenen Standorte kaufen überwiegend auswärts ein.

Platz 4 von 13

Platz 12 von 13

Platz 12 von 13

Bundesweiter Durchschnitt bei **Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf**: 7.856 €
Kernen liegt mit 8.673 € über dem deutschen Durchschnitt und vor Stuttgart (8.504 €)

Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung

Die Auswirkungen der sich verändernden Konsumentenwünsche und die sich daraus ergebenden Entwicklungen der Betriebsformen des Einzelhandels (vor allem durch den zunehmenden Online-Handel) führen in Konsequenz zu neuen Strukturen vor allem in den Innenstädten und zu Herausforderungen für Politik und Verwaltung.

Die Weiterentwicklung der Innenstädte war noch nie wichtiger als heute. Verantwortliche aus Politik und Verwaltung müssen gemeinsam Anstrengungen unternehmen, um gewachsene Standorte mit fairen Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit dem Internet auszustatten.

Jetzt gilt es gemeinsam mit Kommunen, Politik und Verbraucherinnen und Verbrauchern die Chance zu nutzen, dass diese Kaufkraft wieder mehr in die Innenstadtbetriebe fließt. Ein Mix aus Handel, Gastro und Kultur trägt zu lebendigen, individuellen Innenstädten bei.

Zwar ist der zunehmende Online-Handel nicht allein auf die Pandemie zurückzuführen; der Handel im Internet gewinnt schon seit vielen Jahren Marktanteile. Der Trend wurde jedoch durch Corona beschleunigt und verstärkt. Heute werden im Durchschnitt etwa ein Siebtel des gesamten Einzelhandelsumsatzes im Internet abgewickelt.

Der Handel über das Internet gewinnt jedes Jahr einen immer größeren Markt-anteil am Einzelhandelsumsatz. Ausnahmen stellten lediglich die Jahre 2021 und 2022 dar, als nach dem coronainduziert überproportionalen Wachstum des Online-Handels dort eine Wachstumsdelle eintrat und der stationäre Handel stärker wuchs als der Internet-Handel.

... Aber viele Unternehmen, die als klassische stationäre Einzelhändler gelten, wickeln einen wachsenden Teil ihres Umsatzes über das Internet ab („Multi-Channel-Handel“).

Dies kann dann dazu beitragen, den Ladengeschäften die Existenz zu sichern.

Wie wird die Entwicklung weitergehen? Der Handel der Zukunft wird immer digitaler werden. Die ersten Tests mit Verkaufsrobotern im Einzelhandel laufen bereits – und mehr als jeder dritte Internetnutzer in Deutschland bescheinigt den digitalen Assistenten in Ladengeschäften eine große Zukunft. Rund die Hälfte der Verbraucher glaubt, dass der stationäre Handel für Kunden in gut zehn Jahren durchgängig rund um die Uhr geöffnet hat, da es für ihn wie für den Online-Handel auch keine gesetzlich vorgeschriebenen Ladenöffnungszeiten mehr gibt. Ebenfalls rund jeder Zweite denkt, dass 2030 aufgebrauchte Produkte im Haushalt, wie zum Beispiel Toilettenpapier oder Waschmittel, ohne Zutun des Kunden nachgeliefert werden. 54 Prozent der Befragten meinen außerdem, dass sich Kartenzahlung beziehungsweise Mobile Payment durchsetzen wird, da 2030 im stationären Handel kein Bargeld mehr angenommen wird. Die Künstliche Intelligenz wird an den verschiedenen Stationen entlang der Customer Journey weiter Einzug halten.

So lassen sich die fünf wichtigsten Themen, die in der HDE-Umfrage von den Unternehmen genannt wurden, als Spiegel der oben aufgeführten Punkte verstehen:

Kaufzurückhaltung (von 67 Prozent genannt), Bürokratie (63 Prozent), Mindestlohn (49 Prozent), Inflation (46 Prozent), Fachkräftemangel (39 Prozent) und der Attraktivitätsverlust der Innenstädte (37 Prozent) liegen hier vorn. Energiekosten und Unternehmenssteuern komplettieren die Führungsgruppe.

Erkenntnisse für die Kommunen

Für Verantwortliche in den Kommunen, generell aber für alle, die an der Existenz bestehender klassischer Einkaufslagen interessiert sind, bedeutet das, **alle Anstrengungen zu unternehmen, um die überlebensfähigen Kerne der Versorgungszentren zu stärken**. Das Baurecht spielt hier eine große Rolle.

Den Wettbewerb um den richtigen Vertriebsweg werden die Kundinnen und Kunden bestimmen, und es wird eine Vielzahl von Lösungen geben müssen.

- Wenn Investoren Randlagen für eine Ansiedlung ins Auge fassen, dürfen Kommunen sich bei einer Genehmigung nicht einfach auf fehlende Flächen in der Ortsmitte berufen. Sie sind dazu aufgerufen, sich **langfristig Gedanken, um den Erhalt der Ortskerne zu machen**.
- Sie müssen **Einzelhandelskonzepte erstellen oder fortschreiben**, um Ansiedlungsvorhaben optimal in das städtische Gefüge einordnen zu können, und über den Ankauf geeigneter Flächen nachdenken.
- Was den Handel immer wieder umtreibt ist die Erreichbarkeit der Innenstädte. Es ist ein Trugschluss, hier allein auf den ÖPNV zu setzen. Ohne Individualverkehr wird es nicht gehen. Kunden brauchen ausreichende **Parkmöglichkeiten** zu akzeptablen Preisen, möglichst viele davon oberirdisch.
- **Wirtschaft und Kommunen sollten gemeinsam auch daran arbeiten, die Lieferverkehre zu optimieren**.
- Es muss Wettbewerbs-Fairness zwischen stationärem und Online-Handel herrschen. Hier seien exemplarisch nur Steuerschlupflöcher und die Umgehung von geltenden Vorschriften auf elektronischen Marktplätzen genannt.
- Die **Digitalisierung ist zwar eine Chance** für alle Betriebsgrößen. Die Unternehmen drängen aber auch darauf, Nachteile für den stationären Handel im Wettbewerb der Absatzkanäle abzubauen. Beispielhaft sei nur noch auf eine große Zahl von bürokratischen Zwängen für stationäre Händler hingewiesen.

Schlussfolgerungen

Teilweise erreicht der Abfluss von Nachfragepotenzial dramatische Ausmaße. Wenn immer weniger am Ort ausgegeben wird, nimmt die Qualität des Einzelhandelsbesatzes ab, was in einem Teufelskreis enden kann: Je weniger Bedürfnisse der Branchenmix abdeckt, desto geringer ist wiederum die Attraktivität für Kunden. Wenn aber die Funktion der Grundversorgung mit Waren immer schlechter vor Ort übernommen wird, treten nach und nach auch bei anderen Funktionen Defizite auf, wie etwa beim gastronomischen Angebot oder bei Dienstleistern wie Post oder Ärzten. Irgendwann lohnt sich auch die Aufrechterhaltung kommunaler Infrastruktur immer weniger. **Hier besteht dringender Handlungsbedarf.**

An den hier vorgelegten Zahlen zeigt sich nur die sichtbare Oberfläche von Prozessen, die ein immenses Beharrungsvermögen aufweisen. Wenn die Erosion der Nahversorgung bereits an Kennziffern erkennbar ist, **bedarf es schon enormer Anstrengungen**, um den Prozess zum Stillstand zu bringen – und sogar noch größerer, um ihn wieder umzukehren. **Umso wichtiger ist es zu handeln**, bevor der Schaden einen größeren Umfang annimmt.

Die Kommunen haben in diesem Zusammenhang die Pflicht, die Bedingungen im Auge zu behalten, unter denen Einzelhändler agieren müssen. Die Anliegen des Handels müssen von ihnen genauso berücksichtigt werden wie die der anderen gesellschaftlichen Gruppen. Fahrverbote und andere Beschränkungen des Kunden- und Lieferverkehrs sind dabei nicht hilfreich, ebenso wie Einschränkungen für das Parken. Und eine ungeordnete Ansiedlung vor allem großflächiger Einzelhandelsbetriebe schadet langfristig dem gesamten Stadtgefüge – auch der Nachbarkommunen.

Kommunen müssen also Einzelhandelskonzepte erstellen, um Ansiedlungsvorhaben optimal in die funktionale Stadtstruktur einzuordnen.

Informationen/Quelle

Berechnung der Kennzahlen:

Die für den Rems-Murr-Kreis ausgewiesenen Daten beruhen auf Prognosen der Michael Bauer Research GmbH, der CIMA Beratung + Management GmbH und der BBE Handelsberatung GmbH für das Jahr 2025. Die Daten der Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, liegen in hoher Datentransparenz vor. Dennoch unterliegen die Zahlen naturgemäß den Unsicherheiten, denen Prognosen immer unterworfen sind. Hinzu kommen die Unschärfen, die dadurch entstehen, dass die Datenbasis der amtlichen Statistik mit Annahmen aufgearbeitet werden muss.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der von der Bevölkerung am Wohnort tatsächlich im Einzelhandel (einschließlich Online- und Versandhandel) ausgegeben wird. Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inklusive empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung einer Region. Grundlage für die Berechnung ist die Summe aller abhängig und selbständig erzielten Nettoeinkünfte einer Region, ermittelt aus der amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. Hinzugerechnet werden sonstige Erwerbseinkommen und Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Kinder- und Wohngeld, Renten sowie BAföG. Der Anteil des Einkommens, der im Einzelhandel ausgegeben wird, kann den amtlichen Einkommens- und Verbrauchsstichproben entnommen und mit Hilfe von Regionaldaten zu Einkommensklassen und soziodemografischen Kategorien ermittelt werden. Mit Hilfe von Regionaldaten zu Einkommensklassen und soziodemografischen Kategorien wird die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ermittelt. Basierend auf den Fortschreibungen dieser Daten werden die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie die Kaufkraftkennziffern für das aktuelle Jahr prognostiziert.

In diesen Werten ist die gesamte einzelhandelsrelevante Kaufkraft enthalten, inklusive der Kaufkraft, die nicht im stationären Einzelhandel ausgegeben wird, also auch die für Online-Einkäufe und Ausgaben im Ausland.

Quellen:

Bevölkerung: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2025 auf Basis © Statistisches Bundesamt; Einzelhandels-relevante Kaufkraft: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2025; Einzelhandelsumsatz: © Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung GmbH, München 2025

www.ihk.de/stuttgart/branchen/handel/zahlen-und-fakten/kaufkraft-umsaetze-25-6645398