

## **Der Einzelhandel und die für ihn relevante Kaufkraft im regionalen Fokus**

Britta Stöver, Remigius Szlachetka, Philip Ulrich <sup>1)</sup>



**Gesellschaft für Wirtschaftliche Strukturforschung mbH**

Heinrichstr. 30

D - 49080 Osnabrück

Britta Stöver (stoever @ gws-os.com)

Remigius Szlachetka (szlachetka @ gws-os.com)

Philip Ulrich (ulrich @ gws-os.com)

Tel.: +49 (541) 40933-250/-292/-200

Fax: +49 (541) 40933-110

Internet: [www.gws-os.com](http://www.gws-os.com)

Osnabrück, im November 2010

- 1) Wir danken Martin Distelkamp für die zahlreichen hilfreichen Kommentare und wertvollen Anmerkungen zu Inhalt und Methodik.

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>III</b>
<b>1 EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
<b>2 DIE DETERMINANTEN DER EINZELHANDELSPEZIFISCHEN KAUFKRAFT</b> .....	<b>2</b>
2.1 ZUR LAGE DES EINZELHANDELS .....	2
2.2 INDIKATOREN ZUR KAUFKRAFT .....	3
<b>3 DIE MODELLIERUNG DER EINZELHANDELSPEZIFISCHEN KAUFKRAFT</b> .....	<b>5</b>
3.1 GRUNDLAGE UND AUFBAU DES MODELLS PANTA RHEI REGIO .....	5
3.2 DIE KONSUMRELEVANTEN DATEN AUS DER EVS .....	7
3.3 MODELLIERUNG DER REGIONALEN KONSUMSTRUKTUR .....	9
<b>4 ERGEBNISSE</b> .....	<b>11</b>
4.1 GRUNDLEGENDE ENTWICKLUNG - GEWINNER UND VERLIERER AUF LÄNDEREBENE .....	11
4.2 DIE ENTWICKLUNG DER EINZELHANDELSRELEVANTEN KAUFKRAFT AUF KREISEBENE .....	14
<b>5 FAZIT</b> .....	<b>19</b>
<b>LITERATUR</b> .....	<b>21</b>

## 1 EINLEITUNG

Die räumliche Lage bestimmt den wirtschaftlichen Erfolg und somit die Zukunft des Einzelhandelsunternehmens. Die Frage nach der betrieblichen Standortwahl ist ein komplexer Prozess, bei dem mehrere Faktoren wie beispielsweise das Absatzpotential, die Konkurrenzsituation oder die Erreichbarkeit im Vorfeld untersucht werden müssen. Auch die finanzielle Ausstattung der Bevölkerung, die regional sehr unterschiedlich ausfallen kann, ist zu berücksichtigen. Für die erfolgreiche Bewertung eines möglichen Standorts sollte deshalb insbesondere die regionale Kaufkraft quantifiziert und mit anderen Standorten verglichen werden. Gelingt die Prognose der Kaufkraft und der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben in Form einer regionalisierten Darstellung, können daraus enorme Wettbewerbsvorteile gegenüber der Konkurrenz erzielt werden, da regionale Marktreserven an zukunftsfähigen Standorten aufgedeckt sowie weniger aussichtsreiche Investitionen verhindert werden können.

Es gibt bereits einige Berechnungen und Analysen zur regionalen Kaufkraft. In den meisten Fällen sind sie auf einen bestimmten Zeitpunkt beschränkt und beziehen zukünftige Entwicklungen nicht mit ein. In der vorliegenden Untersuchung werden regionale Entwicklungen im Bereich Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Demographie bis in das Jahr 2015 projiziert, um die zukünftige Entwicklung der Kaufkraft zu analysieren. Ein langer Beobachtungszeitraum ist besonders wichtig, da sich die angesprochenen Änderungen sehr langfristig vollziehen, aber letztlich großen Einfluss auf den Bestand der Einzelhandelsgeschäfte und ihre Wettbewerbssituation haben.

Die Berechnung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft bis in das Jahr 2015 wurde dadurch erreicht, dass die Konsumausgaben der privaten Haushalte aus der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe von 2003 nach Bundesländern mittels Anteilsberechnungen am Verfügbaren Einkommen bestimmten/regionalen Kreisen zugeordnet wurden. Die Höhe der Konsumausgaben verändert sich abhängig von der Einkommensentwicklung, generiert durch eine Projektion aus dem Modell PANTA RHEI REGIO.

Als grundlegende Ergebnisse kann man festhalten, dass sich die gegenwärtige Situation in Zukunft noch verstärkt. Profiteure sind Kreise entlang des Rheins sowie der Südwesten des Landes. Ostdeutschland wird sich weniger positiv entwickeln.

Die übrige Untersuchung gliedert sich wie folgt. Im zweiten Kapitel werden zunächst die Strukturveränderungen in der jüngsten Vergangenheit und die aktuelle Situation des Einzelhandels näher beleuchtet, bevor im nächsten Abschnitt die Kaufkraft und ihre verschiedenen Ausprägungen und deren Berechnung definiert werden. Im dritten Kapitel wird auf das Projektionsmodell PANTA RHEI REGIO eingegangen. Hierbei wird die Methodik, die zugrunde liegenden Annahmen und die zur Verfügung stehende statistische Datenbasis detailliert vorgestellt und erläutert. Eine Visualisierung der Projektionsergebnisse auf Länder- und regionaler Ebene (Landkreise und kreisfreie Städte) und deren Analyse erfolgt im vierten Kapitel. Kapitel fünf schließt die Abhandlung mit einem Fazit ab.

## 2 DIE DETERMINANTEN DER EINZELHANDELSSTRECKEN SPEZIFISCHEN KAUFKRAFT

### 2.1 ZUR LAGE DES EINZELHANDELS

Obwohl bei strukturellen Veränderungen in erster Linie an die Industrie gedacht wird, sieht sich auch das Interdependenzfeld Einzelhandel seit langem Anpassungsprozessen auf Anbieter- und Nachfrageseite ausgesetzt. In diesem Interdependenzfeld „Einzelhandel“ erfolgt ein Strukturwandel, der aus veränderten Handlungen der Akteure auf der Angebotsseite und einem gleichzeitigen Wandel des Konsumentenverhaltens auf der Nachfrageseite resultiert, die sich gegenseitig beeinflussen und zudem in wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen eingebettet sind.

Der Umbruch auf der Angebotsseite kann im Wesentlichen mit den Schlagworten Vergrößerung der Verkaufsfläche, Unternehmenskonzentration, Betriebsrückgang, Internationalisierung und Auftreten neuer Betriebsformen beschrieben werden.

Veränderungen auf der Nachfrageseite lassen sich unter Berücksichtigung transformierter sozioökonomischer und demographischer Bedingung laut Heinritz et al. (2003) am ehesten mit den Schlagworten „polarisiertes und hybrides Einkaufsverhalten“ charakterisieren. Die heute zunehmend dominierende Konsumentengruppe ist die der „smart shopper“, die ab Mitte der 1990er Jahre innerhalb der Grundtypen der deutschen Konsumbevölkerung kontinuierlich an Bedeutung gewonnen hat. Der „smart shopper“ kombiniert Qualitäts- und Preisbewusstsein unter Berücksichtigung von Wartezeit und Distanzüberbrückung und zeichnet sich durch eine geringe Marken- und Standorttreue aus. Bei dieser Gruppe handelt es sich um das Resultat der damaligen Konsumwelt: Die wachsende Angebotsvielfalt (Multioptionalität), die dem Individualismus der Konsumenten entgegenkam, sowie die preisaggressive Betriebspolitik auf der Angebotsseite in Form der starken Expansion des Betriebstyps „Discounter“ ließen diese Konsumentengruppe stetig anwachsen. Neben dem „smart shopper“ haben die Gruppen „Schnäppchenjäger“ und „Qualitätskäufer“ mit einem Anteil von jeweils rund 1/3 an der deutschen Konsumbevölkerung eine hohe Marktrelevanz (vgl. Heinritz et al., 2003, S. 156f).

Als Folge der Entwicklungen im Konsumentenverhalten verändert sich die Handelslandschaft. Bereits heute ist es schwierig, ein klares Profil der Konsumenten zu zeichnen. Der Konsument selektiert zwischen dem Versorgungseinkauf von Gütern des Grundbedarfs, der nach Möglichkeit schnell, preisgünstig und unproblematisch mit Hilfe des Pkw erledigt werden sollte, und dem Erlebniseinkauf von hochpreisigen Gütern mit Zusatznutzen (u.a. Marken- statt Standardprodukte), der als Freizeitgestaltung zum Vergnügen wird und einen „Mehrwert“ durch neue Erfahrungen beim Einkaufen erzielt, wobei Emotionen durch inszenierte Konsumwelten geweckt werden.

Diese endogenen und exogenen Veränderungsprozesse initiieren einen Strukturwandel, der sich raumwirksam äußert (vgl. Hatzfeld & Junker 1995, S.6f). Der Einzelhandel kann somit als „Projektionsfläche“ und „Aktionsplattform“ differenter Veränderungsprozesse verstanden werden.

Der vollzogene Strukturwandel im Einzelhandel sowie das veränderte Konsumentenverhalten der letzten Jahre führten im hohen Maße zu einer Zunahme der

eindeutig profilierten Betriebsformen. Im Segment des Versorgungseinkaufs sind insbesondere preisgünstige Betriebsformen wie Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stark expandiert. Im Segment des Erlebniseinkaufs sind es hingegen in erster Linie spezialisierte Fachgeschäfte sowie Shopping-Center oder Urban Entertainment Center, die den Konsumenten mit verkaufsfördernden Aktionen wie Modeschauen, Fremde-Kultur-Wochen, Konzerten, Volksfesten oder ähnlichen Ereignissen der Freizeitgestaltung in die inszenierten Welten „einladen“ und sein Kaufverhalten mit Hilfe der so entstandenen Wohlfühlatmosphäre positiv beeinflussen.

In letzter Zeit erlitten Betriebsformen ohne ein klares Profil und eindeutige Positionierung, wie beispielsweise traditionelle Warenhäuser, erhebliche Umsatz- sowie Marktanteilsverluste. Als Folge werden sie - wie auch bei der jüngst (unter Schließung von unrentablen Standorten) überwundenen „Karstadt-Krise“ zu beobachten war, aus dem Marktprozess ausscheiden müssen. Ein solcher Prozess kann verhindert werden, wenn erlebnisstiftende Elemente adaptiert und eine deutlich erkennbare Position und Präsentation innerhalb eines bestimmten Preissegmentes und einer spezifischen Sortimentsstruktur aus einer betriebswirtschaftlichen Perspektive vorgenommen werden.

Um die richtige Zielgruppe ansprechen zu können und Umsatzpotenziale zu erschließen, ist die deshalb richtige Standortwahl bzw. die richtige Ausrichtung bestehender Ladenlokale von großer Bedeutung. Neben Einwohnerdichte, Mietpreisen, Verkaufsfläche, äußerem Erscheinungsbild des Mietobjekts und Bevölkerungsstruktur werden häufig auch Kaufkraftindikatoren bei der Wahl des Standorts berücksichtigt. Im folgenden Kapitel 2.2 werden die möglichen Berechnungs- und Erhebungsarten kurz zusammengefasst.

## 2.2 INDIKATOREN ZUR KAUFKRAFT

Der Begriff „Kaufkraft“ ist nicht eindeutig definiert. Einerseits wird unter der „Kaufkraft“ das Nominaleinkommen, also das Einkommen ohne Berücksichtigung der Preise und andererseits das Realeinkommen unter Einbezug der Preise, verstanden.

Die regionale Kaufkraft ist lediglich der Geldbetrag, welcher Personen oder Haushalten in einer bestimmten Region in einer bestimmten Zeitperiode für den privaten Konsum zur Verfügung steht. Dabei ergibt sich die Höhe der regionalen Kaufkraft aus dem Nominaleinkommen. Die Höhe der Kaufkraft kann nach dieser Definition näherungsweise am Verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte bestimmt werden. Diese Definition meint die Konsummöglichkeiten in den Regionen und vernachlässigt regionale Preisdisparitäten und somit den tatsächlichen Geldwert in einer Region.

Mit der Berechnung des regionalen Realeinkommens wird das nicht einheitliche Preisniveau und die Ausgabenstruktur des Warenkorbes in den unterschiedlichen Regionen mit berücksichtigt (vgl. Kawka, 2006, S.357f).

In der Regel wird die Kaufkraft in Form eines Kaufkraftindex dargestellt. Dabei wird die Kaufkraft einer Region pro Einwohner oder Haushalt in Relation zum Bundesdurchschnitt oder beispielsweise der EU-27 gesetzt und so eine regionale Vergleichsmöglichkeit geschaffen. Üblicherweise erfolgt die Darstellung der Kaufkraft in Form einer Tabelle, in der zu der jeweiligen Gebietseinheit auf der Bundesländerebene, Kreisebene, Gemeindeebene als auch zu den unterschiedlichen Postleitzahlgebieten die

Zahl der Einwohner und Haushalte genannt wird. In der Regel wird die Kaufkraft pro Einwohner oder Haushalt als absoluter Betrag dargestellt, zusätzlich wird der jeweilige Wert in Prozent zum Bundesdurchschnitt aufgeführt. Darüber hinaus weisen beispielsweise die Kaufkrafttabellen der GfK Geomarketing Indexwerte der Kaufkraft je Einwohner bzw. Haushalt einer Gebietseinheit auf, die in Relation zum Bundesdurchschnitt gesetzt wird<sup>1</sup>. Die Berechnung der Kaufkraft erfolgt bei der GfK auf Basis der amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. Es werden gleichermaßen Einkommen aus selbständiger und nichtselbständiger Arbeit erfasst. Des Weiteren fließen in die Berechnung die Einkünfte aus Mieten und Verpachtung als Zins- und Kapitaleinkommen ein. Steuern, Pflichtversicherungen, Sparquoten und Kreditbelastungen werden abzugsseitig berücksichtigt.

Im Folgenden wird die allgemeine Kaufkraft als das Nominaleinkommen, also das verfügbare Einkommen von Wirtschaftssubjekten einer Region, operationalisiert. Die Berechnung der regionalen Kaufkraft gemäß der Deutung als Realeinkommen (Geldwert) erfordert eine umfassende Erhebung und Analyse der unterschiedlichen Lebenshaltungskosten, welche in Deutschland nicht standardmäßig erhoben werden (von der Lippe & Breuer 2010). Beispielsweise müssten für alle Kreise in Deutschland die wichtigsten Bestandteile eines durchschnittlichen Warenkorb ermittelt werden. Während Ausgaben für Telefon, Nahrungsmittel oder Tabakwaren in Deutschland weitestgehend gleich hoch ausfallen, gestalten sich beispielsweise Wohnungsmieten (der gewichtigste Posten eines durchschnittlichen Warenkorb) sehr unterschiedlich und determinieren im großen Maße die Höhe der Lebenshaltungskosten und der regionalen, realen Kaufkraft (vgl. Kawka, 2006, S.356f).

Neben der Gesamtkaufkraft der Bevölkerung einer Region, also dem regionalen Wohlstand der Einwohner oder Haushalte, ist für die Konsumgüterindustrie, die Marktforschungsunternehmen oder die Immobilienanalysten die Kenntnis über die für den Einzelhandel relevante Kaufkraft von besonderem Interesse, da hierbei das Marktpotential genauer quantifiziert wird. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft umfasst die Anteile der gesamten Kaufkraft, die den Personen oder Haushalten für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen. Der nachfrageorientierte Anteil des verfügbaren Einkommens der Bevölkerung einer Region kann somit nach bestimmten Sortimenten wie beispielsweise Bekleidung, Schuhen oder Lebensmitteln ermittelt werden. Außerdem ist für die weitere Analyse eine Vergleichbarkeit des unterschiedlichen Nachfragepotentials in einer Region für den stationären Einzelhandel und den Versandhandel gewährleistet.

Im Unterschied zur oben genannten allgemeinen Kaufkraft, die für einen Gebietsstand das zur Verfügung stehende Einkommen unabhängig von der Verwendung darstellt, kann mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft die Höhe der lokalen Nachfrage nach bestimmten Branchen oder Sortimenten ermittelt werden. Auch die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft erfolgt üblicherweise in Form von absoluten Werten sowie Indizes. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft unterschiedlicher Gebietseinheiten wird in Deutschland u.a. von GfK Geomarketing und MB Research ermittelt. Die

---

<sup>1</sup> [www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft](http://www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft)

Berechnung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft erfolgt dabei durch „Abzug der Ausgaben für Mieten, Kreditzinsen, Versicherungen, Kraftfahrzeuge, Reisen und Dienstleistungen“<sup>1</sup>. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet im Folgenden den Anteil der privaten Konsumausgaben, welcher für die Produkte des Einzelhandels zur Verfügung steht bzw. ausgegeben wird. Dabei zeigt sich, dass „Ausgaben“ und „zur Verfügung stehende Geldmenge“ inhaltlich nicht mehr voneinander zu trennen sind, da sich Angaben zur Aufteilung auf Verwendungszwecke und Sortimente immer an den üblicherweise anfallenden Ausgaben der privaten Haushalte orientieren.

### **3 DIE MODELLIERUNG DER EINZELHANDELSPEZIFISCHEN KAUFKRAFT**

Im Folgenden wird die Vorgehensweise die Berechnung und Fortschreibung der einzelhandelsspezifischen Kaufkraft beschrieben. Der Fokus richtet sich dabei auf einen Zeithorizont bis zum Jahr 2015 und die bis dahin zu beobachtenden reguläre Tendenzen. Sonderentwicklungen wie beispielsweise Wirtschaftskrisen werden nicht thematisiert, auch wenn sie bei der Modellierung der Vergangenheit selbstverständlich berücksichtigt wurden. Getrieben wird die Entwicklung der Kaufkraft, die auf Daten der EVS beruht, von dem Modell PANTA RHEI REGIO.

#### **3.1 GRUNDLAGE UND AUFBAU DES MODELLS PANTA RHEI REGIO**

Das Modell PANTA RHEI REGIO (PRR) wurde im Rahmen der Förderinitiative REFINA zwischen 2006 und 2009 als regionales Projektions- und Simulationsmodell zur Untersuchung der Siedlungsentwicklung in Deutschland entwickelt (Distelkamp et al. 2009). Die wirtschaftliche Entwicklung auf Ebene der 439 Landkreise und kreisfreien Städte wird im Modell auf Grundlage des GWS-Modellverbunds INFORGE und LAENDER bis 2020 projiziert (u.a. Distelkamp et al. 2003, Ahlert et al. 2009).<sup>2</sup> Derzeit liegt eine aktualisierte und verbesserte Version PANTA RHEI REGIO II vor<sup>3</sup>. Als Datengrundlage im Bereich der Regionalökonomik wurden vor allem die Kreisergebnisse der VGR der Länder verwendet, die bis zum Berichtsjahr 2007 vorlagen. Das Modell zeichnet sich durch einige Besonderheiten aus, die es von einfachen Top-Down-Ansätzen unterscheidet:

---

<sup>1</sup> [www.gfk-geomarketing.de/marktdaten/marktdaten\\_nach\\_thema/kaufkraft\\_fuer\\_den\\_einzelhandel.html](http://www.gfk-geomarketing.de/marktdaten/marktdaten_nach_thema/kaufkraft_fuer_den_einzelhandel.html)

<sup>2</sup> Seinen Namen hat das Modell von dem umweltökonomischen Modell PANTA RHEI, das seit langem von der GWS als Modell zur Untersuchung von ökonomischen Sachverhalten in den Bereichen Energie, Emissionen, Verkehr und Flächennutzung verwendet wird (vgl. u.a. Meyer & Lutz 2002) .

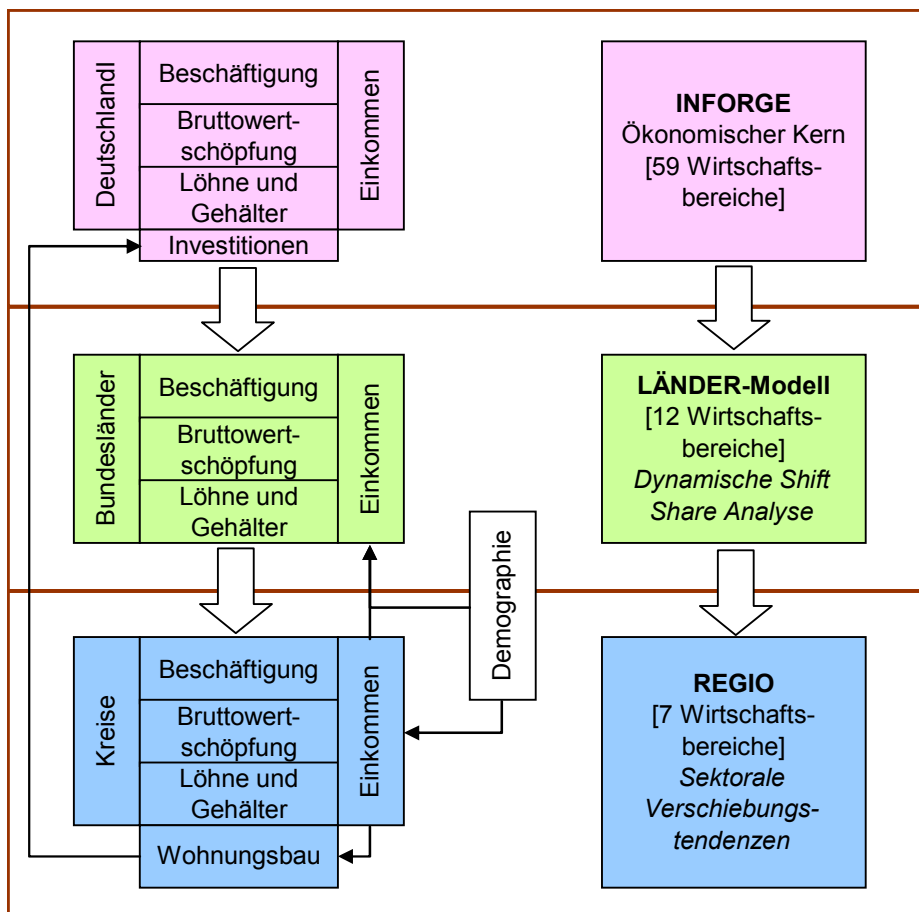
<sup>3</sup> Im Rahmen des Projektes „30-ha realisiert – Konsequenzen des Szenarios Flächenverbrauchsreduktion auf 30 ha im Jahr 2020 für die Siedlungsentwicklung“ wurde das Modell bis Mitte des Jahres 2010 aktualisiert und verbessert. Die Publikation der Ergebnisse wird bis Ende 2010 erwartet. Siehe hierzu die Internetseite des Ressortforschungsprojekts im [BBSR](#).



- Das Modell verknüpft demographische und ökonomische Entwicklungen. Die Bevölkerungsentwicklung wird exogen durch die Raumordnungsprognose 2025 des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung vorgegeben (BBSR 2010).
- Das Modell verfügt über Elemente/Module, welche Entwicklungen „bottom-up“ erklären. So wird beispielsweise der Wohnungsbau ausgehend von der Entwicklung der privaten Haushalte und der Einkommen in den Kreisen bestimmt, um damit die Entwicklung in Deutschland insgesamt zu ermitteln.
- Ökonomische Entwicklungen sind zu einem großen Teil das Ergebnis vom im Modell INFORGE abgebildeten allgemeinen Wandel der Wirtschaftsstruktur sowie dem jeweiligen Gewicht der Wirtschaftsbereiche in den Kreisen. Zusätzlich werden jedoch Wachstumsverschiebungen auf sektoraler Ebene berücksichtigt und fortgeschrieben.

In Abbildung 1 ist der inhaltliche Aufbau der ökonomischen Modellierung des Modells PANTA RHEI REGIO schematisch dargestellt.

**Abbildung 1: Der Grundaufbau des Modells**



Quelle: Distelkamp et al. 2009, S. 12f.

Im Modell LÄNDER erfolgt zunächst eine detaillierte Abbildung der ökonomischen Zusammenhänge auf Ebene von zwölf Wirtschaftsbereichen für die 16 Bundesländer. Die Entwicklung der regionalen Bruttowertschöpfung ist dabei nicht nur ein Ergebnis der regionalen Wirtschaftsstruktur und der korrespondierenden Entwicklung im Modell INFORGE, sondern auch der Systemzusammenhänge innerhalb der Bundesländer sowie

sektoraler Verschiebungstendenzen. Die Einkommensentstehung wird konsistent über Wertschöpfung und Arbeitnehmerentgelte abgeleitet.

In ähnlicher Form erfolgt die Projektion der Entwicklung im REGIO-Modell für sieben Wirtschaftsbereiche. Die Wachstumsverschiebungen für Wertschöpfung und Beschäftigung in den Kreisen werden im Abgleich mit der Bundes- und Landesentwicklung nach Struktur- und Standortkomponenten aufgelöst und mit ökonomischen und sozialen Merkmalen der Regionen erklärt. Im Bereich der Entwicklung der verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte zeichnet sich PRR dadurch aus, dass die Einkommensentstehung, jedoch auch die Einkommensumverteilung auf regionaler Ebene, unter Berücksichtigung demographischer Variablen abgebildet werden. Eine wichtige Rolle spielen dabei Pendlerbewegungen sowie unterschiedliche Entwicklungen der Altersstruktur der regionalen Bevölkerung. Daher ist das Modell gut dafür geeignet, die Perspektiven regionaler Kaufkraftverteilungen und deren Veränderungen zu analysieren.

Gleichwohl sind der modellgestützten Analyse mit PRR auch Grenzen gesetzt. So werden Interdependenzen zwischen Ökonomie und Demographie im regionalen Kontext nicht vollständig abgebildet – Divergenzen zwischen den unterschiedlichen Entwicklungen werden nur begrenzt ausgeglichen.

### 3.2 DIE KONSUMRELEVANTEN DATEN AUS DER EVS

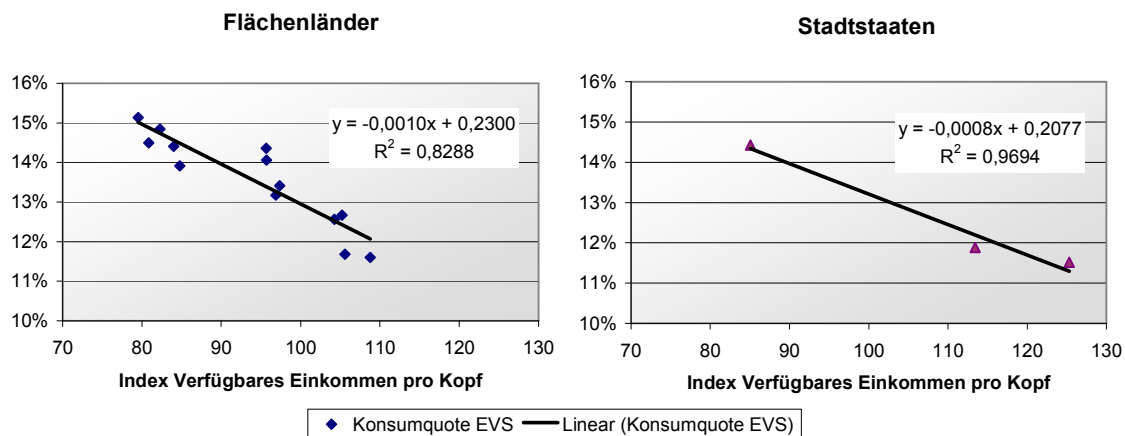
Die ergänzende Modellierung der Konsumstruktur auf Kreisebene basiert auf Daten der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) von 2003 (Statistisches Bundesamt 2005a). Die Definition des Privathaushalts richtet sich nach der Abgrenzung des Mikrozensus und umfasst „...eine Gruppe von verwandten oder persönlich verbundenen (auch familienfremden) Personen [...], die sowohl hinsichtlich Einkommen als auch Konsum zusammengehören.“ (Statistisches Bundesamt 2005b, S. 20f). Dies schließt Haushalte von Ausländern mit ein, während hingegen Personen in Gemeinschaftsunterkünften, Kasernen oder ohne ständigen Wohnsitz keine Berücksichtigung finden. Ebenfalls keinen Eingang in den Erhebungsumfang finden Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 18 Tsd. Euro und mehr (Statistisches Bundesamt 2005b, S. 20f.). Der Stichprobenumfang basiert auf Daten des Mikrozensus von 2000. Die Aufteilung auf die Bundesländer kommt einer proportionalen Aufteilung nahe (Statistisches Bundesamt 2005b, S. 30f). Die verwendeten Ergebnisse sind in Euro je Haushalt und Monat nach 70 Verwendungszwecken untergliedert.

Bei Hochrechnungen zeigt sich der Konflikt zwischen der Erhebungsmethodik der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR) und der EVS. Insgesamt 995,6 Mrd. Euro gaben die privaten Haushalte nach Angaben der EVS 2003 für ihren Konsum aus, 219,1 Mrd. Euro weniger als in der VGR. Die Unterschiede beruhen darauf, dass in der VGR die Konsumausgaben der Anstaltsbevölkerung und der privaten Organisationen ohne Erwerbszweck (NPO, z.B. Sportvereine, Verbände, christliche Organisationen etc.) sowie Naturalentgelte mit berücksichtigt werden. Weiterhin wird der Kauf zum Zeitpunkt seiner Tätigkeit voll erhoben, d.h. Kreditfinanzierungen sind irrelevant. Ausgeschlossen werden hingegen Konsumausgaben im Ausland und Verkäufe zwischen den Haushalten. Großen Einfluss haben vermutlich auch die Nichterfassung von besonders reichen Haushalten, eine Untererfassung von Ausgaben für „andere Waren und Dienstleistungen“ sowie eine fehlende Erfassung von unterstellten Mietzahlungen. Weiterhin beruht die EVS auf

Auswertungen einer Stichprobe, während die Datensätze der VGR durch zusätzliche Datenquellen ergänzt und gesamtrechnerisch plausibilisiert werden. Auch die Systematik bzw. Abgrenzung der Verwendungszwecke ist, insbesondere mit höherem Detailgrad, nicht ganz deckungsgleich. In der groben Gliederung von nur 12 Verwendungszwecken lässt sich allerdings weitestgehend eine Übereinstimmung ausmachen.

Im Rahmen der Untersuchung wird angestrebt, vor allem die Konsumanteile für die drei einzelhandelsrelevanten Konsumverwendungszwecke so aufzuarbeiten, dass eine Übereinstimmung mit den VGR-Daten gegeben ist. Durch die Konzentration auf „Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren u.Ä.“, „Bekleidung und Schuhe“ sowie „Innenausstattung, Haushaltsgeräte und -gegenstände“ sind die Diskrepanzen relativ gering und Erfassungsschwierigkeiten bei der EVS dürften eine geringere Bedeutung haben, als beispielsweise im Bereich „Wohnen“. Die höchste Konsumquote erreicht Mecklenburg-Vorpommern mit ca. 28%, die geringsten Werte sind mit etwa 24% in den Städten Hamburg und Bremen zu finden. Die Hintergründe dieses Befundes aufzudecken erfordert eine detaillierte Analyse unterschiedlicher Auswertungen der EVS. Diese Analyse wurde im Rahmen des Aufsatzes auf wenige erste Ansätze beschränkt. Ein prägnanter Zusammenhang im regionalen Kontext zeigt sich zwischen dem Anteil der Konsumausgaben für „Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“ und dem Verfügbaren Einkommen pro Kopf. Je geringer das Verfügbare Einkommen pro Kopf desto höher ist der Anteil der Nahrungsmittel etc. am privaten Konsum (vgl. Abbildung 2).

**Abbildung 2: Zusammenhang zwischen Konsumquote für Lebensmittel und Verfügbarem Einkommen pro Kopf**



Quelle: Statistisches Bundesamt 2005a, 2010 und eigene Berechnungen.

Einflüsse auf die anderen zwei Konsumverwendungszwecke gehen etwa von der Altersstruktur der Bevölkerung aus, welche offenbar die Konsumquote für Bekleidung und Schuhe beeinflusst. Solche und ähnliche Zusammenhänge sind von großer Bedeutung, wenn regionale Ergebnisse unterhalb der Ebene der Bundesländer zu analysieren sind.

Im folgenden Abschnitt wird die Integration des Datensatzes in das bestehende Modell PANTA RHEI REGIO erläutert und die Vereinbarkeit mit den Daten der VGR diskutiert.

### 3.3 MODELLIERUNG DER REGIONALEN KONSUMSTRUKTUR

Auf Grundlage der Tabelle D1 1.8 V „Konsumausgaben der privaten Haushalte 2003 nach Bundesländern“ aus der EVS 2003 (Statistisches Bundesamt 2005a) können für jedes Bundesland die Anteile der einzelnen Konsumverwendungszwecke an den gesamten Konsumausgaben berechnet werden. Bei der Untergliederung in nur 12 Verwendungszwecke kann eine Vergleichbarkeit mit den Daten der VGR hergestellt werden. Dabei werden Datenfehler durch Untererfassung infolge des zu hohen Detailgrads vermieden. Tabelle 1 zeigt die Verteilung des privaten Konsums auf zwölf Verwendungszwecke laut EVS 2003 und laut Konsumausgaben der VGR. Es wird deutlich, dass die Unterschiede in den Konsumanteilen in den hier diskutierten Verwendungszwecken im Ganzen vergleichsweise gering sind. Etwa 25% der Konsumausgaben entfallen laut EVS auf die durch den Einzelhandel bereitgestellten Waren, 2,6 Prozentpunkte weniger als im VGR-Kontext.

**Tabelle 1: Anteil der einzelnen Verwendungszwecke an den gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte nach EVS und der VGR in % für das Jahr 2003**

<b>Verwendungszwecke</b>	<b>EVS</b>	<b>VGR</b>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	12,1	11,3
Alkoholische Getränke, Tabakwaren u.Ä.	1,8	3,6
Bekleidung und Schuhe	5,1	5,5
Wohnen, Energie, Wohnungsinstandhaltung	32,0	23,8
Innenausst., Haushaltsgeräte und -gegenstände	5,8	7,1
Gesundheitspflege	3,9	4,5
Verkehr	14,0	13,8
Nachrichtenübermittlung	3,1	2,8
Freizeit, Unterhaltung und Kultur	12,0	9,5
Bildungswesen	0,9	0,7
Beherbergungs- und Gaststätdienstleistungen	4,6	5,4
Andere Waren und Dienstleistungen	4,6	12,0
<b>Einzelhandelsrelevante Konsumzwecke</b>	<b>24,8</b>	<b>27,4</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt 2005a, 2005c, 2010 und eigene Berechnungen.

Für die regionale Modellierung der Konsumausgaben für die Bundesländer wurden zum einen die regionalen Ausprägungen für alle einzelhandelsrelevanten Konsumzwecke an den Gesamtwert für Deutschland laut VGR angeglichen. Zum anderen erfolgte eine direkte Bezugnahme auf das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte in den Ländern. Dieses Vorgehen ist der Tatsache geschuldet, dass eine Angleichung an länderspezifische Konsumausgaben (vgl. VGR der Länder; Reihe 1, Band 5) aufgrund der unterschiedlichen Abgrenzung nur sehr eingeschränkt möglich ist und auf Kreisebene ohnehin diese Informationen fehlen. Tabelle 2 zeigt die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben als Ergebnis der EVS 2003 und die an die VGR angeglichenen Werte für die 16 Bundesländer. Bei dieser Angleichung wurde die Differenz zwischen den Deutschlandwerten entsprechend ihrer Konsumausgaben auf die Länder verteilt. Durch die Bezugnahme auf die verfügbaren Einkommen in den Bundesländern ergeben sich die Konsumquoten, welche sich zusätzlich aufgrund der unterschiedlich hohen Sparquoten von den ursprünglichen Konsumanteilen unterscheiden.

**Tabelle 2: Gegenüberstellung der absoluten und anteiligen nominalen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben aus der EVS und der VGR für das Jahr 2003**

Bundesland	Konsumausgaben für einzelhandelsrelevante Verwendungszwecke, 2003			
	Konsumausgaben absolut, EVS	Anteil an den Konsumausgaben, EVS	Konsumausgaben absolut, VGR	Anteil am Verfügbaren Einkommen, VGR
Baden-Württemberg	31,8	24,3%	42,9	21,5%
Bayern	37,4	24,3%	50,6	22,5%
Berlin	9,6	23,4%	12,9	26,1%
Brandenburg	7,1	26,2%	9,5	25,7%
Bremen	2,0	24,2%	2,7	20,8%
Hamburg	5,7	24,7%	7,7	20,7%
Hessen	18,8	24,2%	25,4	23,4%
Mecklenburg-Vorpommern	4,8	28,0%	6,4	27,2%
Niedersachsen	24,0	24,8%	32,4	24,4%
Nordrhein-Westfalen	56,9	25,5%	76,7	23,5%
Rheinland-Pfalz	12,0	24,5%	16,1	23,8%
Saarland	3,3	24,8%	4,5	25,8%
Sachsen	11,5	25,5%	15,4	24,5%
Sachsen-Anhalt	6,8	26,2%	9,2	26,3%
Schleswig-Holstein	8,7	24,7%	11,7	25,2%
Thüringen	6,6	26,4%	8,9	26,4%
Konsumausgaben insgesamt	246,9	24,9%	333,0	23,5%

Quelle: Statistisches Bundesamt 2005c, 2010 und eigene Berechnungen.

Die dargestellten Konsumquoten auf VGR-Basis werden für das Jahr 2003 zugrunde gelegt und der Konsum wird anhand der Entwicklung des Verfügbaren Einkommens in den Ländern fortgeschrieben. Für jedes Jahr erfolgt die Angleichung der Summen über alle Bundesländer an die in INFORGE ermittelten Werte für den einzelhandelspezifischen Konsum. Die regionalen Unterschiede innerhalb Deutschlands werden dabei beibehalten, die Bedeutung der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben innerhalb des Budgets entsprechend der bundesweiten Modellierung fortgeführt.

Auf Ebene der Landkreise und kreisfreien Städte existieren keine vergleichbaren Informationen zur Konsumstruktur. Mit Blick auf die Unterschiede innerhalb der Bundesländer, insbesondere zwischen Stadtstaaten und Flächenländern, ist davon auszugehen, dass die Anteile der einzelhandelsrelevanten Konsumzwecke innerhalb der Flächenländer z.T. stärker variieren als zwischen den Flächenländern. In dieser Untersuchung wurde eine Annäherung an Kreiswerte nur für die betrachteten Konsumverwendungszwecke angestrebt. Der auf Länderebene am stärksten variierende Konsumanteil für Nahrungsmittel etc. wird mithilfe der in Kapitel 3.2 ermittelten Schätzwgleichungen auf Kreisebene approximiert. Auf Grundlage der auf diese Weise errechneten Ausgangswerte für die Konsumausgaben in 2003 werden die Werte analog zum Vorgehen auf Länderebene mithilfe des Verfügbaren Einkommens auf Kreisebene fortgeschrieben. In jedem Jahr erfolgt die Angleichung an die auf Länderebene ermittelten Gesamtwerte für die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Regionalmodelle liefern durch die detaillierte Abbildung der Einkommensentstehung Informationen zur Entwicklung der allgemeinen Kaufkraft. Die differenzierten Konsumquoten laut EVS lösen die regionalen Unterschiede in den privaten Konsumausgaben auf. Diese werden im

gesamtwirtschaftlichen Kontext nach Verwendungszwecken in INFORGE differenziert abgebildet.

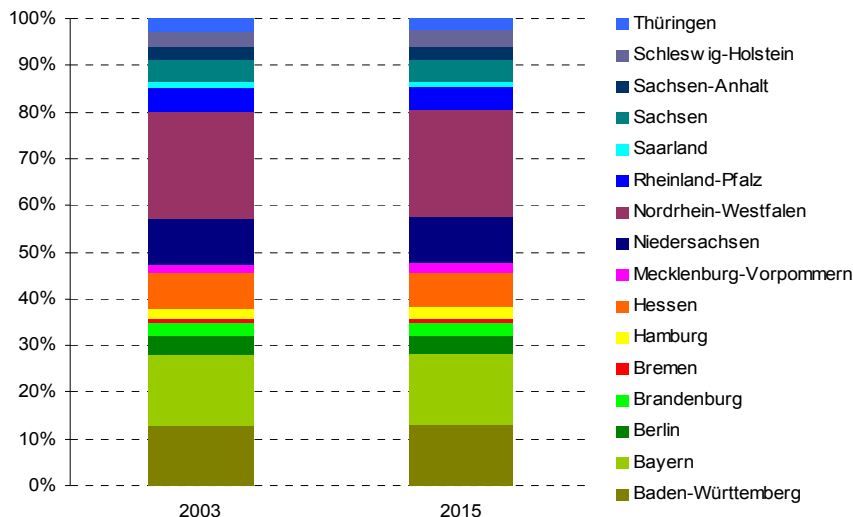
## 4 ERGEBNISSE

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Modellierung vorgestellt. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass sich die Strukturen kurz- bis mittelfristig nicht stark verändern, d.h. Regionen mit niedriger einzelhandelsrelevanter Kaufkraft werden sich auch in Zukunft nicht durch eine sprunghafte Verbesserung der Situation auszeichnen und umgekehrt. Dies gilt sowohl für die Bundesländer (eingehend beschrieben in Abschnitt 4.1), als auch für die detaillierte Analyse auf Kreisebene in Abschnitt 4.2.

### 4.1 GRUNDLEGENDE ENTWICKLUNG - GEWINNER UND VERLIERER AUF LÄNDEREBENE

Bei der Betrachtung der Verteilung der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben in Abbildung 3 fallen den größten bzw. bevölkerungsstärksten Flächenländern Nordrhein-Westfalen (NRW), Bayern und Baden-Württemberg erwartungsgemäß die größten Anteile zu. Generell reduzieren sich die Anteile mit abnehmender Einwohnerzahl. Ausnahmen sind hier Rheinland-Pfalz und Hamburg, die zwar weniger Einwohner aufweisen als Sachsen bzw. Mecklenburg-Vorpommern, aber trotzdem anteilig höhere Konsumausgaben für Einzelhandelsgüter auf sich vereinen.

**Abbildung 3: Verteilung der nominalen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben nach Bundesländern in % für die Jahre 2003 und 2015**



Quelle: GWS mbH.

Vergleicht man die Aufteilung von 2003 mit 2015, lassen sich auf den ersten Blick keine gravierenden Unterschiede ausmachen. Trotzdem verlieren NRW, Sachsen, Berlin, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen und das Saarland an Bedeutung. Ursächlich hierfür sind unter anderem ein nach der BBSR ROP 2025 prognostizierter hoher Bevölkerungsrückgang sowie ein zeitweise nur unterdurchschnittlich steigendes



Verfügbares Einkommen. Ein abgeschwächter bis entgegengesetzter Effekt bewirkt bei Bayern, Baden-Württemberg, Niedersachsen, Hessen und Rheinland-Pfalz wiederum, dass sie die höchsten Anteilszugewinne verzeichnen können.

**Tabelle 3: Durchschnittliche jährliche Wachstumsraten der nominalen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben nach Bundesländern in %**

DWR p.a.	2003 - 2009	2009 - 2015
Hamburg	0,7	1,0
Bayern	0,6	0,9
Hessen	0,5	0,8
Nordrhein-Westfalen	0,5	<b>0,7</b>
Bremen	0,5	<b>0,7</b>
Baden-Württemberg	0,5	1,0
Rheinland-Pfalz	0,4	0,9
Schleswig-Holstein	0,4	0,6
Brandenburg	0,4	0,6
Niedersachsen	0,4	1,0
Saarland	0,4	0,7
Berlin	0,3	0,3
Mecklenburg-Vorpommern	0,2	0,7
Sachsen	0,2	0,6
Thüringen	0,1	<b>0,9</b>
Sachsen-Anhalt	-0,1	0,6
Summe	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>

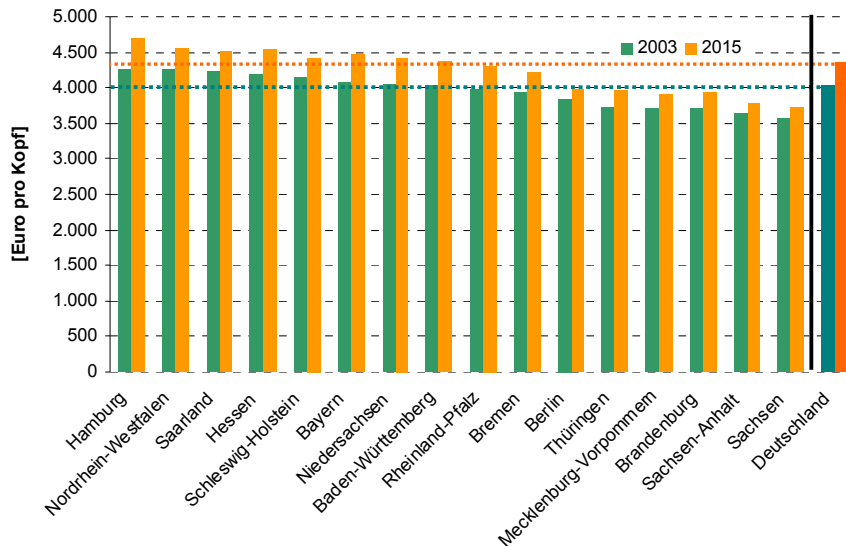
Quelle: GWS mbH.

Vergleicht man beide Zeitabschnitte miteinander lässt sich generell festhalten, dass mit Ausnahme von Berlin der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindikator in allen Bundesländern zwischen 2009 und 2015 im Durchschnitt schneller steigt als in der Vorperiode. Insbesondere die Einzelhändler in Hamburg, Bayern, Hessen und Baden-Württemberg werden auch weiterhin von überdurchschnittlichen Steigerungsraten beim Konsum profitieren können und weiten ihren Stellenwert dadurch aus. Nordrhein-Westfalen und Bremen, die vormals auf Einwohner zählen konnten, deren einzelhandelsrelevante Konsumausgaben stärker gestiegen sind als bei einem vergleichbaren Durchschnittsdeutschen, fallen mit der Zeit hinter die Bundesentwicklung zurück. Hinsichtlich der Kaufkraft in den Ländern des hellgrauen Bereichs driften die Entwicklungen auseinander. Während Rheinland-Pfalz und Niedersachsen aufholen können und damit Anteile hinzugewinnen, verschlechtert sich die Situation von Schleswig-Holstein, Brandenburg und dem Saarland. Die beiden erstgenannten entwickeln sich zwischen 2009 und 2015 gleichauf mit Sachsen und Sachsen-Anhalt, welche zwar gegenüber Berlin aufholen konnten, aber immer noch hinter dem Bundesdurchschnitt zurückbleiben. Daneben steigen die Ausgaben für Waren aus dem Einzelhandel auch in Mecklenburg-Vorpommern immer langsamer als im Bund. Nur Thüringen gewinnt als vormals schwacher Kandidat merklich an Fahrt und liegt in der zweiten Beobachtungsperiode über dem bundesdeutschen Mittel.

In Abbildung 4 werden die einzelhandelsspezifischen Konsumausgaben ins Verhältnis zur Einwohnerzahl gesetzt, wobei Letztere auf das Jahr 2003 indexiert wurde, um irreführende Effekte aus einer unsicheren Bevölkerungsvorausberechnung zu vermeiden. Auf den ersten Blick lässt sich festhalten, dass die ersten vier Bundesländer, die in den

vorherigen Betrachtungen durch überdurchschnittlich hohe Zuwachsraten aufgefallen sind, sich auch jetzt wieder im Spitzenbereich platzieren.

**Abbildung 4: Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben (nominal) in Euro pro Kopf (2003) nach Bundesländern für die Jahre 2003 und 2015**



Quelle: GWS mbH.

Im Einzelnen bleibt Hamburg bei den einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben sowohl 2003 als auch 2015 an der Spitze. Im Vergleich dazu profitieren die Einzelhändler in den anderen beiden Stadtstaaten Bremen und Berlin nicht von überdurchschnittlichen Konsumausgaben und müssen auch in Zukunft auf die Touristen als zusätzliche Einnahmequelle hoffen. Im Hinblick auf die Flächenländer wenden die Einwohner in Bayern, Hessen und NRW wieder überdurchschnittlich viel für Konsumartikel aus dem Einzelhandelsbereich auf, wenn auch diesmal in unterschiedlicher Reihenfolge. Positiv fallen auch das Saarland, Schleswig-Holstein und Niedersachsen auf, die diesmal eindeutig über dem Bundesdurchschnitt liegen. 2015 ist das Bild ähnlich, nur dass sich Bayern infolge der hohen Konsumausgabenwachse auch in den Pro-Kopf-Ausgaben vor Schleswig-Holstein schiebt. Zudem fällt auf, dass die einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben pro Kopf in Baden-Württemberg 2003 noch knapp unter dem Durchschnitt liegen und erst mit der Zeit höher ausfallen als im Bund. Ansonsten vollzieht kein anderes Bundesland den Sprung von unter- zu überdurchschnittlich oder umgekehrt. Im Übrigen bleibt die Rangfolge der Bundesländer untereinander über den gesamten Zeitraum relativ unverändert. Allein Schleswig-Holstein macht nicht nur Bayern Platz, sondern auch Niedersachsen. Daneben entwickeln sich das Saarland und Mecklenburg-Vorpommern vergleichsweise schlecht und tauschen ihren Rang mit Hessen bzw. Brandenburg.



#### 4.2 DIE ENTWICKLUNG DER EINZELHANDELSRELEVANTEN KAUFKRAFT AUF KREISEBENE

Eine vollständige Analyse der Verteilung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auf Kreisebene würde aufgrund der hohen Fallzahl von 413 Landkreisen und kreisfreien Städten den Rahmen dieser Ausarbeitung sprengen.

**Tabelle 4: Absolute höchste/niedrigste nominale einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Euro sortiert nach kreisfreien Städten und Landkreisen für die Jahre 2003 und 2015**

<b>Die höchste Kaufkraft [in Mio. EUR]</b>		
<b>Kreisfreie Stadt</b>	2003	2015
Berlin	12.997	13.483
Hamburg	7.370	8.129
München	5.576	5.842
Köln	4.219	4.528
Frankfurt a.M.	2.674	2.739
<b>Region/Landkreis</b>		
Region Hannover	4.786	5.086
Recklinghausen	2.638	2.786
Rhein-Sieg-Kreis	2.579	2.871
Mettmann	2.321	2.479
Rhein-Neckar-Kreis	2.140	2.370
<b>Die niedrigste Kaufkraft [in Mio. EUR]</b>		
<b>Kreisfreie Stadt</b>	2003	2015
Zweibrücken	135	140
Schwabach	163	175
Ansbach	164	174
Landau i.d.Pfalz	168	182
Wismar	170	173
<b>Region/Landkreis</b>		
Lüchow-Dannenberg	197	213
Wittmund	214	238
Daun	248	265
Müritz	253	269
Cochem-Zell	254	274
<b>Deutschland</b>	<b>333.000</b>	<b>358.822</b>

Quelle: GWS mbH.

In Tabelle 4 wird ein Auszug der kreisfreien Städte und Landkreise mit der höchsten absoluten Kaufkraft und den jeweiligen Gebietseinheiten mit der niedrigsten absoluten Kaufkraft im Jahr 2003 gegenübergestellt. Bei der Darstellung der absoluten Kaufkraft profitieren kreisfreie Städte und Landkreise im hohen Maße von einer hohen Bevölkerungszahl, sodass die Reihenfolge weitestgehend der Bevölkerungsverteilung entspricht. Über die höchste absolute Kaufkraft in Deutschland verfügt Berlin. In der Liste der kaufkraftstärksten kreisfreien Städte folgen die Metropolen Hamburg, München, Köln und Frankfurt am Main. Die niedrigste absolute Kaufkraft weist die kreisfreie Stadt Zweibrücken auf. Sie wird jedoch bei der „Pro-Kopf“-Analyse nicht aufgeführt, sodass der niedrige Absolutwert von der geringen Einwohnerzahl determiniert wird. Bei der Gegenüberstellung der Landkreise unterscheidet sich das Niveau der absoluten Kaufkraft diametral. Während große Gebietseinheiten wie die Region Hannover oder der Landkreis Recklinghausen im Jahr 2015 über eine Kaufkraft in Höhe von 5,1 Mrd. bzw. 2,8 Mrd.

Euro verfügen werden, kann die Kaufkraft in Lüchow-Dannenberg bzw. Wittmund gegenüber dem Jahr 2003 zwar zunehmen und sich analog zu den hier aufgeführten wohlhabenden kreisfreien Städten und Landkreisen entwickeln, aber mit rund 213 Mill. bzw. 238 Mill. Euro insgesamt nur sehr gering bleiben.

**Tabelle 5:       Höchste/niedrigste nominale einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf (2003) in Euro pro Kopf sortiert nach kreisfreien Städten und Landkreisen für die Jahre 2003 und 2015**

<b>Die höchste Kaufkraft pro Kopf [in Tsd. EUR]</b>		
<b>Kreisfreie Stadt</b>	2003	2015
Düsseldorf	4,57	4,89
Solingen	4,53	4,77
München	4,48	4,69
Remscheid	4,47	4,64
Mülheim a.d.Ruhr	4,45	4,67
<b>Region/Landkreis</b>		
St. Wendel	4,92	5,30
Hochtaunuskreis	4,78	5,14
Olpe	4,73	5,13
Starnberg	4,69	4,87
Stormarn	4,63	4,97
<b>Die niedrigste Kaufkraft pro Kopf [in Tsd. EUR]</b>		
<b>Kreisfreie Stadt</b>	2003	2015
Weimar	3,51	3,85
Leipzig	3,53	3,75
Frankfurt a.d.Oder	3,59	3,60
Brandenburg a.d.Havel	3,64	3,57
Halle a.d.Saale	3,65	3,55
<b>Region/Landkreis</b>		
Görlitz	3,43	3,46
Kyffhäuserkreis	3,48	3,58
Uecker-Randow	3,48	3,51
Uckermark	3,48	3,43
Erzgebirgskreis	3,49	3,61
<b>Deutschland</b>	<b>4,04</b>	<b>4,35</b>

Quelle: GWS mbH.

Bei der Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (vgl. Tabelle 5) kann das Einzelhandelspotential einer Region besser verglichen werden, da hierbei der Bevölkerungseffekt entfällt und beispielsweise ein hohes Kaufkraftniveau einer Region nicht in erster Linie von einer sehr hohen Einwohnerzahl, die positiv auf das absolute Niveau einwirkt, abhängig ist. Dabei haben Regionen, die von einer Abwanderung der Bevölkerung negativ betroffen sind, eine schwächere Kaufkraftentwicklung zu erwarten. In der Spitzengruppe der kreisfreien Städte befindet sich zwar wieder die kreisfreie Stadt München, doch Spitzenreiter ist Düsseldorf, welche bei der absoluten Betrachtung der Kaufkraft (vgl. Tab. 4) nicht genannt wurde. Auf dem zweiten Rang befindet sich kreisfreie Stadt Solingen, gefolgt von München, Remscheid und Mülheim an der Ruhr. Es ist ersichtlich das neben der bayerischen Landeshauptstadt München, vor allem die nordrhein-westfälischen Städte in räumlicher Nähe zu Düsseldorf über ein besonders hohes Kaufkraftniveau verfügen, und sich zudem bis zum Jahr 2015 sehr dynamisch entwickeln werden. Die höchsten Kaufkraftzuwächse aus der Spitzengruppe wird Düsseldorf

verzeichnen. Das im westlichen Ruhrgebiet gelegene Mittelzentrum Mühlheim an der Ruhr kann sich nach Düsseldorf und Solingen über eine besonders hohe Wachstumsdynamik auszeichnen. Es folgen München und Remscheid. Halle an der Saale wird im Jahr 2015 mit rund 3,55 Tsd. Euro pro Kopf die niedrigste einzelhandelsrelevante Kaufkraft aufweisen. Der Landkreis St. Wendel im Saarland sowie der Hochtaunuskreis, der sich in unmittelbarer Nähe zu der Metropole Frankfurt befindet, als auch der im Sauerland gelegene Landkreis Olpe, zeichnen sich aktuell wie auch zukünftig über das höchste einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau pro Kopf in Deutschland aus, da hierbei die sehr wohlhabende Bevölkerung überdurchschnittlich stark vertreten ist. Den vierten Rang nimmt der bayerische Landkreis Starnberg ein. Es folgt der Kreis Stormarn in der Metropolregion Hamburg der zudem noch ein sehr dynamisches Wachstum bis 2015 aufweisen wird.

Das niedrigste Kaufkraftniveau fällt auf die östliche Regionen Deutschlands. Sowohl bei den kreisfreien Städten als auch bei den Landkreisen/Regionen sind ausschließlich östliche Regionen vertreten. Im Jahr 2015 wird die Stadt Halle an der Saale bzw. die Uckermark das geringste Kaufkraftniveau aufweisen. Einen großen Einfluss übt hierbei der prognostizierte Bevölkerungsverlust aus.

In der Tabelle 6 werden die Landkreise und kreisfreien Städte mit der durchschnittlich höchsten jährlichen Wachstumsrate der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf sowie die Regionen mit den niedrigsten Wachstumsraten gegenübergestellt. Die Entwicklung der nominalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft des Bundes beträgt 0,4% p.a. im Zeitraum 2003-2009 und 0,8% p.a. im Zeitraum 2009-2015. Über dem Bund befinden sich Landkreise mit einer besonders dynamischen Zunahme des Kaufkraftniveaus, unterhalb des Bundesdurchschnitts befinden sich ausschließlich kreisfreie Städte mit einer besonders ungünstigen Entwicklung im Betrachtungszeitraum.

**Tabelle 6: Höchste und niedrigste durchschnittliche jährliche Wachstumsraten der nominalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft auf Kreisebene für die Perioden 2003 bis 2009 und 2009 bis 2015**

DWR	2003 - 2009	2009 - 2015
Donau-Ries, Landkreis	1,2	1,0
Erding, Landkreis	1,1	1,5
Straubing-Bogen, Landkreis	1,1	1,2
Kitzingen, Landkreis	1,1	0,9
Wartburgkreis	1,1	1,1
<b>Deutschland</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>
Eisenach, Kreisfreie Stadt	-1,0	0,0
Dessau-Roßlau, Kreisfreie Stadt	-0,6	0,5
Frankfurt a.d.Oder, Kreisfreie Stadt	-0,5	0,1
Halle a.d.Saale, Kreisfreie Stadt	-0,5	0,3
Pirmasens, Kreisfreie Stadt	-0,5	0,3

Quelle: GWS mbH.

Zu den Gewinnern zählen insbesondere die bayerischen Landkreise: Donau-Ries, Erding, Straubing-Bogen als auch der fränkische Landkreis Kitzingen, die in den aufgeführten zwei Zeiträumen hohe Wachstumsraten aufweisen werden und stets deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegen. Bemerkenswert ist hierbei der thüringische

Wartburgkreis welcher überdurchschnittlich hohe Zuwachsraten im Prognosezeitraum aufweisen wird. Die hohen Wachstumsraten begründen sich durch ein niedriges Ausgangsniveau und einen einsetzenden Aufholprozess, der sich positiv auf das Kaufkraftniveau auswirkt. Der Wartburgkreis kann seine Kaufkraft insbesondere aus der Restrukturierung der Industrie und Ansiedlung zahlreicher Autozulieferer als auch luftfahrtspezifischer Unternehmen als auch aus der professionalisierten Holzverarbeitung und dem Aufbau des größten Windparks in Thüringen erhöhen.

Der bayerische Landkreis Erding profitiert im betrachteten Zeitraum von der Anziehungskraft der Metropole München und der Tatsache, dass zum einen im Zuge der starken Bevölkerungszunahme in den letzten Jahren die Preise für Wohnraum stark angestiegen sind, zum anderen die Nachfrage in München nicht gesättigt werden kann, sodass beispielsweise der Traum vom eigenen Haus zu einem vertretbaren Preis in den umliegenden Gemeinden realisiert wird. Die jährliche Wachstumsrate des Landkreises Erding mit 1,1% p.a. im ersten Zeitraum (2003-2006) fällt mehr als doppelt so hoch aus wie der Bundesdurchschnitt (0,4% p.a.). Im weiteren Verlauf kann der Landkreis Erding sogar noch stärkere Zuwächse verzeichnen und wird im zweiten Zeitraum (2009-2015) mit rund 1,5% p.a. das höchste Wachstum verzeichnen können.

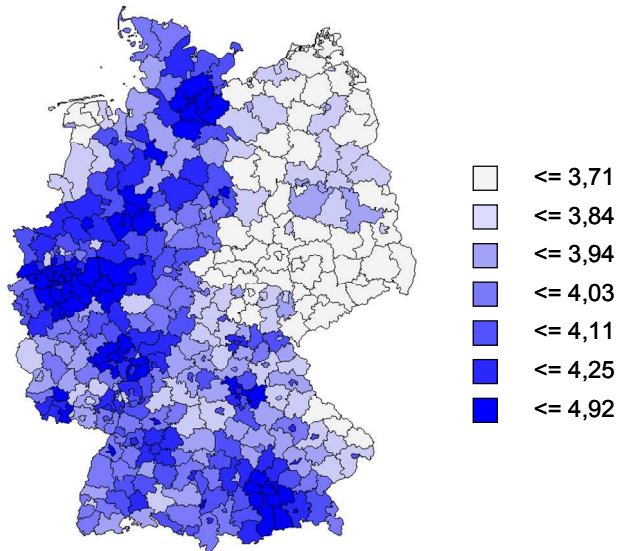
Einen Rückgang der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird in der Tabelle unterhalb des Bundesdurchschnitts aufgeführt. Es sind ausschließlich kreisfreie Städte die im ersten Zeitraum einen Rückgang zu beklagen haben. Demgegenüber wird analog zur Bundesentwicklung im Zuge des allgemeinen Aufholprozesses die zweite Periode ab dem Jahr 2009 vorteilhafter ausfallen, mit Ausnahme des Oberzentrums Dessau-Roßlau in Sachsen-Anhalt, welches sich lediglich 0,3% p.a. schwächer entwickelt als der Bund, fallen die Zuwächse deutlich geringer aus. Unter den fünf Gebietseinheiten mit der niedrigsten Kaufkraftentwicklung befinden sich vier kreisfreie Städte der neuen Bundesländer, die durch eine hohe Bevölkerungsabwanderung negativ betroffen sind. Die rheinland-pfälzische kreisfreie Stadt Pirmasens wird insgesamt nur einen geringen Kaufkraftzuwachs verzeichnen. Es sind in erster Linie die Folgen des Bedeutungsverlustes der Stadt Pirmasens als Zentrum der deutschen Schuh- und Lederindustrie sowie der Abzug des amerikanischen Militärs, welche zu einem Rückgang von Arbeitsplätzen führte und sich infolge negativ auf die Kaufkraft auswirkt. Chancen ergeben sich insbesondere aus der Konversion der ehemaligen Kasernenflächen als auch aus der Profilierung der Stadt Pirmasens als internationaler Messestandort.

In den Abbildungen 5 und 6 werden die modellierten einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben der 439 Landkreise und kreisfreien Städte zu Klassen zusammengefasst, um die räumliche Verteilung sowie die Veränderungen aufzuzeigen. Es lässt sich feststellen, dass die Regionen lediglich einem langsamen Veränderungsprozess unterliegen und die ursprüngliche Struktur weitestgehend beibehalten wird.

Mit Ausnahme der Hauptstadt Berlin sind in erster Linie die deutschen Metropolen Hamburg, München, Köln oder Düsseldorf sowie Großstädte, die Standorte, die über die höchsten Konsumausgaben verfügen. Des Weiteren lässt sich eine relativ große Differenz zwischen dem „wohlhabenden“ Westen und dem eher „ärmeren“ Osten beobachten. Bis zum Jahr 2015 wird es den Landkreisen und kreisfreien Städten der neuen Bundesländer insgesamt nicht gelingen, den Abstand zum Niveau der Bundesländer im Westen stark zu verringern. Die etablierten Wirtschafts- und Industrieregionen entlang der Flussachsen des Rheins, Mains und des Flusses Neckar sowie das Ruhrgebiet sorgen für eine nahezu

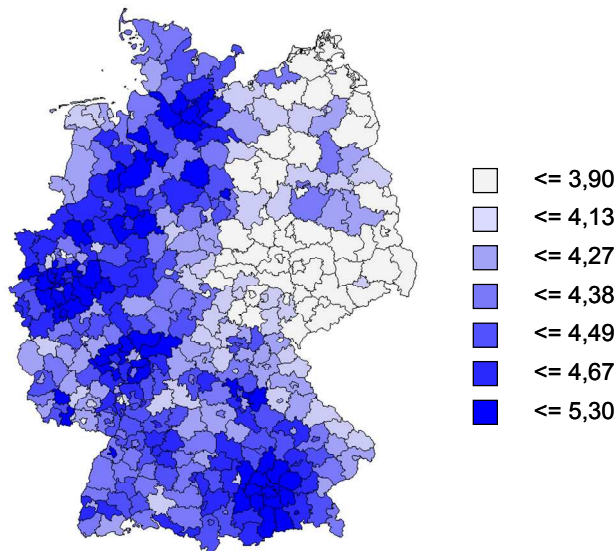
gleichmäßige Verteilung der Kaufkraft und somit in den Abbildungen 4 und 5 für ein recht homogenes Bild, welches sich nur geringfügig ändern wird, sodass das Wohlstandsniveau künftig beibehalten wird.

**Abbildung 5: Nominale einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf nach Kreisen für das Jahr 2003 in Tsd. Euro**



Quelle: GWS mbH.

**Abbildung 6: Nominale einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf (2003) nach Kreisen für das Jahr 2015 in Tsd. Euro**



Quelle: GWS mbH.

Die Regionen mit besonders hoher einzelhandelsrelevanter Kaufkraft pro Einwohner konzentrieren sich in Oberbayern, im Rhein-Main-Gebiet, in Nordrhein-Westfalen, den westlichen und zentralen Gebieten Niedersachsens und im Großraum Hamburg. Darüber hinaus fallen das Saarland, die Region Stuttgart und einige Bereiche der fränkischen Region durch hohe Werte auf. Weiterhin macht sich ein starker Unterschied zwischen den neuen und den alten Bundesländern bemerkbar. Besonders gering ist die Kaufkraft in den Kreisen in Sachsen und Sachsen-Anhalt. In Brandenburg sind die Werte im Umland der

Hauptstadt etwas höher aber immer noch unterdurchschnittlich. Auch einige östliche Regionen in Mecklenburg-Vorpommern und Thüringen weisen für ostdeutsche Verhältnisse eine etwas höhere Kaufkraft auf.

Die Muster der räumlichen Verteilung der Kaufkraft verändern sich bis 2015 nicht grundlegend. Verschiebungen finden vor allem zwischen städtischen und ländlichen Gebieten statt, so dass die Räume mit hoher Kaufkraft sich schließen. Besonders in Bayern (Oberpfalz) und Niedersachsen (Nordwestteile) vergrößert sich die Kaufkraft pro Kopf in vielen Landkreisen. In den Kreisen im Saarland werden nur eher durchschnittliche Werte erreicht. In vielen Bundesländern vollzieht sich eine Veränderung nur sehr zögerlich.

## 5 FAZIT

Trotz hoher Kaufkraft und optimaler Standortwahl sieht sich der Einzelhandel einem generellen Problem gegenüber – der natürlichen Sättigungsgrenze. Der Ausstattungsgrad der privaten Haushalte mit Fernsehern, Kühlschränken und Telefon lag nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (2008) bereits im Jahr 2003 bei fast 100%. Auch Computer, DVD-Player, Fotoapparate und Mikrowellen sind inzwischen in mehr als zwei Drittel aller Haushalte zu finden. Bedürfnisweckung durch Werbung, Ersatzanschaffungen und technische Neuerungen bieten deshalb die vorrangigen Absatzchancen. Bei Nahrungsmitteln ist der Grundbedarf für jeden erschwinglich, neues Design und ausgefallene Kreationen sollen trotzdem zusätzliche Käufe anregen. Damit zusammenhängend nehmen die Konsumausgaben im Verhältnis zum steigenden Einkommen aber immer langsamer zu. Schon Keynes (1936) wies darauf hin, dass in reichen Volkswirtschaften trotz steigenden Einkommens kaum noch Wachstum durch die private Konsumnachfrage generiert werden kann. Daher gewinnt das „wo?“ in der unternehmerischen bzw. betrieblichen Entscheidungsfindung im Einzelhandel weiter an Bedeutung. Bei der Zusammensetzung eines Kaufkraftindikators ist ferner darauf zu achten, dass nicht nur die regionale Verteilung des verfügbaren Einkommens pro Haushalt abgebildet wird. In dieser Arbeit wurde deshalb das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen mit den Ausgaben der privaten Haushalte für einzelhandelsrelevante Konsumverwendungszwecke gewichtet und nach Bundesländern und Kreisen abgebildet.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Höhe der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben im Zeitverlauf nicht schlagartig ändert. Die Projektionen zeigen ferner auf, dass auch die regionale Verteilung innerhalb Deutschland relativ stabil bleibt. Trotzdem können zukünftige Ballungsräume mit hohem Absatzpotential identifiziert werden. Dazu zählen insbesondere Landkreise im Umland der großen Metropolen.

Die vorliegende Arbeit stellt einen ersten konsistenten Ansatz zur Erklärung und Projektion der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben im regionalen Kontext dar. Es ist geplant dieses modellbasierte Analyseinstrument weiter zu verbessern. Mit der Veröffentlichung der EVS 2008 wird sich die Möglichkeit bieten, die Aussagekraft der Prognose zu überprüfen und Anpassungen im Kaufverhalten bei den privaten Haushalten nachzuvollziehen. Von großer Bedeutung für eine Verbesserung der Projektionsergebnisse wird die detaillierte Abbildung der Konsumquoten auf Kreisebene sein. Dazu ist eine Ausweitung der Analyse um Zusammenhänge in Bezug auf sozioökonomische Merkmale



und regionale Preisniveaus erforderlich. Zusätzlich ist eine noch bessere Abstimmung der statistischen Kennzahlen für den Konsum auf Bundesländerebene erstrebenswert.

## LITERATUR

- Ahlert, G., Distelkamp, M., Lutz, C., Meyer, B., Mönnig, A. & Wolter, M.I. (2009): Das IAB/INFORGE-Modell. In: Schnur, P. & Zika, G. [Hrsg]: Das IAB/INFORGE-Modell. Ein sektorales makroökonomisches Projektions- und Simulationsmodell zur Vorausschätzung des längerfristigen Arbeitskräftebedarfs. IAB-Bibliothek 318, Nürnberg, S. 15-175.
- BBSR [Hrsg.] (2009): Raumordnungsprognose 2025/2050. Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Berichte Band 29, Bonn.
- Distelkamp, M., Großmann, A., Hohmann, F., Lutz, C., Ulrich, P. & Wolter, M.I. (2009): PANTA RHEI REGIO – Ein Modellsystem zur Projektion der künftigen Flächeninanspruchnahme in Deutschland und zur Folgenabschätzung fiskalischer Maßnahmen. Osnabrück. GWS Discussion Paper 2009/7.
- Distelkamp, M., Hohmann, F., Lutz, C., Meyer, B. & Wolter, M. I. (2003): Das IAB/INFORGE-Modell: Ein neuer ökonomischer Ansatz gesamtwirtschaftlicher und länderspezifischer Szenarien. In: Beiträge zur Arbeitsmarkt - und Berufsforschung (BeitrAB), Band 275, Nürnberg.
- Heinritz, G., Klein, K.E. & Popp, M. (2003): Geographische Handelsforschung. Berlin. Studienbücher der Geographie.
- Hatzfeld, U. & Junker, R. (1995): Innenstädte: Probleme und Handlungsoptionen Mitte der 90er Jahre. In: Handbuch Kommunale Politik, Stuttgart.
- Keynes, J.M. (1936): The General Theory of Employment, Interest and Money, London.
- Kawka, R. (2009): Regionaler Preisindex Berichte. Band 30, Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung, Bonn.
- Kawka, R. (2006): Unterschiede in den Lebenshaltungskosten: ein Ausgleich für regionale Disparitäten? Information zur Raumentwicklung, Heft 6/7, S. 355-361, Bonn.
- Meyer, B. & Lutz, C. (2002): PANTA RHEI. In: Forum für Energiemodelle und Energiewirtschaftliche Systemanalysen in Deutschland (Hrsg.): Effekte und Wirkungen eines Verzichts auf Strom aus Kernkraftwerken, Heidelberg, S. 451-479.
- Statistisches Bundesamt (2008): Wirtschaftsrechnungen – Einkommens- und Verbrauchsstichprobe – Ausstattung privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern, Fachserie 15 Heft 1, erschienen am 2.12.2008.
- Statistisches Bundesamt (2005a): Wirtschaftsrechnungen – Einkommens- und Verbrauchsstichprobe – Aufwendungen privater Haushalte für den Privaten Konsum 2003, Tabelle 1.8 Konsumausgaben privater Haushalte 2003 nach Bundesländern, Glied-Nr.: D1 1.8a V/ D1 1.8b V, Stand: 8.8.2005.



- Statistisches Bundesamt (2005b): Wirtschaftsrechnungen – Einkommens- und Verbrauchsstichprobe – Aufgabe, Methode und Durchführung der EVS 2003, Fachserie 15 Heft 7, erschienen am 22.12.2005.
- Statistisches Bundesamt (2005c): Wirtschaftsrechnungen – Einkommens- und Verbrauchsstichprobe – Aufwendungen privater Haushalte für den Privaten Konsum 2003, Fachserie 15 Heft 5, erschienen am 24.10.2005, korrigiert am 5.4.2006.
- von der Lippe, P. & Breuer, C.C. (2010): Datengewinnung im periodischen regionalen Preisvergleich – Die Problematik der Mieten und Immobilienpreise, Jahrbuch für Regionalwissenschaft, Jg. 30, Heft 2, S. 191-222.