

Erläuterungen

**GfK Einzelhandelszentralität 2005
für alle 5-stelligen Postleitzonen in Deutschland**

Diese Untersuchung fällt unter § 2 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Weitergabe, Vervielfältigungen (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers. Alle Rechte, vor allem die Urheberrechte, verbleiben bei der GfK Marktforschung, Nürnberg.

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeine Definition	3
2. Erläuterung der Berechnungsgrundlage.....	4
3. Regionale Verfügbarkeit	7
4. Erläuterung der Variablen des Datensatzes..	8
5. Einsatzmöglichkeiten der GfK Einzelhandelszentralität	11

1. Allgemeine Definition

Die GfK Einzelhandelszentralität ist ein Maß für die Attraktivität einer Stadt oder einer Region als Einkaufsort.

Sie beschreibt den Kaufkraftzufluß bzw. –abfluß einer Gemeinde oder einer Region.

Die GfK Einzelhandelszentralität ist der Quotient aus (Einzelhandels-) POS-Umsatz je Einwohner (exkl. Versandhandel), multipliziert mit dem Faktor 100, und der Kaufkraft für den Einzelhandel je Einwohner (inkl. Versandhandel).

Die **GfK Kaufkraft für den Einzelhandel** ist der Teil der allgemeinen GfK Kaufkraft der im Einzelhandel ausgegeben wird. Die GfK Kaufkraft kann dabei als Summe des verfügbaren Einkommens pro Region bezeichnet werden.

Der **GfK POS-Umsatz** stellt die in einer regionalen Einheit erwirtschafteten Einzelhandelsumsätze dar.

Forschungsobjekt des **GfK POS-Umsatzes** ist der Einzelhandel. Forschungsobjekt der **GfK Kaufkraft für den Ein-**

zelhandel ist der Endverbraucher. D. h. bei der GfK Kaufkraft für den Einzelhandel werden die Einzelhandelsausgaben am Wohnort gemessen, beim GfK POS-Umsatz dagegen am Einkaufsort.

Ist der GfK POS-Umsatz höher als die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel in einer Region, so wird in dieser Region mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt. D. h. es kommen z. B. auch die Einwohner des Umlandes in diese Region, um dort einzukaufen.

Ist der GfK POS-Umsatz geringer als die die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel in einer Region, so wird in dieser Region weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt. D. h. die in dieser Region lebende Bevölkerung fährt zum Einkaufen in die benachbarten Städte.

2. Erläuterung der Berechnungsgrundlage

Die GfK Einzelhandelszentralität ist der Quotient aus (Einzelhandels) POS-Umsatz je Einwohner, multipliziert mit dem Faktor 100, und der Kaufkraft für den Einzelhandel je Einwohner.

2.1 Berechnungsgrundlage für die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel

Die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel ist der Teil der allgemeinen GfK Kaufkraft der im Einzelhandel ausgegeben wird. Vereinfacht kann die GfK Kaufkraft als Summe des verfügbaren Einkommens pro Region bezeichnet werden.

Dieses verfügbare Einkommen wird von den Konsumenten für unterschiedliche Zwecke ausgegeben:

So wird der eine Teil der Ausgaben für Einkäufe im Einzelhandel, der andere Teil für Mieten, Hypothekenzinsen, Versicherungen, Autokosten, für Reisen oder Dienstleistungen verwendet.

Die Relationen zwischen dem zur Verfügung stehenden Einkommen und den "einzelhandelsrelevanten" Ausgaben lassen sich auf der Basis der vom Statistischen Bundesamt durchgeführten Einkommens- und Verbrauchsstichprobe ermitteln. Diese erfaßt die Ausgaben für den privaten Verbrauch von über ca. 60.000 bundesdeutschen Haushalten; sie vermitteln ein repräsentatives Bild der Ausgaben der privaten Haushalte in Deutschland insgesamt.

Bei der Berechnung der Kaufkraft für den Einzelhandel sind die Ausgaben für folgende Warengruppen berücksichtigt:

- Nahrungs- und Genußmittel
- Kleidung, Schuhe
- übrige Güter für die Haushaltsführung (u.a. Möbel, Bodenbeläge, Haushaltselektrogeräte, Heimtextilien, Gartenbedarfsartikel, Reinigungsmittel)
- Körper- und Gesundheitspflege
- Bildung und Unterhaltung (z. B. TV, Radio, Bücher, Fotobedarf, Zeitschriften, Spielwaren, Sportartikel)
- Persönliche Ausstattung (Uhren, Schmuck, etc.).

Ausgaben für Kraftfahrzeuge und Brennstoffe sowie Dienstleistungen und Reparaturen bleiben unberücksichtigt.

Die Berechnung der zugrundeliegenden Einkommen erfolgt aus der Lohn- und Einkommensteuerstatistik unter Berücksichtigung staatlicher Transferzahlungen (Renten, Sozialhilfe, Arbeitslosengeld und Arbeitslosenhilfe, BaföG).

Bei den ausgewiesenen Haushaltsdaten handelt es sich um auf die Ergebnisse des Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes abgestimmte Projektionen der GfK.

Auf der Grundlage der prognostizierten Einzelhandelsumsätze und der Umsätze des Versandhandels wurde 2005 eine Kaufkraft für den Einzelhandel von bundesweit Euro Mio. 426.300 ermittelt.

2.2 Berechnungsgrundlage für den GfK POS-Umsatz

Basis für die Berechnung des GfK POS-Umsatzes sind Ergebnisse der amtlichen Statistik, insbesondere der Umsatzsteuerstatistik. Die Umsatzsteuerstatistik muß von der GfK Regionalforschung bereinigt werden, da

- die Umsätze der Organschaften und Filialisten in der Umsatzsteuerstatistik am Sitz des Unternehmens ausgewiesen werden
- die Umsätze einiger maßgeblicher Einzelhandelsfilialunternehmungen in der Statistik nicht beim Einzelhandel erfaßt sind. Sie werden im Rahmen der Organschaftsbesteuerung im produzierenden Bereich oder beim Großhandel ausgewiesen. Ähnliches gilt für Einzelhandelsunternehmungen, soweit sie gleichzeitig Handwerksbetriebe sind.

Zur Regionalisierung der Umsätze erhält die GfK Marktforschung die Aufteilung der Umsätze der großen Warenhausgesellschaften und Filialunternehmungen, von Herstellern und Großhandelsunternehmungen (für ihre Einzelhandelsfilialen) nach Filialen, so daß die regionale Zuordnung bestmöglich vorgenommen wird.

Bäckereien, Konditoreien und Fleischereien werden in der Umsatzsteuerstatistik nicht beim Handel, sondern im Handwerk erfaßt. Die GfK hat die Umsätze dieser Unternehmungen im Rahmen einer Sonderaufbereitung gemeindeweise ermittelt. Sie sind je Gemeinde in der Indexkennziffer berücksichtigt.

Im GfK POS-Umsatz nicht erfasst ist der Einzelhandel mit Kraftwagen und Krafträdern sowie der Handel mit Kraft- und Brennstoffen.

Die ausgewiesenen POS-Umsätze basieren auf einem Gesamtumsatz im Einzelhandel in Höhe von insgesamt 406 Mrd. Euro für Gesamtdeutschland. Diese Zahl stellt den für das Jahr 2005 zu erwartenden Umsatz dar.

POS-Umsätze werden im Hinblick auf einen flächendeckenden regionalen Vergleich unter Nutzung überregional vergleichbarer Datenquellen im Rahmen des Desk Research erstellt. Sie können nicht im Hinblick auf optimale Ergebnisse für einzelnen Städte oder Stadtteile Standortgutachten bzw. Standortuntersuchungen ersetzen, die auf Vor-Ort-Erhebungen basieren und in räumlich abgegrenzten Erhebungsgebieten durchgeführt werden.

Von Zeitreihenvergleichen raten wir aus folgenden Gründen ab:

- Die GfK POS-Umsätze sind Prognosewerte für das jeweilige Jahr. Betriebseröffnungen und Schließungen können dabei nicht immer exakt periodengerecht zugeordnet werden.
- Weiterhin wurden im Lauf der Jahre immer wieder methodische Verbesserungen vorgenommen, so daß eine Veränderung des GfK POS-Umsatzes im Zeitvergleich auch darauf zurückzuführen sein könnte.

- Auch verhindern beispielsweise häufige Gebietsstandsänderungen eine korrekte Interpretation. Wenn eine Stadt sich zum Beispiel über Eingemeindung umsatzstarker Umlandgemeinden den eigenen "Speckgürtel" einverleibt, so ist die entstehende Umsatzsteigerung von einem Jahr zum nächsten zunächst geographisch und nicht als zeitliche Veränderung zu interpretieren.

3. Regionale Verfügbarkeit

Verfügbar ist die GfK Einzelhandelszentralität

für alle administrative Einheiten

- 16 Bundesländer,
- 40 Regierungsbezirke,
- 439 Stadt- und Landkreise und
- 1.575 Gemeinden ab 10.000 Einwohnern

für postalische Einheiten, genauer für

- die 95 zweistelligen Postleitregionen
- die 8.256 fünfstelligen Postleitgebiete
- 714 Postleitbereiche

Die GfK Einzelhandelszentralität für die obengenannten regionalen Einheiten wird alle zwei Jahre neu aufgelegt.

4. Erläuterung der Variablen des Datensatzes

Folgende Datenfelder finden sich in den Dateien bzw. Tabellen:

- **Schlüssel der Postleitzahl**
- **Name der Postleitzahl**
- **Bevölkerung absolut (Stand 1.1.2004)**
- **Bevölkerung in Promille (Stand 1.1.2004)**
- **Haushalte absolut (Stand 1.1.2004)**
- **GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2005 in Mio. Euro**
Für das entsprechende Postleitgebiet wird die Kaufkraft der dort lebenden Bevölkerung in Mio. Euro ausgewiesen, der im Einzelhandel ausgegeben wird.

- **GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2005 in Euro je Einwohner**

- **GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2005 in Promille (Index)**

Die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel in Promille gibt an, wieviel die Bevölkerung einer bestimmten regionalen Einheit zur bundesweiten Kaufkraft für den Einzelhandel beiträgt.

Würde man beispielsweise eine lineare Beziehung zwischen regionaler Kaufkraft für den Einzelhandel und Güternachfrage unterstellen, würde eine Kaufkraft von 6,500 Promille bedeuten, dass 6,500 Promille der bundesweiten Güternachfrage im Einzelhandel von der Bevölkerung dieser Region ausgehen.

- **GfK Kaufkraft für den Einzelhandel 2005 als Index je Einwohner**

Diese Kennziffer je Einwohner bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt von 100,0 je Einwohner.

Eine Kennziffer von 110,0 sagt aus, daß die Einwohner dieser Region 10 % mehr ihres Nettoeinkommen im Einzelhandel ausgeben als der Bundesdurchschnitt.

Eine Kennziffer von 90,0 bedeutet, daß die Kaufkraft für den Einzelhandel der Einwohner in der entsprechenden Region 10 % unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

- **GfK POS-Umsatz 2005 in Mio. Euro**

Für die entsprechende regionale Einheit wird der Umsatz der dort ansässigen Einzelhändler in Mio. Euro ausgewiesen.

- **GfK POS-Umsatz 2005 in Euro je Einwohner**

- **GfK POS-Umsatz 2005 in Promille**

Der POS-Umsatz in Promille gibt an, wieviel die Einzelhändler einer bestimmten regionalen Einheit zum bundesweiten Einzelhandelsumsatz beitragen. Ein Wert von beispielsweise 10,500 Promille würde aussagen, daß diese Region zum bundesdeutschen Gesamtumsatz im Einzelhandel von 1.000 einen Umsatzanteil von 10.500 beiträgt.

- **GfK POS-Umsatz 2005 als Index je Einwohner**

Dieser Indexwert je Einwohner bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt von 100,0 je Einwohner. Eine Kennziffer von 110,0 würde aussagen, daß in dieser Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt pro Einwohner 10 % mehr im Einzelhandel umgesetzt wird. Eine Kennziffer von 90,0 würde bedeuten, daß in dieser Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt pro Einwohner 10 % weniger im Einzelhandel umgesetzt wird.

- **GfK Einzelhandelszentralität**

Eine Kennziffer von mehr als 100,0 sagt aus, daß ein Kaufkraftzufluß stattfindet. D.h. in dieser Region wird mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt.

Eine Kennziffer von kleiner 100,0 bedeutet, daß ein Kaufkraftabfluß stattfindet. D. h. in dieser Region wird weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt.

5. Einsatzmöglichkeiten der GfK Einzelhandelszentralität

Funktion der GfK Einzelhandelszentralität ist es, den Kaufkraftzufluß bzw. den Kaufkraftabfluß für eine regionale Einheit zu bestimmen.

Die GfK Einzelhandelszentralität **finden Anwendung in folgenden Einsatzbereichen:**

Für alle einzelhandelsorientierten Wirtschaftszweige:

- Dienstleister
- Großhändler
- Konsumgüterhersteller

- Einzelhändler
- Stadtplaner

Standortforschung

Wo ist auf der Grundlage der GfK Einzelhandelszentralität

die Errichtung bzw. Erweiterung eines Einzelhandelsbetriebes sinnvoll ?

Mit Hilfe der GfK Einzelhandelszentralität können Rückschlüsse auf potenzielle Konkurrenten gezogen werden. Eine hohe GfK Einzelhandelszentralität kann aber auch für Agglomerationsvorteile sprechen.

Citymarketing

- Eine Gegenüberstellung der GfK Kaufkraft für den Einzelhandel und des GfK POS-Umsatzes liefert erste Anhaltspunkte darüber, ob eine definierte regionale Einheit als Einkaufsort über- oder unterproportional genutzt wird. Daraus lassen sich evtl. Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung einer Gemeinde ableiten.

- Die GfK Einzelhandelszentralität kann Anhaltspunkte dafür liefern, inwieweit neue Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in konkurrierenden Gemeinden die Nachfrage im Einzelhandel in der eigenen Region beeinflussen.



Ihre Ansprechpartner für weitere Fragen:

GfK Marktforschung GmbH

Regionalforschung

Nordwestring 101

90319 Nürnberg

Sandra Grimm

Tel.: 0911/ 395 -2239

E-Mail: sandra.grimm@gfk.de

Joachim Opferkuch

Tel.: 0911/ 395 -2923

E-Mail: joachim.opferkuch@gfk.de