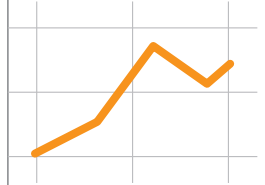


Der großstädtische Einzelhandel in schwierigen Zeiten – das Beispiel Stuttgart



Werner Münzenmaier

Die Coronakrise, der Krieg in der Ukraine, die Unterbrechungen von Lieferketten sowie die weiter zunehmende Nutzung des Online- und Versandhandels haben den stationären Einzelhandel in den letzten Monaten und Jahren vor außerordentliche Probleme gestellt. Besonders betroffen waren und sind die größeren Städte mit ihrem auf nicht-alltägliche Waren, Mode- und Luxusartikel ausgerichteten Innenstadthandel. Im vorliegenden Beitrag soll aufgezeigt werden, inwieweit sich der Einzelhandel in der Stadt Stuttgart innerhalb der Region Stuttgart und im Vergleich zu anderen großen Städten behaupten konnte.

Für diese Analyse werden überwiegend Daten eines privaten Marktforschungsinstituts und Informationen von Forschungseinrichtungen verwendet. Diese sind zumeist aktueller als die Einzelhandelsdaten der amtlichen Statistik, unterliegen jedoch bestimmten Einschränkungen, gerade auch gegenüber den vom Statistischen Landesamt regelmäßig erhobenen Zahlen. Es bleibt abzuwarten, inwieweit die Ergebnisse der amtlichen Einzelhandelsstatistik die nachfolgend aufgezeichneten Tendenzen bestätigen werden.

„Die Metropole ist kein Magnet mehr“. Mit dieser aufrüttelnden Schlagzeile hat die Stuttgarter Zeitung im Oktober 2021 die Situation des Einzelhandels in Stuttgart beschrieben.¹ Wie passt diese Einschätzung zu den Untersuchungsergebnissen einer früheren Studie, wonach Stuttgart im überregionalen Vergleich eine bemerkenswerte Attraktivität als Einzelhandelsstandort aufweist?²

Beide Befunde stützen sich auf die sogenannte einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer, mit der die Kaufkraftbindung des stationären Einzelhandels einer Stadt ausgedrückt wird. In die Zentralitätskennziffer gehen die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der ortsansässigen Bevölkerung und die Umsätze des stationären Einzelhandels am Standort ein. Die drei Kennziffern werden von der Michael Bauer Research GmbH für Städte und Gemeinden mit mehr als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern berechnet.³ Ermittlung und Interpretation

dieser Kennziffern werden teilweise durchaus kritisch gesehen, worauf im Folgenden ebenfalls eingegangen wird.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist derjenige Teil der allgemeinen Kaufkraft, der im Einzelhandel ausgegeben wird, und zwar einschließlich der Ausgaben im Online- und Versandhandel. Nicht einbezogen sind der Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen und Krafträdern sowie Tankstellen.

Die allgemeine Kaufkraft besteht aus den Nettoeinkünften aus selbstständiger und nicht-selbstständiger Arbeit, sonstigen Erwerbs- und Vermögenseinkommen sowie Transfereinkommen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Kinder- und Wohngeld, Renten und BAföG. Statistische Grundlagen sind die Lohn- und Einkommensteuerstatistik sowie amtliche Daten über Transferleistungen. Der im Einzelhandel ausgegebene Teil des Einkommens wird den amtlichen Einkommens- und Verbrauchsstichproben entnommen und mithilfe von Regionaldaten zu Einkommensklassen und sozio-ökonomischen Kategorien ermittelt. Über Fortschreibungen und Prognosen gelangt man dann zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft einer regionalen Einheit für das aktuelle Jahr. Beide Größen beziehen sich auf den Wohnort der betrachteten Einwohnerinnen und Einwohner bzw. Verbraucherinnen und Verbraucher.

Die so ermittelte allgemeine Kaufkraft entspricht konzeptionell ungefähr dem verfügbaren Einkommen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen (VGR), das in regionaler Tiefe für Stadt- und Landkreise, aber nicht für kreisangehörige Städte und Gemeinden ermittelt wird.⁴

Einzelhandelsumsatz

Der Einzelhandelsumsatz umfasst die im stationären Einzelhandel getätigten Umsätze zu Endverbrauchspreisen. Zum stationären Ein-

Dipl.-Volkswirt Dr. Werner Münzenmaier war früher Referent im Statistischen Landesamt Baden-Württemberg und zuletzt Leiter des Referats „Finanzpolitische Grundsatzangelegenheiten, Finanzausgleich, Finanzverfassung, Steuerschätzung, Europäische Union, Statistik“ im Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg.

- 1 Vergleiche Haar, Martin: Die Metropole ist kein Magnet mehr, in: Stuttgarter Zeitung vom 19.10.2021, S. 17.
- 2 Vergleiche Münzenmaier, Werner: Der Einzelhandel in Stuttgart und anderen deutschen Großstädten – Kaufkraftimpulse aus dem Umland bei unterschiedlichen ökonomischen Rahmenbedingungen. Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Reihe Statistische Analysen, Heft 1/2020, Stuttgart, Juli 2020.
- 3 Zu den Ergebnissen für die Region Stuttgart und die 15 größten Städte Deutschlands vergleiche zuletzt Eisenmann, Martin: Handelsplatz Region Stuttgart: viel Kaufkraft, große Herausforderungen – Kennzahlen für den Einzelhandel in der Region Stuttgart: Kaufkraft, Umsatz und Zentralität 2021. Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart, Stuttgart, September 2021. Der Autor dankt Herrn Martin Eisenmann für die Datenbereitstellung und wertvolle Informationen.
- 4 Vergleiche zuletzt Arbeitskreis Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder (Hrsg.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder, Reihe 2 Band 3: Einkommen der privaten Haushalte in den kreisfreien Städten und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland 1995 bis 2020, Berechnungsstand November 2021, Stuttgart, Oktober 2022.

zelhandel in dieser Abgrenzung gehören auch Apotheken,⁵ Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien, ebenso Factory Outlet Center. Dagegen werden Umsätze im Online- und Versandhandel nicht einbezogen. Betrachtet werden die Einkäufe am Einkaufsort, der vom Wohnort der Verbraucherinnen oder Verbraucher durchaus abweichen kann.

Die Ermittlung des Einzelhandelsumsatzes erfolgt auf der Grundlage von Auswertungen der Einzelhandelsgutachten der BBE/CIMA-Gruppe, Handelsdatenbanken und eigenem Desk Research der Michael Bauer Research GmbH. Auch verschiedene Daten der amtlichen Statistiken werden herangezogen. Die Verwendung unterschiedlicher Datenquellen ist deshalb erforderlich, weil es – abgesehen von Jahren der Handels- und Gaststättenzählung (HGZ) – keine gemeindebezogenen Statistiken der Einzelhandelsumsätze am Entstehungsort gibt. Nachteilig ist insbesondere, dass die amtliche Umsatzsteuerstatistik nur Umsätze auf Unternehmensebene erfasst, die Gesamtumsätze also nicht den Filialen dieser Unternehmen zugeordnet werden können; die Michael Bauer Research GmbH verwendet diese Quelle jedenfalls nur sehr eingeschränkt.⁶

Kritische Würdigung beider Einzelhandelskennziffern

Die beiden von der Michael Bauer Research GmbH ermittelten Einzelhandelskennziffern basieren auf Berechnungen und qualifizierten Schätzungen, in die verschiedene Datenquellen einfließen. Die für Außenstehende nicht exakt nachvollziehbaren Ermittlungen können naturgemäß den Standard statistischer Erhebungen, wie beispielsweise der in mehrjährigem Turnus durchgeführten HGZ, nicht erreichen.

Auch die Qualität von VGR-Daten ist höher einzuschätzen, selbst wenn teilweise die gleichen Datenquellen herangezogen werden. Dies trifft insbesondere auf die allgemeine Kaufkraft zu, die wie ausgeführt konzeptionell dem Verfügbaren Einkommen der VGR entspricht. Denn erstens werden die VGR-Daten nur für Stadt- und Landkreise veröffentlicht, wogegen die Berechnungen der Michael Bauer Research GmbH auf der Ebene von Städten und Gemeinden mit mehr als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern vorliegen. Zweitens bestehen zusätzliche Schwierigkeiten in der Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Teils der Kaufkraft. Und drittens legt die Michael Bauer Research GmbH großen

Wert auf eine aktuelle Vorlage ihrer Zahlen, während die VGR-Kreisergebnisse über 20 Monate nach dem Ende des Referenzjahres veröffentlicht werden.

Damit ist eine weitere Problematik dieser Einzelhandelskennziffern angesprochen. Aus Aktualitätsgründen werden die Kennziffern der Michael Bauer Research GmbH als Schätz- und Prognosewerte für das jeweilige Jahr ermittelt. Bei der einkommensrelevanten Kaufkraft sind dies vor allem Fortschreibungen von Einkommensdaten anhand volkswirtschaftlicher Prognosen und regionalstatistischer Indikatoren sowie von Bevölkerungsdaten mithilfe von Vorausschätzungen zur natürlichen Bevölkerungsbewegung und zu Wanderungen. Beim Einzelhandelsumsatz wird unter anderem auf die Jahresprognose des Handelsverbands Deutschland HDE zurückgegriffen. Dieses Vorgehen hat beispielsweise für das Jahr 2022 dazu geführt, dass Ist-Daten nur bis April 2022 berücksichtigt werden konnten. Dadurch mussten insbesondere die vielfältigen Auswirkungen des Kriegs in der Ukraine auf den Einzelhandel und das Kaufverhalten unberücksichtigt bleiben. Gleiches gilt für die massiven Einschränkungen zur Eindämmung des Coronavirus in den Jahren 2020 bis 2022, die gerade den stationären Einzelhandel besonders stark in Mitleidenschaft gezogen haben.

Insoweit unterliegen die von der Michael Bauer Research GmbH vorgelegten Zahlen nicht nur Unschärfen, die sich generell aus der Aufarbeitung amtlicher und nichtamtlicher Statistiken unter bestimmten Annahmen ergeben, sondern auch allen Unsicherheiten, denen Prognosen unterworfen sind. Speziell für die Jahre ab 2020 kommen die genannten einschneidenden Ereignisse hinzu, die nicht jahresscharf eingearbeitet werden konnten.

Diese Einschränkungen betreffen überwiegend die **absoluten** Zahlen. So dürften vor allem 2020 und 2021 die Einzelhandelsumsätze zum Jahresende aufgrund der angeordneten Schließung zahlreicher Sortimente, der verstärkten Verlagerung auf Online- und Versandhandel und einer allgemeinen Kaufzurückhaltung niedriger ausgefallen sein als in Normaljahren; Vergleichbares gilt für die allgemeine und einzelhandelsrelevante Kaufkraft aufgrund von Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit sowie erhöhter Spartätigkeit.⁷ In die Zahlen des Jahres 2022 noch nicht eingearbeitet werden konnten die kaum absehbaren Folgen des Kriegs in der Ukraine mit erhöhten Energiepreisen bei Anbietern und Verbrauchern, Störungen der Lieferketten sowie ver-

5 Seit 2018 werden die Umsätze von Apotheken und Sanitätshäusern auf das Segment Selbstmedikation und Ergänzungssortiment beschränkt, also keine Arzneimittelverordnungen der gesetzlichen und der privaten Krankenversicherungen einbezogen.

6 Auskunft auf direkte Nachfrage bei der Michael Bauer Research GmbH. Insofern treffen diesbezügliche kritische Anmerkungen nicht zu; vergleiche etwa Riemenschneider, Markus: Die Zentralitätskennziffer kann in die Irre führen, in: Immobilien Zeitung vom 08.11.2012, S. 12.

7 In den Jahren 2020 und 2021 hat die Sparquote der privaten Haushalte in Deutschland mit 16,1 % und 15,0 % Höchstwerte erreicht; vergleiche Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Fachserie 18 Reihe 1.4: Inlandsproduktberechnung – Detaillierte Jahressergebnisse 2021, Berechnungsstand August 2022, Wiesbaden, September 2022, S. 50.

stärker Kaufzurückhaltung aufgrund hoher Inflation. Weniger gravierend dürften die Auswirkungen bei den **relativen** Kennziffern sein, soweit sie zu interregionalen Vergleichen verwendet werden; relative Kennziffern werden in der Dimension je Kopf der Bevölkerung und bezogen auf Deutschland = 100 dargestellt. Man kann davon ausgehen, dass bei den genannten Einschnitten aufgrund von Pandemie und Kriegsfolgen keine deutlich ausgeprägten regionalen Disparitäten vorliegen.⁸ Demzufolge werden die folgenden Analysen nur auf der Basis normierter Pro-Kopf-Zahlen durchgeführt, um standortspezifische Besonderheiten von Stuttgart und anderen Städten herauszuarbeiten.

Außerdem weist die Michael Bauer Research GmbH auf Probleme von Zeitreihenvergleichen ihrer Zahlen hin, die grundsätzlich nicht ex-post revidiert werden. Denn zum einen handelt es sich wie ausgeführt bei den Kaufkraft- und Umsatzdaten um Schätz- und Prognosewerte zum Stand der jeweiligen Entwicklung, weshalb bei Zeitreihenvergleichen prognostizierte Daten verglichen würden; zum anderen werden die Datenquellen und Methoden laufend verbessert und somit von Zeit zu Zeit verändert. Auch diese Problematik dürfte allerdings bei Verwendung relativer Kennziffern weniger einschneidend sein. Gleichwohl wird in den folgenden Analysen bei quantitativen Aussagen der Fokus auf interregionale Vergleiche der Kennziffern zwischen Städten zu einem bestimmten Jahr gelegt. Intertemporale Vergleiche werden nur ergänzend und bei signifikanten Trends herangezogen, und zwar in beschreibender, nicht quantifizierter Form.

Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer und ihre Interpretation als Kaufkraftbindung

Mit der einzelhandelsbezogenen Zentralitätskennziffer soll die relative Attraktivität einer regionalen Einheit als Einzelhandelsstandort ausgedrückt werden. Sie wird dargestellt als Quotient aus stationärem Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft einer regionalen Einheit, üblicherweise in der erwähnten Dimension je Kopf der Bevölkerung und bezogen auf Deutschland = 100 %. Die für Kaufkraft und Einzelhandelsumsatz genannten statistischen Einschränkungen gelten insoweit auch für die hieraus errechnete Zentralitätskennziffer.

Die entsprechenden Beziehungen sind am Beispiel von Stuttgart im Jahr 2021 in der *Tabelle* dargestellt. Dass der Quotient aus den abso-

T Ermittlung der einzelhandelsbezogenen Zentralitätskennziffer am Beispiel der Stadt Stuttgart 2021

Indikator	Stuttgart	Deutschland
Einzelhandelsumsatz in EUR je Kopf der Bevölkerung	7 092	5 596
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in EUR je Kopf der Bevölkerung	7 475	6 760
Einzelhandelsbezogene Zentralität als Quotient in %	94,9	82,8
Deutschland = 100 %	114,6	100

Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH; eigene Berechnungen.

luten Zahlen für Deutschland (82,8 %) unter 100 % liegt, hängt im Wesentlichen damit zusammen, dass in der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft die (potenziellen) Ausgaben im Online- und Versandhandel mit enthalten sind, nicht jedoch im stationären Einzelhandelsumsatz. Der nicht normierte Wert für Stuttgart in Höhe von 94,9 % impliziert insofern für diese Stadt ebenfalls eine Lücke zwischen Umsatz und Kaufkraft, die aber geringer ausgefallen ist.

Die auf Deutschland = 100 % normierte Zentralitätskennziffer Stuttgarts in Höhe von 114,6 % bedeutet zunächst, dass in der baden-württembergischen Landeshauptstadt eine im Bundesmaßstab überdurchschnittlich hohe Kaufkraftbindung des stationären Einzelhandels besteht. Darüber hinaus wird dieser Wert oft dahingehend interpretiert, dass Stuttgart einen Kaufkraftzufluss (aus dem Umland oder anderswoher) in Höhe von netto 14,6 % aufweist. In dieser Modellüberlegung wird davon ausgegangen, dass der Saldo zwischen Einkäufen von in Deutschland lebenden Menschen im Ausland und Einkäufen von im Ausland lebenden Menschen in Deutschland ungefähr ausgeglichen ist, also unter dem Strich im Einzelhandel kein nennenswerter Kaufkraftzufluss nach oder Kaufkraftabfluss von Deutschland vorliegt. Demzufolge würde Stuttgart, gemessen an seiner Kaufkraft, vom gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz überdurchschnittlich stark profitieren; analog würde es Regionen in Deutschland mit einem Netto-Kaufkraftabfluss geben. Diese Interpretation wird teilweise bezweifelt, weil von einem – quantitativ allerdings nicht belegten – Kaufkraftabfluss aus Deutschland auszugehen sei.⁹

Unstrittig ist dagegen die Betrachtung der Kaufkraftzu- und -abflüsse, errechnet aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abzüglich des stationären Einzelhandelsumsatzes einer

8 Auch Änderungen in der Abgrenzung des Einzelhandels, wie beispielsweise die in Fußnote 5 genannten Umsatzbeschränkungen bei Apotheken und Sanitätshäusern, dürften sich bei den relativen Kennziffern für größere Städte kaum auswirken.

9 Vergleiche Riemenschneider, Markus: Die Zentralitätskennziffer kann in die Irre führen, a. a. O., S. 12/13. Zur Einschätzung der Größenordnung ist folgende Gegenüberstellung interessant: 2021 betrug der Saldo zwischen den Konsumausgaben der Einwohner und Einwohnerinnen Deutschlands in der übrigen Welt (33,11 Mrd. Euro) und den Konsumausgaben der Gebietsfremden in Deutschland (14,21 Mrd. Euro) gerade einmal 18,89 Mrd. Euro, das sind lediglich 1,1 % der gesamten privaten Konsumausgaben in Deutschland; vergleiche Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Fachserie 18 Reihe 1.4: Inlandsproduktberechnung – Detaillierte Jahresergebnisse 2021, a. a. O., S. 254.

Region. Nach den Daten der *Tabelle* ergibt sich demnach 2021 für den stationären Einzelhandel in Stuttgart ein Kaufkraftabfluss in Höhe von 383 Euro, in Deutschland von 1 164 Euro je Kopf der Bevölkerung, überwiegend bedingt durch Umsätze des Online- und Versandhandels.

Die Stadt Stuttgart in ihrer Region

Um die Attraktivität der Stadt Stuttgart als Einzelhandelsstandort bzw. den eingangs erwähnten Attraktivitätsverlust besser beurteilen zu können, wird nachfolgend zunächst die Situation der Stadt Stuttgart im Vergleich zu den Landkreisen der Region näher untersucht.

■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

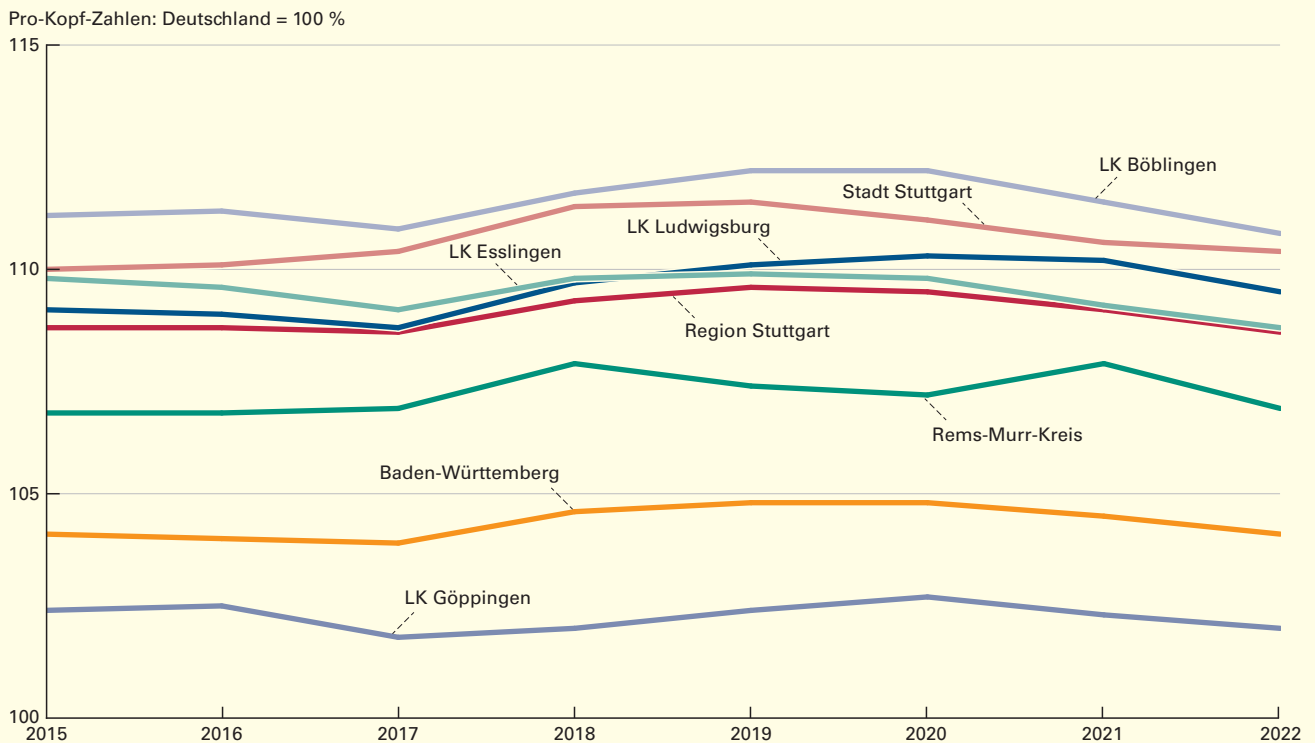
Schaubild 1 zeigt die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zwischen 2015 und 2022, wie sie von der Michael Bauer Research GmbH ermittelt wurde, in der Dimension Pro-Kopf der Bevölkerung und Deutschland = 100 %. Über die Jahre hinweg wurde danach für die Region Stuttgart ins-

gesamt (minimal 108,6 %, maximal 109,6 %) ein höheres Niveau gemessen als für das Land Baden-Württemberg (zwischen 103,9 % und 104,6 %). Von den Kreisen der Region blieb lediglich der Landkreis Göppingen unter dem Landesdurchschnitt, er hat außerdem den bundesdeutschen Durchschnitt nur leicht übertroffen (101,8 % bis 102,7 %). Im gesamten Betrachtungszeitraum hat der Landkreis Böblingen das höchste Niveau an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft erreicht (zwischen 110,8 % und 112,2 %), und zwar vor der Stadt Stuttgart (110,0 % bis 111,5 %) und den Landkreisen Esslingen (108,7 % bis 109,9 %) und Ludwigsburg (108,7 % bis 110,3 %), die ab 2019 die Plätze getauscht haben. Neben dem Landkreis Göppingen verfehlte auch der Rems-Murr-Kreis (106,8 % bis 107,9 %) regelmäßig den Regionsdurchschnitt.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bewegte sich demnach in allen betrachteten Gebieten in recht engen Bandbreiten. In der Entwicklung ist für Baden-Württemberg, die Region Stuttgart und die meisten ihrer Kreise bis 2019 oder 2020 eine leicht überdurchschnittliche Zunahme und danach bis 2022 ein ebenso schwacher Rückgang der Kennziffer festzu-

S1

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Stadt Stuttgart und den Landkreisen der Region Stuttgart 2015 bis 2022



Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

stellen; das Niveau des Jahres 2015 wurde mehr oder weniger wieder erreicht. Mit anderen Worten: Von 2015 bis 2019/2020 hat sich die einzelhandelsbezogene Kaufkraft von Land und Region vom Bundesdurchschnitt etwas abgehoben und bis 2022 wieder angeglichen. Ursächlich hierfür war im Wesentlichen der Konjunkturverlauf, der strukturbedingt im Land und in der Region sowohl im Aufschwung als auch im Abschwung überproportional ausgeprägt ist.

Mit Blick auf die hier relevante Fragestellung kann konstatiert werden: Bezüglich der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft hat sich die Stadt Stuttgart über die Jahre hinweg ziemlich parallel zur Region und ihren Landkreisen entwickelt, insbesondere ist kein stärkerer Rückgang in den letzten Jahren zu beobachten.

■ Umsätze im stationären Einzelhandel

Anders stellt sich die Situation bei der Kennziffer für den Umsatz im stationären Einzelhandel dar (Schaubild 2). Danach lag der Pro-Kopf-Umsatz innerhalb der Region Stuttgart im ganzen Betrachtungszeitraum nur in der Landeshauptstadt deutlich über dem Bundes-

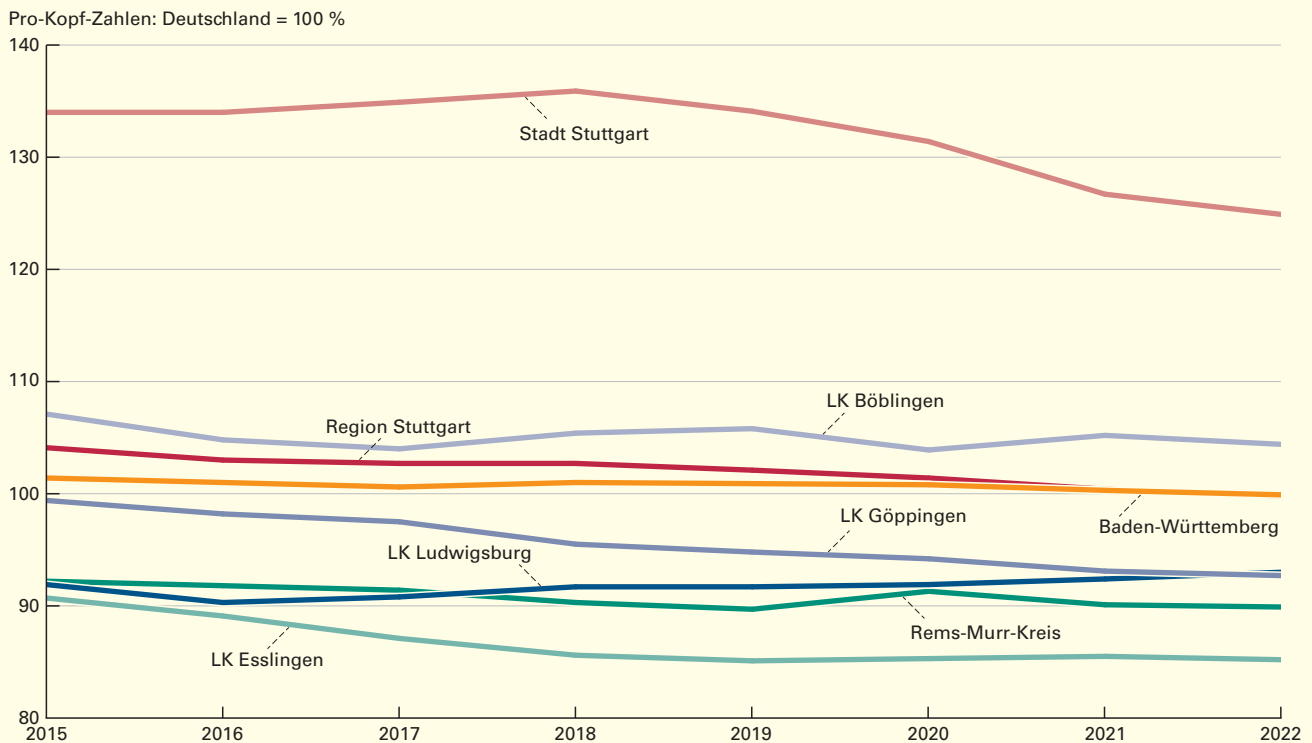
durchschnitt. Unter den Landkreisen der Region Stuttgart konnte sich lediglich Böblingen knapp vom Bundesniveau abheben und blieb als einziger Landkreis auch über dem Landes- und Regionsdurchschnitt; in allen anderen Landkreisen wurden Bundes-, Landes- und Regionsdurchschnitt verfehlt.

Die Dominanz der Stadt Stuttgart blieb bestehen, auch wenn die Umsatzkennziffer nach einem kontinuierlichen, leichten Anstieg zwischen 2015 und 2018 danach einen recht rasanten Rückgang bis 2022 hinnehmen musste. Er ist im Zeitraum 2018 bis 2022 auf jeden Fall deutlich stärker ausgefallen als in den Landkreisen Böblingen, Göppingen, Rems-Murr und Esslingen. Der Landkreis Ludwigsburg konnte sich sogar leicht verbessern. 2019, also im Jahr vor den Auswirkungen der Coronapandemie, hat die Stadt Stuttgart mit einer Umsatzkennziffer von 134,1 % den Regionsdurchschnitt in Höhe von 102,1 % um satte 32 Prozentpunkte übertraffen, 2022 waren es mit 124,9 % gegenüber 99,8 % nur noch 25,1 Punkte.

Die IHK Region Stuttgart hat die Einzelhandelskennziffern auch für Städte und Ge-

S2

Stationärer Einzelhandelsumsatz in der Stadt Stuttgart und den Landkreisen der Region Stuttgart 2015 bis 2022



Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

meinden der Region mit mehr als 10 000 Einwohnerinnen und Einwohnern veröffentlicht. Danach zeigt sich deutlich, dass auch innerhalb der Landkreise zumeist die größeren Städte überdurchschnittlich hohe Umsätze im stationären Einzelhandel aufweisen. Im Vor-Corona-Jahr 2019 wurde die Kennziffer des stationären Einzelhandelsumsatzes in Stuttgart (134,1 %) vor allem in den Städten Sindelfingen (184,0 %) und Ludwigsburg (175,8 %) deutlich überragt, nicht zuletzt wegen der dort angesiedelten, auch überregional bekannten Einkaufszentren in Sindelfingen Ost und auf dem Tammerfeld. Die Städte Backnang (165,8 %), Göppingen (159,9 %), Böblingen (151,7 %), Fellbach (140,2 %) und Bietigheim-Bissingen (136,8 %) haben Stuttgart 2019 ebenfalls hinter sich gelassen, Kirchheim unter Teck (132,2 %) nur knapp verfehlt. Hierbei handelt es sich überwiegend um Städte mit der höchsten Bevölkerungszahl innerhalb des jeweiligen Kreises. Lediglich die Städte Esslingen (111,0 %) und Waiblingen (109,0 %) sind insoweit zurückgeblieben. Dies unterstreicht die Anziehungskraft auch mittelgroßer Städte, teilweise verstärkt durch Einkaufszentren auf der grünen bzw. grauen Wiese. Im Jahr 2022 hat außerdem Steinheim an der Murr – und damit eine kleinere Stadt – die Landeshauptstadt hinter sich gelassen.

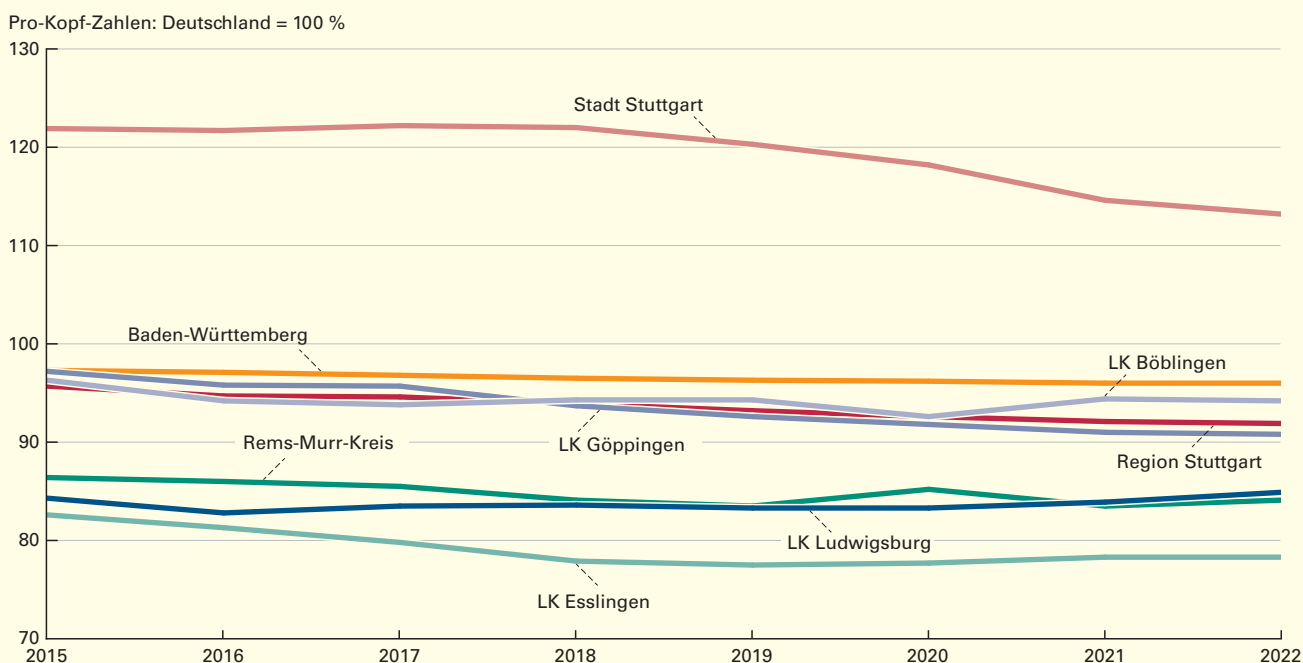
■ Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer

Der Bezug der Einzelhandelsumsätze auf die einzelhandelsbezogene Kaufkraft spiegelt sich in der einzelhandelsbezogenen Zentralitätskennziffer wider, deren Entwicklung in *Schaubild 3* aufgezeichnet ist. Auffallend ist zunächst, dass diese für die Attraktivität eines Einkaufsorts stehende Ziffer unter den Kreisen der Region nur in der Stadt Stuttgart über dem Bundesdurchschnitt lag, die Landeshauptstadt also unter dem Strich stets Kaufkraft aus dem Umland abgezogen hat. Auch die Region Stuttgart insgesamt und das Land Baden-Württemberg hatten insoweit leichte Kaufkraftabflüsse hinzunehmen.

Betrachtet man wieder das Vorkrisenjahr 2019, so stehen der überdurchschnittlichen Zentralitätskennziffer in Stuttgart (120,3 %) unterdurchschnittliche Werte in den Landkreisen Böblingen (94,3 %), Göppingen (92,6 %), Rems-Murr (83,5 %), Ludwigsburg (83,3 %) und Esslingen (77,5 %) gegenüber; dabei ist der relativ hohe Wert im Kreis Böblingen überwiegend auf die Stärke bei den Einzelhandelsumsätzen, im Kreis Göppingen auf die Schwäche bei der Kaufkraft zurückzuführen. Innerhalb der Landkreise haben 2019 wieder die Städte Sindelfingen (171,7 %), Ludwigsburg (165,4 %), Göppingen (158,6 %), Backnang

S3

Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer in der Stadt Stuttgart und den Landkreisen der Region Stuttgart 2015 bis 2022



Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

(162,0 %), Geislingen an der Steige (134,3 %), Böblingen (133,0 %), Fellbach (128,2 %) und Kirchheim unter Teck (121,0 %) mehr Kaufkraft binden können als Stuttgart.

Mit Blick auf die eingangs erwähnte Einbuße Stuttgarts als Einkaufsmagnet ist die tendenzielle Entwicklung der Zentralitätskennziffern besonders relevant. Interessanterweise hat dieser Indikator zwischen 2015 und 2018 in Stuttgart sogar leicht zugenommen, in den Landkreisen war er dagegen durchweg rückläufig. Ab 2019 ist dann aber in Stuttgart ein kontinuierlicher und signifikanter Rückgang eingetreten; demgegenüber konnte in den Landkreisen Ludwigsburg und Esslingen das Niveau sogar etwas ausgebaut und in den Landkreisen Böblingen und Rems-Murr wenigstens gehalten werden; lediglich der Landkreis Göppingen musste in diesem Zeitraum ebenfalls eine rückläufige Zentralitätskennziffer in Kauf nehmen.

Diese auseinanderdriftende Entwicklung spiegelt sich im Vergleich der Stadt zur Region Stuttgart wider. Während der Abstand der Zentralitätskennziffern 2019 noch bei 27,1 Prozentpunkten lag (120,3 % gegenüber 93,2 %), waren es 2022 nur noch 21,3 Prozentpunkte (113,2 % gegenüber 91,9 %). Außerdem sind zu den genannten acht Städten mit 2019 höherer Zentralität als Stuttgart im Jahr 2022 noch die Städte Steinheim an der Murr, Bietigheim-Bissingen und Schorndorf hinzugekommen.

Erste Bewertung und Interpretationshinweise

Bei einer Interpretation dieser Entwicklungen dürfen die genannten Probleme bei der statistischen Ermittlung der Einzelhandelskennziffern nicht außer Acht bleiben. Aufgrund der Verwendung relativer Kennziffern, also den Bezug von Pro-Kopf-Zahlen auf den Bundesdurchschnitt, sind diese Probleme jedoch deutlich abgeschwächt. Insbesondere hat sich die Coronapandemie in allen Gebieten auf Einkommen und Verbraucherverhalten ausgewirkt. Und auch der Umstand, dass nur Daten der ersten 4 Monate in die Jahresergebnisse einfließen, hat die Ergebnisse aller Städte und Gemeinden beeinträchtigt. Allgemeine, alle Gebiete betreffenden Einflüsse (wie beispielsweise der Anstieg der Umsätze im stationären Einzelhandel zwischen 2019 und 2021 um bundesweit 3 %) sind also in den relativen Kennzahlen gleichsam herausgefiltert. Der Vergleich dieser Kennziffern zwischen den einzelnen Städten oder Kreisen signalisiert dementsprechend

strukturelle Unterschiede, die sowohl auf die Coronapandemie als auch auf andere Faktoren zurückgeführt werden können. Da in die von der Michael Bauer Research GmbH bereitgestellten Jahresergebnisse nur Daten der ersten Monate einfließen, sollten vor allem die Jahreszahlen nach 2019 nur als Trendausagen interpretiert werden.

Stuttgart in der Region

Selbst unter Beachtung dieser Einschränkungen ist offensichtlich, dass die Stadt Stuttgart ab 2018/2019 eine verringerte Kaufkraftbindung gegenüber ihrem Umland verkräften musste, wie die *Schaubilder 2 und 3* unter Beweis stellen.

Die Frage ist nun: Handelt es sich hierbei um ein generelles Problem größerer Städte im Verhältnis zu ihrem Umland oder um eine spezifische Schwierigkeit Stuttgarts?

Auch hierzu geben die Daten der IHK Region Stuttgart Auskunft.¹⁰ Betrachtet man zunächst alle Städte der Region Stuttgart mit rund 50 000 Einwohnerinnen und Einwohnern oder mehr, dann fällt auf: Zwischen 2019 und 2022 hat die einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer nicht nur in der Stadt Stuttgart abgenommen, sondern auch in den Städten Ludwigsburg, Leonberg, Göppingen, Esslingen und Waiblingen. Leichte Zuwächse konnte nur Sindelfingen verzeichnen. Die Kennziffern für den Umsatz im stationären Einzelhandel waren in allen diesen Städten deutlich stärker rückläufig als im Regionsdurchschnitt, wenn auch nicht so stark wie in Stuttgart.

Stuttgart im Reigen der Großstädte

Um der Frage nach einer besonderen Betroffenheit Stuttgarts im Kontext von Großstädten nachzugehen, ist in den *Schaubildern 4 bis 6* die Entwicklung der drei Kennziffern für die acht größten Städte Deutschlands mit 2021 mehr als 600 000 Einwohnerinnen und Einwohnern aufgezeichnet.

■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Im Betrachtungszeitraum hat die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in München durchweg das höchste Niveau erreicht und ist 2022 gegenüber 2015 sogar leicht angewachsen (*Schaubild 4*). Darüber hinaus konnten nur Stuttgart und Leipzig einen geringfügigen Anstieg zwischen beiden Eckjahren verzeichnen. In allen anderen Städten (Düssel-

¹⁰ Vergleiche Eisenmann, Martin: Einzelhandelskennziffern – Einzelhandel in der Region Stuttgart 2022, Online-Veröffentlichung, Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart, Stuttgart, Juli 2022, Dok-Nr. 5588486, <https://www.ihk.de/stuttgart/branchen/handel/zahlen-und-fakten/einzelhandelskennziffern-region-stuttgart-2022-5588486> (Abruf: 29.11.2022).

dorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln und Berlin) ist die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft hinter dem Bundestrend zurückgeblieben. In Berlin und Leipzig hat die Kennziffer das Niveau des Bundesdurchschnitts in keinem der Jahre erreicht.

■ Umsätze im stationären Einzelhandel

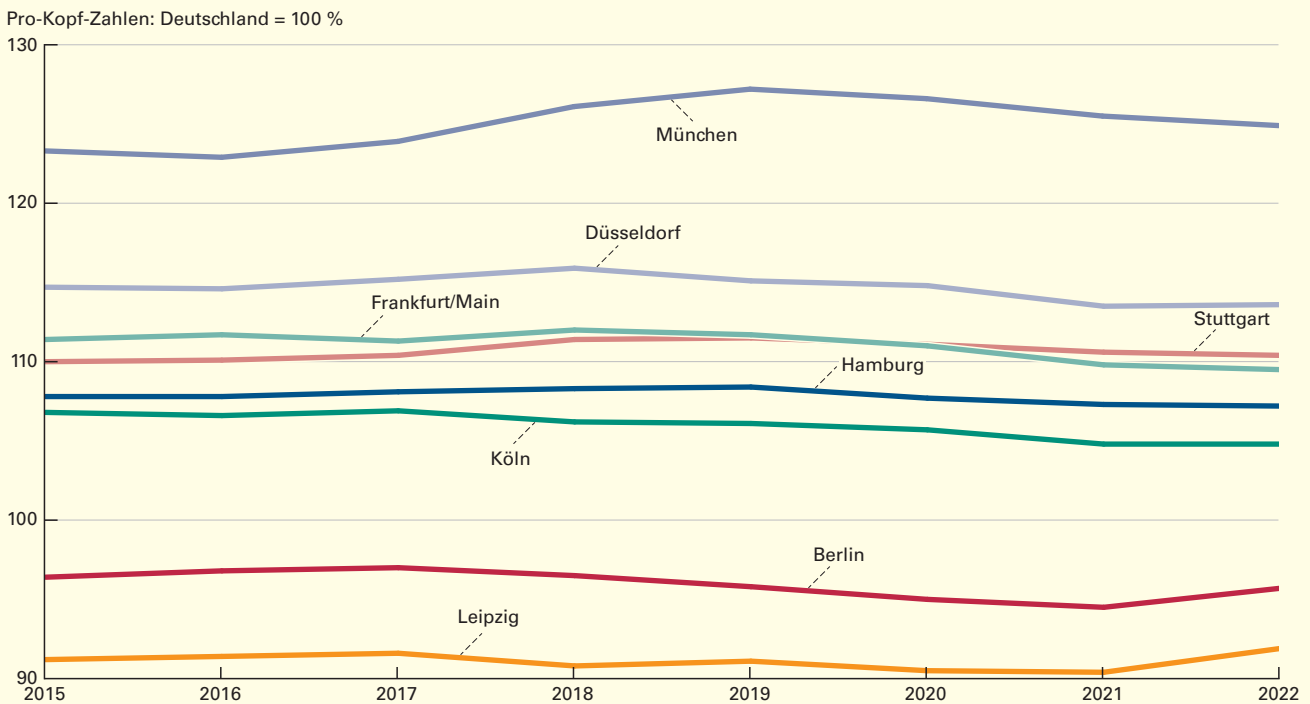
Die Umsatzkennziffer für den stationären Einzelhandel (*Schaubild 5*) ist zwischen 2015 und 2019 in München, Stuttgart und Hamburg leicht, in Köln kräftig angestiegen; in Düsseldorf, Berlin und Leipzig war sie schwach, in Frankfurt am Main recht stark rückläufig. Im Jahr 2022 hat sie den Wert von 2015 nur in Köln leicht übertroffen, im Vergleich zu 2019 als letztem Jahr vor der Coronapandemie war die Entwicklung aber auch dort negativ. Deutlich stärker hat die Umsatzkennziffer zwischen 2019 und 2022 in Düsseldorf und vor allem in Stuttgart abgenommen. Trotzdem konnten beide Landeshauptstädte ihre Plätze hinter München behaupten. Der in Hamburg etwas stärkere Rückgang als in Köln hat dazu geführt, dass beide Millionenstädte 2022 ihre Plätze getauscht haben. Relativ moderat ist die Verringerung auch in Berlin ausgefallen.

Festzuhalten bleibt: Alle acht Großstädte haben nach den Zahlen der Michael Bauer Research GmbH nach 2019 überproportionale Umsatzverluste im Einzelhandel hinnehmen müssen. Dabei hat sich in einigen Städten der schon seit 2015 zu beobachtende Trend unterdurchschnittlicher Entwicklung in Großstädten fortgesetzt, und zwar in zumeist deutlich verstärktem Ausmaß. Besonders ausgeprägt war der Rückgang zwischen 2019 und 2022 in Stuttgart (- 9,2 Prozentpunkte) und damit deutlich vor Düsseldorf (- 6,0 Prozentpunkte) und Frankfurt am Main (- 4,3 Prozentpunkte). In den übrigen fünf Großstädten hat sich die Verringerung zwischen 1,2 Prozentpunkten in Berlin und 4,0 Prozentpunkten in München bewegt.

■ Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer

Bei der einzelhandelsbezogenen Zentralitätskennziffer (*Schaubild 6*) kommt der in Stuttgart besonders hohe Umsatzeinbruch noch deutlicher zum Ausdruck, da die baden-württembergische Landeshauptstadt bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft eine etwas bessere Entwicklung aufweisen konnte als die meisten anderen Großstädte. Im Einzelnen konnte Stuttgart seinen schon seit 2011 unter

S4 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den acht größten Städten Deutschlands*) 2015 bis 2022



*) Städte mit 2021 mehr als 600 000 Einwohnerinnen und Einwohnern.
Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

den acht Großstädten erreichten Spitzenrang bis 2019 halten, obwohl bereits zwischen 2018 und 2019 ein überdurchschnittlich hoher Rückgang zu verzeichnen war. Der danach noch steilere Abstieg hat dann dazu geführt, dass Stuttgart bereits 2020 hinter Düsseldorf zurückgefallen ist. 2022 hat sich Stuttgart mit einem Wert von 113,2 % nicht nur hinter Düsseldorf (115,6 %), sondern auch noch hinter Köln (115,3 %) und München (114,0 %) wiedergefunden.

Ziemlich parallel zu München, aber auf niedrigerem Niveau, verlief der Rückgang der einzelhandelsbezogenen Zentralitätskennziffer in den beiden anderen Millionenstädten Hamburg und Berlin, etwas steiler in Leipzig. Hervorzuheben ist schließlich ein über die Jahre hinweg ebenfalls starker Verlust an Kaufkraftbindung in Frankfurt am Main, trotz einer leichten Erholung 2022.

Städte mit polyzentrischer Regionalstruktur

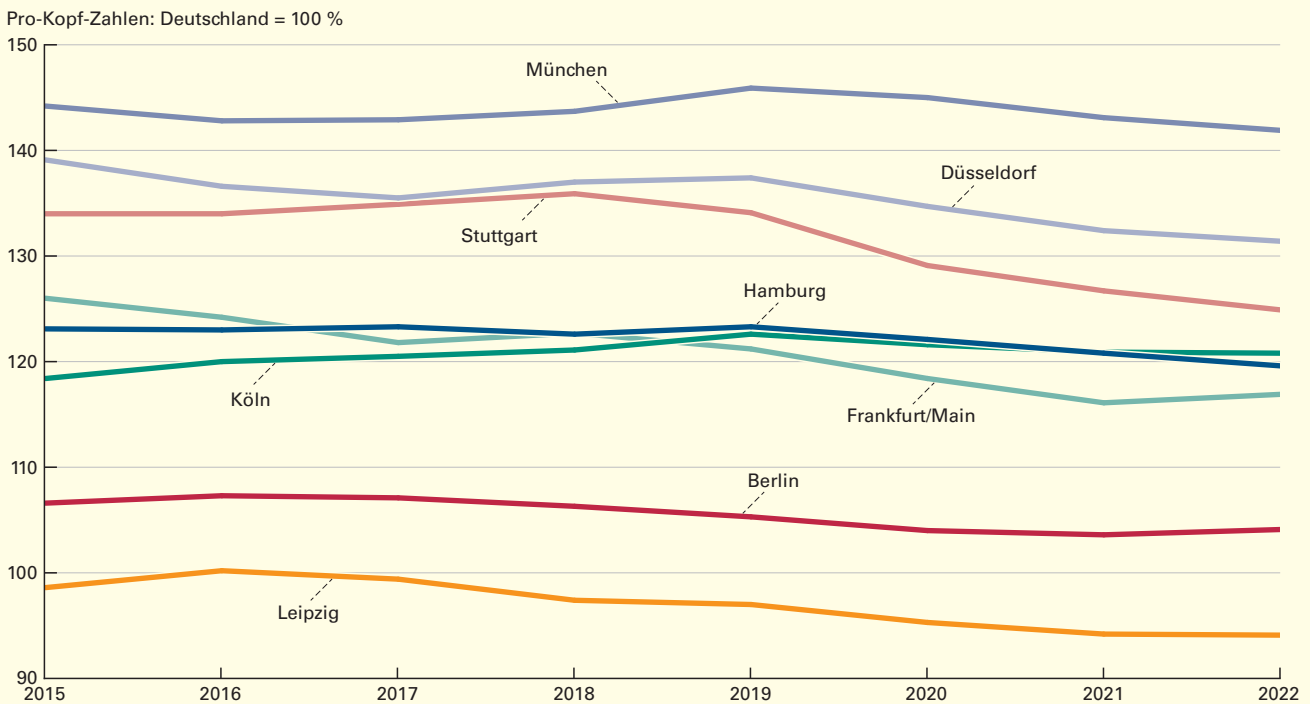
Die nach 2019 besonders ausgeprägten Zentralitätsverluste in Stuttgart, Düsseldorf und Frankfurt sind aus einem anderen Grund bemerkenswert: Alle drei Städte zeichnen

sich, im Gegensatz zu den anderen Großstädten, durch eine ausgeprägte polyzentrische Regionalstruktur mit starken Mittelzentren aus. In Bezug auf Stuttgart wurde die Bedeutung mittelgroßer Städte als Einkaufszentren in Konkurrenz zur Landeshauptstadt bereits ausgeführt. Im Falle von Frankfurt am Main kommt die Konkurrenz nahe gelegener Großstädte mit attraktiven Einkaufsmöglichkeiten wie Wiesbaden, Mainz und Darmstadt hinzu; in abgeschwächter Form dürfte dies auch für Düsseldorf im Verhältnis zu Köln und Bonn der Fall sein.

In einer früheren Studie mit Einzelhandels- und VGR-Daten wurden darüber hinaus für Stuttgart und Düsseldorf weit ungünstigere ökonomische Rahmenbedingungen als Einzelhandelsstandorte festgestellt als für die meisten anderen Großstädte.¹¹ So weisen im Falle von Hamburg, Köln, Frankfurt und auch München die umliegenden Stadt- und Landkreise durchweg höhere Verfügbare Pro-Kopf-Einkommen auf als die jeweilige Metropole, wodurch in diesen Städten bessere Voraussetzungen für einen Netto-Kaufkraftzufluss in das regionale Zentrum bestehen. Noch ausgeprägter ist diese zentrumsbegünstigende Situation bei Bremen, Nürnberg und Han-

¹¹ Vergleiche Münzenmaier, Werner: Der Einzelhandel in Stuttgart und anderen Großstädten – Unterschiedliche Kaufkraftimpulse aus dem regionalen Umland, a. a. O., S. 119–121.

S5 Stationärer Einzelhandelsumsatz in den acht größten Städten Deutschlands*) 2015 bis 2022



*) Städte mit 2021 mehr als 600 000 Einwohnerinnen und Einwohnern.
Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

nover. Demgegenüber ist in der Region Stuttgart das Einkommensniveau zwischen der Stadt Stuttgart und den meisten Landkreisen praktisch gleich hoch, die Landkreise Göppingen und Rems-Murr fallen sogar deutlich zurück; dies trifft auch für die einzelhandelsrelevante Kaufkraft zu, wie aus *Schaubild 1* hervorgeht.

Trotz dieser insoweit ungünstigen Rahmenbedingungen für Düsseldorf und vor allem Stuttgart konnten beide Städte über die Jahre hinweg eine sehr hohe Kaufkraftbindung erreichen. Für Stuttgart wird dieser Befund durch die Ergebnisse einer Umfrage des Instituts für Handelsforschung IFH Köln zum Einkaufsverhalten in deutschen Innenstädten im September 2020 erhärtet. Danach wohnten 47,2 % aller Innenstadtbesucher Stuttgarts außerhalb der Stadt, in den anderen untersuchten Großstädten waren es mit 37,2 % satte 10 Prozentpunkte weniger.¹²

Allerdings war die starke Kaufkraftbindung gerade in Stuttgart aktuell besonders stark rückläufig. Verbirgt sich dahinter ein struktureller Nachteil speziell der Stadt Stuttgart?

Nachfolgend werden einige Argumente aus einschlägigen Untersuchungen aufgegriffen, die Hintergründe für aktuelle oder strukturelle Probleme des Einzelhandels in großen Städten beleuchten und die jüngste Entwicklung in Stuttgart erklären können.

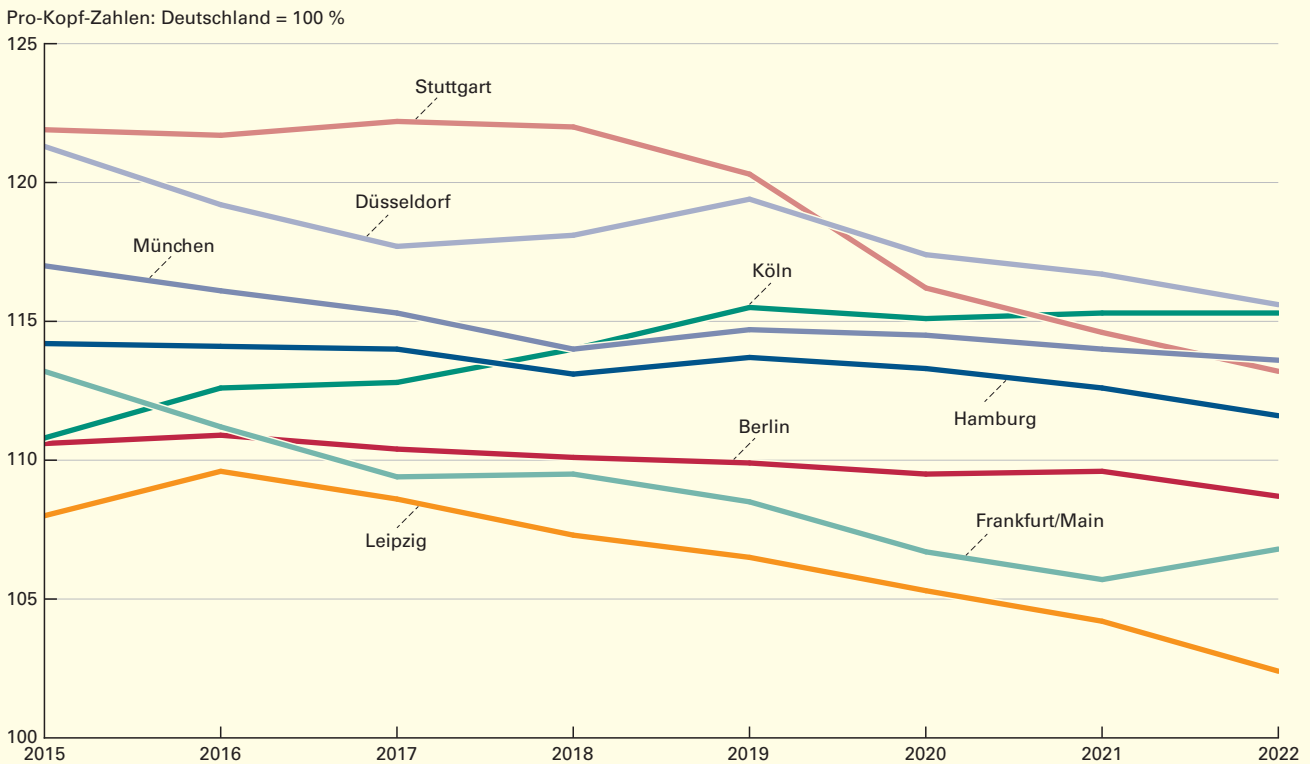
Online-Handel

Durch die kontinuierliche Zunahme des Online-Handels erwachsen dem stationären Einzelhandel schon seit längerer Zeit erhebliche Absatzprobleme. Sie haben sich im Zuge der Coronapandemie aufgrund des monatelangen Lockdowns zusätzlich verschärft – insbesondere wegen der zeitweiligen Schließungen bzw. flächenbezogenen Oberbegrenzungen von Handelsgeschäften, der verschärften Hygienemaßnahmen und der Einschränkungen im öffentlichen Nahverkehr.

Nach Ermittlungen des Handelsverbands HDE hat der Umsatz im Online-Handel schon zuvor deutlich zugenommen, in den Jahren 2014 bis 2019 kontinuierlich in einer Bandbreite von jährlich 9 % bis 12 %. 2020 und 2021 erfolgte

12 Vergleiche IFH Köln: Vitale Innenstädte – Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten, Power Point Präsentation, Köln 2021.

S6 Einzelhandelsbezogene Zentralitätskennziffer in den acht größten Städten Deutschlands*) 2015 bis 2022



*) Städte mit 2021 mehr als 600 000 Einwohnerinnen und Einwohnern.
Datenquelle: Michael Bauer Research GmbH.

dann ein spektakuläres Wachstum in Höhe von 23,0 % beziehungsweise 19,1 %, wogegen der Umsatz im stationären Einzelhandel 2020 nur um 3,6 % zu- und 2021 sogar um 0,7 % abgenommen hat.¹³

Von dieser Verdrängung des stationären Einzelhandels in den Coronajahren war vor allem der Handel mit Textilien und Bekleidung sowie Schuhen und Lederwaren betroffen – mithin Sortimenten, die normalerweise zu den Zugpferden des innerstädtischen Handels in Fachbetrieben oder Kauf- und Warenhäusern gehören. Verschärft wurde die Situation für diese Anbieter durch einen überproportionalen Einbruch im Bereich von Modewaren und hochwertiger Bekleidung, der zum Beispiel durch die Verlagerung auf Homeoffice, fehlende Anlässe wie private Feiern und Reisen verursacht wurde; stärker nachgefragte Waren aus der Kategorie Berufskleidung konnten diese Verluste bei Weitem nicht ausgleichen.¹⁴

Zumindest im Jahr 2020 scheint Stuttgart von der Konkurrenz durch den Online-Handel jedoch noch nicht überproportional betroffen gewesen zu sein. Nach der Befragung des IFH hatten nur 19,6 % der Innenstadtbesucherinnen und -besucher Stuttgarts die Frage „Ich kaufe verstärkt online ein und besuche daher die Innenstadt zum Einkaufen seltener“ bejaht, in den Vergleichsstädten waren es im Durchschnitt 25,3 %.¹⁵

Homeoffice

Die während des Lockdowns verstärkte Verlagerung der Büroarbeit auf Homeoffice dürfte vor allem kleineren Städten und Gemeinden in die Karten gespielt haben, weil dadurch früher übliche Einkäufe am Bürostandort – und damit eher in größeren Städten – wegfielen. Eine diesbezügliche Analyse kommt tatsächlich zu dem Ergebnis, dass vor allem Einkaufszentren in Citylagen von den Maßnahmen der Pandemiebekämpfung stärker betroffen waren als wohnortnahe Versorger.¹⁶ Der stationäre Einzelhandel in großen Städten hatte also unter dem Auseinanderdriften von Wohn- und Arbeitsort besonders zu leiden, und zwar verschärft bei anhaltender Abwanderung arbeitender Menschen und ihrer Familien ins Umland. Motive hierfür sind nicht zuletzt die Wohnsituation in Verbindung mit hohen und weiter steigenden Mieten in vielen Großstädten. Solche Tendenzen sind bekanntlich gerade für die Landeshauptstadt Stuttgart sehr relevant.¹⁷

Wandel der Innenstädte

Die anhaltende Verlagerung des Handelsgeschehens auf den Online-Handel mit der Folge von sinkender Passantenfrequenz und sogar Ladenschließungen zieht in vielen Städten ein rückläufiges Aufkommen an Passantinnen und Passanten und letztlich eine Minderung der Innenstadtattraktivität nach sich. Sie betrifft nicht nur den stationären Einzelhandel, sondern auch die innerstädtische Gastronomie, andere Dienstleister und kulturelle Angebote. Tatsächlich lässt sich in den Innenstädten ein Wandel von der reinen Distribution beziehungsweise dem Kauf spezieller Produkte zu einem Raum für Erlebnisse und soziale Begegnungen beobachten – gewissermaßen der Trend von einem Place of Commerce zu einem Place of Experience, in dem neben dem Einzelhandel auch Gastronomie sowie Freizeit- und Kulturangebote tragende Säulen darstellen.

Nach der Befragung des IFH Köln hat Stuttgart bei den Angeboten des Einzelhandels, der Gastronomie, von Kultur und Freizeit sowie sonstiger Dienstleistungen wie Banken, Friseure und Reinigungen besser abgeschnitten als der Durchschnitt vergleichbarer Städte, blieb aber bei den angebotenen Veranstaltungen wie Stadtfesten, Weihnachtsmärkten und verkaufsoffenen Sonntagen etwas zurück.¹⁸

Fachleute sehen ein großes Potenzial des innerstädtischen Einzelhandels speziell in kleineren und mittelgroßen Städten, wenn diese ihren Charme und ihre Einzigartigkeit ausspielen können. In der aktuellen Situation könnte demgegenüber gerade für größere Städte ein Problem darin bestehen, dass dort Einzelhändler und Gastronomen aufgrund von Umsatzrückgängen bei anhaltend hohen Mietausgaben solche Chancen weniger gut nutzen können oder sogar aufgeben müssen.¹⁹

Mietausgaben und Verbraucherverhalten

Hohe bzw. steigende Ausgaben für Mieten benachteiligen also größere Städte sowohl in Bezug auf die Einwohnerinnen und Einwohner, mithin die Verbraucherinnen und Verbraucher auf der Nachfrageseite, als auch in Bezug auf den Einzelhandel und die Gastronomie auf der Angebotsseite. Die in dieser Hinsicht bestehenden Schwierigkeiten Stuttgarts sind bekannt. Im Zuge der Coronapandemie dürfte sich die Situation für den Einzelhandel sowie das Hotel- und Gastgewerbe in

13 Vergleiche HDE Online-Monitor 2022: Online-Handel bleibt Wachstumstreiber – Dynamik verlangsamt sich, S. 6/7, <https://www.einzelhandel.de/online-monitor> (Abruf: 13.01.2022).

14 Vergleiche IFH Köln: Studie: Auch 2021 nur wenig Erholung im Fashionmarkt, Pressemitteilung vom 28.09.2021.

15 Vergleiche IFH Köln: Vitale Innenstädte – Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten, a. a. O., S. 38.

16 Vergleiche BNP Paribas Real Estate: Lockdown, Online-Handel, Kauf- und Frust – Was tun mit Shoppingcentern? Pressemitteilung vom 10.10.2022.

17 Der Wanderungsverlust der Stadt Stuttgart wurde in den letzten Jahren (2017–2020) überwiegend und in zunehmendem Maße durch Abwanderungen der Altersgruppen 30 bis 45 Jahre bewirkt, wobei der hohe Abwanderungssaldo ins regionale Umfeld von Stuttgart angehalten hat. Vergleiche Frisoli, Pasquale/Mädling, Attina: Einwohnerentwicklung in Stuttgart unter Pandemiebedingungen: Rückgang der Einwohnerzahl nach Jahren des Wachstums im Jahr 2020, in: Statistik und Informationsmanagement, Heft 5/2021, S. 139–158, insbesondere S. 147/148. Zu den Motiven für einen anhaltenden Wanderungsverlust von berufstätigen Menschen vergleiche auch Heinsohn, Till/Niedergesäss, Markus: Berufspendlerverflechtungen in und um Stuttgart: Die Statistik zeigt eine sinkende Beschäftigtenzahl, aber keinen Home-Office-Effekt, in: Statistik und Informationsmanagement, Heft 6/2021, S. 166.

18 Vergleiche IFH Köln: Vitale Innenstädte – Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten, a. a. O., S. 44.

19 Vergleiche Reinartz, Werner/Wichmann, Julian/Scholdra, Thomas: Innenstadthandel in Zeiten der Digitalisierung. Ausgewählte Schriften der IFH-Förderer, Band 11, Köln, September 2021.

der Landeshauptstadt aufgrund von Konsum-einschränkungen einerseits und Kostensteigerungen andererseits noch verschärft haben.

Nach den Interviews des IFH Köln haben im September 2020 in Stuttgart immerhin 42,5 % der Befragten angegeben, aktuell weniger Geld für Waren, Gastronomie und Dienstleistungen auszugeben als vor der Coronakrise.²⁰

Verkehrsanbindung und stadtspezifische Faktoren

Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist für den Innenstadtbereich schon immer ein wichtiges Kriterium gewesen. In Zeiten des Lockdowns ist dies auch ein Argument bei der Entscheidung von Berufspendlerinnen und -pendlern geworden, weiter in das Büro zu gehen oder die Möglichkeit von Homeoffice zu nutzen – und damit als potenzieller Kunde in der Innenstadt auszufallen. Die Befragungen des IFH Köln geben in dieser Hinsicht der Stadt Stuttgart kein gutes Zeugnis: Vor allem bei der Erreichbarkeit mit dem Fahrrad oder mit dem Pkw bzw. dem Motorrad und bei den Parkmöglichkeiten schneidet Stuttgart deutlich schlechter ab als die Vergleichsstädte. Nur etwas besser sieht es bei der Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln aus.²¹

Nicht durch Befragungen gestützt, aber aus Klagen des Einzelhandels und der Gastronomie bekannt sind einige stadtspezifische Punkte, die dem Image der Stuttgarter Innenstadt aktuell weniger dienlich sind. Die Stuttgarter Zeitung nennt Nachwirkungen des Feinstaub-Alarms, Baustellen und Staus, Demonstrationen und ein mangelndes Sicherheitsgefühl.²²

Zusammenfassende Bewertung und Ausblick

In der Gesamtbewertung aller genannten Aspekte lässt sich die eingangs gestellte Frage am ehesten so beantworten: Stuttgart bleibt eine attraktive Einkaufsstadt, aber der Gegenwind ist merklich stärker geworden, nicht zuletzt im Zuge der Maßnahmen zur Überwindung der Coronapandemie.

Positiv anzumerken ist zunächst ein gutes Image der Region Stuttgart. Nach einer kürzlich durchgeführten Befragung von 400 Personen zur Zufriedenheit mit dem Lebensalltag in der Region standen die Einkaufsmöglich-

keiten in der Skala ganz oben: 82 % der Befragten waren mit den Einkaufsmöglichkeiten sehr oder eher zufrieden. Auch andere, für einen innerstädtischen Einzelhandel ebenfalls wichtige Bereiche hatten positive Bewertungen, so das kulturelle Angebot mit 77 %, Parkanlagen und Grünflächen mit 70 %, öffentlicher Nahverkehr mit 63 % sowie Gastronomie, Kneipen-, Club- und Partyszene mit 60 %. Negativ zu Buche geschlagen hat dagegen der gesamte Bereich „Wohnen“: Bei den Kosten für Wohneigentum, bei den Mietpreisen und bei der Anzahl der freien Wohnungen waren die Befragten zu über zwei Dritteln (67 % bis 68 %) sehr oder eher unzufrieden.²³

In diesem Rahmen dürften sich auch die Zufriedenheitswerte der Stadt Stuttgart bewegen, die mit einem Anteil von 23 % bei der Bevölkerung und 32 % bei den Erwerbstätigen bestimmend für die gesamte Region ist. Nach den Befragungen von Innenstadtbesucherinnen und -besuchern durch das IFH Köln hat Stuttgart nicht nur beim Angebot des Einzelhandels, sondern auch den Angeboten des Gastgewerbes, des Kultur- und Freizeitbereichs und verschiedener Dienstleistungsberufe 2020 bessere Werte erreicht als Städte vergleichbarer Größenordnung. In der Gesamtbewertung der Innenstadtbesucherinnen und -besucher hat Stuttgart die Schulnote 2,3 erhalten und damit etwas besser abgeschnitten als der Durchschnitt der Vergleichsstädte (Schulnote 2,4). Das Potenzial für eine attraktive Einkaufsstadt ist also in Stuttgart durchaus vorhanden.

Dies wird grundsätzlich auch durch die tatsächliche Kaufkraftbindung belegt. Nach der von der Michael Bauer Research GmbH ermittelten Zentralitätskennziffer konnte der stationäre Einzelhandel in Stuttgart 2022 eine um 13,2 % höhere Bindung der einhandelsbezogenen Kaufkraft verzeichnen als im Bundesdurchschnitt, in der Landeshauptstadt hat also 2022 ein respektable Kaufkraftzufluss stattgefunden. Unter den acht Städten mit mehr als 600 000 Einwohnerinnen und Einwohnern bedeutete dies den vierten Platz hinter Düsseldorf (15,6 %), Köln (15,3 %) und München (13,6 %), aber noch deutlich vor Hamburg (11,6 %), Berlin (8,7 %), Frankfurt (6,8 %) und Leipzig (2,4 %).

Allerdings, und dies ist die andere Seite der Medaille, hat Stuttgart unter diesen acht Städten bis 2019 immer an erster Stelle gelegen. Im Rahmen der insgesamt 15 Städte mit rund 500 000 oder mehr Einwohnerinnen und Einwohnern ist Stuttgart 2022 auf dem

20 Vergleiche IFH Köln: Vitale Innenstädte – Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten, a. a. O., S. 57.

21 Vergleiche IFH Köln: Vitale Innenstädte – Einkaufsverhalten in den deutschen Innenstädten, a. a. O., S. 45.

22 Vergleiche Haar, Martin: Die Stadt hat kein gutes Image, in: Stuttgarter Zeitung vom 19.10.2021, S. 17.

23 Vergleiche Pricewaterhouse Coopers: Großraum Stuttgart: Auswirkungen hoher Mieten, in: Leben und Arbeiten in Stuttgart und Region – PwC-Studie 2022: Hohe Wohnkosten beunruhigen die Arbeitnehmer: Innen, Stuttgart, September 2022.

achten Platz gelandet, in den Jahren 2015 bis 2018 war es noch Rang 2 hinter Nürnberg und 2019 Platz 3 hinter Nürnberg und Hannover. In der Tat hatte Stuttgart unter den 15 Großstädten den stärksten Rückgang der Zentralitätskennziffer zwischen 2019 und 2022 hinnehmen müssen. Neun Großstädte hatten weniger starke Verluste, Verbesserungen bei der Zentralitätskennziffer konnten nur Köln, Hannover, Dortmund, Duisburg und Dresden verzeichnen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die überproportionale Verringerung der Einzelhandelszentralität in Stuttgart auch auf eine dort relativ bessere Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zurückzuführen ist; jedenfalls konnte Stuttgart bei der Kennziffer des Einzelhandelsumsatzes bis 2020 unter allen 15 großen Städten den vierten Rang hinter München, Nürnberg und Düsseldorf behaupten.

Festzuhalten bleibt: Die meisten Großstädte hatten zuletzt an Attraktivität als Einkaufszentren eingebüßt, vor allem im Zuge der Maßnahmen zur Einschränkung der Coronapandemie. Insbesondere hat sich der Strukturwandel zugunsten des Online- und zulasten des stationären Einzelhandels beschleunigt, aber auch die verstärkte Inanspruchnahme der Möglichkeiten des Homeoffice hat eine Rolle gespielt. Dabei dürfte der Einbruch im Sortiment Textilien und Bekleidung, Schuhe und Lederwaren die Großstädte besonders betroffen haben.

Die überproportional starken Einbußen der Stadt Stuttgart dürften auch auf die polyzentrische Struktur der Region zurückzuführen sein; jedenfalls war der Rückgang der Zentralitätskennziffer zwischen 2019 und 2022 in Stuttgart deutlich stärker ausgeprägt als in der gesamten Region. Auch die meisten Städte der Region Stuttgart mit mehr als 50 000 Einwohnerinnen und Einwohnern hatten besonders hohe Verluste ihrer Kaufkraftbindung zu verzeichnen. Offensichtlich haben kleinere und mittelgroße Städte in der Region nach 2019 deutlich besser abgeschnitten und Kaufkraft zurückgeholt beziehungsweise stärker gebunden als zuvor. Interessanterweise sind ähnliche Tendenzen auch in Düsseldorf und Frankfurt am Main als weitere Städte mit polyzentrischer Regionalstruktur zu beobachten.

In den hier zugrunde gelegten Daten und Analysen sind die Folgen des Kriegs in der Ukraine und der massiven Störungen der Lieferketten noch gar nicht berücksichtigt. Die Versorgungsgänge und die enormen

Kostensteigerungen bei Strom, Öl und Gas erschweren die Kalkulation des stationären Einzelhandels erheblich und drücken gewaltig auf die Rentabilität der Betriebe. Hinzu kommt die Konsumzurückhaltung der Verbraucherinnen und Verbraucher aufgrund enorm gestiegener Energie- und Verbraucherpreise sowie Ängsten und Unsicherheiten über die weitere Entwicklung. Die schon im Zuge der Pandemie aufgetretene Verschlechterung der betrieblichen Situation dürfte sich damit weiter verschärfen. Darüber hinaus wird Planung und Kalkulation vieler Handelsunternehmen durch die Störung zahlreicher Lieferketten – als Folge der chinesischen Null-Covid-Strategie und der Sanktionsregime gegen Russland und andere Staaten – massiv beeinträchtigt.

Die genannten Probleme betreffen die gesamte Wirtschaft, Mittelstand und Einzelhandel aber in besonderem Maße. Dabei dürfte der innerstädtische Einzelhandel überproportional in Mitleidenschaft gezogen werden: Zum einen durch die Kaufzurückhaltung der durch Inflation und Einkommenssituation verunsicherten Menschen, die sich vor allem beim mittel- und längerfristigen Bedarf sowie im Bereich Bekleidung, Schuhe und Lederwaren auswirken dürfte, zum anderen durch das verringerte beziehungsweise verteuerte Angebot an verschiedenen Waren des nichtalltäglichen Bedarfs.

Bleibt zu hoffen, dass das nach wie vor gute Image der Stadt Stuttgart als Einkaufsort innerhalb und außerhalb der Region trotz der unbestreitbaren Schwierigkeiten erhalten bleibt. Gerade in den letzten Monaten hat der Einzelhandel Stuttgarts, auch in Zusammenarbeit mit anderen Bereichen wie zum Beispiel der Gastronomie, einiges zur Erhaltung und Aufwertung der Attraktivität unternommen.

Für den Einzelhandel im Allgemeinen sind die Aussichten allerdings eher verhalten: Nach der Trendumfrage des HDE rechnet die Mehrheit der Einzelhändler in Deutschland nicht damit, dass sich ihre Umsätze in einem durch Unsicherheit geprägten Umfeld 2023 nachhaltig erholen werden.²⁴ ■

 www.statistik-bw.de/HandelDienstl/
Volkswirtschaft und Branchen
Handel und Dienstleistungen

²⁴ Vergleiche Schäder, Barbara: Der Preisdruck lässt nicht nach, in: Stuttgarter Zeitung vom 03.01.2023, S. 10.