



Einzelhandel in Mainfranken

IHK-Branchenreport



Würzburg-Schweinfurt
Mainfranken

Verbindet Menschen und
Wirtschaft in Mainfranken

Einzelhandel in Mainfranken: IHK-Branchenreport

Stand 05/2022

Verleger

Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt K. d. ö. R., Mainaustraße 33 – 35, 97082 Würzburg
E-Mail: info@wuerzburg.ihk.de, Tel. 0931 4194-0

Vertretungsberechtigte

Präsident der IHK Würzburg-Schweinfurt: Dr. Klaus D. Mapara
Hauptgeschäftsführer der IHK Würzburg-Schweinfurt: Professor Dr. Ralf Jahn

Zuständige Aufsichtsbehörde

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie (www.stmwi.bayern.de)

Verantwortlicher Redakteur

Radu Ferendino, Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt K. d. ö. R., Mainaustraße 33 – 35, 97082 Würzburg

Autoren

Sanja Meyerding, Dr. Christian Seynstahl, Thomas Börner

Gestaltung

Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt K. d. ö. R., Mainaustraße 33 – 35, 97082 Würzburg,

Bildnachweis

Titelbild: Kikovic / 528955864 via Getty Images,
sonstige Bilder: IHK Würzburg-Schweinfurt, externe Bildquellen sind jeweils am Bild gekennzeichnet.

© Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier oder elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers. Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernimmt die IHK keine Gewähr.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung und Grundlagen	3
2	Einzelhandel in Mainfranken	4
2.1	Berufsbildung im Handel	4
2.2	Beschäftigung im Einzelhandel	5
2.3	Gründungstätigkeit im Einzelhandel	6
2.4	Konjunktur im Einzelhandel	8
2.5	Kaufkraftkennziffern des regionalen Einzelhandels	9
2.5.1	Allgemeine Kaufkraft.....	9
2.5.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	9
2.5.3	Sortimentspezifische Kaufkraft	11
2.5.4	Einzelhandelsumsatz.....	12
2.5.5	Einzelhandelszentralität (Zentralitätskennziffer).....	13
2.5.6	Onlinehandel.....	13
3	Zusammenfassung	15
	Quellenverzeichnis	16
	Abbildungsverzeichnis.....	16
	Anhang	17

1 Einführung und Grundlagen

Der vorliegende Report gibt einen Überblick über Kennzahlen und Strukturen im mainfränkischen Einzelhandel. Er dient der Information zu branchenspezifischen Besonderheiten und ergänzt als Informations- und Nachschlagewerk dahingehend den bereits verfügbaren Bestand an Branchenreports der IHK Würzburg-Schweinfurt (online abrufbar über die Mediathek der IHK unter www.wuerzburg.ihk.de/mediathek).

Der Report geht branchenspezifisch auf den regionalen Unternehmensbestand, den Arbeitsmarkt sowie die Ausbildungstätigkeit ein und beschreibt die Gründungsentwicklung sowie die konjunkturelle Dynamik. Beleuchtet werden hier außerdem regionale Kaufkraftkennziffern.

Gemäß Definition beschreibt Einzelhandel die Aufgabe eines Spannungsausgleiches zwischen Konsumenten und der Produktion aus räumlicher, zeitlicher, qualitativer und quantitativer Sicht (Wirtschaftslexikon, 2018). Handel wird, nach der Klassifikation des Statistischen Bundesamtes 2008 der Wirtschaftszweige (WZ 2008), dem Abschnitt G „Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kfz und Gebrauchsgütern“ zugeordnet. Hierbei unterscheidet die Systematik zwischen drei Untergruppen:

- 45: Handel mit Kraftfahrzeugen; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen
- 46: Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
- 47: Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)

(Statistisches Bundesamt 2008)

Einzelhandel betreibt, wer überwiegend Handelswaren an private Haushalte absetzt (Neiberger/Steinke 2020:24). Großhandel ist dagegen der Vertrieb von Handelswaren in eigenem Namen für eigene Rechnung oder für fremde Rechnung (Kommissionshandel). Der Absatz erfolgt überwiegend an andere Abnehmer als private Haushalte (ebd.).

Der Fokus dieses Branchenreports liegt auf dem Bereich des Einzelhandels gemäß der WZ 2008. Aufgrund der Datenverfügbarkeit ist in manchen Unterkapiteln der Handel mit Kraftfahrzeugen miteingeschlossen. In diesem Falle wird direkt darauf hingewiesen.

2 Einzelhandel in Mainfranken

In Mainfranken (dazu zählen die kreisfreien (krf.) Städte Schweinfurt und Würzburg sowie die Landkreise (Lkr.) Bad Kissingen, Haßberge, Kitzingen, Main-Spessart, Rhön-Grabfeld, Schweinfurt und Würzburg) sind gemäß der Mitgliederdaten der IHK Würzburg-Schweinfurt (Auswertung zum Stichtag 09.05.2022) 14.911 Unternehmen dem Einzelhandel zuzuordnen (Gruppe 47 der WZ 2008). Hinzu kommen 2.412 Händler von Kraftfahrzeugen (Gruppe 45 der WZ 2008). Zu unterscheiden ist zudem nach im Handelsregister eingetragenen Unternehmen (inklusive Hauptsitze und Zweigniederlassungen) und Kleingewerbetreibenden (ohne Gesellschaften bürgerlichen Rechts). In der Gruppe 47 (Einzelhandel ohne Handel mit Kraftfahrzeugen) sind 1.919 Unternehmen (rund 14 Prozent) im Handelsregister eingetragen und 12.892 zählen zu den Kleingewerbetreibenden in Mainfranken. In der Gruppe 45 (Handel mit Kraftfahrzeugen) beträgt ihr Anteil 21 Prozent. Da Handelsunternehmen qua Gesetz Mitglied der IHK sind, geben die Zahlen den Unternehmensbestand in Mainfranken vollumfänglich wieder.

Abbildung 1: Unternehmen im Einzelhandel in Mainfranken

Einzelhandel ohne Handel mit Kraftfahrzeugen (WZ 47)	Unternehmen im Handelsregister	Kleingewerbetreibende	Summe
Krf. Stadt Schweinfurt	136	639	775
Krf. Stadt Würzburg	405	1.468	1.873
Lkr. Bad Kissingen	217	1.510	1.727
Lkr. Rhön-Grabfeld	174	1.187	1.361
Lkr. Haßberge	163	1.398	1.561
Lkr. Kitzingen	206	1.202	1.408
Lkr. Main-Spessart	253	1.906	2.159
Lkr. Schweinfurt	147	1.524	1.671
Lkr. Würzburg	318	2.058	2.376
Mainfranken	1.919	12.892	14.911
Handel mit Kraftfahrzeugen (WZ 45)			
Krf. Stadt Schweinfurt	43	108	151
Krf. Stadt Würzburg	53	163	216
Lkr. Bad Kissingen	37	213	250
Lkr. Rhön-Grabfeld	52	185	237
Lkr. Haßberge	50	213	263
Lkr. Kitzingen	50	217	267
Lkr. Main-Spessart	81	245	326
Lkr. Schweinfurt	54	293	347
Lkr. Würzburg	75	280	355
Mainfranken	495	1.917	2.412

Quelle: IHK Würzburg-Schweinfurt Mitgliederdatenbank, abgerufen am 09.05.2022

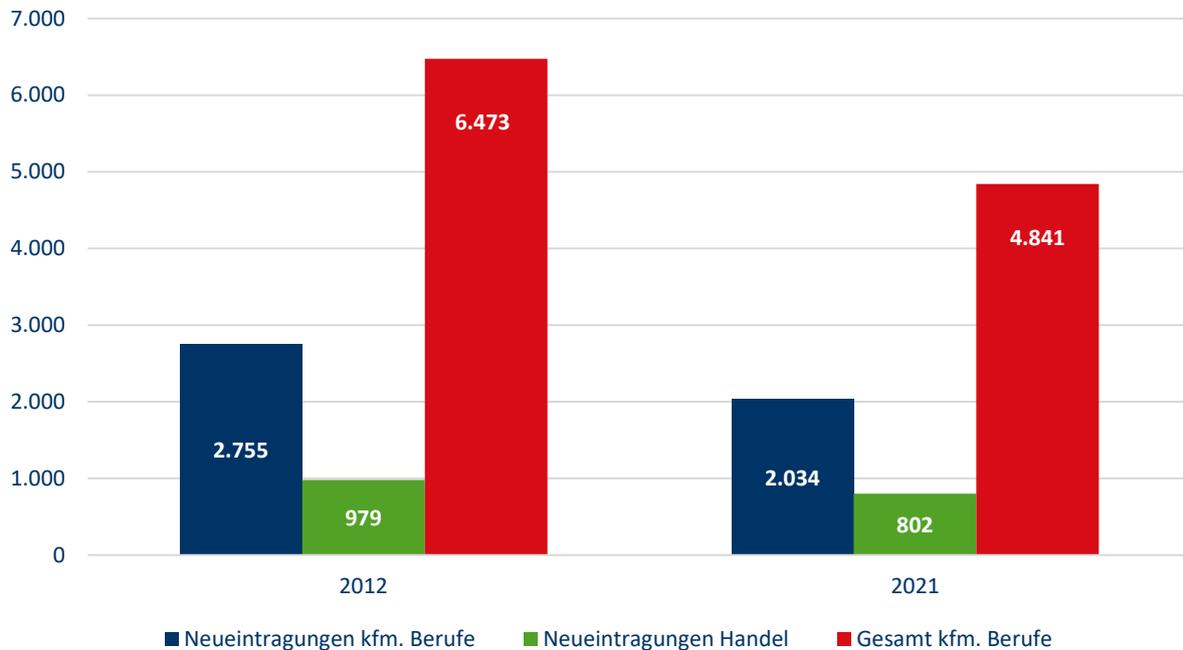
Die Abbildung 1 zeigt, dass in den mainfränkischen kreisfreien Städten und Landkreisen ausnahmslos Kleingewerbetreibende die Mehrheit der Einzelhandelsunternehmen stellen. Mit 2.731 Unternehmen (Einzelhandel mit und ohne Kraftfahrzeug) verzeichnet der Landkreis Würzburg die höchste Anzahl an Einzelhändlern, davon sind 355 (13 Prozent) dem Kraftfahrzeughandel zuzuordnen. Die höchste Anzahl der im Handelsregister registrierten Unternehmen in der Stadt Würzburg vorzufinden. Von den 458 dort ansässigen Einzelhändlern betreiben 53 (zwölf Prozent) Kraftfahrzeughandel.

2.1 Berufsbildung im Handel

In der Region Mainfranken bilden viele Handelsunternehmen aus. Im Jahr 2021 waren 4.841 Ausbildungsverhältnisse im Bereich der kaufmännischen Berufe bei der IHK Würzburg-Schweinfurt registriert (siehe Abbildung 2). Hiervon vielen 802 Neueintragungen auf den Bereich Handel (Einzelhandel, Großhandel, Handel mit Kraftfahrzeugen und Handelsvermittlung). Im Vergleich zu 2012 ist die Zahl der Ausbildungsverhältnisse für kaufmännische Berufe insgesamt um 33,7 Prozent

zurückgegangen. Bei den Neueintragungen bedeutet dies einen Rückgang von 35,4 Prozent bei den kaufmännischen Berufen aber nur 22,1 Prozent im Handel. Der Rückgang an fachberuflichen Ausbildungen betrifft also auch die Handelsbranche, wenngleich die Nachfrage nach Ausbildungen im Handel weniger stark gesunken ist als bei den kaufmännischen Berufen.

Abbildung 2: Ausbildungen im Handel



Quelle: IHK Würzburg-Schweinfurt

2.2 Beschäftigung im Einzelhandel

Die Statistik der Bundesagentur für Arbeit weist für Mainfranken Daten für die Agenturbezirke Würzburg und Schweinfurt aus.¹ Die im Einzelhandel arbeitenden sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) nehmen in beiden Agenturbezirken mit sechs (Schweinfurt) beziehungsweise sieben Prozent (Würzburg) ähnlich hohe Anteile am Gesamtarbeitsmarkt ein. Absolut betrachtet ist die Zahl der in der Region Würzburg SvB im Handel mit 16.430 um 28,6 Prozent größer als in Schweinfurt (11.730 SvB).

In den fünf Jahren von 2017 bis 2021 ist die Zahl der SvB im Einzelhandel fast nur gestiegen. Lediglich im Jahr 2020 zeigt sich ein kurzfristiger Rückgang der Beschäftigten um -0,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (siehe Abbildung 3, grüne Linie). Der kleine Einbruch entspricht jedoch der allgemeinen Dynamik des regionalen Arbeitsmarktes (blaue Balken) und ist dem Einfluss des Ausbruchs der Coronapandemie geschuldet.

¹ Der Agenturbezirk Würzburg umfasst die kreisfreie Stadt Würzburg sowie die Landkreise Würzburg, Kitzingen und Main-Spessart, der Agenturbezirk Schweinfurt die kreisfreie Stadt Schweinfurt sowie die Landkreise Schweinfurt, Bad Kissingen, Rhön-Grabfeld und Haßberge.

Abbildung 3: Anteil der SvB im Einzelhandel am Gesamtverhältnis im Zeitverlauf



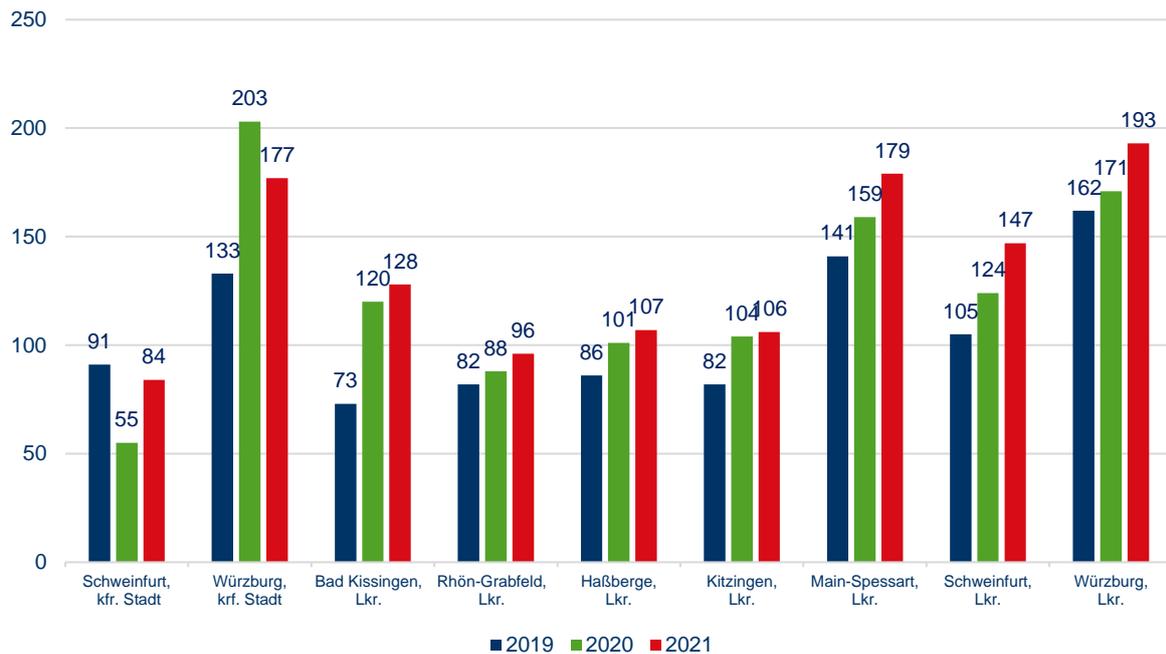
Quelle: Eigene Darstellung nach Statistik der Bundesagentur für Arbeit

2.3 Gründungstätigkeit im Einzelhandel

Absolut betrachtet zeigt Mainfranken in den letzten zehn Jahren in Summe über alle Branchen hinweg eine positive Entwicklung des Gründungsgeschehens. Von 2012 bis 2021 haben 71.462 Gründer ein Gewerbe angemeldet, dem stehen 64.475 Abmeldungen gegenüber. Der Gewerbebestand ist im entsprechenden Zeitraum um die Zahl 6.987 gewachsen, durchschnittlich pro Jahr um 699. Im Jahr 2021 waren in Mainfranken 68.989 der IHK Würzburg-Schweinfurt sowie 13.159 der Handwerkskammer für Unterfranken angeschlossene Unternehmen ansässig, in Summe 82.148 Unternehmen (Gründerreport Mainfranken 2022).

Bei Betrachtung der Dynamik an Neugründungen von Einzelhandelsunternehmen im Voll- und Nebenerwerb zeigt sich für die Jahre 2019 bis 2021 ein stetiges Wachstum der Markteintritte, von 955 im Jahr 2019 auf 1.125 im Jahr 2020 sowie auf 1.217 im Jahr 2021. Auch für die kreisfreie Stadt Würzburg zeichnet sich ein positiver Trend ab, wobei nach einem deutlichen Peak im Jahr 2020 mit 203 Neugründungen 2021 ein Rückgang auf 177 Neugründungen festzustellen ist. In der kreisfreien Stadt Schweinfurt zeichnet sich in der Tendenz eine leicht negative Entwicklung ab, mit zuletzt 84 Neugründungen im Jahr 2021 (Vergleich Abbildung 4).

Abbildung 4: Neugründungen im Einzelhandel in den Landkreisen

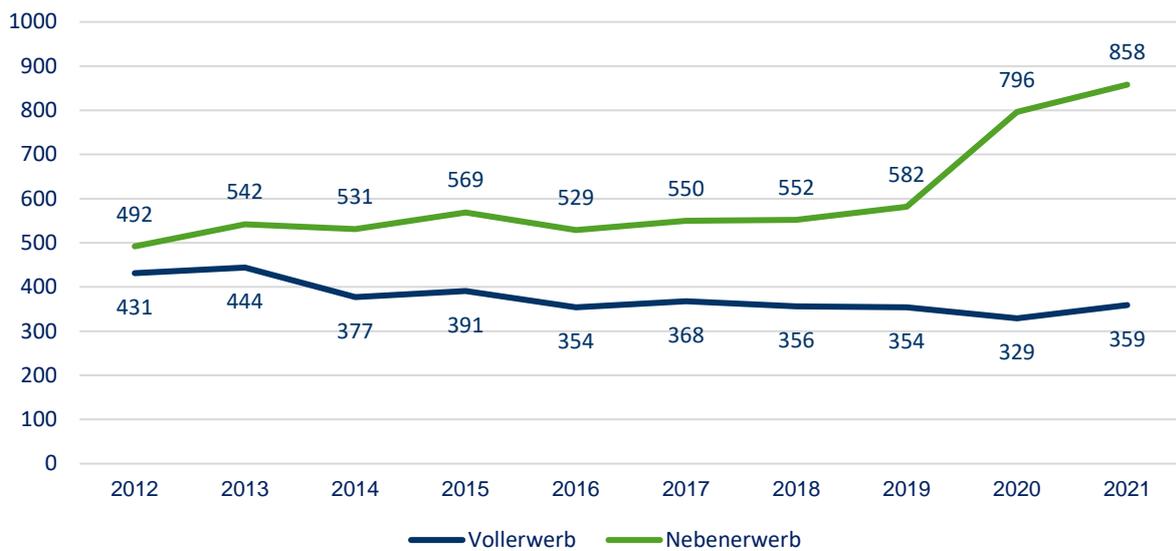


Quelle: Eigene Darstellung auf der Datengrundlage von Bayerisches Landesamt für Statistik

Die Entwicklung des Gründungsgeschehens verläuft in den einzelnen Wirtschaftszweigen unterschiedlich. Für Mainfranken insgesamt verzeichnete im Jahr 2021 die Branche der gewerblichen Dienstleistungen mit einem Saldo von 1.264 Unternehmen das höchste Gründungswachstum (Differenz zwischen Anmeldungen und Abmeldungen im Kalenderjahr). Auf dem zweiten Platz folgt die Branchengruppe Handel und Handelsvermittlung mit einem Saldo von 423 Unternehmen. Die Zahl ergibt sich aus 2.025 Gewerbean- und 1.602 -abmeldungen und ist um etwa 66 Prozent höher als 2020.

Aus der nachfolgenden Grafik wird deutlich, dass sich der Trend der Gründung im Nebenerwerb regional wie deutschlandweit auch in den Neugründungen des mainfränkischen Einzelhandels widerspiegelt. Die Neugründungen im Vollerwerb im Einzelhandel sind in den letzten zehn Jahren um rund 17 Prozent gesunken. Im Nebenerwerb sind die Neugründungen ab 2017 hingegen kontinuierlich gestiegen. Mit Beginn der Pandemie 2020 haben die Nebenerwerbsgründungen im Einzelhandel noch einmal stark zugenommen.

Abbildung 5: Neugründungen im Einzelhandel in Mainfranken nach Vollerwerb und Nebenerwerb

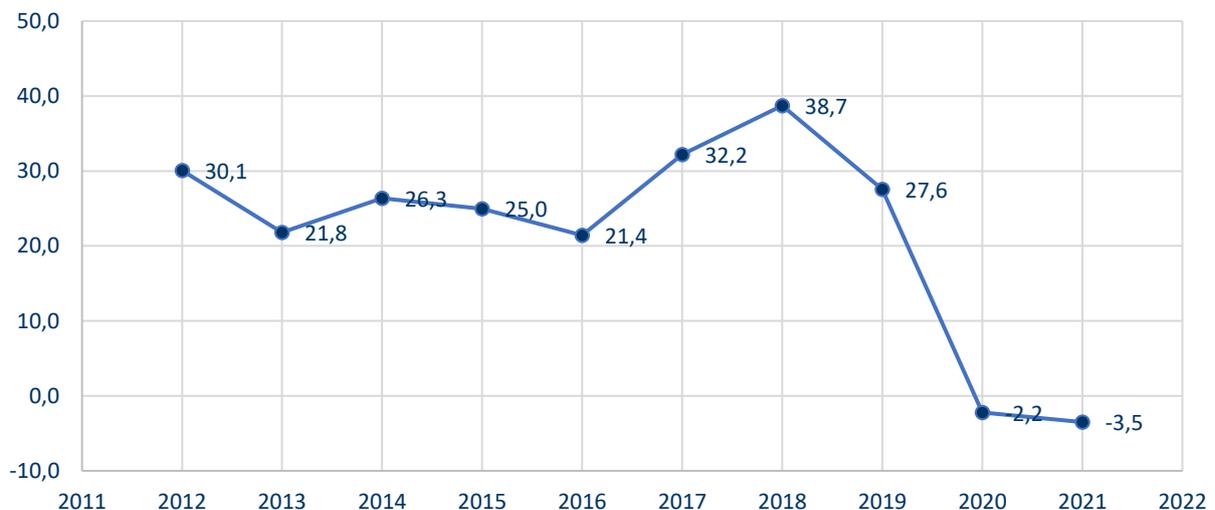


Quelle: Eigene Darstellung auf der Datengrundlage von Bayrisches Landesamt für Statistik

2.4 Konjunktur im Einzelhandel

Abbildung 6 zeigt die Jahresmittelwerte der Geschäftslagen im Einzelhandel aus den Konjunkturumfragen der IHK im zehnjährigen Vergleich. Die Geschäftslage errechnet sich jeweils aus dem prozentualen Anteilen der positiven Lagebeurteilung abzüglich des Anteils der negativen Bewertungen. Der Einzelhandel verzeichnet im Betrachtungszeitraum überwiegend gute Geschäfte. Die Jahresmittelwerte finden sich fast ausschließlich im positiven Bereich und erreichten 2018 einen Höchstwert von 38,7 Zählern. Mit Beginn der Corona-Pandemie im Jahr 2020 brach die Branche allerdings ein und hat sich seitdem nicht mehr erholt. Dies wird an den einzigen negativen Werten in den Jahren 2020 und 2021 deutlich. Grund für die negative Stimmung sind die stark steigenden Preise, vor allem für Energie, wodurch die Kaufkraft sinkt. Lieferschwierigkeiten und Materialknappheit belasten die Geschäftslage zusätzlich.

Abbildung 6: Jahresmittelwerte der Geschäftslage im Einzelhandel



Quelle: Eigene Darstellung auf der Datengrundlage der IHK Würzburg-Schweinfurt

2.5 Kaufkraftkennziffern des regionalen Einzelhandels

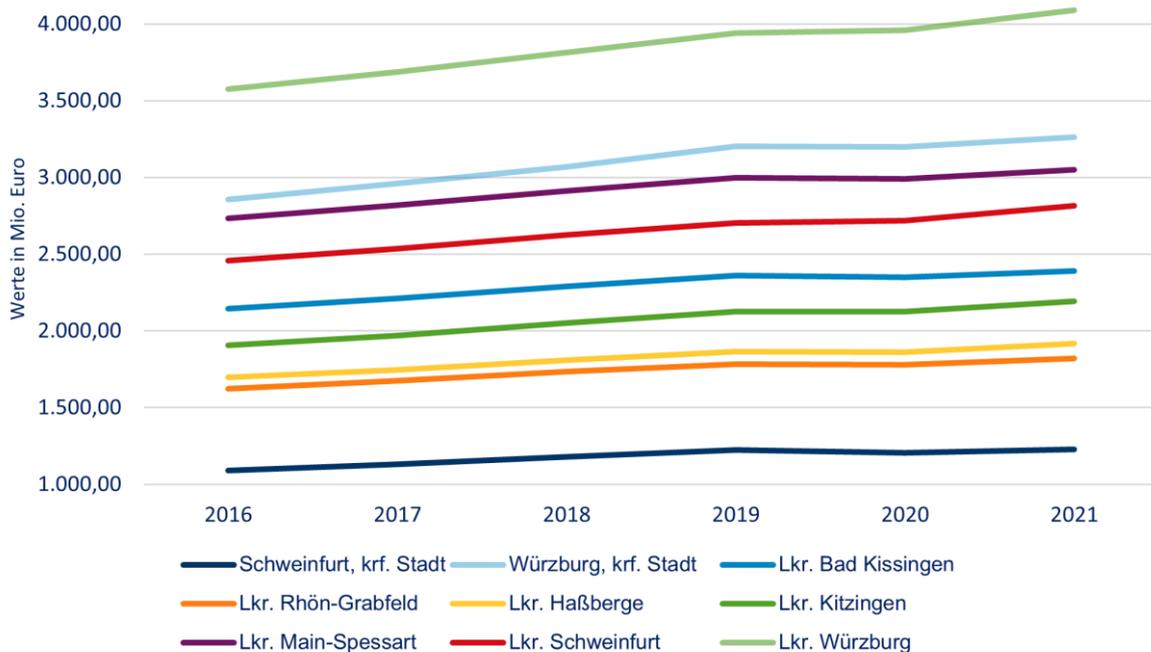
Die nachfolgenden Handelskennziffern entstammen einer regionalisierten Berechnung des Datenanbieters MB Research GmbH. Die Werte entstammen einer Prognose für das laufende Jahr 2022 und beziehen sich auf den Einzelhandel ohne den Verkauf von Kraftfahrzeugen (entsprechend der Gruppe 47 der WZ 2008).

2.5.1 Allgemeine Kaufkraft

In der regionalen Wirtschaftsplanung gehören die Kaufkraftkennziffern zu den wichtigsten Parametern zur Bestimmung des Konsumpotenzials. Laut Definition bezeichnet „Kaufkraft [...] das verfügbare Einkommen (Nettoeinkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung einer Region.“ (MB Research GmbH). Die Kaufkraft der Region Mainfranken betrug im Jahr 2021 22,8 Milliarden Euro.

Abbildung 7 zeigt die allgemeine Kaufkraft in den Landkreisen und kreisfreien Städten von 2016 bis 2021. Festzustellen ist, dass sich diese in den Landkreisen und kreisfreien Städten in diesem Zeitraum stabil mit leicht positiver Dynamik entwickelte. Von 2019 auf 2020 lässt sich bis auf die Landkreise Kitzingen, Schweinfurt und Würzburg ein minimaler Rückgang der Kaufkraft in den Gebietskörperschaften erkennen.

Abbildung 7: Kaufkraft im zeitlichen Verlauf nach Landkreisen



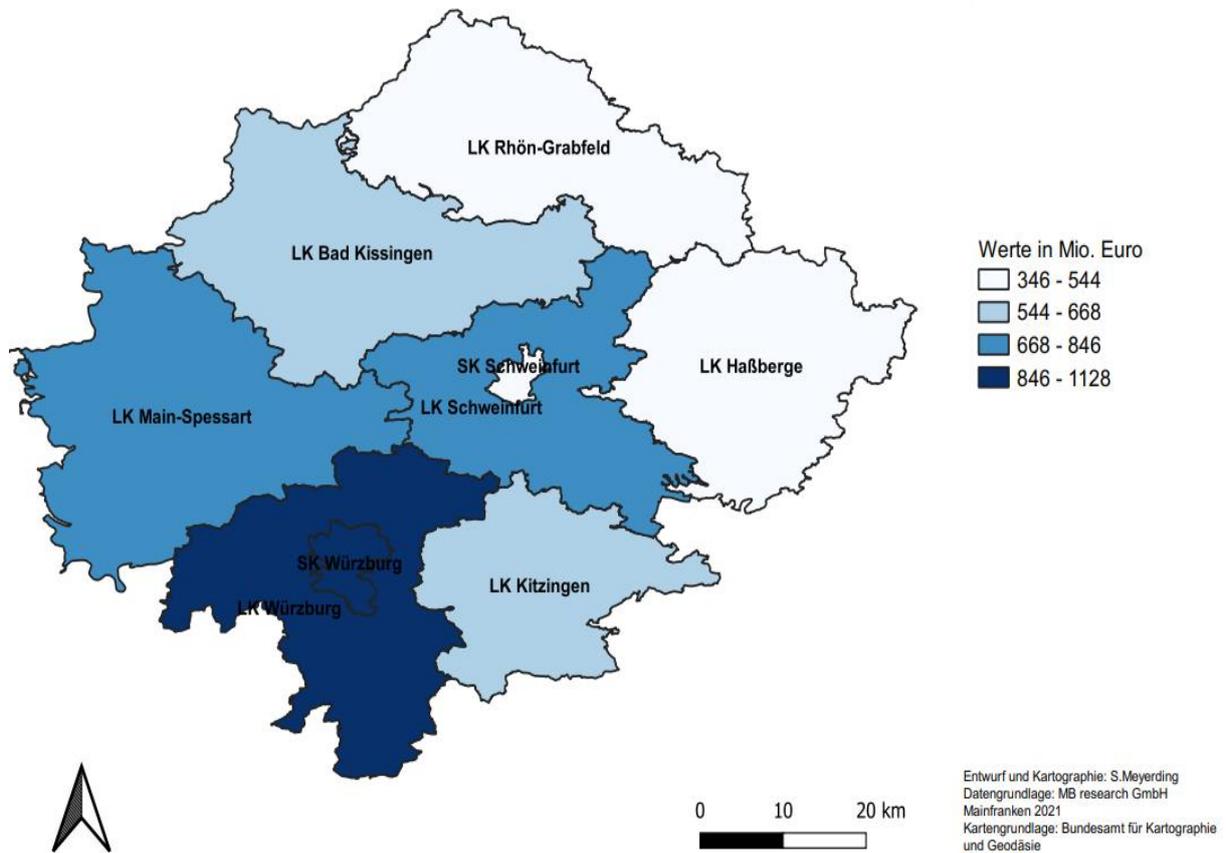
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von MB Research 2021

2.5.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird definiert als Anteile der Kaufkraft, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen (MB Research GmbH). Mainfrankenweit lag sie im Jahr 2021 bei 6,3 Milliarden Euro. In Abbildung 8 ist zu erkennen, dass die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Landkreis Würzburg (rund 1.128 Millionen Euro) und in der kreisfreien Stadt Würzburg (889 Millionen Euro) am höchsten ist, gefolgt von den Landkreisen Main-Spessart (846 Millionen Euro) und Schweinfurt (783 Millionen Euro) sowie Bad Kissingen (668 Millionen Euro) und Kitzingen (608 Millionen Euro). Eine

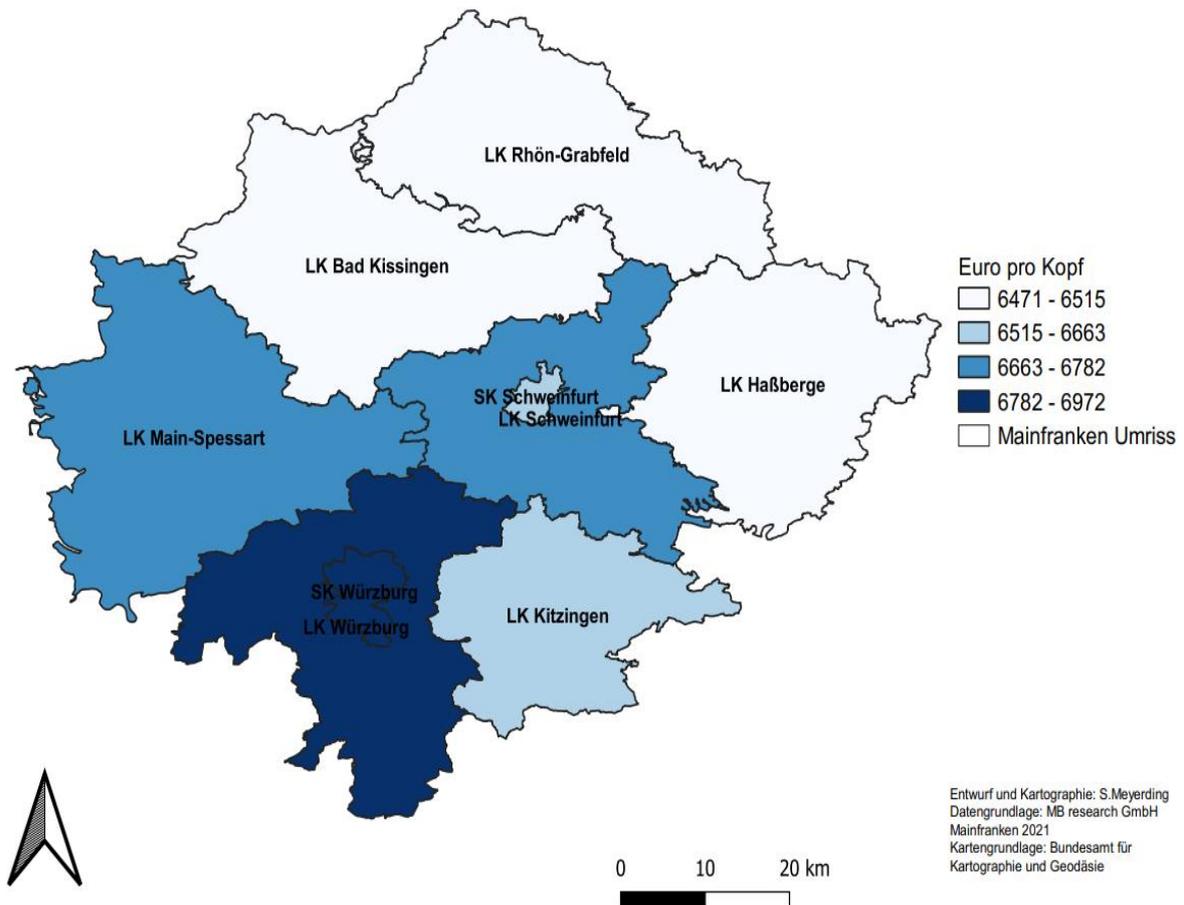
geringere Kaufkraft ist in den Landkreisen Haßberge (544 Millionen Euro), Rhön-Grabfeld (512 Millionen Euro) und der kreisfreien Stadt Schweinfurt (346 Millionen Euro) zu verzeichnen. Im Durchschnitt ergibt sich eine Kaufkraft von 703 Millionen Euro je Kreis.

Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Mainfranken in Millionen Euro



Stadt und Landkreis Würzburg sowie die Landkreise Main-Spessart und Schweinfurt verzeichnen auch eine höhere Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf. Allerdings unterscheiden sich die Werte pro Kopf im Vergleich zu den absoluten Beträgen der vorherigen Karte im Landkreis Bad Kissingen und der kreisfreien Stadt Schweinfurt. Je Einwohner beträgt die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft mainfrankenweit 6.727 Euro und liegt damit knapp unter dem deutschen Mittelwert von 6.760 Euro.

Abbildung 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Mainfranken in Euro pro Kopf



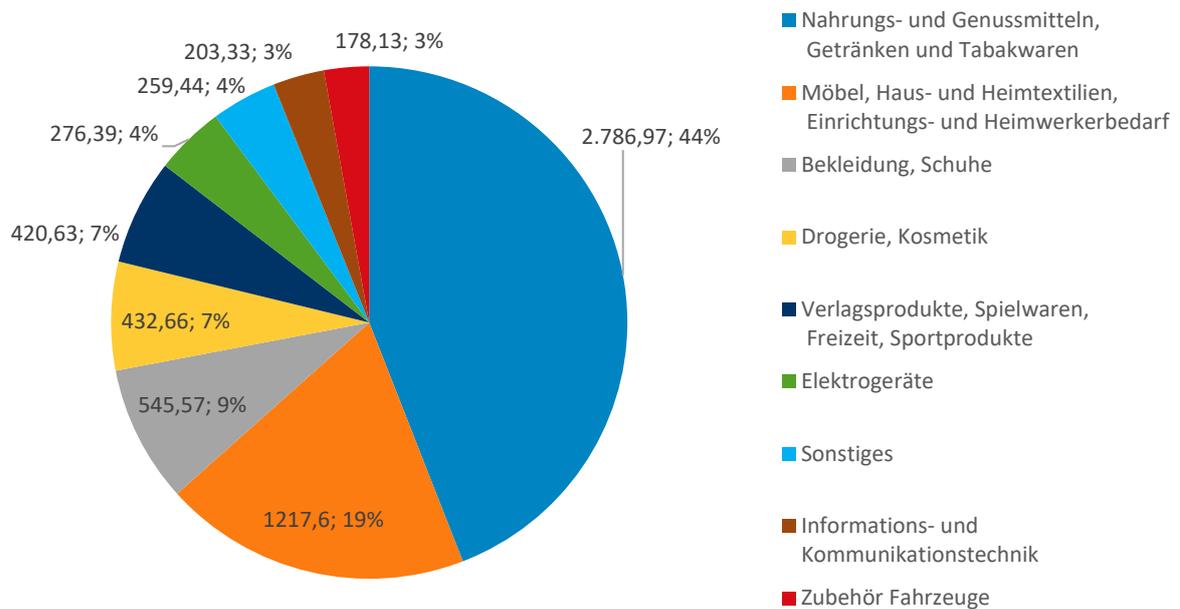
2.5.3 Sortimentsspezifische Kaufkraft

Die Sortimentsspezifische Kaufkraft bezieht sich auf einzelne Sortimente, wie zum Beispiel Herrenmode. Sie „spiegelt [somit] die Nachfrage der privaten Haushalte einer Region für diese Sortimente wider. Zum Vergleich: die allgemeine Kaufkraft bezeichnet lediglich das gesamte verfügbare Einkommen der Konsumenten – unabhängig davon, wofür es ausgegeben wird“ (MB Research GmbH).

Mit 2.787 Millionen Euro beziehungsweise 44 Prozent erreicht die Sortimentsgruppe „Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren“ die höchste Nachfrage in Mainfranken.² Weiterhin besteht eine hohe Nachfrage nach den Gruppen „Möbel, Haus- und Heimtextilien inklusive Einrichtungs- und Heimwerkerbedarf“ (1.218 Millionen Euro; 19 Prozent) sowie „Bekleidung und Schuhe“ (546 Millionen Euro; 9 Prozent). Daneben fällt ein geringerer Anteil auf die Sparten „Drogerie, Kosmetik“ sowie „Verlagsprodukte, Spielwaren, Freizeit und Sportprodukte“ mit jeweils sieben Prozent. Mit drei Prozent bilden die Bereiche „Fahrzeug Zubehör“ und „Informations- und Kommunikationstechnik“ das Schlusslicht. Ähnlich wie bei der Gruppe „Sonstiges“ handelt es sich hierbei allerdings um Sortimente des mittel- bis langfristigen Bedarfs, weshalb diese insgesamt seltener erworben werden als kurzfristige Verbrauchsgüter.

² Eine Übersicht der den Gruppen zugeordneten Sortimente befindet sich im Anhang.

Abbildung 10: Kaufkraft im Einzelhandel in Mainfranken 2021 nach Sortimentsgruppen (in Millionen Euro und in Prozent)

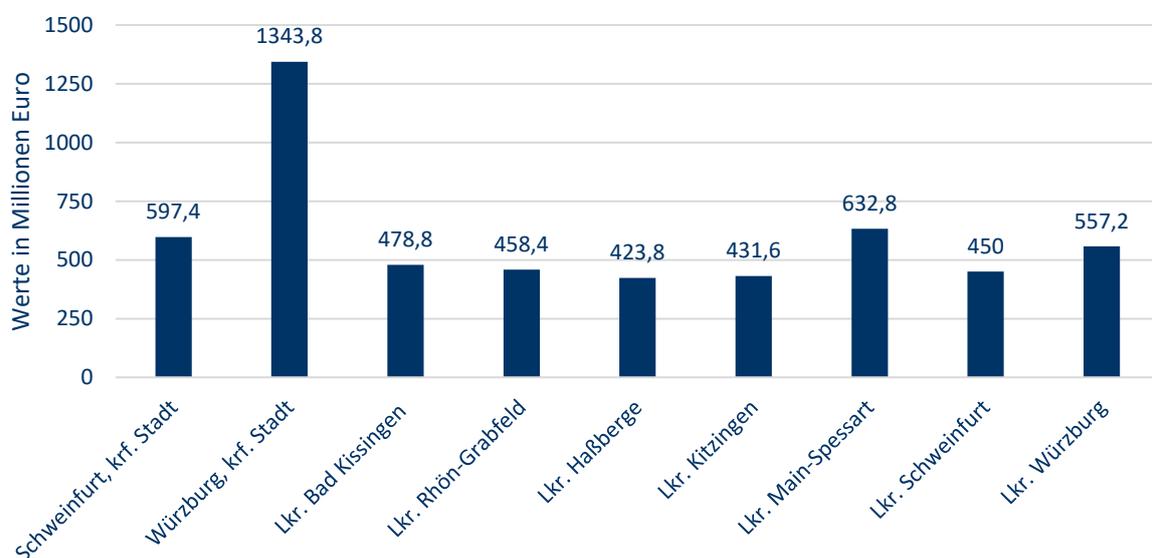


Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von MB Research 2021

2.5.4 Einzelhandelsumsatz

Mit 1.343,8 Millionen Euro ist der Umsatz im Einzelhandel in der kreisfreien Stadt Würzburg am höchsten in Mainfranken. Der Mittelwert der anderen sieben Landkreise und der kreisfreien Stadt Schweinfurt liegt bei rund 503 Millionen Euro. Die niedrigsten Umsätze im Einzelhandel erzielten im Jahr 2021 die Landkreise Haßberge (423,8 Millionen Euro) und Kitzingen (431,6 Millionen Euro). Insgesamt werden im mainfränkischen Einzelhandel 5,4 Milliarden Euro ausgegeben.

Abbildung 11: Umsatz im Einzelhandel 2021 in Mainfranken



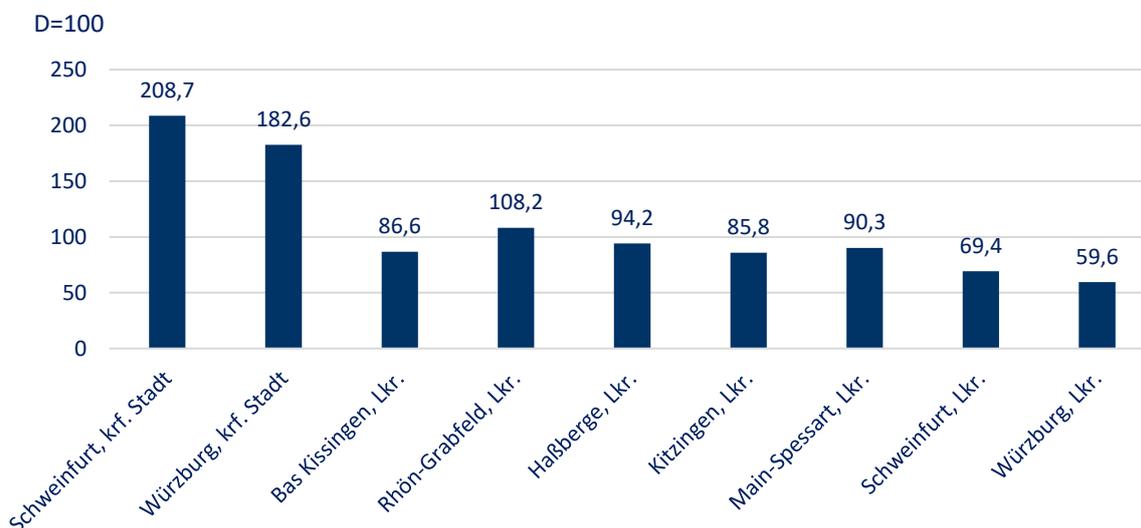
Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von MB Research / CIMA 2021

2.5.5 Einzelhandelszentralität (Zentralitätskennziffer)

„Die Zentralitätskennziffer ist ein Maß für die Attraktivität eines Standortes als Einkaufsort. Sie gibt an, inwieweit der örtliche Einzelhandel in der Lage ist, überörtliche Kundschaft anzuziehen. Sie wird als Quotient aus Einzelhandelsumsätzen und Einzelhandelsrelevanter Kaufkraft (multipliziert mit 100) bestimmt“ (MB Research GmbH). Als solches gibt sie das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der lokal vorhandenen Nachfrage wieder und steht somit für die Kaufkraftbindung einer Gebietskörperschaft. Ist ihr Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Einzelhandelszentralitätswert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die von der Gemeinde ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. Mit Hilfe der Zentralität kann so die Einzelhandelsattraktivität von Handelsstandorten verglichen werden.

Die Einzelhandelszentralität in Mainfranken liegt bei 102,7. Aus Abbildung 12 ist zu entnehmen, dass lediglich die kreisfreien Städte Würzburg und Schweinfurt sowie der Landkreis Rhön-Grabfeld einen Wert von über 100 vorweisen, die Landkreise Würzburg und Schweinfurt erzielen die geringsten Werte.

Abbildung 12: Einzelhandelszentralität 2021 in den Gebietskörperschaften

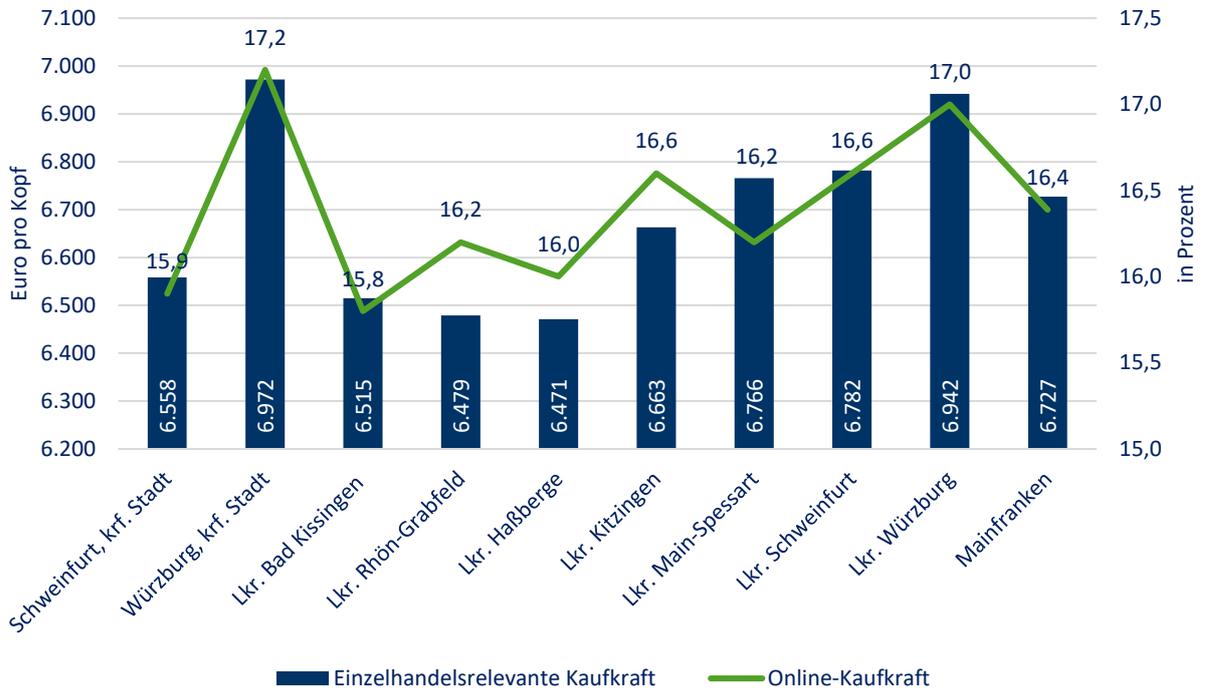


Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von MB Research 2021

2.5.6 Onlinehandel

Die Kaufkraftkennziffern für den Online-Handel sind Teil der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, beziehen sich allerdings nur auf die online getätigten Einkäufe. Abbildung 13 zeigt die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Verhältnis zur Online-Kaufkraft 2021 in den mainfränkischen Landkreisen. In Gesamtmainfranken beträgt die Online-Kaufkraft in Euro pro Kopf im Durchschnitt 1.109 Euro. Es wird deutlich, dass der Anteil des Online-Handels an der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Stadt und Landkreis Würzburg mit 17,2 bzw. 17,0 Prozent im regionalen Vergleich überdurchschnittlich hoch ist. Den geringsten Anteil verzeichnen die Stadt Schweinfurt sowie der Landkreis Bad Kissingen mit unter 16 Prozent.

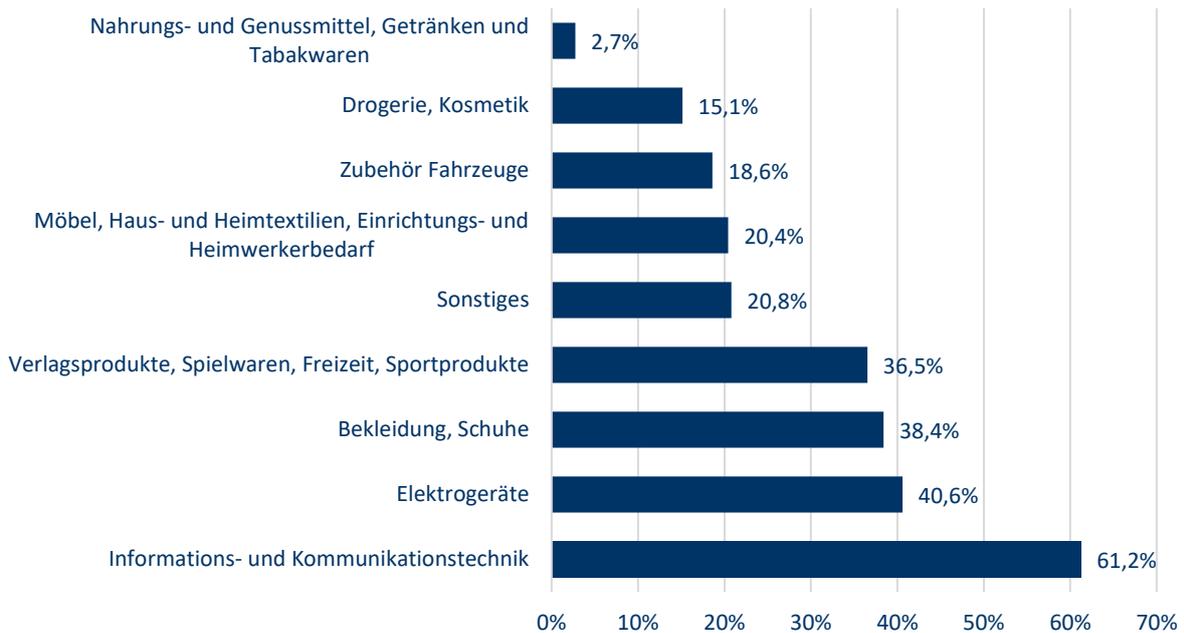
Abbildung 13: Anteil der Online-Kaufkraft an der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft 2021 nach Landkreisen in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung nach Daten von MB Research 2021

Abbildung 14 zeigt die Online-Anteile der Kaufkraft nach Sortimentsgruppen. Es wird deutlich, dass Informations- und Kommunikationstechnik überwiegend online eingekauft wird, aber auch Elektronikgeräte, Bekleidung und Schuhe sowie die Sortimentsgruppe „Verlagsprodukte, Spielwaren, Freizeit und Sportprodukte“ finden in Mainfranken in vergleichsweise hohem Ausmaß Absatz über das Internet. Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren werden fast ausschließlich stationär eingekauft.

Abbildung 14: Anteil der Online-Kaufkraft in den Sortimentsgruppen



Quelle: Eigene Darstellung Daten von MB Research 2021

3 Zusammenfassung

Der Einzelhandel nimmt in Mainfranken eine wichtige Rolle ein: 25 Prozent der rund 69.000 Mitgliedsunternehmen der IHK Würzburg-Schweinfurt werden dieser Branche zugerechnet (Handel mit und ohne Kraftfahrzeugen). Von den 17.323 Einzelhandelsunternehmen in Mainfranken sind 2.514 im Handelsregister registriert, während 14.809 Kleingewerbetreibende (ohne GbR) sind.

Der IHK-Branchenreport gibt Einblick in grundlegende Strukturen und Entwicklungen im regionalen Einzelhandel. Kernergebnisse des Branchenreports sind:

- 2021 wurden 802 neue Ausbildungsverhältnisse im Wirtschaftszweig (Einzelhandel, Großhandel, Handel mit Kraftfahrzeugen und Handelsvermittlung) geschlossen. Ähnlich wie bei den kaufmännischen Ausbildungsberufen, war auch im Handel die Zahl der Neueintragungen von Ausbildungsverhältnissen in den letzten zehn Jahren rückläufig.
- 28.160 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte waren im Jahr 2021 in Mainfranken im Einzelhandel gemeldet.
- Mit Ausnahme der Stadt Würzburg ist in allen Landkreisen und kreisfreien Städten die Zahl der Neugründungen im Einzelhandel 2021 im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Das Gründungswachstum für die Branche lag im Jahr 2021 mainfrankenweit im Saldo bei 423 Unternehmen. Differenziert nach Vollerwerbs- und Nebenerwerbsgründungen zeigt sich auch im Einzelhandel ein deutlicher Trend zur Gründung im Nebengewerbe.
- Der Einzelhandel konnte laut IHK-Konjunkturumfrage in den letzten zehn Jahren trotz einer gewissen Dynamik insgesamt eine positive Geschäftslage verzeichnen. Nach einem Hoch im Jahr 2018 stürzten die Jahresmittelwerte der Lagebeurteilungen mit Ausbruch der Corona-Pandemie im Jahr 2020 allerdings ab und lagen zuletzt im negativen Bereich.
- Die gesamte Kaufkraft in Mainfranken betrug im Jahr 2021 22,8 Milliarden Euro.
- Es gibt starke regionale Unterschiede in der Kaufkraft. Im Landkreis Würzburg ist sie am höchstens, während sie in der Stadt Schweinfurt am niedrigsten ist.
- 6,3 Milliarden Euro stehen für Ausgaben im mainfränkischen Einzelhandel zur Verfügung. Dies entspricht einer Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 6.727 Euro pro Kopf.
- Von der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft entfallen 16,5 Prozent auf den Online-Handel.
- Bei der Betrachtung der sortimentsspezifischen Kaufkraft (entspricht der Nachfrage nach bestimmten Warensortimenten beziehungsweise -gruppen) entfällt mit 44 Prozent der größte Teil auf Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren, gefolgt von Möbel- und Einrichtungsgegenständen mit 19 Prozent.
- Nicht die komplette Summe der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird in der Region Mainfranken ausgegeben. 2021 belief sich der Einzelhandelsumsatz mainfrankenweit auf 5,4 Milliarden Euro. Den höchsten Umsatz erzielte die kreisfreie Stadt Würzburg mit rund 1,3 Milliarden Euro.

Quellenverzeichnis

- Bayrisches Landesamt für Statistik (2021): Neugründungen nach Wirtschaftszweigen in Bayern.
- Bundesagentur für Arbeit (2021): Berufe auf einen Blick. URL: www.statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Interaktive-Statistiken/Berufe-auf-einen-Blick (Abrufdatum: 11.04.2022)
- IHK Würzburg-Schweinfurt (2022): Bildungsreport. URL: www.wuerzburg.ihk.de/bildungsreport/ (Abrufdatum: 15.04.2022)
- IHK Würzburg-Schweinfurt (2022): Gründerreport Mainfranken 2022. URL: https://www.wuerzburg.ihk.de/fileadmin/user_upload/PDF/Existenzgruendung/Gruendung_und_Nachfolge/IHK-Gr%C3%BCnderatlas_2022_web.pdf (Abrufdatum 04.05.2022)
- IHK Würzburg-Schweinfurt Mitgliederdatenbank (Abrufdatum: 09.05.2022)
- MB Research / CIMA Beratung + Management (2021): Einzelhandelsumsatz.
- MB Research (2021): Kaufkraft.
- MB Research (2021): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- MB Research (2021): Einzelhandelshandelszentralität.
- MB Research (2021): Sortiments- und Online-Kaufkraft 2021 in Deutschland: alle Sortimente. Basierend auf Statistisches Bundesamt.
- Neiberger, C./Steinke, M. (2020): Handel ist Wandel. In: Neiberger, C., Hahn, B. (Hrsg.): Geographische Handelsforschung. Aachen/Würzburg: Springer Spektrum. S.38-48.
- Statistisches Bundesamt (Destatis) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008). Wiesbaden.
- Wirtschaftslexikon Gabler (2018): Handel. URL: bwww.wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/handel-35491/version-258972 (Abrufdatum: 08.04.2022)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Unternehmen im Einzelhandel in Mainfranken	4
Abbildung 2: Ausbildungen im Handel	5
Abbildung 3: Anteil der SvB im Einzelhandel am Gesamtverhältnis im Zeitverlauf	6
Abbildung 4: Neugründungen im Einzelhandel in den Landkreisen	7
Abbildung 5: Neugründungen im Einzelhandel in Mainfranken nach Vollerwerb und Nebenerwerb.....	8
Abbildung 6: Jahresmittelwerte der Geschäftslage im Einzelhandel	8
Abbildung 7: Kaufkraft im zeitlichen Verlauf nach Landkreisen	9
Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Mainfranken in Millionen Euro	10
Abbildung 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Mainfranken in Euro pro Kopf.....	11
Abbildung 10: Kaufkraft im Einzelhandel in Mainfranken 2021 nach Sortimentsgruppen (in Millionen Euro und in Prozent).....	12
Abbildung 11: Umsatz im Einzelhandel 2021 in Mainfranken	12
Abbildung 12: Einzelhandelszentralität 2021 in den Gebietskörperschaften	13
Abbildung 13: Anteil der Online-Kaufkraft an der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft 2021 nach Landkreisen in Prozent.....	14
Abbildung 14: Anteil der Online-Kaufkraft in den Sortimentsgruppen.....	14

Anhang

Sortimentsgruppe	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel, Getränken und Tabakwaren	<ul style="list-style-type: none"> • Nahrungsmittel • Alkoholfreie Getränke • Alkoholische Getränke • Tabakwaren
Bekleidung, Schuhe	<ul style="list-style-type: none"> • Damenmode • Herrenmode • Kindermode • Wäsche • Strumpfwaren • sonstige Bekleidung • Schuhe
Möbel, Haus- und Heimtextilien, Einrichtungs- und Heimwerkerbedarf	<ul style="list-style-type: none"> • Möbel • Haus- und Heimtextilien, sonstige Einrichtungsgegenstände • Hausrat, Glas, Porzellan • Baumarktspezifisches Sortiment
Elektrogeräte	<ul style="list-style-type: none"> • Elektrogroßgeräte • Elektrokleingeräte • Unterhaltungselektronik
Drogerie, Kosmetik	<ul style="list-style-type: none"> • Wasch-, Putz und Reinigungsmittel • Gesundheit • Körperpflege • Babybedarf
Informations- und Kommunikationstechnik	<ul style="list-style-type: none"> • Telekommunikation • Informationstechnologie
Verlagsprodukte, Spielwaren, Freizeit, Sportprodukte	<ul style="list-style-type: none"> • Spielwaren • Hobbys, Musikinstrumente • Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren • Bespielte Tonträger • Sportgeräte • Sportbekleidung
Zubehör Fahrzeuge	<ul style="list-style-type: none"> • Kfz-Ersatzteile und Zubehör • Fahrräder und Zubehör
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> • Uhren und Schmuck • Tierbedarf • Optik • Lederwaren • Sonstiges



Information | Kontakt



Elena Fürst
M.Sc. Economics
Referentin Konjunktur und Statistik

+49 931 4194-320
+49 931 4194-88320
elena.fuerst@wuerzburg.ihk.de



Dr. Sascha Genders
Diplom-Volkswirt, LL. M. Eur.
Stellvertretender Hauptgeschäftsführer
Bereichsleiter Standortpolitik | Existenzgründung und
Unternehmensförderung

+49 931 4194-373
+49 931 4194-88373
sascha.genders@wuerzburg.ihk.de



Dr. Christian Seynstahl
Diplom-Geograph
Referent Regionalentwicklung
Teamleiter Standortpolitik

+49 931 4194-314
+49 931 4194-88314
christian.seynstahl@wuerzburg.ihk.de