

Gewinner-Städte im Kampf um die Einzelhandels-Kaufkraft Welche Kommunen ziehen Konsumenten besonders stark an? MB-Research Zentralitätskennziffern 2026 für Deutschland

Gewinner-Städte über 100.000 Einwohner, Erfolgsfaktoren: Unbestrittene Oberzentren in Solitärlage mit dünn besiedeltem Umland

- Bei den Großstädten führt **Trier** (Zentralitätskennziffer 174,3) die Rangliste bei der Magnetkraft des Einzelhandels an, dicht gefolgt von **Würzburg** (172,7) und **Kaiserslautern** (167,7).

Gewinner-Kommunen ab 10.000 Einwohnern, Erfolgsfaktoren: Große Einzelhandelsagglomerationen in verkehrsgünstiger Lage in der Nähe von umliegenden größeren Städten und Rolle von grenzüberschreitenden Einkäufen

- Kleinere Kommunen erzielen im Vergleich zu Großstädten vergleichsweise sehr hohe Zentralitätskennziffern. Es führt **Mülheim-Kärlich** im Landkreis Mayen-Koblenz (Zentralitätskennziffer 469,9) vor **Harrislee** (Landkreis Schleswig-Flensburg; 467,3) und **Leuna** im Saalekreis (Sachsen-Anhalt; 398,1.)

Nürnberg, im Juli 2026 – Michael Bauer Research GmbH (MB-Research) hat für Deutschland die neuesten Zentralitätskennziffern 2026 berechnet. Diese sind ab sofort verfügbar.

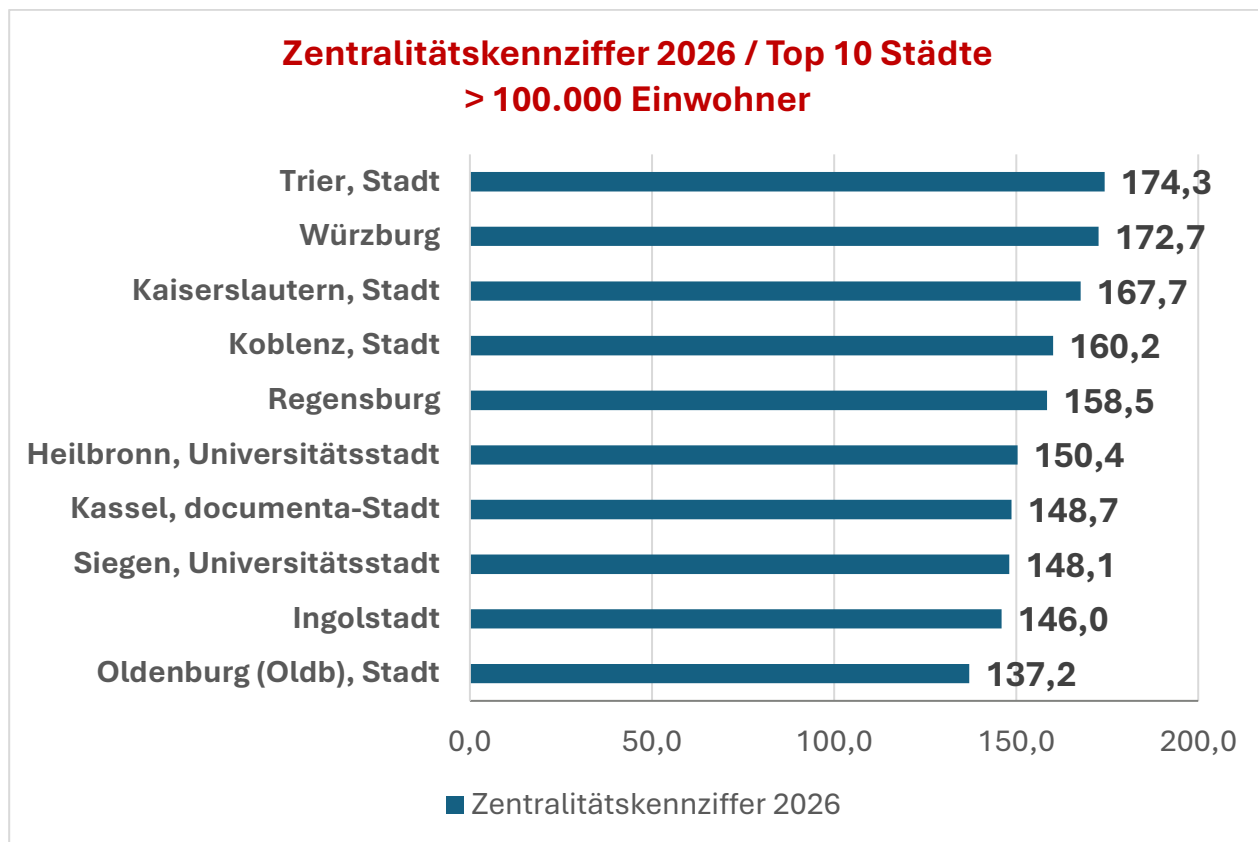
Zentralitätskennziffern beschreiben die Relation aus Einzelhandelsumsatz (gemessen am Point of Sale) und Einzelhandelsrelevanter Kaufkraft (gemessen am Wohnort der Befragten) und ermöglichen so Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes, die Kaufkraft seiner eigenen Bewohner und die Kaufkraft der Bewohner anderer Gebiete an den örtlichen Einzelhandel zu binden.

MB-Research Zentralitätskennziffern liefern zentrale Einblicke in die wirtschaftliche Bedeutung von Regionen und Standorten.

Zentralitätskennziffern sind für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern und postalische Gebiete für zahlreiche Länder verfügbar.

Zentralität 2026, Deutschland

Großstädte über 100.000 Einwohner / Ranking Top 10



Unbestrittene Oberzentren in Solitärlage mit dünn besiedeltem Umland:

Trier, die Nummer 1 in Bezug auf die Einzelhandels-Zentralität, profitiert hinsichtlich seiner solitären Lage mit einem dünn besiedelten Umland ohne weitere Oberzentren in räumlicher Nähe und damit einer großen Ausdehnung seines Einzugsgebietes. Umsatzimpulse erhält der lokale Einzelhandel zudem durch den grenzüberschreitenden Einkaufstourismus aus dem benachbarten Luxemburg.

Die Oberzentren Würzburg und Kaiserslautern zeichnen sich ebenfalls durch ihre Funktion als überregionale Versorgungszentren und durch eine weite Ausdehnung ihres Einzugsgebietes in das Umland aus.

Das gemeinsame Merkmal von Trier, Würzburg und Kaiserslautern ist der deutliche Bedeutungsüberschuss gegenüber dem Umland, der dem lokalen Einzelhandel eine hohe Magnetkraft verleiht.

Beispiel Trier, Zentralitäts-Champion bei den Großstädten über 100.000 Einwohnern:

Obwohl der Einzelhandels-Kaufkraft-Index der Trierer Bevölkerung mit 94,6 etwas unter dem Bundesdurchschnitt liegt, verzeichnet der lokale Einzelhandel eine weit überdurchschnittliche Umsatzkennziffer von 164,9.

Dies spiegelt sich auch in den Pro-Kopf-Werten wider:

In Bezug auf die Bevölkerung von Trier werden im Einzelhandel der Stadt pro Kopf und Jahr 11.786 Euro ausgegeben. Die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf und Jahr der Trierer Bevölkerung beträgt jedoch nur 7.749 Euro. Die hohe Magnetwirkung des Trierer Einzelhandels auf das Umland in Form von Kaufkraftzuflüssen wird hierdurch deutlich.

Rang	Gemeinde	Bevölkerung	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2026			Einzelhandelsumsatz 2026			Zentralitäts- kennziffer 2026 D = 100
		Prognose 2026			EH-Kaufkraft-			Umsatz-	
		Jahresdurchschnitt	in Mio.	Euro	Index	in Mio.	Euro	kennziffer	
	(Gebietsstand 1.1.2026)	Anzahl	Euro	pro Kopf	D = 100	Euro	pro Kopf	D = 100	
1	Trier, Stadt	104.113	806,72	7.749	94,6	1.227,03	11.786	164,9	174,3
2	Würzburg	132.990	1.116,98	8.399	102,5	1.683,12	12.656	177,1	172,7
3	Kaiserslautern, Stadt	99.954	730,78	7.311	89,3	1.069,43	10.699	149,7	167,7
4	Koblenz, Stadt	112.912	917,53	8.126	99,2	1.282,54	11.359	158,9	160,2
5	Regensburg	151.884	1.336,79	8.801	107,5	1.849,06	12.174	170,3	158,5
6	Heilbronn, Universitätsstadt	131.720	1.104,46	8.385	102,4	1.449,32	11.003	153,9	150,4
7	Kassel, documenta-Stadt	196.445	1.488,18	7.576	92,5	1.931,89	9.834	137,6	148,7
8	Siegen, Universitätsstadt	102.064	783,21	7.674	93,7	1.012,64	9.922	138,8	148,1
9	Ingolstadt	141.582	1.227,15	8.667	105,8	1.563,74	11.045	154,5	146,0
10	Oldenburg (Oldb), Stadt	176.500	1.458,44	8.263	100,9	1.745,73	9.891	138,4	137,2
	Deutschland	83.357.600	682.712,32	8.190	100,0	595.825,82	7.148	100,0	100,0

Zentralität 2026, Deutschland Kommunen ab 10.000 Einwohnern / Ranking Top 10



- **Einzelhandelsagglomerationen in verkehrsgünstiger Lage in der Nähe von umliegenden größeren Städten**
- **Rolle von grenzüberschreitenden Einkäufen**

Die Nummer 1 in Bezug auf die Einzelhandelszentralität bei den kleineren Kommunen ab 10.000 Einwohnern ist Mülheim-Kärlich (11.122 Einwohner). Die sehr hohe Zentralitätskennziffer von 469,9 erlangt Mülheim-Kärlich durch einen der größten zusammenhängenden Fachmarktzentren Deutschlands, dem Gewerbepark Mülheim-Kärlich, in sehr verkehrsgünstiger Lage und in geringer Distanz zum Oberzentrum Koblenz. Mülheim-Kärlich gelingt es somit sehr gut, die Kaufkraft seiner eigenen Bewohner und die Kaufkraft der Bewohner anderer Gebiete an den örtlichen Einzelhandel zu binden.

Die Nummer 2, Harrislee (Einwohnerzahl 11.796) im Landkreis Schleswig-Flensburg, erzielt eine fast ebenso hohe Zentralitätskennziffer wie Mülheim-Kärlich. Harrislee profitiert vor allen Dingen von seiner grenznahen Lage zu Dänemark mit grenzüberschreitenden Einkäufen. Die Grenzhandels-Anbieter ziehen Kunden vor allen Dingen durch die in Deutschland gegenüber Dänemark niedrigere Mehrwertsteuer an. Darüber hinaus profitiert Harrislee von seiner verkehrsgünstigen Lage direkt an der A7 und seiner Nähe zum einwohnerstärkeren Oberzentrum Flensburg.

Rang 3 belegt Leuna (13.992 Einwohner) im Saale-Kreis, Sachsen-Anhalt. Leuna liegt in verkehrsgünstiger Lage, direkt an der A9 zwischen den Oberzentren Halle und Leipzig. Die hohe Zentralitätskennziffer von 398,1 ist auf das Shopping-Center Nova Eventis mit über 50.000 m² Verkaufsfläche im Ortsteil Günthersdorf sowie zwei überregional wirksame Möbelhäuser zurückzuführen. Hierdurch gelingt es, Kaufkraft aus dem Umland von Leuna in erheblichem Umfang zu mobilisieren und in Leuna zu binden.

Beispiel Mülheim-Kärlich, Zentralitäts-Champion bei den kleineren Kommunen ab 10.000 Einwohnern:

Einem gegenüber dem Bundesdurchschnitt leicht unterdurchschnittlichen Einzelhandels-Kaufkraft-Index der Bevölkerung von Mülheim-Kärlich in Höhe von 98,6 steht eine weit überdurchschnittliche Umsatzkennziffer in Höhe von 463,2 gegenüber.

In Pro-Kopf-Werten betrachtet wird die immense Magnetkraft des Gewerbe Parks Mülheim-Kärlich auf das Umland der Stadt noch klarer ersichtlich:

In Bezug auf die Bevölkerung von Mülheim-Kärlich werden im Einzelhandel der Stadt pro Kopf und Jahr 33.111 Euro ausgegeben. Die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf und Jahr der Einwohner von Mülheim-Kärlich beträgt jedoch nur 8.074 Euro.

Rang	Gemeinde	Bevölkerung	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2026			Einzelhandelsumsatz 2026			Zentralitäts- kennziffer 2026 D = 100
		Prognose 2026			EH-Kaufkraft-			Umsatz-	
		Jahresdurchschnitt	in Mio.	Euro	Index	in Mio.	Euro	kennziffer	
	(Gebietsstand 1.1.2026)	Anzahl	Euro	pro Kopf	D = 100	Euro	pro Kopf	D = 100	
1	Mülheim-Kärlich, Stadt	11.122	89,80	8.074	98,6	368,27	33.111	463,2	469,9
2	Harrislee	11.796	92,95	7.880	96,2	379,08	32.136	449,6	467,3
3	Leuna, Stadt	13.992	111,76	7.988	97,5	388,31	27.752	388,3	398,1
4	Fehmarn, Stadt	13.245	117,88	8.900	108,7	402,10	30.359	424,7	390,8
5	Schwentinental, Stadt	14.081	119,76	8.505	103,8	379,20	26.930	376,8	362,8
6	Weiterstadt, Stadt	26.499	217,36	8.202	100,2	671,42	25.338	354,5	353,9
7	Bad Segeberg, Stadt	18.563	148,86	8.019	97,9	458,59	24.705	345,6	353,0
8	Wildau, Stadt	10.815	88,13	8.149	99,5	266,77	24.667	345,1	346,8
9	Ottersberg, Flecken	13.173	107,41	8.154	99,6	317,28	24.086	337,0	338,5
10	Metzingen, Stadt	23.121	202,16	8.744	106,8	585,45	25.321	354,2	331,8
	Deutschland	83.357.600	682.712,32	8.190	100,0	595.825,82	7.148	100,0	100,0

Über die Studie

MB-Research ermittelt für Deutschland jährlich und für viele andere Länder in Europa und weltweit auf Anfrage Zentralitätskennziffern. Die Zentralitätskennziffern 2026 für Deutschland sind nun verfügbar. Die Studie ist für alle Bundesländer, Regierungsbezirke, Stadt- und Landkreise, Gemeinden ab 10.000 Einwohnern und 5-stellige Postleitzahlgebiete bei Michael Bauer Research seit Mai 2026 erhältlich.

Was sind MB-Research Zentralitätskennziffern

MB-Research Zentralitätskennziffern beschreiben die Relation aus Einzelhandelsumsatz (gemessen am Point of Sale) und Einzelhandelsrelevanter Kaufkraft (gemessen am Wohnort der Befragten) und ermöglichen so Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes, die Kaufkraft seiner eigenen Bewohner und die Kaufkraft der Bewohner anderer Gebiete an den örtlichen Einzelhandel zu binden.

Wie werden MB-Research Zentralitätskennziffern berechnet?

Die Berechnung der Zentralitätskennziffern erfolgt aus den Indexwerten der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft und des Einzelhandelsumsatzes (Umsatzkennziffer):

Beispiel Gemeinde X

Einzelhandelsumsatz-Index (Umsatzkennziffer) 387,5 (Deutschland = 100)

Index Einzelhandelsrelevante Kaufkraft: 90,6 (Deutschland = 100)

Zentralitätskennziffer: $(387,5 / 90,6) * 100 = 427,7$

Beim Einzelhandelsumsatz werden die Einkäufe am Einkaufsort (PoS) der Konsumenten erfasst, da hier die im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze gemessen werden. Für die Ermittlung wird als Definition der im stationären Einzelhandel erzielte Umsatz zu Endverbraucherpreisen, inklusive Bäckereien, Konditoreien und Metzgereien, zugrunde gelegt. Internet- und Versandhandel und Einzelhandel mit Kfz, Krafträdern sowie Tankstellen sind nicht enthalten. Bei der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ist auch der Online- und Versandhandel enthalten, was impliziert, dass die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Summe höher ist als der Einzelhandelsumsatz und somit tendenziell mehr Gebiete Kaufkraftabflüsse als -zuflüsse verzeichnen. Die Bedeutung des Online-Handels führt in Konsequenz dazu, dass alle Städte mit einer Einzelhandelszentralität von nicht mehr als ca. 114,6 (Stand: 2026) einen Kaufkraftabfluss verzeichnen.

Daher wird seit 2020 zusätzlich die **Kaufkraftbindungsquote** (in Prozent) ausgewiesen. Diese bezieht sich auf die Absolutbeträge in Euro und damit die absolute Fähigkeit eines Gebietes, die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung des eigenen Gebietes und anderer Gebiete innerhalb des eigenen Gebietes zu binden. Gebiete mit einer Kaufkraftbindungsquote von über 100% erzielen höhere Kaufkraftzuflüsse als -abflüsse, Gebiete unter 100% mehr Kaufkraftabflüsse an andere Gebiete und/ oder den Onlinehandel

Wie werden MB-Research Zentralitätskennziffern genutzt?

MB-Research Zentralitätskennziffern liefern zentrale Einblicke in die wirtschaftliche Bedeutung von Regionen und Standorten.

Als etablierter Indikator in der Standort-, Handels- und Regionalanalyse ermöglichen Zentralitätskennziffern fundierte Bewertungen der Angebotsstärke und Versorgungsfunktion einzelner Gebiete. Unternehmen, Investoren und öffentliche Akteure erhalten damit eine belastbare Entscheidungsgrundlage für Standortbewertungen, Expansionsplanungen und Marktanalysen.

Über Michael Bauer Research

Michael Bauer Research GmbH (MB-Research) mit Sitz in Nürnberg besteht seit 2004 und ist spezialisiert auf weltweit vergleichbare Marktdaten sowie kompatible Digitale Grenzen auf administrativer, postalischer und mikrogeografischer Ebene.

MB-Research vertreibt seine Marktdaten und Digitalen Grenzen für Deutschland und über 180 Länder weltweit direkt und über Partnerunternehmen.

Die Marktdaten von MB-Research werden von einer großen Zahl marktführender Unternehmen aus zahlreichen Branchen (z.B. Handel, Automobilindustrie, Konsumgüter, Investitionsgüter, Banken, Immobilienberatung, Dienstleistungen) und öffentlichen Institutionen eingesetzt.

Michael Bauer Research GmbH, Schleifweg 21, 90409 Nürnberg

Tel.: +49 (0) 911 – 13136 -211

E-Mail: sales@mb-research.de

www.mb-research.de