

Weihnachtseinkäufe 2025: Große regionale Unterschiede bleiben

Barbara Engels / Jan Wendt, 15.12.2025

Ob Gans oder Kartoffelsalat, ein neues Buch oder das traditionelle Paar Socken: Zu Weihnachten stehen diverse Einkäufe an. Wie hat sich das Angebot des stationären Einzelhandels in Deutschland innerhalb eines Jahres verändert? Ein Vergleich der Daten vom November 2024 und 2025 zeigt: Die regionalen Unterschiede bleiben erheblich – zwischen Spitzenreiter und Schlusslicht liegt ein Faktor von mehr als vier.

Um die „Hotspots“ für weihnachtliche Einkäufe zu identifizieren, wurde erneut die Dichte der stationären Einzelhandelsgeschäfte pro Landkreis oder kreisfreier Stadt als Anzahl der Geschäfte pro 10.000 Einwohner ermittelt (vgl. Engels et al., 2025). Als Datenquelle dienen die Einträge aus der OpenStreetMap der Geofabrik vom 27.11.2025 (Geofabrik, 2025), die mit den Daten vom 27.11.2024 verglichen wurden. Die methodische Vorgehensweise entspricht der Vorjahresanalyse: Berücksichtigt wurden alle Geschäfte des stationären Einzelhandels in den 400 deutschen Landkreisen und kreisfreien Städten, die auf Lebensmittel oder typische Weihnachtsgeschenke hinweisen (vgl. Engels et al., 2025).

Leichter Zuwachs auf Bundesebene

Die Zahl der insgesamt erfassten Geschäfte ist leicht gestiegen: Im Bereich Lebensmittel um 86 Geschäfte auf 112.126 Geschäfte (+0,1 Prozent), bei den Geschenken um 1.057 auf 102.022 Geschäfte (+1,0 Prozent). Ende

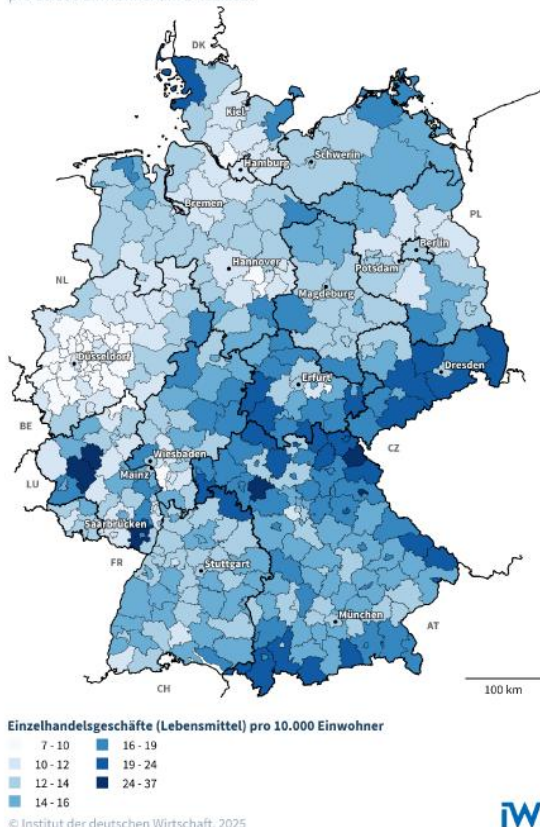
2025 wurden 214.148 Geschäfte erfasst, 1.143 mehr als Ende 2024. Pro 10.000 Einwohner entspricht dies einem Zuwachs von 0,14 Geschäften. Dieser Zuwachs ist für ost- und westdeutsche Kreise im Schnitt identisch. Auf Kreisebene ist jedoch viel in Bewegung: 217 Kreise verzeichnen Zuwächse, 162 Kreise Rückgänge, 21 Kreise bleiben unverändert.

Große Spreizung zwischen Regionen

Auffällig bleibt die erhebliche Spreizung zwischen den Kreisen. Im Gesamttranking bietet Spitzenreiter Weiden in der Oberpfalz mit 62,3 Geschäften pro 10.000 Einwohner mehr als viermal so viele Einkaufsmöglichkeiten wie Duisburg mit 13,8 Geschäften – ein Verhältnis von 4,5:1. Noch größer ist die Spreizung bei den Geschenkegeschäften: Hier liegt Passau mit 42,5 Geschäften pro 10.000 Einwohner zwölfmal höher als der Landkreis Straubing-Bogen mit 3,5 Geschäften. Bei den Lebensmittelgeschäften fällt die Spreizung mit 5:1 (Cochem-Zell: 36,6 vs. Duisburg: 7,4) etwas geringer aus. Die Versorgung mit Lebensmittelgeschäften ist also – gemessen an der Anzahl der Geschäfte – gleichmäßiger verteilt als das Angebot an Geschenkeläden. Allerdings kann – wie auch schon im Vorjahr – nicht von der Anzahl der Geschäfte auf die Verkaufsfläche und das Sortiment geschlossen werden. Eine Aussage über die tatsächliche Qualität der Versorgung ist also nicht möglich.

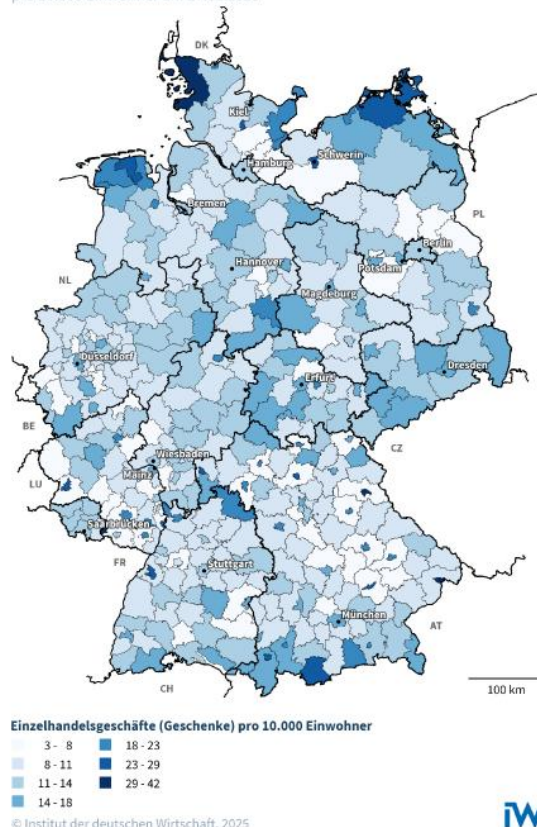
Einzelhandelsgeschäfte (Lebensmittel)

pro 10.000 Einwohner am 27.11.2025



Einzelhandelsgeschäfte (Geschenke)

pro 10.000 Einwohner am 27.11.2025



Hotspots für Lebensmittel: Weinregionen weiterhin vorne

An der Spitze der Lebensmittel-Hotspots hat sich wenig verändert: Der Landkreis Cochem-Zell bleibt mit 36,6 Geschäften pro 10.000 Einwohner unangefochten auf Platz 1, gefolgt vom Landkreis Südliche Weinstraße (29,7) und dem Landkreis Kitzingen (29,1). Die Weinanbaugebiete dominieren weiterhin das Ranking.

Am unteren Ende des Rankings zeigt sich ebenfalls Kontinuität: Duisburg (7,4 Geschäfte pro 10.000 Einwohner), Salzgitter (7,4) und Mülheim an der Ruhr (7,7) bilden das Schlusslicht. Das Ruhrgebiet bleibt die Region mit der geringsten Versorgungsdichte.

Hotspots für Geschenke: Passau bleibt Spitzenreiter

Bei den Geschenke-Hotspots behauptet Passau seine Spitzenposition: Mit 42,5 Geschäften pro 10.000 Einwohner bleibt die bayerische Grenzstadt auch 2025 der unangefochtene Spitzenreiter für das Geschenke-Shopping, wenngleich der Wert gegenüber dem Vorjahr

(44,7) leicht zurückgegangen ist. Zweibrücken (36,5) rückt auf den zweiten Platz vor und verdrängt Weiden in der Oberpfalz (34,9) auf Rang drei. Das Muster bleibt stabil: Grenzstädte, die Einkaufstouristen aus den Nachbarländern anziehen, dominieren das Ranking. So profitiert Passau von Kunden aus Österreich und Tschechien, Zweibrücken mit seinem Outlet-Center von französischen Besuchern. Diese Sogwirkung bestätigt auch eine aktuelle Studie zur Einzelhandelszentralität. Sie misst, ob eine Region mehr Kaufkraft anzieht als sie selbst generiert. Werte über 100 bedeuten einen Kaufkraftzufluss, Werte darunter einen Abfluss. Zweibrücken zieht demnach mit einem Zentralitätswert von 226 mehr als doppelt so viel Kaufkraft an, wie die Stadt selbst generiert – und liegt damit bundesweit an der Spitze. Passau folgt mit einem Wert von 200 auf Rang zwei (NIQ, 2025).

Am unteren Ende des Geschenke-Rankings finden sich vor allem ländliche Kreise in der Nähe größerer Städte: Der Landkreis Straubing-Bogen in Bayern bildet mit nur 3,5 Geschäften pro 10.000 Einwohner das Schlusslicht, gefolgt vom Landkreis Schweinfurt (5,2) und dem

Rhein-Lahn-Kreis in Rheinland-Pfalz (5,2). Diese Kreise liegen im Einzugsgebiet nahegelegener Oberzentren – Straubing, Schweinfurt bzw. Koblenz –, in denen die Einwohner vermutlich ihre Geschenkeinkäufe erledigen. Besonders deutlich zeigt sich dies am Beispiel Straubing: Während der Landkreis Straubing-Bogen bei der Einzelhandelszentralität mit einem Wert von 61 den letzten Platz aller 400 deutschen Kreise belegt, erreicht der benachbarte Stadtkreis Straubing bundesweit Rang drei (NIQ, 2025).

Universitätsstädte verlieren

Im Gesamtranking – also bei den Lebensmittel- plus den Geschenkegeschäften – fällt der Rückgang in mehreren Universitätsstädten auf. Flensburg verzeichnet mit -6,0 pro 10.000 Einwohner den stärksten Rückgang bundesweit, gefolgt von Potsdam (-5,3) und Leipzig (-5,1). In allen Fällen tragen sowohl rückläufige Werte den Geschenke- als auch Lebensmittelgeschäften zum Minus bei. Bei Flensburg könnte verändertes Einkaufsverhalten im deutsch-dänischen Grenzgebiet eine Rolle spielen; bei den anderen Städten lassen sich aus den Daten keine Ursachen ableiten.

Stationärer Handel vs. Onlinehandel

Der stationäre Einzelhandel steht jedoch auch beim Weihnachtsgeschäft in Konkurrenz zum Onlinehandel. Laut einer aktuellen Bitkom-Umfrage kaufen 73 Prozent der Deutschen in diesem Jahr Weihnachtsgeschenke online, 17 Prozent sogar ausschließlich im Internet (Bitkom, 2025). Zugleich besorgen 15 Prozent der Befragten alle Geschenke im stationären Handel, weitere 14 Prozent kaufen überwiegend vor Ort. Ob online oder offline eingekauft wird, ist vor allem eine Frage des Alters: Bei den 30- bis 49-Jährigen kaufen 82 Prozent Geschenke im Netz, bei den über 65-Jährigen nur 55 Prozent – in dieser Altersgruppe besorgen 28 Prozent alle Präsente im Geschäft vor Ort. Die regionalen Unterschiede in der Versorgungsdichte dürften das Einkaufsverhalten zusätzlich beeinflussen: Wer im Landkreis Straubing-Bogen wohnt, hat vor Ort deutlich weniger Geschäfte zur Auswahl als jemand in Passau – und bestellt unter Umständen lieber online.

Literaturverzeichnis

Bitkom, 2025, Rund drei Viertel besorgen Weihnachtsgeschenke online, <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Drei-Viertel-besorgen-Weihnachtsgeschenke-online> [9.12.2025]

Engels, Barbara / Mertens, Armin / Wendt, Jan, 2025, Weihnachten im stationären Einzelhandel: Verkaufshotspots in Deutschland, IW-Kurzbericht, Nr. 1, Köln

Geofabrik, 2025, OpenStreetMap Data Extracts, <https://download.geofabrik.de/> [9.12.2025]

NIQ, 2025, Deutsche Mittelstädte sind auch 2025 die attraktivsten Einzelhandelsstandorte, <https://nielseniq.com/global/de/news-center/2025/deutsche-mittelstaedte-sind-auch-2025-die-attraktivsten-einzelhandelsstandorte/> [10.12.2025]

Zur Methodik

Die vorstehende Analyse basiert auf Daten aus der OpenStreetMap, einer frei zugänglichen, kollaborativ gepflegten Geodatenbank. Anders als amtliche Statistiken bildet sie keine Vollerhebung ab, sondern den Erfassungsstand durch freiwillige Beitragende. Veränderungen in den Daten können daher tatsächliche Geschäftseröffnungen und -schließungen widerspiegeln oder eine verbesserte oder verschlechterte Erfassung in einzelnen Regionen. Trotz dieser Einschränkung eignen sich die Daten für einen systematischen Vergleich: Die Methodik wurde identisch auf beide Erhebungszeitpunkte angewandt, sodass relative Veränderungen und regionale Muster valide abgebildet werden. Die konsistenten Befunde – etwa die anhaltende Spitzenposition der Grenzregionen und Weinanbaugebiete – sprechen für die Belastbarkeit der Ergebnisse.