

Pressemitteilung

Datum
6. März 2007

Pressekontakt
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 7254 / 983-270
Fax +49 (0) 7254 / 983-290

E-Mail
c.lichtner@gfk-geomarketing.com

Unter den Bundeslandeshauptstädten hat Berlin Deutschlands größtes Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel

GfK GeoMarketing Standortatlas Deutschland vergleicht deutsche Landeshauptstädte in ihrer Funktion als Wirtschaftsstandort

GfK GeoMarketing GmbH

www.gfk-geomarketing.de
info@gfk-geomarketing.com

Geschäftssitz Waghäusel:
Gustav-Struve-Allee 1
D-68753 Waghäusel
Tel + 49 (0) 72 54 / 983 - 0
Fax + 49 (0) 72 54 / 983 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 - 1120
Fax + 49 (0) 40 / 227 - 7282

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90319 Nürnberg
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:
Murat Ayranci
Raimund Ellrott
Olaf Petersen
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Das Marktgebiet Berlins verfügte im Jahr 2006 mit 22,8 Milliarden Euro mit Abstand über das deutschlandweit größte einzelhandelrelevante Kaufkraftpotenzial unter den Landeshauptstädten. Bezogen auf ihr jeweiliges Marktgebiet folgen Hamburg mit 16,9 Milliarden Euro und München mit 15,6 Milliarden Euro. Dresdens Marktgebiet ist mit 4,9 Milliarden Euro Spitzenreiter in den neuen Bundesländern. Das sind Ergebnisse der Studie „GfK GeoMarketing Standortatlas Deutschland 2007“, für die GfK GeoMarketing die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in rund 610 deutschen Groß- und Mittelstädten und ihren Marktgebieten untersucht und u. a. nach Landeshauptstädten ausgewertet hat.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft beziehungsweise das für den Einzelhandel verfügbare Einkommen der deutschen Verbraucher beläuft sich im Jahr 2006 auf insgesamt 422,2 Milliarden Euro. Die größte Kaufkraft summiert sich in den bevölkerungsreichsten Marktgebieten, also in den Großstädten und ihren erweiterten Einzugsgebieten. Mit 5,2 Millionen Einwohnern und einem verfügbaren Einkommen von insgesamt 22,8 Milliarden Euro gilt Deutschlands Hauptstadt Berlin daher als das in Bezug auf den Einzelhandel kaufkraftstärkste Marktgebiet in der Bundesrepublik.

Schlusslicht Potsdam

Die in Bezug auf den Einzelhandel relevanten Marktgebiete anderer Landeshauptstädte wie Wiesbaden und Potsdam sind hingegen deutlich kleiner. So belegt die hessische Landeshauptstadt im Ranking des GfK GeoMarketing Standortatlas mit einer Kaufkraft von 2,4 Milliarden Euro Rang 14. Potsdam weist lediglich unter den 16 Landeshauptstädten mit 1,2 Milliarden Euro das kleinste Marktgebiet auf. Das liegt vor allem an der Nähe und dem direkten Wettbewerb zum Berliner Einzelhandel. Zum

Vergleich: Trotz seiner größeren Bevölkerungszahl entspricht das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen in Potsdams Marktgebiet etwa dem des niedersächsischen Celle oder des nordrhein-westfälischen Solingen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft gesamt in Millionen Euro nach Marktgebieten der deutschen Landeshauptstädte

Rang	Marktgebiet der Landeshauptstadt	einzelhandelsrelevante Kaufkraft gesamt in Mio. Euro
1	Berlin	22,8
2	Hamburg	16,9
3	München	15,6
4	Stuttgart	14,5
5	Düsseldorf	14,1
6	Hannover	8,8
7	Saarbrücken	6,3
8	Bremen	5,5
9	Dresden	4,9
10	Mainz	3,5
11	Erfurt	3,4
12	Magdeburg	3,1
13	Kiel	2,7
14	Wiesbaden	2,4
15	Schwerin	1,3
16	Potsdam	1,2

Im Ländervergleich der Kaufkraft pro Einwohner ergibt sich im Ranking der Landeshauptstädte ein deutlich anderes Bild.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in Tausend Euro nach Marktgebieten der deutschen Landeshauptstädte

Rang	Marktgebiet der Landeshauptstadt	einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in Tsd. Euro
1	München	5.350
2	Düsseldorf	5.150
3	Wiesbaden	5.100
5	Hannover	5.070
5	Stuttgart	5.060
6	Hamburg	5.050
7	Mainz	4.900
8	Bremen	4.850
9	Kiel	4.830
10	Potsdam	4.450
11	Berlin	4.350
12	Saarbrücken	4.300
13	Dresden	4.020
14	Schwerin	4.000
15	Erfurt	3.990
16	Magdeburg	3.950

Demnach steht den Einwohnern der Landeshauptstadt München und ihres Marktgebiets mit 5.350 Euro die höchste einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf zur Verfügung. Während die meisten Westdeutschen mit ihren Pro-Kopf-Ausgabebeträgen in den Marktgebieten dicht hinter der bayerischen Metropole liegen, verteilen sich die ostdeutschen Landeshauptstädte auf die hinteren Ränge. Selbst Berlin positioniert sich mit 4.350 Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft pro Einwohner auf Platz 11 im unteren Drittel dieser Rankings und wird dort aber noch von Potsdam mit 4.450 Euro pro Jahr knapp übertroffen.

Die Bürger in Potsdams Marktgebiet hingegen verfügen mit 4.450 Euro pro Jahr über die höchste einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Kaufkraft der ostdeutschen Hauptstädte.

Zur Studie

GfK GeoMarketing – GfK PRISMA Institut – hat im jährlich erscheinenden „GfK GeoMarketing Standortatlas Deutschland“ für rund 610 städtische Einzelhandelszentren im Bundesgebiet die möglichen Einzugsbereiche abgegrenzt und die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für diese Gebiete errechnet. Die Studie zeigt, welche unterschiedlichen Marktpotenziale für Einzelhandel und Investoren in den Marktgebieten großer Städte und Wirtschaftszentren im Bundesgebiet grundsätzlich bestehen.

Weitere Informationen: Thomas Hoffmann, GfK GeoMarketing, Tel.: +49 (0)911 395-2754, e-Mail: t.hoffmann@gfk-geomarketing.com

Über GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat mehr als 100.000 Anwender aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

- Beratung
- Marktdaten
- Digitale Landkarten
- GeoMarketing-Software

Das Unternehmen wurde 2006 aus GfK MACON, GfK PRISMA und GfK Regionalforschung gegründet und ist eine 100%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 70 Ländern mit über 130 Tochterunternehmen und rund 7.800 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.

Zur Beratung Standort- und Immobilienforschung – GfK PRISMA Institut

GfK GeoMarketing ist europaweit brachenübergreifend aktiv und hat bislang über 9.500 Gutachten, Analysen sowie Studien in der Standortforschung und Standortberatung erstellt.

Weitere Informationen zur Standort- und Immobilienforschung

finden Sie im Internet unter www.gfk-geomarketing.de/standort