

Pressemitteilung

Kaufkraft der Deutschen wächst wieder stärker

GfK-Studie zur Kaufkraft in den Stadt- und Landkreisen

Die Deutschen werden in 2008 im Durchschnitt rund 700 Euro mehr Konsumpotenzial haben als in 2007. Der Wohlstand wächst damit stärker als die Inflation.

Datum
17. Dezember 2007

Pressekontakt:
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 270
Fax. +49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

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

Nach den Ergebnissen der GfK-Studie stehen den deutschen Verbrauchern für das Jahr 2008 Nettoeinkommen in Höhe von insgesamt 1.542 Milliarden Euro zur Verfügung. Staatliche Leistungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld oder Renten sind hier inbegriffen. Pro Kopf entspricht dies einer Kaufkraft beziehungsweise einem durchschnittlichen verfügbaren Einkommen von 18.734 Euro im Jahr, das jeder Bundesbürger für Lebensunterhalt und Konsum ausgeben kann.

GfK GeoMarketing GmbH

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

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 9
Gebäude 6508
D-76646 Bruchsal
Tel + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 100
Fax + 49 (0) 72 51 / 92 95 - 290

Standort Hamburg:
Hans-Henny-Jahnn-Weg 53
D-22085 Hamburg
Tel + 49 (0) 40 / 227 112 - 0
Fax + 49 (0) 40 / 227 728 2

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

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

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Das sind fast 700 Euro mehr als im Vorjahr und entspricht einem Wachstum von rund 3,8 %. Die Pro-Kopf-Kaufkraft wächst damit stärker als die von der Europäischen Zentralbank für 2008 prognostizierte Inflationsrate von max. 2 Prozent. Somit haben die Menschen im Durchschnitt auch tatsächlich mehr Geld zur Verfügung als in 2007, beispielsweise für Mieten, Sparrücklagen, Dienstleistungen oder den Konsum im Einzelhandel.

Kaufkraft-Expertin Simone Baecker-Neuchl vom Nürnberger

Marktforschungsunternehmen GfK erläutert: „Die Kaufkraft der Deutschen entwickelt sich seit Jahren stabil nach oben. Auch wenn hierzulande keine mehrstelligen Wachstumsraten zu erreichen sind, so wächst der durchschnittliche Wohlstand doch sehr konstant auf einem recht hohen Niveau. Die Herausforderung für die Wirtschaft besteht also mehr denn je darin, dieses Konsumpotenzial der bekanntermaßen sparsameren deutschen Verbraucher freizusetzen, indem ein interessantes und vielseitiges Angebot geschaffen wird.“

Wohlstandsoase Bayern

Bemerkenswert und höchst folgenreich für Standortentscheidungen von Unternehmen sind jedoch die regionalen Unterschiede im Konsumpotenzial der Einwohner, die die Studie herausarbeitet:

Die Bewohner Bayerns sind mit durchschnittlich 20.340 Euro pro Kopf die wohlhabendsten. In mehr als einem Viertel aller bayrischen Stadt- und Landkreise liegt die durchschnittliche Kaufkraft 10 % oder mehr über dem Bundesdurchschnitt.

Besonders in den Landkreisen östlich von München ist die Kaufkraft weit überdurchschnittlich und wächst in 2008 sogar noch weiter. So liegen auch sieben der zehn kaufkraftstärksten Landkreise Deutschlands in Bayern (siehe Tabelle 1). In den Top 100 stellt Bayern insgesamt 39 Kreise.

Tabelle 1: Die zehn kaufkraftstärksten Stadt-/ Landkreise Deutschlands

Rang	Stadt-/Landkreis	Kaufkraft 2008 je Einwohner/ Jahr in Euro	Kaufkraftindex je Einwohner (Bundesschnitt =100)
1	Starnberg / Bayern	27.283	145,6
2	Hochtaunuskreis / Hessen	27.192	145,1
3	Main-Taunus-Kreis / Hessen	25.939	138,5
4	München (LK) / Bayern	25.931	138,4
5	München (SK) / Bayern	25.696	137,2
6	Ebersberg / Bayern	25.163	134,3
7	Fürstfeldbruck / Bayern	24.223	129,3
8	Erlangen / Bayern	23.646	126,2
9	Stormarn / Schleswig-Holstein	23.316	124,5
10	Dachau / Bayern	23.128	123,5

Quelle: GfK Kaufkraft 2008, GfK GeoMarketing

Auch in Baden-Württemberg ist die Kaufkraft der Einwohner in 2008 mit 20.026 Euro konstant überdurchschnittlich – so liegen 16 Landkreise in den Top 100. Hessen stellt 12 weitere und Nordrhein-Westfalen 15 Landkreise der Top 100. Mit einem weiteren Schwerpunkt in der Region um Hamburg ist also eine deutliche Kaufkraft-„Hochebene“ festzustellen, die durchgängig westlich der Mitte Deutschlands von Süden bis Norden verläuft.

Der Osten holt weiter auf

Im Kontrast dazu liegt der Pro-Kopf-Wert in allen Landkreisen der ostdeutschen Bundesländer ausnahmslos nach wie vor unter dem Bundesdurchschnitt. Es ist allerdings auch festzustellen, dass negative Abweichungen vom Durchschnitt so gut wie nirgends mehr höher als 25 Prozent liegen. Dies gilt auch für die ehemals sehr strukturschwachen Landkreise in Mecklenburg-Vorpommern. Der Wohlstand steigt in den meisten ostdeutschen Regionen konstant, auch wenn es nach wie vor ein deutliches West-Ost-Gefälle gibt.

Inzwischen gibt es jedoch sogar einige Regionen im Osten, die sich schneller entwickeln als bestimmte Gegenden im Westen. Etwa haben die Bewohner Dresdens mit durchschnittlich 17.182 Euro rund 1.000 Euro mehr in der Tasche als die Bewohner des Landkreises Regen in Bayern. Dr. Eberhard Stegner von GfK GeoMarketing erläutert: „Dresden bildet zusammen mit den anderen wachsenden Wirtschaftszentren in Sachsen und Thüringen – Chemnitz, Gera, Jena und Erfurt – eine Art Perlenschnur von regionalen Kaufkraftzentren.“

Landkreis schlägt Stadtkreis

Die Kaufkraftstudie misst das verfügbare Einkommen am Wohnort und nicht an dem Ort, an dem es ausgegeben wird. Die GfK Kaufkraft ist somit ein Indikator für Unternehmen, um Standorte in Hinblick auf das Konsumpotenzial eines gesamten Einzugsgebietes zu planen.

Insgesamt profitieren auch daher immer noch die Landkreise im Umland von Metropolen von dem Trend der Vergangenheit, dass einkommensstarke Schichten bevorzugt in die Vororte ziehen. München Stadt ist der einzige Stadtkreis in den Kaufkraft Top 10 – sonst ist das Bild typischerweise eher wie bei Karlsruhe: Der Landkreis Karlsruhe liegt mit rund neun Prozent über dem Bundesschnitt auf Rang 61, der Stadtkreis liegt auf Rang 110 und „nur“ noch 4,5 Prozent über dem Bundesschnitt. Einer der Gründe dafür ist, dass es direkt in den Innenstädten meist weniger Wohnfläche gibt; die besonders kaufkraftstarken Wohnquartiere befinden sich oft nicht in der Kernstadt, sondern in Randgemeinden. Vor-Ort-Studien haben gezeigt, dass besonders in größeren Metropolen in den städtischen Wohnlagen oft einkommensschwächere Schichten, etwa Berufsanfänger, Studenten oder Einwohner mit Migrationshintergrund leben.

Tabelle 2: Kaufkraft-Auf- und -Absteiger der Bundesländer 2008

Bundesland	Kreis	Veränderung in % im Vergleich zu 2007
Schleswig-Holstein	LK Herzogtum Lauenburg	+ 0,1
	SK Flensburg	-1,1
Hamburg	SK Hamburg	-0,5
Niedersachsen	LK Vechta	+ 0,5
	SK Wilhelmshaven	-1,6
Bremen	SK Bremen	-0,9
Nordrhein-Westfalen	LK Coesfeld	+ 0,7
	SK Aachen	-1,5
Hessen	LK Hochtaunuskreis	+ 0,4
	SK Offenbach am Main	-0,9
Rheinland-Pfalz	LK Mainz-Bingen	+ 0,7
	SK Trier	-1,6
Baden-Württemberg	LK Biberach	+ 0,8
	SK Stuttgart	-0,8
Bayern	LK Freising	+ 1,5
	SK Würzburg	-1,6
Saarland	LK St. Wendel	+ 0,4
	LK Stadtverband Saarbrücken	-0,6
Berlin	SK Berlin	-1,3
Brandenburg	LK Märkisch-Oderland	+ 1,2
	SK Potsdam	-0,7
Mecklenburg-Vorpommern	LK Demmin	+ 2,1
	SK Wismar	-0,6
Sachsen	LK Freiberg	+ 1,1
	SK Leipzig	-0,4
Sachsen-Anhalt	LK Stendal	+ 1,4
	SK Halle (Saale)	-0,5
Thüringen	LK Kyffhäuserkreis	+ 1,8
	SK Jena	-0,2

Quelle: GfK Kaufkraft 2008, GfK GeoMarketing

Zur Studie

Die Kaufkraft wird von der GfK jährlich berechnet, erstmals bereits 1937. Sie bezeichnet das verfügbare Einkommen nach Steuern und Sozialabgaben inklusive staatlicher Leistungen. Sie wird pro Kopf und Jahr in Euro und in Form eines Index (deutscher Durchschnitt = 100) ausgewiesen. Basis der Berechnung sind, neben der Lohn- und Einkommenssteuerstatistik, einschlägige Statistiken zur Berechnung der staatlichen Leistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Die GfK Kaufkraft wird für alle deutschen Stadt- und Landkreise, für alle Gemeinden und Postleitzahlgebiete sowie für 2,4 Millionen Straßenabschnitte berechnet.

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter:

www.gfk-geomarketing.de/KK_2008

Weitere Informationen:

Cornelia Lichtner, Tel: +49 (0) 7251 9295-270 oder E-Mail: c.lichtner@gfk-geomarketing.com oder unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft

Über GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-Lösungen und hat 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.

GfK GeoMarketing ist Teil des internationalen GfK-Netzwerkes. Die GfK ist in derzeit 90 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 8.400 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 5 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.