

Pressemitteilung

Datum
12. April 2011

Pressekontakt:
Cornelia Lichtner

Durchwahl
Tel. +49 (0) 7251 9295 -270
Fax. +49 (0) 7251 9295 -290

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

GfK Kaufkraftstudie 2011 für Österreich und die Schweiz veröffentlicht

Ab sofort sind die GfK Kaufkraftdaten für Österreich und die Schweiz auf Stand 2011 verfügbar. Zwischen den beiden Nachbarstaaten gibt es ebenso deutliche Kaufkraftunterschiede wie innerhalb der Länder. Die Kaufkraftstudie untersucht die regionale Verteilung der Kaufkraft für Kantone, Gemeinden und die feineräumigen Postleitzahlgebiete.

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)7251 9295 -100
Fax +49(0)7251 9295 -290

Standort Hamburg:
Herrengraben 3-5
D-20459 Hamburg
Tel. +49(0)40 5701 325 -20
Fax +49(0)40 5701 325 -99

Standort Nürnberg:
Nordwestring 101
D-90419 Nürnberg
Tel. +49(0)911 395 -2509
Fax +49(0)911 395 -4054

Geschäftsführer:
Wolfram Scholz
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Für die Schweiz prognostiziert GfK GeoMarketing im Jahr 2011 eine verfügbare Kaufkraft von 32.086 Euro je Einwohner. Die Gesamtsumme der Kaufkraft liegt in Österreich im Jahr 2011 bei 169,2 Milliarden Euro. Das entspricht im Schnitt 20.200 Euro pro Kopf, die jedem Österreicher für den Konsum, die Miete oder Lebenshaltungskosten zur Verfügung stehen. Damit liegen die Österreicher und die Schweizer vor den Deutschen: Der durchschnittliche Bundesbürger hat im Jahr 2011 eine Kaufkraft von 19.684 Euro zu erwarten.

Die Kaufkraft misst das verfügbare Nettoeinkommen der Bevölkerung inklusive staatlicher Leistungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld oder Renten. Der Fokus der Studie von GfK GeoMarketing liegt in der Herausarbeitung der regionalen Unterschiede. Die Studie zeigt, wie regional verschieden die Kaufkraft verteilt ist, sowohl im nationalen Vergleich wie auch innerhalb der Länder. So liegen etwa die Bewohner der deutschen Bundesländer Bayern, Hamburg, Hessen und Baden-Württemberg im Pro-Kopf-Vergleich vor den Österreichern. Hingegen erreicht selbst der deutsche Spitzenreiter-Kreis – der hessische Hochtaunuskreis mit 28.585 Euro – bei weitem nicht einmal den Schweizer Landesdurchschnitt.

Schweiz Kantonsvergleich

Die drei Kantone Zug, Schwyz und Nidwalden sind Spitzenreiter im Ranking der Schweizer Kantone und liegen noch vor den großen Städten Zürich, Genf und Basel. In Zug haben die Einwohner im Durchschnitt sogar etwa 45.000 Euro an Kaufkraft zur Verfügung.

Top 5 Kantone Schweiz 2011

Kennziffer Kanton	Kanton	Einwohner	Haushalte	Kaufkraft pro Einwohner Index*
09	Zug	110.890	49.361	140,1
05	Schwyz	144.686	60.794	122,8
07	Nidwalden	40.794	18.062	115,2
01	Zürich	1.351.297	642.365	114,9
25	Genève	453.292	207.585	113,0

Quelle: GfK Kaufkraft Schweiz 2011, © GfK GeoMarketing

*(100= Landesdurchschnitt)

Gemeindevergleich

Die Einwohner der reichsten Gemeinden in der Schweiz haben ein Einkommen, welches drei Mal höher ist als das der Menschen in den einkommensschwächsten Gemeinden. Die Ballungsräume Zürich und Genf haben besonders kaufkraftstarke Haushalte. Eine Besonderheit der Schweiz ist die von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedliche Steuerpolitik, die zu einem Steuerwettbewerb der Kommunen führt. Niedrige Steuerbelastungen wie etwa in Zug und Schwyz locken vermehrt einkommensstarke Haushalte an.

Die Einwohner Küsnachts (Kanton Zürich) haben ein gut doppelt so hohes Einkommen wie der Schweizer Durchschnitt. Doch die Gemeinden am Schwyzer Teil des Zürich-Sees wie beispielsweise Wollerau oder Freienbach stehen bezüglich ihrer Kaufkraft nicht zurück.

Schweiz: Top 10 Gemeinden nach Kaufkraft je Einwohner 2011

Rang (Gemeinden über 1.000 Ew.)	Gemeinde	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner Index
1	Wollerau	6.963	219,1
2	Zumikon	5.072	218,8
3	Cologny	4.905	216,4
4	Rüschlikon	5.210	212,0
5	Küsnacht (ZH)	13.455	209,0
6	Vandoeuvres	2.604	206,0
7	Anières	2.265	203,4
8	Feusisberg	4.726	200,5
9	Uitikon	3.860	198,8
10	Freienbach	15.464	198,4

Quelle: GfK Kaufkraft Schweiz 2011, © GfK GeoMarketing

*(100= Landesdurchschnitt)

Auch die zehn nächsten Plätze im Ranking der Gemeinden mit mehr als 1.000 Einwohnern liegen alle an großen Seen – dem Zürich-See, dem Genfer-See, dem Vierwaldstädter See (Hergiswil) im Einzugsgebiet von Luzern oder am Zuger See im Großraum Zug. Einzige Ausnahme ist Uitikon, das im weiteren Einzugsbereich von Zürich liegt. Diese einkommensstärksten 20 Gemeinden sind Wohnort für nur 1,6 Prozent der Schweizer, die aber 3,13 Prozent der gesamten in der Schweiz verfügbaren Kaufkraft auf sich vereinen.

Eher ländlich geprägte Gemeinden mit schlechter verkehrlicher Erreichbarkeit sind hingegen die Verlierer im regionalen Vergleich. Ausnahmen sind Gemeinden, die sich

touristisch vermarkten können. Dazu gehört etwa die Gemeinde Bagnes im Kanton Wallis, die insbesondere durch das Skigebiet Verbier bekannt ist. Mit einem Index von 120 besitzen die Einwohner von Bagnes eine Kaufkraft, die 20 Prozent über dem Schweizer Durchschnitt liegt. Ähnliches gilt für die Gemeinden Anniviers (Kaufkraftindex von 127) im Kanton Waadt oder für Laax (Kaufkraftindex von 116) im Kanton Graubünden.

Österreich

Ein Fünftel aller Österreicher lebt im Bundesland Wien und verfügt im Schnitt über 4,9 Prozent mehr Kaufkraft als der Bundesdurchschnitt. Niederösterreich, das in der Einwohnerzahl sowie in der Kaufkraftsumme nur knapp hinter Wien liegt, hat ebenfalls eine überdurchschnittliche Kaufkraft pro Kopf. Bei der Betrachtung der Pro-Kopf-Werte liegt Vorarlberg an dritter Stelle nach Wien und Salzburg und vor Niederösterreich.

Österreich: Kaufkraftranking der Bundesländer 2011

Bundesland	Einwohner	Haushalte	Kaufkraft pro Einwohner Index*
Wien	1.698.822	838.427	104,9
Salzburg	529.861	223.462	103,3
Vorarlberg	368.868	150.308	102,6
Niederösterreich	1.607.976	664.702	101,3
Oberösterreich	1.411.238	582.070	99,2
Tirol	706.873	288.166	98,4
Kärnten	559.315	238.199	94,7
Steiermark	1.208.372	500.921	94,7
Burgenland	283.965	112.004	94,5

Quelle: GfK Kaufkraft Österreich 2011, © GfK GeoMarketing

*(100= Landesdurchschnitt)

Bezirksvergleich

Die zehn Bezirke, deren Kaufkraftsumme am höchsten ist, zählen zu den einwohnerstärksten Bezirken Österreichs und vereinen auf sich mehr als ein Fünftel der österreichischen Kaufkraft. Den gleichen Anteil der Kaufkraftsumme bringen die 50 kaufkraftschwächsten Bezirke auf die Waage.

Top 10 Bezirke Österreich

Bezirk	Einwohner	Haushalte	Kaufkraft in Mio. Euro
Graz (Stadt)	257.328	128.593	5.660,7
Linz (Stadt)	189.311	97.216	4.502,3
Salzburg (Stadt)	147.571	74.155	3.520,7
Innsbruck-Land	164.892	65.631	3.510,1
Wien XXII Donaustadt	155.913	69.121	3.213,6
Wien X Favoriten	175.209	87.332	3.145,1
Mödling	113.329	51.271	3.094,7
Salzburg-Umgebung	141.552	55.600	2.991,2
Linz-Land	138.116	58.118	2.988,5
Baden	136.950	59.443	2.975,7

Quelle: GfK Kaufkraft Österreich 2011, © GfK GeoMarketing

Von den insgesamt 121 Bezirken weisen 45 eine überdurchschnittliche Kaufkraft je Einwohner aus – davon sind über die Hälfte in den Bundesländern Wien und Niederösterreich.

Gemeindevergleich

Wie in der Schweiz klafft auch in Österreich eine enorme Differenz zwischen den reichsten und den ärmsten Gemeinden. Die Bewohner von „Wien-Innere Stadt“ haben das Dreifache der Bewohner der kaufkraftschwächsten Gemeinden zur Verfügung. Die Menschen in dieser Wiener Gemeinde haben zugleich auch mehr als das Doppelte wie der österreichische Durchschnitt zu Verfügung.

Oft liegen große Kontraste sehr nahe beieinander: Zwar haben alle Gemeinden des Bezirks Mödling in Niederösterreich zwischen 22 und 49 Prozent mehr Kaufkraft pro Einwohner als der Bundesdurchschnitt, jedoch weist die „reichste“ Gemeinde 5.388 Euro je Einwohner mehr aus als die „ärmste“ Gemeinde des Bezirks. Ein weiteres Beispiel ist der Bezirk Bregenz, in dem sowohl die „reichste“ als auch die „ärmste“ Gemeinde des Bundeslands Vorarlberg liegt, mit einer Kaufkraftdifferenz von 8.812 Euro pro Kopf.

Ergebnisse zur GfK Kaufkraftstudie Deutschland 2011

finden Sie in der Pressemitteilung vom 14.12.2010 unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft-deutschland_2011.

Zur Studie

Die GfK Kaufkraft ist definiert als die Summe aller Nettoeinkünfte der Bevölkerung, bezogen auf den Wohnort. Neben dem Nettoeinkommen aus selbstständiger und nichtselbstständiger Arbeit werden ebenso Kapitaleinkünfte und staatliche Transferzahlungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld und Renten zur Kaufkraft hinzugerechnet. Von diesem verfügbaren Einkommen sind allerdings noch nicht die Ausgaben für Lebenshaltungskosten, Versicherungen, Miete und Nebenkosten wie Gas oder Strom, Bekleidung oder das Sparen abgezogen. Basis der Berechnung sind, neben der Lohn- und Einkommenssteuerstatistik, einschlägige Statistiken zur Berechnung der staatlichen Leistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Die GfK hat die erste Kaufkraftberechnung 1937 durchgeführt.

Verwendungszweck der Daten

Die regionalen GfK Kaufkraftdaten sind eine wichtige Grundlage der Vertriebs- und Marketingplanung in Unternehmen vieler Branchen. Entscheidend ist dabei eine realistische Abbildung der regionalen Verteilung der Kaufkraft. Der Fokus der Studie liegt entsprechend nicht in der Vergleichbarkeit der Daten über Jahre hinweg – da es sich um Prognosen handelt, wird ausdrücklich davon abgeraten, die Daten der Vorjahre miteinander zu vergleichen.

Weitere Informationen

zur Kaufkraft finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft.


Grafiken in Druckauflösung

finden Sie unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft-dach.

Zu GfK GeoMarketing

GfK GeoMarketing ist einer der größten europäischen Anbieter von GeoMarketing-

Lösungen und hat Anwender und Kunden aus allen Branchen. Die Kernbereiche des Unternehmens sind:

 Beratung und Gutachten

 Marktdaten

 Digitale Landkarten

 GeoMarketing-Software RegioGraph

GfK GeoMarketing ist eine 100-prozentige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Die GfK ist in derzeit 100 Ländern mit über 115 Tochterunternehmen und rund 10.000 Beschäftigten vertreten. Sie belegt Platz 4 im weltweiten Ranking der Marktforschungsinstitute.