

Pressemitteilung

GfK-Studie zur Kaufkraft 2012: Konsumpotenzial stagniert

Datum
13. Dezember 2011

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

Die Studie „GfK Kaufkraft Deutschland 2012“ von GfK GeoMarketing zeigt, dass den Deutschen im Jahr 2012 nominal rund 400 Euro pro Kopf mehr für ihre Ausgaben zur Verfügung stehen werden als im Jahr 2011. Aber dieser Zuwachs dürfte durch ebenfalls steigende Preise fast vollständig aufgezehrt werden. Die Konsumpotenziale der Menschen sind allerdings regional sehr verschieden. Als kaufkraftstärkstes Bundesland wird Bayern vom Stadtstaat Hamburg abgelöst.

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)72519295 -100
Fax +49(0)72519295 -290

Standort Hamburg:
Herrengaben 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

GfK GeoMarketing prognostiziert für das kommende Jahr 2012 eine Kaufkraftsumme von 1.636,2 Mrd. Euro für Gesamtdeutschland. Jedem Bundesbürger werden demnach im Jahr 2012 im rechnerischen Durchschnitt 20.014 Euro für den Konsum, Miete oder andere Lebenshaltungskosten zur Verfügung stehen.

Unter der Kaufkraft versteht man das verfügbare Nettoeinkommen der Bevölkerung, inklusive staatlicher Transferzahlungen wie Renten, Arbeitslosen- und Kindergeld. Die Zahl der Erwerbstätigen wird in 2012 voraussichtlich weiter moderat zunehmen, die Einkommensentwicklung in vielen Branchen günstig bleiben und auch die monetären Sozialleistungen werden wieder etwas steigen, da beispielsweise die gesetzlichen Altersrenten Mitte 2012 voraussichtlich stärker als im laufenden Jahr erhöht werden.

Vor diesem Hintergrund geht GfK GeoMarketing von einem leichten Zuwachs der Kaufkraft um zwei Prozent für den Prognosezeitraum 2012 aus. Das entspricht 413 Euro pro Kopf und bundesweit einem Plus von 32,8 Mrd. Euro gegenüber dem Jahr 2011. Die Kaufkraftprognose ist allerdings nominal, d.h. nicht inflationsbereinigt.

Simone Baecker-Neuchl, Leiterin der Abteilung Market Data & Research bei GfK GeoMarketing und Projektleiterin der Kaufkraft-Studie, kommentiert: „Die reale Kaufkraft der Deutschen wird in 2012 voraussichtlich nahezu stagnieren. Denn die prognostizierte Inflation im Jahr 2012 wird derzeit von der Bundesbank mit rund 1,8 Prozent angesetzt. Das gleicht das nominale Wachstum der Kaufkraft um 2 Prozent real dann nahezu wieder aus. Die Wachstumschancen für die Wirtschaft, insbesondere des Einzelhandels, hängen damit weiterhin direkt von der Stimmung und dem Vertrauen der Konsumenten ab.“

Bundesländer: Hamburg überholt Bayern

Die drei Stadtstaaten Bremen, Hamburg und Berlin sind in diesem Jahr die Gewinner auf der Ebene der Bundesländer, da sie die deutlichste Veränderung des Indexwertes gegenüber dem Vorjahr verzeichnen können. Die Einwohner Bremens und Hamburgs werden im kommenden Jahr durchschnittlich 18.684 Euro bzw. 21.985 Euro Kaufkraft pro Kopf besitzen. Auf Grund dieser Tatsache hat erstmalig seit 2007 nicht mehr Bayern sondern Hamburg die Spitzenposition unter den Bundesländern inne.

Ranking der Bundesländer nach Kaufkraft 2012

Rang 2012	Bundesland	Einwohner	Kaufkraft 2012 je Einwohner / Jahr in €	Kaufkraftindex je Einwohner*
1	Hamburg	1.786.448	21.985	109,8
2	Bayern	12.538.696	21.758	108,7
3	Hessen	6.067.021	21.488	107,4

Quelle: GfK Kaufkraft® 2012, © GfK GeoMarketing

*(Bundesdurchschnitt=100)

Im Ranking der Bundesländer haben sich ansonsten keine Änderungen ergeben. Nach wie vor belegen die ostdeutschen Bundesländer die hinteren Plätze. Das Schlusslicht Sachsen-Anhalt verfügt über eine Kaufkraft von 16.606 Euro pro Einwohner und damit mehr als 5.300 Euro pro Kopf weniger als der Spitzenreiter Hamburg.

Stabiles Kreisranking

Ein ähnliches Bild ergibt sich auf der Ebene der 412 Stadt- und Landkreise. Hier haben sich in der Rangfolge keine gravierenden Unterschiede unter den 25 kaufkraftstärksten Kreisen ergeben. Lediglich der Landkreis Miesbach in Bayern verbessert seine Position um 9 Plätze nach oben. Die Rangfolge der Top 10 entspricht der der Vorjahresergebnisse. Mit Abstand an der Spitze liegen der hessische Hochtaunuskreis mit 29.285 Euro und der bayerische Landkreis Starnberg mit 29.142 Euro pro Kopf. Auf einem ähnlichem Kaufkraftniveau befinden sich die nachfolgenden Platzierungen: der Landkreis München, der Landkreis Main-Taunus-Kreis, der Stadtkreis München und der Landkreis Ebersberg, deren Bewohner im Schnitt zwischen 27.877 Euro und 26.704 Euro pro Kopf und damit 33 bis 39 Prozent mehr Kaufkraft als der deutsche Bundesdurchschnitt besitzen.

Ranking der kaufkraftstärksten Stadt- / Landkreise Deutschlands 2012

Rang 2012	Stadt- / Landkreis	Einwohner	Kaufkraft 2012 je Einwohner / Jahr in €	Kaufkraftindex je Einwohner*
1	LK Hochtaunuskreis	227.425	29.285	146,3
2	LK Starnberg	130.283	29.142	145,6
3	LK München	323.015	27.877	139,3
4	LK Main-Taunus-Kreis	227.398	27.557	137,7
5	SK München	1.353.186	27.464	137,2
6	LK Ebersberg	129.199	26.704	133,4
7	LK Fürstfeldbruck	204.538	25.198	125,9
8	SK Erlangen	105.629	25.009	125,0
9	LK Dachau	138.547	24.799	123,9
10	LK Stormarn	229.756	24.460	122,2

Quelle: GfK Kaufkraft® 2012, © GfK GeoMarketing

*(Bundesdurchschnitt=100)

Die Hälfte der 25 Kreise mit der im bundesweiten Vergleich höchsten Kaufkraft liegen in Bayern. Die kaufkraftstärksten ostdeutschen Kreise befinden sich alle in Brandenburg. Es handelt sich um den Landkreis Potsdam-Mittelmark auf Rang 165 (19.898 Euro pro Kopf), den Stadtkreis Potsdam auf Rang 187 (19.575 Euro pro Kopf) und den Landkreis Oberhavel auf Rang 241 (18.941 Euro pro Kopf).

Stadtkreise im Kaufkraftvergleich

Die zehn kaufkraftstärksten Kreise sind – mit Ausnahme von München und Erlangen – allesamt Landkreise. Denn die durchschnittliche Kaufkraft in den Großstädten wird beispielsweise durch den hohen Anteil von jungen Menschen wie Studenten mit geringeren Einkommen gesenkt, wohingegen die einkommensstärkeren Bevölkerungsschichten oft die Wohngebiete außerhalb der Städte bevorzugen. Werden nur die 111 Stadtkreise aller 412 Kreise analysiert, ergibt sich folgendes Bild: Die fünf kaufkraftstärksten Städte sind München (Index: 137,2), Erlangen (Index: 125), Düsseldorf (Index: 120,9), Baden-Baden (Index: 119) und Frankfurt am Main (117,5) mit einer Kaufkraft von 27.464 Euro bis 23.510 Euro pro Kopf. Am anderen Ende befindet sich – trotz einer deutlichen positiv prognostizierten Entwicklung – die Stadt Bremerhaven mit 16.439 Euro pro Kopf (Index: 82,1), gefolgt von Wismar (Index: 82,7), Halle an der Saale (Index: 83,6), Brandenburg an der Havel (Index: 83,9) und Stralsund (Index: 84,2).

Kaufkraftentwicklungen

Bei der Betrachtung der Entwicklung des Indexwerts im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich, dass sich unter den zehn Kreisen mit der höchsten positiven Veränderung sechs bayerische Kreise befinden, angeführt von Starnberg, Garmisch-Patenkirchen und Miesbach.

Unter den Top 25 mit der höchsten positiven Veränderung befindet sich lediglich ein ostdeutscher Kreis, der Stadtkreis Potsdam, der um 25 Plätze auf Rang 187 klettert. Die meisten Plätze hat im Vergleich zum Vorjahr Bremen gut gemacht. Die Hansestadt klettert von Platz 252 um 33 Plätze nach oben auf Platz 219 aller 412 Kreise.

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. Folglich bedeutet ein nominaler Anstieg der Kaufkraft nicht zwangsläufig, dass jedem Einzelnen real mehr Geld zur Verfügung steht, wenn die aufgeführten Ausgaben deutlicher ansteigen. Darüber hinaus ist auch zu berücksichtigen, dass die Kaufkraft einer Region ein Durchschnittswert der dort lebenden Bevölkerung ist und nichts über die Kaufkraft einzelner Individuen, die Kaufkraft je Haushalt oder über die dahinter liegende Einkommensverteilung und damit die Schere zwischen „arm“ und „reich“ aussagt.

Basis der Berechnung sind, neben der Lohn- und Einkommenssteuerstatistik, einschlägige Statistiken zur Berechnung der staatlichen Leistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Die Kaufkraft wird seit 1937 von der GfK berechnet. GfK GeoMarketing stellt die Prognose für das neue Jahr jeweils zum 1. Januar fertig – die GfK Kaufkraftdaten sind ab dann verfügbar für alle deutschen Stadt- und Landkreise, für alle Gemeinden und Postleitzahlgebiete sowie für 2,6 Millionen Straßenabschnitte.

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 1:1 miteinander zu vergleichen.

– Hinweis für die Redaktionen: Steigerungsraten werden von GfK GeoMarketing nur in dieser Pressemitteilung veröffentlicht –

Die in der Pressemitteilung genannten Vergleichszahlen zum Jahr 2011 beziehen sich auf revidierte Werte. Für das Jahr 2011 war zum Ende des Jahres 2010 eine Pro-Kopf-


Kaufkraft von 19.684 Euro prognostiziert worden. Zum Jahresende 2011 liegen tatsächliche Inflationsraten und Zahlen zur Lohnentwicklung vor, so dass nun eine revidierte Summe von 19.601 Euro im rechnerischen Bundesdurchschnitt für 2011 ausgewiesen wird. Für das Jahr 2012 wird von diesem revidierten Wert ausgehend bundesweit mit einer nominalen, d.h. nicht inflationsbereinigten, Steigerung von 2 Prozent gerechnet. Die Entwicklung der Kaufkraft der einzelnen Regionen ist aber von vielfältigen Faktoren abhängig – etwa der Entwicklung des regionalen Arbeitsmarktes und der Bevölkerungsstruktur.

Weitere Informationen zur GfK Kaufkraft erhalten Sie unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft.

Bildmaterial in Druckauflösung können Sie unter www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft-2012 herunterladen.

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%ige Tochter der weltweit agierenden GfK-Gruppe. Weltweit ist die GfK, eines der führenden Marktforschungsunternehmen, in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.