

Neue Kaufkraftdaten 2014 für Deutschland

Durchschnittlich mehr Geld für Konsum

Karlsruhe, 29.09.2014: Die MB-Marktforscher in Nürnberg legen aktuelle Kaufkraftdaten vor und prognostizieren im Jahr 2014 eine Kaufkraft von 21.879 Euro je Einwohner. Die Gesamtsumme der Kaufkraft in Deutschland liegt im Jahr 2014 voraussichtlich bei 1.770 Mrd. Euro. Dementsprechend stehen den Deutschen pro Kopf nominal 594 Euro mehr für Konsumausgaben, Mieten oder weitere Lebenshaltungskosten zur Verfügung als im Vorjahr. Dies entspricht einem Zuwachs pro Kopf von 2,8 Prozent.

Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen der Bevölkerung einer Region. Das bedeutet das Nettoeinkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inklusive empfangener Transferleistungen wie Arbeitslosen, Renten- und Kindergeld.

Michael Bauer, Geschäftsführer von MB-International GmbH und MB-Research GmbH, erklärt: „Ein nominaler Kaufkraftzuwachs bedeutet nicht automatisch, dass jeder Bundesbürger real mehr Geld zur Verfügung hat. Zuwächsen bei den verfügbaren Einkommen der Bevölkerung stehen wachsende Lebenshaltungskosten gegenüber. Sind die Zuwächse der Lebenshaltungskosten höher, kann dem Einzelnen auch real weniger Geld zur Verfügung stehen, dies war in den letzten Jahren des Öfteren der Fall. Zudem ist die Pro-Kopf-Kaufkraft einer Region der Durchschnittswert der dort lebenden Bevölkerung und gibt keine Auskunft über einzelne Personen oder Haushalte. Die niedrige Inflationsrate (z.B. im August und September: 0,8 Prozent) und die derzeitige Entwicklung der Löhne und Gehälter (z.B. Tarifverdienste im zweiten Quartal: +2,6 Prozent), lassen momentan jedoch auf einen spürbaren realen Anstieg der durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraft in Deutschland schließen.“

Die Kaufkraftstudie Deutschland 2014 verdeutlicht die großen regionalen Unterschiede und untersucht die Verteilung der Kaufkraft auf allen administrativen Ebenen und Postleitzahlgebieten in Deutschland.

Ausgewählte regionale Ergebnisse:

Kaufkraft 2014 in Deutschland

Top 10 (nach Millionen Euro)

Kreisfreie Städte und Landkreise

Stadt- bzw. Landkreis (Gebietsstand 1.1.2014)	Kaufkraft 2014			Wachstumsrate in %
	in Mio.	Euro pro Kopf	Kaufkraft- Index	2013 bis 2014 bezogen auf
	Euro		D = 100	Euro pro Kopf
Berlin	70.127,24	20.517	93,8	3,1%
Hamburg	43.352,49	24.709	112,9	2,2%
München, Stadt	41.342,26	29.231	133,6	2,8%
Region Hannover	25.594,60	22.833	104,4	2,4%
Köln	24.469,29	23.561	107,7	2,2%
Frankfurt am Main	17.560,33	25.115	114,8	2,7%
Düsseldorf	15.594,99	25.971	118,7	2,3%
Stuttgart	15.242,33	25.205	115,2	3,0%
Rhein-Sieg-Kreis	13.704,78	23.441	107,1	2,3%
Landkreis Ludwigsburg	13.408,10	25.708	117,5	2,9%
Deutschland	1.770.200,00	21.879	100,0	2,8%

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2014

Kaufkraft 2014 in Deutschland

Top 10 (nach Euro pro Kopf)

Kreisfreie Städte und Landkreise

Stadt- bzw. Landkreis (Gebietsstand 1.1.2014)	Kaufkraft 2014			Wachstumsrate in %
	in Mio.	Euro pro Kopf	Kaufkraft- Index	2013 bis 2014 bezogen auf
	Euro		D = 100	Euro pro Kopf
Hochtaunuskreis	7.360,43	32.031	146,4	2,3%
Landkreis Starnberg	4.195,03	32.017	146,3	2,5%
Landkreis München	9.999,48	30.194	138,0	2,5%
Main-Taunus-Kreis	6.700,51	29.370	134,2	2,8%
München, Stadt	41.342,26	29.231	133,6	2,8%
Landkreis Ebersberg	3.781,73	28.413	129,9	2,9%
Baden-Baden	1.443,32	27.329	124,9	2,3%
Landkreis Fürstentum	5.605,25	26.985	123,3	2,9%

Mainz-Bingen, Landkreis	5.451,60	26.738	122,2	2,5%
Erlangen	2.832,42	26.572	121,4	2,7%
Deutschland	1.770.200,00	21.879	100,0	2,8%

© Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2014

Bei der Ermittlung der Kaufkraft werden folgende Komponenten berücksichtigt:
Nettoeinkommen aus den amtlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken,
sonstige Erwerbseinkommen und Statistiken zur Berechnung staatlicher Leistungen.
Basis der Pro-Kopf-Durchschnittswerte sind die aktuellsten Einwohnerdaten aus dem
Zensus 2011.

Nutzen für Vertriebsorganisationen und Filialnetze

Kaufkraftdaten machen Marktanalysen und Planungen für Expansion, Vertrieb und Marketing transparent. Die Kaufkraft ist der am häufigsten eingesetzte Indikator für das Konsumpotenzial.

Mit Hilfe von Kaufkraftdaten können Gebiete nach Stärken und Schwächen bewertet werden, unausgeschöpfte Potenziale und Zielgruppen lokalisiert, Vertriebsgebiete optimiert und Einzugsgebiete mit kaufkraftstarken Kunden identifiziert werden.

Michael Bauer International GmbH liefert die Daten als Tabellendatei oder zur Verwendung in Geographischen Informationssystemen in allen gängigen Formaten wie *.tab für MapInfo Professional oder shape (*.shp) für ESRI ArcGIS oder ArcView.

Weitere Informationen zur Kaufkraft finden Sie unter <http://www.mbi-geodata.com/de/kaufkraft/>

Über Michael Bauer International GmbH:

MB-International verfügt als Hersteller über ein weit reichendes Angebot an internationalen Markt- und Geodaten auf verschiedenen Gebietsebenen (Postleitzahlebenen, administrative Ebenen, feinsträumige Gebietsebenen). Hierzu zählen Soziodemographische Daten wie z.B. Bevölkerungszahlen, Anzahl Haushalte und die Altersstruktur sowie verschiedenste Kaufkraftdaten und die dazu passenden Gebietsgrenzen. Weitere Daten wie Points of Interest und weltweite Straßendaten in unterschiedlichen Maßstäben und Qualitäten runden das Angebot ab.

Daten von MB-International werden weltweit in Geomarketing- und Business Intelligence-Anwendungen für die regionale Vertriebsplanung, Expansionsplanung und Standortanalyse aus den Bereichen Konsumgüter, Investitionsgüter, Handel und Dienstleistungen eingesetzt und von MB-International kundenspezifisch angepasst.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.mbi-geodata.de>

MB-International Presse und Öffentlichkeitsarbeit:

Nadja Schwannauer

Greschbachstr. 12

76229 Karlsruhe

Tel. 0721-46470342

E-Mail nadja.schwannauer@mbi-geodata.de
www.mbi-geodata.de