

Fundierte Absatzplanung mit aktuellen Marktdaten

Update 2021 - Deutschlandweite Marktdaten 2021

Karlsruhe, 06. Juli 2021: Ab sofort stehen verschiedene Kaufkraftdaten mit Datenstand 2021 für Deutschland zur Verfügung. Updates für zahlreiche weitere europäische und internationale Länder folgen in Kürze.

Ob für national oder international tätige Unternehmen – vergleichbare homogene Daten sind die Grundlage für solide Analysen und Planungen. Für eine fundierte Entscheidungsfindung ist eine aktuelle Datenbasis als Grundlage unerlässlich. Aus diesem Grund werden die weltweit einheitlichen und vergleichbaren Geo- und Marktdaten der Michael Bauer International GmbH kontinuierlichen Qualitätskontrollen unterzogen und regelmäßig aufwendig auf den neusten Datenstand aktualisiert.

Kaufkraftkennziffern stellen ein wichtiges Planungsinstrument in allen Branchen dar

In der regionalen Absatzplanung sind Kaufkraftkennziffern der am häufigsten eingesetzte Indikator für das Konsumpotenzial einer Region. Dabei kann die allgemeine Kaufkraft nicht nur für den Einzelhandel, sondern auch viele weitere Branchen ein wichtiges Planungsinstrument darstellen. Neben der professionellen Planung neuer Standorte anhand von Erfolgsaussichten können mithilfe von Kaufkraftdaten auch Vertriebsgebiete angesichts ihrer Absatzchancen geplant werden. Im Zuge des Updates 2021 wurden die MBI Kaufkraftdaten auf den Datenstand 2021 aktualisiert, um Unternehmen aller Branchen eine bestmögliche Planung basierend auf einer aktuellen Datengrundlage zu ermöglichen.

Spezifische Kaufkraftkennziffern bieten tiefergehende Einblicke in das Konsumentenverhalten

Neben der allgemeinen Kaufkraft bietet MBI weitere spezifische Kaufkraftkennziffern für den Einzelhandel an, um noch genauere Einblicke in das Konsumentenverhalten zu ermöglichen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird am Wohnort erhoben und zeigt den Anteil der Kaufkraft, der für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Umsatzkennziffer hingegen wird am Point of Sale gemessen und beschreibt alle im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze der Konsumenten. Die Zentralitätskennziffer setzt die beiden zuvor genannten Kennziffern in Relation und stellt somit das Maß für die Attraktivität eines Einkaufsstandortes dar. Durch die Zentralitätskennziffer kann abgeschätzt werden, inwieweit der örtliche Einzelhandel in der Lage ist, überregionale Kundschaft anzuziehen. Mithilfe dieser Kennziffern, die kürzlich ebenfalls auf den Datenstand 2021 aktualisiert wurden, können

Gebiete nach Stärken und Schwächen bewertet und unausgeschöpfte Potenziale lokalisiert werden. Außerdem ermöglichen diese spezifischen Kaufkraftkennziffern die lokale Fokussierung von Marketing-Aktivitäten.

Erstmals einzelhandelsrelevante Kaufkraft Online für Deutschland verfügbar

In den letzten Jahren ist eine zunehmende Bewegung weg vom klassischen stationären Handel hin zum Online-Handel zu beobachten. Durch die Corona-Pandemie wurde der Bedeutungszuwachs des Online-Handels weiter verstärkt. Viele Konsumenten, die zuvor den stationären Handel bevorzugten, haben erstmals online eingekauft. Selbst nach Ende der Pandemie werden eine Vielzahl von Verbrauchern den Online-Handel weiterhin vermehrt nutzen und es wird sich eine generelle und dauerhafte Veränderung im Einkaufsverhalten abzeichnen. Um diese Entwicklung abzubilden, steht im neuen Update 2021 erstmals auch eine spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraft Online für Deutschland zur Verfügung.

Allokation der Kaufkraft auf verschiedene Produktkategorien gibt Aufschluss darüber, wofür das verfügbare Einkommen ausgegeben wird

Die sortimentsbezogene Kaufkraft liefert speziell auf das Sortiment abgestimmte Potenzialdaten. Diese Kennziffer ermöglicht Unternehmen gezielte Einblicke in die Kaufkraft für verschiedene Produktkategorien. Sie bezeichnet den Betrag des verfügbaren Einkommens, der den Konsumenten einer Region für Ausgaben im Einzelhandel bzw. anteiligen Online-Handel für das jeweilige Sortiment zur Verfügung steht. Anders als bei der allgemeinen Kaufkraft wird nicht nur das gesamte verfügbare Einkommen einbezogen, sondern auch, wofür es letztlich ausgegeben wird. Für die Optimierung von Standortanalysen, die Verbesserung der Werbeplanung sowie Vorteile im Direktmarketing wurde die sortimentsbezogene Kaufkraft für Deutschland ebenfalls auf den Datenstand 2021 aktualisiert. Für Europa bietet die Kaufkraft in Produktgruppen Informationen zu 20 international einheitlich und vergleichbar definierten Produktgruppen. Der Datenstand für diese Kennziffer wird ebenfalls regelmäßig aktualisiert.

Kaufkraftdaten können geographisch visualisiert werden – zusammen mit unseren Postleitzahl-, administrativen oder mikrogeographischen Grenzen ermöglichen sie eine noch effektivere und effizientere Entscheidungsfindung. Daher sind alle Studien auf Ebene der Gemeinden bzw. Gemeinden mit 10.000 und mehr Einwohnern und 5-stelligen Postleitzahlen sowie auf den übergeordneten Ebenen erhältlich.

Über Michael Bauer International GmbH

MBI Geodaten – weltweit einheitlich und vergleichbar

Michael Bauer International ist einer der größten Datenanbieter und seit über 10 Jahren Spezialist für kleinräumige Daten für das Geomarketing. Mit Leidenschaft und wissenschaftlichem Know-how erstellt das Unternehmen weltweite und einheitliche Geodaten.

Ausgezeichnet als bevorzugter Datenlieferant für die weltweit führenden GIS-Softwareunternehmen bilden unsere Daten die Basis für standortbezogene Fragen zu Unternehmensstandorten, Filial- und Vertriebsnetzen. Sie liefern wertvolle Einblicke in das globale Konsumentenverhalten und die Customer Journey.

Wir beliefern Unternehmen aller Branchen mit aktuellen Daten für deren Marktanalyse und Visualisierung, um fundierte und datengestützte Entscheidungen zu treffen.

MBI ist einer der weltweit ersten HERE Technologies Distributoren. HERE ist der führende Anbieter in der Entwicklung digitaler Karten und ortsbezogener Dienste.

Zur Michael Bauer Gruppe gehören die Michael Bauer Research GmbH und die Michael Bauer Micromarketing GmbH.

Weitere Informationen finden Sie unter www.mbi-geodata.com.

Michael Bauer International Press and Public Relations:

Jessica Hablowetz

Marketing Manager

Greschbachstr. 12

76229 Karlsruhe

+49 721-46470339

jessica.hablowetz@mbi-geodata.com

www.mbi-geodata.com