

## Pressemitteilung

Datum  
2. Dezember 2009

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

# Studie „GfK Kaufkraft Europa“ zeigt Konsumpotenzial der Europäer im Krisenjahr 2009

**Die neu aktualisierte Studie „GfK Kaufkraft Europa 2009/2010“ untersucht die regionalen Niveauunterschiede in der Kaufkraft der Menschen in 41 europäischen Ländern. Die diesjährige Studie zeigt Auswirkungen der Krise in krisengebeutelten Ländern wie Irland und Island. Die regionalen Kaufkraftdaten zeigen aber auch detailliert die Regionen Europas, in denen es sich lohnt, Vertriebs- und Marketingaktivitäten zu konzentrieren.**

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-90419 Nürnberg  
Tel + 49 (0) 911 / 395 - 2509  
Fax + 49 (0) 911 / 395 - 4054

Management Board:  
Olaf Petersen  
Wolfram Scholz  
Dr. Eberhard Stegner

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

Nach den Ergebnissen der GfK-Studie stehen den europäischen Verbrauchern für das Jahr 2009 aus dem Haushalts-Nettoeinkommen ca. 8 Billionen Euro für Konsumausgaben zur Verfügung. Staatliche Leistungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld oder Renten sind hier inbegriffen. Dies entspricht einer Kaufkraft von 11.699 Euro pro Einwohner im Durchschnitt der 41 Studienländer. Europaweit gibt es erhebliche Unterschiede bei der Kaufkraft: Während beispielsweise das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen in Norwegen 20.535 Euro beträgt, so verfügen die Einwohner in Bulgarien im Schnitt nur über 2.850 Euro. Das West-Ost-Gefälle ist weiterhin klar erkennbar – der Aufholprozess der zentral- und osteuropäischen Länder wurde in 2009 durch die Finanzkrise teils erheblich gebremst. Andererseits verschob sich auch in den westlichen Ländern die Reihenfolge. So „überholt“ Slowenien in diesem Jahr Portugal. Mit rund 10.060 Euro je Einwohner liegt Slowenien aber noch ca. 1.600 Euro unter dem Europadurchschnitt.

Simone Baecker-Neuchl, Leiterin des Bereichs Market Data & Research von GfK GeoMarketing, weist darauf hin, dass einige Länder, die sich vor der Krise in einer Wachstumsphase befanden, in 2009 starke Einbrüche hinnehmen müssen: „Besonders hart trifft die Krise Irland, wo wir einen Einbruch der Kaufkraftsumme um 18 Prozent sehen, aber auch die baltischen Staaten mit Einbrüchen zwischen 10 und 28 Prozent.“

Im Europadurchschnitt sank die Kaufkraft im Vorjahresvergleich um ca. 800 Euro. Die resultierende Zurückhaltung beim Konsum erzeugt zusätzlichen Druck in den Volkswirtschaften und im Einzelhandel. Ein entscheidender Faktor

für die Kaufkraftentwicklung sind auch die negativen Währungs-Tendenzen einiger Nicht-Euro-Länder – diese beeinflussen die Kaufkraftstatistik, die in Euro geführt wird, ebenfalls negativ. So gehen die Prognosen der Europäischen Zentralbank für Polen (zum Stichtag 05.05.2009) von einem Währungsverlust von ca. 21 % gegenüber dem Vorjahr aus. Auch in anderen west- und südosteuropäischen Ländern werden starke Einbrüche der Währungen gegenüber dem Euro im Vorjahresvergleich erwartet (-12% in Großbritannien und Schweden, -14% in Ungarn und Weißrussland).

Die Krise schlägt sich entsprechend auch in einer stark durchgemischten Kaufkraft-Rangfolge der Länder nieder: Demnach ist Deutschland im Europavergleich 2009 / 2010 wieder unter den Top 10. Hingegen fallen Irland und Island, die stark von der Finanzmarktkrise getroffen wurden, erstmalig seit Jahren aus den Top 10. „Im europäischen Vergleich steht Deutschland bezüglich der Kaufkraft in 2009 noch relativ gut da, die Konjunkturprogramme wie z.B. die Möglichkeit, Kurzarbeit verstärkt zu nutzen, lassen für dieses Jahr die Arbeitslosenzahlen und damit die durchschnittliche Kaufkraft noch gut aussehen.“, resümiert Simone Baecker-Neuchl.

Das Ranking nach Eurowerten auf Länderebene ist aber durch die anhaltenden Währungsschwankungen weniger aussagekräftig als in den Vorjahren. Baecker-Neuchl: „Der reale Wohlstand der Einwohner ist eng gekoppelt an das lokale Preisniveau, das aber nicht Gegenstand der Kaufkraftstudie sind. Die währungsabhängigen Länderwerte sind aber dennoch wichtig für internationale Einzelhändler, die ihre Gewinnerwartungen und Absatzplanung nach Gesamtvolumina in Euro durchführen. Für Einzelhändler, die innerhalb eines Landes genau planen wollen, ist aber zusätzlich der Blick auf die Unterschiede innerhalb der einzelnen Regionen eines Landes entscheidend, um das vorhandene Potenzial genau zu lokalisieren und etwa Marktanteile dazu zu gewinnen.“

Die GfK Kaufkraftstudie 2009 / 2010 bietet Kaufkraftdaten zu allen Regionen Europas – für 41 Länder bis zur kleinsten verfügbaren Einheit, den Gemeinden oder Postleitzahlen. Somit zeigt die Studie die interessantesten Wirtschaftsregionen Europas – unabhängig von der Krise.

### **Einige europäische Regionen im Kaufkraftvergleich:**

#### **Belgien**

Die belgische Kaufkraft verzeichnet im Vergleich zu anderen europäischen Ländern nur einen geringen Rückgang (ca. - 2%). Somit verbessert sich die relative Position Belgiens in der Rangfolge der 41 europäischen Länder von der

12. letztes Jahr auf die 9. Stelle dieses Jahr. Die regionale Verteilung der belgischen Kaufkraft spiegelt die Sprach- und Wirtschaftsräume des Landes wider: Der Kreis mit der niedrigsten Kaufkraft je Einwohner liegt in der wallonischen Region. Alle Kreise dieser Region (außer Nivelles) weisen eine unterdurchschnittliche Kaufkraft auf. Die flämische Region ist nicht nur die einwohnerstärkste, sondern weist auch mit 17.380 Euro eine überdurchschnittliche Pro-Kopf Kaufkraft aus.

Während die Hauptstadt-Region Brüssel-Hoofstadt eine unterdurchschnittliche Kaufkraft hat, bilden die umliegenden Gemeinden den reichsten Kreis des Landes: Halle-Vilvoorde. Hingegen hat die einwohnerstärkste Gemeinde Belgiens, Antwerpen, eine leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft. Allerdings gibt es innerhalb der Stadt deutliche Unterschiede: Im Stadtteil Borgerhout verfügen die Einwohner im Schnitt über 13.601 Euro, während sie in Wilrijk das 1,5-fache haben.

### **Großbritannien**

Großbritannien weist traditionell ein markantes „Zentrum zu Peripherie“-Gefälle auf. Von der Hauptstadt London ausgehend nimmt der Wohlstand der Regionen nach außen hin ab. London ging zwar als einer der größten Finanzplätze der Welt angeschlagen aus der Krise hervor, behauptet aber seinen Platz als wohlhabendste Region Großbritanniens. In London konzentriert sich das Finanz-Kapital und damit auch die kaufkraftstärksten Einwohner. Der Großraum Londons umfasst nur etwa 12 Prozent der britischen Einwohner, aber insgesamt gut 17 Prozent der im Vereinigten Königreich zur Verfügung stehenden Kaufkraftsumme.

In London gibt es wie auch in den großen Industriestädten Englands – Liverpool, Birmingham und Manchester – innerstädtisch ein ausgeprägtes Wohlstandsgefälle. Innerhalb der Stadtgrenzen befinden sich nicht nur besonders arme, sondern auch sehr wohlhabende Wohngegenden: Reiche Londoner siedeln sich bevorzugt in den nordwestlichen Innenstadtbereichen an, vorzugsweise im Stadtteil Kensington, Oxford Street sowie bei Blackfriars und entlang der Fleet Street. Wer es sich leisten kann, wohnt mitten in den glitzernden Hochhaus-Fassaden der Bürogebäude im District „London City“, die Wohlhabendsten zwischen Barbican und Moorgate (Postcode Sector EC2Y 8). Die nur 3.208 Einwohner dort haben fast das 3-fache Einkommen des durchschnittlichen Engländers zur Verfügung.

Aber auch innerhalb der „reichen“ Viertel gibt es sehr große Unterschiede, wie eine Auswertung kleinräumiger Daten auf Ebene der Postleitzahlen zeigt:

Innerhalb des Londoner Districts Camden gibt es rund um Hampstead Heath (Postcode Sector NW3 7) einige höchst privilegierte Wohnlagen mit einem Kaufkraftindex je Einwohner (Landesdurchschnitt = 100) von 226,5, während nur wenige Häuserblocks weiter südlich, im Postcode Sector NW5 4, der Kaufkraftindex bei „nur“ 115,8 liegt.

### **Lettland**

Die Weltfinanzkrise schnitt tief in die bis vor zwei Jahren europaweit am schnellsten wachsende Volkswirtschaft ein. Die Erschütterung des Finanzsystems führte zu schrumpfender Produktion und verdreifachten Arbeitslosenzahlen. Dementsprechend verringerte sich die Kaufkraft je Einwohner von 6.211 Euro in 2008 auf 4.505 Euro für 2009.

Die regionale Verteilung der Kaufkraft bleibt davon aber im Wesentlichen unberührt. Riga, das Finanz- und Produktionszentrum Lettlands, belegt mit 121,7 Indexpunkten die Spitzenstellung. Verglichen mit dem Stadtkreis München, der die gleiche Einwohner-Größenordnung hat (ca. 700.000) und eine vergleichbar bedeutende wirtschaftliche Rolle spielt, leben die Bewohner der Hauptstadt Lettlands aber mit nur einem Fünftel der durchschnittlichen Münchener Kaufkraft. Um die Hauptstadt Riga herum liegt ein Gürtel aus wohlhabenden Kreisen, die von der Nähe zur Hauptstadt profitieren.

Die östlichen Regionen des Landes, insbesondere ländlicher Prägung, haben hingegen ein geringes verfügbares Pro-Kopf-Einkommen, das im Schnitt bei nur 70 Prozent des Landesdurchschnitts liegt. Die westlichen und nordwestlichen Gebiete sind besser gestellt, einige davon sogar überdurchschnittlich. So weist beispielsweise der Industriestandort Valmiera einen Indexwert von 109,4 auf.

### **Rumänien**

Die Einwohner Rumäniens verfügen über eine Kaufkraft von 3.103 Euro pro Person und Jahr. Rumänien belegt damit im europäischen Vergleich den 33. Platz. Knapp ein Drittel der 42 rumänischen Kreise hat eine überdurchschnittliche Kaufkraft je Einwohner.

Der mit Abstand reichste Kreis ist die Hauptstadt Bukarest, die mit 4.383 Euro je Einwohner über 40% mehr Kaufkraft zur Verfügung hat als der rumänische Durchschnitt und somit dieses Jahr fast den Landesdurchschnitt Lettlands erreicht. Bukarest baute diese Spitzenposition im Vergleich zu letztem Jahr sogar weiter aus. Aber die Menschen in dem reichsten Kreis Rumäniens verfügen im Schnitt nur über etwa ein Drittel der Kaufkraft des ärmsten Kreises Deutschlands (Uecker-Randow).

Der an der Grenze zu Moldawien liegende Kreis Vaslui ist der ärmste des Landes: Mit lediglich 2.296 Euro pro Einwohner liegt er 26% unter dem Landesdurchschnitt. Der Gegensatz zwischen arm und reich in Rumänien hat sich verstärkt, da der ärmste Kreis weiter verloren und der reichste hinzugewonnen hat.

### **Spanien**

Spaniens Provinzen zeigen ein deutliches Kaufkraft-Gefälle vom Nordosten des Landes nach Südwesten. Eine Ausnahme ist die Hauptstadt Madrid im Zentrum des Landes. Mit einem Kaufkraftindex von 121,4 ist sie zwar relativ reich, bleibt aber knapp unter dem Kaufkraftniveau der ärmsten Kreise der flämischen Region Belgiens. Innerhalb Spaniens belegt die Provinz Madrid auch nur Rang 3 hinter den baskischen Provinzen Guipuzcoa (Index = 125,2) und Alava (Index = 124,9).

Im Vergleich zum Vorjahr konnten aber Gemeinden und Provinzen im relativ armen Westen und Süden des Landes Gewinne verbuchen, wohingegen die meisten Verlierer in Nordost- und Zentralspanien zu finden sind. Größter Verlierer unter den Provinzen ist Guadalajara (östlich von Madrid), die mit einem Verlust von 4 Prozentpunkten 2009 noch eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 11.882 Euro erreicht.

### **Zur Studie**

Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen ohne Steuern und Sozialabgaben inklusive Transferleistungen und wird pro Kopf und Jahr in Euro und als Index ausgewiesen. Die GfK Kaufkraft bezieht sich auf die nominalen verfügbaren Einkommen, d.h. die Werte sind nicht inflationsbereinigt und beinhalten auch keine regional verschiedenen Preisniveaus. Basis der Berechnung sind neben Daten der Einkommensteuerstatistik einschlägige Statistiken zur Berechnung von Transferleistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Die Gesamtsumme der GfK Kaufkraft wird von der Bevölkerung sowohl für private Konsumausgaben aber ebenso auch für monatliche Fixkosten wie Mieten, Energiekosten, private Altersvorsorge und Versicherungen sowie andere Ausgaben, beispielsweise Urlaub oder Verkehr, verwendet.

Die Studie GfK Kaufkraft Europa wird jährlich flächendeckend für 41 europäische Länder berechnet, bis zur Ebene der Gemeinden und Postleitzahlen. Die Studie 2009 / 2010 ist ab sofort auf neuestem Daten- und Gebietsstand, inklusive Daten zu Einwohnern und Haushalten, verfügbar. GfK GeoMarketing bietet ebenfalls passende digitale Landkarten für ganz Europa an.

International agierende Unternehmen brauchen möglichst genaue Vorhersagen, wie viel Geld in den Ländern zur Verfügung steht. Die GfK Kaufkraft Europa wird etwa zur internationalen Vertriebs- und Expansionsplanung, Filialnetzoptimierung oder im Controlling eingesetzt.





**Weitere Informationen zur GfK Kaufkraft Europa** erhalten Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft\\_europa](http://www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft_europa) und bei Alexandra Deutsch: Tel.: +49 (0)7251/9295 -170 oder [a.deutsch@gfk-geomarketing.com](mailto:a.deutsch@gfk-geomarketing.com).

#### **Download von Grafiken**

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft\\_europa\\_2009](http://www.gfk-geomarketing.de/kaufkraft_europa_2009)

#### **Über 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

Das Unternehmen ist eine 100%ige 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.