

# Medienmitteilung

## GfK veröffentlicht Kaufkraft 2016 für die Schweiz

12. April 2016

Lukas Häusermann  
Marketing & Communications  
GfK Switzerland AG  
T +41 41 632 91 19  
[lukas.haeusermann@gfk.com](mailto:lukas.haeusermann@gfk.com)

Kathrin Acker  
Research Consultant  
Geomarketing  
GfK Switzerland AG  
+41 41 632 92 36  
[kathrin.acker@gfk.com](mailto:kathrin.acker@gfk.com)

**Hergiswil, 12. April 2016 – Für die Schweiz prognostiziert GfK im Jahr 2016 eine Kaufkraft von 42'300 Euro je Einwohner. Die Gesamtsumme der Kaufkraft in der Schweiz liegt im Jahr 2016 bei 349 Mrd. Euro (ohne Liechtenstein). Im Kanton Zug ist die Kaufkraft pro Kopf am stärksten, im Jura am niedrigsten. Die pro-Kopf-Kaufkraft liegt aber auch im kaufkraftschwächsten Kanton, Jura, noch deutlich über der in Starnberg, dem kaufkraftstärksten Kreis in Deutschland.**

Die Bewohner des wohlhabendsten Kantons, Zug, verfügen über das 1,5-Fache an Kaufkraft gegenüber dem Schweizer Durchschnitt. Die Bewohner der zweit- und drittplatzierten Kantone, Schwyz und Nidwalden, liegen knapp 35 bzw. 22 Prozent über dem schweizerischen Durchschnitt. Insgesamt erreichen nur sieben der 26 Kantone eine überdurchschnittliche pro-Kopf-Kaufkraft, was belegt, dass auch in der wohlhabenden Schweiz die Kaufkraft weiterhin deutliche regionale Unterschiede aufweist.

Die Kaufkraft misst das nominal verfügbare Nettoeinkommen der Bevölkerung inklusive staatlicher Leistungen wie Arbeitslosengeld, Kindergeld oder Renten. Der Fokus der Studie des Geomarketing-Bereichs von GfK 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. Zur Berechnung der GfK Kaufkraft der DACH-Länder in Eurowerten wurde die am 04.02.2016 von der EU-Kommission aktualisierte Prognose für den durchschnittlichen Wechselkurs 2016 verwendet (1 € = 1,0892 CHF).

GfK Switzerland AG  
Obermattweg 9  
6052 Hergiswil  
Schweiz

Tel. +41 41 632 91 11  
Fax +41 41 632 91 23

## Kantonsvergleich

Rang	Kanton	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Kaufkraft pro Einwohner Index*
1	Zug	120'089	64'990	153,6
2	Schwyz	152'759	57'023	134,8
3	Nidwalden	42'080	51'579	121,9
4	Zürich	1'446'354	47'824	113,1
5	Genf	477'385	47'465	112,2
6	Basel-Land	281'301	44'341	104,8
7	Basel-Stadt	190'580	43'880	103,7
8	Waadt	759'354	42'070	99,5
9	Aargau	645'277	41'160	97,3
10	Solothurn	263'719	40'894	96,7

Quelle: GfK Kaufkraft Schweiz 2016

\* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Die drei kaufkraftschwächsten Kantone, Glarus, Uri und der Jura, liegen zwischen 13 und 19% unter dem Schweizer Durchschnitt. Die pro-Kopf-Kaufkraft liegt aber auch im kaufkraftschwächsten Kanton, Jura, mit 34,095 € noch deutlich über der in Starnberg, dem kaufkraftstärksten Kreis in Deutschland (31'850 €).

## Bezirke

Innerhalb der Kantone zeigt sich eine grosse Kaufkraftspanne. Im Kanton **Schwyz**, dem zweit-„reichsten“ Kanton der Schweiz, hat jeder Bewohner durchschnittlich 57'023 € zur Verfügung. Bei einer genaueren Betrachtung zeigen sich aber auch innerhalb des Kantons regionale Unterschiede. Im Bezirk Gersau etwa liegt die Kaufkraft rund fünf Prozent über dem schweizerischen Durchschnitt. Doch gleichzeitig liegt diese rund 30 Prozent unter dem Kantonsdurchschnitt. Im Bezirk Küssnacht haben die Einwohner jedoch durchschnittlich 45 Prozent mehr Einkommen als im Schweizer Durchschnitt und im Bezirk Höfe ist das durchschnittliche Einkommen sogar mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtschweiz.

Im Kanton **St. Gallen**, dessen Einwohner über ein durchschnittliches Einkommensniveau von 36'905 € verfügen, ist die Verteilung geringer. Im Wahlkreis See-Gaster am Obersee verfügen die Einwohner durchschnittlich über 39'130 €, während die Einwohner des Toggenburgs nur über 32'731 € verfügen und somit zehn Prozent unter dem Kantonschnitt liegen.

## Schweiz: Top 10 Bezirke

Rang	Bezirk	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Kaufkraft pro Einwohner Index *
1	Bezirk Höfe (SZ)	28'028	94'073	222,4
2	Bezirk Meilen (ZH)	99'946	65'825	155,6
3	Kanton Zug	120'089	64'990	153,6
4	Bezirk Küssnacht (SZ)	12'395	60'650	143,4
5	Bezirk Horgen (ZH)	121'220	52'978	125,2
6	Bezirk March (SZ)	41'575	52'156	123,3
7	Kanton Nidwalden	42'080	51'579	121,9
8	District de Nyon (VD)	95'548	51'137	120,9
9	District de Lavaux-Oron (VD)	58'624	50'058	118,3
10	Bezirk Uster (ZH)	126'004	48'182	113,9

Quelle: GfK Kaufkraft Schweiz 2016

\* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

## 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 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.

[Grafik zur GfK Kaufkraft in den DACH-Ländern](#)

[Grafik zur GfK Kaufkraft in der Schweiz \(inkl. Liechtenstein\)](#)

Weitere Informationen zu den GfK Marktdaten finden Sie [hier](#).

### 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.

## **Über Geomarketing**

Geomarketing bietet umfassende Einblicke in standortspezifische Faktoren, die Auswirkung auf den Erfolg von Unternehmensstandorten, Geschäften, Verkaufsgebieten, Zielgruppen sowie Handelsketten und Vertriebsnetzen haben. Geomarketing liefert Antworten auf die „Wo“-Fragen, die den regionalen und internationalen Erfolg direkt beeinflussen. Unsere Lösungen umfassen regionale Marktanalysen, Zielgruppenlokalisierung, Verkaufsgebietsplanung, digitale Landkarten zu Daten wie Kaufkraft und regionale Marktdaten sowie Schätzungen von Immobilien, Standorten und Vertriebsnetzen für den Einzelhandel und die Fertigungsindustrie.

## **GfK Switzerland AG**

GfK Switzerland ist das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13'000 Experten weltweit vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus grossen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.