

# Pressemitteilung

## Kaufkraft der Europäer steigt

22. Oktober 2015

Cornelia Lichtner  
T +49 7251 9295 270  
[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)

### GfK Kaufkraft Europa 2015

**Bruchsal, 22. Oktober 2015 – Die Kaufkraft in Europa ist in diesem Jahr um gut vier Prozent gestiegen. Allerdings variiert das verfügbare Nettoeinkommen nicht nur innerhalb der Regionen Europas, sondern auch innerhalb der untersuchten 42 Länder zum Teil sehr deutlich. Wie viel sich die Menschen leisten können, hängt also stark davon ab, wo sie leben.**

Insgesamt stehen den europäischen Verbrauchern für das Jahr 2015 etwa 9,13 Billionen Euro für ihre gesamten Ausgaben sowie zum Sparen zur Verfügung. Dies entspricht einer durchschnittlichen Kaufkraft von 13.636 Euro pro Einwohner der 42 Studienländer. Damit haben die Europäer pro Kopf rund 4,2 Prozent mehr zur Verfügung als noch im vergangenen Jahr. Dies bedeutet in vielen Ländern auch real eine Steigerung. Denn die Inflationsrate wird laut der Europäischen Zentralbank für das Gesamtjahr 2015 im Euroraum bei 0,2 Prozent liegen.

Wieviel die Verbraucher für ihre Konsumausgaben zur Verfügung haben, unterscheidet sich stark nach Region und Land. Die ost- und südeuropäischen Länder haben zwar über die Jahre trotz Wirtschaftskrisen ein gewisses Kaufkraftwachstum erlebt. Dennoch liegen sie weit hinter den West- und Nordeuropäern. Ein „Mittelfeld“ gibt es nicht. Das einzige Land, das im europäischen Durchschnitt liegt, ist Spanien mit 13.203 Euro pro Kopf.

### Top 10 Länder nach Kaufkraft 2015 je Einwohner

| Rang | Land           | Kaufkraft 2015 pro Kopf in € | Europaindex* |
|------|----------------|------------------------------|--------------|
| 1    | Liechtenstein  | 64.900                       | 475,9        |
| 2    | Schweiz        | 43.514                       | 319,1        |
| 3    | Norwegen       | 30.265                       | 221,9        |
| 4    | Luxemburg      | 28.775                       | 211,0        |
| 5    | Dänemark       | 22.794                       | 167,2        |
| 6    | Großbritannien | 22.289                       | 163,5        |
| 7    | Österreich     | 22.067                       | 161,8        |
| 8    | Deutschland    | 21.449                       | 157,3        |
| 9    | Island         | 21.259                       | 155,9        |
| 10   | Schweden       | 21.246                       | 155,8        |
|      | <b>Europa</b>  | <b>13.636</b>                | <b>100</b>   |

Quelle: © GfK Kaufkraft Europa 2015

\* Index je EW.: Europadurchschnitt = 100

Die Verbraucher in den Top 10 Ländern verfügen mindestens über das 1,5-Fache des europäischen Durchschnitts – in Liechtenstein gar das 4,8-

GfK GeoMarketing GmbH  
[www.gfk-geomarketing.de](http://www.gfk-geomarketing.de)  
[geomarketing@gfk.com](mailto:geomarketing@gfk.com)

Geschäftssitz Bruchsal:  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
76646 Bruchsal  
T +49 7251 9295 100  
F +49 7251 9295 290

Standort Hamburg:  
Herrengaben 3-5  
20459 Hamburg

Standort Nürnberg:  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Geschäftsführer:  
Friedrich Fleischmann  
Hans-Peter Klotzbücher

Amtsgericht Mannheim  
HRB 250872  
Ust-ID: DE 143585033

Fache. Dem gegenüber stehen 26 Länder, die unterhalb des europäischen Durchschnitts liegen. Die vier einwohnerreichsten Länder – Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien – vereinen etwa 40 Prozent der Bevölkerung Europas und sogar fast 60 Prozent der verfügbaren Kaufkraft.

**Spaniens Kaufkraft: im europäischen Durchschnitt** Spanien markiert mit einer pro-Kopf Kaufkraft von 13.203 Euro in etwa den europäischen Durchschnittswert. Damit steht es im europäischen Mittelfeld auch allein auf weiter Flur auf Rang 17. Denn das nächst-stärkere Land, Italien, weist mit 16.193 Euro schon eine Kaufkraft auf, die rund 19 Prozent über dem europäischen Schnitt liegt. Und das nächst-schwächere Land, Malta, liegt weit abgeschlagen bei 10.753 Euro pro Kopf. Mit dieser Summe verfügen die Maltesischen Verbraucher bereits über 21 Prozent weniger Kaufkraft als der europäische Durchschnitt.

Die Einwohner der reichsten Provinz Spaniens, Gipuzka, haben mit rund 17.441 Euro pro Kopf etwas mehr Kaufkraft als die Menschen in den Niederlanden. Damit liegen sie rund ein Drittel über dem spanischen Durchschnitt. Die Bewohner von Cadiz, der kaufkraftschwächsten Provinz, kommen hingegen im Schnitt nur auf 8.943 Euro pro Kopf. Das ist ein Drittel weniger als der Landesdurchschnitt (Landesindex: 67,7). Genau im Durchschnitt liegen die Bewohner Valladolids mit 13.224 Euro pro Kopf.

### Top 10 Provinzen Spanien

| Rang (von 54) | Provinz     | Einwohner | Kaufkraft pro Einwohner in € | Landesindex* | Europaindex* |
|---------------|-------------|-----------|------------------------------|--------------|--------------|
| 1             | Gipuzkoa    | 715.148   | 17.441                       | 132,1        | 127,9        |
| 2             | Araba/Alava | 321.932   | 16.988                       | 128,7        | 124,6        |
| 3             | Navarra     | 640.790   | 16.744                       | 126,8        | 122,8        |
| 4             | Madrid      | 6.454.440 | 16.369                       | 124,0        | 120,0        |
| 5             | Bizkaia     | 1.151.905 | 16.151                       | 122,3        | 118,4        |
| 6             | Barcelona   | 5.523.784 | 15.271                       | 115,7        | 112,0        |
| 7             | Girona      | 756.156   | 14.704                       | 111,4        | 107,8        |
| 8             | Zaragoza    | 960.111   | 14.508                       | 109,9        | 106,4        |
| 9             | Lleida      | 438.001   | 14.500                       | 109,8        | 106,3        |
| 10            | Tarragona   | 800.962   | 14.484                       | 109,7        | 106,2        |

GfK Kaufkraft Spanien 2015

\* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

### Pariser verfügen in Frankreich über die höchste Kaufkraft

Frankreich kommt auf eine durchschnittliche Kaufkraft von 19.076 Euro pro Kopf. Damit liegt es fast 40 Prozent über dem europäischen Durchschnitt und auf Rang 13.

Unter den 96 Departements liegt Paris mit 29.443 Euro pro Kopf weit vor allen anderen. Die Hauptstadtbewohner haben somit im Durchschnitt rund das 1,5-Fache des Landesdurchschnitts und mehr als das Doppelte des Europadurchschnitts zur Verfügung.

### Top 10 Departements Frankreich

| Rang (von 96) | Departement     | Einwohner | Kaufkraft pro Einwohner in € | Landesindex* | Europaindex* |
|---------------|-----------------|-----------|------------------------------|--------------|--------------|
| 1             | Paris           | 2.241.069 | 29.433                       | 154,3        | 215,8        |
| 2             | Hauts-de-Seine  | 1.594.090 | 26.202                       | 137,4        | 192,1        |
| 3             | Yvelines        | 1.413.564 | 24.315                       | 127,5        | 178,3        |
| 4             | Haute-Savoie    | 766.879   | 22.958                       | 120,4        | 168,4        |
| 5             | Val-de-Marne    | 1.349.248 | 21.014                       | 110,2        | 154,1        |
| 6             | Essonne         | 1.247.346 | 20.940                       | 109,8        | 153,6        |
| 7             | Alpes-Maritimes | 1.082.494 | 20.619                       | 108,1        | 151,2        |
| 8             | Rhone           | 1.780.835 | 19.942                       | 104,5        | 146,2        |
| 9             | Haute-Garonne   | 1.295.791 | 19.821                       | 103,9        | 145,4        |
| 10            | Seine-et-Marne  | 1.367.113 | 19.758                       | 103,6        | 144,9        |

GfK Kaufkraft Frankreich 2015

\* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Das Schlusslicht bildet Pas-de-Calais mit 15.688 Euro Kaufkraft pro Kopf. Das sind rund 18 Prozent weniger als der Landesdurchschnitt. Das kaufkraftschwächste Departement Frankreichs repräsentiert damit zugleich in etwa den Durchschnitt in den 28 EU-Ländern. Der französische Landesdurchschnitt findet sich im Gebiet von Pyrenees-Atlantiques wieder, wo die Verbraucher eine Kaufkraft von 19.006 Euro pro Kopf haben.

### Polen: Einkommen variieren stark

Die Bewohner Polens verfügen im Jahr 2015 über 6.437 Euro Kaufkraft pro Kopf. Das entspricht Rang 28 im Europaranking und 47 Prozent der europäischen Durchschnittskaufkraft. Genau im Landesdurchschnitt liegt der Kreis Tarnow. Die Hauptstadt Warschau ist der kaufkraftstärkste Kreis des Landes: Mit 11.751 Euro haben die Einwohner im Schnitt fast 83 Prozent mehr Kaufkraft als ihre Landsleute. Dennoch liegen sie damit noch rund 14 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt.

Immerhin 17 der 380 polnischen Kreise verfügen über eine Kaufkraft, die 20 Prozent und mehr über dem Landesdurchschnitt liegt. Das ist ein Zeichen für den wachsenden Wohlstand in einigen Regionen. Diese Entwicklung steht allerdings im Kontrast zu den 90 Kreisen, die mindestens 20

Prozent unter dem Landesdurchschnitt liegen. Die Einwohner des kaufkraftschwächsten Kreises, Lubaczowski, haben sogar nur 68 Prozent des polnischen pro-Kopf-Durchschnitts. In Polen geht die Einkommensschere also besonders weit auseinander. Allerdings ist die große Spreizung der Kaufkraftwerte auch darauf zurückzuführen, dass die Kreisstruktur Polens mit 380 Gebieten im Vergleich zu den anderen genannten Ländern relativ feinteilig ist. Feinere Gebiete weisen generell eine höhere Wertespreizung auf.

### Top 10 Kreise (Powiaty) Polen

| Rang (von 380) | Kreis               | Einwohner | Kaufkraft pro Einwohner in € | Landesindex* | Europaindex* |
|----------------|---------------------|-----------|------------------------------|--------------|--------------|
| 1              | Warszawa            | 1.735.442 | 11.751                       | 182,6        | 86,2         |
| 2              | Piaseczyński        | 174.085   | 9.583                        | 148,9        | 70,3         |
| 3              | Warszawski Zachodni | 111.899   | 9.097                        | 141,3        | 66,7         |
| 4              | Sopot               | 37.654    | 9.070                        | 140,9        | 66,5         |
| 5              | Pruszkowski         | 159.515   | 9.054                        | 140,7        | 66,4         |
| 6              | Poznań              | 545.680   | 8.699                        | 135,1        | 63,8         |
| 7              | Wrocław             | 634.487   | 8.658                        | 134,5        | 63,5         |
| 8              | Katowice            | 301.834   | 8.527                        | 132,5        | 62,5         |
| 9              | Grodziski           | 89.663    | 8.413                        | 130,7        | 61,7         |
| 10             | Legionowski         | 112.226   | 8.133                        | 126,3        | 59,6         |

GfK Kaufkraft Polen 2015

\* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

### Tschechen haben rund die Hälfte des Europadurchschnitts

Die Menschen in der Tschechischen Republik (Rang 26) haben eine durchschnittliche Kaufkraft von 7.313 Euro pro Kopf. Das sind 53,6 Prozent des Europadurchschnitts.

Der reichste tschechische Kreis, das Hauptstadtgebiet Prag (Hlavní město Praha), kommt auf eine durchschnittliche Kaufkraft von 9.598 Euro. Das sind rund 31 Prozent mehr als der Landesdurchschnitt. Diesen repräsentiert mit 7.297 Euro pro Kopf in etwa Plzeň-sever, die Region nördlich von Pilsen. Hingegen verfügen die Menschen im Kreis Bruntal im Schnitt nur über 6.006 Euro Kaufkraft. Damit liegen sie 18 Prozent unter dem Landesdurchschnitt und in etwa auf dem gleichen Kaufkraftniveau wie die Einwohner Kroatiens.

## Top 10 Kreise (Okresy) Tschechische Republik

| Rang (von 77) | Kreis              | Einwohner | Kaufkraft pro Einwohner in € | Landesindex* | Europaindex* |
|---------------|--------------------|-----------|------------------------------|--------------|--------------|
| 1             | Hlavní město Praha | 1.259.079 | 9.598                        | 131,3        | 70,4         |
| 2             | Praha-západ        | 134.351   | 8.655                        | 118,3        | 63,5         |
| 3             | Praha-východ       | 164.002   | 8.563                        | 117,1        | 62,8         |
| 4             | Brno-město         | 377.440   | 7.983                        | 109,2        | 58,5         |
| 5             | Plzeň-město        | 187.245   | 7.914                        | 108,2        | 58,0         |
| 6             | Mladá Boleslav     | 125.931   | 7.790                        | 106,5        | 57,1         |
| 7             | Beroun             | 89.172    | 7.694                        | 105,2        | 56,4         |
| 8             | Kladno             | 161.621   | 7.683                        | 105,1        | 56,3         |
| 9             | Benešov            | 96.718    | 7.641                        | 104,5        | 56,0         |
| 10            | Příbram            | 114.084   | 7.573                        | 103,6        | 55,5         |

GfK Kaufkraft Tschechische Republik 2015

\* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

### Zur Studie

Die GfK Kaufkraftstudie betrachtet die nominale Kaufkraft in Euro. Sie ist flächendeckend für detaillierte administrative und postalische Ebenen verfügbar. Die Wechselkurse der Nicht-Euro-Länder beziehen sich auf die Prognosen der Europäischen Kommission für das Jahr 2015 zum 5. Mai 2015. Die Wachstumsrate von 4,2 Prozent bezieht sich auf revidierte Vorjahreswerte sowie die pro-Kopf-Kaufkraft.

Beim Länderranking sind Wechselkurseffekte anderer Währungen gegenüber dem Euro zu beachten, insbesondere bei der Schweiz und Großbritannien.

Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen ohne Steuern und Sozialabgaben inklusive Transferleistungen und wird pro Kopf und Jahr in Euro als Index ausgewiesen. Die GfK Kaufkraft bezieht sich auf die nominal verfügbare Einkommen. Das heißt, die Werte sind nicht inflationsbereinigt. Basis der Berechnung sind neben Daten der Einkommensteuerstatistik einschlägige Statistiken zur Berechnung von Transferleistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute.

Von der allgemeinen Kaufkraft bestreiten die Verbraucher alle Ausgaben für Essen, Wohnen, Dienstleistungen, aber auch Energiekosten, private Altersvorsorge und Versicherungen sowie andere Ausgaben, beispielsweise für Urlaub, ihre Mobilität und Konsumwünsche.

Die Studie GfK Kaufkraft Europa wird jährlich flächendeckend für 42 europäische Länder bis zur Ebene der Gemeinden und Postleitzahlen berechnet. Die Studie für 2015 ist ab sofort auf neuestem Daten- und Gebietsstand, inklusive Daten zu Einwohnern und Haushalten, verfügbar. GfK bietet im Bereich Geomarketing passende digitale Landkarten.

International agierende Unternehmen brauchen möglichst genaue Vorher-

sagen, wie viel Geld den Verbrauchern 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.com/marktdaten](http://www.gfk.com/marktdaten).

### **Grafiken in Druckauflösung**

finden Sie unter

<https://www.gfk.com/de/Documents/Pressemitteilungen/2015/europa-kaufkraft.zip>.

### **Über GfK**

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 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.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](http://www.twitter.com/gfk_de)

V.i.S.d.P.  
GfK GeoMarketing GmbH  
Public Relations  
Cornelia Lichtner  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
T+49 7251 9295 100  
[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)