



Pressemitteilung

Europäern stehen 2020 rund 773 Euro weniger zur Verfügung

20. Oktober 2020

Thomas Muranyi
Geomarketing
T +49 7251 9295 280
thomas.muranyi@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

COVID-19 beeinflusst Pro-Kopf-Kaufkraft in Europa

Nürnberg, 20. Oktober 2020 – Im Jahr 2020 haben Europäer eine durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft von 13.894 Euro. Dabei gibt es jedoch deutliche Unterschiede zwischen den 42 untersuchten Ländern: In Liechtenstein, der Schweiz und Luxemburg ist das verfügbare Nettoeinkommen am höchsten, während es im Kosovo, in Moldawien und der Ukraine am niedrigsten ist. So haben die Liechtensteiner mehr als das 37-Fache der Durchschnittskraft der Ukrainer. Das zeigt die aktuelle Studie „GfK Kaufkraft Europa 2020“, die ab sofort verfügbar ist und mit dem Corona Impact Index auch den Einfluss von COVID-19 auf die europäischen Länder abbildet.

Für das Jahr 2020 haben die Europäer knapp 9,5 Billionen Euro zur Verfügung. Pro Kopf entspricht das einer durchschnittlichen Kaufkraft von 13.894 Euro. Damit verzeichnet die Pro-Kopf-Kaufkraft 2020 einen Rückgang von nominal knapp 5,3 Prozent im Vergleich zum revidierten Vorjahreswert, was vor allem auf die Ausbreitung von COVID-19 und die daraus resultierenden Auswirkungen auf die Wirtschaft zurückzuführen ist. Wie viel Verbraucher für Essen, Wohnen, Dienstleistungen, Energiekosten, private Altersvorsorge, Versicherungen, Urlaub, Mobilität oder auch Konsumwünsche zur Verfügung haben, unterscheidet sich von Land zu Land sehr, was ein Blick auf die Top 10 zeigt.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Irland schafft Sprung in Top 10

Wie im Vorjahr belegt Liechtenstein mit Abstand den ersten Rang unter den 42 europäischen Ländern. Hier beträgt die Pro-Kopf-Kaufkraft 64.240 Euro. Damit liegt Liechtenstein mehr als das 4,6-Fache über dem europäischen Durchschnitt. Ebenfalls in der Top 3 des Kaufkraftankings befinden sich wie im Vorjahr die Schweiz und Luxemburg. Während den Schweizern 41.998 Euro pro Kopf und damit mehr als das 3-Fache im Vergleich zum europäischen Durchschnitt für Ausgaben zur Verfügung

stehen, haben die Luxemburger eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 34.119 Euro. Damit liegen sie mehr als das 2,5-Fache über dem europäischen Durchschnitt.

Kaufkraftranking Europa (Top 10)

Ranking 2020 (Vorjahr)	Staat	Einwohner	Kaufkraft 2020 pro Einwohner in €	Kaufkraftindex Europa*	Corona Impact Index Europa*
1 (1)	Liechtenstein	38.378	64.240	462,4	15,2
2 (2)	Schweiz	8.544.527	41.998	302,3	26,1
3 (3)	Luxemburg	626.108	34.119	245,6	64,2
4 (4)	Island	364.134	28.155	202,6	158,3
5 (5)	Norwegen	5.367.580	25.699	185,0	163,2
6 (6)	Dänemark	5.822.763	25.176	181,2	68,9
7 (7)	Österreich	8.858.775	23.585	169,7	60,8
8 (8)	Deutschland	83.019.213	22.388	161,1	77,6
9 (12)	Irland	4.904.240	21.030	151,4	77,2
10 (10)	Schweden	10.327.589	20.882	150,3	37,1
	Europa gesamt	678.118.773	13.894	100,0	100,0

Quelle: © GfK Kaufkraft Europa 2020

* Index je Einwohner: Europadurchschnitt = 100

Wechselkurse der Nicht-Euro-Länder: Prognose der Europäischen Kommission für 2020 zum 06.05.2020

Auch alle anderen Länder in den Top 10 weisen eine sehr überdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft auf, die mindestens 50 Prozent über dem europäischen Durchschnitt liegt. Neu in den Top 10 des Kaufkraftrankings ist in diesem Jahr Irland, das mit 21.030 Euro pro Kopf den neunten Platz belegt und damit Finnland aus den Top 10 verdrängt.

Während insgesamt 16 Länder über dem europäischen Durchschnitt liegen, schneiden 26 der untersuchten Länder in Bezug auf die Pro-Kopf-Kaufkraft unterdurchschnittlich ab. Schlusslicht des Gesamt-Rankings bildet die Ukraine. Hier haben die Menschen 1.703 Euro pro Kopf zur Verfügung.

Markus Frank, GfK-Experte im Bereich Geomarketing, erklärt: „Die GfK Kaufkraft für Europa ist die am Markt anerkannte Richtgröße zur Ermittlung des Konsumpotenzials und zeigt die regionale Verteilung des verfügbaren Einkommens der Bevölkerung – sowohl zwischen den einzelnen Ländern als auch zwischen den verschiedenen Regionen innerhalb eines Landes. Gerade in Zeiten von Corona ist es für Unternehmen wichtig zu wissen, wo die Kaufkraft und damit das regionale Potenzial am höchsten ist, um die Ressourcen möglichst effektiv einsetzen zu können. Mit der Kaufkraft als bedeutendem Gradmesser für die Wirtschaftskraft einer Region erhalten Unternehmen eine Entscheidungsgrundlage rund um ihre Vertriebssteuerung, ihr Marketing sowie ihre Standortplanung und -bewertung.“

Corona Impact zeigt COVID-19- Einfluss auf europäische Länder

Mit dem Corona Impact hat GfK außerdem berechnet, wie sehr die jeweiligen Länder im europäischen Vergleich unter den Auswirkungen von COVID-19 gelitten haben. So zeigt der Corona

Impact die Unterschiede im Wohlstandsverlust der privaten Haushalte durch die Corona-Krise und erlaubt so nationale und regionale Vergleiche innerhalb Europas. In den Kaufkraft-Top 10 weisen Liechtenstein und die Schweiz europaweit das höchste verfügbare Nettoeinkommen pro Kopf auf. Sie sind auch die beiden Länder, die am wenigsten unter der Krise gelitten haben. Liechtenstein liegt hier rund 85 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt, während die Schweiz etwa 74 Prozent weniger als der europäische Durchschnitt von der Corona-Krise getroffen wurde. Island und Norwegen, die die Ränge vier und fünf im Kaufkraftranking belegen, schneiden beim Corona Impact jedoch weniger positiv ab: Mit mehr als 58 bzw. 63 Prozent über dem europäischen Durchschnitt wurden beide Länder recht hart von der Corona-Krise getroffen, was unter anderem auf eine durch die Pandemie bedingte Abwertung der nationalen Währungen gegenüber dem Euro zurückzuführen ist. Das Schlusslicht unter allen 42 betrachteten Ländern ist die Türkei. Dort liegt der Corona Impact mehr als das 2,8-Fache über dem europäischen Durchschnitt.

„Die Auswirkungen der Corona-Krise auf das verfügbare Nettoeinkommen der Haushalte sind erheblich“, **erklärt GfK-Experte Markus Frank weiter.** „Doch auch hier gibt es große regionale Unterschiede. Daher geben wir Unternehmen mit dem Corona Impact Index weitere hilfreiche Daten an die Hand, die sozusagen den ‚Prognose Gap‘ abbilden, das heißt den Abstand zwischen dem potenziell erreichbaren Wachstumspfad des verfügbaren Einkommens der privaten Haushalte vor dem Ausbruch von COVID-19 in Europa und dem gemäß der Kaufkraftprognose 2020 voraussichtlichen nationalen Kaufkraftniveau. So lässt sich erkennen, welche Regionen am meisten unter der Krise gelitten haben und welche am wenigsten.“

Vergleich ausgewählter Länder und Regionen

Im Folgenden wird die Kaufkraftverteilung in Italien, Spanien, der Tschechischen Republik, Polen, Ungarn und Rumänien genauer betrachtet. Diese Länder bieten aufschlussreiche Einblicke in die regionale Verteilung des Ausgabepotenzials innerhalb der jeweiligen Länder.

Ranking 2020 (Vorjahr)	Staat	Einwohner	Kaufkraft 2020 pro Einwohner in €	Kaufkraftindex Europa*	Corona Impact Index Europa*
16 (16)	Italien	60.244.639	16.439	118,3	112,5
17 (17)	Spanien	47.026.208	13.613	98,0	136,2
25 (24)	Tschechische Republik	10.693.939	9.179	66,1	152,5
28 (29)	Polen	38.382.576	7.143	51,4	136,8
30 (30)	Ungarn	9.769.526	6.871	49,5	150,3
31 (32)	Rumänien	19.414.458	5.611	40,4	175,4

Quelle: © GfK Kaufkraft Europa 2020

* Index je Einwohner: Europadurchschnitt = 100

Wechselkurse der Nicht-Euro-Länder: Prognose der Europäischen Kommission für 2020 zum 06.05.2020

Italien: Kaufkraftstarker Norden und kaufkraftschwacher Süden

In Italien beträgt die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft 16.439 Euro. Damit liegen die Italiener etwas mehr als 18 Prozent über dem europäischen Durchschnitt und belegen Rang 16 der 42 untersuchten Länder.

Bei der Kaufkraftverteilung in Italien gibt es ein deutliches Nord-Süd-Gefälle zwischen dem wohlhabenden Norden und dem ärmeren Süden. So liegen alle Provinzen in den Top 10 im Norden Italiens. Weiterhin auf Rang eins ist die Provinz Milano. Rund um die Modemetropole Mailand beträgt die Pro-Kopf-Kaufkraft 23.507 Euro, womit diese 43 Prozent über dem Landesdurchschnitt und etwas mehr als 69 Prozent über dem europäischen Durchschnitt liegt. Neu in den Top 10 ist die Provinz Firenze, die den zehnten Platz belegt und damit die Provinz Valle d'Aosta/Vallee d'Aoste aus den Top 10 drängt. Außerdem tauschen die Provinzen Monza e della Brianza und Genova die Ränge fünf und acht.

Top 10 Provinzen Italien

Rang (von 109)	Provinz	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes-index*	Europa-index*
1	Milano	3.279.945	23.507	143,0	169,2
2	Bolzano/Bozen	532.080	22.446	136,5	161,6
3	Bologna	1.017.807	21.987	133,8	158,2
4	Trieste	233.276	20.936	127,4	150,7
5	Monza e della Brianza	878.266	20.849	126,8	150,1
6	Lecco	337.087	20.844	126,8	150,0
7	Parma	453.930	20.813	126,6	149,8
8	Genova	835.829	20.636	125,5	148,5
9	Modena	707.292	20.118	122,4	144,8
10	Firenze	1.004.298	19.839	120,7	142,8

Quelle: © GfK Kaufkraft Italien 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Umgekehrt sind die zehn kaufkraftschwächsten Provinzen alle im südlichen Teil Italiens zu finden. Das Schlusslicht bildet dabei Crotone, das ganz im Süden des Landes liegt. Hier stehen der Bevölkerung 9.119 Euro pro Kopf zur Verfügung – das sind rund 45 Prozent weniger als der Landesdurchschnitt und circa 34 Prozent weniger als der europäische Durchschnitt.

Spanien: Allein im europäischen Mittelfeld

Die Spanier haben 2020 eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 13.613 Euro und liegen mit nur 2 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt. Kein anderes europäisches Land kommt an diesen Wert heran – Italien liegt mehr als 18 Prozent über dem europäischen Durchschnitt, während Slowenien knapp 15 Prozent darunter liegt. Damit befindet sich Spanien allein im europäischen Mittelfeld.

Im Ranking der spanischen Provinzen belegt Araba/Alava, die südlichste der drei Provinzen der autonomen Gemeinschaft Baskenland, weiterhin den ersten Platz. Hier stehen den Einwohnern 17.620 Euro pro Kopf für ihre Konsumausgaben zur Verfügung, womit sie mehr als 29 Prozent über dem Landesdurchschnitt liegen. Allerdings gibt es auch einige Veränderungen in den diesjährigen Top 10: So tauschen Bizkaia und Barcelona die Ränge vier und fünf. Neu in den Top 10 sind in diesem Jahr die Provinzen Zaragoza, Burgos und Asturias auf den Rängen sieben bis neun. Sie nehmen damit die Plätze der letztjährigen Top 10-Provinzen Tarragona, Lleida und Girona ein.

Top 10 Provinzen Spanien

Rang (von 54)	Provinz	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes-index*	Europa-index*
1	Araba/Alava	331.549	17.620	129,4	126,8
2	Gipuzkoa	723.576	17.258	126,8	124,2
3	Madrid	6.663.394	17.148	126,0	123,4
4	Bizkaia	1.152.651	16.498	121,2	118,7
5	Barcelona	5.664.579	16.089	118,2	115,8
6	Navarra	654.214	15.728	115,5	113,2
7	Zaragoza	964.693	15.285	112,3	110,0
8	Burgos	356.958	15.263	112,1	109,9
9	Asturias	1.022.800	14.705	108,0	105,8
10	Huesca	220.461	14.642	107,6	105,4

Quelle: © GfK Kaufkraft Spanien 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Die kaufkraftschwächsten Provinzen befinden sich alle im Südwesten des Landes. Während der letzte Platz des Provinzrankings in den Vorjahren immer von Cadiz belegt wurde, konnte sich die andalusische Provinz in diesem Jahr auf den vorletzten Platz schieben. Schlusslicht des diesjährigen Rankings ist Spaniens größte Provinz Badajoz mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 9.975 Euro. Den Einwohnern von Badajoz stehen damit knapp 27 Prozent weniger als dem Landesdurchschnitt für Ausgaben zur Verfügung.

Die Tschechische Republik: Höchste Kaufkraft in und um größte Städte des Landes

In der Tschechischen Republik steht den Menschen eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 9.179 Euro zur Verfügung. Damit liegen die Tschechen knapp 34 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt und belegen Rang 25 der 42 untersuchten Länder.

Wie im Vorjahr führt der Hauptstadtkreis Praha das Kaufkraftranking an. Mit 11.961 Euro pro Kopf stehen den Menschen dort über 30 Prozent mehr für Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung als dem Landesdurchschnitt. Damit liegt die Kaufkraft der Prager aber trotzdem knapp 14 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt. Auch die beiden an Prag angrenzenden Kreise Praha-zapad und Praha-vychod weisen überdurchschnittliche Kaufkraftwerte auf, genau wie zweitgrößte tschechische Stadt Brno-mesto (Brünn).

Top 10 Kreise (Okresy) Tschechische Republik

Rang (von 77)	Provinz	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes- index*	Europa- index*
1	Praha	1.324.277	11.961	130,3	86,1
2	Praha-zapad	149.338	10.267	111,8	73,9
3	Brno-mesto	381.346	10.135	110,4	72,9
4	Praha-vychod	185.178	10.074	109,7	72,5
5	Plzen-mesto	194.280	9.718	105,9	69,9
6	Mlada Boleslav	130.365	9.574	104,3	68,9
7	Beroun	95.058	9.445	102,9	68,0
8	Hradec Kralove	164.283	9.420	102,6	67,8
9	Benesov	99.414	9.404	102,4	67,7
10	Kladno	166.483	9.328	101,6	67,1

Quelle: © GfK Kaufkraft Tschechische Republik 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Im Vergleich zum Vorjahr gibt es ein paar Rangänderungen in der Top 10: So tauschen Brno-mesto und Praha-vychod die Plätze drei und vier, während Beroun, Hradec Kralove und Benesov ebenfalls neue Ränge einnehmen. Neu in diesem Jahr mit dabei ist der Kreis Kladno, der sich mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 9.328 Euro den letzten Platz in den Top 10 sichern kann. Den letzten Platz des Kreisrankings belegt das nordmährische Jesenik direkt an der Grenze zu Polen. Hier haben die Menschen eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 7.597 Euro, was knapp 83 Prozent des Landesdurchschnitts und rund 55 Prozent des europäischen Durchschnitts entspricht.

Polen: Starker Kontrast zwischen arm und reich

Die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft in Polen beläuft sich 2020 auf rund 7.143 Euro, womit das Land knapp 49 Prozent unter dem europäischen Durchschnitt liegt. Damit belegt Polen Rang 28 innerhalb Europas.

Ein Blick auf die Kaufkraftverteilung über die 380 Kreise zeigt, dass der Kontrast zwischen arm und reich in Polen besonders hoch ist. Lediglich 17 Kreise weisen eine Pro-Kopf-Kaufkraft auf, die mindestens 20 Prozent über dem Landesdurchschnitt liegt. Dem gegenüber stehen 106 Kreise, die mindestens 20 Prozent darunter liegen. Mit einem verfügbaren Nettoeinkommen von 12.120 Euro pro Kopf belegt der HauptstadtKreis Warszawa den ersten Platz. Den Einwohnern des HauptstadtKreises stehen knapp 70 Prozent mehr Geld für Konsumausgaben und zum Sparen zur Verfügung als dem Landesdurchschnitt.

Am anderen Ende des Kreisrankings steht Szydlowiecki. Hier beträgt die Pro-Kopf-Kaufkraft nur 4.721 Euro. Dies entspricht knapp 66 Prozent des polnischen und 34 Prozent des europäischen Durchschnitts. Damit stehen den Einwohnern Warschaus fast das 2,6-Fache des Geldes zur Verfügung, das die Menschen im kaufkraftschwächsten Kreis Szydlowiecki haben.

Top 10 Kreise (Powiaty) Polen

Rang (von 380)	Kreis	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes- index*	Europa- index*
1	Warszawa	1.790.658	12.120	169,7	87,2
2	Sopot	35.719	10.693	149,7	77,0
3	Poznan	534.813	10.081	141,1	72,6
4	Wroclaw	642.869	9.892	138,5	71,2
5	Katowice	292.774	9.715	136,0	69,9
6	Piaseczynski	188.281	9.565	133,9	68,8
7	Warszawski Zachodni	118.613	9.346	130,9	67,3
8	Krakow	779.115	9.195	128,7	66,2
9	Bielsko-Biala	170.663	9.139	127,9	65,8
10	Gliwice	178.603	9.111	127,6	65,6

Quelle: © GfK Kaufkraft Polen 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich auf den vorderen Plätzen des Kaufkraftankings nach Kreisen eher wenig getan: So tauschen die beiden Kreise Krakow und Bielsko-Biala die Ränge acht und neun. Neu in den Top 10 ist Gliwice, das mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 9.111 Euro den zehnten Platz einnimmt und damit den Kreis Tychi aus den Top 10 verdrängt.

Ungarn: Höchste Kaufkraft rund um die Hauptstadt und in Richtung Österreich

In Ungarn beträgt die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft 6.871 Euro, was etwas weniger als der Hälfte der durchschnittlichen Kaufkraft in Europa entspricht. Damit belegt Ungarn im Ländervergleich Rang 30.

Betrachtet man die 20 Komitate Ungarns so stellt man fest, dass die kaufkraftstärksten Gebiete ihre Platzierung im Ranking verteidigen konnten. Mit Vorsprung auf Rang eins liegt weiterhin das Hauptstadtkomitat Budapest. Mit 8.627 Euro pro Kopf liegen die Einwohner Budapests knapp 26 Prozent über dem Landesdurchschnitt, gleichzeitig aber auch fast 38 Prozent unter dem Europadurchschnitt.

Insgesamt haben fünf der 20 Komitate eine überdurchschnittliche Kaufkraft. Sie befinden sich alle geografisch in und um die Hauptstadt Budapest herum und Richtung der österreichischen Grenze. Drei Viertel der ungarischen Komitate haben hingegen eine unterdurchschnittliche Kaufkraft. Den letzten Platz belegt dabei Szabolcs-Szatmar-Bereg. Hier verfügen die Menschen über eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 5.392 Euro, was weniger als 79 Prozent des Landesdurchschnitts und rund 39 Prozent des europäischen Durchschnitts entspricht.

Top 10 Komitate (Megyek) Ungarn

Rang (von 20)	Komitat	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes-index*	Europa-index*
1	Budapest	1.750.216	8.627	125,6	62,1
2	Fejer	418.603	7.590	110,5	54,6
3	Komarom-Esztergom	300.995	7.459	108,6	53,7
4	Pest	1.297.102	7.130	103,8	51,3
5	Veszprem	341.157	7.061	102,8	50,8
6	Vas	254.137	6.808	99,1	49,0
7	Gyor-Moson-Sopron	473.141	6.631	96,5	47,7
8	Heves	293.421	6.599	96,0	47,5
9	Tolna	215.514	6.551	95,3	47,2
10	Csongrad	398.332	6.439	93,7	46,3

Quelle: © GfK Kaufkraft Ungarn 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Rumänien: Hauptstadt mit Abstand kaufkraftstärkster Kreis

Rumänien belegt im europäischen Vergleich Platz 31 direkt hinter Ungarn. Mit einer durchschnittlichen Pro-Kopf Kaufkraft von 5.611 Euro stehen den Rumänen rund 60 Prozent weniger als dem europäischen Durchschnitt zur Verfügung.

Ähnlich wie in Polen ist auch in Rumänien die Schere zwischen arm und reich sehr groß. Im Kreisranking belegt der HauptstadtKreis Bucuresti mit Abstand den ersten Platz. Dort stehen den Menschen 10.173 Euro pro Kopf für ihre Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung, womit sie mehr als 81 Prozent über dem Landesdurchschnitt liegen. Damit haben die Bukarester mehr als das 3-Fache an Kaufkraft als die Einwohner des kaufkraftschwächsten Kreises Vaslui. Dort beträgt das verfügbare Nettoeinkommen nur 3.374 Euro pro Kopf, was rund 60 Prozent des Landesdurchschnitts und etwas mehr als 24,3 Prozent des europäischen Durchschnitts entspricht.

Top 10 Kreise (Judete) Rumänien

Rang (von 41)	Kreis	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in €	Landes-index*	Europa-index*
1	Bucuresti	1.829.897	10.173	181,3	73,2
2	Timis	705.113	7.493	133,5	53,9
3	Cluj	706.905	7.380	131,5	53,1
4	Ilfov	485.276	7.318	130,4	52,7
5	Brasov	552.193	6.907	123,1	49,7
6	Sibiu	401.006	6.885	122,7	49,6
7	Arad	417.422	6.156	109,7	44,3
8	Arges	579.862	6.041	107,7	43,5
9	Prahova	717.972	5.853	104,3	42,1
10	Alba	325.426	5.747	102,4	41,4

Quelle: © GfK Kaufkraft Rumänien 2020

* Index: Wert je Einwohner / Durchschnitt = 100

Arad, Arges und Prahova rücken im Vergleich zum Vorjahr um jeweils einen Platz nach vorne auf die Ränge sieben bis neun, während der Kreis Hunedoara aus den diesjährigen Top 10 verschwindet. Neu auf Platz zehn ist hingegen der Kreis Alba, dessen Einwohner mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 5.747 Euro etwas mehr als 2 Prozent über dem Landesdurchschnitt liegen.

Zur Studie

Die Studie „GfK Kaufkraft Europa 2020“ liegt für 42 europäische Länder auf feinräumigen Ebenen wie Gemeinden und Postleitzahlen vor, ebenso wie passende Daten zu Einwohnern und Haushalten sowie digitale Landkarten.

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 verfügbaren Einkommen. Dies bedeutet, dass die Werte nicht inflationsbereinigt sind. Basis der Berechnung sind neben Daten der Einkommensteuerstatistik einschlägige Statistiken zur Berechnung von Transferleistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Sollten verschiedenen Szenarien von den Wirtschaftsforschungsinstituten ermittelt worden sein, wurde für die Berechnung der GfK Kaufkraft 2020 stets das mittlere Szenario gewählt, in dem meist eine sich bis ins nächste Jahr hinziehende Erholung der Wirtschaft gepaart mit der Verfügbarkeit von wirksamen medizinischen Lösungen gegen das Corona-Virus zu Mitte 2021 angenommen wird.

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.

In diesem Jahr weist GfK zusätzlich den Corona Impact aus, der die Verlustunterschiede des verfügbaren Nettoeinkommens durch die Corona-Krise in Europa auf nationaler und regionaler Ebene sichtbar macht. Basis der Berechnung sind die aktuellsten Informationen und Prognosen zum Haushaltsnettoeinkommen, zu den Konsumausgaben der privaten Haushalte und zur Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes. Diese Zahlen werden in Relation zu den vor COVID-19 aufgestellten Prognosen gesetzt. Die daraus resultierende Abweichung wird auf die Auswirkungen der Corona-Krise zurückgeführt. Wechselkursbedingte Veränderungen fließen in die Berechnung mit ein.

Für die Regionalisierung der Informationen des Corona Impacts werden Daten zur Branchenstruktur in den Regionen verwendet sowie landesspezifische Werte zu Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit seit Beginn der Pandemie. Durch Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit können die Auswirkungen auf die Kaufkraft der Bevölkerung abgebildet werden.

Weitere Informationen

zu den regionalen Marktdaten von GfK finden Sie [hier](#).



Bildmaterial

Grafiken in Druckauflösung finden Sie [hier](#).

Pressekontakt: **Julia Richter**, T +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **Growth from Knowledge**.