



Pressemitteilung

Kaufkraft der Deutschen wird 2021 auf 23.637 Euro steigen

8. Dezember 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

GfK-Studie zur Kaufkraft Deutschland 2021

Nürnberg, 8. Dezember 2020 – Laut der neuesten GfK Kaufkraftstudie wird sich die Kaufkraft der Deutschen 2021, nach dem Rückgang der Wirtschaftsleistung im Corona-Jahr 2020, auf 23.637 Euro pro Kopf belaufen. GfK geht von einer langsamen Erholung aus, die gemessen am revidierten Vorjahreswert zu einer Steigerung von knapp 2,0 Prozent pro Kopf führt.

GfK prognostiziert für Deutschland für das Jahr 2021 eine Kaufkraftsumme von 1.965,8 Milliarden Euro. Das sind pro Kopf nominal 2,0 Prozent und 453 Euro mehr als im Vorjahr, basierend auf der revidierten Vorjahresprognose. Damit beträgt die durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft der Deutschen 23.637 Euro. Dieses Geld steht ihnen für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit oder zum Sparen zur Verfügung.

Unter der Kaufkraft versteht man das nominal verfügbare Nettoeinkommen der Bevölkerung inklusive staatlicher Transferzahlungen wie Renten, Arbeitslosen- und Kindergeld. Wie viel vom nominalen Kaufkraftzuwachs real übrig bleibt, hängt allerdings davon ab, wie sich 2021 die Verbraucherpreise entwickeln werden.

Markus Frank, GfK-Experte im Bereich Geomarketing, erklärt: „Für Unternehmen aller Branchen ist es wichtig zu wissen, wie die regionale Verteilung der Kaufkraft aussieht und wo das Potenzial besonders hoch ist. Mit dem Corona Impact haben wir außerdem auf Ebene der NUTS2-Gebiete¹ berechnet, wie sehr die jeweiligen Regionen in Deutschland und ganz Europa unter den Auswirkungen von COVID-19 gelitten haben. In Deutschland wurde beispielsweise Berlin am wenigsten von der Corona-

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

¹ Die Systematik der Gebietseinheiten für die Statistik (NUTS) wurde von EUROSTAT festgelegt, um eine einheitliche Aufschlüsselung der Gebietseinheiten für die Erstellung regionaler Statistiken für die Europäische Union zu schaffen. NUTS2-Gebiete haben in der Regel zwischen 800.000 und 3 Millionen Einwohner und entsprechen in Deutschland meist den Regierungsbezirken.

Krise getroffen, während Tübingen die Auswirkungen am meisten zu spüren bekommen hat. Mit den neuen Kaufkraftdaten und dem Corona Impact erhalten Unternehmen somit eine wichtige Entscheidungsgrundlage für Ihre Vertriebs-, Expansions- und Marketingplanung, um ihre Ressourcen möglichst effektiv einsetzen zu können.“

Regionale Kaufkraftverteilung

Ein Blick auf die regionale Verteilung der Kaufkraft in Deutschland gibt spannende Einblicke, wo Menschen mit besonders hohem verfügbarem Nettoeinkommen leben. Auf Ebene der Bundesländer gibt es 2021 eine Veränderung im Vergleich zum Vorjahr: Rheinland-Pfalz schiebt sich an Niedersachsen vorbei und liegt 2021 mit einer durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraft von 23.119 Euro auf dem siebten Platz. Wie im Vorjahr liegt Bayern auf Rang eins des Bundeslandrankings: Den Bayern stehen im Schnitt 25.770 Euro und damit 9 Prozent mehr als dem Bundesdurchschnitt zur Verfügung. Ebenfalls eine überdurchschnittliche Kaufkraft weisen die Bundesländer Hamburg, Baden-Württemberg und Hessen auf den Rängen zwei bis vier auf. Alle anderen Bundesländer schneiden im bundesweiten Vergleich unterdurchschnittlich ab, wobei die neuen Bundesländer die größten Kaufkraftzuwächse verzeichnen.

Rang 2021 (Vorjahr)	Bundesland	Einwohner	Kaufkraft 2021 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
1 (1)	Bayern	13.124.737	25.770	109,0
2 (2)	Hamburg	1.847.253	25.607	108,3
3 (3)	Baden-Württemberg	11.100.394	25.487	107,8
4 (4)	Hessen	6.288.080	24.648	104,3
5 (5)	Schleswig-Holstein	2.903.773	23.462	99,3
6 (6)	Nordrhein-Westfalen	17.947.221	23.270	98,4
7 (8)	Rheinland-Pfalz	4.093.903	23.119	97,8
8 (7)	Niedersachsen	7.993.608	23.112	97,8
9 (9)	Saarland	986.887	22.222	94,0
10 (10)	Brandenburg	2.521.893	21.936	92,8
11 (11)	Berlin	3.669.491	21.829	92,4
12 (12)	Bremen	681.202	21.258	89,9
13 (13)	Sachsen	4.071.971	20.638	87,3
14 (14)	Thüringen	2.133.378	20.519	86,8
15 (15)	Sachsen-Anhalt	2.194.782	20.409	86,3
16 (16)	Mecklenburg-Vorpommern	1.608.138	20.387	86,3

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2021

* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Kaufkraft in den Stadt- und Landkreisen

Wie in den Vorjahren ist der bayerische Landkreis Starnberg Spitzenreiter des Kaufkraftrankings. Mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 33.363 Euro stehen den Starnbergern 41 Prozent mehr als dem

Bundesdurchschnitt für ihre Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung. Neu auf Rang zwei in diesem Jahr ist der Landkreis München (32.031 Euro), der den Landkreis Hochtaunuskreis (31.873 Euro) auf den dritten Platz verdrängt.

Weitere Änderungen in den Top 10 im Vergleich zum Vorjahr gibt es bei den Rängen sieben bis zehn. So tauschen die Landkreise Fürstfeldbruck (Platz 7) und Dachau (Platz 8) die Ränge, während der Stadtkreis Erlangen neu in den Top 10 vertreten ist und den Landkreis Böblingen von Rang neun auf zehn verdrängt. Den letzten Platz des Kreisrankings belegt der Stadtkreis Gelsenkirchen im Ruhrgebiet. Mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 18.817 Euro liegen die Gelsenkirchener mehr als 20 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt.

Rang 2021 (Vorjahr)	Stadt / Landkreis	Einwohner	Kaufkraft 2021 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
1 (1)	LK Starnberg	136.667	33.363	141,1
2 (3)	LK München	350.473	32.031	135,5
3 (2)	LK Hochtaunuskreis	236.914	31.873	134,8
4 (4)	SK München	1.484.226	31.385	132,8
5 (5)	LK Main-Taunus-Kreis	238.558	30.605	129,5
6 (6)	LK Ebersberg	143.649	30.555	129,3
7 (8)	LK Fürstfeldbruck	219.311	28.753	121,6
8 (7)	LK Dachau	154.899	28.701	121,4
9 (12)	SK Erlangen	112.528	28.230	119,4
10 (9)	LK Böblingen	392.807	28.182	119,2

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2021

* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Einwohnerstarke Stadtkreise

Die 25 einwohnerstärksten Stadtkreise vereinen bereits mehr als ein Fünftel der Gesamtkaufkraft Deutschlands – dies bedeutet jedoch nicht, dass alle deutschen Großstädte auch ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweisen. Die Hauptstadt Berlin ist mit Abstand die einwohnerstärkste Stadt Deutschlands und belegt damit den ersten Platz des Rankings nach Kaufkraftsumme. Bei der Pro-Kopf-Kaufkraft liegt Berlin aber knapp 8 Prozent unter dem deutschen Durchschnitt, ähnlich wie auch Bremen und Dresden. Noch weiter darunter liegen Dortmund (-9 Prozent), Leipzig (-12 Prozent) und Duisburg (-13 Prozent), während beispielsweise München und Düsseldorf mit 32 und 16 Prozent deutlich darüber liegen.

Rang 2021	Name	Einwohner	Kaufkraftsumme 2021 in Mio. €	Kaufkraft 2021 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
269	SK Berlin	3.669.491	80.100	21.829	92,4
61	SK Hamburg	1.847.253	47.302	25.607	108,3
4	SK München	1.484.226	46.582	31.385	132,8
98	SK Köln	1.087.863	26.987	24.807	105,0
38	SK Frankfurt am Main	763.380	20.137	26.379	111,6
34	SK Stuttgart	635.911	16.910	26.592	112,5

22	SK Düsseldorf	621.877	17.050	27.416	116,0
333	SK Leipzig	593.145	12.362	20.841	88,2
295	SK Dortmund	588.250	12.691	21.574	91,3
221	SK Essen	582.760	13.142	22.551	95,4
286	SK Bremen	567.559	12.304	21.678	91,7
281	SK Dresden	556.780	12.101	21.733	91,9
107	SK Nürnberg	518.370	12.750	24.597	104,1

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2021

* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Kaufkraftdichte: Hohes Potenzial auf kleinem Raum

Dass die einwohnerstarken Städte und insbesondere die großen Metropolregionen für Einzelhändler und Dienstleister unverzichtbare Zielmärkte darstellen, zeigt ein Blick auf die Kaufkraftsummen. Die Kaufkraftdichte, also die verfügbare Kaufkraftsumme in Millionen Euro je Quadratkilometer, ist in Metropolen wie Berlin, Hamburg und München, aber auch in Nürnberg, im Ruhrgebiet, dem Großraum Stuttgart und Frankfurt/Main sehr hoch. Die Kaufkraftdichte ist somit ein wichtiger Indikator, dass Unternehmen dort auf kleinstem Raum viel Kaufkraftpotenzial allein schon bei den dort lebenden Menschen mobilisieren können, wenn sie ihre Zielgruppe gezielt ansprechen.

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.

Folglich bedeutet ein nominaler Anstieg der Kaufkraft nicht zwangsläufig, dass jedem Einzelnen real mehr Geld zur Verfügung steht, wenn die aufgeführten Ausgaben stärker ansteigen. Darüber hinaus ist auch zu berücksichtigen, dass die Kaufkraft einer Region ein Durchschnittswert der dort lebenden Bevölkerung ist und nichts über die Kaufkraft einzelner Individuen, die Kaufkraft je Haushalt oder über die dahinter liegende Einkommensverteilung und damit die Schere zwischen „arm“ und „reich“ aussagt.

Basis der Berechnung sind, neben der Lohn- und Einkommenssteuerstatistik, einschlägige Statistiken zur Berechnung der staatlichen Leistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute. Für die Berechnung der GfK Kaufkraft 2021 wurden deren Folgerungen berücksichtigt, die von einer schrittweisen Erholung der Wirtschaft ausgehen. Nichtsdestotrotz werden Beeinträchtigungen auch im kommenden Jahr durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie erwartet.



GfK stellt die detaillierte Prognose für das neue Jahr jeweils im Januar fertig. Die GfK Kaufkraftdaten sind ab dann verfügbar für alle deutschen Stadt- und Landkreise sowie alle Gemeinden und Postleitzahlgebiete. Die Kaufkraftdaten auf Ebene der Straßenabschnitte werden in der zweiten Jahreshälfte aktualisiert.

GfK weist zusätzlich den Corona Impact aus, der die Verlustunterschiede des verfügbaren Nettoeinkommens durch die COVID-19 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.

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.

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 entsprechend nicht in der Vergleichbarkeit der Daten über Jahre hinweg. Da es sich um Prognosen handelt, wird ausdrücklich davon abgeraten, die Daten der Vorjahre 1:1 miteinander zu vergleichen.

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 – **G**rowth
from **K**nowledge.