



Pressemitteilung

Kaufkraft der Deutschen steigt 2022 auf 24.807 Euro

8. Dezember 2021

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

Eva Böhm
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

GfK-Studie zur Kaufkraft Deutschland 2022

Nürnberg, 8. Dezember 2021 – Die Kaufkraft der Deutschen wird im Jahr 2022 auf 24.807 Euro pro Kopf ansteigen. Dies entspricht rechnerisch einem deutlichen Plus von nominal 4,3 Prozent und 1.013 Euro mehr pro Kopf. Das zeigt die neu veröffentlichte GfK-Studie zur Kaufkraft 2022 in Deutschland.

GfK prognostiziert für das Jahr 2022 eine Kaufkraftsumme von 2.062,8 Milliarden Euro für Gesamtdeutschland. Das sind pro Kopf nominal 4,3 Prozent und 1.013 Euro mehr als im Vorjahr, basierend auf der revidierten Vorjahresprognose. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft von 24.807 Euro, die den Deutschen im Jahr 2022 für Konsumausgaben, Wohnen, Freizeit oder Sparen zur Verfügung stehen.

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 2022 die Verbraucherpreise entwickeln werden.

Filip Vojtech, GfK-Experte im Bereich Geomarketing, erklärt: „2022 wird die Kaufkraft seit Beginn der Corona-Pandemie in Deutschland erstmals wieder deutlich ansteigen. So haben die Deutschen pro Kopf rechnerisch über 1.000 Euro mehr für ihre Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung als im vergangenen Jahr. Dieses Wachstum stützt sich zum einen auf steigende Löhne in vielen Branchen, zum anderen aber auch – nachdem es letztes Jahr keinen oder nur einen minimalen Anstieg gab – auf eine Erhöhung der Renten. Außerdem wird im nächsten Jahr von Nachholeffekten in der Produktion und Wirtschaft sowie dem Zurückgehen der pandemiebedingten Logistikprobleme ausgegangen, was zu einer Erhöhung der Kaufkraft führt.“

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

Regionale Kaufkraftverteilung

Ein Blick auf die regionale Verteilung der Kaufkraft in Deutschland eröffnet spannende Einblicke, wo Menschen mit besonders hohem Ausgabepotenzial leben. Bei den deutschen Bundesländern gibt es 2022 eine Rangänderung im Vergleich zum Vorjahr: Mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 23.313 Euro schiebt sich Brandenburg mit einem minimalen Vorsprung am Saarland vorbei auf den neunten Platz. Unangefochtener Spitzenreiter unter den Bundesländern ist nach wie vor Bayern: Im Freistaat stehen den Einwohnern im Schnitt 26.936 Euro pro Kopf für Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung, womit die Kaufkraft der Bayern knapp 9 Prozent über dem Landesdurchschnitt liegt.

Rang 2022 (Vorjahr)	Bundesland	Einwohner	Kaufkraft 2022 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
1 (1)	Bayern	13.140.183	26.936	108,6
2 (2)	Hamburg	1.852.478	26.645	107,4
3 (3)	Baden-Württemberg	11.103.043	26.637	107,4
4 (4)	Hessen	6.293.154	25.698	103,6
5 (5)	Schleswig-Holstein	2.910.875	24.661	99,4
6 (6)	Nordrhein-Westfalen	17.925.570	24.410	98,4
7 (7)	Rheinland-Pfalz	4.098.391	24.244	97,7
8 (8)	Niedersachsen	8.003.421	24.220	97,6
9 (10)	Brandenburg	2.531.071	23.313	94,0
10 (9)	Saarland	983.991	23.303	93,9
11 (11)	Berlin	3.664.088	23.088	93,1
12 (12)	Bremen	680.130	22.204	89,5
13 (13)	Sachsen	4.056.941	21.997	88,7
14 (14)	Thüringen	2.120.237	21.826	88,0
15 (15)	Sachsen-Anhalt	2.180.684	21.718	87,5
16 (16)	Mecklenburg-Vorpommern	1.610.774	21.707	87,5

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2022

* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Neben Bayern weisen außerdem Hamburg, Baden-Württemberg und Hessen eine überdurchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft auf. Alle anderen Bundesländer schneiden im bundesweiten Vergleich weiterhin unterdurchschnittlich ab, obwohl die neuen Bundesländer die größten Kaufkraftzuwächse verzeichnen. Schlusslicht ist wie im Vorjahr Mecklenburg-Vorpommern, wo den Menschen im Schnitt 21.707 Euro zur Verfügung stehen, was weniger als 88 Prozent des Landesdurchschnitts entspricht.

Kaufkraft in den Stadt- und Landkreisen

Wie in den Vorjahren liegt auch 2022 der bayerische Landkreis Starnberg auf dem ersten Platz des Kaufkraftrankings. Mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 34.758 Euro stehen den Starnbergern 40 Prozent mehr als dem Landesdurchschnitt für ihre Ausgaben und zum Sparen zur Verfügung. Den

zweiten Platz belegt der Landkreis München, gefolgt vom Stadtkreis München, der sich mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 32.364 Euro am Landkreis Hochtaunuskreis vorbeischiebt. Des Weiteren tauschen im Vorjahresvergleich der Landkreis Ebersberg (32.031 Euro) und der Main-Taunus-Kreis (31.886 Euro) die Ränge fünf und sechs.

Top 10 Stadt- und Landkreise 2022

Rang 2022 (Vorjahr)	Stadt / Landkreis	Einwohner	Kaufkraft 2022 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
1 (1)	LK Starnberg	136.610	34.758	140,1
2 (2)	LK München	349.685	33.442	134,8
3 (4)	SK München	1.488.202	32.364	130,5
4 (3)	LK Hochtaunuskreis	237.281	32.131	129,5
5 (6)	LK Ebersberg	144.091	32.031	129,1
6 (5)	LK Main-Taunus-Kreis	239.264	31.886	128,5
7 (7)	LK Fürstfeldbruck	218.740	29.977	120,8
8 (8)	LK Dachau	155.117	29.890	120,5
9 (9)	SK Erlangen	112.385	29.540	119,1
10 (11)	LK Miesbach	100.183	29.479	118,8

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2022

* Index je Einwohner; 100 = Landesdurchschnitt

Neu im Ranking ist der Landkreis Miesbach, der den Landkreis Böblingen vom zehnten Platz verdrängt. Schlusslicht des Kaufkraftvergleichs ist auch in diesem Jahr wieder der Stadtkreis Gelsenkirchen: Mit einer Pro-Kopf-Kaufkraft von 19.778 Euro liegen die Gelsenkirchener mehr als 20 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt.

Einwohnerstarke Stadtkreise

Die 25 einwohnerstärksten Stadtkreise vereinen mehr als 21 Prozent der Gesamtkaufkraft Deutschlands – dies bedeutet jedoch nicht, dass jede deutsche Großstadt auch ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweist. 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 7 Prozent unter dem deutschen Durchschnitt, ähnlich wie auch Dresden. Noch weiter darunter liegen Bremen (-9 Prozent), Dortmund (-9 Prozent) und Leipzig (-11 Prozent), während beispielsweise München und Düsseldorf mit knapp 31 bzw. 16 Prozent deutlich darüber liegen.

Stadtkreise mit mehr als 500.000 Einwohnern

Rang 2022	Name	Einwohner	Kaufkraftsumme 2022 in Mio. €	Kaufkraft 2022 pro Einwohner in €	Kaufkraft-index *
269	SK Berlin	3.664.088	84.597	23.088	93,1
61	SK Hamburg	1.852.478	49.359	26.645	107,4
4	SK München	1.488.202	48.165	32.364	130,5
98	SK Köln	1.083.498	28.300	26.119	105,3
38	SK Frankfurt am Main	764.104	20.980	27.457	110,7
34	SK Stuttgart	630.305	17.390	27.590	111,2
22	SK Düsseldorf	620.523	17.793	28.674	115,6
333	SK Leipzig	597.493	13.194	22.082	89,0
295	SK Dortmund	587.696	13.271	22.582	91,0
221	SK Essen	582.415	13.745	23.599	95,1
286	SK Bremen	566.573	12.835	22.653	91,3
281	SK Dresden	556.227	12.859	23.118	93,2
107	SK Nürnberg	515.543	13.213	25.630	103,3

Quelle: GfK Kaufkraft Deutschland 2022

* 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 für Unternehmen ein wichtiger Indikator, in welchen Gebieten sie mit einer gezielten Kundenansprache auf kleinstem Raum viel Kaufkraftpotenzial mobilisieren können.

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. 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.

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: Eva Böhm, 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**.