



Growth  
from  
Knowledge

# GfK Basiszahlen

Deutschland



Die Studie GfK Basiszahlen bietet ein breites Spektrum an Regionaldaten für alle Bundesländer, Regierungsbezirke und Stadt- und Landkreise. Sie liefert wichtige Informationen für eine erste Beurteilung von Regionen. Die GfK Basiszahlen finden z. B. Einsatz bei der Standortplanung und -bewertung und dienen als Grundlage zur Außendienststeuerung.

Die Studie gliedert sich in vier Themenbereiche:



**Fläche, Bevölkerung,  
GfK Kaufkraft,  
GfK Einzelhandelsumsatz**



**Industrie und Verkehr**

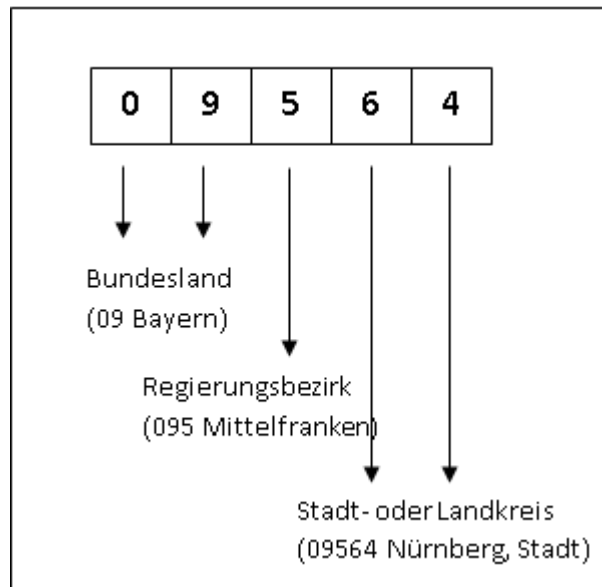


**Bevölkerung nach Alter,  
Geschlecht und  
Gemeindegröße**



**Bautätigkeit**

Jede regionale Einheit in der vorliegenden Studie ist durch ihre offizielle Schlüsselzahl am jeweiligen Tabellenrand gekennzeichnet. Dabei handelt es sich um den amtlichen Schlüssel des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden. Er beschreibt die administrative Gliederung des Bundesgebietes und wurde aus der Veröffentlichung des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden „Amtliches Gemeindeverzeichnis für die Bundesrepublik Deutschland“ übernommen. Dieser Schlüssel stellt die Verbindung zu sämtlichen Regionaldaten der amtlichen Statistik her.



Die Schlüsselzahlen haben im Einzelnen folgende Bedeutung:

- die beiden ersten Stellen bezeichnen das Bundesland
- die dritte Stelle bezeichnet den Regierungsbezirk
- die vierte und fünfte Stelle bezeichnen den Stadt- oder Landkreis

In den Bundesländern Rheinland-Pfalz (2000) und Niedersachsen (2005) wurden die Regierungsbezirke inzwischen aufgelöst. Solange es anhand der Kreisschlüssel eindeutig möglich ist, wird GfK GeoMarketing die Ergebnisse und Grenzen der ehemaligen Regierungsbezirke jedoch weiterhin ausweisen.

# Themenbereich 1 |



## Fläche, Bevölkerung, GfK Kaufkraft, GfK Einzelhandelsumsatz

Der erste Themenbereich der GfK Basiszahlen „Fläche, Bevölkerung, GfK Kaufkraft, GfK Einzelhandelsumsatz“ beinhaltet für alle Bundesländer, Regierungsbezirke und Stadt- und Landkreise die neuesten Daten zu Fläche, Bevölkerung, Arbeitslosenquoten sowie die GfK Kaufkraft und den GfK Einzelhandelsumsatz.

Die einzelnen Regionen des Bundesgebietes werden durch folgende Daten beschrieben:

- Fläche
- Bevölkerung
- Bevölkerungsdichte
- Arbeitslosenquote
- GfK Kaufkraft in Mio. EURO
- GfK Kaufkraft in Promille
- GfK Kaufkraft je Einwohner
- GfK Einzelhandelsumsatz in Mio. EURO
- GfK Einzelhandelsumsatz in Promille
- GfK Einzelhandelsumsatz je Einwohner

Die **Bevölkerungszahlen** stammen aus der amtlichen Bevölkerungsfortschreibung auf Grundlage des Zensus 2011.

Bei der **Bevölkerungsdichte** wird die absolute Einwohnerzahl eines Gebiets der Fläche in Quadratkilometer gegenübergestellt. Den ausgewiesenen **Arbeitslosenquoten** liegen die Arbeitslosenzahlen vom September des Vorjahres zugrunde.

Die **GfK Kaufkraft** liefert Informationen über das verfügbare Einkommen der Verbraucher am Wohnort. Vereinfacht kann die GfK Kaufkraft als Summe aller Nettoeinkünfte bezeichnet werden, die in einem Jahr und einer Region der Bevölkerung zur Verfügung stehen. Damit ist sie der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial in dieser Region.

Zu beachten ist, dass ein zeitlicher Vergleich sowohl der GfK Kaufkraft als auch des GfK Einzelhandelsumsatzes über mehrere Jahre hinweg problematisch ist, da sich die zugrundeliegenden Gebietsstände von Jahr zu Jahr ändern und auch die Berechnungsgrundlagen jährlich optimiert werden.

# Themenbereich 1 II



## Fläche, Bevölkerung, GfK Kaufkraft, GfK Einzelhandelsumsatz

Basis für die Berechnung der GfK Kaufkraft sind die Ergebnisse der amtlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistiken. Gestützt auf die Daten der Finanzämter geben diese Statistiken alle steuerlich relevanten Einkommensarten an. Von diesen ausgewiesenen Bruttoeinkommen werden zunächst die Lohn- und Einkommensteuern abgezogen. Darüber hinaus ist es erforderlich, solche Einkommensteile, die über die Lohn- und Einkommensteuerstatistik nicht oder nur unvollständig erfasst sind, zu ergänzen. So werden die Einkommen der Landwirtschaft, die wegen ihrer Steuervergünstigungen in den Veranlagungen zu niedrig ausgewiesen sind, durch eine detaillierte Erfassung der landwirtschaftlichen Einkünfte geschätzt. Zusätzlich zu den Erwerbseinkommen werden staatliche Transferzahlungen wie z.B. Renten, Arbeitslosengeld I, Arbeitslosengeld II, Wohn- und Kindergeld sowie BAföG in die Kaufkraftberechnungen einbezogen.

Die so ermittelte Kaufkraft der ortsansässigen Bevölkerung basiert daher auf dem verfügbaren Einkommen aller privaten Haushalte in der Bundesrepublik Deutschland. Diese Einkommen werden von den privaten Haushalten zum Teil für Konsumzwecke (Reisen, Ausgaben im Einzelhandel), zum Teil für die Miete, das Sparen und die Altersvorsorge verwendet.

Unternehmer weichen von diesem generellen Konsummuster in der Regel ab. Ihr Einkommen wird, soweit es einen gewissen Sockelbetrag übersteigt, meist im eigenen Betrieb reinvestiert. Es ist zwar nicht möglich, diese Einkommensteile eindeutig zu quantifizieren, gerade in kleinen Gemeinden können sie aber einen bedeutsamen Anteil der Kaufkraft ausmachen.

Ein einziger Höchstverdiener würde dort die Pro-Kopf-Kaufkraft auf einen für die Zwecke der Potenzialschätzung irreführend hohen Wert anheben. Daher werden von GfK GeoMarketing bei Höchstverdienern alle Beträge gekürzt, die über einen Sockelbetrag von brutto EURO 0,5 Mio. hinausgehen.

Im letzten Schritt der Berechnung der GfK Kaufkraft müssen die Ergebnisse mit volkswirtschaftlichen Informationen von Wirtschaftsinstituten und deren Prognosen verknüpft und in das aktuelle Jahr projiziert werden.

Die in den GfK Basiszahlen dargestellte Kaufkraft wird in Mio. EURO, in Promille und je Einwohner (Indexwert) ausgewiesen. Der Promillewert zeigt an, wieviel die Bevölkerung einzelner Kreise zur bundesweiten Kaufkraft beiträgt. Der Indexwert bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt von 100 je Einwohner. Ein Index von 110 bzw. 90 bedeutet, dass die Kaufkraft der Einwohner in der entsprechenden Region 10 Prozent über bzw. unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

# Themenbereich 1 III



## Fläche, Bevölkerung, GfK Kaufkraft, GfK Einzelhandelsumsatz

Der **GfK Einzelhandelsumsatz** zeigt die in den einzelnen Regionen prognostizierten Umsätze des Einzelhandels. Im Gegensatz zur GfK Kaufkraft werden zur Berechnung des GfK Einzelhandelsumsatzes die Einzelhandelsausgaben nicht am Wohnort, sondern am Einkaufsort gemessen. Er spiegelt so die Ausgaben der Konsumenten im Einzelhandel am Verkaufsort wider.

Basis für die Berechnung des GfK Einzelhandelsumsatzes sind Ergebnisse der amtlichen Statistik, insbesondere der Umsatzsteuerstatistik. Die Umsatzsteuerstatistik wird allerdings von GfK GeoMarketing bereinigt, da

- die Umsätze der Organschaften und Filialisten in der Umsatzsteuerstatistik am Sitz des Unternehmens ausgewiesen werden
- die Umsätze einiger maßgeblicher Einzelhandelsfilialisten der Statistik nicht beim Einzelhandel erfasst sind. Sie werden im Rahmen der Organschaftsbesteuerung im produzierenden Bereich oder beim Großhandel ausgewiesen. Ähnliches gilt für Einzelhandelsunternehmen, soweit sie gleichzeitig Handwerksbetriebe sind.

Für die aktuelle Ausgabe der Basiszahlen konnten in diesem Jahr wieder weitere maßgebliche Quellen einbezogen werden. Hervorzuheben sind insbesondere zahlreiche Primärerhebungen des Einzelhandelsbestandes vor Ort, die von GfK GeoMarketing selbst durchgeführt wurden. Hinzu kommen weitere Datenquellen, die eine verbesserte Regionalisierung erlauben.

In den GfK Basiszahlen wird der GfK Einzelhandelsumsatz in Mio. EURO ausgewiesen, in Promille und je Einwohner (Indexwert). Der GfK Einzelhandelsumsatz in Promille gibt an, wie viel die Einzelhändler einer bestimmten Region zum bundesweiten Einzelhandelsumsatz beitragen. Promillezahlen dienen der Gegenüberstellung mit unternehmenseigenen Umsätzen (in Promille).

Der Indexwert bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt von 100 je Einwohner. Ein Index von 110 bzw. 90 bedeutet, dass in dieser Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt pro Einwohner 10 Prozent mehr bzw. weniger im Einzelhandel umgesetzt werden.

# Themenbereich 2 I

## Industrie und Verkehr



Im Themenbereich 2 der GfK Basiszahlen „Industrie und Verkehr“ sind detaillierte Kreisangaben über PKW-Bestand und PKW-Dichte zu finden. Daneben geben Daten über die Industrieverteilung Aufschlüsse über das regionale Absatzpotenzial all jener Firmen, die im Investitionsgüterbereich tätig sind.

Folgende Merkmale werden ausgewiesen:

- Industriebetriebe
- Industriebeschäftigte
- Industrieumsatz
- Industriedichte
- Bruttoanlageinvestitionen der Industriebetriebe
- Industriepotenzial in Promille
- PKW-Bestand
- PKW-Dichte

Erfasst sind alle Industriebetriebe und Handwerksbetriebe des Verarbeitenden Gewerbes (örtliche Niederlassungen, nicht Unternehmen) mit 20 bzw. 50 und mehr Beschäftigten. Nicht in den Zahlen enthalten sind Versorgungsbetriebe sowie das Baugewerbe. Dagegen wurden in vorliegender Studie auch Betriebe des Bergbaus unter dem Sammelbegriff „Industrie“ erfasst.

Die Industriebeschäftigten sind Beschäftigte in Industrie- und Handwerksbetrieben des Verarbeitenden Gewerbes (örtliche Niederlassungen, nicht Unternehmen) mit 50 und mehr Beschäftigten.

Erfasst sind außerdem die **Bruttoanlageinvestitionen** der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes mit 20 und mehr Beschäftigten. Nicht in den Zahlen enthalten sind die Angaben für Versorgungsbetriebe sowie über das Baugewerbe.

Zu beachten ist, dass die ausgewiesenen Bruttoanlageinvestitionen Vergangenheitswerte sind. Anders als im Konsumgüterbereich, wo mit einer relativen Konstanz der Umsätze des Handels auch in mehreren aufeinanderfolgenden Jahren zu rechnen ist, wirken sich Konjunkturschwankungen bei Investitionsgütern sehr stark aus. Kreise, in denen in einem Jahr außergewöhnlich hohe Anlageinvestitionen registriert werden, sind unter Umständen auf Jahre hinaus gesättigt und versprechen Nachfrage nur im Rahmen der Ersatzbeschaffung.

# Themenbereich 2 II

## Industrie und Verkehr



Basis für die Berechnung des **Industriepotenzials** sind die Beschäftigten bzw. die Umsätze der ortsansässigen Industrie, aber auch das getätigte Investitionsvolumen der Vergangenheit. Darüber hinaus ist die Bruttowertschöpfung des Verarbeitenden Gewerbes berücksichtigt.

Mit Hilfe des Industriepotenzials können regionale Potenziale für Investitionsgütermärkte quantifiziert und somit regionale Teilmärkte bewertet werden.

Der **PKW-Bestand** beschreibt die Anzahl der PKW inkl. der M1 Fahrzeuge in den Bundesländern, Regierungsbezirken sowie Stadt- und Landkreisen der Bundesrepublik Deutschland zum 01.01..

Der Fahrzeugklasse "M1" gehören Fahrzeuge zur Personenbeförderung mit höchstens acht Sitzplätzen außer dem Fahrersitz an. Hierzu zählen auch Wohnmobile, Krankenwagen und andere Fahrzeuge zur Personenbeförderung. Abweichend zu früheren Erhebungen werden nur noch angemeldete Fahrzeuge ohne vorübergehende Stilllegungen/Außerbetriebsetzungen erfasst. Weiterhin ist ab 1. März 2007 nicht mehr der Standort, sondern der Wohnort des Halters maßgebend.

Die **PKW-Dichte** beschreibt den PKW-Bestand je 1.000 Einwohner und Gebiet.

Quelle der PKW-Daten ist das Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) in Flensburg.



# Themenbereich 3



## Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Gemeindegröße

Im dritten Themenbereich „Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Gemeindegröße“ wird die Bevölkerung nach sechs Altersgruppen (getrennt nach weiblich und männlich) sowie nach vier Gemeindegrößenklassen ausgewiesen.

Bei der **Bevölkerung nach Alter und Geschlecht** werden folgende Altersgruppen getrennt nach weiblich und männlich, zum 01.01. ausgewiesen:

- 0 bis unter 15 Jahre
- 15 bis unter 30 Jahre
- 30 bis unter 50 Jahre
- 50 bis unter 65 Jahre
- 65 bis unter 75 Jahre
- 75 Jahre und älter

Weiterhin wird die **Bevölkerung für verschiedene Gemeindegrößenklassen** ausgewiesen:

- bis unter 5.000 Einwohner
- 5.000 bis unter 20.000 Einwohner
- 20.000 bis unter 100.000 Einwohner
- 100.000 Einwohner und mehr

Die Bevölkerung nach Gemeindegrößenklassen zeigt die Verteilung der Bevölkerung einer Region auf die verschiedenen Ortsgrößen. Allein 8 Prozent der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland vereinigen sich beispielsweise in den drei Städten Berlin, Hamburg und München, insgesamt 86 Prozent der deutschen Bevölkerung leben dagegen in Gemeinden ab 5.000 Einwohnern.

# Themenbereich 4 I

## Bautätigkeit



Der Themenbereich 4 „Bautätigkeit“ enthält Angaben über Baugenehmigungen im Wohn- und Nichtwohnbau, Baufertigstellungen, den Wohnungs- und Wohngebäudebestand.

Ausgewiesen werden folgende Merkmale:

- Baugenehmigungen im Wohn- und Nichtwohnbau
- Baufertigstellungen
- Wohnungsbestand
- Wohngebäudebestand

Die **Baugenehmigungen** werden für den Wohnbau und den Nichtwohnbau gesondert dargestellt. Die Baugenehmigungen im Wohnbau beziehen sich dabei ausschließlich auf reine Wohnbauvorhaben. Die ausgewiesenen Zahlen erfassen die Genehmigungen im Neubau (= Errichtung neuer Gebäude). Wohnungen in Nichtwohngebäuden sind in den Kreisergebnissen nicht enthalten. Ihr Anteil am gesamten Wohnbauvolumen liegt bei unter 3 Prozent.

Die Baugenehmigungen sind ein Indikator für die voraussichtlich in den einzelnen Kreisen wirksam werdende Nachfrage im Bausektor einschließlich des gesamten Folgebedarfs wie Einrichtungen, Beleuchtung, Gartengestaltung etc.

Die Zahlen über Wohngebäude und Wohnungen sowie Nichtwohngebäude geben ebenso wie die ausgewiesene Bruttowohnfläche bzw. beim Nichtwohnbau der umbaute Raum in 1.000 cbm in erster Linie quantitative Hinweise, die veranschlagten reinen Baukosten liefern aber auch qualitative Informationen zum erwartenden Bauvolumen.

Die **Baufertigstellungen** können zur Beurteilung der eigenen Vertriebsleistungen in der Vergangenheit herangezogen werden.

# Themenbereich 4 II



## Bautätigkeit

Der **Wohnungsbestand** ist neben der Kaufkraft ein Indikator für den Ersatzbedarf im Bereich „Einrichtung“. In Kombination mit anderen Basiszahlen wie Bevölkerung, Haushalte und jährliches Bevölkerungswachstum lässt er Schlüsse zu auf den Wohnungsbedarf in einer Region und damit auf künftige Bauvorhaben. Der Wohnungsbestand ist in Prozent nach der Zahl der Räume dargestellt. Zu den Wohnräumen zählen alle Zimmer (Wohn- und Schlafräume mit 6 qm und mehr) und Küchen. Nicht als Zimmer gelten Nebenräume wie Abstellräume, Speisekammern, Flure, Badezimmer und Toiletten. Neben diesen Prozentzahlen sind die Räume insgesamt und die Wohnfläche ausgewiesen. Zu beachten ist, dass die Zahlen der Fortschreibung mit den Ergebnissen der Gebäude- und Wohnungszählung vom 25.5.1987 methodisch nicht vergleichbar sind. Auf Veranlassung des Statistischen Bundesamts werden Wohnungen in Wohnheimen bei der Fortschreibung nicht berücksichtigt.

Der **Wohngebäudebestand** ist insgesamt und in Prozent nach der Zahl der Wohnungen dargestellt. Er kann als Indikator für den Ersatzbedarf an Baustoffen, Gartengeräten etc. herangezogen werden. Als Wohngebäude zählen alle Gebäude, die mindestens zur Hälfte – gemessen an der Gesamtnutzfläche – Wohnzwecken dienen.

# Marktdaten im Überblick I



## Ausgewählte Marktdaten der GfK Geomarketing

1



GfK Kaufkrat (allgemein)

2



GfK Einzelhandelskaufkraft

3



GfK Sortimentskaufkraft

4



GfK Einzelhandelsumsatz

(inkl. spezieller GfK  
Einzelhandelsumsätze)

5



GfK Einzelhandelszentralität

6



GfK  
Bevölkerungsstrukturdaten

7



GfK Regionale Consumer  
Styles

# Marktdaten im Überblick II



## Ausgewählte Marktdaten der GfK Geomarketing

GfK GeoMarketing verfügt über ein breites Angebot an **Regionaldaten und Beratungsleistungen**. Neben den GfK Basiszahlen steht Ihnen ein umfangreicher Pool an regionalen B2B- und B2C-Daten zur Verfügung, mit dem Sie Kunden und Märkte „in eigener Regie“ analysieren können.

Die bekannteste GfK Potenzialkennziffer zur Bewertung der Wirtschaftskraft einer Region stellt die **GfK Kaufkraft** (allgemein) dar. Sie bildet ein unverzichtbares Fundament für geschäftspolitische Entscheidungen in Marketing und Vertrieb. Die GfK Kaufkraft ist von der Ebene der Stadt- und Landkreise, über Gemeinden, Postleitzahlen bis auf die Ebene der Straßenabschnitte lieferbar.

Neben der GfK Kaufkraft (allgemein) bietet GfK GeoMarketing auch die **GfK Einzelhandelskaufkraft** an. Im Gegensatz zur GfK Kaufkraft (allgemein) umfasst diese nur den Teil des Einkommens, der im Einzelhandel ausgegeben werden kann. Diese Kaufkraft eignet sich deshalb vor allem für Potenzialschätzungen im Bereich des Einzelhandels.

Zur Ermittlung des Potenzials für spezielle Sortimente im Food- und Non-Food Bereich empfiehlt sich dagegen die Studie **GfK Sortimentskaufkraft**. Diese Kaufkraft ist für verschiedene Sortimente vom Bundesland bis zur Straßenabschnittsebene verfügbar.

GfK GeoMarketing berechnet außerdem im regelmäßigen Turnus **den GfK Einzelhandelsumsatz** für alle Gemeinden und bis auf Ebene der 5-stelligen Postleitzahlen. Der GfK Einzelhandelsumsatz spiegelt die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze wider. Im Gegensatz zur GfK Einzelhandelskaufkraft, die am Wohnort des Konsumenten erhoben wird, wird der GfK Einzelhandelsumsatz am Standort des Einzelhandels, am "Point of Sale" (POS), gemessen.

Für eine Reihe von Branchen (z.B. für die Möbel- oder die Textilbranche) berechnet GfK GeoMarketing spezielle **GfK Einzelhandelsumsätze**.

Stellt man den GfK Einzelhandelsumsatz der GfK Einzelhandelskaufkraft gegenüber erhält man die **GfK Einzelhandelszentralität** und damit einen wichtigen Indikator für die wirtschaftliche Attraktivität eines Standortes.

Mit der GfK Einzelhandelszentralität erhalten Sie eine objektive Messgröße dafür, welcher Region, welcher Stadt oder welchem Viertel innerhalb einer Stadt es gelingt, mit dem vorhandenen Einzelhandelsangebot Kaufkraft anzuziehen und zu binden.

Da die Kundenorientierung im Vertrieb und im Marketing immer stärker in den Vordergrund rückt, ziehen viele Unternehmen soziodemografische Zielgruppendaten für eine kundenspezifische Marktbearbeitung heran.

# Marktdaten im Überblick III



## Ausgewählte Marktdaten der GfK Geomarketing

Mit den **GfK Bevölkerungsstrukturdaten** untersucht GfK GeoMarketing jährlich alle bundesdeutschen Haushalte hinsichtlich des monatlichen Nettoeinkommens, der Familienstruktur, des Alters des Haushaltsvorstandes, des Ausländeranteils und der Wohnsituation.

Dieses Wissen um die Haushaltsstruktur ist vom Bundesland, über Gemeinden und Postleitzahlen bis zu Straßenabschnitten verfügbar.

Da das Konsumverhalten auch von den Einstellungs- und Verhaltensweisen der Menschen geprägt ist, bieten wir neben den GfK Bevölkerungsstrukturdaten mit den **GfK Regionale Consumer Styles** ein intelligentes Instrument zur Abbildung von Zielen, Motivationen und Emotionen von Zielgruppen an.

Kombinieren Sie eigene Erfahrungswerte und Unternehmenszahlen mit dem umfangreichen Datenpool von GfK GeoMarketing und steigern Sie damit Ihren Unternehmenserfolg. Unsere Marktdaten werden in regelmäßigen Abständen meist jährlich aktualisiert und bieten Ihnen so eine stets aktuelle und objektive Analysegrundlage.

Alle GfK Marktdaten können problemlos in die GeoMarketing-Software RegioGraph von GfK GeoMarketing eingelesen und dort direkt auf digitalen Landkarten dargestellt und analysiert werden. GfK GeoMarketing bietet Ihnen als Basis für Ihre Analysen und Planungen auch weltweite digitale postalische und administrative Landkarten an, die perfekt zu den GfK Marktdaten passen.

Wir beraten Sie gerne! Bei der Suche nach den richtigen Datenpaketen oder Softwarelösungen, oder direkt bei der Lösung Ihrer Aufgabenstellungen rund um Absatzplanung, Vertriebsgebietsplanung, bei Standortfragen und im gesamten GeoMarketing.

# Möchten Sie mehr erfahren?

## Kontaktieren Sie uns gerne!



### Ihr Geomarketing-Team

 +49 7251 9295 200

 [geomarketing@gfk.com](mailto:geomarketing@gfk.com)

 [www.gfk.com/geomarketing-de](http://www.gfk.com/geomarketing-de)

---