NIQ Bio-Kaufkraft

Deutschland

NIQ Geomarketing

powered by GfK intelligence

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Confidential and proprietary

Anwendungs-möglichkeiten

Diese spezielle Kaufkraftkennziffer ist ein Indikator für die Affinität der Endverbraucher hinsichtlich ihres Konsums von Bio-Produkten. Sie liefert damit einen Anhaltspunkt über das vorhandene Konsumpotenzial einer Region bzw. über die Attraktivität eines Standorts im Vertrieb von Bio-Produkten.

Die Bio-Kaufkraft kann damit sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich eingesetzt werden. Sie liefert Herstellern von Bio-Produkten die relevante Information, welche Standorte von Ihren Vertretern vorrangig zu bearbeiten sind. Auf der anderen Seite können beispielsweise große Nahversorger (Supermärkte, Discounter, …) die Bio-Sortimente ihrer Filialen entsprechend stärker oder schwächer gestalten bzw. spezielle Marketing-aktionen für bio-affine Standorte planen.

Weiterhin sind die Kennzahlen ein bewährtes Entscheidungskriterium in den Bereichen:

Direktmarketing

Mit dem Wissen, wo sich in Deutschland die kaufkraftstärksten Regionen für das Bio-Segment befinden, können Sie Ihre Marketingaktionen gezielt steuern und somit Ihr Zeit- und Kostenmanagement optimieren und Streuverluste vermeiden.

Verkaufsplanung und -kontrolle

Ein Vergleich der Bio-Kaufkraft in Ihren Vertriebsgebieten mit Ihren tatsächlich erzielten Unternehmensumsätzen liefert erste Anhaltspunkte über die relativen Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens. Sie können folglich Ihre Außendienstaktivitäten auf die lohnenden Zielgebiete fokussieren.

Außendienststeuerung

Die Bio-Kaufkraft stellt außerdem eine wesentliche Grundlage für Ihre Außendienststeuerung dar. Anhand der regionalen Kaufkraftpotenziale lassen sich schnell und einfach chancengleiche Außendienstgebiete definieren.

Beurteilung der Leistung des Verkaufsteams

Die Bio-Kaufkraft kann als Verkaufspotenzialschätzung herangezogen werden. Eine Gegenüberstellung mit den Umsätzen der Mitarbeiter im Außendienst kann als Grundlage zur Leistungsbeurteilung herangezogen werden..

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Berechnungsgrundlage

Die Bio-Kaufkraft wurde auf Grundlage der kontinuierlichen Erhebungen und Analysen des Einkaufsverhaltens von Verbrauchern aus dem NIQ Consumer Panel ermittelt.

Dieses Panel erfasst detailliert die Käufe der teilnehmenden Haushalte im Bio-Bereich. Festgehalten werden unter anderem produktbezogene Informationen wie Name und Preis des Produkts, Informationen zur Einkaufsstätte sowie detaillierte soziodemografische Informationen zum Haushalt. Darüber hinaus fließen in die Berechnung Informationen zur Einstellung der Verbraucher hinsichtlich weiterer Kriterien wie die Bereitschaft mehr Geld für Bio-Produkte auszugeben und der Wunsch nach einem größeren Angebot von Bio-Produkten.

Diese Verbraucherinformationen werden dann anhand der soziodemo-grafischen Beschreibung der Panel Haushalte auf die Wohnumfeld-Merkmale der mikrogeografischen Datenbank Point Plus® übertragen. Daraus lassen sich valide Aussagen über das Einkaufsverhalten im Bio-Bereich auf allen administrativen und postalischen Einheiten bis hin zu Straßenabschnitten ableiten. Mit dieser Methodik lassen sich regionale Unterschiede hinsichtlich des Nachfragepotenzials für Bio-Produkte sehr gut aufzeigen.

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Aufbau des Datensatzes

- Gebietsschlüssel (z.B. Gemeindekennziffer, Postleitzahl etc.)
- Gebietsbezeichnung (z.B. Gemeindename, Name der PLZ, Straßenname)
- Einwohner und Haushalte
  Anzahl der Einwohner und Haushalte einer Region, angegeben in Absolut- und Promillewerten.
- NIQ Bio-Kaufkraft in Mio. Euro
  Für die entsprechenden Regionen wird die Bio-Kaufkraft der dort lebenden Bevölkerung in Mio. Euro ausgewiesen.
- NIQ Bio-Kaufkraft in Promille
  Die NIQ Bio-Kaufkraft in Promille gibt an, wie viel die Wohnbevölkerung einer bestimmten Region zur bundesweiten Kaufkraft beiträgt. Der Promillewert berechnet sich aus der Bio-Kaufkraft in der Region im Verhältnis zur bundesweiten Kaufkraft multipliziert mit 1.000. Die Summe aller Promillewerte ergibt 1.000.
- NIQ Bio-Kaufkraft in Euro je Haushalt
  NIQ Bio-Kaufkraft je Einwohner einer Region, angegeben in absoluten Euro-Werten.
- NIQ Bio-Kaufkraft als Index je Haushalt
  Diese Kennziffer je Haushalt bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt (Index = 100). Ein Index von 110 bzw. 90 bedeutet, dass die Bio-Kaufkraft der Haushalte in dem entsprechenden Ort 10% über bzw. unter dem Bundesdurchschnitt liegt.
- NIQ Bio-Haushalte
  Anzahl der bio-affinen Haushalte einer Region als Absolutwert. Zur Berechnung der Bio-Affinität wurden alle Haushalte berücksichtigt, die mehr als 52 Bio-Kaufakte innerhalb eines Jahres getätigt haben und zusätzlich angegeben haben, dass sie sich ein größeres Bio-Angebot in den Einkaufsstätten wünschen und bereit sind mehr Geld für Bio-Produkte auszugeben.

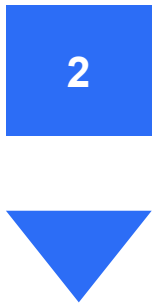
Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Regionale Ebenen

Wir weisen die Bio-Kaufkraft in einer deutschlandweit durchgängig hohen Qualität vom Bundesland über die Gemeinden und Postleitzahlen bis hin zu den Stadt- und Ortsteilen sowie Straßenabschnitten aus. Die Bio-Kaufkraft kann so beliebig auf Ihre individuell definierten Gebiete, z.B. auf die Einzugsgebiete Ihrer Filialen oder Ihre Außendienstgebiete etc. aggregiert werden. Die Bio-Kaufkraft ist auf kleinräumiger Ebene als Absolutwert in Euro bzw. Anteilswert der Region an der Bundesrepublik Deutschland sowie als haushaltsbezogener (Index-) Wert dargestellt. Darüber hinaus beinhaltet der Datensatz die Anzahl der bio-affinen Haushalte als Absolutwert.

Administrative Regionen

- Bundesländer
- Regierungsbezirke
- Stadt-/Landkreise
- Gemeinden



Postalische Regionen

- 1-stellige Postleitzonen
- 2-stellige Postleitregionen
- Postleitbereiche
- 5-stellige Postleitzahlen

Mikrogeografische Regionen

- Stadt- und Ortsteile
- Straßenabschnitte

Kundenspezifische Regionen

- Außendienstgebiete
- Einzugsgebiete

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Zeitreihenvergleiche

Unsere Daten lassen sich in erster Linie zu regionalen Vergleichen heranziehen. Wir raten in der Regel von Zeitreihenvergleichen ab, da bei der Erstellung unserer Studien im Lauf der Jahre immer wieder methodische Verbesserungen vorgenommen werden, d. h. bei der Datenberechnung kann es hinsichtlich Datenquellen und statistischer Verfahren Veränderungen geben.

NIQ Geomarketing ermittelt Daten grundsätzlich nach der Maxime, regionale Unterschiede möglichst genau darzustellen. Daher fließen immer wieder verbesserte Methoden sowie neuere und detailliertere Quellen als in der Vergangenheit ein. Darunter "leidet" zwangsläufig der Zeitvergleich.

Umkehrschluss: Wenn wir auf Zeitreihen das Hauptaugenmerk setzen würden, müssten wir verbesserte Methoden weitgehend ignorieren. Dies betrachten wir als falsch. Zudem verhindern häufige Gebietsstandsänderungen einen korrekten Zeitvergleich.

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Möchten Sie mehr erfahren?

Ihr Geomarketing-Team
www.nielseniq.com/geomarketing-de
T +49 911 395 2600
geomarketing.gfk@smb.nielseniq.com

Unsere Geomarketing-Lösungen finden Sie im:

Produktkatalog **Webshop**

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.