

Kaufkraft 2025 in Deutschland

Definition: **Kaufkraft** bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung einer Region.

Bei der Ermittlung der Kaufkraftkennziffern werden dementsprechend die folgenden Komponenten berücksichtigt:

- Nettoeinkommen aus den amtlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistiken
- sonstige Erwerbseinkommen
- Renten und Pensionen
- Arbeitslosengeld und Arbeitslosengeld II
- Kindergeld
- Sozialhilfe
- BAFöG (ohne Darlehen)
- Wohngeld

Kaufkraftkennziffern werden als **Prognosewerte** für das Jahr ihrer Ermittlung erstellt. Voraussetzungen sind **Fortschreibungen** der Einkommensdaten anhand von volkswirtschaftlichen Prognosen und regionalstatistischen Indikatoren sowie der **Bevölkerungsdaten** anhand von Prognosen zu Bevölkerungsbewegungen (Geburten, Sterbefälle, Zuzüge, Fortzüge).

Die Kaufkraftwerte für Deutschland insgesamt wurden auf Basis der Daten zum verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte in der Gemeinschaftsdiagnose der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute vom Frühjahr 2025 ermittelt.

Als einziges Institut erstellt MB-Research zusätzlich eine **Aktualisierung** der Vorjahreswerte. Die ausgewiesenen **Zeitreihen und Wachstumsraten** beziehen sich auf diese aktualisierten Werte.

Kaufkraftkennziffern sind der in der regionalen Absatzplanung am häufigsten eingesetzte Indikator für das Konsumpotential einer Region. Sie bewerten regionale Teilmärkte hinsichtlich der verfügbaren Einkommen der Bevölkerung/ der privaten Haushalte des Gebiets. Regional zugeordnet wird die Kaufkraft nach dem Wohnort des Konsumenten. (Alternative Zuordnungen, z.B. nach dem Einkaufsort, sog. Umsatzkennziffern, sind im Rahmen anderer Studien auch erhältlich.)

Kaufkraftkennziffern sind für den Vertrieb aller Produkte und Dienstleistungen eine geeignete Plangröße, deren Nachfrage zu einem Großteil vom Einkommen der Verbraucher abhängig ist. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen, Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft, daher werden Kaufkraftkennziffern von Konsumgüterherstellern, Einzelhandel, Banken, Versicherungen, Sparkassen und anderen endverbraucherorientierten Dienstleistern zur regionalen Potenzialermittlung eingesetzt.

Somit lassen sich für Vertriebsorganisationen oder Filialnetze

- Regionale Absatzchancen quantifizieren
- Gebiete nach Stärken und Schwächen bewerten
- Unausgeschöpfte Potenziale lokalisieren
- Marketing-Aktivitäten lokal fokussieren
- Realistische Planziele formulieren