

# Pressemitteilung

## Anderes Land, andere Familienstruktur

07. Juli 2015

Cornelia Lichtner  
 Öffentlichkeitsarbeit  
 T +49 7251 9295 270  
 F +49 7251 9295 290  
 cornelia.lichtner@gfk.com

### GfK Studien zu Bevölkerungsstrukturen in Slowenien, Ungarn und der Tschechischen Republik

**Bruchsal, 07. Juli 2015. – Slowenien, Ungarn und die Tschechische Republik sind räumlich nicht weit voneinander entfernt. Betrachtet man aber die Bevölkerungsstruktur dieser drei osteuropäischen Staaten, so zeigen sich große Unterschiede, etwa in Bezug auf die Haushaltsgröße in den einzelnen Ländern.**

Der Anteil der Haushalte mit fünf und mehr Personen ist in Slowenien mit 8,7 Prozent am höchsten, und auch bei den Vierpersonenhaushalten liegt das südosteuropäische Land mit 15,7 Prozent vor Ungarn (12,7%) und der Tschechischen Republik (13,4%). Hingegen wohnt in der Tschechischen Republik mehr als jeder Dritte allein.

	Slowenien	Ungarn	Tschechische Republik
<b>Absolutwert</b>			
Einwohner	2.061.085	9.877.365	10.512.419
Haushalte	817.510	4.080.294	4.395.407
<b>Haushaltsgröße</b>			
<b>Anteil in %</b>			
Einpersonenhaushalte	32,8	32,1	34,0
Zweipersonenhaushalte	24,6	29,3	31,5
Dreipersonenhaushalte	18,3	19,3	16,0
Vierpersonenhaushalte	15,7	12,7	13,4
Fünf- und Mehrpersonenhaushalte	8,7	6,7	5,1
Durchschnitt Personen je Haushalt:	2,5	2,4	2,4

Quelle: GfK Bevölkerungsstrukturdaten, Slowenien, Ungarn, Tschechische Republik

Die GfK Studien zu den Bevölkerungsstrukturen erlauben eine noch genauere Betrachtung der Familiensituation. In Ungarn beispielsweise zeigt sich, dass in mehr als 41,8 Prozent aller Familienhaushalte auch Kinder leben, in immerhin 21,9 Prozent aber keine. Die Einpersonenhaushalte machen 32,1 Prozent aus.

Wohngemeinschaften mit Nicht-Familienmitgliedern sind hingegen nur in 3,1 Prozent aller Haushalte zu finden. In der Hauptstadt Budapest sind es – wahrscheinlich dank vieler Studenten – jedoch 3,9 Prozent, und damit mehr als 28 Prozent über dem Landesdurchschnitt.

GfK GeoMarketing GmbH  
 www.gfk-geomarketing.de  
 geomarketing@gfk.com

Geschäftssitz Bruchsal:  
 Werner-von-Siemens-Str. 9  
 Gebäude 6508  
 76646 Bruchsal  
 T +49 7251 9295 100  
 F +49 7251 9295 290

Standort Hamburg:  
 Herrengaben 3-5  
 20459 Hamburg

Standort Nürnberg:  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg

Geschäftsführer:  
 Friedrich Fleischmann  
 Hans-Peter Klotzbücher

Amtsgericht Mannheim  
 HRB 250872  
 Ust-ID: DE 143585033

## Ungarn: Haushaltsstruktur im Detail

	Anteil in %
Einpersonenhaushalte	32,1
Mehrpersonenhaushalte 1 Familie mit Kindern	41,8
Mehrpersonenhaushalte 1 Familie ohne Kinder	21,9
Mehrpersonenhaushalte keine Familie	3,1
Mehrpersonenhaushalte 2+ Familien	1,2

Quelle: GfK Bevölkerungsstrukturdaten Ungarn 2015

Auch was die Altersstrukturen angeht, bieten die GfK Studien Aufschluss, in welcher Region eines Landes etwa die meisten Senioren leben. In der Tschechischen Republik liegen Brno mit 19,35 Prozent und Plzen mit 19,34 ganz an der Spitze der seniorenreichsten Kreise.

## Tschechische Republik: Top 10 Kreise Senioren (65+ Jahre)

Rang	Kreis	Einwohner	Anteil 65+ Jahre in %
1	Brno-mesto	377.508	19,3
2	Plzen-mesto	186.077	19,3
3	Pelhrimov	72.224	19,3
4	Hradec Kralove	162.651	19,3
5	Pisek	70.504	19,2
6	Semily	74.385	18,8
7	Tabor	102.611	18,6
8	Nachod	111.595	18,6
9	Klatovy	87.056	18,6
10	Rokycany	47.799	18,3

Quelle: GfK Bevölkerungsstrukturdaten Tschechische Republik 2015

Im Kreis Praha-vychod (Prag Ost) ist der Seniorenanteil mit 13,8 Prozent am niedrigsten, dicht darauf folgt Praha-zapad (Prag West) mit 13,9 Prozent. Im Hauptstadtkreis Hlavni mesto Praha liegt der Anteil der Über-65-Jährigen bei 18,1 Prozent.

## Zielgruppen differenzieren und lokal erreichen

Mit den Bevölkerungsstrukturdaten haben Planer in Marketing und Vertrieb die Antwort auf die Frage nach dem „Wo“ in Werbung und Verkauf. Sie können aus der Grundgesamtheit aller Haushalte mit den Daten nur diejenigen herausfiltern, die ihrer Zielgruppe entsprechen und somit für ihre Produkte und Werbemaßnahmen besonders affin sind. Umgekehrt können sie bei einer Verknüpfung dieser Daten mit ihren eigenen Kundendaten erstmals sehen, durch welche Merkmale sich ihre Kunden von Nichtkunden unterscheiden.

Für Unternehmen, die in mehreren Ländern tätig sind, ist eine vergleichbare Grundlage soziodemografischer Daten von hoher Bedeutung, um auf landesspezifische Unterschiede reagieren zu können. Die Daten helfen etwa Optikern dabei, den regionalen Anteil der älteren Klientel, für die Gleitsichtbrillen in Betracht kommen, genau zu bestimmen. So können sie ihre Zielgruppen gezielt mit regionalen Vertriebs- und Marketingmaßnahmen ansprechen.

### **Über die Studie**

Bei den „GfK Bevölkerungsstrukturdaten“ handelt es sich um soziodemografische Daten auf verschiedenen regionalen Ebenen. Sie beschreiben regionale Haushaltsstrukturen (Ein- und Mehrpersonenhaushalte mit und ohne Kinder) und Altersstrukturen. Daneben liegen auch Daten zur Bebauungsstruktur vor. Die GfK Bevölkerungsstrukturdaten werden in Marketing und Vertrieb von Unternehmen zur Zielgruppenlokalisierung eingesetzt. Sie zeigen beispielsweise detailliert, wo es sich lohnt, für bestimmte Produkte zu werben. Die Studie kann bei GfK im Bereich Geomarketing für verschiedene europäische Länder bezogen werden. Sie umfasst Daten zu diversen administrativen Ebenen wie Kreisen, Gemeinden und Postleitzahlgebiete sowie in Deutschland auch für Straßenabschnitte.

### **Weitere Informationen**

zur Studie GfK Bevölkerungsstrukturdaten finden Sie unter [www.gfk-geomarketing.de/bvsvd](http://www.gfk-geomarketing.de/bvsvd).

**Grafiken in Druckauflösung** finden Sie unter

[www.gfk.com/de/Documents/News\\_Deutschland/2015/bvsvd-int.zip](http://www.gfk.com/de/Documents/News_Deutschland/2015/bvsvd-int.zip)

### **Über GfK**

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)

V.i.S.d.P.  
GfK GeoMarketing GmbH  
Public Relations  
Cornelia Lichtner  
Werner-von-Siemens-Str. 9  
Gebäude 6508  
D-76646 Bruchsal  
T+49 7251 9295 100  
[cornelia.lichtner@gfk.com](mailto:cornelia.lichtner@gfk.com)