

Pressemitteilung

Regionale Konsumpotenziale in den USA

28. Oktober 2015

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

GfK Kaufkraft USA 2015

Bruchsal, 28. Oktober 2015 – Im internationalen Vergleich ist die Kaufkraft der USA mit 35.179 Euro pro Kopf verhältnismäßig hoch, da viele Sozialleistungen wie beispielsweise Kranken- oder Arbeitslosenversicherungen privat getragen werden. Auch innerhalb der USA existieren beträchtliche regionale Unterschiede, wie die aktuelle Kaufkraftstudie von GfK zeigt.

Die durchschnittliche Kaufkraft der rund 319 Mio. US-Amerikaner liegt bei 35.179 Euro pro Kopf. Die Bewohner von Connecticut sind auf Bundesstaatenebene die Spitzenreiter und haben im Durchschnitt 45.548 Euro pro Kopf und liegen damit fast beim 1,3-Fachen des USA-Durchschnitts.

Top 5 Bundesstaaten

Rang (von 50)	Bundesstaat	Einwohner	Kaufkraft pro Einwohner in Euro	Kaufkraft-index*
1	Connecticut	3.596.677	45.548	129,5
2	Massachusetts	6.745.408	43.595	123,9
3	New Jersey	8.938.175	42.881	121,9
4	Maryland	5.976.407	41.753	118,7
5	New York	19.746.227	41.163	117,0

Quelle: GfK Kaufkraft USA 2015

Index: 100 = USA-Durchschnitt

Von den 50 Staaten liegen 29 unter dem Durchschnitt, 21 darüber. Ziemlich exakt im USA-Durchschnitt liegt Texas mit 35.129 Euro pro Kopf. Der kaufkraftschwächste Staat ist Mississippi mit 27.491 Euro pro Kopf. Das sind rund 22 Prozent unter dem Landesdurchschnitt.

GfK hat für die neue Studie die aktuelle Kaufkraft je Einwohner in Summe und als Index berechnet und weist diese wohnortbezogenen Konsumpotenziale auch aus für die 3.142 Counties, die 99 Gebiete der 2-stelligen Postleitzahlen (ZIP) sowie die sehr feinräumigen 40.968 Gebiete der 5-stelligen Postleitzahlen.

Die Kaufkraftunterschiede fallen größer aus, je feiner die betrachtete Gebietsebene ist. Reichen sie auf der Ebene der Staaten von 30 Prozent über dem Bundesdurchschnitt bis 22 Prozent unter dem Durchschnitt, reicht die Spanne auf Ebene der 5-stelligen Postleitzahlen sogar vom 6,7-Fachen des Durchschnitts in der reichsten PLZ bis zu nur einem Viertel des Durchschnitts im schwächsten PLZ-Gebiet.

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

Anwendung

Die Kaufkraft der USA zeigt die Einkünfte aus selbstständiger und un-selbstständiger Arbeit inklusive aller Transferzahlungen abzüglich der Lohn- und Einkommenssteuer. Die Daten stellen für Unternehmen eine wichtige regionale Planungs- und Analysebasis für strategische Entscheidungen wie Marketingaktionen oder Filialeröffnungen dar.

Mit der Berechnung der Kaufkraft durch GfK liegt eine aktuelle, validierte und international vergleichbare Messgröße zur Einschätzung des regionalen Konsumpotenzials für sehr detaillierte regionale Ebenen vor. GfK validiert und verknüpft verschiedenste Datenquellen mit dem eigenen geo-statistischen Modell zur Prognose der feinräumigen Konsumpotenziale.

Die Daten liegen zugleich auch in dazu passenden digitalen Kartenformaten vor und sind damit einsatzbereit zur Anwendung in GIS wie u.a. auch der Geomarketing-Lösung RegioGraph von GfK. GfK berechnet die Kaufkraftstudie seit über 80 Jahren – anfangs nur für deutsche Marktregionen, mittlerweile für mehr als 60 Top-Märkte weltweit.

Weitere Informationen

zur GfK Kaufkraft erhalten Sie unter www.gfk.com/marktdaten.

Grafiken in Druckauflösung finden Sie unter

https://www.gfk.com/de/Documents/News_Deutschland/2015/kaufkraft-usa.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

Folgen Sie uns auf Twitter: 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