

Osteuropa holt auf

Die GfK GeoMarketing GmbH, Bruchsal, hat eine Studie mit dem Titel „GfK Kaufkraft Europa 2007/2008“ veröffentlicht. Das auffallendste Ergebnis der Untersuchung: Die absolute Kaufkraft ist deutlich gestiegen. Ein besonders dynamisches Wirtschaftswachstum und einen Aufholprozess verzeichnen die ost- und südosteuropäischen Länder.

Wenn Unternehmen ihre internationale Vertriebs- und Expansionsplanung möglichst optimal koordinieren wollen, benötigen sie dazu Daten, die ihnen sagen, was sie vom Markt der Zukunft zu erwarten haben. Wesentlicher Bestandteil dieser Daten ist die Erhebung der Kaufkraft-Werte, will heißen, die Antwort auf die Frage, wie viel Geld den Verbrauchern der europäischen Länder zur Verfügung stehen wird. Selbst für einzelne Stadtteile und Regionen erheben die Marktforscher Daten.

Zahlenwerk

Besonders der Osten Europas holt bei der Entwicklung der Kaufkraft auf. Einige Regionen in Zentral- und Osteuropa übertreffen inzwischen in der Konsumstärke westeuropäische Regionen. Im Ländervergleich liegen die neuen EU-Mitglieder aber noch auf den hinteren Plätzen. Insgesamt standen den europäischen Verbrauchern 2007 aus dem Haushalts-Nettoeinkommen ca. 8 Billionen Euro für Konsumausgaben zur Verfügung. Dies entspricht einem verfügbaren Einkommen von rund 11.998 € je Einwohner im Durchschnitt der 40 Studienländer. Die Spanne reicht dabei von rund 700 € je Einwohner in Moldawien bis zum fast 40-Fachen in der Schweiz mit rund 27.500 € je Einwohner.

Lettland ist der Aufsteiger des Jahres und hat sich um vier Positionen auf Rang 25 verbessert. Ebenfalls in der Rangfolge nach oben geklettert sind Estland und Litauen. Irland stieg von Rang sechs auf Rang vier. Serbien-Montenegro hat sich seit 2006 ebenfalls um 2 Rangplätze verbessert. In den letzten Rängen hat sich zwar in der Reihenfolge nichts

verändert, aber die Kaufkraftwerte je Einwohner entwickeln sich in den als „arm“ geltenden Ländern positiv: So kann beispielsweise die Ukraine einen Kaufkraftzuwachs von rund 300 € je Einwohner verzeichnen. Das entspricht einem Wachstum um rund 26%. Auch die Wachstumsraten in anderen südosteuropäischen Ländern sind beeindruckend, wenngleich auch die absoluten Werte noch weit

unter dem Westniveau liegen. Aber immerhin ist die Differenz im Kaufkraftniveau je Einwohner zwischen Portugal (Rang 19) und Slowenien (Rang 20), dem wohlhabendsten der neuen EU-Beitrittsländer von 2004, kleiner als 1.000 €.

Weitere Informationen zur GfK Kaufkraft Europa bei Friedlind Dürr, Tel.: +49 (0)7251-9295-230 oder f.duerr@gfk-geomarketing.com.

Land	Rang in 2006	Rang in 2007	Kaufkraft 2007 je Einwohner in €
Schweiz und Liechtenstein	1	1	27.521
Luxemburg	2	2	27.395
Norwegen	3	3	24.993
Irland	6	4	22.207
Dänemark	4	5	21.521
Island	5	6	20.511
Großbritannien	7	7	19.863
Österreich	8	8	18.960
Frankreich	9	9	18.873
Deutschland	10	10	18.055
Schweden	13	11	17.217
Belgien	11	12	17.143
Finnland	12	13	16.882
Italien	14	14	16.617
Niederlande	15	15	15.814
Spanien	16	16	13.431
Zypern	17	17	12.344
Griechenland	18	18	12.203
Portugal	19	19	9.674
Slowenien	20	20	8.851
Malta	21	21	8.308
Tschechien	22	22	5.625
Estland	24	23	5.611
Ungarn	23	24	5.462
Lettland	29	25	4.978
Litauen	28	26	4.896
Slowakei	25	27	4.889
Polen	26	28	4.808
Kroatien	27	29	4.565
Serbien und Montenegro (ab 2007 nur Serbien)	32	30	3.227
Türkei	31	31	3.182
Rumänien	30	32	3.036
Bulgarien	33	33	2.453
Montenegro (ab 2007)	34	34	2.338
Mazedonien	35	35	2.069
Bosnien-Herzegowina	36	36	2.033
Weißrussland	37	37	1.764
Albanien	38	38	1.599
Ukraine	39	39	1.487
Moldawien	40	40	685

■ Aufsteiger
■ Absteiger

Die Rangliste der einkommensstärksten Länder in Europa im Vergleich zum Vorjahr. Die Schweiz führt die Tabelle immer noch an. Deutschland erreicht wieder Rang 10.



Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

Interessierte können die Zeitschrift unter
www.brotundbackwaren.de

zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich
zum Probelesen bestellen.

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter info@foodmultimedia.de.

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.