

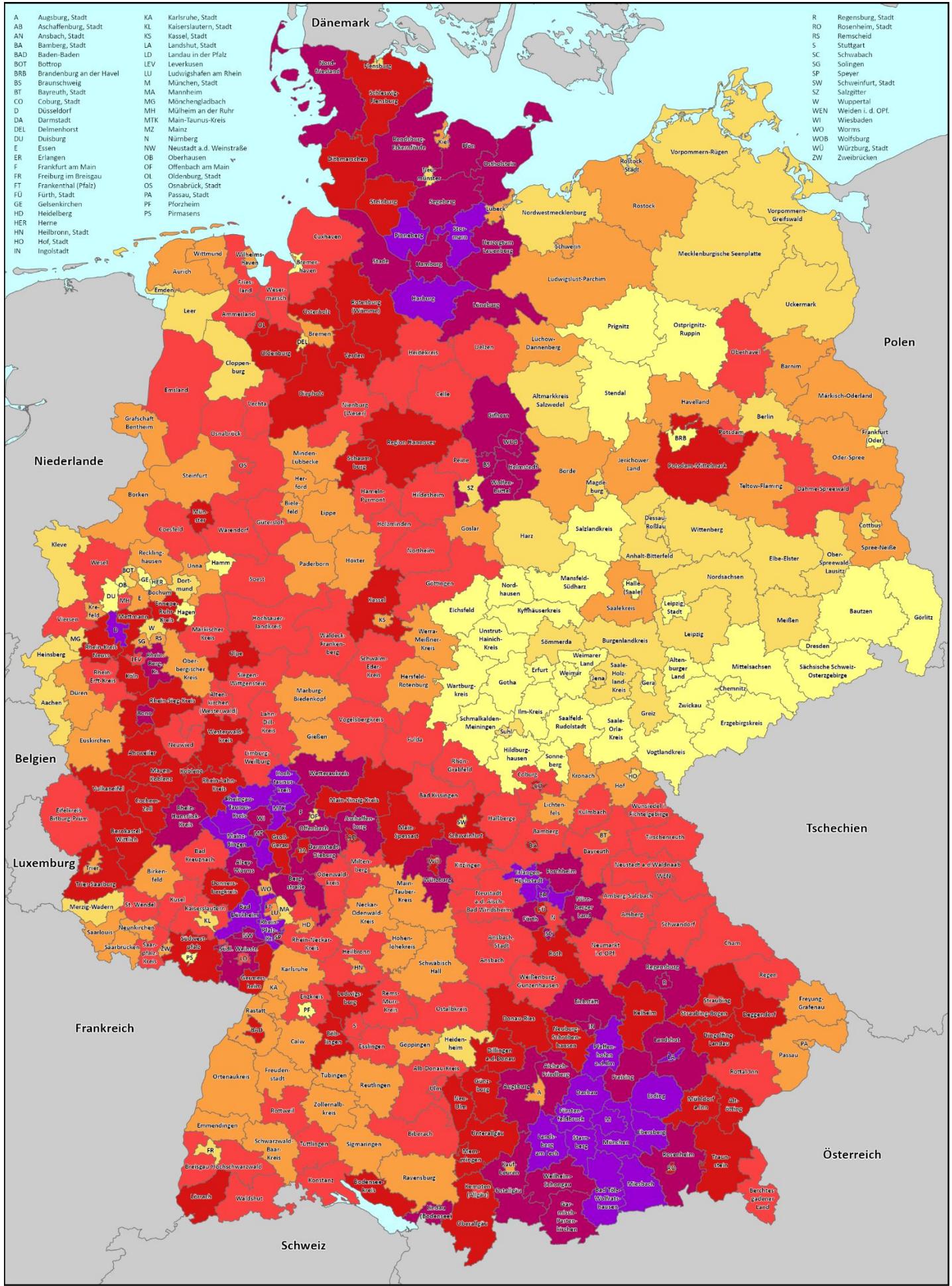


---

**MB-Research**  
**Sortiments- und Online-Kaufkraft 2025**

Die Kaufkraft für einzelne Sortimente bezeichnet den Betrag des verfügbaren Einkommens, der den Konsumenten eines Gebietes für Ausgaben im Einzelhandel bzw. anteiligen Onlinehandel für das jeweilige Sortiment zur Verfügung steht.

## Sortiments-Kaufkraft 2025 in Deutschland – Sortiment Tierbedarf & lebende Tiere:



Karte: MB-Research Sortiments-Kaufkraft 2025 in Deutschland für das Sortiment Tierbedarf & lebende Tiere

Copyright © 2025 Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg

## Kaufkraft für 38 Sortimente

Kaufkraftkennziffern zählen im Bereich der Geodaten zu den am häufigsten eingesetzten Indikatoren, um das Konsumpotenzial in einem Gebiet zu bestimmen.

Die Kaufkraft für einzelne Sortimente, z.B. für das Sortiment Optik und Hörgerätekustik, spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte einer Region nach diesem Sortiment wider. Und immer wichtiger: Zusätzlich zur gesamten Sortimentskaufkraft wird auch der jeweilige Anteil der Ausgaben über das Internet ausgewiesen. Zum Vergleich: die allgemeine Kaufkraft bezeichnet das gesamte verfügbare Einkommen der Konsumenten unabhängig davon, wofür es ausgegeben wird. Daher bietet die Aufteilung in einzelne Sortimente tiefere und detailliertere Einblicke für ein Gebiet.

## Kaufkraft – Wichtige Anwendungsbereiche

- Standort- und Filialnetzplanung
- Category-Management
- Identifikation von Zielgruppenpotenzialen im Einzugsgebiet
- Optimierung der Werbewege
- Optimierung der Kundenansprache
- Neukundengewinnung durch Zielgruppenlokalisierung
- Out-of-Home Werbung: Bewertung von Plakatstandorten, Zielgruppenspezifische Werbekampagnen
- Werbeplanung, Direktmarketing

## Methode

Bei der Ermittlung der Sortiments- und Online-Kaufkraft werden die folgenden Komponenten berücksichtigt:

- Aktuellste amtliche Verbrauchsstichproben des Statistischen Bundesamtes
- Kleinräumige Einkommensstatistiken
- Statistiken einschlägiger Handelsverbände
- Kleinräumige soziodemographische Daten
- Regionale Konsumstatistiken
- Ort des Bezahlens (stationär oder online)

## MB-Research - Kompetent und zuverlässig seit über 20 Jahren

Die Erstellung von kleinräumigen Regionalmarktdaten und kompatiblen Digitalen Grenzen auf der ganzen Welt ist die Kernkompetenz von Michael Bauer Research. Die hohe Qualität der MB-Research Marktdaten und Digitalen Grenzen basiert auf langjährigen Erfahrungen, genauesten Recherchen und der gründlichen Beobachtung aktueller Entwicklungen eines hoch spezialisierten Teams.

Sie erhalten über Kaufkraftdaten hinausgehend auch weitere wertvolle Kennziffern, wie z.B. MB-Research Consumer Styles, Soziodemographie, Zentralitätskennziffern und Tagesbevölkerung. Ergänzende Dienstleistungen zu den Themen Geospatial Analytics und Location Intelligence runden unser Portfolio ab. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

## Beispieldaten für die Gemeinde Flensburg, Stadt (Gebietsstand 01.01.2025):

Bevölkerung		Bevölkerung		Haushalte	
01.01.2024		Prognose 2025 Jahresschnitt		Prognose 2025 Jahresschnitt	
Anzahl	Promilleanteil	Anzahl	Promilleanteil	Anzahl	
95.712	1,149	96.800	1,156	54.418	

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2025				Online-Kaufkraft 2025 gesamt			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	EH-Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
690,32	1,049	7.131	90,8	77,02	0,943	796	81,6
							11,2%

Kaufkraft Nahrungsmittel				Online-Kaufkraft Nahrungsmittel			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
229,52	1,081	2.371	93,5	4,16	1,018	43	88,0
							1,8%

Kaufkraft Alkoholfreie Getränke				Online-Kaufkraft Alkoholfreie Getränke			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
29,60	1,077	306	93,2	0,61	1,012	6	87,5
							2,1%

Kaufkraft Alkoholische Getränke				Online-Kaufkraft Alkoholische Getränke			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
31,77	1,046	328	90,5	0,61	0,937	6	81,1
							1,9%

Kaufkraft Tabakwaren				Online-Kaufkraft Tabakwaren			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
34,64	1,137	358	98,3	0,59	1,209	6	104,6
							1,7%

Kaufkraft Damenmode				Online-Kaufkraft Damenmode			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
28,56	1,048	295	90,7	8,67	0,944	90	81,7
							30,4%

Kaufkraft Herrenmode				Online-Kaufkraft Herrenmode			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
13,35	1,014	138	87,7	4,11	1,051	42	90,9
							30,7%

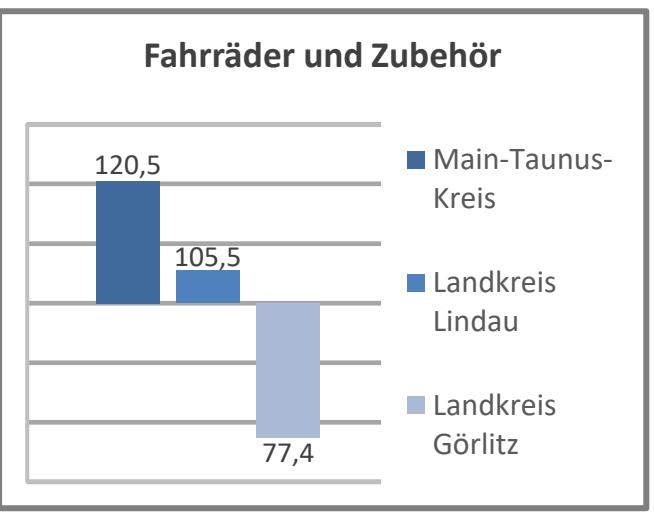
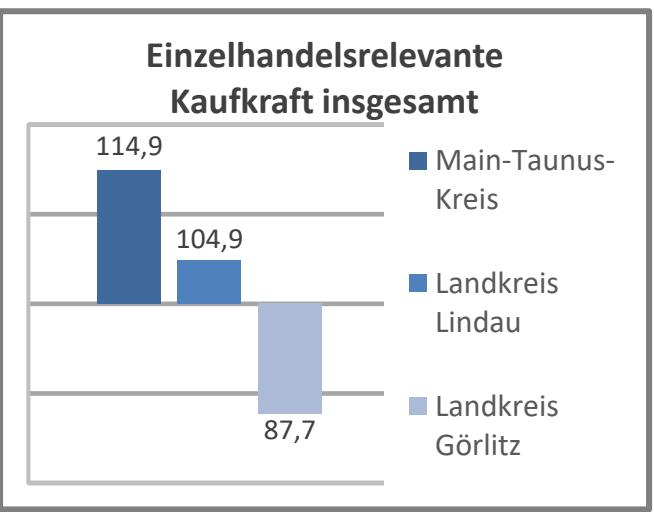
Kaufkraft Kindermode				Online-Kaufkraft Kindermode			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
2,58	0,925	27	80,0	0,50	0,876	5	75,8
							19,3%

Kaufkraft Wäsche				Online-Kaufkraft Wäsche			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
6,15	1,027	64	88,9	1,42	0,914	15	79,1
							23,1%

Kaufkraft Strumpfwaren				Online-Kaufkraft Strumpfwaren			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
1,47	1,034	15	89,4	0,33	1,089	3	94,2
							22,5%

Kaufkraft Optik und Hörgerätekundl				Online-Kaufkraft Optik und Hörgerätekundl			
in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100	in Mio. Euro	Promille-anteil	Euro pro Kopf	Kaufkraft Index D = 100
8,91	0,994	92	86,0	0,61	0,988	6	85,5
							6,9%

## Vergleich der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gesamt mit einzelnen Sortimenten



## Bestellformular (Bitte per E-Mail an sales@mb-research.de oder per Fax an +49 (0) 911-13136-201)

Hiermit bestellen wir die MB-Research Sortiments- und Online-Kaufkraft 2025 für folgende regionale Ebene:

### Alle Sortimente

#### Regionale Ebene

- Stadt- und Landkreise
- Gemeinden
- 5-stellige PLZ

#### Abonnement

- 1150 Euro p.a.
- 3400 Euro p.a.
- 3400 Euro p.a.

#### Einmaliger Bezug

- 1950 Euro
- 5600 Euro
- 5600 Euro

### Ein Sortiment<sup>1)</sup>

#### Regionale Ebene

- Stadt- und Landkreise
- Gemeinden
- 5-stellige PLZ

#### Abonnement

- 490 Euro p.a.
- 1150 Euro p.a.
- 1150 Euro p.a.

#### Einmaliger Bezug

- 840 Euro
- 1850 Euro
- 1850 Euro

Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot auf unserer feinsten geographischen Ebene der MikroPLZ.

<sup>1)</sup> Weitere Sortimente: Der Aufpreis für jedes weitere Sortiment beträgt 30% des Einzelpreises.  
Einzelne Sortimente können auf Wunsch auch zusammengefasst werden.

Im Rahmen des Abonnements schicken wir Ihnen automatisch nach Erscheinen die aktuelle Version der Studie zu. Die Mindestlaufzeit beinhaltet zwei Lieferungen.

### Verfügbare Sortimente:

- |                                                |                                                                                |                                                                                  |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Nahrungsmittel        | <input type="checkbox"/> Haus-/Heimtextilien, sonstige Einrichtungsgegenstände | <input type="checkbox"/> Optik und Hörgerätekustik                               |
| <input type="checkbox"/> Alkoholfreie Getränke | <input type="checkbox"/> Elektrogroßgeräte                                     | <input type="checkbox"/> Sportgeräte                                             |
| <input type="checkbox"/> Alkoholische Getränke | <input type="checkbox"/> Elektrokleingeräte                                    | <input type="checkbox"/> Sportbekleidung                                         |
| <input type="checkbox"/> Tabakwaren            | <input type="checkbox"/> Hausrat, Glas, Porzellan                              | <input type="checkbox"/> Sportschuhe                                             |
| <input type="checkbox"/> Damenmode             | <input type="checkbox"/> Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel                    | <input type="checkbox"/> Spielwaren                                              |
| <input type="checkbox"/> Herrenmode            | <input type="checkbox"/> Gesundheit                                            | <input type="checkbox"/> Hobbys, Musikinstrumente                                |
| <input type="checkbox"/> Kindermode            | <input type="checkbox"/> Körperpflege                                          | <input type="checkbox"/> Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren          |
| <input type="checkbox"/> Wäsche                | <input type="checkbox"/> Telekommunikation                                     | <input type="checkbox"/> Baumarktspezifisches Sortiment, Schnittblumen, Pflanzen |
| <input type="checkbox"/> Strumpfwaren          | <input type="checkbox"/> Informationstechnologie                               | <input type="checkbox"/> Kfz-Ersatzteile und Zubehör                             |
| <input type="checkbox"/> Sonstige Bekleidung   | <input type="checkbox"/> Unterhaltungselektronik                               | <input type="checkbox"/> Fahrräder und Zubehör                                   |
| <input type="checkbox"/> Schuhe                | <input type="checkbox"/> Bespielte Bild- und Tonträger                         | <input type="checkbox"/> Tierbedarf, lebende Tiere                               |
| <input type="checkbox"/> Lederwaren            | <input type="checkbox"/> Foto                                                  | <input type="checkbox"/> Babybedarf                                              |
| <input type="checkbox"/> Uhren und Schmuck     |                                                                                |                                                                                  |
| <input type="checkbox"/> Möbel                 |                                                                                |                                                                                  |

### Auszüge

- Bitte erstellen Sie uns ein Angebot für einen **Regionalauszug** der folgenden Gebiete:

## Adresse

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ und Ort: \_\_\_\_\_

Amtsgericht/HRB Nr.: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Ort und Datum, Unterschrift: \_\_\_\_\_

## Preise und Lizenzen

**Preise:** Alle Preise sind Netto-Preise, zuzüglich der aktuell gültigen Mehrwertsteuer von 19%.

**Lizenzen:** Die angegebenen Preise beziehen sich jeweils auf eine Single-User-Lizenz zur internen Nutzung der Daten. Bei zusätzlichen Usern wird der Netto-Preis mit dem jeweiligen Faktor multipliziert:

Anzahl User	Faktor	Anzahl User	Faktor
2	1,5	16-20	3,5
3-5	2	21-25	4
6-10	2,5	Unternehmenslizenz/Intranet	4,5
11-15	3	Internet	auf Anfrage

Bitte wenden Sie sich an uns, wenn Sie an einer Verwendung der Daten im Rahmen einer Informationsverwertung interessiert sind.

**Nutzungsrechte:** Alle unsere Daten sind urheberrechtlich geschützt und bleiben unser geistiges Eigentum. Die Daten können je nach erworbener Lizenz von einem oder mehreren Usern innerhalb der Firma verwendet werden. Jegliche Veröffentlichung oder Weitergabe an Dritte, auch in bearbeiteter Form, bedarf der Zustimmung der Michael Bauer Research GmbH.

**AGBs:** Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Michael Bauer Research GmbH. Für nähere Informationen kontaktieren Sie uns bitte über sales@mb-research.de.