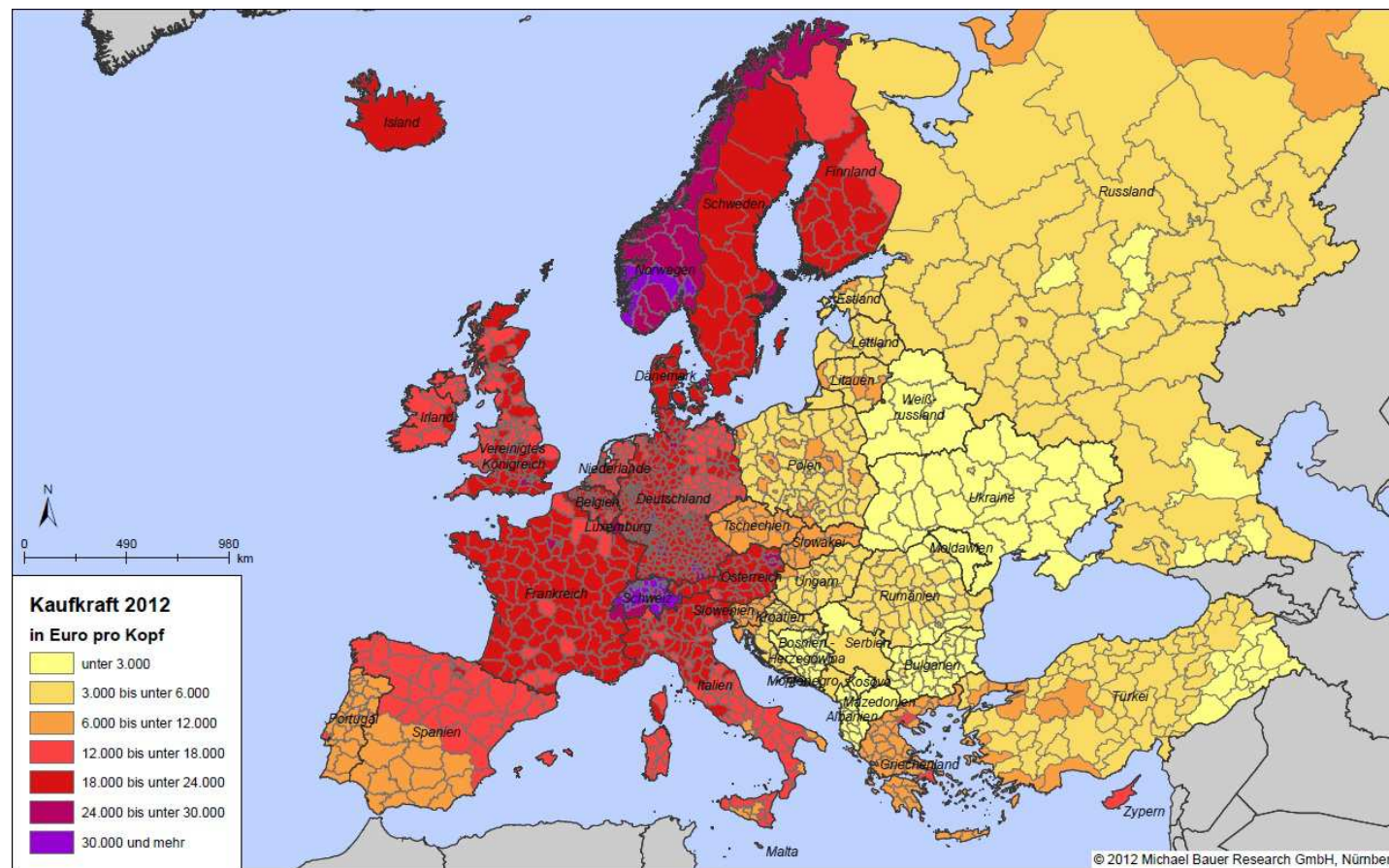




Marktdaten und digitale Grenzen in Europa

Flächendeckend für alle Länder Europas liefern wir aktuelle Marktdaten und die dazu passenden digitalen Grenzen – von den Großräumen über Gemeinden und PLZ-Gebiete bis hin zu den Mikroebenen

Kaufkraft in Europa



Kaufkraft

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

Kaufkraft – wichtigster Indikator für das Konsumpotenzial

Die Kaufkraft ist der am häufigsten eingesetzte Indikator für das Konsumpotenzial. Sie ist für den Vertrieb Ihrer Produkte und Dienstleistungen eine geeignete Plangröße, wenn deren Nachfrage überwiegend vom Einkommen des Verbrauchers abhängt und Sie direkt oder indirekt an den Endverbraucher verkaufen.

Soziodemographie

Die MB-Research Soziodemographie klassifiziert die Regionen hinsichtlich folgender Basisinformationen:

- Bevölkerung
- Haushalte
- Altersstruktur in 15-er Schritten: 0-14, 15-29, 30-44, 45-59, 60+
- Geschlecht
- Arbeitslosigkeit (auf administrativer Ebene)

Kaufkraft in Produktgruppen

Die Kaufkraft in Produktgruppen quantifiziert das Ausgabevolumen der Verbraucher in einzelne Kategorien. Zusätzliche Unterteilungen oder engere Eingrenzung auf Ihr Sortiment sind auf Anfrage möglich.

Ausgaben der europäischen Verbraucher nach Produktgruppen

- Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke
- Alkoholische Getränke
- Tabakwaren
- Fashion
- Schuhe
- Möbel, Einrichtungsgegenstände, Bodenbeläge
- Heimtextilien
- Elektrogroß- und -kleingeräte
- Hausrat, Glas, Porzellan
- Werkzeuge und Geräte für Haus und Garten
- Haushaltsführung, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
- Medizinische Produkte und Geräte
- Braune Ware, Foto und IT (Hard- und Software)
- Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur
- Spielwaren, Hobbywaren, Sport, Garten, Haustiere
- Freizeit und Kulturdienstleistungen
- Zeitungen, Bücher und Schreibwaren
- Essen und Trinken außer Haus
- Körperpflege
- Uhren, Schmuck, Lederwaren, und andere persönliche Gebrauchsgüter

Einzelhandelsdaten

Unsere Daten informieren Sie über das Volumen der Einzelhandelsausgaben der Bevölkerung einer Region gemessen am Wohnort (Einzelhandelsrelevante Kaufkraft) und die tatsächlich im örtlichen Einzelhandel getätigten Umsätze gemessen am Einkaufsort (Umsatzkennziffern, POS-Umsätze). Eine Eingrenzung der Umsätze auf individuelle Produktgruppen ist auf Anfrage möglich.

Aussagen über örtliche Kaufkraftbindung

Ein weiteres Element unserer Einzelhandelsdaten sind Zentralitätskennziffern. Diese Relation aus Einzelhandelsumsatz und Einzelhandelsrelevanter Kaufkraft ermöglicht Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes, die Kaufkraft seiner Bewohner und die Kaufkraft der Bewohner anderer Gebiete an den örtlichen Einzelhandel zu binden.

Europa – Regional

Unsere Studie MB-Research Europa Regional bietet Ihnen für die 42 wichtigsten europäischen Länder eine Übersicht über die örtlichen Marktdaten für die Einteilung und Kontrolle von Vertriebsgebieten oder die Vorauswahl von Standorten im europäischen Raum.

Europa Regional: Kaufkraft- & Strukturdaten für über 1.500 Regionen in Europa

Mit Europa Regional erhalten Sie als Paket für über 1.500 Regionen in Europa folgende Marktdaten auf NUTS3 bzw. vergleichbarer Ebene:

- Bevölkerung: Jahresdurchschnitte
- Kaufkraft pro Kopf und insgesamt
- Kaufkraft in Paritäten
- Bevölkerung nach einheitlichen Altersgruppen
- Bevölkerung nach Geschlecht
- Durchschnittliche Haushaltsgröße
- Erwerbstätige
- Arbeitslosenquote
- Bruttoinlandsprodukt

Digitale Grenzen

Passend zu unseren Daten können wir Ihnen auch kompatible digitale Grenzen zur Visualisierung und Bearbeitung in geographischen Informationssystemen (GIS) anbieten.

Die administrativen und postalischen digitalen Grenzen von MB-Research und unseren Partnern weisen folgende Vorteile auf:

- regelmäßige Aktualisierung der Gebietsstände
- die Layer sind in sich topologisch korrekt und „seamless“ zu den Außengrenzen der Nachbarländer
- Daten und Gebiete von mehreren Ländern können dank eindeutigem Schlüssel problemlos in einem Layer kombiniert werden und ermöglichen so länderübergreifende Analysen
- einfaches Update durch einheitlichen Aufbau der Layer-Namen
- Lieferung wahlweise im ESRI- (.shp) oder im MapInfo-Format (.tab), in Geografischen Koordinaten WGS84 (Referenzellipsoid WGS84 mit geodätischem Datum WGS84)
- passende Hintergrund-Layer wie z.B. Straßennetze oder Gewässer können bei Bedarf mitgeliefert werden

Ihre Ansprechpartner

Christiane Betzner

Tel. + 49 (0) 911-28 707 062

christiane.betzner@mb-research.de
www.mb-research.de

Suane Schlicht

Tel. + 49 (0) 911-28 707 161

susanne.schlicht@mb-research.de
www.mb-research.de

Michael Bauer Research GmbH, Fürther Straße 27, D-90429 Nürnberg

Telefon: +49 (0)911 28 707 020, Telefax: +49 (0)911 28 707 077, info@mb-research.de, www.mb-research.de

Copyright © 2014 Michael Bauer Research GmbH. Alle Rechte vorbehalten.