



# PTV Kaufkraft // Deutschland & Europa

In Kombination mit anderen grundlegenden soziodemographischen Informationen unterstützt Sie die Kaufkraft bei der Lösung einer Vielzahl raumbezogener Fragestellungen, so z.B. bei der Planung von Standorten oder der Werbemittelverteilung sowie bei der Steuerung von Direktmarketing-Aktivitäten. Quantifizieren Sie regionale Absatzchancen, bewerten Sie Gebiete bei der Filialnetzplanung und lokalisieren Sie bisher nicht ausgeschöpfte Marktpotenziale – Dank aussagekräftiger Kaufkraftdaten!

## Sortimentskaufkraft

- Nahrungs- und Genussmittel
- Getränke
- Tabakwaren
- Gesundheits- und Körperpflege
- Bekleidung
- Schuhe, Lederwaren
- Einrichtungsbedarf, Möbel
- Hausrat, Glas, Porzellan
- Wasch- und Reinigungsmittel
- Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten
- Unterhaltungselektronik, elektronische Medien
- Informationstechnologie

- Konsumpotenzial der Bevölkerung
- Abgebildet wird das Einkommen pro Haushalt, das für Konsumzwecke zur Verfügung steht
- Private Kaufkraft > Einzelhandelskaufkraft > Sortimentskaufkraft
- Spezifische Kaufkraftangaben: Kaufkraft nach Altersklassen, Wohnkaufkraft, Einzelhandelskaufkraft, Sortimentsbezogene Kaufkraft, Baukraft

- Telekommunikation
- Foto, Optik
- Uhren, Schmuck
- Bücher, Schreibwaren
- Sport und Camping
- Kfz-Ersatzteile und Zubehör
- Baumarktspezifisches Sortiment
- Baby- und Kinderartikel
- Hobbys, Musikinstrumente
- Und viele weitere

## Abdeckung

- Daten unterschiedlicher Hersteller, in unterschiedlicher Abdeckung auf verschiedenen räumlichen Ebenen verfügbar
- 42 europäische Länder, sowie weitere Staaten weltweit