

Pressemitteilung

17. Juni 2026

Thomas Muranyi
Geomarketing
T +49 911 395 4928
thomas.muranyi@nielseniq.com

Einzelhandelskaufkraft in Europa: Deutschland unter dem Durchschnitt, regionale Unterschiede bleiben groß

NIQ Einzelhandelskaufkraft Europa ist ab sofort verfügbar

Bruchsal, 17. Juni 2026 – Deutschland ist einer der größten Einzelhandelsmärkte Europas, liegt bei der Einzelhandelskaufkraft pro Kopf jedoch unter dem europäischen Durchschnitt. Das zeigt die neue Studie „NIQ Einzelhandelskaufkraft Europa“. Demnach beträgt die durchschnittliche Einzelhandelskaufkraft in Europa 6.714 Euro pro Einwohner, während Deutschland mit 6.226 Euro pro Kopf leicht darunter liegt. Insgesamt zeigt die Studie erhebliche Unterschiede zwischen den 25 untersuchten europäischen Ländern – sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene.

In den 25 von der Studie erfassten europäischen Ländern stehen den Verbrauchern insgesamt rund 3,5 Billionen Euro für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung. Spitzenreiter ist Luxemburg mit 12.518 Euro pro Kopf und damit mehr als 86 Prozent über dem europäischen Durchschnitt. Auf den Rängen zwei und drei folgen die Schweiz mit 12.080 Euro und Dänemark mit 9.452 Euro pro Einwohner. Mit 6.226 Euro liegt Deutschland rund 7 Prozent unter dem Durchschnitt.

Filip Vojtech, Einzelhandelsexperte im Bereich Geomarketing von

NIQ, erklärt: „Nord- und westeuropäische Länder dominieren die oberen Plätze des Rankings. Gleichzeitig liegen einige der volumenstärksten Einzelhandelsmärkte Europas beim Pro-Kopf-Wert unter dem europäischen Durchschnitt. So haben Deutschland, Spanien und Italien trotz ihrer hohen Gesamtmarktvolumina alle eine unterdurchschnittliche Einzelhandelskaufkraft. Das zeigt, dass Marktgröße und individuelle Kaufkraft häufig auseinanderfallen. Zugleich unterscheiden sich die regionalen Ausgabenstrukturen und Konzentrationsgrade zwischen den Ländern deutlich, wobei große Metropolregionen einen überproportional hohen Anteil der Einzelhandelskaufkraft auf sich vereinen. Für Händler ist es daher wichtig, regionale Dynamiken zu berücksichtigen.“

GfK GeoMarketing GmbH
nielseniq.com/geomarketing-de
geomarketing.gfk@smb.nielseniq.com

Geschäftssitz Bruchsal:
Werner-von-Siemens-Str. 2-6
Gebäude 5109
76646 Bruchsal
T +49 911 395 2222
F +49 911 395 2929

Standort Nürnberg:
Sophie-Germain-Straße 3-5
90443 Nürnberg

Geschäftsführer:
Doris Steffen

Amtsgericht Mannheim
HRB 250872
Ust-ID: DE 143585033

Ranking Einzelhandelskaufkraft Europa

Ranking	Staat	Einwohner	Einzelhandelskaufkraft pro Einwohner in €	Einzelhandelskaufkraft Index Europa*
1	Luxemburg	681.973	12.518	186,4
2	Schweiz	8.962.258	12.080	179,9
3	Dänemark	5.992.734	9.452	140,8
4	Norwegen	5.594.340	9.085	135,3
5	Schweden	10.587.710	9.004	134,1
6	Österreich	9.158.750	8.712	129,8
7	Finnland	5.635.971	8.555	127,4
8	Frankreich	66.351.959	8.386	124,9
9	Belgien	11.825.551	7.897	117,6
10	Niederlande	18.044.027	7.769	115,7
11	Irland	5.351.681	7.449	111,0
12	Vereinigtes Königreich	69.281.437	7.086	105,5
Europa-25		521.864.300	6.714	100,0
13	Portugal	10.749.635	6.528	97,2
14	Kroatien	3.861.967	6.242	93,0
15	Deutschland	84.669.326	6.226	92,7
16	Spanien	48.619.695	6.181	92,1
17	Italien	58.934.177	6.157	91,7
18	Slowenien	2.130.850	6.013	89,6
19	Polen	37.489.087	4.939	73,6
20	Tschechische Republik	10.909.500	4.868	72,5
21	Ungarn	9.539.502	4.834	72,0
22	Slowakei	5.419.451	4.720	70,3
23	Bulgarien	6.437.360	4.448	66,2
24	Rumänien	19.067.576	3.880	57,8
25	Serbien	6.567.783	3.849	57,3

Quelle: © NIQ Einzelhandelskaufkraft Europa 2025

* Index je Einwohner: Europadurchschnitt = 100

Insgesamt weisen 12 der 25 Länder eine überdurchschnittliche Einzelhandelskaufkraft pro Kopf auf, während 13 Länder unter dem europäischen Mittelwert liegen. Am unteren Ende des Rankings sind vor allem Länder aus Ost- und Südosteuropa vertreten. Serbien bildet mit 3.849 Euro pro Kopf das Schlusslicht und erreicht damit nur gut 57 Prozent des europäischen Durchschnitts.

Über die nationalen Durchschnittswerte hinaus unterscheidet sich die Einzelhandelskaufkraft in Europa auch deutlich auf regionaler Ebene. In vielen Ländern übertreffen Hauptstädte und große Metropolregionen ihr jeweiliges Umland, häufig mit großem Abstand. In Frankreich erreicht Paris beispielsweise 12.944 Euro pro Kopf, während das benachbarte Département Seine-Saint-Denis lediglich 6.314 Euro verzeichnet, was weniger als der Hälfte des Werts der Hauptstadt entspricht. Ein ähnliches Muster zeigt sich im Vereinigten Königreich: Zentrale Londoner Regionen wie die City of London erzielen Kaufkraftwerte von bis zu 15.785 Euro pro Kopf, während Regionen wie Birmingham nur etwa 5.846 Euro pro Kopf erreichen.

Zur Studie

Die Studie „NIQ Einzelhandelskaufkraft Europa“ liegt für 25 europäische Länder auf feinräumigen Ebenen wie Gemeinden und Postleitzahlen vor, ebenso wie passende Daten zur allgemeinen Kaufkraft, zur Sortimentskaufkraft sowie zu Einwohnern und Haushalten.

Die NIQ Einzelhandelskaufkraft ist der Teil der allgemeinen NIQ Kaufkraft, der im Einzelhandel ausgegeben werden kann. Die allgemeine Kaufkraft bezeichnet dabei das verfügbare Einkommen ohne Steuern und Sozialabgaben inklusive Transferleistungen und wird pro Kopf und Jahr in Euro als Index ausgewiesen. Die NIQ Kaufkraft bezieht sich auf die nominal verfügbaren Einkommen. Dies bedeutet, dass die Werte nicht inflationsbereinigt sind. Basis der Berechnung sind neben Daten der Einkommensteuerstatistik einschlägige Statistiken zur Berechnung von Transferleistungen sowie Prognosewerte der Wirtschaftsinstitute.

Dieses verfügbare Nettoeinkommen kann von den Konsumenten für unterschiedliche Zwecke ausgegeben werden: So wird der eine Teil der Ausgaben für Einkäufe im Einzelhandel, der andere Teil für Mieten, Hypothekenzinsen, Versicherungen, Autokosten, für Reisen oder Dienstleistungen verwendet.

Weitere Informationen

zu den regionalen Marktdaten von NIQ finden Sie [hier](#).

Bildmaterial

Grafiken in Druckauflösung finden Sie [hier](#).

Pressekontakt: Thomas Muranyi, T +49 911 395 4928, thomas.muranyi@nielseniq.com

Über NIQ

NielsenIQ (NYSE: NIQ) ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Durch die Kombination einer unvergleichlichen globalen Datenabdeckung und detaillierter Verbraucher- und Handelsmessungen mit jahrzehntelanger KI-Modellierungsexpertise entwickelt NIQ Entscheidungssysteme, die Unternehmen dabei helfen, komplexe Daten in sicheres Handeln umzusetzen. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 82 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,4 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Über cloubasierte Plattformen, fortschrittliche Analysen und KI-gestützte Insights liefert NIQ The Full View™ – und unterstützt Marken und Händler dabei zu verstehen, was Verbraucher kaufen, warum sie es kaufen und welche Schritte als Nächstes sinnvoll sind.

Weitere Informationen finden Sie unter www.niq.com/de.