

PRESSEMITTEILUNG

## **Deutschland, wo fährst du? Boxenstopp in der Stadt, Zuhause auf dem Land**

*Deutschland fährt – vor allem im ländlichen Raum ist der fahrbare Untersatz unverzichtbar, um von A nach B zu gelangen. Wo in der Bundesrepublik die meisten Autos unterwegs sind – und wer auch gut ohne auskommt – zeigt die [aktuelle Karte des Monats](#) von Nexiga.*

**Bonn, 03.09.2015\_** Deutschland, deine Autos: zum 1. Januar 2014 zählten die deutschen Kfz-Zulassungsstellen genau 43.851.230 zugelassene Pkws in der Bundesrepublik. Die meisten Autos pro 1.000 Einwohner wurden 2014 im Saarland zugelassen(607), gefolgt von Rheinland-Pfalz (587), Bayern (584) und Baden-Württemberg (574). Bei 68 Millionen Einwohnern über 18 Jahre (80,7 Millionen Einwohner in Deutschland insgesamt, Stand: 31.12.2013) kam dabei auf [64,4% der erwachsenen Bevölkerung je ein Pkw](#). Aber wie ist es aktuell um die Verteilungsdichte im Bundesgebiet bestellt? Das hat sich Nexiga, Kompetenzführer im Geomarketing, genauer angeschaut und auf Basis der eigenen Kfz-Daten die aktuelle Karte des Monats erstellt.

**Die Kernaussage:** Des Deutschen heiß geliebtes Automobil zieht es aufs Land. Hier ist das Auto ungeschlagenes Fortbewegungsmittel Nummer 1 und die Fahrzeugdichte je Einwohner höher als in der Stadt. Und auch ein Nord-Süd-Gefälle lässt sich ausmachen: So fahren im Norden deutlich weniger Autos pro Einwohner als im Süden. Besonders in Hessen, Rheinland-Pfalz, dem Saarland, Baden-Württemberg und Bayern kommen in ausgewählten Regionen mehr als 1.000 PKWs auf 1.000 Einwohner – auf jeden Einwohner (0 – 99 Jahre) kommt also statistisch betrachtet mindestens einen Wagen. Zum Vergleich: In Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern liegt diese Quote bei durchschnittlich 350 – 575 Pkws pro 1.000 Einwohner.

Die Crux an diesem Ergebnis: Während die Mehrheit der Autofahrer auf dem Land angesiedelt ist, befinden sich die meisten Autowerkstätten und Servicehäuser in der Stadt. Was also tun, wenn Rennstrecke und Boxenstopp kilometerweit voneinander entfernt liegen? Damit Verbraucher und Anbieter zukünftig besser zusammenfinden, kann Nexiga alle Kfz-Daten bis auf Hausebene genau ermitteln und relevante Daten zu Werkstätten und anderen auto-affinen Daten sogar weltweit verfügbar machen.

Nexiga zeigt, wo Kfz-Handel, Automobilclubs, Kfz-Hersteller, Werkstätten und Tankstellenbetreiber ansetzen müssen, damit der Motor dauerhaft läuft und der Kunde nicht davon fährt. Fragen, die es dabei zu beantworten gilt sind u.a: Ist eine derartige Vielzahl an innerstädtischen Werkstätten überhaupt notwendig und wo lohnt eine Investition in eine Zweigstelle auf dem Land? Welche Regionen bieten sich für neue Zapfsäulen an und wo ist der Automobilclub am nächsten beim Kunden? Nicht zuletzt die ungleichen Nord-Süd-Verhältnisse (höhere Verkehrsdichte im Süden) zeigen, dass individuell auf die Bedürfnisse vor Ort eingegangen werden muss, um den Umsatz für Dienstleister und den Service für Autofahrer nachhaltig zu sichern.

**Quellen:** Kfz-Daten von Nexiga. Werkstätten von TomTom.

---

## **Über Nexiga**

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL®Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL®Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind. LOCAL®Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

## **Zum Thema Geomarketing**

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter [www.nexiga.com](http://www.nexiga.com)

###

### **Kontakt Nexiga:**

Ina Wagner, Senior Marketing Manager  
[wagner@nexiga.com](mailto:wagner@nexiga.com)

### **Pressekontakt:**

Kathrin Hamann, Senior Consultant PR

ELEMENT C  
Tel.: 089 720 137 – 18  
[nexiga@elementc.de](mailto:nexiga@elementc.de)