

PRESSEMITTEILUNG

Trotz sinkender Zinsen: Deutschland spart fleißig

Wer spart verliert: Ob Festgeld, Tagesgeld oder Sparkonto, die Deutschen geben ihre Gewohnheiten nur widerstrebend auf. Die [aktuelle Karte des Monats](#) zeigt, wo in der Bundesrepublik die höchsten und niedrigsten Spareinlagen pro Einwohner zu finden sind.

Bonn, 10.05.2016_ Erst wenige Wochen ist es her, seit die Europäische Zentralbank (EZB) verkündete, den Leitzins unverändert bei 0,0 Prozent zu belassen. Eine Ankündigung, die vor allem die Bundesbürger in eine kleine Sinnkrise stürzen könnte, gehören die Bundesbürger doch seit jeher eher zu den klassischen Sparern – sichere Geldanlagen wie Festgeld, Sparkonto und Co. sind die favorisierten, Rendite bringenden Sparmethoden.

Die Euro- und Finanzkrise aber zwingt nun auch die Deutschen zum Umdenken; hart ersparte Rücklagen bringen aktuell kaum noch Zinsen; nur wenig Deutsche wagen den Schritt, ihr Vermögen umzuschichten und mehr in Aktien zu investieren. Wie aber sieht der „Sparatlas Deutschland“ wirklich aus? Wo trotz des niedrigen Zinsniveaus in der Bundesrepublik dennoch am meisten klassisch gespart wird, zeigt die [neue Karte des Monats](#) von Nexiga.

Demnach beträgt das Sparvolumen in Deutschland rund 577 Milliarden Euro – die Summe aller Spareinlagen und Sparbriefe von Privatpersonen bei deutschen Banken zum Jahresende 2015. Durchschnittlich 7.101 Euro hat somit jeder Bundesbürger in klassischen Sparformen angelegt. Allerdings sind diese Vermögenswerte regional sehr ungleichmäßig über das Land verteilt, wie Nexiga zeigt: Auf Gemeindeebene reicht die Spanne von 4.300 Euro bis 16.400 Euro pro Einwohner. Bewohner einiger Gemeinden sind damit viermal so reich wie Bewohner der ärmsten Orte.

Insgesamt zeigt die Karte des Monats eine ähnliche Verteilung wie die [Kaufkraftverteilung](#) – wo also insgesamt mehr Geld zur Verfügung steht, wird auch mehr gespart. Besonders wohlhabend ist demnach der Westen Deutschlands, etwa in der Region Düsseldorf oder im Rhein-Main-Gebiet. Aber auch im Umfeld von Großstädten wie Hamburg, München, Stuttgart, Nürnberg und Hannover finden sich hohe Sparvermögen. Metropolen wie Berlin dagegen gehören nicht per se zu den Gewinnern – hier weisen die Gemeinden im so genannten „Speckgürtel“ deutlich höhere Sparvermögen auf. Und auch ländliche Regionen am bayerischen Alpenrand, rund um den Schwarzwald, bei Kiel an der Ostsee und natürlich auf Sylt punkten mit hohen Sparvolumina.

Wo aber liegen die reichsten und ärmsten Gemeinden der Bundesrepublik genau? Am wohlhabendsten sind die Gemeinden Grünwald bei München, Wohltorf bei Hamburg und Königstein im Taunus – mit jeweils mehr als 12.000 Euro pro Einwohner. Unter den Großstädten haben München und Düsseldorf die Nase vorn – wenn auch mit

vergleichsweise niedrigeren Werten von rund 8.500 Euro pro Einwohner. Zu den ärmsten Gemeinden zählen Kommunen wie Menteroda in Thüringen, Wardow in Mecklenburg-Vorpommern, aber auch Reichenbach in Bayern und Esterwegen in Niedersachsen – mit jeweils weniger als 6.000 Euro pro Kopf. Zu den Verlierern der Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern gehören Hamm, Gelsenkirchen und Duisburg sowie Leipzig – mit dem geringsten Sparvolumen von etwa 6.500 Euro pro Einwohner.

Neben der flächendeckenden Darstellung der Verteilung der Sparvolumina kann Nexiga auch die Vermögensverteilung innerhalb der Städte zeigen – und hat die vorliegenden Daten auch feinräumig für 87.000 Wohnquartiere berechnet. Auf Wunsch können Interessierte hier weitere Informationen anfordern: geomarketing@nexiga.com.

Daten-Quellen: Nexiga, Bankenstatistik der Deutschen Bundesbank

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.

Über 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

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Kathrin Hamann, Senior Consultant PR
ELEMENT C
Tel.: 089 720 137 – 18
nexiga@elementc.de
www.elementc.de