

PRESSEMITTEILUNG

## **Herbstsaison in Köln – Nexiga weiß, wo die Käufer von Outdoor-Bekleidung zu finden sind**

*[Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt am Beispiel Kölns, wo dort die affinen Outdoor-Bekleidungs-Shopper leben.*

**Bonn, 4. Oktober 2017** – Wolken, Schauer und wenig Sonnenschein – so läuft der Herbst in Deutschland doch meistens ab. Damit jeder ohne Erkältung durch die triste Jahreszeit kommt, hilft nur eins: Die richtige Outdoor-Bekleidung. Doch wie hoch ist die Affinität der Kölner eigentlich für den Kauf von Bekleidung, die für jedes Wetter geeignet ist? Und wo genau in Köln leben eben diese Einwohner? Das hat sich Nexiga auf Basis der Markt-Media-Studie best for planning, genauer angeschaut und in der [aktuellen Karte des Monats](#) auf Ebene von Wohnquartieren (Nachbarschaftsgebiete) am Beispiel von Köln aufgezeigt.

Zusätzlich zeigt die Karte des Monats die Standorte von Top-Shops aus der Branche – wie Intersport, Jack Wolfskin, The North Face und Globetrotter – und lokalisiert feinräumig die Konsumpräferenzen der Kölner.

### **Naturverbundene Kölner leben am Stadtrand**

Bei Betrachtung der Karte wird eine hohe Affinität für den Erwerb von Outdoor-Jacken oder -Schuhen besonders in den Randgebieten Kölns sichtbar. Hier handelt es sich um linksrheinische Stadtteile wie Junkersdorf, Lindenthal, Rodenkirchen und Lövenich und rechtsrheinische Gebiete an den Ausläufern des Bergischen Landes. In den dichtbesiedelten Stadtvierteln hingegen – und vor allem im Zentrum von Köln – zeigt sich eine deutlich geringere Affinität zum Erwerb von Outdoor-Bekleidung. Interessant ist, dass sich in diesen Stadtteilen häufig aber eine generell höhere Kaufkraft und ein höheres Durchschnittsalter der Bevölkerung abzeichnet.

**Quellen:** Nexiga hat diese Merkmale durch die Verknüpfung der Markt-Media-Studie best for planning (b4p) mit der Geomarketing-Lösung LOCAL® Haus ermittelt. Dafür hat best for planning die Studienteilnehmer befragt, wie häufig sie Sport- oder Outdoor-Bekleidung und Sportschuhe sowie wo sie in den letzten 12 Monaten hauptsächlich Mode gekauft haben.

---

### **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](http://www.nexiga.com)

###

#### **Kontakt Nexiga:**

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

#### **Pressekontakt:**

Christoph Hausel,  
Tel.: 089 720 137 – 20  
[nexiga@elementc.de](mailto:nexiga@elementc.de)