

PRESSEMITTEILUNG

Deutschland deine Hipster: Münchner ziehen an Berlinern vorbei

[Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt, dass trendbewusste Konsumenten in wirtschaftlichen Zentren und Großstädten Deutschlands leben.

Bonn, 7. März 2018_ Die Mehrheit der Bundesbürger kann als trendbewusst bezeichnet werden: Sie sind offen für Herausforderungen, haben oft den Drang etwas Neues auszuprobieren und suchen das Abenteuer. Der Ehrgeiz, etwas Neues zu erleben, kann auf eine Vielfalt von Bereichen zutreffen. Während die einen besonders modebewusst sind, haben andere großes Interesse an technologischen Neuerungen wie Smartphones oder Smart-Home-Lösungen. Wiederum andere wollen dagegen jede kulinarische Neuheit ausprobieren. Doch wo genau leben die Trendbewussten in Deutschland? Genau dieser Frage ist Nexiga nachgegangen und bildet in der [aktuellen Karte des Monats](#) das Trendbewusstsein im Land ab.

München hat überdurchschnittliches Trendbewusstsein

Auffallend ist, dass gerade Großstädte mit über einer Million Einwohnern – wie Berlin, Hamburg und Köln – ein eher durchschnittliches bis leicht überdurchschnittliches Trendbewusstsein aufweisen. Einzig die Stadt München zeigt als Großstadt ein überdurchschnittlich hohes Trendbewusstsein. Aber auch in Städten mit knapp über 100.000 Einwohnern oder im Umland der Städte, wie der Taunus-Region, zeichnet sich ein hohes Maß an Trendbewusstsein ab.

Der Ost-West-Vergleich verdeutlicht, dass vor allem im Westen des Landes viele Menschen leben, die Trends folgen. Halbmondförmig zeichnen sich hier die trendbewusstesten Städte ab: von Hamburg über Hannover, die Rheinschiene mit Düsseldorf, das Rhein-Main-Gebiet um Frankfurt und die Region Stuttgart bis in den Raum München. Und während weite Teile des Ostens als unterdurchschnittlich oder gar als stark unterdurchschnittlich abschneiden, kann lediglich Berlin noch einen durchschnittlichen Wert erzielen.

Doch auch in kleinen Gemeinden wie Icking im oberbayrischen Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen oder Dassendorf, eine Gemeinde im Kreis Herzogtum Lauenberg in Schleswig-Holstein, leben überdurchschnittlich viele, die offen für Trends sind. Gleichzeitig hinken Gemeinden wie Nauen (Landkreis Havelland, Brandenburg), Heidenau (Landkreis Sächsische Schweiz-Ostererzgebirge, Sachsen) oder die Eifel-Hunsrück-Regionen Trendströmen hinterher.

Die in dieser Karte dargestellten Ergebnisse können direkt in die Planung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten einfließen. Auch unternehmerische Entscheidungen – etwa die Planung neuer Standorte oder Vertriebswege – können mithilfe der Trendbewusstseins-Karte gestützt werden.

Quellen: Eigene Berechnungen von Nexiga auf Basis der umfangreichen Markt-Media-Studie best for planning (b4p).

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 <http://www.nexiga.com>

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Christoph Hausel,
Tel.: 089 720 137 – 20
nexiga@elementc.de