

PRESSEMITTEILUNG

Nexiga-Reisekaufkraft-Karte 2018: In Bayern und Rheinland-Pfalz wohnen die meisten Reisemuffel

Die [Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt: Die meisten Gemeinden mit unterdurchschnittlicher Reisekaufkraft finden sich in den Bundesländern Bayern und Rheinland-Pfalz. Gleichzeitig gibt es in Bayern aber auch die größten Extreme. Hier finden sich auch viele reiche Gemeinden wie Tegernsee, Feldafing und Grünwald, die zu den spendabelsten Urlaubergemeinden bundesweit gehören.

Bonn, 8. Oktober 2018_ Urlaubszeit ist Reisezeit: Für die – vermeintlich – schönste Zeit im Jahr greifen die Deutschen immer tiefer in die Tasche. 2017 gaben die Bundesbürger eine Rekordsumme von 74,1 Milliarden Euro für Urlaubsreisen aus. Im Durchschnitt gibt somit jeder Bundesbürger 899,89 Euro für seinen Urlaub im Jahr aus. Doch in welchen Gemeinden und Städten leben eigentlich die Urlauber in Deutschland, die am meisten Geld dafür ausgeben? Genau dieser Frage ist Nexiga, der Full-Service-Anbieter und Kompetenzführer für Geomarketing, nachgegangen und hat die [Reisekaufkraft in der aktuellen Karte des Monats](#) ermittelt.

Wo wird am meisten für Reisen ausgegeben?

Vor allem in Großstädten und ihrem Umfeld ist die Kaufkraft für Reisen in Deutschland besonders hoch. Halbmondförmig ziehen sich die Gemeinden mit der höchsten Reisekaufkraft durch den Westen bis in den Süden Deutschlands: von Hamburg über Hannover, die Rheinschiene mit Düsseldorf und Köln, das Rhein-Main-Gebiet um Frankfurt und die Region Stuttgart bis in den Raum München.

Die Gemeinde mit den höchsten Pro-Kopf-Ausgaben für Reisen ist allerdings Wiedenborstel in Schleswig-Holstein mit 2.517,54 Euro. Überraschenderweise hat Bayern sowohl die meisten Gemeinden mit unterdurchschnittlicher Reisekaufkraft als auch die Gemeinden mit weit überdurchschnittlichen Ausgaben für Reisen. Unter den sparsamen bayerischen Urlaubern sind beispielsweise die Einwohner von Baiern (641,97 Euro im Jahr) und Reichenbach (598,70 Euro im Jahr). Zu den Gemeinden in denen die Einwohner in Bayern am meisten für Reisen ausgeben, gehören laut Vergleichsindex unter anderem Grünwald (1.811,63 Euro im Jahr) Rottach-Egern (1.799,50 Euro im Jahr) und Aystetten (1.572,56 Euro im Jahr).

Bei den Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern liegen Würzburg (1.106,39 Euro im Jahr), Regensburg (1.094,77 Euro im Jahr) und Düsseldorf (1.038,49 Euro im Jahr) an der Spitze mit der höchsten Kaufkraft für Reisen. Mit unter 50.000 Einwohner gehören Ansbach (1.009,99 Euro im Jahr), Coburg (998,40 Euro im Jahr), Kaufbeuren (970,50 Euro im Jahr), Memmingen (967,66 Euro im Jahr) und Landau in der Pfalz (951,63 Euro im Jahr) zu den Städten mit der höchsten Reisekaufkraft in Deutschland.

Wo wird am wenigsten für Reisen ausgegeben?

Bürger der Gemeinden Birtlingen (421,46 Euro im Jahr), Berscheid (435,76 Euro im Jahr) und Oberlauch (452,51 Euro im Jahr) gehören zu den Deutschen, die am wenigsten für Reisen ausgeben – alle Gemeinden befinden sich in Rheinland-Pfalz. Aber auch viele Gemeinden im Osten liegen unter dem Durchschnitt, wenn es um die Kaufkraft für Reisen geht: Hierzu zählen zum Beispiel in Thüringen Thüringenhausen (530,91 Euro im Jahr) und Rattelsdorf (535,65 Euro im Jahr), sowie in Mecklenburg-Vorpommern Nostorf (553,21 Euro im Jahr) und Altkalen (564,01 Euro im Jahr).

Erklärung zur Reisekaufkraft-Karte: Unter dem hier verwendeten Begriff Reisekaufkraft wird der Anteil des „verfügbaren Einkommens für Reisen“ der Wohnbevölkerung verstanden.

Quelle der Daten: DRV, Einkommenssteuerverbraucherstichprobe Deutschland, Stat. Landesämter und eigene Berechnungen der Nexiga GmbH.

Über Nexiga

Der Full-Service-Anbieter unterstützt Unternehmen in der Planung und Bewertung von Vertriebs- und Versorgungsgebieten, Standorten und Filialen sowie bei der Segmentierung und Profilierung von Kunden und Zielgruppen. Auf der Basis räumlicher Systematisierung mittels Geo- und Marktdaten liefert Nexiga umfassende Markttransparenz und deckt relevante Marktpotenziale auf. Zudem können CRM-Systeme mit Geo- und Marktinformationen sinnvoll ergänzt werden. Hausgenaue Daten, intelligente Analysen und passgenaue Software-as-a-Service-Lösungen bieten umfangreiches Wissen für differenzierte Marketing- und Vertriebsstrategien.

Weitere Informationen unter <http://www.nexiga.com>

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Shari Lüning,
Tel.: 089 720 137 – 25
nexiga@elementc.de