

PRESSEMITTEILUNG

Nexiga Kaufkraft-Karte 2019: Deutsche haben durchschnittlich 675 Euro mehr als im Vorjahr

- *Jährliches Konsumkraftbarometer weist die Gesamtkaufkraft in Deutschland in Höhe von über 2 Milliarden Euro aus.*
- *Leichter Anstieg der Kaufkraft: 2018 waren es noch rund 1.937 Milliarden Euro.*

Bonn, 7. März 2019_ Deutschland ist im Kaufkraft-Fieber: Mit 675 Euro mehr im Geldbeutel starten deutsche Verbraucher gut gesattelt ins neue Jahr. Das ist im Vergleich zu 2018 ein Plus von knapp drei Prozent. Lag die Kaufkraft 2018 noch bei 23.525 Euro pro Einwohner, wird sie dem Trendbarometer zufolge 2019 auf 24.199 Euro pro Kopf ansteigen. Das zeigt die [aktuelle Kaufkraft-Karte 2019](#), die der Anbieter und Kompetenzführer für Location Intelligence und Geomarketing Nexiga einmal jährlich in Bezug auf die räumliche Verteilung der Kaufkraft auf Gemeindeebene ermittelt.

Spitze der reichsten Gemeinden Deutschlands bleibt auch 2019 gleich

Betrachtet man Deutschland von oben, zeichnen sich halbmondförmig die Gemeinden mit der höchsten Kaufkraft durch den Westen des Landes ab: von Hamburg über Hannover, die Rheinschiene mit Düsseldorf, das Rhein-Main Gebiet um Frankfurt und die Region Stuttgart bis in den Raum München. Es fällt besonders auf, dass die Kaufkraft vor allem in und um die Großstädte hoch ist. Zu den reichsten und somit kaufkraftstärksten Gemeinden gehören laut Kaufkraftindex nach wie vor Grünwald bei München (254,9), Wohltorf bei Hamburg (215,3) und Königstein im Taunus (200,3) mit jeweils doppelt so viel Kaufkraft wie im Bundesdurchschnitt.

Zu den Gemeinden mit der geringsten Kaufkraft gehören Anklam (83,8), Zittau (82,7) oder Prenzlau (83,9) – allesamt Gemeinden, die in den neuen Bundesländern liegen. Doch auch im Westen gibt es „arme“ Städte wie Bremerhaven (85,7) oder Duisburg (86,9).

Ost-West-Gefälle schrumpft weiter

Vergleicht man Ost- und Westdeutschland hinsichtlich der Kaufkraft, herrscht nach wie vor ein Ungleichgewicht zugunsten des Westens. Dennoch verringert sich der Unterschied und Gemeinden im Osten des Landes holen weiter auf – wenn auch nur wenig. Während 2018 der Kaufkraftindex im Osten (ohne Berlin) bei 88,8 lag, wird er 2019 auf 90,2 prognostiziert. Insgesamt kommen der Auswertung zufolge die Gemeinden im Osten (ohne Berlin) in diesem Jahr auf eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 21.826 Euro – im Westen inklusive Berlin auf 24.624. Im Vergleich bedeutet das 11,4 Prozent weniger Kaufkraft für Einwohner im Osten im Gegensatz zu den Nachbarn aus den alten Bundesländern.

Das Einkommen steigt überall

Insgesamt betrachtet, hat sich die Kaufkraft pro Einwohner in ganz Deutschland flächendeckend erhöht. Mit circa 1.000 Euro pro Kopf mehr können Städte wie Unna, Neumünster und Frankfurt an der Oder einen besonders starken Zuwachs für sich verbuchen. In Böblingen, Norderstedt und Rosenheim stagniert die Kaufkraft dagegen.



Für Unternehmen können die Informationen aus der Kaufkraft-Karte von Nexiga wertvoll sein, weil sich anhand dieser Karte die solventesten Regionen Deutschlands ermitteln lassen. Als wichtiger Indikator kann die prognostizierte Kaufkraft 2019 für ganz Deutschland direkt in die Planung von Marketing- und Vertriebsaktivitäten einfließen und wird für mikrogeographische (feinräumigere) Gebietsebenen zur Verfügung gestellt. Auch unternehmerische Entscheidungen – etwa die Planung neuer Standorte oder Vertriebswege – können mithilfe der Kaufkraft-Karte untermauert werden.

Quelle der Daten: Eigene Berechnungen Nexigas auf Basis von Daten des DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung), des Statistischen Bundesamt und der Bundesanstalt für Arbeit.

Über Nexiga

Nexiga, der Kompetenzführer und Anbieter für Location Intelligence und Geomarketing, 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 www.nexiga.com

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

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