

PRESSEMITTEILUNG

25 Jahre vereintes Deutschland: Wo die deutsche Wirtschaft am stärksten boomt

West oder Ost - Geschichte von gestern? Nicht für den Wirtschaftsstandort Deutschland. In welchen Regionen und entlang welcher Routen sich Firmen besonders gerne ansiedeln, zeigt die [aktuelle Karte des Monats](#) von Nexiga.

Bonn, 07.10.2015_ Deutschland, völlig Banane? In der ehemaligen DDR war die Südfrucht dermaßen heiß begehrt, dass die Bürger dafür stundenlanges Anstehen in Kauf nahmen. Doch auch 25 Jahre nach dem Mauerfall spielt die Banane noch immer eine große Rolle – und zwar bezogen auf den Wirtschaftsstandort Deutschland und in einer anderen Farbe, nämlich blau. In Bezug auf Deutschland weist Berlin die höchste Dichte an Gewerbestandorten auf, gefolgt von München, Hamburg und Düsseldorf. Genau diese Verteilung folgt dem Verlauf der „blauen Banane“, wie die [aktuelle Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt.

Die blaue Banane steht ursprünglich für eine dicht bevölkerte, wirtschaftlich enorm wichtige Zone, die sich vom nördlichen Liverpool in Großbritannien bis in die Emilia-Romagna Italiens erstreckt. Diese blaue Banane zieht sich auch in der Bundesrepublik quer durch alle wichtigen Wirtschaftsstandorte. So verläuft sie über Düsseldorf und Köln/Bonn am Rhein entlang, schließt die deutsche Börsenstadt Frankfurt am Main mit ein, bevor sie über die Metropolregion Stuttgart letztendlich Nürnberg und München berührt.

Den deutschen Geschäftsmann zieht es in die Stadt. Und zwar nicht in irgendeine, sondern vor allem in Deutschlands größte. Berlin ist ungeschlagene Nummer Eins für die Ansiedlung von Firmen (jedenfalls absolut gesehen). Doch auch weitere Großstädte holen auf, wie München, und Hamburg. Und noch eine Achse zeigt sich: Große Firmenzentralen von Allianz bis VW sind im Westen ansässig; kein DAX-Konzern ist in Berlin oder den neuen Bundesländern zu finden.

Der Schlüssel zum Wirtschaftsstandort: Wo ein Weg ist, boomt auch die deutsche Wirtschaft. Die Bedeutung von Verkehrswegen ist enorm. Entlang der Autobahnen A3 und A2 ist eine sehr hohe Firmendichte erkennbar, während sich im Osten einige Regionen durch nahezu gähnende Leere auszeichnen. Auch tritt das, was ohnehin kein Geheimnis ist, deutlich hervor: Innenstädte wie beispielsweise das Gebiet rund um den Hamburger Hafen haben gegenüber Randregionen und außerstädtischen Gebieten die Nase vorn. Die „Landflucht“ der Bevölkerung ist also auch bei der Ansiedlung von Firmen zu beobachten, wie Nexiga mit seinen über 4,85 Millionen geokodierten Firmenstandorten verdeutlicht.

Zur Datenerhebung: Da die Regionen in und um Berlin, München und Hamburg aber ebenso schwer zu vergleichen sind wie die Verteilung der Firmendichte auf die einzelnen Bundesländer, legt der Kompetenzführer im Geomarketing Nexiga neue Maßstäbe an. Statt bloße Zahlen, die aufgrund unterschiedlicher Bevölkerungsdichten und geografischer Ausmaße der Länder enorm variieren und Firmen bei derartigen Vergleichen eher ungenau abbilden, zeigt Nexiga die Verteilung der Gewerbestandorte im Bundesgebiet aggregiert auf Sechsecke, sogenannte Hexagons (mit einer Kantenlänge von 10km bzw. 260 km²).

Zusätzlich zur Verteilung der Gewerbestandorte wird die Anzahl der Firmen in zwei unterschiedlich großen Wabenrastern dargestellt. Das dabei entstehende Bild ähnelt stark der Bevölkerungsverteilung in der Bundesrepublik. Einerseits treten klar die Metropolen Berlin,

Hamburg und München sowie die Verteilung entlang der Blauen Banane, also die Abbildung der Ballungsräume im Ruhrgebiet, in den Rhein/Main- und den Rhein/Neckar-Regionen hervor. Andererseits werdend die Verhältnisse in Bremen, Hannover, Leipzig und Dresden deutlich.

Der Kompetenzführer im Geomarketing hat diese Erkenntnisse mit weiteren wichtigen Daten wie Größe, Umsatz, Branche, Mitarbeiterzahlen und Ansprechpartnern der Firmen angereichert. Dank der Darstellung in Hexagonen lassen sich die unterschiedlichen Regionen problemlos vergleichen. Der Vorteil der Verwendung von derartigen regelmäßigen geografischen Formen ist, dass die massiven Unterschiede in der Geografie ausgeglichen werden können und somit politische Prozesse und geschichtliche Entwicklungen wie z.B. von Landesgrenzen die Darstellung nicht verzerren. So zeigt die Karte Standortplanern und -entwicklern, Marketingabteilungen, Investoren und Gründern deutlich, wo die deutsche Wirtschaft boomt, aber auch wo genügend Platz und ausreichend Verkehrsanbindung für neue Gründerzentren vorhanden ist.

Quellen: Nexiga/Schober Datenbank

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.

Zum Thema 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