

PRESSEMITTEILUNG

Wirtschaftsregionen in Deutschland: Rheinland und Ruhrgebiet sind die wirtschaftlichen Zugpferde

Erste Einteilung der Bundesrepublik in Wirtschaftsregionen / [Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt Regionen mit besonders hoher Unternehmensdichte

Bonn, 11.07.2016_ Regionalität liegt hoch im Kurs. Besonders im Lebensmittelbereich erfahren Läden, die sich auf den Vertrieb regionaler Produkte spezialisiert haben, immer größeren Zuspruch. Trends, die sich auch in entsprechenden Neugründungen bemerkbar machen – etwa der Ausgründung der Eigenmarke Rewe Regional der Rewe Group oder in kleineren Bioläden. Doch wie „regional“ ist eigentlich regional? Und an welcher geografischen Übersicht orientieren sich Vertriebsgebiete, die mit „Nähe“ und „Heimat“ und „lokaler Wirtschaftskraft“ werben?

Zeit, einen Blick auf Deutschlands (Wirtschafts-)Regionen zu werfen. Keine leichte Aufgabe, wie Nexiga, Full-Service-Anbieter und Kompetenzführer im Bereich Geomarketing, feststellen musste. Denn für den Begriff der „Wirtschaftsregion“ gibt es zunächst keine einheitliche Definition und auch keine geografische Blaupause, die Abgrenzung der Raumstruktur ist also subjektiv. Denn: Kunden- und Konsumströme machen bekanntermaßen nicht vor Gemeinden- und Landesgrenzen halt. Vielmehr weisen vor allem größere Ortschaften mit einem sehr guten Angebot einen Zustrom an Kunden auf; an anderen Orten dagegen ist eher ein Abfluss an Kunden und somit auch an Kaufkraft zu beobachten. Auf Basis dieser Ströme hat Nexiga eine Übersicht an [„zentralen Märkten“](#) erstellt - sinnvolle Planungsraster, die aus jeweils einem Zentrum, Mittelpunkt für den Einzelhandel, Verwaltung und vielen Arbeitsplätzen, sowie dem Kerneinzugsgebiet, meist die Nachbargemeinden, bestehen.

Die Erkenntnisse der zentralen Märkte sind auch in die [aktuelle Karte des Monats](#) geflossen und bilden die Grundlagen für eine Klassifizierung Deutschlands in einzelne Wirtschaftsregionen. Dabei sind sowohl feststehende Begriffe wie „Rheinland“ oder „Rhein-Main-Gebiet“ in die Betrachtung mit eingeflossen, als auch geografische Abgrenzungen wie etwa der Schwarzwald. Das Ergebnis sind insgesamt 51 Wirtschaftsregionen.

Ein wichtiger Indikator für die wirtschaftliche Zugkraft einer Region ist die Anzahl von Unternehmen, die sich in diesen Räumen ansiedeln – und oftmals auch weitere Firmen wie Zulieferer, Dienstleister oder Speditionen anziehen. So sind Großunternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern attraktiver Grund für weitere kleinere Unternehmen, sich ebenfalls in räumlicher Nähe niederzulassen. Ein Beispiel für eine solche wirtschaftliche Kraft ist die Deutsche Telekom AG mit Sitz in Bonn. Hier finden sich im Umfeld auch Telekom-Ausrüster Ericsson oder Huawei mit einer regionalen Niederlassung.

Der Blick auf die Wirtschaftsregionen im gesamten Bundesgebiet zeigt eine hohe Konzentration großer Unternehmen im Rheinland und im Ruhrgebiet, aber auch im Rhein-Main-Gebiet. Auch in den Regionen Stuttgart, München und Berlin-Brandenburg sind vornehmlich Großunternehmen angesiedelt. Der Großteil der Regionen in Deutschland ist allerdings eher mittelständisch mit kleineren Unternehmen geprägt.

Daten-Quellen: Wirtschaftsregionen (Nexiga), Informationen zu Unternehmen in Deutschland (Schober Business TargetBase, Schober Information Group)

Weiterführende Beiträge zum Thema:

Zentrale Märkte - <http://www.nexiga.com/geomarketing-blog/zentrale-maerkte-einzugsgebiete/>

Wirtschaftsregionen in Deutschland - <http://www.nexiga.com/geomarketing-blog/wirtschaftsregionen/>

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

###

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
www.elementc.de