

PRESSEMITTEILUNG

Deutschland – Ausbildungsland? Wo in der Bundesrepublik ausgebildet wird

[Karte des Monats](#) von Nexiga zeigt den Anteil der Auszubildenden an allen Erwerbstätigen / Deutliches Ost-West-Gefälle erkennbar

Bonn, 09.08.2016_ Knapp eine halbe Million junge Menschen sind Anfang des Monats in das offizielle Ausbildungsjahr 2016 gestartet. [Laut Statistischem Bundesamt](#) haben sich demnach so wenige junge Menschen wie nie für einen klassischen Ausbildungsberuf entschieden. Der Trend zur dualen Ausbildung sinkt stetig, entsprechend hoch ist der Bedarf in deutschen Betrieben und Unternehmen.

Wo – und vor allem wie stark – wird in Deutschland eigentlich noch ausgebildet? Diesen Aspekt beleuchtet Nexiga in der [aktuellen Karte des Monats](#) und bildet in der interaktiven Karte den Anteil der Auszubildenden an allen Erwerbstätigen ab. Dabei sind in der Karte alle Auszubildenden der klassischen Lehre erfasst; Schüler und Studenten wurden von der Betrachtung ausgenommen.

Auf die gesamte Bundesrepublik bezogen, zeigen sich vor allem zwischen dem Osten und dem Westen des Landes deutliche Unterschiede. Fast flächendeckend kommen in den neuen Bundesländern weniger als drei Auszubildende auf 100 Erwerbstätige. Im Westen dagegen sind es fast flächendeckend mehr als drei Auszubildende pro 100 Erwerbstätige. Großstädte wie Hamburg, Köln und München, aber auch Universitätsstädte wie Tübingen, Heidelberg oder Bonn legen nahe, dass hier der Fokus auf der Hochschulausbildung liegt: In diesen Städten sind ebenfalls eher weniger Auszubildende in klassischen Lehrberufen anzutreffen.

Die höchsten Anteile von Auszubildenden an den Gesamterwerbstätigen werden im ländlichen Raum der alten Bundesländern verzeichnet, allen voran im ohnehin wirtschaftsstarke Bayern und Baden-Württemberg sowie im westlichen Niedersachsen und Schleswig-Holstein.

Daten-Quellen: Statistisches Bundesamt, Bundesagentur für Arbeit sowie eigene Berechnungen von Nexiga

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