

Kurzstudie zu kommunalen Standortfaktoren

Ergebnisse auf Grundlage der Daten des Difu-Projekts „Koordinierte Unternehmensbefragung“

Bearbeitung:

Dipl.-Soz. Detlef Landua

Dipl.-Ing. Sandra Wagner-Endres

Dipl.-Geogr. Ulrike Wolf

Deutsches Institut für Urbanistik 

Zimmerstraße 13-15
D-10969 Berlin

Im Auftrag von:

KFW Bankengruppe

Palmengartenstraße 5-9
60325 Frankfurt am Main

Berlin, 16. Februar 2017

Inhalt

1.	Zielstellungen der Koordinierten Unternehmensbefragung im Rahmen der Kurzstudie	5
2.	Methodisches Vorgehen und Datenbasis	6
3.	Harte und weiche Standortfaktoren – eine Begriffsbestimmung	7
4.	Ergebnisse der Koordinierten Unternehmensbefragung zum Thema kommunaler Standortfaktoren	8
4.1	Angaben zum Unternehmen bzw. Betrieb	8
4.2	Einschätzungen zum Wirtschafts-, Wohn- und Lebensstandort sowie zu einzelnen Standortfaktoren	10
4.3	Zusammenfassung wichtiger Ergebnisse	23
5.	Bedeutung einzelner Standortfaktoren für die Entwicklung von Kommunen und Regionen	24
	Allgemeine Entwicklungstrends und Herausforderungen	24
	Auswirkungen auf die Relevanz von Standortfaktoren	25
	Standortfaktoren der Zukunft – Ansätze für die Stadtentwicklungspolitik	26
6.	Anhang	29
6.1	Tabellenanhang	29
6.2	Fragebogen	32

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Zahl der Beschäftigten bzw. Auszubildenden am Betriebsstandort (n= 625)	9
Abbildung 2:	Verteilung nach Branchen bzw. Wirtschaftszweigen (n= 646).....	10
Abbildung 3:	Zufriedenheit mit dem Wirtschafts- bzw. Wohn- und Lebensstandort (n= 651)	11
Abbildung 4:	Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren	12
Abbildung 4a:	Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren	12
Abbildung 5:	Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur	13
Abbildung 5a:	Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur	14
Abbildung 6:	Bedeutung und Bewertung „weicher“, personenbezogener Standortfaktoren	15
Abbildung 6a:	Bedeutung und Bewertung „weicher“, personenbezogener Standortfaktoren	15

1. Zielstellungen der Koordinierten Unternehmensbefragung im Rahmen der Kurzstudie

Ein wichtiges Ziel der Wirtschaftsförderung ist es, den Unternehmen in den Kommunen möglichst gute Rahmenbedingungen zu bieten. Für eine entsprechend ausgerichtete Wirtschaftsförderung müssen allerdings auch Wünsche und Anforderungen der Betriebe vor Ort bekannt sein. Unternehmensbefragungen gelten dabei, vor allem wenn sie regelmäßig durchgeführt werden, als geeignetes Instrument zur Zielerreichung.

Das zentrale Ziel der „Koordinierten Unternehmensbefragung“ entspricht grundsätzlich zunächst dem klassischen Ziel von vielen bisherigen Unternehmensbefragungen: das Einholen von Einschätzungen aus Unternehmen und Betrieben („Kunden/innen“ und potenziellen „Kunden/innen“) zu Unternehmensstrukturen und Veränderungsabsichten, zu Standortbedingungen, zur Servicequalität der Wirtschaftsförderung, der kommunalen Services insgesamt sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten. Die Fragebögen zur „Koordinierten Unternehmensbefragung“ stehen für Kommunen sowie durch sie beauftragte Dienstleister zur Nutzung offen. Voraussetzung ist allerdings die Unterzeichnung einer Nutzungsvereinbarung mit dem Difu. Gegenüber der Vielzahl von bisherigen Einzelbefragungen besteht durch die „Koordinierte Unternehmensbefragung“ jedoch ein erheblicher Mehrwert durch die Möglichkeit der Einordnung der Ergebnisse im Städtevergleich über die Bildung von geeigneten Vergleichsgruppen¹. Ein weiterer Mehrwert besteht darin, einen erprobten und standardisierten Fragebogen nutzen zu können. Schließlich sind durch den Aufbau eines gemeinsamen und einheitlichen Datenbestands langfristig vertiefte Zusammenhangsanalysen und Querschnittsauswertungen im Interesse der kommunalen Wirtschaftsförderung wie auch im wissenschaftlichen Interesse möglich.

Besonderheiten der Koordinierten Unternehmensbefragung: Nutzung eines einheitlichen Fragebogens, Bildung von Vergleichsgruppen und tieferegehende Analysemöglichkeiten

Die KfW-Bankengruppe beauftragte im Dezember 2016 die Deutsche Institut für Urbanistik gGmbH (Difu) mit der Durchführung einer Kurzstudie zu kommunalen Standortfaktoren. Die Datenbasis dieser Kurzstudie setzt sich aus den Umfragen in vier Städten zusammen, die im Zeitraum von Mitte 2015 bis Mitte 2016 an der Koordinierten Unternehmensbefragung teilgenommen haben. Die Auswertung dieser Daten orientiert sich an den folgenden Fragenkomplexen:

Fragenkomplex 1: Welche Bedeutung messen die KMUs insbesondere weichen Faktoren (z.B. Bildung, Image einer Region, Kultur, Landschaft, Wohnraumverfügbarkeit) in den Städten bei? Welche Bewertung (Bedeutung und Zufriedenheit) gibt es bei KMUs? Wie zufrieden sind Unternehmen mit den technischen Möglichkeiten der Digitalisierung (z.B. Breitbandverfügbarkeit)?

Fragenkomplex 2: Was sind harte und weiche Standortfaktoren der Zukunft (insbesondere infrastruktureller Art) und welche Bedeutung haben sie für die Entwicklung von Kommunen und Regionen? An welchen Standortfaktoren sollte in der Stadtentwicklungspolitik zukünftig verstärkt angesetzt werden?

¹ Städtevergleiche werden allerdings im Rahmen der Koordinierten Unternehmensbefragung erst dann methodisch realisierbar sein, wenn eine hinreichend große Zahl von Vergleichsstädten in der Difu-Unternehmensdatenbank vorliegt. Die Vergleichbarkeit wird dabei anhand von quantitativen und qualitativen Daten sichergestellt, so z. B. anhand der Wirtschaftsstruktur. Des Weiteren soll als Indikator für die Stadtgröße die absolute Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten herangezogen werden.

2. Methodisches Vorgehen und Datenbasis

Die „Koordinierte Unternehmensbefragung“ des Difu umfasst zwei Fragebögen: einen „Kernfragebogen“ (Kernfragen, die von allen beteiligten Städten erhoben werden sollten) sowie einen „Kürfragebogen“ (mögliche standardisierte Ergänzungsfragen). Die Fragebögen wurden gemeinsam von einer Arbeitsgruppe kommunaler Wirtschaftsförderer im Deutschen Städtetag (DST) und dem Deutschen Institut für Urbanistik (Difu) entwickelt. Das für die Unternehmensbefragung in einzelnen Städten eingesetzte Erhebungsinstrument basiert im Wesentlichen auf dem Kernfragebogen, der durch eine Auswahl zusätzlicher Kürfragen ergänzt wurde (siehe Anlage 6.2 Fragebogen).

Bei der Auswahlgesamtheit der kontaktierten Unternehmen und Betriebe in den Städten handelt es sich jeweils um eine Vollerhebung aller Unternehmen mit 10 und mehr Mitarbeitenden sowie um eine Zufallsstichprobe von ca. 20% aller Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten. Die Auswahlgesamtheit bildet somit ein zuverlässiges Gesamtbild der Unternehmensstruktur in den jeweiligen Städten ab. Die für die Auswahlbildung genutzten Firmenadressen wurden entweder von der Organisation „Creditreform“ (Verband der Vereine Creditreform e.V.; 41460 Neuss) oder aus internen Adressdatenbanken der zuständigen Wirtschaftsfördergesellschaften bezogen.

Die Erhebungen wurden jeweils als schriftlich-postalische Befragung organisiert und durchgeführt. Die eingesetzten Fragebögen standen weiterhin im Internet als PDF-Formulare zur Verfügung. Nach Abschluss der KU-Befragungen wurden die Fragebögen elektronisch erfasst, in einen SPSS-Datensatz überführt und auf Vollständigkeit, Plausibilität und Doppelnennungen geprüft. Die Rücklaufquoten fielen in den einzelnen Städten unterschiedlich aus und lagen zwischen 5,3 Prozent und 17,4 Prozent.

Die folgenden Auswertungen schließen die Ergebnisse von insgesamt 674 Unternehmen aus vier Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohner/innen (aus einem östlichen und einem westlichen Bundesland) ein. Da sich einige Fragen der KU-Befragung nur an eine Auswahl unter den teilnehmenden Unternehmen richteten und weiterhin nicht zu jeder Frage auswertbare Angaben gemacht wurden, liegt die Stichprobengröße für einzelne Themenbereiche teilweise deutlich unter dem Gesamtumfang von n=674. In diesen Fällen werden die maßgeblichen Fallzahlen in den Abbildungen und Tabellen jeweils ausgewiesen.

Die Auswahlgesamtheit setzt sich aus einer Vollerhebung größerer und einer Zufallsauswahl kleinerer Betriebe zusammen

Insgesamt liegt eine akzeptable Rücklaufquote der Unternehmen in den Städten vor

3. Harte und weiche Standortfaktoren – eine Begriffsbestimmung

Standortfaktoren sind im Allgemeinen Eigenschaften, die die Attraktivität eines Ortes bzw. einer Region für ein Unternehmen bestimmen². Die Qualität eines Standortes beeinflusst sowohl die Standortwahl bereits angesiedelter als auch ansiedlungswilliger Unternehmen. Die Verbesserung der Standortqualität ist daher ein Mittel zur Sicherung der Anwesenheit bereits angesiedelter Unternehmen ("Bestandspflege") und auch zur Anwerbung neuer Unternehmen. Hierzu werden in der Regel harte und weiche Standortfaktoren unterschieden.

Harte Standortfaktoren sind quantifizierbare Strukturdaten über einen Ort und dessen Umgebung wie beispielsweise die Verkehrsinfrastruktur, soziodemographische Merkmale, politisch-administrative Vor- und Nachteile oder Lagebeziehungen zu anderen Orten. Sie haben einen starken Einfluss auf die Unternehmertätigkeit. Die wichtigsten harten Standortfaktoren sind:

- Verkehrsanbindung (Straße, Schiene, Wasser, Luft);
- Arbeitsmarkt (qualitativ und quantitativ);
- Flächenangebot (Größe, Zuschnitt des Grundstücks, Grundstückspreise und Altlasten);
- Lage zu den Bezugs- und Absatzmärkten;
- Energie- und Umweltkosten;
- lokale Steuern und Abgaben;
- Förderangebote (Subventionen, Befreiung von lokalen Steuern und Abgaben, Investitionszulagen).

Weiche Standortfaktoren sind nur schwer messbar. Ihre Bedeutung ist im Wesentlichen von subjektiven Einschätzungen geprägt, sie können jedoch von großer Bedeutung für die Ansiedlungsentscheidung eines Unternehmens sein. Die zunehmende Bedeutung weicher Standortfaktoren wird häufig damit begründet, dass im mitteleuropäischen Raum heute alle wichtigen harten Standortfaktoren überall gleichermaßen vorhanden sind. Parallel dazu hat die Bedeutung von räumlich ungleich verteilten materiellen Ressourcen und damit auch die Gebundenheit vieler Branchen an bestimmte Orte abgenommen. Es wird dabei zwischen zwei Typen weicher Standortfaktoren unterschieden:

Harte Standortfaktoren, weiche unternehmensbezogene und weiche personenbezogene Standortfaktoren – ein Abgrenzungsversuch

1. Weiche, unternehmensbezogene Faktoren (Faktoren, die für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens direkt relevant sind). Dies sind beispielsweise:

- Wirtschaftsklima einer Stadt bzw. einer Region (Schnelligkeit und Qualität der Beantwortung von Anfragen und der Bearbeitung von Anträgen; wirtschaftliche Kompetenz; Offenheit und Gastfreundlichkeit von wichtigen Akteuren; Effektivität der Unterstützung, etc.);
- Stadt- und Regionsimage (objektiv und subjektiv bestimmte Außenwahrnehmung);
- Branchenkontakte (Vorhandensein gleicher, verwandter oder unterstützender Branchen und Zulieferer; Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten);
- Hochschul- und Forschungseinrichtungen;
- innovatives Milieu (Informationsfluss zwischen Unternehmen, Forschungs-, Entwicklungs- und Ausbildungsinstitutionen);

² Für die hier genutzte Einteilung siehe: Grabow, B. u. a. (1995): Weiche Standortfaktoren. In: Difu-Schriften, 3, Berlin, S. 2-5. Sowie: Hahne, U. (1995): Neuere Entwicklungen in der Regionalförderung. In: Ridinger, R. u. a. (Hg.): Regionale Wirtschaftsförderung in der Praxis. S. 8-30.

- Leistungsfähigkeit der Wirtschaftsverbände (technische und organisatorische Kompetenz; Qualität des Dienstleistungsangebotes, etc.).

2. Weiche, personenbezogene Faktoren (Faktoren, die für die Lebensqualität der Beschäftigten bedeutsam sind). Wichtige weiche personenbezogene Faktoren sind:

- Qualität des Wohnens und Wohnumfeldes;
- Qualität von Schulen und anderen Ausbildungseinrichtungen;
- Qualität der sozialen Infrastruktur;
- Umweltqualität;
- Freizeitwert (kulturelles Angebot, Sport, etc.);
- Reiz der Stadt und der Region.

Welche Standortfaktoren letztlich entscheidend sind hängt von zahlreichen Faktoren ab, wie von der betrachteten Branche, von der Größe und von der Organisationsstruktur eines Unternehmens oder von den jeweiligen Akteuren und deren Bedürfnissen selbst. Ein Stahl produzierendes Unternehmen wird bei der Gründung einer neuen Gießerei andere Anforderungen an einen Standort stellen als eine sich gründende Werbeagentur.

Die folgenden Ergebnisdarstellungen orientieren sich grundsätzlich an der oben beschriebenen Einteilung, sie gehen aber zur besseren Veranschaulichung von Einzelbefunden auf bestimmte wirtschaftsbezogene Standortfaktoren und auf Faktoren zur Standortanbindung gesondert ein.

4. Ergebnisse der Koordinierten Unternehmensbefragung zum Thema kommunaler Standortfaktoren

4.1 Angaben zum Unternehmen bzw. Betrieb

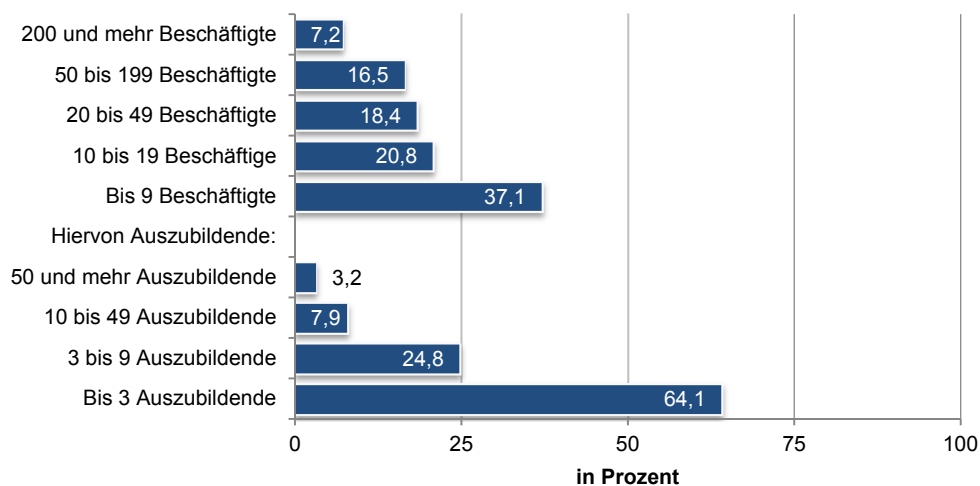
Beschäftigtenstruktur

Die Wirtschaftsstandorte der einbezogenen Städte sind vorwiegend von Kleinbetrieben und mittleren Unternehmen geprägt (Abbildung 1). Der Anteil der teilnehmenden Firmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden liegt bei rund 37 Prozent. Unter den befragten Betrieben haben demnach etwa 63 Prozent 10 und mehr Beschäftigte.

Die differenzierte Auswertung der Beschäftigtenstruktur verdeutlicht den hohen Anteil kleiner und mittlerer Unternehmen. Nahezu 58 Prozent der befragten Unternehmen haben bis zu 19 Beschäftigte, weitere 18,4 Prozent bis zu 49 Mitarbeitende. Mit etwas über sieben Prozent sind lediglich 45 Großbetriebe mit mehr als 200 Mitarbeitenden unter den teilnehmenden Unternehmen vertreten. Erwartungsgemäß finden sich dabei für einzelne Wirtschaftszweige unterschiedliche Betriebsgrößen (siehe Tabelle-A1; Anhang). Vor allem das „Verarbeitende Gewerbe“ ist mit einem Anteil von fast 54 Prozent durch größere Betriebe mit 50 und mehr Mitarbeitenden gekennzeichnet. Der mit fast 27 Prozent in der Stichprobe stark vertretene Bereich „Wirtschaftsnahe Dienstleistungen“ wird hingegen vor allem durch Kleinbetriebe mit weniger als 10 Mitarbeitenden geprägt (46%).

Unter den Teilnehmenden überwiegen kleinere und mittlere Betriebe; Großbetriebe sind kaum vertreten

Abbildung 1: Zahl der Beschäftigten bzw. Auszubildenden am Betriebsstandort (n= 625)



Datenbasis: Difu; Koordinierte Unternehmensbefragung.

Struktur der Wirtschaft und Branchenverteilung

Zwei der vier teilnehmenden Städte können als Hochschul- und Wissenschaftsstandorte bezeichnet werden. In der Auswahl der befragten Betriebe spiegelt sich dieser Umstand mit einem relativ großen Anteil (rund 10%) an wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungsbetrieben wider (Abbildung 2). Mehr Unternehmen finden sich nur im Bereich „Handel, Instandhaltung, Kfz-Reparatur“ (14,1%) sowie im „Verarbeitenden Gewerbe“ (12,8%), im „Gesundheits- und Sozialwesen“ und im „Baugewerbe“ mit jeweils über 10 Prozent. Die übrigen knapp 43 Prozent der Unternehmen verteilen sich kleinteilig auf 15 weitere Branchen.

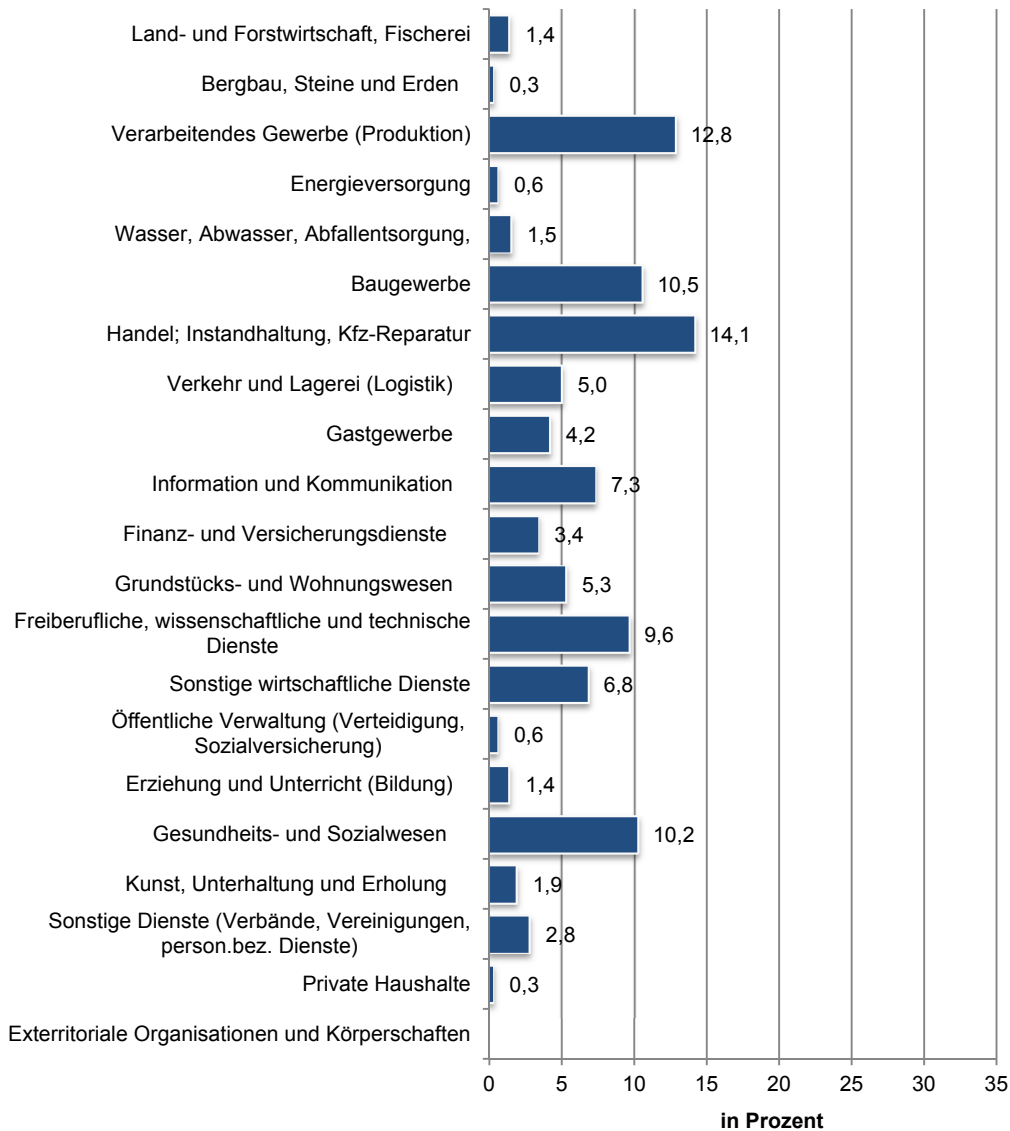
Die Struktur der Wirtschaft und Branchenverteilung wird von „wissenschaftlich/technischen Dienstleistungsbetrieben“, „Handel, Instandhaltung, Kfz-Reparatur“, „Gesundheits- und Sozialwesen“, „Baugewerbe“ und dem „Verarbeitenden Gewerbe“ geprägt

Für die weiteren Auswertungen werden neben der Darstellung des Gesamtbefundes zu einzelnen Merkmalen auch Detailanalysen zu möglichen Unterschieden zwischen einzelnen Teilgruppen der befragten Unternehmen durchgeführt. In diese Detailanalyse werden standardmäßig die Merkmale „Betriebsgröße“ (siehe Abbildung 1) und „Branchenzugehörigkeit“ (gemäß Wirtschaftsgruppen des TBS-GIFPRO-Modells³) einbezogen. Signifikante⁴ Teilgruppenunterschiede werden im Text hervorgehoben und als Tabellen im Bericht ausgewiesen.

3 Da die Gliederungsebene nach den 21 Abschnitten gemäß WZ 2003 (Abbildung 2) für statistische Analysen überwiegend zu geringe Fallzahlen aufweist, wurden die vorhandenen Kategorien gemäß des TBS-GIFPRO-Modells zusammengefasst. Eine genaue Darstellung der Zusammensetzung einzelner Wirtschaftsgruppen des TBS-GIFPRO-Modells findet sich in Tabelle-A3 im Anhang des Berichts. Fallzahlbedingt mussten allerdings auch hier noch mehrere Hauptkategorien in der Gruppe „Sonstiges“ zusammengefasst werden.

4 Nicht alle augenscheinlich erkennbaren Unterschiede zwischen Merkmalen sind auch statistisch von Bedeutung. In der Statistik werden Abweichungen als „signifikant“ oder „bedeutsam“ nur dann bezeichnet, wenn die Wahrscheinlichkeit, dass sie durch Zufall zustande gekommen sind, eine zuvor festgelegte Schwelle nicht überschreitet und deshalb von einem überzufälligen Zusammenhang ausgegangen werden kann. Für die folgenden Auswertungen wurde als Schwellenwert eine maximal zulässige Irrtumswahrscheinlichkeit von fünf Prozent festgelegt. Überprüft wird die Signifikanz durch statistische Tests die dem zugrundeliegenden Datenmaterial entsprechen. Bei den folgenden Analysen wurde dabei für Vergleiche prozentualer Verteilungen kategorialer Merkmale der so genannte „Chi-Quadrat-Test“ und für Mittelwertvergleiche die einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) genutzt.

Abbildung 2: Verteilung nach Branchen bzw. Wirtschaftszweigen (n= 646)



Datenbasis: Difu; Koordinierte Unternehmensbefragung.

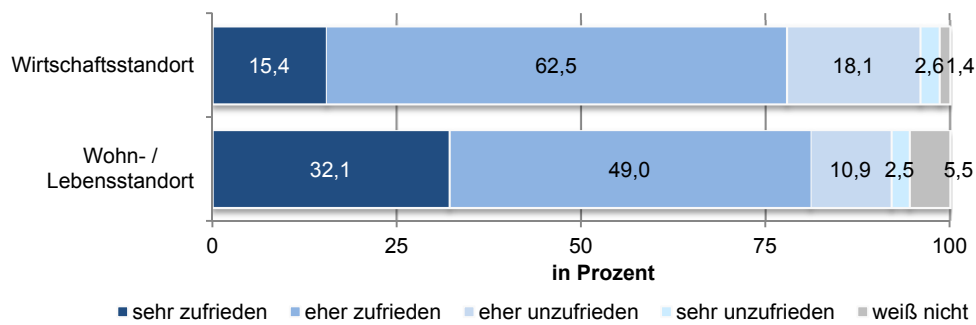
4.2 Einschätzungen zum Wirtschafts-, Wohn- und Lebensstandort sowie zu einzelnen Standortfaktoren

Zufriedenheit mit dem Wirtschafts- und Wohnstandort

Die Ergebnisse der Koordinierten Unternehmensbefragung in den vier teilnehmenden Städten zeigen, dass fast 78 Prozent der Unternehmen mit ihrem Wirtschaftsstandort „eher zufrieden“ bis „sehr zufrieden“ sind (Abbildung 3). Trotz des positiven Gesamteindrucks sollte dennoch hervorgehoben werden, dass gleichzeitig mehr als ein Fünftel aller teilnehmenden Betriebe mit dem Wirtschaftsstandort aktuell „eher“ oder sogar „sehr unzufrieden“ ist. Die Wohn- und Lebensqualität wird von Seiten der Befragten deutlich besser eingeschätzt: Mit den entsprechenden Gegebenheiten sind 49 Prozent der Befragten „eher zufrieden“ und fast ein Drittel sogar „sehr zufrieden“.

Insgesamt hohe Zufriedenheit mit dem Wirtschafts- und mit dem Wohn- und Lebensstandort

Abbildung 3: Zufriedenheit mit dem Wirtschafts- bzw. Wohn- und Lebensstandort (n= 651)



Datenbasis: Difu; Koordinierte Unternehmensbefragung .

Die Einschätzungen zum Wirtschafts- bzw. Wohn- und Lebensstandort zeigen für einzelne Betriebsgrößenklassen und Wirtschaftsgruppen kaum signifikante Unterschiede. Eine hervorhebenswerte Ausnahme von diesem Gesamtbefund stellen allerdings Betriebe aus dem Bereich des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ dar, die mit dem eigenen Wirtschaftsstandort deutlich unzufriedener sind als Unternehmen anderer Wirtschaftsgruppen (Tabelle-A2; Anteil „(eher) unzufrieden“: 31%).

Wirtschaftsbezogene Standortfaktoren

Die „Verfügbarkeit von Fachkräften“ ist ein „klassischer“ harter Standortfaktor. Er wird von den Befragten unter den harten Faktoren als wichtigster wirtschaftsbezogener Standortfaktor benannt (Abbildung 4 und Abbildung 4a). Allerdings wird gerade dieses wichtige Thema von Seiten der Befragten am schlechtesten bewertet (3,7 auf einer Schulnotenskala). Als relativ wichtig erachtet wird auch der weiche wirtschaftsbezogene Faktor „Attraktivität, das Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes“, ein Bereich, der mit einer „Note“ von 2,8 vergleichsweise gut eingestuft wird. Ebenfalls von großer Bedeutung sind auch die „Lohn- und Gehaltskosten“, die als Standortfaktor in der Bewertung der teilnehmenden Unternehmen ein „befriedigend“ erreichen. Auch andere, ebenfalls nicht unbedeutende Standortfaktoren wie „Steuern, Abgaben, Gebühren“ sowie die „Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort“ werden von Seiten der teilnehmenden Unternehmen noch mit einem „befriedigend“ bewertet (3,4 bzw. 3,0).

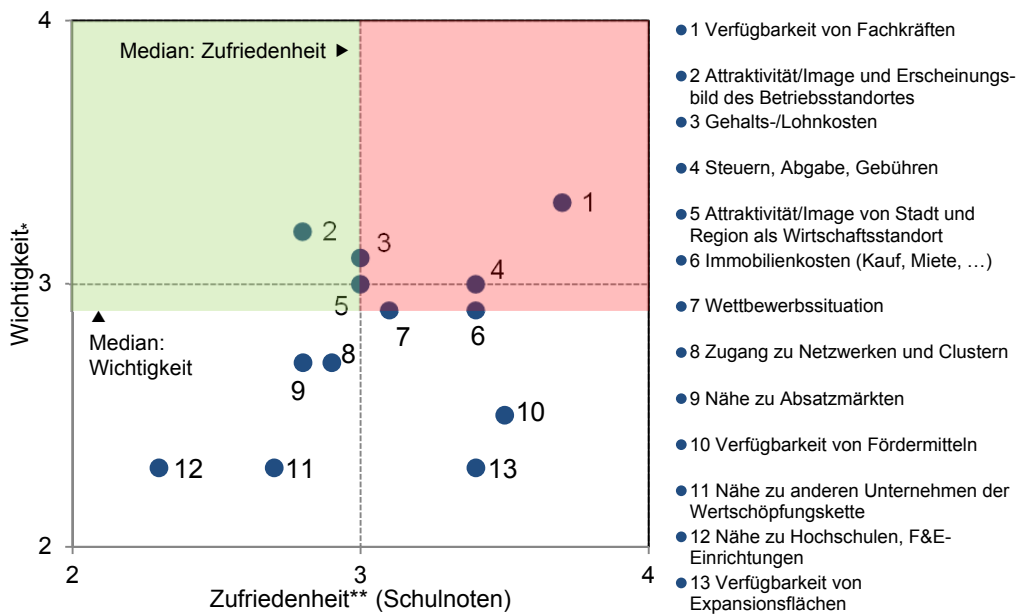
Hohe Bedeutung und verbreitete Unzufriedenheit mit der „Verfügbarkeit von Fachkräften“

Zu den vier aus Sicht der Befragten unwichtigsten Standortfaktoren gehören die „Verfügbarkeit von Fördermitteln“, die „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“, die „Nähe zu Hochschulen, F&E-Einrichtungen“, sowie die „Verfügbarkeit von Expansionsflächen“. Insbesondere mit dem ersten und dem zuletzt genannten Faktor sind die teilnehmenden Unternehmen vergleichsweise unzufrieden (3,5 bzw. 3,4). Der Faktor „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“ (2,7) und insbesondere die „Nähe zu Hochschulen, F&E-Einrichtungen“ (2,3) werden hingegen deutlich besser bewertet.

Abbildung 4: Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren



Abbildung 4a: Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren



* Mittelwerte auf einer Skala von 1 „unwichtig“ bis 4 „sehr wichtig“

** Mittelwerte auf einer Schulnotenskala (1 = „sehr gut“, ... 6 = „ungenügend“)

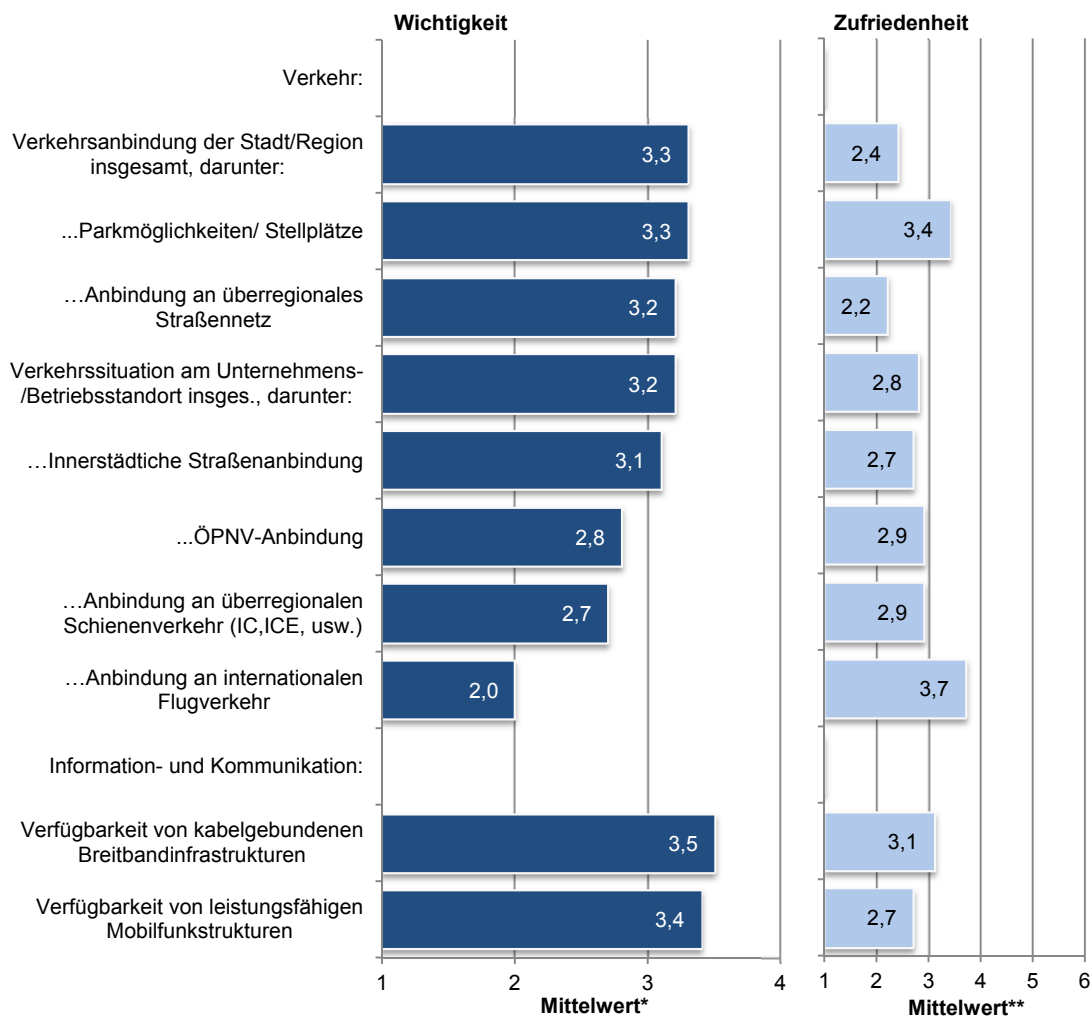
Datenbasis: Difu; Koordinierte Unternehmensbefragung.

Standortanbindung

Eine gute verkehrliche Anbindung sowie leistungsfähige digitale Infrastrukturen sind Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Gewerbestandorte. Das verdeutlichen auch die Ergebnisse der Koordinierten Unternehmensbefragung (Abbildung 5 und Abbildung 5a). Die „Verfügbarkeit von Breitbandverbindung“, „leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen“ und die gesamte verkehrliche Anbindung der Stadt und Region zählen für die teilnehmenden Unternehmen beim Thema Standortanbindung zu den wichtigsten Faktoren. Die „Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt“ wird dabei von einem Großteil der einbezogenen Städte noch mit „gut“ bis „befriedigend“ bewertet (2,4). Am ehesten zufrieden sind die Befragten mit der aus ihrer Sicht ebenfalls wichtigen „Anbindung an das überregionale Straßennetz“ (2,2). Die Kommunikationsinfrastrukturen werden nach Einschätzung der Unternehmen hingegen eher mit einem „befriedigend“ bewertet, wobei der Mobilfunk mit 2,7 etwas besser als die vorhandenen Breitbandverbindungen (3,1) beurteilt wird. Von besonderer Relevanz (und Brisanz) ist für die Unternehmen offenbar das Thema „Parkmöglichkeiten und Stellplätze“. Die aktuelle Situation in den einzelnen Städten wird von den Unternehmen hier insgesamt nur als „befriedigend“ bis „ausreichend“ eingeschätzt und liegt damit an vorletzter Stelle des Zufriedenheitsranking (3,4). Schlechter wird nur die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ eingeschätzt (3,7). Allerdings ist dieser Bereich für die Unternehmen – alles in allem – nur von vergleichsweise untergeordneter Bedeutung.

Hohe Bedeutung und relative Unzufriedenheit mit den „Parkmöglichkeiten/ Stellplätzen“ und der „Breitbandinfrastruktur“

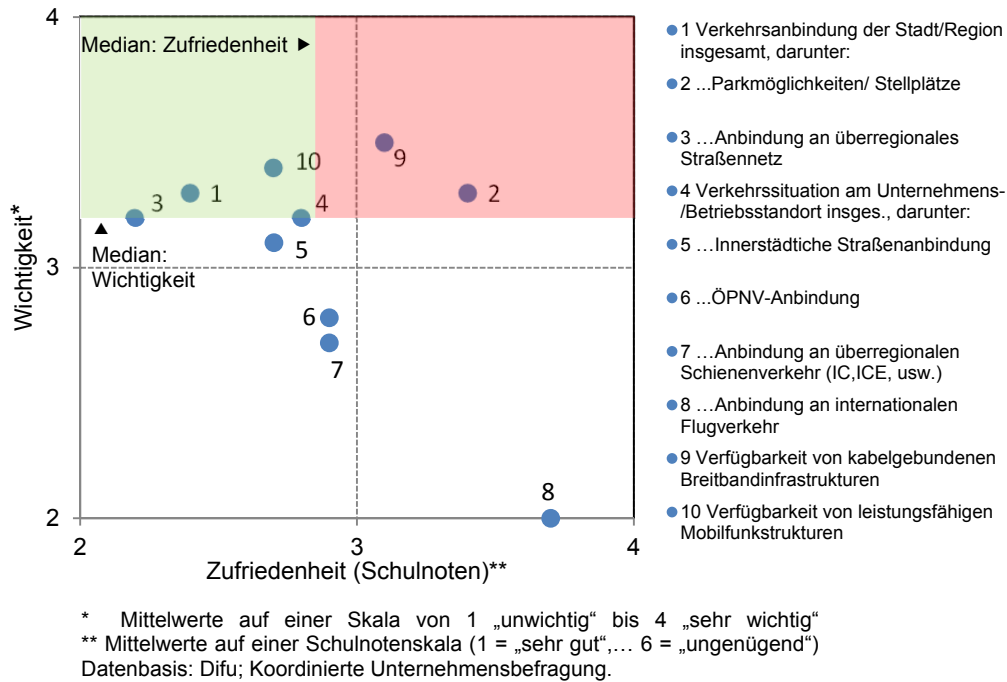
Abbildung 5: Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur



* Mittelwerte auf einer Skala von 1 „unwichtig“ bis 4 „sehr wichtig“

** Mittelwerte auf einer Schulnotenskala (1 = „sehr gut“, ... 6 = „ungenügend“)

Abbildung 5a: Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur



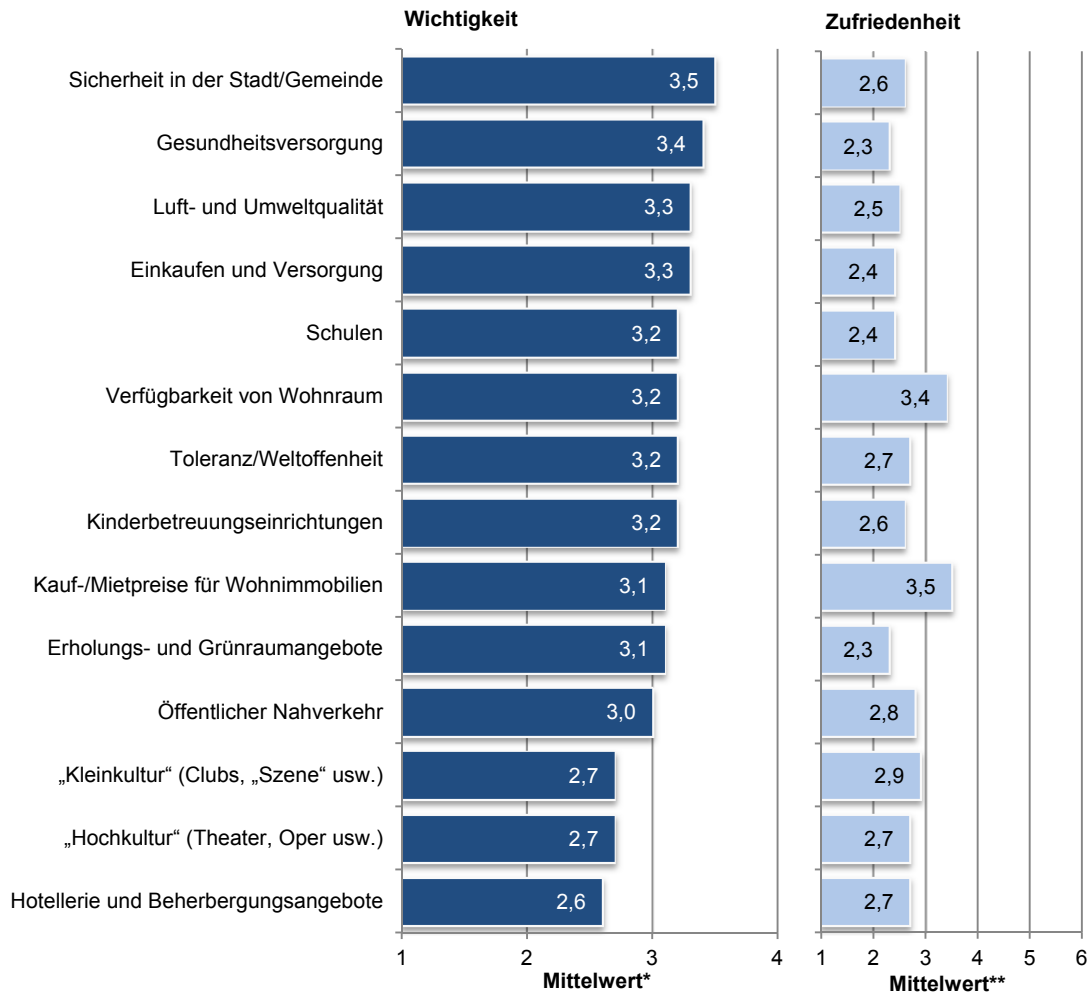
Weiche, personenbezogene Standortfaktoren

Weiche, personenbezogene Standortfaktoren gewinnen seit Jahren an Bedeutung bei der Standortwahl der Unternehmen. Das zeigt auch die Koordinierte Unternehmensbefragung (Abbildung 6 und Abbildung 6a): im Vergleich werden weiche, personenbezogene Standortfaktoren durchschnittlich sogar für wichtiger gehalten als die meisten harten und weichen wirtschaftsbezogenen Standortfaktoren (Abbildung 4).

Für die teilnehmenden Unternehmen stehen dabei die „Sicherheit in der Stadt“ und die „Gesundheitsversorgung“ an der Spitze der wichtigsten Faktoren (3,5 bzw. 3,4). Beide Bereiche werden durchschnittlich noch mit einem „gut“ bewertet, wobei die Gesundheitsversorgung im Vergleich mit anderen vorgegebenen Faktoren den besten Zufriedenheitswert (2,3) erhält. Wichtig für die Befragten sind auch die „Luft- und Umweltqualität“, „Einkaufs- und Versorgungsangebote“ sowie „Schulen“, deren Qualität als Standortfaktoren – alles in allem – ebenfalls jeweils zwischen „gut“ bis „befriedigend“ eingeschätzt wird. Andere, von Seiten der Unternehmen als relativ wichtig eingeschätzte Aspekte, wie die „Verfügbarkeit von Wohnraum“, „Toleranz und Weltoffenheit“, „Kinderbetreuungseinrichtungen“, die „Kauf- bzw. Mietpreise für Wohnimmobilien“ sowie „Erholungs- und Grünraumangebote“ erhalten hingegen recht unterschiedliche Bewertungen. Vor allem mit der „Verfügbarkeit von Wohnraum“ und mit den „Kauf- bzw. Mietpreisen für Wohnimmobilien“ sind die Befragten vergleichsweise unzufrieden (3,4 bzw. 3,5). Von eher geringer Bedeutung als weiche, personenbezogene Standortfaktoren werden im Rahmen der Koordinierten Unternehmensbefragung kulturelle Bereiche („Hochkultur“ und „Kleinkultur“) sowie „Hotellerie und Beherbergungsangebote“ eingestuft. Gleichwohl wird die Qualität entsprechender Angebote in der eigenen Stadt insgesamt relativ wenig kritisiert.

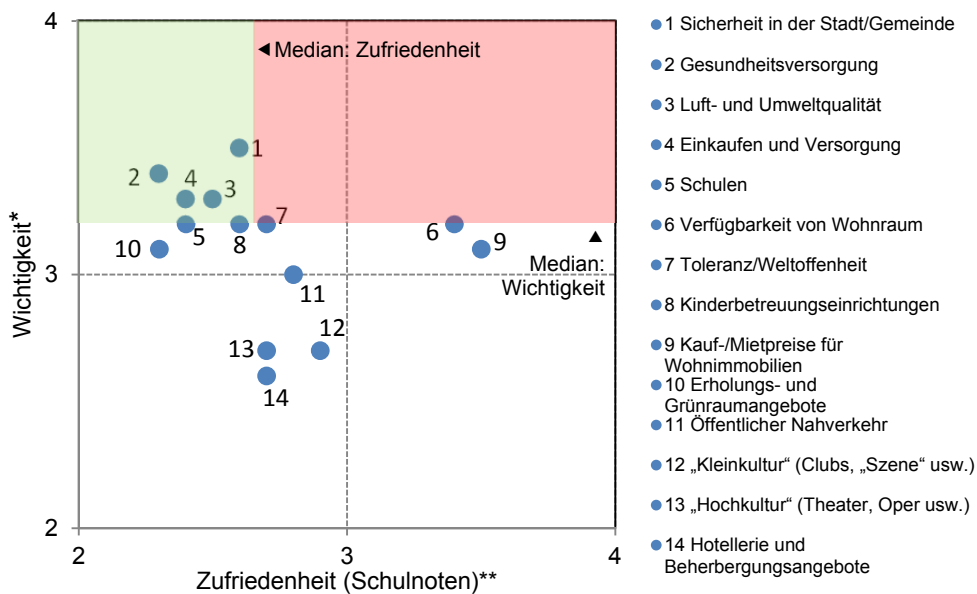
Hohe Bedeutung und Zufriedenheit mit der „Sicherheit“ und der „Gesundheitsversorgung“; hohe Bedeutung und Unzufriedenheit mit der Verfügbarkeit von „Wohnraum“ und den „Kauf-/Mietpreisen für Wohnimmobilien“

Abbildung 6: Bedeutung und Bewertung „weicher“, personenbezogener Standortfaktoren



* Mittelwerte auf einer Skala von 1 „unwichtig“ bis 4 „sehr wichtig“
 ** Mittelwerte auf einer Schulnotenskala (1 = „sehr gut“, ... 6 = „ungenügend“)

Abbildung 6a: Bedeutung und Bewertung „weicher“, personenbezogener Standortfaktoren



* Mittelwerte auf einer Skala von 1 „unwichtig“ bis 4 „sehr wichtig“
 ** Mittelwerte auf einer Schulnotenskala (1 = „sehr gut“, ... 6 = „ungenügend“)
 Datenbasis: Difu; Koordinierte Unternehmensbefragung.

Detailanalyse zur Bedeutung und zur Bewertung einzelner Standortfaktoren

Für die Detailanalyse zur Bedeutung und zur Bewertung von Standortfaktoren werden in den Tabellen 1 bis 4 aus Platzgründen nur relevante Unterschiede zwischen einzelnen Betriebsgrößenklassen und Wirtschaftsgruppen des TBS-GIFPRO-Modells ausgewiesen. Viele Teilgruppenunterschiede erweisen sich als „nicht-signifikant“.

Dabei zeigt sich, dass „Steuern, Abgaben, Gebühren“ als Standortfaktor keineswegs von allen Wirtschaftsgruppen gleichermaßen kritisiert werden, sondern insbesondere vom „Verarbeitenden Gewerbe“ als Belastung empfunden werden (Tabelle 1; 89%). Für das „Verarbeitende Gewerbe“ sind als Standortfaktoren weiterhin auch die „Verfügbarkeit von Fördermitteln“ (61%), die Verfügbarkeit von Expansionsflächen“ (64%), die „Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen“ (59%), die „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“ (66%), die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ (49%), die „Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen“ (96%), die „Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen“ (93%) sowie „Hotellerie und Beherbergungsangebote“ (69%) von besonders großer Bedeutung; als vergleichsweise weniger wichtig werden von vielen Betrieben des „Verarbeitenden Gewerbes“ hingegen die „Nähe zu Absatzmärkten“ (49%) und die „Wettbewerbssituation“ (58%) wahrgenommen.

Unternehmen aus dem Bereich des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ sehen vor allem in der „Nähe zu Absatzmärkten“ (70%), in der „Wettbewerbssituation“ (74%) sowie insbesondere im Bereich „Einkaufen und Versorgung“ (100%) besonders wichtige Standortfaktoren für ihren Betrieb. Von relativ geringer Bedeutung stellen sich hingegen aus Sicht von Unternehmen dieser Wirtschaftsgruppe Standortfaktoren wie die „Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen“ (27%), die „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“ (34%), die „Anbindung an den überregionalen Schienenverkehr“ (47%), die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ (17%) sowie die Faktoren aus dem Bereich „Information und Kommunikation“ (Breitbandinfrastruktur und Mobilfunkstruktur; 85% bzw. 83%) dar.

Für Betriebe aus dem Bereich „Wirtschaftsnaher Dienstleistungen“ stellt sich insbesondere die „Anbindung an den internationalen Schienenverkehr“ (65%) als wichtiger Standortfaktor dar. Mehrere andere Standortfaktoren erweisen sich hier hingegen im Vergleich mit anderen Wirtschaftsgruppen als von geringerer Bedeutung. Hierzu gehören „Steuern, Abgaben, Gebühren“ (69%), die „Verfügbarkeit von Fördermitteln“ (38%) und die „innerstädtische Straßenanbindung“ (78%).

Der Bereich „Sonstige Dienstleistungen“ ist in seiner Zusammensetzung recht heterogen (siehe Tabelle-A3). Gleichwohl zeichnet sich für die Unternehmen dieser Wirtschaftsgruppe eine vergleichsweise hohe Bedeutung der Verkehrssituation am Unternehmens-/ Betriebsstandort ab. Zu den entsprechenden Standortfaktoren gehören die „Innerstädtische Verkehrsanbindung“ (90%) und die „ÖPNV-Anbindung“ (75%). Weniger wichtig werden von Seiten dieser Betriebe als Standortfaktor u.a. die „Verfügbarkeit von Expansionsflächen“ (36%) und die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ (22%) eingeschätzt.

Die Bedeutung einzelner Standortfaktoren schwankt teilweise erheblich zwischen Betrieben aus unterschiedlichen Wirtschaftsgruppen und Betriebsgrößenklassen

Tabelle 1: Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Wirtschaftsgruppen

Bedeutung von Standortfaktoren	Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					Insg.:
	Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	
Anteile „wichtig“ und „sehr wichtig“						
Steuern, Abgaben, Gebühren	89%	86%	69%	72%	88%	78%
Verfügbarkeit von Fördermitteln	61%	52%	38%	55%	54%	50%
Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)		kein	großer	Unterschied		71%
Verfügbarkeit von Expansionsflächen	64%	37%	38%	36%	39%	41%
Gehalts-/Lohnkosten		kein	großer	Unterschied		83%
Verfügbarkeit von Fachkräften		kein	großer	Unterschied		87%
Zugang zu Netzwerken und Clustern		kein	großer	Unterschied		62%
Nähe zu Absatzmärkten	49%	70%	50%	62%	70%	59%
Wettbewerbssituation	58%	74%	60%	71%	87%	70%
Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen	59%	27%	43%	42%	27%	40%
Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette	66%	34%	35%	41%	48%	43%
Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort		kein	großer	Unterschied		76%
Attraktivität/Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes		kein	großer	Unterschied		83%
Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt, darunter		kein	großer	Unterschied		89%
– Anbindung an überregionales Straßennetz		kein	großer	Unterschied		82%
– Anbindung an überregionalen Schienenverkehr (IC, ICE usw.)	63%	47%	65%	56%	44%	56%
– Anbindung an internat. Flugverkehr	49%	17%	33%	22%	26%	29%
Verkehrssituation am Unternehmens-/Betriebsstandort insges., darunter		kein	großer	Unterschied		85%
– Innerstädtische Straßenanbindung	83%	89%	78%	90%	86%	85%
– Parkmöglichkeiten/Stellplätze		kein	großer	Unterschied		84%
– ÖPNV-Anbindung	64%	63%	63%	75%	50%	65%
Information- und Kommunikation						
Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen	96%	85%	95%	86%	89%	90%
Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen	93%	83%	91%	86%	95%	90%
Schulen		kein	großer	Unterschied		82%
Kinderbetreuungseinrichtungen		kein	großer	Unterschied		80%
Gesundheitsversorgung		kein	großer	Unterschied		93%
Öffentlicher Nahverkehr		kein	großer	Unterschied		78%
Erholungs- und Grünraumangebote		kein	großer	Unterschied		84%
„Hochkultur“ (Theater, Oper usw.)		kein	großer	Unterschied		61%
„Kleinkultur“ (Clubs, „Szene“ usw.)		kein	großer	Unterschied		62%
Toleranz/Weltoffenheit		kein	großer	Unterschied		85%
Luft- und Umweltqualität		kein	großer	Unterschied		92%
Sicherheit in der Stadt/Gemeinde		kein	großer	Unterschied		97%
Einkaufen und Versorgung	90%	100%	93%	96%	93%	94%
Hotellerie und Beherbergungsangebote	69%	62%	56%	55%	48%	57%
Verfügbarkeit von Wohnraum		kein	großer	Unterschied		84%
Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien		kein	großer	Unterschied		83%

Wie bereits bei den berücksichtigten Wirtschaftsgruppen existieren auch zwischen einzelnen Betriebsgrößenklassen hinsichtlich der Relevanz vieler Standortfaktoren keine wesentlichen bzw. signifikanten Einschätzungsunterschiede (Tabelle 2). Als ein weiterer Gesamtbefund lässt sich für die angeführten Betriebsgrößenklassen erkennen, dass eine Reihe von Standortfaktoren von Seiten größerer Betriebe als bedeutsamer eingestuft werden als dies bei kleineren Betrieben der Fall ist. Dieser Unterschied tritt dabei meist besonders deutlich im Vergleich von Betrieben mit 50 und mehr Mitarbeitenden und Kleinstbetrieben mit weniger als 10 Mitarbeitenden hervor. Zu solchen Standortfaktoren gehören die „Verfügbarkeit von Expansionsflächen“, die „Verfügbarkeit von Fachkräften“, die „Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen“, die „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“ sowie mehrere Standortfaktoren zur Verkehrsanbindung der Stadt und Region bzw. zur Verkehrssituation am Unternehmens- bzw. Betriebsstandort. Auch die wahrgenommene Bedeutung der „Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen“ weist auf einen entsprechenden Unterschied hin. Schließlich werden auch mehrere weiche, personenbezogene Faktoren wie „Schulen“ oder „Kinderbetreuungseinrichtungen“ von Betrieben mit mehr als 50 Mitarbeitenden in ihrer Bedeutung als Standortfaktoren erheblich stärker als von Kleinstbetrieben hervorgehoben.

Allerdings finden sich auch andere Zusammenhänge zwischen einzelnen Betriebsgrößenklassen. So wird beispielsweise die Bedeutung des wirtschaftsbezogenen Standortfaktors „Steuern, Abgaben, Gebühren“ von Großbetrieben mit mehr als 200 Mitarbeitenden deutlich schwächer als von Kleinstbetrieben hervorgehoben. Bei anderen Standortfaktoren lassen sich bezüglich ihrer wahrgenommenen Bedeutung nur bei einer bestimmten Betriebsgrößenklasse Auffälligkeiten finden. So werden beispielsweise „Gehalts- und Lohnkosten“ von Kleinstbetrieben mit weniger als 10 Mitarbeitenden als Standortfaktor für weniger wichtig eingeschätzt (76%), als dies bei größeren Betrieben der Fall ist. Ein Ansatzpunkt, um diesen Teilbefund verständlich zu machen, könnte darin liegen, dass viele Kleinstbetriebe dem Bereich „Wirtschaftsnaher Dienstleistungen“ zuzuordnen sind (siehe Tabelle-A1) und Unternehmen dieses Wirtschaftszweiges dem wirtschaftsbezogenen Faktor „Gehalts- und Lohnkosten“ eine geringere Bedeutung zuschreiben als Unternehmen aus anderen Wirtschaftsgruppen. Die Wichtigkeit der „Nähe zu Absatzmärkten“ wird vornehmlich von Betrieben mit 10 bis 19 Mitarbeitenden hervorgehoben (70%). „Hotellerie und Beherbergungsangebote“ werden speziell von Betrieben mit 50 bis 199 Mitarbeitenden als wichtiger Standortfaktor wahrgenommen (70%). Möglicherweise ist hierbei zu beachten, dass viele Betriebe dieser Größe zum „Verarbeitenden Gewerbe“ zählen, das als Wirtschaftszweig diesem Standortfaktor eine vergleichsweise hohe Bedeutung zuschreibt (siehe Tabelle-A1 und Tabelle 1).

Tabelle 2: Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Betriebsgrößenklassen

Bedeutung von Standortfaktoren Anteile „wichtig“ und „sehr wichtig“	Betriebsgrößenklassen:					Insg.:
	-9 MA	10-19 MA	20-49 MA	50-199 MA	200+ MA	
Steuern, Abgaben, Gebühren	83%	74%	72%	85%	65%	78%
Verfügbarkeit von Fördermitteln		kein	großer	Unterschied		50%
Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)		kein	großer	Unterschied		71%
Verfügbarkeit von Expansionsflächen	31%	40%	50%	59%	50%	43%
Gehalts-/Lohnkosten	76%	89%	87%	90%	85%	84%
Verfügbarkeit von Fachkräften	81%	94%	92%	96%	96%	90%
Zugang zu Netzwerken und Clustern		kein	großer	Unterschied		64%
Nähe zu Absatzmärkten	54%	70%	54%	64%	56%	59%
Wettbewerbssituation		kein	großer	Unterschied		70%
Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen	34%	41%	41%	52%	68%	42%
Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette	36%	41%	47%	57%	55%	44%
Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort		kein	großer	Unterschied		76%
Attraktivität/Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes		kein	großer	Unterschied		84%
Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt, darunter		kein	großer	Unterschied		89%
– Anbindung an überregionales Straßennetz		kein	großer	Unterschied		82%
– Anbindung an überregionalen Schienenverkehr (IC, ICE usw.)	50%	59%	53%	71%	64%	57%
– Anbindung an internat. Flugverkehr	25%	26%	22%	43%	47%	29%
Verkehrssituation am Unternehmens-/Betriebsstandort insges., darunter		kein	großer	Unterschied		85%
– Innerstädtische Straßenanbindung		kein	großer	Unterschied		85%
– Parkmöglichkeiten/Stellplätze		kein	großer	Unterschied		85%
– ÖPNV-Anbindung	59%	71%	64%	76%	73%	66%
Information- und Kommunikation						
Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen		kein	großer	Unterschied		92%
Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen	89%	87%	90%	98%	98%	91%
Schulen	76%	87%	80%	87%	93%	82%
Kinderbetreuungseinrichtungen	72%	86%	79%	92%	95%	81%
Gesundheitsversorgung		kein	großer	Unterschied		93%
Öffentlicher Nahverkehr	75%	77%	73%	89%	91%	79%
Erholungs- und Grünraumangebote		kein	großer	Unterschied		83%
„Hochkultur“ (Theater, Oper usw.)		kein	großer	Unterschied		61%
„Kleinkultur“ (Clubs, „Szene“ usw.)		kein	großer	Unterschied		62%
Toleranz/Weltoffenheit		kein	großer	Unterschied		85%
Luft- und Umweltqualität		kein	großer	Unterschied		92%
Sicherheit in der Stadt/Gemeinde		kein	großer	Unterschied		96%
Einkaufen und Versorgung		kein	großer	Unterschied		93%
Hotellerie und Beherbergungsangebote	52%	60%	56%	70%	61%	58%
Verfügbarkeit von Wohnraum		kein	großer	Unterschied		85%
Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien		kein	großer	Unterschied		83%

Bei den Zufriedenheitsangaben zu einzelnen Standortfaktoren ist zunächst hervorzuheben, dass für die überwiegende Mehrheit der Faktoren sowohl zwischen einzelnen Wirtschaftsgruppen als auch zwischen den Betriebsgrößenklassen keine signifikanten Einschätzungsunterschiede festzustellen sind (Tabelle 3 und Tabelle 4). Mit den meisten Standortfaktoren sind die berücksichtigten Teilgruppen demnach gleichermaßen zufrieden bzw. unzufrieden.

Die Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren variiert zwischen Betrieben aus unterschiedlichen Wirtschaftsgruppen und Betriebsgrößenklassen nur vereinzelt

Hervorhebenswerte Abweichungen sind allerdings zwischen den Wirtschaftsgruppen bei der Zufriedenheit mit dem Standortfaktor „Immobilienkosten (Kauf, Miete,...)“ erkennbar (Tabelle 3): Während Betriebe des „Verarbeitenden Gewerbes“ diesen Faktor noch mit einem „befriedigend“ bewerten, tendieren beispielsweise die Angaben von Unternehmen des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ nur zu einem „ausreichend“ (3,7). Ebenfalls zufriedener als andere Wirtschaftsgruppen sind die Unternehmen aus dem „Verarbeitenden Gewerbe“ mit dem als wichtig eingestuften Standortfaktor „Parkmöglichkeiten/ Stellplätze“ (2,9). Mit der „Nähe zu Absatzmärkten“ (3,2) sowie mit dem weichen Standortfaktor „Öffentlicher Nahverkehr“ (3,0) sind die Befragten aus dem „Verarbeitenden Gewerbe“ hingegen unzufriedener als Befragte anderer Wirtschaftsgruppen.

Mit der „Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette“ (3,1) sowie mit den weichen Standortfaktoren „Einkaufen und Versorgung“ (2,6) und „Kauf-/ Mietpreise für Wohnimmobilien“ (3,9) sind vor allem Betriebe des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ vergleichsweise unzufrieden. Ein relativ hohes Ausmaß an Unzufriedenheit im Bereich des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ lässt sich auch für die „Wettbewerbssituation“ (3,4) erkennen; dieser Befund wird gerade in Vergleich mit den eher günstigen Bewertungen von Betrieben aus der Wirtschaftsgruppe „Wirtschaftsnaher Dienstleistungen“ (2,8) deutlich.

Schließlich kann noch auf die Bewertungsunterschiede eines Standortfaktors aus dem Bereich der Verkehrsinfrastruktur hingewiesen werden: Die Zufriedenheitsangaben der „ÖPNV-Anbindung“ in der eigenen Stadt fallen für die beiden Wirtschaftsgruppen des „Verarbeitenden Gewerbes“ (3,1) und des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ (3,2) deutlich schlechter aus als bei anderen Wirtschaftsgruppen.

Für eine Reihe von Standortfaktoren findet sich für die angeführten Betriebsgrößenklassen bezüglich der Zufriedenheitsangaben ein einheitliches Muster (Tabelle 4): So werden der „Zugang zu Netzwerken und Clustern“, die „Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen“, die „Verkehrssituation am Unternehmens-/Betriebsstandort insgesamt“, die „Parkmöglichkeiten/Stellplätze“ sowie die beiden weichen Standortfaktoren „Toleranz/Weltoffenheit“ und „Luft- und Umweltqualität“ mit zunehmender Zahl der Mitarbeitenden tendenziell besser bewertet.

Bei anderen Standortfaktoren tritt vor allem die vergleichsweise stark ausgeprägte Unzufriedenheit unter Kleinstbetrieben mit weniger als 10 Mitarbeitenden hervor. Hierzu gehören die Bewertungen der „Wettbewerbssituation“ (3,3), der „Kinderbetreuungseinrichtungen“ (2,8) und der „Gesundheitsversorgung“ (2,5).

Für die Standortfaktoren „Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen“, „Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen“ und auch für den weichen Standortfaktor „Schulen“ ist festzustellen, dass Betriebe mit 10 bis 19 Mitarbeitenden sowie Großbetriebe mit mehr als 200 Mitarbeitenden die jeweils besten Zufriedenheitsangaben aufweisen. Erklärungsansätze für diesen speziellen Teilbefund lassen sich anhand der vorliegenden Daten nicht finden.

Tabelle 3: Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren nach Wirtschaftsgruppen

Zufriedenheit mit Standortfaktoren Mittelwerte auf einer Schulnotenskala von 1 („sehr gut“) bis 6 („ungenügend“)	Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					Insg.:
	Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	
Steuern, Abgaben, Gebühren		kein	großer	Unterschied		3,4
Verfügbarkeit von Fördermitteln		kein	großer	Unterschied		3,6
Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)	3,0	3,7	3,3	3,4	3,4	3,4
Verfügbarkeit von Expansionsflächen		kein	großer	Unterschied		3,4
Gehalts-/Lohnkosten		kein	großer	Unterschied		3,0
Verfügbarkeit von Fachkräften		kein	großer	Unterschied		3,7
Zugang zu Netzwerken und Clustern		kein	großer	Unterschied		2,9
Nähe zu Absatzmärkten	3,2	2,8	2,8	2,7	2,7	2,8
Wettbewerbssituation	3,1	3,4	2,8	3,0	3,3	3,1
Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen		kein	großer	Unterschied		2,3
Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette	2,8	3,1	2,8	2,5	2,6	2,7
Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort		kein	großer	Unterschied		3,0
Attraktivität/Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes		kein	großer	Unterschied		2,7
Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt, darunter		kein	großer	Unterschied		2,5
– Anbindung an überregionales Straßennetz		kein	großer	Unterschied		2,2
– Anbindung an überregionalen Schienenverkehr (IC, ICE usw.)		kein	großer	Unterschied		2,9
– Anbindung an internat. Flugverkehr		kein	großer	Unterschied		3,7
Verkehrssituation am Unternehmens-/Betriebsstandort insges., darunter		kein	großer	Unterschied		2,8
– Innerstädtische Straßenanbindung		kein	großer	Unterschied		2,7
– Parkmöglichkeiten/Stellplätze	2,9	3,4	3,3	3,4	3,7	3,4
– ÖPNV-Anbindung	3,1	3,2	2,8	2,7	2,8	2,9
Information- und Kommunikation						
Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen		kein	großer	Unterschied		3,1
Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen		kein	großer	Unterschied		2,7
Schulen		kein	großer	Unterschied		2,4
Kinderbetreuungseinrichtungen		kein	großer	Unterschied		2,6
Gesundheitsversorgung		kein	großer	Unterschied		2,4
Öffentlicher Nahverkehr	3,0	2,8	2,9	2,6	2,6	2,8
Erholungs- und Grünraumangebote		kein	großer	Unterschied		2,3
„Hochkultur“ (Theater, Oper usw.)		kein	großer	Unterschied		2,7
„Kleinkultur“ (Clubs, „Szene“ usw.)		kein	großer	Unterschied		2,9
Toleranz/Weltoffenheit		kein	großer	Unterschied		2,7
Luft- und Umweltqualität		kein	großer	Unterschied		2,5
Sicherheit in der Stadt/Gemeinde		kein	großer	Unterschied		2,6
Einkaufen und Versorgung	2,3	2,6	2,4	2,3	2,2	2,4
Hotellerie und Beherbergungsangebote		kein	großer	Unterschied		2,7
Verfügbarkeit von Wohnraum		kein	großer	Unterschied		3,4
Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien	3,1	3,9	3,6	3,4	3,4	3,5

Tabelle 4: Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren nach Betriebsgrößenklassen

Zufriedenheit mit Standortfaktoren Mittelwerte auf einer Schulnotenskala von 1 („sehr gut“) bis 6 („ungenügend“)	Betriebsgrößenklassen:					Insg.:
	-9 MA	10-19 MA	20-49 MA	50-199 MA	200+ MA	
Steuern, Abgaben, Gebühren		kein	großer	Unterschied		3,4
Verfügbarkeit von Fördermitteln		kein	großer	Unterschied		3,5
Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)		kein	großer	Unterschied		3,4
Verfügbarkeit von Expansionsflächen		kein	großer	Unterschied		3,4
Gehalts-/Lohnkosten		kein	großer	Unterschied		3,0
Verfügbarkeit von Fachkräften		kein	großer	Unterschied		3,7
Zugang zu Netzwerken und Clustern	3,0	2,9	2,9	2,6	2,6	2,9
Nähe zu Absatzmärkten		kein	großer	Unterschied		2,8
Wettbewerbssituation	3,3	2,9	3,1	3,0	2,9	3,1
Nähe zu Hochschulen und Forschungs- einrichtungen	2,4	2,3	2,3	2,1	2,0	2,3
Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette		kein	großer	Unterschied		2,7
Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort		kein	großer	Unterschied		3,0
Attraktivität/Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes		kein	großer	Unterschied		2,8
Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt, darunter		kein	großer	Unterschied		2,4
– Anbindung an überregionales Straßen- netz		kein	großer	Unterschied		2,2
– Anbindung an überregionalen Schie- nenverkehr (IC, ICE usw.)		kein	großer	Unterschied		2,8
– Anbindung an internat. Flugverkehr		kein	großer	Unterschied		3,7
Verkehrssituation am Unternehmens- /Betriebsstandort insges., darunter	3,0	2,7	2,7	2,6	2,6	2,8
– Innerstädtische Straßenanbindung		kein	großer	Unterschied		2,7
– Parkmöglichkeiten/Stellplätze	3,5	3,4	3,2	3,0	3,0	3,3
– ÖPNV-Anbindung		kein	großer	Unterschied		2,8
Information- und Kommunikation						
Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen	3,1	2,8	3,3	3,2	2,8	3,1
Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobil- funkstrukturen	2,9	2,5	2,8	2,7	2,4	2,7
Schulen	2,5	2,1	2,5	2,4	2,1	2,4
Kinderbetreuungseinrichtungen	2,8	2,5	2,6	2,5	2,6	2,6
Gesundheitsversorgung	2,5	2,2	2,3	2,3	2,1	2,3
Öffentlicher Nahverkehr		kein	großer	Unterschied		2,7
Erholungs- und Grünraumangebote		kein	großer	Unterschied		2,3
„Hochkultur“ (Theater, Oper usw.)		kein	großer	Unterschied		2,7
„Kleinkultur“ (Clubs, „Szene“ usw.)		kein	großer	Unterschied		2,8
Toleranz/Weltoffenheit	2,9	2,6	2,6	2,6	2,5	2,7
Luft- und Umweltqualität	2,6	2,5	2,5	2,4	2,2	2,5
Sicherheit in der Stadt/Gemeinde		kein	großer	Unterschied		2,6
Einkaufen und Versorgung		kein	großer	Unterschied		2,4
Hotellerie und Beherbergungsangebote		kein	großer	Unterschied		2,7
Verfügbarkeit von Wohnraum		kein	großer	Unterschied		3,4
Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien		kein	großer	Unterschied		3,5

4.3 Zusammenfassung wichtiger Ergebnisse

Unter Berücksichtigung der in Kapitel 1 formulierten zentralen Leitfragen können die oben dargestellten Ergebnisse wie folgt zusammengefasst werden:

Im Vergleich werden von Seiten der befragten Unternehmen weiche Standortfaktoren durchschnittlich mittlerweile für wichtiger gehalten als die meisten harten, wirtschaftsbezogenen Standortfaktoren. Den höchsten Stellenwert erhalten dabei die „Sicherheit der Stadt/Gemeinde“ und die „Gesundheitsversorgung“; mit beiden Bereichen sind die Befragten weitgehend zufrieden. Andere, ebenfalls wichtige Standortfaktoren, wie die „Verfügbarkeit von Wohnraum“ oder „Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien“ werden hingegen deutlich schlechter bewertet. Die Detailanalyse zur Bedeutung einzelner weicher Standortfaktoren zeigt insgesamt zwar relativ wenige Gruppenunterschiede auf, dennoch finden sich Anzeichen dafür, dass einige weiche Faktoren wie „Schulen“ und „Kinderbetreuungseinrichtungen“ vornehmlich unter größeren Betrieben einen hohen Stellenwert einnehmen. Auch bei der Zufriedenheit mit weichen, personenbezogenen Standortfaktoren lassen sich nur wenige Gruppenunterschiede erkennen. Die Einzelbefunde liefern allerdings Hinweise dafür, dass vor allem Großbetriebe mit mehr als 200 Mitarbeitenden mit weichen Standortfaktoren wie „Toleranz/Weltoffenheit“ oder der „Umweltqualität“ eher zufrieden sind.

Leistungsfähige digitale Infrastrukturen zählen für die teilnehmenden Unternehmen insgesamt zu den wichtigsten Standortfaktoren. Die „Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen“ und „leistungsfähige Mobilfunkstrukturen“ werden als Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Gewerbestandorte wahrgenommen. Die Bedeutung beider Faktoren wird dabei insbesondere innerhalb der Wirtschaftsgruppen des „Verarbeitenden Gewerbes“ und „Wirtschaftsnaher Dienstleistungen“ sowie von Seiten größerer Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitenden betont. Vor allem die Verfügbarkeit von guten Breitbandverbindungen könnte aus Sicht der Unternehmen allerdings noch weiter verbessert werden.

Unter den harten Standortfaktoren sind die „Verfügbarkeit von Fachkräften“ und das Thema „Parkmöglichkeiten und Stellplätze“ für die Unternehmen von besonderer Brisanz. Gerade für diese beiden wichtigen Bereiche sehen die Befragten in ihrer Stadt allerdings noch erheblichen Handlungsbedarf. Als relativ wichtig erachtet wird auch der weiche, wirtschaftsbezogene Faktor „Attraktivität, das Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes“, der als kommunaler Standortfaktor insgesamt vergleichsweise gut bewertet wird.

5. Bedeutung einzelner Standortfaktoren für die Entwicklung von Kommunen und Regionen

Allgemeine Entwicklungstrends und Herausforderungen

Grundsätzlich stehen kommunale und regionale Entscheidungsträger, Verwaltungen und kommunale Unternehmen vor der Herausforderung, ihre Leitbilder, Ziele und Aufgabenwahrnehmung sich ständig verändernden Rahmenbedingungen anzupassen. Gerade in jüngerer Zeit werden die Herausforderungen durch verschiedene übergreifende Entwicklungstrends immer drängender und komplexer.

Mit einem stetig zunehmenden Anteil der Bevölkerung in Städten steht der „urbane Kontext“ noch stärker als in der Vergangenheit im Blickfeld. Der Trend der **Urbanisierung** steht in Verbindung mit zunehmenden räumlichen Disparitäten. Diese zeigen sich nicht nur zwischen Stadt und Region. Stark wachsenden Metropolen mit hoher Anziehungskraft auf Unternehmen, Fachkräfte, Kreative und junge Menschen, wie beispielsweise den „Schwarmstädten“ München, Hamburg oder Berlin stehen schrumpfenden Städten gegenüber, die durch Abwanderung und Alterung geprägt sind. Für die „Gewinner“ bedeuten Bevölkerungswachstum und ökonomische Prosperität aber auch soziale und ökologische „Kosten“, die die Funktionsfähigkeit der Stadt beeinträchtigen können: Flächen- und Nutzungskonkurrenzen, steigende Bodenpreise, Wohnraumangel, überforderte Infrastrukturen und ökologische Belastungen durch Feinstaub oder Auswirkungen einer hohen Bodenversiegelung.

Ökologische Folgen wie der **Klimawandel** und die Endlichkeit der natürlichen Ressourcen führen zu einem allmählichen Bewusstseinswandel über die langfristigen Risiken und realen Kosten bisheriger Lebensformen. Spätestens mit der Agenda 2030 ist die zentrale Bedeutung der kommunalen Ebene zur Umsetzung einer **Nachhaltigen Entwicklung** unumstritten. Die langfristige Sicherung der Lebensgrundlagen und die Chancen auf gleichwertige Lebensbedingungen für nachfolgende Generationen sind zu einer gesellschaftlichen und auch kommunalen Aufgabe geworden. Dieses Bewusstsein prägt zunehmend nicht nur (kommunal-)politische sondern auch unternehmerische Entscheidungen.

Auch mit einer starken Zuwanderung bleibt der **demografische Wandel** einer der prägenden Entwicklungstrends, der räumlich sehr ungleich zur Ausprägung kommt. Besonders in schrumpfenden Regionen werden Auswirkungen auf die Lebensbedingungen vor Ort wie die Infrastrukturausstattung, ökonomische Strukturmerkmale und das soziale/kulturelle Leben spürbar. Bedeutsam ist der Zusammenhang mit dem Fachkräftemangel, der sich durch den demographischen Wandel ohne entsprechende Zuwanderung deutlich verstärken wird und bereits heute in vielen Kommunen und Regionen ein bedeutendes Entwicklungshemmnis darstellt.

Die **Digitalisierung** ist ein zentraler Megatrend unsere Zeit, der sämtliche Lebensbereiche in zunehmendem Maße durchdringt. Für kommunale Aufgabenfelder stehen vielfältige digitale Lösungskonzepte zur Verfügung – sektoral (Verkehr und Logistik, Energie), sektorübergreifend (Energie-Verkehr-Nexus) und systemisch in Form von „Smart-City“ Ansätzen. Mit der Agenda der **Industrie 4.0** wird eine innovative, digital basierte Produktionstechnologie forciert. Smart Objekte kommunizieren mit Maschinen und Menschen. Produktion ist hoch individualisiert und dezentral, d.h. in Mikro-Fabs“ und beim Kunden ökonomisch darstellbar. Die digital basierte Produktion verstärkt bestehende ökonomische Entwicklungstrends wie die Verschmelzung von Produktion und Dienstleistung (Hybridisierung), Zunahme der Unternehmensverflechtungen (Wertschöpfungsnetze), den individualisierten Massenmarkt, die wissensbasierte Ökonomie und nicht zuletzt den Wettbewerb um Hochqualifizierte und Kreative sowie veränderte, flexibilisierte Arbeitswelten.

Auswirkungen auf die Relevanz von Standortfaktoren

Bezugnehmend auf den Fragenkomplex 2 dieser Kurzstudie und die Ergebnisse aus Kapitel 4 wird nachfolgend die Bedeutung von harten und weichen Standortfaktoren vertieft.

Die Ergebnisse der „Koordinierten Unternehmensbefragung“ bestätigen die zunehmende Bedeutung weicher Standortfaktoren. Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels richtet sich die Standortentscheidung von Unternehmen zunehmend auch nach den persönlichen Wohn- und Arbeitsortpräferenzen (potentieller) Mitarbeiter. Für viele hochqualifizierte Fachkräfte sind die Wohn- und Lebensqualität ausschlaggebend für die Wahl des Wohn- und Arbeitsortes. Diese werden bestimmt von Faktoren wie dem Freizeit- und Kulturangebot, der Umweltqualität, dem Wohnraumangebot aber auch dem Image einer Kommune. Dies bedeutet, dass Kommunen als Wirtschaftsstandorte sowohl um Unternehmen als auch um Arbeitskräfte konkurrieren und die Standortanforderungen insgesamt gestiegen sind, bzw. sich um viele weiche und personenbezogene Faktoren erweitert haben.

Weiche personenbezogene Standortfaktoren gewinnen weiter an Relevanz

Wichtiger Zusammenhang zwischen Qualität des Wohn- und Arbeitsortes mit der Verfügbarkeit von Fachkräften

Die Kurzstudie zeigt, dass dafür aktuell die folgenden personenbezogenen weichen Standortfaktoren von besonderer Relevanz sind:

- Die Sicherheit in der Kommune,
- die Gesundheitsversorgung,
- die Luft- und Umweltqualität,
- die Versorgungsinfrastruktur,
- Verfügbarkeit von (bezahlbarem) Wohnraum,
- das Angebot an Kitas und Schulen,
- die Toleranz und Weltoffenheit der Kommune.

Die Bedeutung weicher, personenbezogener Standortfaktoren kann jedoch variieren in Abhängigkeit von der Branche und damit zusammenhängenden Milieus und Lebensstilen. In spezifischen Branchen wie der Kreativwirtschaft oder der IT-Branche gelten andere personenbezogene Standortanforderungen als im Baugewerbe oder Maschinenbau. Darüber hinaus muss zwischen den Erwartungen an den Makrostandort, und denen an den Mikrostandort differenziert werden. Auch für den Mikrostandort können personenbezogene Faktoren äußerst relevant sein wie der Einbindung des Unternehmensstandortes in ein attraktives Umfeld mit ansprechender Versorgungsinfrastruktur. Hierzu können gastronomische Einrichtungen, Freizeitmöglichkeiten aber auch Einrichtungen zur Unterstützung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie zählen, die als starke „Pull-Faktoren“ für Fachkräfte und Beschäftigte wirken.

Die anhaltende Zunahme von Unternehmensvernetzungen im Zuge der Globalisierung und dem Trend der Hybridisierung verändert auch weiterhin die Standortanforderungen und vor allem die Alleinstellungsmerkmale eines Wirtschaftsstandortes. Neue und verbesserte Möglichkeiten der digitalen Vernetzung (Industrie 4.0) beschleunigen die Entwicklung von Wertschöpfungsketten zu komplexen Wertschöpfungsnetzen und systemen. Umso wichtiger sind in zunehmend wissensbasierten Ökonomien lokale, branchenbezogene Vernetzungsmöglichkeiten, speziell die Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen zur Förderung von Innovation (Cluster). Mit Konzepten wie der „open region“ wird die zunehmende Bedeutung von (potentiellen) Kontaktmöglichkeiten und Vernetzungen aufgegriffen, die über die Branche und Cluster hinaus reichen. Führungsvorteile entstehen nicht nur durch Vernetzungsmöglichkeiten in bedeutenden Querschnittsbranchen, der IT-Branche und der Kreativwirtschaft, sondern darüber hinaus, bis in den non-profit Bereich (Stiftungen, Vereine, Verbände, Politik etc.).

Wertschöpfungsnetze entwickeln sich flexibel in räumlicher Nähe und in open regions

Die wachsende Bedeutung weicher Standortfaktoren korrespondiert keines Falls mit einer verringerten Rolle harter Standortfaktoren. Vielmehr sind auch hier die Anforderungen gestiegen, da diese von Unternehmen in der Regel vorausgesetzt werden. Dadurch wirken harte Standortfaktoren vor allem als Push-Faktoren. Dies ist der Fall, wenn beispielsweise Defizite in der Erschließung oder hohe Energiepreise Unternehmen von einer Ansiedlung abhalten, Investitionen in den Standort beeinträchtigen oder sogar zur Abwanderung bewegen.

Weiche Standortfaktoren wirken vor allem als Pull-, harte meist als Push-Faktoren

Eine Schlüsselrolle unter den harten Standortfaktoren nehmen die Verfügbarkeit passender Wirtschaftsflächen, die Verkehrsanbindung sowie eine ausreichende digitale Infrastruktur (Breitbandversorgung) ein. Doch auch hier müssen Unterschiede je nach Branche/Markt und Unternehmensgröße berücksichtigt werden. So benötigen Industrie- und Logistikunternehmen sowohl eine gute lokale als auch überregionale verkehrliche Anbindungen, die mit den Anforderungen kleinerer Dienstleistungsbetriebe mit einer Ausrichtung auf den lokalen Markt nicht vergleichbar ist. Auch hier muss zwischen den Anforderungen an den Mikrostandort und denen an den Makrostandort differenziert werden. So ist die digitale Erschließung ausschließlich für den Mikrostandort relevant.

Flächenverfügbarkeit und digitale Infrastruktur sind zentrale Zukunftsfaktoren; Umfang der verkehrlichen Anbindung ist branchenspezifisch wichtig

Standortfaktoren der Zukunft – Ansätze für die Stadtentwicklungspolitik

Schlussfolgerungen für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklungspolitik lassen sich anhand der Ergebnisse in fünf übergeordneten Leitlinien zusammenfassen und beschreiben:

Breitgefächertes und sicheres Angebot an Wirtschaftsflächen bereitstellen

Das Flächenangebot gehört zu den zentralen harten Standortfaktoren, welche die wirtschaftliche Entwicklung von Kommunen maßgeblich mit bestimmen. Nicht nur in Hinblick auf die Flächengröße und passende Flächenzuschnitte sondern besonders in Bezug auf die Standortfaktoren zeigt sich eine zunehmende Ausdifferenzierung der Flächennachfrage. Dieser sollte mit einem entsprechend vielfältigen Angebot begegnet werden, das von großen, peripher gelegenen Flächen für Ansiedlung stark emittierender Industriebetriebe bis hin zu kleinteiligen Flächen in Nutzungsgemischten und urbanen Lagen für Startups der IT Branchen oder Unternehmen der Kreativwirtschaft reichen kann.

Aufgrund der stark divergierenden Kapitalerträge der unterschiedlichen Flächennutzungen wie Gewerbe, Dienstleistung/Bürostandort und Wohnen ist besonders in wachsenden Kommunen eine starke planerische Steuerung notwendig. Zunehmende Flächenkonkurrenzen, steigende Bodenpreise und Verdrängungsprozesse innerhalb und zwischen den Nutzungen erfordern die Sicherung von Flächen im Sinne einer ausgewogenen Stadtstruktur und einer integrierten Stadtentwicklung, welche die unterschiedlichen Flächenansprüche in der Stadt ausgleicht. Auch für Unternehmen hat die Planungssicherheit für den eigenen Standort und die umliegenden Flächen einen bedeutenden Stellenwert. So ist die „Sicherheit“ der Flächen besonders in Hinblick auf potentielle Nutzungskonflikte relevant. Beispielsweise kann ein „Heranrücken“ der Wohnbebauung an gewerblich genutzte Flächen dazu führen, dass Betriebe Investitionen in den Standort zurückhalten oder anlässlich der Erneuerung ihrer Produktionsanlagen abwandern.

Kommunen in schrumpfenden Regionen mit einem Flächenüberhang stehen hingegen vor der Aufgabe, durch Flächenqualifizierung und Profilierung umfassende und attraktive Angebote für spezifische Ansiedlungen zu schaffen. Hier spielen „Ankerunternehmen“ eine wichtige Rolle, die weitere Ansiedlungen (Zulieferer, Abnehmer) nach sich ziehen und den Standort für weitere Ansiedlungen von Unternehmen der Branche oder Wertschöpfungskette interessant machen.

Sowohl im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsstrategien als auch vor dem Hintergrund zunehmender Flächenkonkurrenzen in stark wachsenden Kommunen hat die Reduzierung des Flächenverbrauchs und eine höhere Flächeneffizienz zunehmend Relevanz. Auch für schrumpfende Kommunen ist die Flächeneffizienz zur Optimierung der Infrastrukturauslastung und der damit verbundenen Kosten von Bedeutung. Mögliche Antworten liegen in der Qualifizierung von Bestandsflächen, der Nachverdichtung bis hin zum vertikalen Bauen in innerstädtischen Lagen aber auch der Entwicklung von Nutzungsgemischten Quartieren sowie in Instrumenten des Flächenmanagements (Gewerbeflächeninformationssystem).

Verkehrliche und technische Anbindung umweltgerecht und nutzerorientiert ausbauen

Eine leistungsfähige Infrastruktur ist die Grundlage und Voraussetzung eines jeden Wirtschaftsstandortes. Eine zentrale Rolle nimmt die verkehrliche Erschließung ein. Trends wie die zunehmenden Unternehmensverflechtungen (Globalisierung, Hybridisierung), der individualisierte Massenmarkt und der Online-Handel führen zu einem erhöhten Aufkommen im Wirtschaftsverkehr – nicht nur durch wachsende Transportmengen/Volumina sondern auch durch die zunehmende Kleinteiligkeit der Transporteinheiten. Diese Entwicklung wird am starken Wachstum im Bereich der Kurier-Express-Paketdienste deutlich. Unternehmen, Städte und Kommunen sind besonders bei der Bewältigung der letzten Meile gefordert. Diese muss einerseits möglichst effizient aber auch „stadtverträglich“ gestaltet werden, d.h. emissionsarm und mit möglichst geringen Beeinträchtigungen für die Umwelt- und Lebensqualität. Neben einer integrierten Verkehrsentwicklungsplanung bieten vor allem City-Logistik Konzepte wichtige Potentiale. Elektromobilität und Smart Logistik erlauben zudem innovative, zum Teil auch standort- und quartiersbezogenen Lösungsansätze, die neue Verknüpfungen wie beispielsweise zwischen Mobilitäts-, Logistik- und Energiekonzepten gestatten.

Eines der dringendsten Handlungsfelder für die Standortentwicklung ist die Versorgung mit einer bedarfsgerechten Breitband- und Mobilfunkanbindung. Ohne diese Infrastruktur sind Standorte nicht wettbewerbsfähig. Diese Problematik betrifft insbesondere periphere Lagen. Sofern der Ausbau des Glasfasernetzes oder weiterer Infrastrukturen über führende Telekommunikationsanbieter nicht absehbar ist, müssen alternative Lösungen geprüft werden.

Verfügbarkeit von bedarfsgerechtem und bezahlbarem Wohnraum sichern

Für Unternehmen zählt das Wohnungs- und Immobilienangebot eines Standortes zu den wichtigsten personenbezogenen weichen Standortfaktoren. In den wachsenden Städten ist der rasante Anstieg der Miet- und Kaufpreise von Wohnimmobilien aufgrund der anhaltend hohen Nachfrage ungebrochen. Gleichzeitig übersteigt die Gesamtnachfrage das Angebot insbesondere im Bereich der mittelgroßen (2 bis 3 Zimmer) Wohnungen. Die angenommenen jährlichen Baubedarfe sind erheblich. In den Kernstädten finden Bewohner mit mittlerem oder niedrigem Einkommen häufig keinen bezahlbaren Wohnraum mehr. Im Extremfall (z.B. München) kann sich dies auf die Verfügbarkeit von Arbeitskräften im mittleren und unteren Einkommensbereich niederschlagen, was sich negativ auf das Dienstleistungsangebot und die soziale Infrastruktur auswirken kann. Die Stadtentwicklungspolitik ist deshalb gefordert, z.B. durch eine restriktivere Durchsetzung rechtlicher Vorgaben wie die Mietpreisbremse eine soziale und gemischte Wohnquartiersentwicklung zu fördern. Weitere Maßnahmen sind Nachverdichtung und Entwicklung neuer Wohnquartiere mit festgelegten Anteilen an Sozialwohnungen.

Versorgungs- und soziale Infrastrukturen fördern

Für die Wahl des Wohn- und Arbeitsortes hat die lokale Versorgungsinfrastruktur ein maßgebendes Gewicht. Ein wichtiger Ansatzpunkt ist dabei die Ebene der (Stadt-) Quartiere. Eine bedarfsgerechte Ausstattung sollte nicht nur ausreichend, sondern attraktiv sein. So können beispielsweise die lokalen Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von

Beruf und Familie oder die Qualität der Bildungseinrichtungen für Fachkräfte und Unternehmen standortentscheidend sein. Schrumpfende Kommunen stehen vor der besonderen Herausforderung, die bestehenden Versorgungsstrukturen auch bei sinkenden Einwohnerzahlen sicherzustellen, d.h. zu finanzieren. Hierfür können neue Versorgungskonzepte wie im Bereich der Telemedizin Ansatzpunkte bieten.

Kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit stärken

Das kulturelle Angebot einer Kommune steht in deutlichem Zusammenhang mit der kommunalen Wertschöpfung. Dies betrifft nicht nur die direkten Einnahmen (inkl. Steuern und Abgaben) durch Events, Veranstaltungen, Messen oder Kultureinrichtungen, sondern vorrangig auch die indirekten Wirkungen. Der schwer quantifizierbare indirekte Nutzen liegt in der Erhöhung des Imagewertes einer Stadt oder Region, der sowohl die Einstellungen der Bürger und lokalen Akteure als auch die Wahrnehmung einer Kommune „von außen“ beeinflusst, speziell das Image. Nicht zuletzt schlägt sich das Image auf die Bewertung von Lebensqualität und Weltoffenheit nieder, die für den Zuzug qualifizierter Arbeitskräfte aus dem In- und Ausland eine wichtige Entscheidungsgrundlage bildet.

6. Anhang

6.1 Tabellenanhang

Tabelle-A1

Kreuztabelle									
			Betriebsgrößenklassen:					Gesamt	
			-9 MA	10-19 MA	20-49 MA	50-199 MA	200+ MA		
Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell	Verarb. Gewerbe	Anzahl	8	13	18	31	14	84	
		%	9,5	15,5	21,4	36,9	16,7	13,9	
	Nicht zentren- rel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Anzahl	32	28	15	8	3	86	
		%	37,2	32,6	17,4	9,3	3,5	14,2	
	Wirtschaftsnahe DL	Anzahl	75	29	30	24	5	163	
		%	46,0	17,8	18,4	14,7	3,1	26,9	
	Sonstige DL	Anzahl	63	37	27	28	16	171	
		%	36,8	21,6	15,8	16,4	9,4	28,2	
	Sonstiges	Anzahl	44	20	24	10	4	102	
		%	43,1	19,6	23,5	9,8	3,9	16,8	
	Gesamt		Anzahl	222	127	114	101	42	606
			%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Symmetrische Maße			
		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,359	,000
	Cramer-V	,179	,000
Anzahl der gültigen Fälle		606	

Tabelle-A2

Kreuztabelle								
			Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					Gesamt
			Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	
„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschaftsstandort?“	(eher) zufrieden	Anzahl	69	60	131	141	87	488
		%	81,2	69,0	77,5	80,6	84,5	78,8
	(eher) unzufrieden	Anzahl	16	27	38	34	16	131
		%	18,8	31,0	22,5	19,4	15,5	21,2
Gesamt		Anzahl	85	87	169	175	103	619
		%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Symmetrische Maße			
		Wert	Näherungsweise Signifikanz
Nominal- bzgl. Nominalmaß	Phi	,112	,099
	Cramer-V	,112	,099
Anzahl der gültigen Fälle		619	

Tabelle-A3

Wirtschaftsgruppen in Anlehnung an das TBS-GIFPRO-Modell (Trendbasierte standortspezifische Gewerbe- und Industrie-flächenprognose)		
Wirtschaftsgruppen im TBS-GIFPRO- Modell	Gruppe	Abteilungsnummer nach WZ 2003
Verarbeitendes Gewerbe	Gewinnung von Steinen und Erden, sonstiger Bergbau, Textilgewerbe, Bekleidungs-gewerbe, Ledergewerbe, Holzgewerbe (ohne Herstellung von Möbeln), Papiergewerbe, Verlagsgewerbe, Druckgewerbe, Vervielfältigung von bespiel-ten Ton-, Bild- und Datenträgern, Kokerei, Mineralölverarbeitung, Herstellung und Verarbeitung von Spalt- und Brutstoffen, Herstellung von chemischen Er-zeugnissen, Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Glasgewerbe, Her-stellung von Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden, Metallerzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallerzeugnissen, Maschinenbau, Her-stellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Er-zeugnissen, Recycling, Ernährungsgewerbe, Bekleidungs-gewerbe, Maschi-nenbau, Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung, Rundfunk- und Nachrichtentechnik, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungs-technik, Optik, Herstellung von Uhren, Herstellung von Kraftwagen und Kraft-wagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau, Herstellung von Möbeln, Schmuck, Mu-sikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Erzeugnissen	14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33,34, 35, 36, 37,
Nicht zentrenrelevanter Ein-zelhandel, Kfz-Handel	Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen, Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeugen und ohne Tankstellen); Re-paratur von Gebrauchsgütern	50, 52
Wirtschaftsnahe Dienstleistungen	Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen), Nach-richtenübermittlung, Kreditgewerbe, Mit dem Kredit- und Versicherungsgewer-be verbundene Tätigkeiten, Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedie-nungspersonal, Datenverarbeitung und Datenbanken, Erbringung von wirt-schaftlichen Dienstleistungen, anderweitig nicht genannt	51, 64, 65, 67, 71, 72, 73, 74
Sonstige Dienstleistungen	Energieversorgung, Wasserversorgung, Gastgewerbe, Versicherungsgewer-be, Grundstücks- und Wohnungswesen, Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung, Erziehung und Unterricht, Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen, Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung, Inte-ressenvertretungen sowie kirchliche und sonstige Vereinigungen (ohne Sozi-alwesen, Kultur und Sport), Kultur, Sport und Unterhaltung, Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Private Haushalte mit Hauspersonal, Exterritoriale Organisationen und Körperschaften	40, 41, 55, 66, 70, 75, 80, 85, 90, 91, 92, 93, 95, 99
Sonstiges (u.a. Logistik und Lagerhaltung)	Landwirtschaft und Jagd, Forstwirtschaft, Fischerei und Fischzucht, Bauge-werbe, Landverkehr; Transport in Rohrfernleitungen, Schifffahrt, Luftfahrt, Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr; Verkehrsvermittlung	1,2,5, 45, 60, 61, 62, 63

6.2 Fragebogen

Koordinierte Unternehmensbefragung zur Zufriedenheit von Unternehmen in der Stadt ##### mit den Gegebenheiten des Wirtschafts- und Lebensstandortes sowie den Serviceleistungen von Wirtschaftsförderung

Bitte bis zum **30.11.2015** zurücksenden an:

Deutsches Institut für Urbanistik
Arbeitsbereich Wirtschaft und Finanzen
Zimmerstraße 13-15
10969 Berlin

Ganz kurz:

- Wenn genaue Angaben nicht möglich sind, geben Sie bitte Schätzungen an.
- Ihre Angaben unterliegen selbstverständlich dem Datenschutz.*
- Bitte unterstützen Sie dieses Projekt mit der vollständigen Beantwortung des Fragebogens.

Rückfragen bitte an:

- Detlef Landua, Tel. 030 39001-196, Email: DLandua@difu.de

Es werden insgesamt etwa 1250 Unternehmen in ##### befragt. Wir möchten Sie herzlich bitten, mit Ihrer Teilnahme an der Umfrage zur Verbesserung der Wirtschaftsförderung in Ihrer Stadt beizutragen!

Dazu die folgenden Hinweise:

- Die Umfrage richtet sich an die Unternehmens-/ Betriebsleitung, kann aber auch an eine/n andere/n qualifizierte/n Mitarbeiter/in im Unternehmen delegiert werden.
- Gehört der Betrieb zu einem Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten oder Betrieben, beziehen sich die Fragen nur auf den an der Befragung teilnehmenden Betrieb (mit Ausnahme des Firmennamens, -hauptsitzes und der Branchenangabe).
- Sollten Sie zu einzelnen Fragen keine Antworten machen können, geben Sie bitte Schätzungen an.

Bitte schicken Sie den Fragebogen bis zum 30.11.2015 an das Difu zurück. Der Fragebogen steht Ihnen auch als Online-Formular unter folgendem Link zur Verfügung:

Fehler! Hyperlink-Referenz ungültig.

* Hinweise zum Datenschutz:

- Ihre Teilnahme an der Befragung ist **freiwillig**. Durch Nicht-Teilnahme entstehen Ihnen keinerlei Nachteile.
- **Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt**. Eine Weitergabe von Daten durch das Difu an die #### erfolgt ausschließlich anonymisiert; ein Rückschluss auf einzelne Betriebe oder Personen ist daher nicht möglich. Hiervon ausgenommen sind **Angaben zum Kontaktwunsch** an die städtische Wirtschaftsförderung (Abschnitt 4). In diesem Fall ermächtigen Sie die #### zur Verwendung Ihrer Angaben für den zukünftigen Kontaktwunsch (jedoch ausschließlich durch Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung für Zwecke der Unternehmensförderung).
- Eine Übermittlung von Daten an außerhalb der Projektpartner (### und Difu) stehende Stellen erfolgt nicht. Die ausgefüllten Fragebögen werden maschinell erfasst und anschließend vernichtet. Die Ergebnisse der Befragung werden ausschließlich in **anonymisierter Form** dargestellt.

** Informationen zum Deutschen Institut für Urbanistik:

Das Deutsche Institut für Urbanistik (Difu) ist das größte Stadtforschungsinstitut im deutschsprachigen Raum und arbeitet als Forschungs-, Fortbildungs- und Informationseinrichtung für Städte, Gemeinden, Landkreise, Kommunalverbände und Planungsgemeinschaften. Informationen zum Difu finden Sie unter: www.difu.de

1 Angaben zu Ihrem Unternehmen bzw. Betrieb*

Name des Unternehmens (bei Betrieben: Name des Mutterunternehmens):	
Adresse des Unternehmens/Betriebs*:	
PLZ/Stadt:	
Abweichender Hauptsitz des Unternehmens (nur bei Betrieben):	
Ansprechperson im Unternehmen/Betrieb	
Telefon:	Fax:
Webadresse:	
Email:	

1a Branche bzw. Wirtschaftszweig Ihres Unternehmens (nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008):

<input type="checkbox"/> Land- und Forstwirtschaft, Fischerei (A)	<input type="checkbox"/> Verkehr und Lagerei (Logistik) (H)	<input type="checkbox"/> Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung (O)
<input type="checkbox"/> Bergbau, Steine und Erden (B)	<input type="checkbox"/> Gastgewerbe (I)	<input type="checkbox"/> Erziehung und Unterricht (Bildung) (P)
<input type="checkbox"/> Verarbeitendes Gewerbe (Produktion) (C)	<input type="checkbox"/> Information und Kommunikation (J)	<input type="checkbox"/> Gesundheits- und Sozialwesen (Q)
<input type="checkbox"/> Energieversorgung (D)	<input type="checkbox"/> Finanz- und Versicherungsdienste (K)	<input type="checkbox"/> Kunst, Unterhaltung und Erholung (R)
<input type="checkbox"/> Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung, .. (E)	<input type="checkbox"/> Grundstücks- und Wohnungswesen (L)	<input type="checkbox"/> Sonstige Dienste (Verbände, Vereinigungen, Reparatur, personenbez. Dienste) (S)
<input type="checkbox"/> Baugewerbe (F)	<input type="checkbox"/> Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienste (M)	<input type="checkbox"/> Private Haushalte (T)
<input type="checkbox"/> Handel; Instandhaltung, Kfz-Reparatur (G)	<input type="checkbox"/> Sonstige wirtschaftliche Dienste (N)	<input type="checkbox"/> Exterritoriale Organisationen und Körperschaften (U)

K11 Welche Art der Tätigkeiten finden sich in Ihrem Unternehmen im Schwerpunkt? (Alle zutreffenden Felder bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/> Handwerk	<input type="checkbox"/> Produktion	<input type="checkbox"/> Unternehmensbezogene Dienstleistungen (ohne Forschung und Entwicklung)
<input type="checkbox"/> Forschung und/oder Entwicklung	<input type="checkbox"/> Personenbezogene Dienstleistungen	<input type="checkbox"/> Öffentliche Dienstleistungen

K13 Bitte nennen Sie uns Ihre wichtigsten Absatzmärkte? (Alle zutreffenden Felder bitte ankreuzen)

<input type="checkbox"/> Stadt	<input type="checkbox"/> Region	<input type="checkbox"/> Deutschland	<input type="checkbox"/> Europa, insbesondere	<input type="checkbox"/> Welt, insbesondere
--------------------------------	---------------------------------	--------------------------------------	---	---

1b Gehören Sie einer Kammer bzw. berufsständischen Körperschaft an?

<input type="checkbox"/> Industrie- und Handelskammer	<input type="checkbox"/> Handwerkskammer	<input type="checkbox"/> Sonstige Kammer/berufsständische Körperschaft
---	--	--

1c Zahl der Beschäftigten in Ihrem Unternehmen am (Betriebs-)Standort im Jahresdurchschnitt 2014 (inkl. Auszubildenden, Praktikanten und Teilzeitkräfte):

Gesamtzahl der Beschäftigten: _____ hiervon Auszubildende: _____

1d Wie beurteilen Sie die Perspektiven/Entwicklungen Ihres Unternehmens/Betriebs* am Standort innerhalb der nächsten 5 Jahre mit Blick auf...?

		sehr positiv	eher positiv	unverändert	eher negativ	sehr negativ	Weiß nicht/trifft nicht zu
A	die Entwicklung der Geschäftslage insgesamt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	die Entwicklung des Umsatzes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	die Entwicklung der Investitionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	die Möglichkeit von Standorterweiterungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1e Wie beurteilen Sie die Entwicklungsperspektiven Ihrer Stadt innerhalb der nächsten 5 Jahre insgesamt?

		sehr positiv	eher positiv	unverändert	eher negativ	sehr negativ	Weiß nicht
A	die Entwicklung der Wirtschaft in der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	die Entwicklung der Stadt als Wohn- und Lebensstandort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

* Gehört der Betrieb zu einem Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten oder Betrieben, beziehen sich die Fragen nur auf den an der Befragung teilnehmenden Betrieb (mit Ausnahme des Firmennamens, -hauptsitzes und der Branchenangabe)

2 Zufriedenheit mit dem Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung

2a Kennen Sie die Leistungen und Angebote der für Sie zuständigen Wirtschaftsförderung?

<input type="checkbox"/> ja, gut	<input type="checkbox"/> ja, etwas	<input type="checkbox"/> nein (→ weiter mit den Fragen in Abschnitt 3)
----------------------------------	------------------------------------	--

2b Wie sind Sie auf die Leistungen/Angebote der für Sie zuständigen Wirtschaftsförderung aufmerksam geworden? **(Mehrfachnennungen möglich – kreuzen Sie alle zutreffenden Felder an)**

<input type="checkbox"/> Presse	<input type="checkbox"/> Internet	<input type="checkbox"/> Veranstaltungen
<input type="checkbox"/> Mein Unternehmen ist langjähriger Nutzer der Angebote der Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/> Empfehlung durch	<input type="checkbox"/> Sonstiges und zwar...
<input type="checkbox"/> eigene Kontaktsuche		

2c Haben Sie innerhalb des letzten Jahres Angebote der Wirtschaftsförderung genutzt?

<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
-----------------------------	-------------------------------

2d Im Gesamtbild: Wie zufrieden sind Sie mit Arbeit und Angeboten der Wirtschaftsförderung?

sehr zufrieden <input type="checkbox"/>	eher zufrieden <input type="checkbox"/>	eher unzufrieden <input type="checkbox"/>	sehr unzufrieden <input type="checkbox"/>
--	--	--	--

11 Hier eine Frage zum Bereich Technologietransfer und -beratung: Wie würden Sie den zukünftigen Bedarf einer Technologieberatung durch die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung ##### () einschätzen?

sehr hoch <input type="checkbox"/>	hoch <input type="checkbox"/>	weniger hoch <input type="checkbox"/>	gar kein Bedarf <input type="checkbox"/>
Wenn möglich, begründen Sie bitte Ihre Einschätzung:			

2e Kennen Sie folgende Angebote der Wirtschaftsförderung und – wenn Sie sie kennen – wie zufrieden sind oder waren Sie jeweils damit? (In jeder Zeile bis zu drei Angaben; Schulnoten: 1= sehr gut, ..., 6 = unbefriedigend)

		Ist bekannt?		Bereits genutzt?		Wenn bereits genutzt: Zufriedenheit (Schulnote)						weiß nicht
		ja	nein	ja	nein	1	2	3	4	5	6	
A	Ansiedlungsservice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Gewerbefächenservice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Immobilienervice	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Unterstützung bei Antrags/ Genehmigungsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Existenzgründerberatung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	Unterstützung von Netzwerk- und Clusterbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	Finanzierungs- und Fördermittelberatung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	Unterstützung bei der Rekrutierung von Fach- und Führungskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	Messen/Ausstellungen/Veranstaltungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	Vermittlung von Kontakten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	Unterstützung beim Technologietransfer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	Standortmarketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l1	Bereitstellung von Infrastruktur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	Sonstiges, und zwar:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2f Wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung in Bezug auf...

		Zufriedenheit (Schulnote)						Weiß nicht/ Kann ich nicht beurteilen
		1	2	3	4	5	6	
A	die Öffnungszeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	die Erreichbarkeit von Ansprechpartnern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	die Verständlichkeit von mündlichen und schriftlichen Aussagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	die Abstimmung und Koordination mit anderen kommunalen Einrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	die Bereitstellung von Informationen und Informationsmaterial (insgesamt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	☞ durch Printmedien (Broschüren, Eigenveröffentlichungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	☞ durch Online-Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2g Im Folgenden nennen wir Ihnen eine Reihe von Eigenschaften, mit denen man die Arbeit der Wirtschaftsförderung in ihrer Kommune beschreiben kann. Bitte kreuzen Sie möglichst spontan an, wo sich diese Arbeit Ihrer Meinung nach zwischen den einzelnen Gegensatzpaaren jeweils am ehesten einordnen lässt. Die Wirtschaftsförderung ist ...

		← sehr zutreffend	← eher zutreffend	weder noch	eher → zutreffend	sehr → zutreffend	
A	flexibel...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...unflexibel
B	rückständig...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...modern
C	fachlich kompetent...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...fachlich inkompetent
D	ineffektiv...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...effektiv
E	nützlich...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...nutzlos
F	unverbindlich...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... verbindlich
G	zuverlässig...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	... unzuverlässig
H	unfreundlich...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...freundlich
I	engagiert ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...gleichgültig
J	serviceorientiert...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...bürokratisch
K	praxisfern...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...praxisnah
L	einfallslos...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...kreativ
M	einflussreich...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	...einflussarm

2h Was könnte die Wirtschaftsförderung an Ihrem Angebot verbessern? Welche konkreten Angebote, Leistungen und Informationen vermissen Sie?

Verbesserungen	Dinge, die sie vermissen

3 Einschätzungen zum Wirtschafts-, Wohn- und Lebensstandort ihrer Kommune

K32 Erwägen Sie einen Standortwechsel oder zumindest eine teilweise Verlagerung von Betriebsteilen?

<input type="checkbox"/> Ja, innerstädtisch	<input type="checkbox"/> Ja, in die umliegende Region	<input type="checkbox"/> Ja, innerhalb Deutschlands	<input type="checkbox"/> Ja, außerhalb Deutschlands	<input type="checkbox"/> Nein
---	---	---	---	-------------------------------

K33 Sofern Sie die vorhergehende Frage mit „ja“ beantwortet haben: Nennen Sie bitte die 3 wichtigsten Gründe (Bitte jeweils unten eintragen)

1.
2.
3.

K35 Nur bei Betrieben von Unternehmen mit mehreren Standorten auch außerhalb der Stadt: Wo werden maßgebliche Standortentscheidungen getroffen?

<input type="checkbox"/> Am Betriebsstandort	<input type="checkbox"/> Am Unternehmenssitz in Deutschland	<input type="checkbox"/> Am Unternehmenssitz im Ausland
--	---	---

3a Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschafts-, Wohn- und Lebensstandort?

		sehr zufrieden	eher zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
A	Wirtschaftsstandort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Wohn-/Lebensstandort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3b Wie wichtig sind für Sie als Unternehmer die folgenden „wirtschaftsbezogenen“ Standortfaktoren und wie zufrieden sind Sie mit diesen Standortfaktoren in Ihrer Kommune mit Blick auf die Entwicklung des eigenen Unternehmens/Betriebes? (Bitte machen sie in jeder Zeile zwei Angaben)

		Wichtigkeit/Bedeutung für Ihr Unternehmen/Ihren Betrieb				Zufriedenheit mit den lokalen Gegebenheiten (Schulnoten)							
		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	1	2	3	4	5	6	weiß nicht	
A	Steuern, Abgabe, Gebühren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Verfügbarkeit von Fördermitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Verfügbarkeit von Expansionsflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Gehalts-/Lohnkosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Verfügbarkeit von Fachkräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	Zugang zu Netzwerken und Clustern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	Nähe zu Absatzmärkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Wettbewerbssituation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	Attraktivität/Image und Erscheinungsbild des Betriebsstandortes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3c Wie wichtig ist für Sie im Speziellen die Verkehrs- und Informations-/Kommunikationsinfrastruktur? Wie zufrieden sind Sie mit Ihr in Ihrer Kommune im Hinblick auf Ihr Unternehmen/Ihren Betrieb? **(Zwei Angaben pro Zeile)**

		Wichtigkeit/Bedeutung für Ihr Unternehmen/Ihren Betrieb				Zufriedenheit mit den lokalen Gegebenheiten (Schulnoten)						
		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	1	2	3	4	5	6	weiß nicht
<i>Verkehr</i>												
A	Verkehrsanbindung der Stadt/Region insgesamt, darunter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	➔ Anbindung an überregionales Straßennetz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	➔ Anbindung an überregionales Schienenverkehr (IC,ICE usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	➔ Anbindung an internationalen Flugverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Verkehrssituation am Unternehmens-/Betriebsstandort insges., darunter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	➔ Innerstädtische Straßenanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	➔ Parkmöglichkeiten/Stellplätze	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	➔ ÖPNV-Anbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Information- und Kommunikation</i>												
I	Verfügbarkeit von kabelgebundenen Breitbandinfrastrukturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	Verfügbarkeit von leistungsfähigen Mobilfunkstrukturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3d Wie wichtig sind für Sie die Gegebenheiten Ihrer Stadt/Region als Wohn- und Lebensstandort und wie zufrieden sind sie mit diesen „weichen“ Standortfaktoren? **(Zwei Angaben pro Zeile)**

		Wichtigkeit/Bedeutung für Sie				Zufriedenheit mit den lokalen Gegebenheiten (Schulnoten)						
		sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	unwichtig	1	2	3	4	5	6	weiß nicht
A	Schulen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	Kinderbetreuungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C	Gesundheitsversorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D	Öffentlicher Nahverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E	Erholungs- und Grünraumangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F	„Hochkultur“ (Theater, Oper usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G	„Kleinkultur“ (Clubs, „Szene“ usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H	Toleranz/Weltoffenheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I	Luft- und Umweltqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J	Sicherheit in der Stadt/Gemeinde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	Einkaufen und Versorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Hotellerie und Beherbergungsangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	Verfügbarkeit von Wohnraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

K36 Wie beurteilen Sie insgesamt die Perspektiven Ihrer Stadt als Wirtschaftsstandort?

<input type="checkbox"/> Stark aufstrebend	<input type="checkbox"/> Aufstrebend	<input type="checkbox"/> Stabil	<input type="checkbox"/> Abfallend	<input type="checkbox"/> Stark abfallend
--	--------------------------------------	---------------------------------	------------------------------------	--

4 Kontaktwunsch

4a Haben Sie Wünsche oder Fragen an die Wirtschaftsförderung und wünschen Sie Kontaktaufnahme durch die Wirtschaftsförderung?

<input type="checkbox"/> ja, schriftlich / per E-Mail	<input type="checkbox"/> ja, telefonisch	<input type="checkbox"/> nein danke
---	--	-------------------------------------

Wenn ja, können Sie in wenigen Worten Ihr Anliegen beschreiben?

Ihr Anliegen, bitte unten eintragen:

4b Möchten Sie direkt über die Ergebnisse der Befragung informiert werden (über die allgemeine Berichterstattung in Newslettern oder der örtlichen Presse hinaus)?

<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein danke
-----------------------------	-------------------------------------

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!