



Detlef Landua, Sandra Wagner-Endres, Ulrike Wolf

Standortfaktoren für Unternehmen – die kommunale Sicht

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

Inhalt

1.	Zielstellungen im Rahmen der Kurzstudie	3
2.	Methodisches Vorgehen und Datenbasis	4
3.	Begriffsbestimmung	5
4.	Ergebnisse	6
4.1	Angaben zum Unternehmen bzw. Betrieb	6
4.2	Einschätzungen zum Standort sowie zu einzelnen Standortfaktoren	8
4.3	Zusammenfassung wichtiger Ergebnisse	20
5.	Bedeutung einzelner Standortfaktoren für Kommunen und Regionen	21
5.1	Allgemeine Entwicklungstrends und Herausforderungen	21
5.2	Auswirkungen auf die Relevanz von Standortfaktoren	22
5.3	Standortfaktoren der Zukunft – Ansätze für die Stadtentwicklungspolitik	23
6.	Anhang	28
6.1	Tabellenanhang	28
6.2	Fragebogen	30
	Impressum	39

1. Zielstellungen 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“ zu kommunalen Standortfaktoren entspricht grundsätzlich zunächst dem klassischen Ziel von vielen bisherigen Unternehmensbefragungen: die Erhebung von Einschätzungen aus Unternehmen und Betrieben (also von den „Kund/innen“ und potenziellen „Kund/innen“ von Wirtschaftsförderung) zu Unternehmensstrukturen und Veränderungsabsichten, zu Standortbedingungen, zur Servicequalität der Wirtschaftsförderung, der kommunalen Services insgesamt sowie zu Verbesserungsmöglichkeiten. Die Fragebögen zur „Koordinierten Unternehmensbefragung“ stehen 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 bietet die „Koordinierte Unternehmensbefragung“ einen erheblichen 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 tiefergehende Analysemöglichkeiten

Die KfW Bankengruppe beauftragte im Dezember 2016 das Deutsche Institut für Urbanistik (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 hatten. Die Auswertung dieser Daten orientiert sich an den folgenden Fragenkomplexen:

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

Ziel der Untersuchung: Standortfaktoren der Zukunft und Ansatzpunkte für die Stadtentwicklung

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 wurden) sowie einen „Kürfragebogen“ (mögliche standardisierte Ergänzungsfragen). Die Fragebögen wurden gemeinsam von einer Arbeitsgruppe kommunaler Wirtschaftsförderer im Deutschen Städtetag (DST) und im 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 zehn und mehr Beschäftigten sowie um eine Zufallsstichprobe von ca. 20 % aller Unternehmen mit weniger als zehn 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 % und 17,4 %.

Die folgenden Auswertungen basieren auf den Ergebnissen aus insgesamt 674 Unternehmen aus vier Großstädten mit mehr als 100.000 Einwohner/innen (aus Niedersachsen und Sachsen) ein. Alle Städte sind in den Jahren 2011 bis 2015 unterschiedlich stark gewachsen und hatten in diesem Zeitraum auch Beschäftigungszuwächse zu verzeichnen. 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. 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 und weiche Standortfaktoren definieren die Standortqualität eines Ortes

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:

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

- 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 auf einem zumindest ähnlichen Niveau 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:

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);

² Für die hier genutzte Einteilung siehe: Busso Grabow u.a.: Weiche Standortfaktoren, Stuttgart/Berlin/Köln 1995 (Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik, Bd. 89), S. 2–5, sowie: U. Hahne (1995): Neuere Entwicklungen in der Regionalförderung, in: R. Ridinger u.a. (Hrsg.): Regionale Wirtschaftsförderung in der Praxis, Köln 1995, S. 8–30.

Weitere Literatur zum Thema: Josiane Meier: Standortfaktoren im Wandel. Erkenntnisse aus der Forschung zu Standortfaktoren und Standortwahl von Unternehmen, Berlin 2011 (Difu-Impulse, Bd. 1/2011); Matthias Kiese: Standortfaktoren in der Wissensökonomie: Theorie, empirische Befunde und Gestaltungsmöglichkeiten für Städte und Regionen, in: Daniel Zwicker-Schwarm (Hrsg.): Wirtschaftsflächen der Zukunft. Flächenentwicklung für wissensintensive Unternehmen. Fachtagungsdokumentation, Berlin 2013 (Difu-Impulse, Bd. 5/2013).

- Branchenkontakte (Vorhandensein gleicher, verwandter oder unterstützender Branchen und Zulieferer; Kommunikations- und Kooperationsmöglichkeiten);
 - Hochschul- und Forschungseinrichtungen;
 - innovatives Milieu (Informationsfluss zwischen Unternehmen, Forschungs-, Entwicklungs- und Ausbildungsinstitutionen);
 - 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.

Bedarfe und Bedeutung von Standortfaktoren sind unternehmensabhängig

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

4.1 Angaben zum Unternehmen bzw. Betrieb

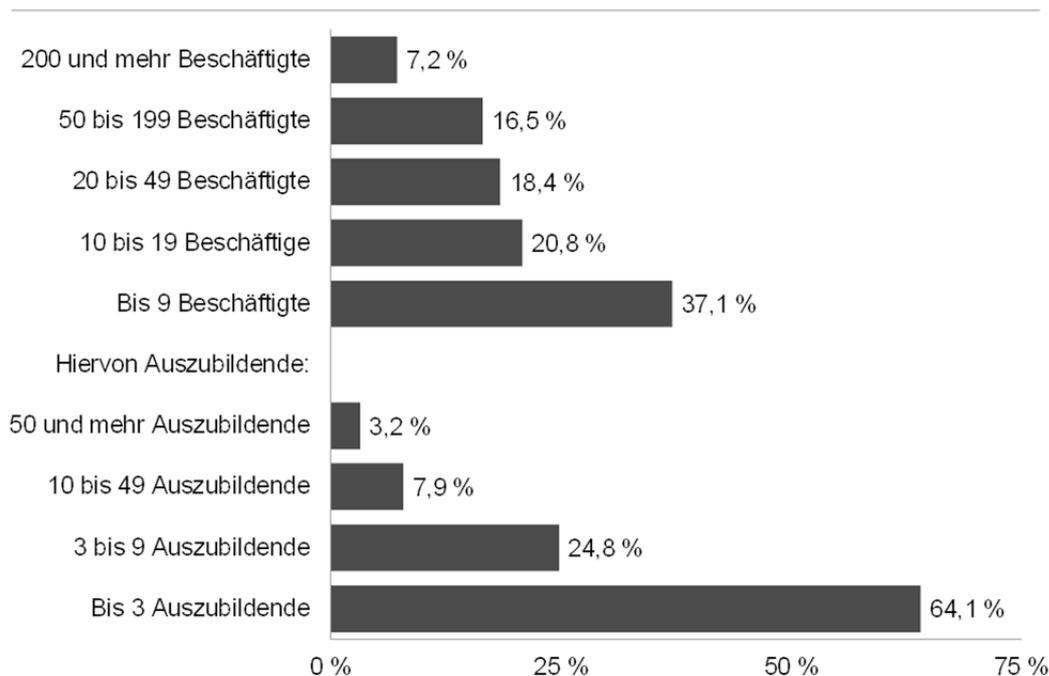
Beschäftigtenstruktur

Die Wirtschaftsstandorte der einbezogenen Städte sind vorwiegend von Kleinstbetrieben und mittleren Unternehmen geprägt (Abb. 1). Der Anteil der teilnehmenden Firmen mit weniger als zehn Beschäftigten liegt bei rund 37 %. Unter den befragten Betrieben haben demnach etwa 63 % zehn und mehr Beschäftigte.

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

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

Abb. 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 durch einen relativ großen Anteil (rund zehn Prozent) an wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungsbetrieben wider (Abb. 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 zehn Prozent. Die übrigen knapp 43 % der Unternehmen verteilen sich kleinteilig auf 15 weitere Branchen.

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 Abb. 1) und „Branchenzugehörigkeit“ (gemäß Wirtschaftsgruppen des TBS-GIFPRO-Modells³) einbezogen. Signifikante⁴ Teil-

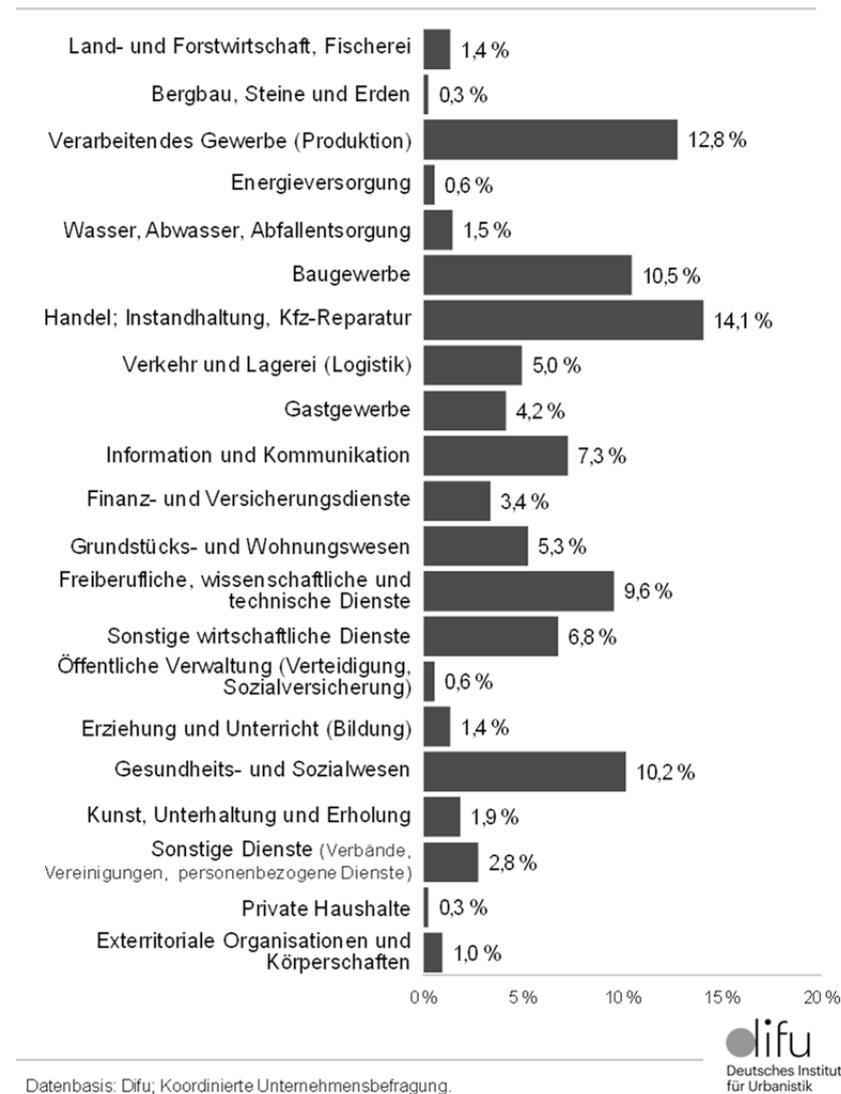
Die Struktur der Wirtschaft und die Branchenverteilung sind von „wissenschaftlichen/technischen Dienstleistungsbetrieben“, „Handel, Instandhaltung, Kfz-Reparatur“, „Gesundheits- und Sozialwesen“, „Baugewerbe“ und dem „Verarbeitenden Gewerbe“ geprägt

³ Da die Gliederungsebene nach den 21 Abschnitten gemäß WZ 2003 (Abb. 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 Tab.-A3 im Anhang. 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 zugrunde liegenden Datenmaterial entsprechen. Bei den folgenden Analysen wurden dabei für Vergleiche prozentualer Verteilungen kategorialer Merkmale der sogenannte „Chi-Quadrat-Test“ und für Mittelwertvergleiche die einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA) genutzt.

gruppenunterschiede werden im Text hervorgehoben und als Tabellen ausgewiesen.

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



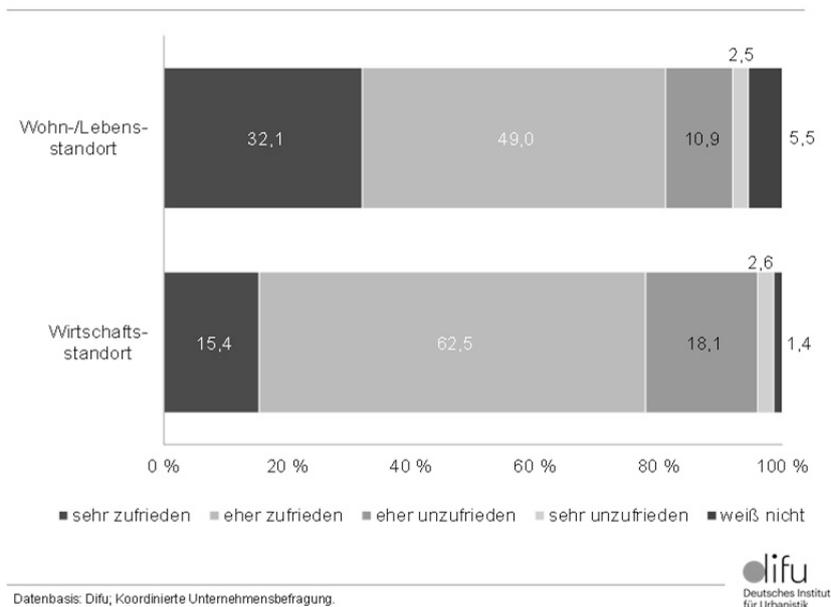
4.2 Einschätzungen zum Standort sowie zu einzelnen Standortfaktoren

Zufriedenheit mit dem Wirtschafts- und Wohnstandort

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

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

Abb. 3:
Zufriedenheit mit dem
Wirtschafts- bzw.
Wohn- und Lebens-
standort (n= 651)



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

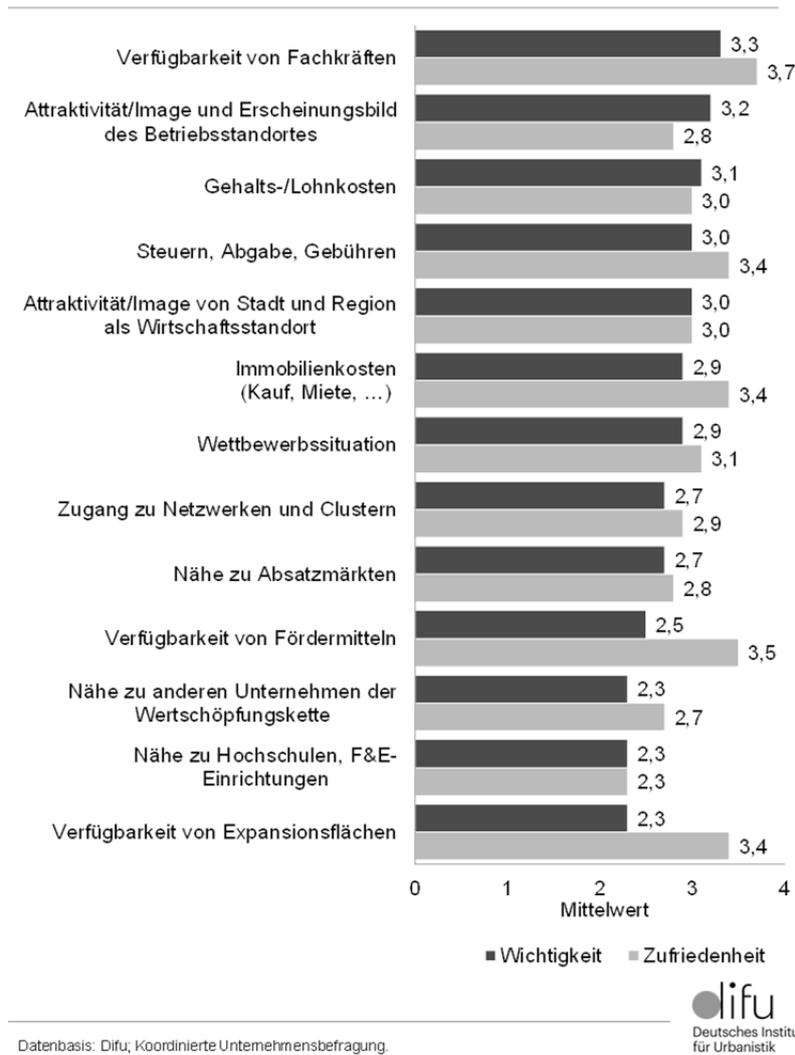
Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel und Kfz-Handel sind mit dem Wirtschaftsstandort eher unzufrieden

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 (Abb. 4 und 4a). Allerdings wird gerade dieses wichtige Thema vonseiten 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 „Attraktivität/Image von Stadt und Region als Wirtschaftsstandort“ werden vonseiten der teilnehmenden Unternehmen noch mit einem „befriedigend“ bewertet (3,4 und 3,0).

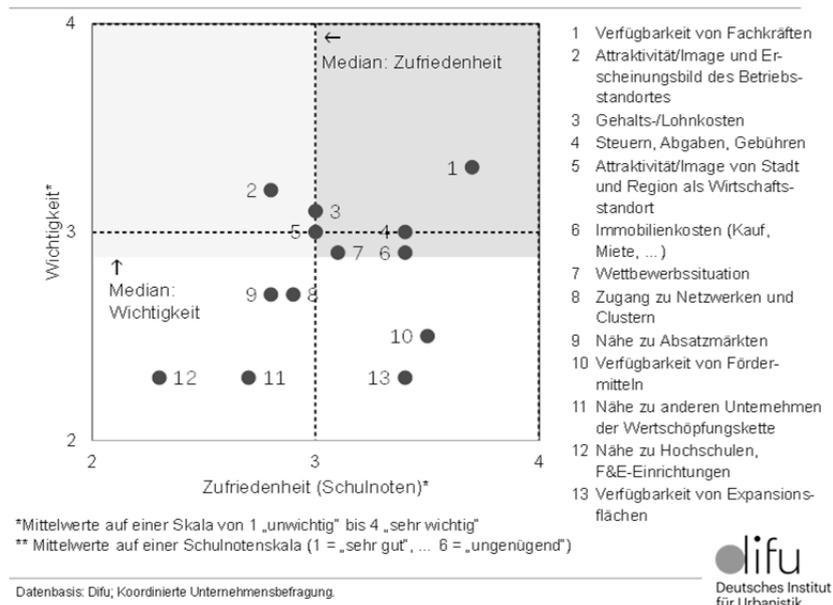
Hohe Bedeutung von und verbreitete Unzufriedenheit mit der „Verfügbarkeit von Fachkräften“

Abb. 4:
Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren



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 und 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.

Abb. 4a:
Bedeutung und Bewertung wirtschaftsbezogener Standortfaktoren



Standortanbindung

Eine gute verkehrliche Anbindung sowie leistungsfähige digitale Infrastrukturen sind Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Gewerbestandorte. Das verdeutlichen auch die Ergebnisse der Koordinierten Unternehmensbefragung (Abb. 5 und 5a). Die „Verfügbarkeit von Breitbandverbindungen“, „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 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 von und relative Unzufriedenheit mit den „Parkmöglichkeiten/Stellplätzen“ und der „Breitbandinfrastruktur“

Abb. 5:
 Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur

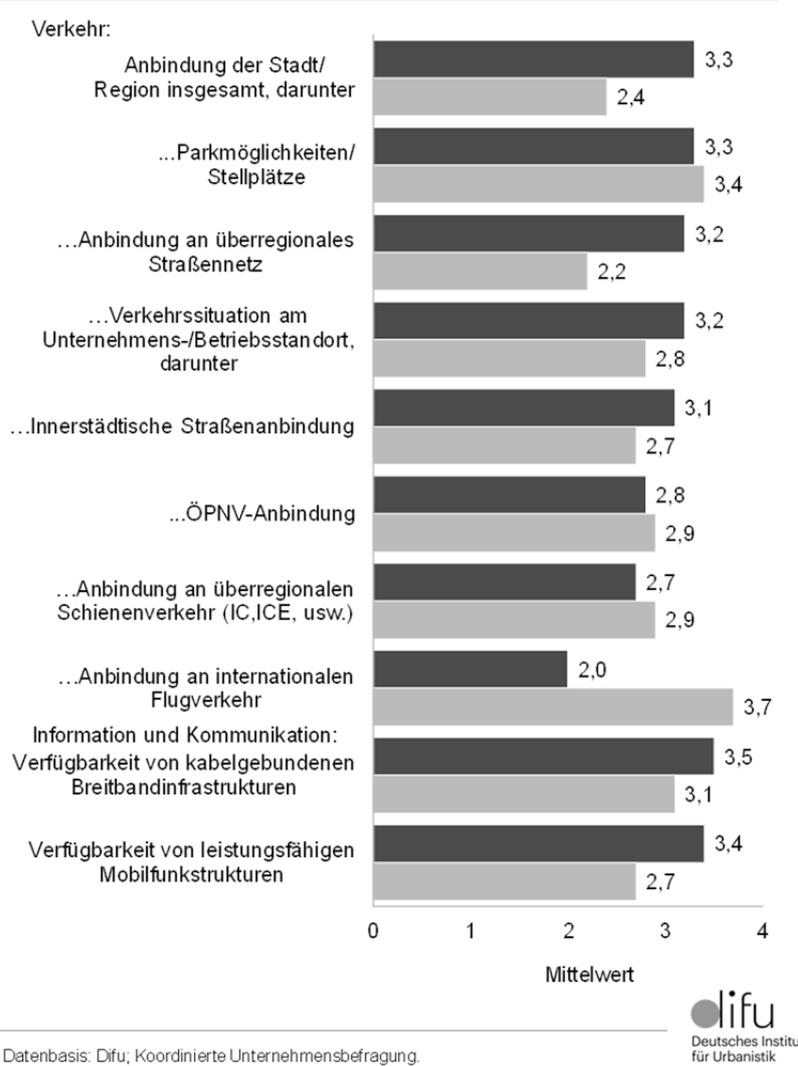
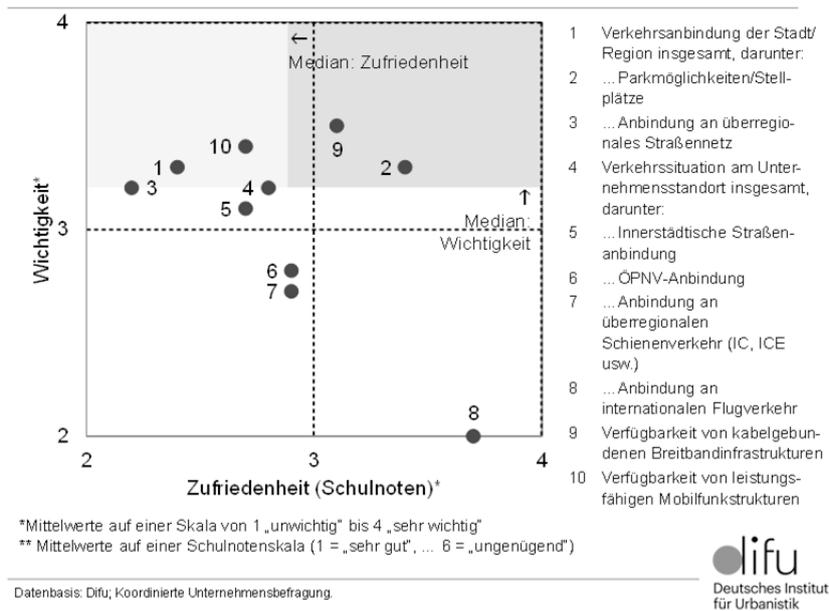


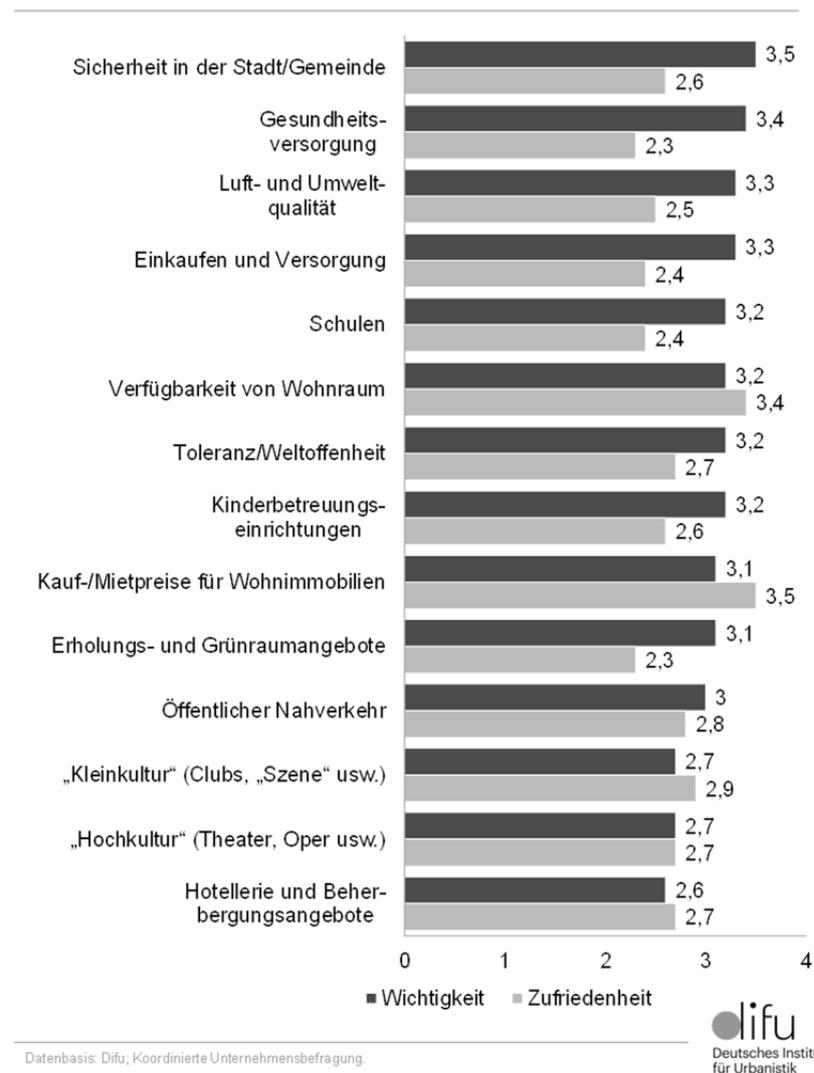
Abb. 5a:
 Bedeutung und Bewertung der Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur



Weiche, personenbezogene Standortfaktoren

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

Abb. 6:
Bedeutung und Bewertung „weicher“ personenbezogener Standortfaktoren

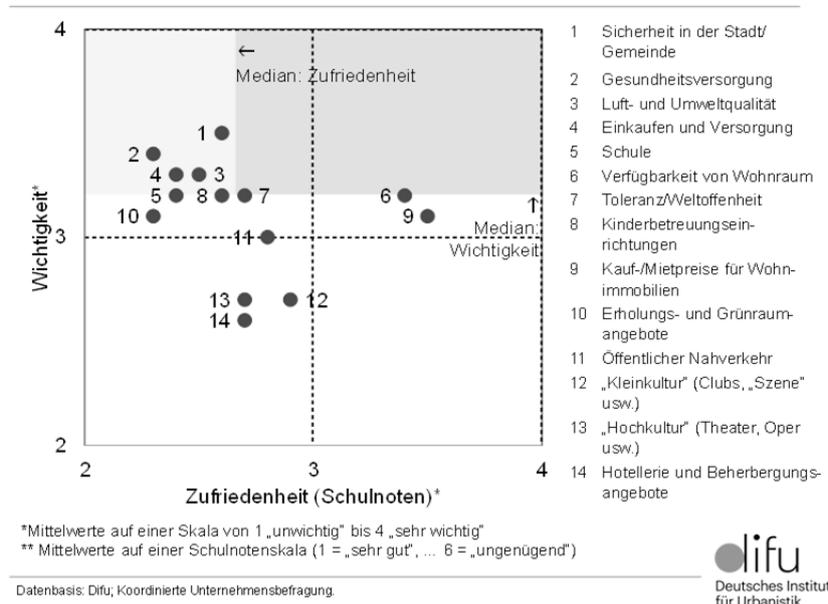


Für die teilnehmenden Unternehmen stehen dabei die „Sicherheit in der Stadt“ und die „Gesundheitsversorgung“ an der Spitze der wichtigsten Faktoren (3,5 bzw. 3,4). Beide Bereiche werden durchschnittlich noch mit einem „gut“ bewertet, wobei die Gesundheitsversorgung im Vergleich mit anderen vorgegebenen Faktoren den besten Zufriedenheitswert (2,3) erhält. Wichtig für die Befragten sind auch „Luft- und Umweltqualität“, „Einkaufs- und Versorgungsangebote“ sowie „Schulen“, deren Qualität als Standortfaktoren – alles in allem – ebenfalls jeweils zwischen „gut“ und „befriedigend“ eingeschätzt wird. Andere vonseiten der Unternehmen als relativ wichtig eingeschätzte Aspekte wie „Verfügbarkeit von Wohnraum“, „Toleranz und Weltoffenheit“, „Kinderbetreuungseinrichtungen“, „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 Standort-

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

faktoren 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.

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



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 eingeschätzt werden, sondern insbesondere vom „Verarbeitenden Gewerbe“ als zu hoch empfunden werden (Tab. 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 „Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel; Kfz-Handel“ 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

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

Für den Großteil der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes ist die Verfügbarkeit von Breitband am wichtigsten

Einkaufen und Versorgung ist für die meisten Betriebe des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ von großer Bedeutung

überregionalen Schienenverkehr“ (47 %), die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ (17 %) sowie die Faktoren aus dem Bereich „Information und Kommunikation“ (Breitbandinfrastruktur und Mobilfunkstruktur; 85 % und 83 %) dar.

Für Betriebe aus dem Bereich „Wirtschaftsnahe 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 „Innerstädtische Straßenanbindung“ (78 %).

Der Bereich „Sonstige Dienstleistungen“ ist in seiner Zusammensetzung recht heterogen (siehe Tab.-A3 im Anhang). 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 %). Als weniger wichtig werden von diesen Betrieben als Standortfaktoren u.a. die „Verfügbarkeit von Expansionsflächen“ (36 %) und die „Anbindung an den internationalen Flugverkehr“ (22 %) eingeschätzt.

Für den größten Teil der Unternehmen der Wirtschaftsnahen Dienstleistungen ist die „Innerstädtische Straßenanbindung“ zentral

Die lokale Verkehrssituation ist für die meisten Betriebe der „Sonstigen Dienstleistungen“ wichtig

Tab. 1:
Bedeutung einzelner
Standortfaktoren nach
Wirtschaftsgruppen

Standortfaktoren, Anteile „wichtig“ und „sehr wichtig“	Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					
	Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	Insg.:
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 insgesamt, 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 %

Standortfaktoren, Anteile „wichtig“ und „sehr wichtig“	Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					
	Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	Insg.:
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 (Tab. 2). Als ein weiterer Gesamtbefund lässt sich für die angeführten Betriebsgrößenklassen erkennen, dass eine Reihe von Standortfaktoren vonseiten größerer Betriebe als bedeutsamer eingestuft werden, als dies bei kleineren Betrieben der Fall ist. Dieser Unterschied tritt dabei meist besonders deutlich beim Vergleich von Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten und Kleinstbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten 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 Beschäftigten in ihrer Bedeutung als Standortfaktoren erheblich stärker als von Kleinstbetrieben hervorgehoben.

Für Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten sind einzelne Standortfaktoren deutlich wichtiger als für Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten.

Tab. 2:
Bedeutung einzelner
Standortfaktoren nach
Betriebsgrößenklassen

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 For- schungseinrichtungen	34 %	41 %	41 %	52 %	68 %	42 %
Nähe zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette	36 %	41 %	47 %	57 %	55 %	44 %
Attraktivität/Image von Stadt und Regi- on als Wirtschaftsstandort	kein großer Unterschied					76 %
Attraktivität/Image und Erscheinungs- bild des Betriebsstandortes	kein großer Unterschied					84 %
Verkehrsanbindung der Stadt/ Region insgesamt, darunter	kein großer Unterschied					89 %
• Anbindung an überregionales Stra- ßennetz	kein großer Unterschied					82 %
• Anbindung an überregionalen Schie- nenverkehr (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 Beherbergungsangebo- te	52 %	60 %	56 %	70 %	61 %	58 %
Verfügbarkeit von Wohnraum	kein großer Unterschied					85 %
Kauf-/Mietpreise für Wohnimmobilien	kein großer Unterschied					83 %

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 Beschäftigten 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 zehn Beschäftigten 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 Tab.-A1 im Anhang) und Unternehmen dieses Wirtschaftszweiges dem wirtschaftsbezogenen Faktor „Gehalts- und Lohnkosten“ eine geringere Bedeutung beimessen als Unternehmen aus anderen Wirtschaftsgruppen. Die Wichtigkeit der „Nähe zu Absatzmärkten“ wird vornehmlich von Betrieben mit zehn bis 19 Beschäftigten hervorgehoben (70 %). „Hotellerie und Beherbergungsangebote“ werden speziell von Betrieben mit 50 bis 199 Beschäftigten 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 Tab. 1 sowie Tab.-A1 im Anhang).

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 (Tabellen 3 und 4). Mit den meisten Standortfaktoren sind die berücksichtigten Teilgruppen demnach gleichermaßen zufrieden bzw. unzufrieden.

Hervorhebenswerte Abweichungen sind allerdings zwischen den Wirtschaftsgruppen bei der Zufriedenheit mit dem Standortfaktor „Immobilienkosten (Kauf, Miete, ...)“ erkennbar (Tab. 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 eingestuftem 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 bei der „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.

„Steuern, Abgaben, Gebühren“ sind für Kleinstbetriebe deutlich wichtiger als für Großunternehmen mit mehr als 200 Beschäftigten. Betriebe mit zehn bis 19 Beschäftigten schätzen die „Nähe zu Absatzmärkten“ am stärksten unter den Befragten.

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

Das Verarbeitende Gewerbe ist mit einigen der wichtigsten Standortfaktoren eher zufriedener als andere Teilgruppen.

Betriebe des „Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels; Kfz-Handels“ sind mit einzelnen Standortfaktoren eher unzufrieden.

Tab. 3:
Zufriedenheit mit
einzelnen Standort-
faktoren nach Wirt-
schaftsgruppen

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

Schließlich kann noch auf die unterschiedliche Bewertung 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 (Tab. 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 Beschäftigten tendenziell besser bewertet.

Bei anderen Standortfaktoren tritt vor allem die vergleichsweise stark ausgeprägte Unzufriedenheit unter Kleinbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten 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 zehn bis 19 Beschäftigten sowie Großbetriebe mit mehr als 200 Beschäftigten die jeweils höchsten Zufriedenheitswerte aufweisen. Erklärungsansätze für diesen speziellen Teilbefund lassen sich anhand der vorliegenden Daten nicht finden.

Die „ÖPNV-Anbindung“ wird von Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes und des Nicht zentrenrelevanten Einzelhandels und Kfz-Handels schlechter bewertet

Die Zufriedenheit ist bei Betrieben mit zunehmender Zahl an Beschäftigten tendenziell höher

Die Unzufriedenheit ist bei Betrieben mit weniger als zehn Beschäftigten partiell stärker

Unternehmen mit zehn bis 19 sowie mit mehr als 200 Beschäftigten sind vereinzelt zufriedener als die anderen Teilgruppen

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 vonseiten der teilnehmenden Unternehmen weiche Standortfaktoren tendenziell 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 als deutlich weniger wichtig 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 Beschäftigten mit weichen Standortfaktoren wie „Toleranz/Weltoffenheit“ oder der „Umweltqualität“ eher zufrieden sind als kleinere Betriebe.

Wichtigste weiche Standortfaktoren sind „Sicherheit der Stadt/Gemeinde“ und „Gesundheitsversorgung“ „Schulen“ und „Kinderbetreuungseinrichtungen“ sind vor allem für größere Betriebe wichtig

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

Nummer eins der wichtigsten Standortfaktoren ist die Verfügbarkeit digitaler Infrastrukturen

insbesondere innerhalb der Wirtschaftsgruppen des „Verarbeitenden Gewerbes“ und der „Wirtschaftsnahen Dienstleistungen“ sowie vonseiten größerer Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten 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.

Nachholbedarf besteht bei den wichtigen Standortfaktoren „Verfügbarkeit von Fachkräften“ sowie „Parkmöglichkeiten und Stellplätze“

5. Bedeutung einzelner Standortfaktoren für Kommunen und Regionen

5.1 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.

In den Städten steht der „urbane Kontext“ noch stärker als in der Vergangenheit im Blickfeld. Der Trend zur **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 die „Schwarmstädte“ 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 starken Bodenversiegelung.

Urbanes Wachstum erfordert neue Kapazitäten für eine funktionierende Stadt

Ökologische Folgen wie der **Klimawandel** und die Endlichkeit der natürlichen Ressourcen führen zu einem allmählichen Bewusstseinswandel hinsichtlich der 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.

Kommunale Nachhaltigkeitsziele, Klimaschutz und effizienteres Wirtschaften prägen Standortentwicklungen

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 demografischen Wandel ohne entsprechende Zuwanderung deutlich verstärken wird und bereits heute in vielen Kommunen und Regionen ein bedeutendes Entwicklungshemmnis darstellt.

Demografischer Wandel verstärkt regionale Disparitäten

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), die Zunahme der Unternehmensverflechtungen (Wertschöpfungsnetze), den individualisierten Massenmarkt, die wissensbasierte Ökonomie und nicht zuletzt den Wettbewerb um Hochqualifizierte und Kreative sowie veränderte, flexibilisierte Arbeitswelten.

Digitalisierung und Industrie 4.0 verändern Wirtschaft und Arbeitswelten

5.2 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 (potenzieller) Beschäftigte. 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

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,
- die Verfügbarkeit von (bezahlbarem) Wohnraum,
- das Angebot an Kitas und Schulen,
- die Toleranz und Weltoffenheit einer Kommune.

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

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 die 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.

Individuelle Bedeutung der Standortfaktoren nach Branchen und unterschiedliche Anforderungen an Makro- und Mikrostandort

Die anhaltende Zunahme von Unternehmensnetzungen im Zuge der Globalisierung und des Trends 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 der zunehmenden Bedeutung von (potenziellen) Kontaktmöglichkeiten und Vernetzungen Rechnung getragen, die über die Branche und das 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 keinesfalls mit einer verringerten Rolle harter Standortfaktoren. Vielmehr sind auch hier die Anforderungen an Kommunen 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 gute lokale als auch überregionale verkehrliche Anbindungen, die mit den Anforderungen kleinerer Dienstleistungsbetriebe mit einer Ausrichtung auf den lokalen Markt nicht vergleichbar sind. 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

5.3 Standortfaktoren der Zukunft – Ansätze für die Stadtentwicklungspolitik

Anhand der beschriebenen Ergebnisse lassen sich Schlussfolgerungen für eine zukunftsorientierte Stadtentwicklungspolitik ableiten. Grundsätzlich sind jedoch die regionalen Verknüpfungen und Interdependenzen zu berücksichtigen und Strategien im stadtreionalen Kontext zu betrachten, um daraus konkrete Handlungsempfehlungen für Kommunen entwickeln zu können.

Handlungsempfehlungen müssen im stadtreionalen Kontext betrachtet werden

nen. Darüber hinaus bestehen je nach Ausgangslage in wachsenden oder schrumpfenden Regionen unterschiedliche Handlungsspielräume. Für die Stadtentwicklungspolitik lassen sich fünf übergeordnete 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.

Diversifizierte Flächen-
nachfrage stellt neue
Anforderungen an die
Standortplanung

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. Auch für Unternehmen hat die Planungssicherheit hinsichtlich des eigenen Standorts und der umliegenden Flächen einen bedeutenden Stellenwert. So ist die „Sicherheit“ der Flächen besonders in Hinblick auf potenzielle 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.

Planerische Sicherung
und Steuerung gewinnt
an Bedeutung

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 Unternehmen der Branche oder Wertschöpfungskette interessant machen.

Flächenqualifizierung
und -profilierung sind
auch in schrumpfenden
Kommunen wichtig

Sowohl im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsstrategien als auch vor dem Hintergrund zunehmender Flächenkonkurrenzen in stark wachsenden Kommunen haben 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).

Instrumente zum
Flächensparen und zur
Flächeneffizienz nutzen

Aktuell beschäftigen sich mehrere Kommunen, z.B. im Rahmen von Gewerbeflächenentwicklungskonzepten, mit der Thematik, u.a. Berlin, München, Stuttgart, Bremen, Dresden. In der Stadt Offenbach wurde 2015 ein Masterplan Offenbach am Main 2030 erstellt, der die Entwicklung von Wohnen und Wirtschaft steuert.

Verkehrliche und technische Anbindung umweltgerecht und nutzerorientiert ausbauen

Eine leistungsfähige Infrastruktur ist eine wichtige Grundlage für Teilhabe der Menschen am gesellschaftlichen Leben, unabdingbar für die städtische Entwicklung und wesentliche Voraussetzung eines jeden Wirtschaftsstandortes. Eine zentrale Rolle nimmt die verkehrliche Erschließung ein. Trends wie die zunehmenden Unternehmensverflechtungen (Arbeitsteilung, weiträumige Wertschöpfungsketten, Globalisierung, Hybridisierung), der individualisierte Massenmarkt und der Online-Handel führen zu einem erhöhten Aufkommen im Wirtschaftsverkehr. Die Transportmengen/Volumina steigen kaum, jedoch nehmen die Entfernungen zu und – für die städtischen Gebiete mit größeren Folgen – es führen die ansteigende Bestellfrequenz und zunehmende Kleinteiligkeit der Sendungen zu mehr Fahrten insbesondere im Verteilerverkehr („letzte Meile“). 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. Doch hier treffen sich die Interessen von Transportunternehmen und Stadt. Den Unternehmen verursacht die letzte Meile fast 50 % der Transportkosten.⁵

Verkehrliche Leistungsfähigkeit ist zentraler Faktor für die Zukunft von Wirtschaftsstandorten

Neben einer integrierten Verkehrsentwicklungsplanung bieten vor allem City-Logistik-Konzepte wichtige Potenziale. Elektromobilität und Smart Logistik erlauben zudem innovative, zum Teil auch standort- und quartiersbezogene Lösungsansätze, die neue Verknüpfungen wie beispielsweise zwischen Mobilitäts-, Logistik- und Energiekonzepten gestatten.

Integrierte Wirtschaftsverkehrskonzepte und City-Logistik-Konzepte

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. Nicht zuletzt für ein effizientes Verkehrsmanagement sind schnelle und leistungsfähige Mobilfunk- und WLAN-Verbindungen wichtig. Nur so können Unternehmen effizientes, dynamisches Tourenmanagement betreiben und dafür notwendige Verkehrsinformationen in Echtzeit übertragen werden.

Technische Infrastrukturanbindung entscheidet über Wettbewerbsfähigkeit

In einigen Städten werden Wirtschaftsverkehrskonzepte entwickelt, die innerstädtische multi- und intermodalen Warenumschlag sowie Lieferkonzepte auf Stadtteilebene umfassen. Maßnahmen wie die Schaffung von Be- und Entlademöglichkeiten für den Lieferverkehr gerade in engen Innenstadtstraßen wie das Einrichten von Ladezonen können überflüssige Fahrten im Wirtschaftsverkehr vermindern.

Lieferkonzepte bis auf Stadtteilebene

Zur Reduzierung von lokalen Emissionen können kleinere, stadtverträgliche elektrische Lieferfahrzeuge dienen. Die Deutsche Post (DHL) hat ein solches Fahrzeug entwickelt und setzt in Bonn nur noch solche deutlich leiseren und schadstoffarmen E-Fahrzeuge ein. Seit März 2014 werden in Amsterdam spezielle E-Lieferwagen (Cargohopper) zur emissionsfreien Belieferung von Sendungsempfängern in der Umweltzone eingesetzt. Das Sammel- und

Stadtverträglichkeit durch Nutzung von E-Mobilität

⁵ Vgl. Wulf-Holger Arndt (Hrsg.): Umweltverträglicher Wirtschaftsverkehr in Städten. Wer oder was bringt's wirklich?, Berlin 2015 (Difu-Impulse, Bd. 6/2015), S. 19 f.

Verteilzentrum befindet sich außerhalb der Umweltzone in Duivendrecht. Aufgrund der leisen Fahrzeuge ist auch die Nachtlieferung möglich.⁶

Kommunen können Kooperationen in der Warenauslieferung initiieren. Dazu gehört die Errichtung von zustellerübergreifenden Microhubs in Innenstädten. Die Lieferwagen der Transportunternehmen stellen die Sendung an den Hubs bereit. Die Verteilung (letzte Meile) erfolgt dann mit umweltschonenden Cargobikes („Bentobox“ in Berlin und „Container als Micro-Hub“ in Hamburg). Die Städte müssen für diesen Ansatz Standards für Microhubs in der Planung festlegen und Gebäude oder Stellplätze für Umschlagboxen und Wechselbrücken zur Verfügung stellen. Außerdem werden in Städten die Verknüpfung von stationären Ladengeschäften und Onlineshops sowie Lieferdienste gefördert (z.B. Kiezaufhaus Wiesbaden).

Bereitstellung von
Microhubs

Daneben sollten die Kommunen in Kooperation mit den Unternehmen Konzepte für Flächen für Lieferverkehre im Gewerbe erarbeiten: So können z.B. Tiefgaragen und Flächen für Carsharing und Fahrradlogistik genutzt werden.

Zur Reduktion der durch den Onlinehandel erzeugten Lieferfahrtenhäufigkeit sollte erprobt werden, wie Lieferungen von Onlinebestellung eines Kunden mit der Lieferung für den Einzelhandel verknüpft werden können. Intelligente Zustellkonzepte für Online-Bestellungen lassen sich dadurch verbreiten (vergleichbar mit den Packstationen von DHL). Hierzu zählen auch neue Dienstleistungen zur Verteilung von Gütern auf Nachbarschaftsebene durch lokales Gewerbe und die Berücksichtigung von Lizenzstationen für künftige 3D-Druck-Produkte.

Verknüpfung von On-
line-Handel und statio-
närem Einzelhandel

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 (zwei bis drei Zimmer) Wohnungen. Die Baufertigstellungen können mit dem Bedarf nicht Schritt halten. Zudem ist es infolge steigender Baukosten und Baulandpreise immer schwieriger, bezahlbare Wohnungen zu bauen.

Gesamtnachfrage
übersteigt das Angebot
an Wohnimmobilien

Aus diesen Gründen finden Bewohner mit mittlerem oder niedrigem Einkommen im Innenstadtbereich häufig kaum noch bezahlbaren Wohnraum und müssen auf das Umland ausweichen. 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.

Weiter zunehmende
Verknappung von be-
zahlbarem Wohnraum
im Innenstadtbereich

Um eine sozial ausgewogene Quartiersentwicklung zu befördern, müssen Stadtentwicklungs- und Wohnungspolitik alle verfügbaren Instrumente anwenden: Im Bestand geht es im Kern um soziale Erhaltungssatzungen (BauGB § 172) und die mietspreisdämpfende Wirkung der Bestände kommunaler und genossenschaftlicher Wohnungsunternehmen. Beispielsweise hat Berlin 2012 ein Mietenbündnis geschlossen und bei den fünf kommunalen Wohnungsunternehmen u.a. Mieterhöhungen im freifinanzierten Bereich und Modernisierungsumlagen gedeckelt.⁷ Im Neubau wurden mittler-

Konsequente Anwen-
dung wohnungspoliti-
scher Steuerungs-
instrumente

6 Vgl. Martin Randelhoff: Cargohopper: Das Fahrzeug für eine stadtverträgliche, flächeneffiziente und schadstofffreie Innenstadtlogistik, 2015.

7 <http://www.stadtentwicklung.berlin.de/wohnen/wohnungsbau/de/mietenbuendnis/>

weile von vielen Städten⁸ Baulandmodelle beschlossen, im Rahmen derer – Stichwort städtebauliche Verträge – in neuen Stadtquartieren festgelegte Quoten von mietpreis- und belegungsgebundenen Wohnungen errichtet werden müssen.

Versorgungs- und soziale Infrastrukturen fördern

Für die Wahl des Wohn- und Arbeitsortes hat die lokale Versorgungsinfrastruktur maßgebliches 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.

Bedarfsgerechte und attraktive Ausstattung der lokalen Versorgungsinfrastruktur

Beispielsweise wird in Mecklenburg-Vorpommern im Landkreis Vorpommern-Greifswald im Rahmen eines vom Innovationsfonds mit 5,4 Mio. Euro geförderten Projektes Telemedizin bei der Notfallversorgung eingesetzt. Im Bereich von Schule und Bildung verstärkt der Senat in Berlin aktuell die Investitionen für Schulbau und Schulsanierung u.a. mit Sonderprogrammen für die Bezirke.

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 bilden.

Vielfältiges kulturelles Angebot stärkt die kommunale Wertschöpfung und prägt das Image einer Stadt positiv

In Berlin stärkt ein Online-Portal für Fachkräfte aus dem In- und Ausland die Willkommenskultur und bietet Interessenten Informationen zum Thema Arbeiten und Leben in der Bundeshauptstadt.⁹

8 München, Berlin, Köln, Düsseldorf, Freiburg etc. Die Quoten schwanken zwischen zehn und 40 %.

9 Weitere kommunale Beispiele unter: <https://www.wegweiser-kommune.de/projekte/kommunal?thema=integration-willkommenskultur>

6. Anhang

6.1 Tabellenanhang

Tab. A1

Kreuztabelle							
Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell		Betriebsgrößenklassen:					Gesamt
		-9 MA	10-19 MA	20-49 MA	50-199 MA	200+ MA	
Verarb. Gewerbe	Anzahl	8	13	18	31	14	84
	%	9,5	15,5	21,4	36,9	16,7	13,9
Nicht zentrenrel. 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
Nominalmaß	Phi	,359	,000
	Cramer-V	,179	,000
Anzahl der gültigen Fälle		606	

Tab. A2

Kreuztabelle							
„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschaftsstandort?“		Wi-Gruppen TBS-GIFPRO-Modell:					Gesamt
		Verarb. Gewerbe	Nicht zentrenrel. Einzelhandel; Kfz-Handel	Wirtschaftsnahe DL	Sonstige DL	Sonstiges	
(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	

Tab. A3

Wirtschaftsgruppen in Anlehnung an das TBS-GIFPRO-Modell (Trendbasierte standortsspezifische Gewerbe- und Industrieflächenprognose)		
Wirtschaftsgruppen im TBS- GIFPRO- Modell	Gruppe	Abteilungsnummer nach WZ 2003
Verarbeitendes Gewerbe	Gewinnung von Steinen und Erden, sonstiger Bergbau, Textilgewerbe, Bekleidungsindustrie, Ledergewerbe, Holzgewerbe (ohne Herstellung von Möbeln), Papiergewerbe, Verlagsgewerbe, Druckgewerbe, Vervielfältigung von bespielten Ton-, Bild- und Datenträgern, Kokerei, Mineralölverarbeitung, Herstellung und Verarbeitung von Spalt- und Brutstoffen, Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren, Glasgewerbe, Herstellung von Keramik, Verarbeitung von Steinen und Erden, Metallherzeugung und -bearbeitung, Herstellung von Metallherzeugnissen, Maschinenbau, Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, Sportgeräten, Spielwaren und sonstigen Erzeugnissen, Recycling, Ernährungsgewerbe, Bekleidungsindustrie, Maschinenbau, Herstellung von Büromaschinen, Datenverarbeitungsgeräten und -einrichtungen, Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung, Rundfunk- und Nachrichtentechnik, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik, Optik, Herstellung von Uhren, Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen, Sonstiger Fahrzeugbau, Herstellung von Möbeln, Schmuck, Musikinstrumenten, 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 Einzelhandel, Kfz-Handel	Kraftfahrzeughandel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen; Tankstellen, Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeuge und ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern	50, 52
Wirtschaftsnahe Dienstleistungen	Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen), Nachrichtenübermittlung, Kreditgewerbe, mit dem Kredit- und Versicherungsgewerbe verbundene Tätigkeiten, Vermietung beweglicher Sachen ohne Bedienungspersonal, Datenverarbeitung und Datenbanken, Erbringung von wirtschaftlichen Dienstleistungen, anderweitig nicht genannt	51, 64, 65, 67, 71, 72, 73, 74
Sonstige Dienstleistungen	Energieversorgung, Wasserversorgung, Gastgewerbe, Versicherungsgewerbe, Grundstücks- und Wohnungswesen, Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung, Erziehung und Unterricht, Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen, Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung, Interessenvertretungen sowie kirchliche und sonstige Vereinigungen (ohne Sozialwesen, Kultur und Sport), Kultur, Sport und Unterhaltung, Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, private Haushalte mit Hauspersonal, extraterritoriale 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, Baugewerbe, Landverkehr; Transport in Rohrfernleitungen, Schifffahrt, Luftfahrt, Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr; Verkehrsvermittlung	1, 2, 5, 45, 60, 61, 62, 63

**Koordinierte Unternehmensbefragung zur Zufriedenheit von Unternehmen
in der Stadt/Region X/Y mit den Gegebenheiten des Wirtschafts- und Lebensstandortes
sowie den Serviceleistungen von Wirtschaftsförderung**

Bitte bis zum **XX.XX.XXXX** zurücksenden an:

Name
Anschrift

Plz. Ort

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:

- Ansprechpartner und Kontaktmöglichkeit

Stichworte Anschreibentext ((wird ergänzt))

Gehört der Betrieb zu einem Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten oder Betrieben, beziehen sich die Fragen auf den Betrieb (mit Ausnahme der Branchenangabe):

* Angaben zum Datenschutz werden gemäß BDSG im längeren Text auf der Seite konkretisiert und mit der Absicht in Übereinstimmung gebracht, in bestimmten Fällen mit Zustimmung der Befragten auch zu deanonymisieren (Angabe Ansprechpartner, Nutzung der Daten für Kundenkontakt).

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	<input type="checkbox"/> Verkehr und Lagerei (Logistik)	<input type="checkbox"/> Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung
<input type="checkbox"/> Bergbau, Steine und Erden	<input type="checkbox"/> Gastgewerbe	<input type="checkbox"/> Erziehung und Unterricht (Bildung)
<input type="checkbox"/> Verarbeitendes Gewerbe (Produktion)	<input type="checkbox"/> Information und Kommunikation	<input type="checkbox"/> Gesundheits- und Sozialwesen
<input type="checkbox"/> Energieversorgung	<input type="checkbox"/> Finanz- und Versicherungsdienste	<input type="checkbox"/> Kunst, Unterhaltung und Erholung
<input type="checkbox"/> Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung,	<input type="checkbox"/> Grundstücks- und Wohnungswesen	<input type="checkbox"/> Sonstige Dienste (Verbände, Vereinigungen, Reparatur, person.bez. Dienste)
<input type="checkbox"/> Baugewerbe	<input type="checkbox"/> Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienste	<input type="checkbox"/> Private Haushalte
<input type="checkbox"/> Handel; Instandhaltung, Kfz-Reparatur	<input type="checkbox"/> Sonstige wirtschaftliche Dienste	<input type="checkbox"/> Exterritoriale Organisationen und Körperschaften

1b Gehören Sie einer Kammer bzw. berufsständischen Körperschaft an? (Zutreffende Felder bitte ankreuzen)

<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 20XX

(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...? (In jeder Zeile das für Sie zutreffende Feld bitte ankreuzen)

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

* Gehört der Betrieb zu einem Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten oder Betrieben, beziehen sich die Fragen auf den 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, nächste Seite)
----------------------------------	------------------------------------	---

2b Wie sind Sie auf die Leistungen/Angebote der für Sie zuständigen Wirtschaftsförderung aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen sind 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"/>
--	--	--	--

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 möglich; Schulnoten: 1= „sehr gut“, ..., 6 = „ungenügend“)

		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"/>				
B	Gewerbeflächenservice	<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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				
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"/>				

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/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 ... (Kreuzen Sie in jeder Zeile das Ihrer Meinung nach am ehesten zutreffende Feld an)

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

2h Was könnte die Wirtschaftsförderung an Ihrem Angebot verbessern? Welche konkreten Angebote, Leistungen und Informationen vermissen Sie? (Bitte jeweils unten eintragen)

Verbesserungen:	Dinge, die Sie vermissen:

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

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

		sehr zufrieden	eher zufrieden	eher unzufrieden	sehr unzufrieden	weiß nicht
A	Wirtschaftsstandort	<input type="checkbox"/>				
B	Wohn-/Lebensstandort	<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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
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"/>
H	Nähe zu Hochschulen, F&E-Einrichtungen	<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"/>
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"/>
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"/>

3c Wie wichtig ist für Sie im Speziellen die Verkehrs- und Informations-/Kommunikationsinfrastruktur? Und wie zufrieden sind Sie damit 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
Verkehr												
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"/>
Information- und Kommunikation												
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	wichtig	weniger wichtig	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"/>
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"/>

4 Kontaktwunsch

4a Haben Sie Wünsche oder Fragen an die Wirtschaftsförderung und wünschen Sie eine 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
-----------------------------	-------------------------------------

IDNR

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Edition Difu – Stadt Forschung Praxis

Wasserinfrastruktur: Den Wandel gestalten

Technische Varianten, räumliche Potenziale, institutionelle Spielräume
Martina Winker und Jan-Hendrik Trapp (Hrsg.), Bd. 16, 272 S., vierfarbig, 39 €, ISBN 978-3-88118-584-4

Kommunaler Umgang mit Gentrifizierung

Praxiserfahrungen aus acht Kommunen
Von Thomas Franke u.a., 2017, Bd. 15, 316 S., vierfarbig, zahlreiche Abb., 39 €, ISBN 978-3-88118-579-0

Sicherheit in der Stadt

Rahmenbedingungen – Praxisbeispiele – Internationale Erfahrungen
Holger Floeting (Hrsg.), 2015, Bd. 14, 392 S., zahlreiche Abbildungen, 39 €, ISBN 978-3-88118-534-9, **eBOOK** 33,99 €

Orientierungen für kommunale Planung und Steuerung – Ein Handlungsleitfaden

Von Jens Libbe unter Mitarbeit von Klaus J. Beckmann, 2014, Bd. 13, 212 S., 29 €, ISBN 978-3-88118-529-5

Städtebauliche Verträge – Ein Handbuch

Vierte, aktualisierte und erweiterte Auflage. Mit Berücksichtigung der BauGB-Novelle 2013
Von A. Bunzel, D. Coulmas und G. Schmidt-Eichstaedt, 2013, Bd. 12, 466 S., 39 €, ISBN 978-3-88118-508-0, **eBOOK** 33,99 €

Nicht weniger unterwegs – sondern intelligenter?

Neue Mobilitätskonzepte
Klaus J. Beckmann und Anne Klein-Hitpaß (Hrsg.), 2013, Bd. 11, 320 S., zahlreiche Abbildungen, 39 €, ISBN 978-3-88118-521-9

Difu-Arbeitshilfen

Datenschutz und Informationsfreiheit in der Kommune

4., völlig neu bearbeitete Auflage
von Martin Zilkens, 2014, 208 S., inklusive Checklisten und Muster, 30 €, ISBN 978-3-88118-536-3

Die Satzungen nach dem Baugesetzbuch

3. Auflage unter Berücksichtigung des Innenentwicklungsgesetzes 2013
A. Bunzel (Hrsg.), von A. Strunz, M.-L. Wallraven-Lindl, 2013, 172 S., zahlreiche Satzungsmuster, 29 €, ISBN 978-3-88118-526-4

Das Bebauungsplanverfahren nach dem BauGB 2007

Muster, Tipps und Hinweise
Von Marie-Luis Wallraven-Lindl, Anton Strunz, Monika Geiß, 2011, 2., aktualisierte Auflage, 224 S., 35 €, ISBN 978-3-88118-498-4, **eBOOK** 29,99 €

Städtebauliche Gebote nach dem Baugesetzbuch

A. Bunzel (Hrsg.), von M.-L. Wallraven-Lindl, A. Strunz, 2010, 188 S., 30 €, ISBN 978-3-88118-486-1

Difu-Impulse

Vom Energiebeauftragten zum Energiemanagement

Dokumentation des 20. Deutschen Fachkongresses für kommunales Energiemanagement, April 2015, Hannover
Cornelia Rösler (Hrsg.), Bd. 3/2016, 186 S., 20 €, ISBN 978-3-88118-570-7, **eBOOK** 16,99 €

Wege zu nachhaltiger Mobilität

Ergebnisse aus transnationaler Forschung unter der „Era-net Transport“-Initiative „Stepping Stones“
Jürgen Gies und Uta Bauer (Hrsg.), Bd. 2/2016, 200 S., 20 €, ISBN 978-3-88118-569-1

Elektromobilität: im Spannungsfeld technologischer Innovation, kommunaler Planung und gesellschaftlicher Akzeptanz

Nadine Appelhans, Jürgen Gies, Anne Klein-Hitpaß (Hrsg.), Bd. 1/2016, 138 S., 18 €, ISBN 978-3-88118-544-8, **eBOOK** 14,99 €

Umweltverträglicher Wirtschaftsverkehr in Städten. Wer und was bringt's wirklich?

Dokumentation der Fachtagung „kommunal mobil“
Wulf-Holger Arndt (Hrsg.), Bd. 6/2015, 160 S., 20 €, ISBN 978-3-88118-548-6, **eBOOK** 16,99 €

Funktion und Gestaltung von Haupt(verkehrs)straßen mit Schwerpunkt Innenstadt

Von Wulf-Holger Arndt, Bd. 3/2015, 98 S., 15 €, ISBN 978-3-88118-546-2, **eBOOK** 12,99 €

★ Difu-Papers

Smart Cities in Deutschland – eine Bestandsaufnahme **NEU**

Von Jens Libbe und Roman Soike
2017, ca. 24 S., 5 €, in Vorbereitung

WER und WIE: Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren **NEU**

Kurzfassung der Ergebnisse der Studie
Hrsg. Difu, im Auftrag des BBSR
2017, 28 S., 5 €

Standortfaktoren für Unternehmen – die kommunale Perspektive **NEU**

Ergebnisse auf Grundlage der Daten des Difu-Projekts „Koordinierte Unternehmensbefragung“
Von Detlef Landua, Sandra Wagner-Endres, Ulrike Wolf, 2017, 40 S., 5 €

Herausforderungen von Klein- und Mittelstädten **NEU**

Fokus: Schrumpfung und Peripherisierung
Von Elke Bojarra-Becker, Thomas Franke, Martin zur Nedden, 2017, 40 S., 5 €

Wärmewende im Quartier

Hemmnisse bei der Umsetzung am Beispiel energetischer Quartierskonzepte
Von Robert Riechel, Jens Libbe u.a.
2016, 28 S., 5 €

➔ www.difu.de/10875

Kommunale Unternehmen in Deutschland als Erfahrungsträger und Kooperationspartner für Kommunen in Schwellen- und Entwicklungsländern – eine Bestandsaufnahme

von Stefanie Hanke, 2016, 28 S., 5 €

➔ www.difu.de/10801

Stadt der Zukunft – Tendenzen, Potenziale und Visionen

Von Marco Peters, Jan Walter und Lara Falkenberg, 2016, 28 S., kostenlos

➔ www.difu.de/10631 (nur als PDF verfügbar)

Übersicht aller Publikationen + Bestellmöglichkeit

Nach Chronologie: www.difu.de/publikationen

Nach Reihen: www.difu.de/6194

Nach Thema: www.difu.de/publikationen/suche

eBooks: www.difu.ciando-shop.com – Info für Zuwender: www.difu.de/10829

Vertrieb: Difu gGmbH, Zimmerstraße 13-15, 10969 Berlin,
Tel. +49 30 39001-253, Fax: +49 30 3900-1275, Mail: vertrieb@difu.de

★ Alle Difu-Veröffentlichungen und -eBooks sind für Difu-Zuwender kostenlos, die mit Stern gekennzeichneten Publikationen gibt es exklusiv für Zuwender auch digital.

Aktuelle Beiträge zur Kinder- und Jugendhilfe

In allen Größen!

Stärkung von Pflegekindern und ihren Familien
AGFJ im Difu (Hrsg.), 2017, 192 S., nur online
➔ www.difu.de/11290

Neu Maß nehmen!

Zukunftsperspektiven der Vormundschaft
AGFJ im Difu (Hrsg.), 2017, Bd. 107, 122 S.,
19 €, ISBN 978-3-8811-8-563-9

Was wir alleine nicht schaffen ...

Prävention und Gesundheitsförderung im
kooperativen Miteinander von Kinder- und
Jugendhilfe und Gesundheitswesen
AGFJ im Difu (Hrsg.), 2017, Bd. 106, 248 S.,
19 €, ISBN 978-3-8811-8-562-2

Sonderveröffentlichungen (teilweise auch / nur als Download)

Bodenpolitische Agenda 2020–2030 Warum wir für eine nachhaltige und sozial gerechte Stadtentwicklungs- und Woh- nungspolitik eine andere Bodenpolitik brauchen **NEU**

Von A. Bunzel, M. zur Nedden, R. Pätzold,
J. Aring, D. Coulmas, F. Rohland
2017, 38 S. (Langfassung), 6 S., (Eckpunkte-
papier), nur online
➔ www.difu.de/11556

Wirtschaftsflächenplanung wachsender Großstädte **NEU**

Von Sandra Wagner-Endres und Ulrike Wolf
2017, ca. 60 S., in Vorbereitung, nur online
➔ www.difu.de/publikationen

Fachgespräch „Leitlinien und Handlungs- empfehlungen für mehr Umweltgerech- tigkeit“ **NEU**

16. Juni 2017 im Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktor-
sicherheit. Dokumentation
Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.)
71 S., nur online
➔ www.difu.de/publikationen

30 Jahre Gender in der Stadt- und Regionalentwicklung **NEU**

Erfahrungen und Perspektiven
Von Uta Bauer und Franciska Frölich von
Bodelschwingh
2017, 123 S., nur online
➔ www.difu.de/11513

Auswirkungen des demografischen Wandels auf die kommunale Abfall- wirtschaft **NEU**

Von Maic Verbücheln u.a.
2017, ca. 60 S., nur online
➔ www.difu.de/publikationen

Möglichkeiten der verstärkten Nutzung von Synergien zwischen Umweltschutz und sozialer Gerechtigkeit in Programmen wie der „Sozialen Stadt“ **NEU**

Von Thomas Franke u.a., im Auftrag des
Umweltbundesamtes, UBA-Bericht
2017, ca. 300 S., nur online
➔ www.difu.de/publikationen

Ressourcenleichte zukunftsfähige Infra- strukturen – umweltschonend, robust, demografiefest **NEU**

Von Jan Hendrik Trapp u.a., Hrsg. Umwelt-
bundesamt, Reihe Texte | 64/2017
2017, 462 S., nur online
➔ www.difu.de/11475

Ressourcenleichte Infrastrukturen in Stadt und Region. Handlungsfelder für eine zukunftsfähige Infrastrukturgestaltung **NEU**

Von Jan Hendrik Trapp u.a., Hrsg. Umwelt-
bundsamt
2017, 20 S., nur online, Printexemplare solange
der Vorrat reicht (über das UBA)
➔ www.difu.de/11476

Geflüchtete in der Sozialen Stadt Potenziale der Weiterentwicklung des Quartiersansatzes Soziale Stadt im Kontext der Fluchtmigration **NEU**

Von Thomas Franke u.a., Hrsg. Difu
2017, 54 S., nur online
➔ www.difu.de/11395

Akteure im kommunalen Klimaschutz erfolgreich beteiligen

Von den Masterplan-Kommunen lernen
Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler
Klimaschutz (SK:KK) (Hrsg.)
2017, 40 S., kostenlose Printfassung
➔ www.difu.de/11312

Beteiligungsverfahren bei umwelt- relevanten Vorhaben

Von Stephanie Bock u.a.
2017, 195 S., UBA-Texte 37/2017, nur online
➔ www.difu.de/11295

Europäische Modelllösungen nutzen!

Ansätze für die Kapitalisierung der Ergebnisse
transnationaler Interreg-Projekte in Kommunen
und Regionen
Von Beate Hollbach-Grömig u.a., Hrsg. BMVI
2017, 28 S., kostenlose Printexemplare:
beatrice.thul@bbr.bund.de (Stichwort: Kapitali-
sierung)
➔ www.difu.de/11257

Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren

Von Martin zur Nedden u.a., Hrsg. BBSR
2017, 132 S., BBSR-Online-Publikation
08/2017
➔ www.difu.de/11255

Wasserinfrastrukturen für die zukunfts- fähige Stadt

Jens Libbe u.a. (Hrsg.), 2017, 326 S., nur online
➔ www.difu.de/11310

Kommunales Transformationsmanage- ment für die lokale Wärmewende

Leitfaden
Von Robert Riechel u.a.,
2017, 98 S., vierfarbig, kostenlos
➔ www.difu.de/11268

KfW-Kommunalpanel 2017

Bearb. Henrik Scheller u.a., KfW Bankengruppe
(Hrsg.), 2017, 50 S., nur online
➔ www.difu.de/11243

Klimaschutz & erneuerbare Wärme

Beispiele, Aktivitäten und Potenziale für die
kommunale Wärmewende
Difu (Hrsg.), Bearb. Jan Walter
2017, 88 S., kostenlos
➔ www.difu.de/11215

Praxisratgeber Klimagerechtes Bauen

Mehr Sicherheit und Wohnqualität bei Neubau
und Sanierung
Von Luise Willen u.a., 2017, 55 S., nur online
➔ www.difu.de/11177

Baukulturbericht 2016/2017

Stadt und Land
Von Daniela Michalski u.a., Bundesstiftung
Baukultur (Hrsg.), 2016, 168 S., vierfarbig,
kostenloses Printexemplar:
mail@bundesstiftung-baukultur.de
➔ www.difu.de/10968

Zeitschrift

Sounds of the Towns

Moderne Stadtgeschichte
MSG, Halbjahreszeitschrift, Heft 1/2017, 192 S.,
Einzelheft 12 €, Jahresabo (zwei Hefte) 19 €

Stadt und Romantik

Informationen zur modernen Stadtgeschichte
IMS, Halbjahresschrift, Heft 2/2016, 176 S.,
Einzelheft 12 €, Jahresabo (zwei Hefte) 19 €

★ Dokumentationen

Graue Literatur zur Stadt-, Regional- und Landesplanung

Christine Bruchmann, Christina Kratz (Bearb.),
1/2017, 132 S.,
Einzelband 27 €, Jahresabo (zwei Bände) 40 €
➔ www.difu.de/11005

Kommunalwissenschaftliche Dissertationen

Rita Gräber (Bearb.), 2016, 166 S.,
Einzelband 27 €, Jahresabo 20 €
➔ www.difu.de/10985

Impressum

Autoren:

Detlef Landua
Sandra Wagner-Endres
Ulrike Wolf

Redaktion:

Patrick Diekelmann

DTP:

Christina Bloedorn

Herausgeber:

Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH
Zimmerstraße 13–15 10969 Berlin
Telefon: +49 30 39001-0 Telefax: +49 30 39001-100
E-Mail: difu@difu.de Internet: <http://www.difu.de>

Im Auftrag von:

KfW Bankengruppe
Palmengartenstraße 5–9
60325 Frankfurt am Main

Zitierweise:

Detlef Landua, Sandra Wagner-Endres, Ulrike Wolf:
Standortfaktoren für Unternehmen – die kommunale Sicht. Ergebnisse auf
Grundlage der Daten des Difu-Projekts „Koordinierte Unternehmensbefra-
gung“, Berlin 2017 (Difu-Paper)

Bildnachweise:

Fotos Vorderseite, v. l. n. r.: © Wolf-Christian Strauss, Busso Grabow (Difu)
Fotos Rückseite, v. l. n. r.: © Busso Grabow, Wolf-Christian Strauss (Difu)

ISSN 1864-2853

Die „Difu-Papers“ sind für den Nach- und Abdruck in der (Fach-)Presse aus-
drücklich freigegeben, wenn das Deutsche Institut für Urbanistik und die Auto-
ren als Quelle genannt werden. Nach Abdruck oder Rezension bitten wir Sie
freundlich um Übersendung eines Belegexemplars mit allen Angaben über den
Erscheinungsort und das -datum. Bitte senden Sie das Belegexemplar an die:

Difu-Pressestelle Zimmerstraße 13–15 10969 Berlin
Telefon: +49 30 39001-208/209 Fax: +49 30 39001-130
E-Mail: Pressestelle@difu.de

Berlin, Oktober 2017

Die kommunale Wirtschafts- und Standortpolitik muss sich verändernden Rahmenbedingungen anpassen. So haben der anhaltende Trend der Urbanisierung, der Klimawandel, die Folgen der demografischen Veränderungen sowie die Auswirkungen der Digitalisierung auch Einfluss auf die Standortentscheidungen von Unternehmen. Vor diesem Hintergrund entscheiden Standortfaktoren zunehmend über die Wettbewerbsfähigkeit von Kommunen. Diese Untersuchung geht deshalb folgenden Fragen nach:

Was sind harte und weiche Standortfaktoren der Zukunft und welche Bedeutung haben sie für die Entwicklung von Kommunen und Regionen?

An welchen Standortfaktoren sollte in der Stadtentwicklungspolitik zukünftig verstärkt angesetzt werden?

Die Veröffentlichung basiert auf den Ergebnissen der „Koordinierten Unternehmensbefragung“ aus vier Städten und spiegelt die Einschätzungen der Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung sowohl infrastruktureller Aspekte (z.B. Breitbandverfügbarkeit) als auch weicher Standortfaktoren (z.B. Bildung, Image einer Region, Wohnraumverfügbarkeit) wider.

Die vergleichende Auswertung erfolgte im Auftrag der KfW Bankengruppe.

