

Josiane Meier

Standortfaktoren im Wandel?

**Erkenntnisse aus der Forschung zu Standortfaktoren und Standortwahl
von Unternehmen**

Impressum

Autorin:

Dipl.-Ing. Josiane Meier, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Stadt- und Regionalplanung der Technischen Universität Berlin

Redaktion:

Klaus-Dieter Beißwenger

Textverarbeitung, Grafik und Layout:

Nadine Dräger

Dieser Band ist auf 100-prozentigem Recyclingpapier gedruckt.

Schutzgebühr: 15,- Euro

ISBN: 978-3-88118-492-2

© Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH, Berlin 2011

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH
Zimmerstraße 13-15
D-10969 Berlin

Telefon: (0 30) 3 90 01-0
E-Mail: difu@difu.de
Internet: <http://www.difu.de>

Inhalt

Vorwort.....	5
1. Einleitung.....	7
1.1 Kontext und Aktualität des Themas	7
1.2 Fragestellungen und Fokus.....	7
1.3 Methodik und Aufbau.....	8
2. Standortfaktoren	9
2.1 Definitionen von Standortfaktoren	9
2.2 Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren.....	9
2.3 Zeitliche Dynamik von Standortfaktoren	12
3. Unternehmerische Standortentscheidungen	15
3.1 Arten von Standortentscheidungen.....	15
3.2 Gründe für Standortentscheidungen	17
3.3 Phasen von Standortentscheidungsprozessen.....	17
3.4 Verfahren in Standortentscheidungsprozessen	18
4. Wirtschaft und Gesellschaft im Wandel.....	21
5. Ansätze und Stand der Forschung	27
5.1 Ansätze: Ermittlung von Standortfaktoren	27
5.2 Forschung: Standortfaktoren-Studien der letzten Jahre	29
5.2.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit der Studien	29
5.2.2 Studienergebnisse: Generelle Tendenzen.....	32
5.2.3 Studienergebnisse: Ausgewählte Branchen und Unternehmenstypen.....	32
5.3 Forschung: Standorttypen-Studien der letzten Jahre	35
5.3.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit der Studien	36
5.3.2 Einzelne Aspekte in Bezug auf Kultur- und Kreativwirtschaft	37
5.4 Mögliche künftige Entwicklungen im Lichte empirischer Befunde	41
5.4.1 Differenzieren sich Standortfaktoren weiter aus?	41
5.4.2 Entwickeln sich Arbeitsmärkte für Hochqualifizierte zum zentralen Standortfaktor?....	41
5.4.3 Wächst die Bedeutung weicher Standortfaktoren?	42
5.4.4 Wächst die Bedeutung von Image bzw. Erscheinungsbild und Bekanntheitsgrad eines Standorts?	42
5.4.5 Wächst die Bedeutung der räumlichen Nähe miteinander direkt oder indirekt verbundener Unternehmen und Einrichtungen?.....	43

5.4.6	Wächst die Bedeutung der räumlichen Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen?	43
5.4.7	Wächst die Bedeutung von Standorten mit besonderer Ausrichtung?.....	45
5.4.8	Gewinnen innerstädtische bzw. urbane Räume als Standorte an Bedeutung?	45
5.4.9	Gewinnen Standorte an Verkehrsachsen und -knotenpunkten außerhalb urbaner Zentren an Bedeutung?	46
6.	Fazit	47
	Quellen/Literatur	49

Vorwort

Die Auseinandersetzung mit Rolle und Bedeutung von Standortfaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung von Städten und Regionen hat eine lange Tradition. Für die Agrar- und Forstwirtschaft entwickelte der Agrar- und Wirtschaftswissenschaftler Johann Heinrich von Thünen bereits 1826 seine Theorien zur Standort- und Raumstruktur der land- und forstwirtschaftlichen Produktion. Der Nationalökonom und Soziologe Alfred Weber veröffentlichte 1909 mit der „Theorie des reinen Standorts“ ein Modell der räumlichen Verteilung von Industriebetrieben. Transport- und Arbeitskosten, Bodenpreise sowie bestimmte Agglomerationswirkungen waren die in Modelle aufgenommenen Standortfaktoren.

Seit der frühen theoretischen Befassung mit Standortfaktoren – also Eigenschaften des Raumes, die zu einer unterschiedlichen Nachfrage nach Standorten durch die Wirtschaft führen – haben sich die Modelle stark verfeinert und aufgefächert, in jüngerer Zeit etwa im Zuge der von Paul Krugman begründeten Neuen Ökonomischen Geografie. Gleichzeitig wurde versucht, das Phänomen der Raumwirksamkeit von Standortfaktoren durch empirische Untersuchungen zu beschreiben und zu analysieren. Während in den theoretischen Modellen zwangsläufig eine Fokussierung auf einige wenige zentrale Standortfaktoren notwendig war und ist, wurden in den empirischen Studien die als relevant erachteten Standortfaktoren immer weiter ausdifferenziert und in langen Listen nebeneinander gestellt.

Jene, die sich beruflich mit der Fragestellung auseinandersetzen – etwa die Wirtschaftsförderer der Städte und Regionen –, stehen in der Folge vor einer kaum noch überschaubaren Fülle von Konzepten, Studien oder Rankings, die ihnen die Orientierung im Thema nicht leichter machen – dies vor dem Hintergrund von kontinuierlichem wirtschaftlichem Strukturwandel, von Innovationszyklen und Globalisierungsprozessen, durch die neue Wirtschaftsbereiche und Ressourcen an Bedeutung gewinnen und frühere Gewissheiten über Standortstärken und -schwächen in Frage gestellt werden.

Das Difu hat 1995 mit seiner Studie über die weichen Standortfaktoren durch umfangreiche empirische Erhebungen zumindest zu einem Teilaspekt des Themas gesicherte Erkenntnisse beigesteuert. Ähnlich grundlegende, breit angelegte, belastbare und vor allem vergleichbare Untersuchungen gibt es bis heute kaum. Aus diesem Grund nutzen wir die Möglichkeit, durch die auszugsweise Veröffentlichung einer Studie von Josiane Meier den Stand der aktuellen Diskussion abzubilden. Die Arbeit ist am Institut für Stadt- und Regionalplanung der Technischen Universität Berlin in Verbindung mit einem Projekt des Difu aus jüngerer Zeit („Stadtentwicklungskonzepte für Gewerbeflächen“) entstanden.

Josiane Meier hat eine Vielzahl von Studien gesichtet und – soweit möglich auch vergleichend – bewertet. Damit gelingt es der Autorin, das Spektrum von Standortfaktoren aufzuzeigen und Möglichkeiten zu ihrer Typisierung zu ermitteln. Aktuelle Fragen, die sich den Akteuren vor Ort in ähnlicher Art und Weise stellen, werden aufgegriffen, etwa die Bedeutung von Arbeitsmärkten für Hochqualifizierte im Zuge wachsenden Fachkräftemangels, der (mögliche) Bedeutungsgewinn innerstädtischer bzw. urbaner Räume als Standorte für die Kreativwirtschaft oder die Spezialisierung von Standorten als „Anker“ für „Cluster“ und Kompetenzbündelungen. Ein Verdienst der Arbeit ist es auch, dass nicht immer einfache Antworten gegeben werden, wie dies leider allzu häufig durch „rekursive Selbstbestätigung“ der Fachöffentlichkeit geschieht; wo notwendig, werden auch Zweifel am empirischen Beleg vielfach kolportierter Sachverhalte geäußert.

Dr. rer. pol. Busso Grabow

Bereichsleiter „Wirtschaft und Finanzen“, Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH, Berlin

1. Einleitung

1.1 Kontext und Aktualität des Themas

Die unternehmerische Standortwahl in all ihren Facetten, zu denen Neuerrichtungen ebenso gehören wie Erweiterungen, Rückbau, Verlagerungen und Schließungen, hat erheblichen Einfluss auf die Entwicklung von Städten und Regionen. Dieser Einfluss manifestiert sich in zahlreichen Dimensionen: Dazu gehören sozioökonomische Auswirkungen – von Einflüssen auf Beschäftigungs- und Bevölkerungsentwicklung bis hin zu Steuereinnahmen und Bodenpreisentwicklung – ebenso wie baulich-räumliche Effekte – von Konsequenzen für Flächennutzung und Infrastruktur bis hin zu Einflüssen auf die Siedlungsentwicklung und das Stadtbild – und nicht zuletzt auch Auswirkungen auf Innovationspotenziale sowie das Selbstverständnis und Image einer Stadt oder Region.

Vor dem Hintergrund derart vielschichtiger und weit reichender Einflüsse der unternehmerischen Standortwahl und angesichts der kommunalen und regionalen Standortkonkurrenz sind der Bedarf an wissenschaftlich fundierten Erkenntnissen und das Interesse an (kommunal-)politischer Handlungsorientierung groß. Dies wird besonders deutlich an der Vielzahl von Studien und thesenhaft formulierten Überlegungen zur unternehmerischen Standortwahl sowie an der Häufigkeit darauf basierender Argumentationen, etwa im Rahmen kommunaler Entwicklungskonzepte.

Die Prozesse der unternehmerischen Standortwahl sind allerdings trotz der bereits 200 Jahre währenden theoretischen Auseinandersetzung sowie zahlreicher empirischer Studien längst nicht abschließend geklärt. Hinzu kommt, dass durch fortlaufende, tief greifende und komplexe Veränderungen der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen – stellvertretend sei an dieser Stelle auf Prozesse der Globalisierung, des wirtschaftlichen Strukturwandels und des demografischen Wandels verwiesen – immer wieder neue Fragen aufgeworfen und veränderte Herausforderungen gestellt werden.

Als ein Ansatz zur Operationalisierung von Prozessen der Standortwahl spielen Standortfaktoren sowohl in der theoretischen Auseinandersetzung mit der unternehmerischen Standortwahl als auch in deren empirischer Erforschung und darauf basierenden Handlungsansätzen und Argumentationen eine prominente Rolle. So entstanden in den letzten Jahren zahlreiche Studien zur unternehmerischen Standortwahl, in denen Standortfaktoren den zentralen Untersuchungsgegenstand oder einen von mehreren Untersuchungsgegenständen darstellen.

1.2 Fragestellungen und Fokus

Die Analyse aktueller Ergebnisse der Standortfaktoren-Forschung vor dem Hintergrund wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen steht im Mittelpunkt dieser Publikation¹. Die Anregung zur Auseinandersetzung mit dieser Thematik ist im Zuge der Mitarbeit an zwei Projekten des Deutschen Instituts für Urbanistik entstanden: Sowohl im Rahmen des REFINA-Projekts „Aktivierung von Gewerbeflächenpotenzialen durch E-Government“ als auch der Erarbeitung eines „Stadtentwicklungskonzepts Gewerbe“ für die Stadt Potsdam spielten grundlegende Fragen zur unternehmerischen Standortwahl immer wieder eine maßgebliche Rolle. So geht es auch im Folgenden nicht zuletzt um die Frage, inwiefern auf Basis einer Betrachtung von Studien der letzten Jahre Erkenntnisse bezüglich der Bedeutungsentwicklung von Standortfaktoren im Allgemeinen und für verschiedene Branchen und Unternehmenstypen im Besonderen gewonnen werden können.

¹ Diese Ausarbeitung basiert auf einer breiter gefassten Untersuchung von Theorien zur unternehmerischen Standortwahl und aktueller Ergebnisse der Standortfaktoren-Forschung. Die vollumfängliche Untersuchung mit zahlreichen Tabellen erscheint im Frühjahr 2011 in der Grauen Reihe des Instituts für Stadt- und Regionalplanung der Technischen Universität Berlin (vgl. www.isr.tu-berlin.de).

Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Standortfaktoren kleiner und mittlerer Unternehmen in Deutschland sowie den Standortfaktoren, die für die unternehmerische Standortwahl auf lokaler bis regionaler, d.h. auf kleinräumiger Ebene eine Rolle spielen². Nicht im Detail betrachtet werden Auseinandersetzungen, die sich schwerpunktmäßig oder ausschließlich mit der überregionalen bis internationalen Standortwahl und den dafür maßgeblichen Standortfaktoren von großen – häufig multinationalen – (Mehrbetriebs-)Unternehmen beschäftigen.

1.3 Methodik und Aufbau

Die Inhalte dieser Veröffentlichung basieren im Wesentlichen auf einer breiten Literaturrecherche. Herangezogen wurden dazu in erster Linie Veröffentlichungen der letzten fünfzehn Jahre, in denen Standortfaktoren direkt oder indirekt thematisiert werden.

Kernstücke der Auseinandersetzung sind die Kontextualisierung, Untersuchung und Bewertung von empirischen Studien zu Standortfaktoren und die ergänzende Betrachtung von Forschungsarbeiten zu Standorttypen im Sinne einer systematischen Übersicht. Zu diesem Zweck wurden die zentralen Ergebnisse der betrachteten Studien um die wesentlichen Rahmendaten der jeweiligen Untersuchung ergänzt und in tabellarischer Form im Überblick dargestellt. Die untersuchten Studien³ wurden kritisch im Hinblick auf Aussagekraft, Bandbreite und Vergleichbarkeit analysiert, und ihre empirischen Ergebnisse wurden in der Fachliteratur formulierten Zukunftserwartungen gegenübergestellt.

Im Anschluss an diese Einleitung werden zunächst Definitionen und Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren thematisiert. Daraufhin wird der Blick den Unternehmen zugewandt, um Einblicke in den Prozess der unternehmerischen Standortentscheidungen und damit in die Bedeutung und Rolle von Standortfaktoren im Zuge der Standortwahl zu gewinnen. Ein Umriss wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Veränderungsprozesse setzt den Rahmen für die anschließende eingehende Auseinandersetzung mit Forschungsansätzen und -ergebnissen von Standortfaktoren-Studien und – mit ergänzendem Charakter und daher exemplarischer – Standorttypen-Studien der letzten Jahre. In einem Fazit werden schließlich einige zentrale Erkenntnisse der Untersuchung zusammengefasst.

2 Beide Fokussierungen erlauben jedoch nur eine ungefähre Abgrenzung: Dies liegt an sehr uneinheitlichen Ansatzpunkten und Differenzierungen in den betrachteten Studien und – in Bezug auf die räumliche Betrachtungsebene – an mangelnden allgemeingültigen Definitionen.

3 Aufgenommen wurden die Ergebnisse von insgesamt 31 Studien. Aufgrund z.T. mangelnder Hintergrundinformationen und damit eingeschränkter Einschätzungsmöglichkeiten bzw. angesichts abweichender Bezugsrahmen wurde davon eine Auswahl von 25 Studien in die nähere Betrachtung und Ergebnisformulierung einbezogen.

2. Standortfaktoren

Bevor eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem aktuellen Stand der Forschung erfolgen kann, gilt es, einige grundlegende Fragen zu beantworten. Sie richten sich zunächst auf die Standortfaktoren selbst, also darauf, was Standortfaktoren sind, wie sie gruppiert werden können und welchen Veränderungsdynamiken sie unterliegen.

2.1 Definitionen von Standortfaktoren

Eingeführt wurde der Begriff des Standortfaktors Anfang des 20. Jahrhunderts von dem Standorttheoretiker Alfred Weber. Er bezeichnete einen Standortfaktor als „... einen seiner Art nach scharf abgegrenzten Vorteil, der für eine wirtschaftliche Tätigkeit dann eintritt, wenn sie sich an einem bestimmten Ort, oder auch generell an Plätzen bestimmter Art vollzieht. Ein ‚Vorteil‘, d.h. eine Ersparnis an ‚Kosten‘ und also für die Standortslehre der Industrie eine Möglichkeit, dort ein bestimmtes Produkt mit weniger Kostenaufwand als an anderen Plätzen herzustellen; noch genauer gesagt: den als Ganzes betrachteten Produktions- und Absatzprozeß eines bestimmten industriellen Produkts nach irgendeiner Richtung billiger durchzuführen als anderswo.“ (Weber 1922: 16)

Eine jüngere und branchenunabhängige Definition findet sich bei Schöler: „Die Gründe für oder gegen einen Standort werden als *Standortfaktoren* bezeichnet, wobei es in der Logik des Begriffs Standortfaktor liegt, dass diese Phänomene nicht überall im Raum in gleicher Weise in Erscheinung treten, sondern raumdifferenzierende Eigenschaften haben. Standortfaktoren variieren also im Raum hinsichtlich ihrer Qualität und Existenz.“ (Schöler 2004: 1109)

Allgemein gefasst werden in dieser Auseinandersetzung solche Größen als Standortfaktoren bezeichnet, die einen Raum – oder anders formuliert: einen potenziellen Standort – von anderen unterscheiden und damit die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen können.

2.2 Unterscheidungsmöglichkeiten von Standortfaktoren

Aus den vorgestellten Definitionen wird deutlich: Standortfaktoren zeichnen sich weder durch eine klare Bestimmtheit noch durch eine besondere Übersichtlichkeit aus. Im Gegenteil: So gut wie jede der unzähligen raumdifferenzierenden Eigenschaften kann für ein Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt ein Standortfaktor sein – was aber nicht bedeutet, dass dies auch für andere Unternehmen oder zu anderer Zeit gilt. Und auch wenn ein Standortfaktor für viele Unternehmen bedeutend ist, können sich der Grad und die Art der Bedeutung von einem Unternehmen zum nächsten erheblich unterscheiden.

Es bestehen verschiedene Ansätze zur Sortierung oder Gruppierung, die dazu dienen, diese „schillernde“ Masse an Standortfaktoren handhabbarer zu machen (vgl. Übersicht 1). Sie wurden im Zuge der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Standortfaktoren entwickelt und orientieren sich jeweils an bestimmten Unterscheidungskriterien, die überwiegend im Verhältnis zu den betreffenden Unternehmen stehen. Allerdings bleiben die Ansätze zur Sortierung und Differenzierung eher allgemeiner Natur und erlauben weder trennscharfe noch allgemeingültige Unterscheidungen.

Übersicht 1: Unterscheidungsvarianten und -kriterien für Standortfaktoren

Unterscheidungskriterium	Unterscheidungsmöglichkeiten	
Bedeutsamkeit für viele/wenige Unternehmen	Generelle Standortfaktoren	Spezielle Standortfaktoren
Messbarkeit und/oder Ausmaß der direkten Auswirkungen auf den Betrieb	Harte Standortfaktoren	Weiche Standortfaktoren
Erforderlichkeit für das einzelne Unternehmen	Muss-Kriterien	Wunsch-Kriterien
Vor- oder Nachteile für das einzelne Unternehmen	Push-Faktoren	Pull-Faktoren
Radius der Standortsuche	Räumliche Betrachtungsebenen	

Quelle: Eigene Darstellung.

Generelle und spezielle Standortfaktoren

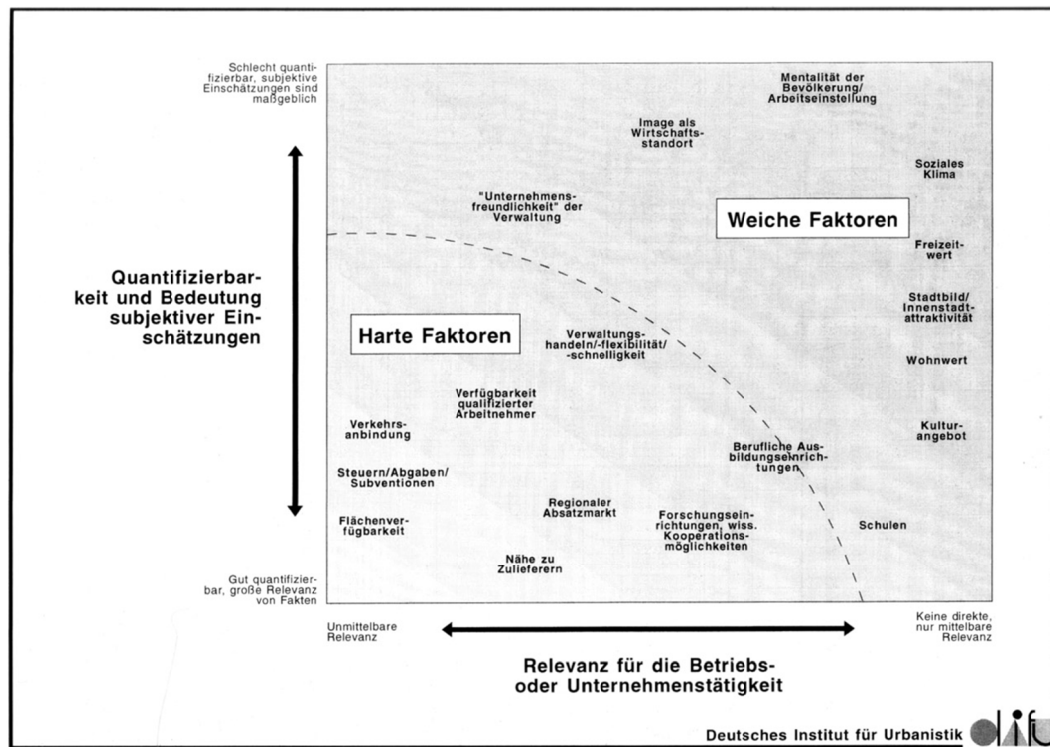
Bereits Weber unterscheidet zwischen generellen und speziellen Standortfaktoren (Weber 1922: 18, 35). Das zentrale Unterscheidungskriterium ist hier die Anzahl der Unternehmen, für die ein bestimmter Standortfaktor von Bedeutung ist. Standortfaktoren, die für (fast) alle Unternehmen (ggf. eines bestimmten Raumes) bedeutend sind, gelten als generelle oder allgemeine Standortfaktoren, während solche, die nur für bestimmte Unternehmen, Branchen o.Ä. relevant sind, als spezielle Standortfaktoren eingestuft werden. Als Beispiel für einen generellen Standortfaktor kann der kommunale Steuerhebesatz genannt werden (dieser bezieht sich auf alle Unternehmen der Kommune), als Beispiel für einen speziellen das Vorhandensein eines Binnenhafens (dieser ist vielleicht nur für die Schwerindustrie von Bedeutung; vgl. Schöler 2004: 1109).

Harte und weiche Standortfaktoren

Eine weitere Differenzierung kann zwischen harten und weichen Standortfaktoren vorgenommen werden – auch hier findet sich ein ähnlicher Ansatz bereits bei Weber, der eine Unterscheidung zwischen „natürlich-technischen“ und „gesellschaftlich-kulturellen“ Standortfaktoren diskutiert (vgl. Weber 1922: 20). Die zentralen Kriterien sind in diesem Fall nach Grabow u.a. (1995: 64) die Messbarkeit der Standortfaktoren (bei weichen Standortfaktoren eher schwierig) und/oder das Ausmaß der direkten Auswirkungen auf die Betriebs- oder Unternehmenstätigkeit (bei weichen eher gering ausgeprägt) – anhand dieser können weiche wie harte Faktoren in einem Kontinuum angeordnet werden. Abbildung 1 illustriert diesen Unterscheidungsansatz und bietet eine Anzahl Beispielfaktoren.

Darüber hinaus können zwei Arten weicher Standortfaktoren unterschieden werden, nämlich *weiche unternehmensbezogene Faktoren* und *weiche personenbezogene Faktoren*. Während sich Erstere durch ihre unmittelbare Wirksamkeit für die Unternehmens- oder Betriebstätigkeit auszeichnen (z.B. die Arbeitnehmermentalität), gehören zu Letzteren vor allem persönliche Präferenzen von Entscheidern und Beschäftigten eines Unternehmens, also „subjektive Einschätzungen über die Lebens- und Arbeitsbedingungen am Standort“ (z.B. das Bildungsangebot; vgl. Grabow u.a. 1995: 67).

Abbildung 1: Kontinuum der harten und weichen Standortfaktoren



Quelle: Grabow u.a. (1995: 65).

Muss- und Wunsch-Kriterien

Eine dritte Unterscheidungsmöglichkeit besteht zwischen Muss-Kriterien und Wunsch-Kriterien (Schmenner 1982 zit. bei Maier/Tödtling 2006: 32). Sie differenziert nach Faktoren, die für das einzelne Unternehmen zwingend erfüllt sein müssen, damit ein Standort in Frage kommen kann, und solchen, die für das Unternehmen zwar attraktiv, aber nicht unbedingt erforderlich sind⁴. Nach diesem Verständnis sind also die Bedürfnisse des einzelnen Unternehmens dafür ausschlaggebend, welcher Kategorie ein Standortfaktor zuzuordnen ist. In eine ähnliche Richtung geht Runers Unterscheidung nach *Standortanforderungen* und *Standortfaktoren*: Die Standortanforderungen werden als unternehmensspezifische Suchkriterien verstanden, die sowohl Standortfaktoren als auch „allgemeine Suchprinzipien“ umfassen können und eine Auswahl der für das Unternehmen wichtigsten Faktoren darstellen. Erst wenn diese Anforderungen erfüllt sind, werden konkrete Standorte anhand von Standortfaktoren genauer in Betracht gezogen (vgl. Runer 1999: 48 f.). Nach Grabow u.a. kann allerdings eine Reihe *unabdingbarer Faktoren* identifiziert werden, die für jede unternehmerische Standortwahl bedeutend ist. Dazu zählen „... Boden, also Grundstücke und Flächen in ausreichender Größe und zu akzeptablen Preisen, sowie Arbeit, das heißt heute vor allem ausreichend qualifizierte Arbeitskräfte und Kapital“ (Grabow u.a. 1995: 73).

4 Auf Basis dieser Unterscheidung werden theoretische Rückschlüsse auf das Standortwahlverhalten von Unternehmen gezogen: In einem schrittweisen bzw. hierarchischen Vorgehen würden zunächst Standorte gesucht, welche die „Muss-Kriterien“ erfüllen, um daraufhin aus den potenziellen Standorten eine auf den Wunsch-Kriterien basierende Auswahl zu treffen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 32).

Push- und Pull-Faktoren

Dass Standortfaktoren nicht nur „anziehend“, sondern auch „abstoßend“ wirken können, kommt in einer Differenzierung nach Push- und Pull-Faktoren zum Ausdruck. Welcher Gruppe ein bestimmter Faktor zugeordnet werden kann, ist in hohem Masse kontextabhängig: Faktoren, die einen Standort zu einem Zeitpunkt für ein Unternehmen besonders attraktiv machen, können für ein anderes Unternehmen in die entgegengesetzte Richtung wirken – so z.B. das bestimmte Angebot an Arbeitskräften oder die Art der Verkehrsanbindung. Auch die Intensität, mit der ein Faktor anziehend oder abstoßend wirkt, hängt vom einzelnen Unternehmen und seiner bestimmten Situation ab. Zusammengenommen sind Push- und Pull-Faktoren häufig Gründe für Standortüberlegungen; dabei kann der Vergleich verschiedener Standorte mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen für das Unternehmen eine bedeutende Rolle für die Standortentscheidung spielen (vgl. Grabow u.a. 1995: 134, 216).

Die räumliche Betrachtungsebene

Schließlich können Standortfaktoren in Bezug auf die räumliche Betrachtungsebene differenziert werden. Ausschlaggebend für diese Differenzierung sind die Frage nach der räumlichen Ebene, auf der ein Unternehmen einen Standort sucht bzw. die Standortsuche beginnt, sowie die daraus abzuleitende potenzielle Relevanz von Standortfaktoren. So können für ein Unternehmen, das eine internationale Standortsuche vornimmt, durchaus national einheitliche Größen wie etwa das Rechtssystem bedeutende Standortfaktoren sein, während diese für ein Unternehmen, das ausschließlich innerhalb eines Landes sucht, keine Rolle spielen – dafür können aber regionale, lokale und/oder quartiersbezogene Unterschiede im Vordergrund stehen (vgl. Schöler 2004: 1109 f.). Dabei kann der gleiche Standortfaktor, auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen betrachtet, einen unterschiedlichen Bedeutungsgehalt haben – im Falle des Verkehrsanschlusses z.B. der Ausbaugrad des Verkehrsnetzes auf großräumiger, die Straßenbahnhaltestelle auf kleinräumiger Ebene.

2.3 Zeitliche Dynamik von Standortfaktoren

Werden Standortfaktoren vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung im Laufe der Zeit betrachtet, so gewinnt das Bild weitere Dimensionen (vgl. zum Folgenden Grabow u.a. 1995: 73, 80–82 und Maier/Tödtling 2006: 39 f.).

Einige Faktoren, die bereits im 19. Jahrhundert als bedeutende Standortfaktoren identifiziert wurden, haben sich seither stark verändert. So bezogen sich die Transportkosten anfänglich noch auf den unmotorisierten Transport von Gütern, später auf den Eisenbahntransport, dann zunehmend auf die Verfrachtung per Lkw, Containerschiff und Flugzeug. An diesem Beispiel können sowohl Veränderungen als auch Schwankungen in der Bedeutsamkeit eines Standortfaktors illustriert werden: Während die Transportkosten über lange Zeit im Verhältnis zu den übrigen Kosten erheblich waren und entsprechend als ein besonders bedeutender Standortfaktor ermittelt wurden, relativierten sich die mit dem Transport verbundenen Kosten zunächst erheblich, um in jüngerer Zeit wieder etwas zuzunehmen⁵. Generell kann festgestellt werden, dass solche Bedeutungsschwankungen oder -zyklen einzelner Faktoren vor allem von ihrer Differenzierungswirkung auf Standorte abhängen: Während die flächendeckende Verfügbarkeit eines Standortfaktors dessen relative Bedeutung eher sinken lässt, steigt diese wieder, wenn dessen räumliche Differenzierung zunimmt.

5 Zu den Gründen für die erhebliche Relativierung gehören der Ausbau infrastruktureller Netze, der technische Fortschritt sowie die Verfügbarkeit großer Mengen preisgünstiger fossiler Brennstoffe; zu den Gründen für die neuerliche Bedeutungszunahme zählen die Einführung von Mautgebühren, der Preisanstieg fossiler Brennstoffe sowie gestiegene Transportrisiken.

Viele Standortfaktoren haben sich zudem im Laufe der Zeit ausgefächert und sind kleinteiliger geworden. Dies gilt sowohl in Bezug auf ihre Bedeutung für Unternehmen – sie haben sich in vielerlei Hinsicht ebenfalls zunehmend ausdifferenziert⁶ –, als auch in Bezug auf die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Standortfaktoren. Während beispielsweise für den Faktor Arbeit im 19. Jahrhundert vornehmlich Industriearbeiter ohne Qualifikation bedeutend waren, spielen heute das Qualifikationsniveau und die Art der Qualifikation eine zentrale Rolle.

Darüber hinaus sind unter anderem im Zuge der Veränderung von Produktionsweisen, technischen Innovationen, der Globalisierung sowie veränderten Werten, Haltungen und Lebensstilen auch weitere, neue Standortfaktoren hinzugekommen. Als Beispiele können etwa die Verfügbarkeit sicherer und leistungsfähiger Datenanbindungen, die Nähe zu einem Großflughafen, aber auch das Vorhandensein von Kindertagesstätten genannt werden.

Nicht zuletzt ist darauf hinzuweisen, dass mit einem Unternehmen nicht unbedingt ein festes Set an prioritären Standortfaktoren verbunden ist: In unterschiedlichen Phasen des Lebenszyklus eines Unternehmens können unterschiedliche Standortfaktoren von größerer oder kleinerer Bedeutung sein – und unterschiedliche Teile eines Unternehmens müssen keineswegs immer dieselben Prioritäten haben.

⁶ Dies im Sinne einer Veränderung und zunehmenden Ausdifferenzierung von Branchenstrukturen, Arbeitsweisen, Unternehmensgrößen und Organisationsformen im Rahmen des sektoralen und funktionalen Strukturwandels.

3. Unternehmerische Standortentscheidungen

Um die Bedeutung und Wirkung einzelner Standortfaktoren für die Standortentscheidungen von Unternehmen einschätzen zu können, ist eine rein abstrakte Betrachtung kaum ausreichend: Standortentscheidungen fallen weder ad hoc noch quasi-mathematisch anhand einer fest definierter Liste vorgegebener Standortkriterien, sondern im Laufe eines unternehmerischen Entscheidungsprozesses. Dies insbesondere deshalb, weil Standortentscheidungen alles andere als trivial sind. Sie bedeuten in der Regel eine längerfristige räumliche Bindung des Unternehmens und von (finanziellen) Ressourcen und sind dabei mit zahlreichen Unsicherheiten behaftet (vgl. Maier/Tödtling 2006: 22 f.; Grabow u.a. 1995: 136).

Ausgehend von einer Kategorisierung unterschiedlicher Arten von Standortentscheidungen sollen daher mit dem folgenden Überblick einige Aspekte von Standortentscheidungsprozessen mit besonderem Augenmerk auf kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland kurz beleuchtet werden⁷.

3.1 Arten von Standortentscheidungen

Das Spektrum standortrelevanter Entscheidungen umfasst weit mehr als Verlagerungen oder die Errichtung neuer Produktionsstandorte – auch wenn diesen ein Großteil der medialen und politischen Aufmerksamkeit zukommt. In grobe Kategorien gegliedert können folgende Arten von Standortentscheidungen unterschieden werden, die jeweils in Zusammenhang mit Entwicklungen im „Lebenslauf“ eines Unternehmens stehen (vgl. Grabow u.a. 1995: 143, 153 f.):

- Neuerrichtung (z.B. infolge einer Existenzgründung oder der Eröffnung eines weiteren Standorts),
- Verlagerung (z.B. aufgrund von betrieblichen Veränderungen innerhalb eines Unternehmens oder Veränderungen der Marktsituation),
- Standortausdehnung (z.B. aufgrund einer Erweiterung eines Unternehmens),
- Standortschrumpfung (z.B. aufgrund der Verkleinerung eines Unternehmens) und
- Standortschließung (z.B. aufgrund Veränderungen innerhalb eines Unternehmens oder Schrumpfung).

Hinzu kommt die in der Literatur in der Regel völlig unbeachtete, aber in zahlreichen Zusammenhängen der Unternehmensentwicklung mögliche

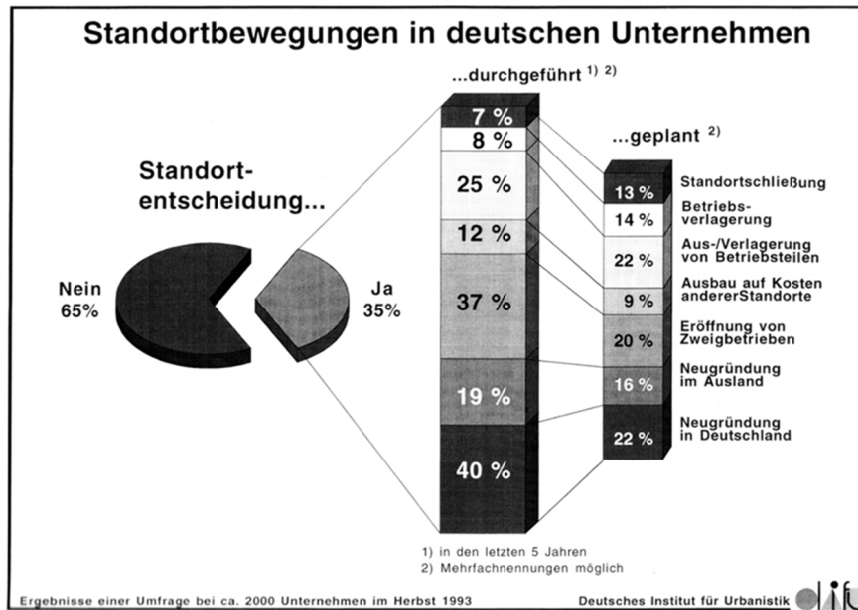
- Bleibeentscheidung.

Es handelt sich dabei um „... bewusste Neuentscheidungen für einen gegebenen Standort, nachdem alternative Standorte geprüft wurden ... also um potentielle Verlagerungen oder ‚virtuelle‘ Standortverlagerungen; Bleibeentscheidungen sind damit etwas eindeutig anderes als die übliche betriebliche Standortpersistenz“ (Grabow u.a. 1995: 154).

⁷ Eine Schwierigkeit liegt hierbei in der eher geringen verfügbaren Materialbasis zum unternehmerischen Verhalten in (Standort-)Entscheidungsprozessen (vgl. Runer 1999: 47; Grabow u.a. 1995: 133) – aus diesem Grunde basiert dieser Abschnitt in großen Teilen – wenn auch nicht ausschließlich – auf der Abhandlung in Grabow u.a. (1995).

Abbildung 2 basiert auf den Ergebnissen einer breit angelegten empirischen Studie aus dem Jahre 1993⁸ und bietet für den Zeitpunkt der Untersuchung einen Überblick über die Anteile unterschiedlicher Arten von Standortbewegungen an den Standortentscheidungen insgesamt. Darüber hinaus zeigen sich auf die Unternehmensgröße bezogen deutliche Unterschiede hinsichtlich der Art der Standortbewegung: Im Kontrast zu großen und mittleren Unternehmen können kleine Unternehmen häufig nur mit einer Standortverlagerung oder einer Standortschließung auf Engpass-situationen reagieren (vgl. Grabow u.a. 1995: 143).

Abbildung 2: Anteile verschiedener Arten von Standortbewegungen an Standortentscheidungen



Quelle: Grabow u.a. (1995: 160).

Im Rahmen der genannten Studie wurden unter anderem die Verlagerungsdistanzen der Unternehmen erhoben. Es zeigte sich, dass über die Hälfte aller Verlagerungen innerhalb der Stadtgrenzen (Distanzen unter 20 km) und fast drei Viertel innerhalb derselben Region (Distanzen unter 50 km) stattfanden (vgl. Grabow u.a. 1995: 165). In eine ähnliche Richtung weist eine Studie aus der Region Aachen⁹, in der es sich bei ca. 55 Prozent der betrachteten Unternehmensansiedlungen um Standortverlagerungen aus anderen Ortsteilen derselben Kommune oder benachbarten Kommunen handelte (vgl. Jansen 2001: 40). Diese ausgeprägte Orts- bzw. Regionalbindung dürfte bei kleinen Unternehmen mit wenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besonders deutlich ausgeprägt sein: Neben einer starken Verwurzelung betrieblicher wie auch persönlicher Natur (insbesondere wenn die gleiche Person das Unternehmen leitet und besitzt) kann auch davon ausgegangen werden, dass kleinen Betrieben in der Regel deutlich weniger Ressourcen für eine Standortsuche und weiträumige Standortverlagerung zur Verfügung stehen.

⁸ Für detaillierte Angaben zu dieser bundesweit durchgeführten Studie, in der ein breites Spektrum unterschiedlicher Unternehmenstypen mit einbezogen wurde, siehe Grabow u.a. (1995). Befragt wurden ca. 2.000 Unternehmen im Jahr 1993.

⁹ Befragt wurden 71 Unternehmen der Region Aachen, deren Zusammensetzung hinsichtlich Betriebsgröße und Branchenspektrum für die Region repräsentativ war (vgl. Jansen 2001).

Darüber hinaus kann je nach Art der Standortentscheidung unterschiedlichen Arten von Standortfaktoren eine unterschiedlich große Bedeutung zukommen. In Bezug auf harte und weiche Standortfaktoren stellen Grabow u.a. fest, dass Letztere gerade „... bei Entscheidungen ‚am Standort‘ (Ausbau, Schrumpfung, Bleibeentscheidung) eine überdurchschnittlich wichtige Rolle“ spielen (Grabow u.a. 1995: 21).

3.2 Gründe für Standortentscheidungen

Nicht nur ein Großteil der Arten von Standortentscheidungen, sondern auch von deren Gründen oder Auslösern ist ortsbezogen, das heißt, „... spezifische Vor- oder Nachteile der jeweiligen Standorte in Städten, Kreisen oder Gemeinden sind in der Regel ausschlaggebend für Standortbewegungen“ (Grabow u.a. 1995: 18). Insbesondere der Wunsch oder die Notwendigkeit einer Verlagerung wird „... i.d.R. durch konkrete Probleme am alten Standort ausgelöst. Meist handelt es sich dabei um räumliche Enge, Expansionspläne oder Probleme mit empfindlichen Nachbarnutzungen; aber auch auslaufende Miet- und Pachtverträge auf Grund einer Umnutzungsabsicht der Grundstückseigentümer können die Nachfrage auslösen“ (Mielke 2002: 38 f.).

Bei bestehenden Unternehmen können die Gründe für den Bedarf einer Standortentscheidung größtenteils einer von drei Gruppen zugeordnet werden (vgl. Grabow u.a. 1995: 134 f.):

- *Kapazitätsbedarf* aufgrund von Unternehmenswachstum ist das „wohl am häufigsten anzutreffende Motiv“ (ebenda: 134). In der Regel wird primär versucht, vorhandene Standorte zu erweitern bzw. intensiver zu nutzen.
- *Kapazitätsüberschüsse* aufgrund von Auslastungsdefiziten werden nur selten über die räumliche Veränderung hin zu einem kleineren Standort gelöst. Stattdessen wird eher versucht, durch Veränderungen in der betrieblichen Ausrichtung (und bei größeren Unternehmen ggf. durch Stilllegung von Zweigbetrieben) besser der Nachfrage zu entsprechen.
- *Standortunzulänglichkeiten* können im Sinne von *Push-Faktoren* ein Unternehmen dazu bewegen, seinen Standort zu verlassen; Beispiele sind Flächenengpässe, eine mangelhafte Verkehrsanbindung oder zu hohe Standortkosten. Gleichzeitig können komparative Standortvorteile anderer Standorte als *Pull-Faktoren* wirken; Beispiele sind ein ausreichendes Flächenangebot, eine gute Verkehrsanbindung oder ein Arbeitsmarkt mit einer hohen Konzentration gesuchter Qualifikationen. Wie aus den Beispielen deutlich wird, kann ein Faktor – je nach Unternehmensausrichtung und Ausprägung im Vergleich zu anderen potenziellen Standorten – durchaus in beide Richtungen, als Push- oder als Pull-Faktor, wirken.

Die in diese drei Kategorien unterteilten Gründe treten allerdings nicht zwingend nur einzeln auf. Gerade Kapazitätsengpässe sind häufig lediglich konkreter Auslöser für standortbezogenes Handeln, das dann als Gelegenheit dient, weitere – oft standortbezogene – Probleme zu lösen (vgl. Grabow u.a. 1995: 135).

3.3 Phasen von Standortentscheidungsprozessen

Der eigentliche Prozess der Standortentscheidung läuft nach Grabow u.a. (1995: 135 f.) in den meisten Fällen in drei Phasen ab:

- „Jeder Standortentscheidung geht eine – oder eine Kombination – der oben genannten drei Konstellationen (Kapazitätsdefizite, Kapazitätsüberschüsse, Standortunzulänglichkeiten) voraus, welche die Standortsuche auslösen.

- Die konkrete Standortsuche umfasst die Festlegung von Auswahlkriterien, die Auswahl und die Bewertung potentieller Makrostandorte sowie – anschließend oder auch parallel – der Festlegung von Mikrostandorten
- Die Ergebnisse des Suchvorgangs werden den Entscheidungsträgern in Form verschiedener Alternativen vorgelegt, die Entscheidung wird getroffen.“

Je nach Unternehmen können diese Phasen unterschiedlich stark aufgegliedert und als getrennte Schritte erkennbar sein: „Bei kleinen und mittleren Unternehmen ist der Prozess weit weniger formalisiert und in seinen Phasen weniger identifizierbar als bei großen, wo in der Regel für Fragen der Standortsuche eigens ein Stab verfügbar ist“ (Grabow u.a. 1995: 136).

In den einzelnen Phasen bzw. Schritten eines Standortentscheidungsprozesses kann unterschiedlichen Standortfaktoren durchaus eine unterschiedlich große Bedeutung beigemessen werden. So konnte bezüglich weicher und harter Standortfaktoren im Allgemeinen festgestellt werden, dass Erstere im Rahmen einer Vorauswahl von Standortalternativen „eine vergleichsweise wichtige Rolle“ spielen (hier geht es vor allem um Bilder und Vorstellungen von Orten). Im Zuge der Analyse und des Vergleichs potenzieller Standorte sind hingegen harte Standortfaktoren bedeutender, während bei der eigentlichen Entscheidungsfällung weiche Faktoren wiederum „etwas stärker ins Gewicht fallen“ können (Grabow u.a. 1995: 150).

3.4 Verfahren in Standortentscheidungsprozessen

Im Prozess der Entscheidung für einen Standort „... spielen die Ermittlung und Bewertung, die Einschätzung und die Gewichtung der relevanten Standortfaktoren, von denen eine Entscheidung abhängig gemacht wird, eine zentrale Rolle“ (Grabow u.a. 1995: 136). Zu diesem Zweck besteht eine Anzahl systematischer Verfahren zur Optimierung der Standortentscheidung. Solche werden – wenn überhaupt – in erster Linie von großen Mehrstandortunternehmen verwendet (vgl. Grabow u.a. 1995: 136 f., 139), sodass wenig formalisierte Vorgehensweisen eher den Regelfall darstellen. Die Anwendung solcher vereinfachter Verfahren, Routinen, Erfahrungsregeln u.Ä. zur Bewältigung komplexer Entscheidungsprobleme hat heuristischen Charakter, es sind also „... Lösungsmuster, die bewusst nicht nach einer optimalen Lösung suchen, sondern danach trachten, mit *vertretbarem Aufwand* eine *akzeptable Lösung* zu finden ...“ (Maier/Tödtling 2006: 26).

Eine dieser Heuristiken ist die *Konzentration auf besonders wichtige Faktoren*: Ein Standort muss bestimmte Bedingungen erfüllen, bevor ggf. weitere Standortfaktoren in Betracht gezogen werden, um schließlich eine Auswahl unter möglichen Standortalternativen vorzunehmen (vgl. Runer 1999: 48; Maier/Tödtling 2006: 26 f.). Solche unternehmensspezifischen Suchkriterien, die zwingend erfüllt sein müssen, damit ein Standort in Betracht gezogen wird, können als *Standortanforderungen* definiert werden (vgl. Runer 1999: 48). Aus ihnen können sich bestimmte Suchprinzipien (wie etwa die Suche in der Nähe des bisherigen Standorts) ergeben. Dabei kommt es – gerade bei kleineren Unternehmen – durchaus vor, dass keine Alternativen genauer in Betracht gezogen werden¹⁰: Sobald ein Standort gefunden wird, der den Standortanforderungen entspricht und somit akzeptabel erscheint, wird die Suche beendet. Es findet also eine *Suche nach einem zufriedenstellenden Standort* statt (vgl. Maier/Tödtling 2006: 26 f.).

10 Verschiedene empirische Erhebungen zeigen, dass die Zahl der in Betracht gezogenen Alternativen in der Regel sehr überschaubar ist. So zogen z.B. in der Region Aachen nur etwa die Hälfte der befragten Unternehmen andere Standorte in Erwägung; und gut 40 Prozent prüften überhaupt keine weiteren Standorte (vgl. Jansen 2001: 40); die bundesweite Erhebung von Grabow u.a. ergab, dass nur ca. sieben Prozent der Unternehmen mehr als fünf, etwa 60 Prozent bis zu fünf und ein Drittel der Unternehmen gar keine Standortalternativen prüfte – zu letzterer Option neigten Einbetriebsunternehmen in besonderem Maße (vgl. Grabow u.a. 1995: 139).

Eine weitere Vorgehensweise besteht in der *stufenweisen Standortentscheidung*: Hier werden räumliche Ebenen getrennt voneinander und anhand unterschiedlicher Kriterien betrachtet, um eine Vorauswahl für die weitere Suche zu treffen; beispielsweise können auf regionaler Ebene zunächst einzelne Gemeinden identifiziert werden, die bestimmte Rahmenbedingungen erfüllen, um daraufhin in diesen Gemeinden konkrete Standorte zu suchen (vgl. Maier/Tödtling 2006: 26). Nicht zuletzt ist auf die Strategie der *Nachahmung* hinzuweisen, nach der Standorte aufgrund ihrer Ähnlichkeit zu jenen von erfolgreichen Unternehmen gewählt werden – auch dies ein Ansatz, der besonders mit kleineren Unternehmen in Verbindung gebracht wird (vgl. Maier/Tödtling 2006: 27).

Im Vergleich zu bestehenden Unternehmen findet bei Existenzgründern – also im Zuge der Entstehung eines kleinen Unternehmens – häufig *keine explizite Standortwahl* in Bezug auf die Gemeinde oder Region statt: Es wird meist „eher jenseits von objektiv optimierenden Kriterien“ dort gegründet, wo die „unternehmerischen Wurzeln“ des Gründers liegen und sich in der Regel auch sein bisheriger Lebensmittelpunkt befindet (Grabow u.a. 1995: 141). Dass die Standortwahl damit implizit schon vor der Gründung getroffen wird, stellt Stegh für Gründer in wissensintensiven Tätigkeitsbereichen fest: „... die Gründung [steht] häufig am Ende einer Kette von regionalen Standortentscheidungen, die die Gründerpersonen im Laufe ihrer Biographie getroffen haben“ (Stegh 2007: 181). Im Laufe der Entwicklung des Unternehmens gewinnen stärker optimierende Verfahren wiederum an Bedeutung (vgl. Grabow u.a. 1995).

Einen Hinweis darauf, weshalb eine breiter angelegte Standortsuche häufig gar nicht erst nötig wird und auf entsprechend einfache Vorgehensweisen zurückgegriffen werden kann, bietet die Betrachtung eines bestimmten Standortfaktors, nämlich der Grundstückspreise für kommunale Gewerbeflächen. Ihnen kommt eine besondere Rolle zu, da sie im Spannungsfeld der Strategien unternehmerischer Standortwahl und der gängigen kommunalen Gewerbeflächenpolitik stehen: Im Gegensatz zu den meisten anderen, durch Wettbewerb bestimmten und für das Unternehmen kaum zu beeinflussenden Kosten einer standörtlichen Veränderung (insbesondere einer Verlagerung) können die kommunalen Preise für Gewerbeflächen als „weich“ bezeichnet werden (vgl. Bonny 2001: 33). Harte Preisverhandlungen sind für Unternehmen durchaus aussichtsreich, da der Wettbewerb um einen Standort nicht zwischen ihnen herrscht, sondern viel eher zwischen Kommunen, die um Unternehmen werben. Die daraus resultierenden niedrigen (und oft infolge der Verhandlungen zusätzlich reduzierten) Preise für Gewerbeflächen bringen weder Unterschiede in der Qualität noch in der Attraktivität der Flächen zum Ausdruck. Damit findet sowohl eine Verzerrung der Bedeutung verschiedener Standortfaktoren statt (in dem Sinne, dass „fast alles billig zu haben“ ist), als auch wird ein Trend zu möglichst niedrigen Aufwendungen in der Flächenentwicklung vonseiten der Kommunen gesetzt. Die niedrigen Flächenpreise bzw. Nachlässe dürften dabei als Mitnahmeeffekte einzustufen sein (vgl. Bonny 2001: 33; Mielke 2002: 49).

4. Wirtschaft und Gesellschaft im Wandel

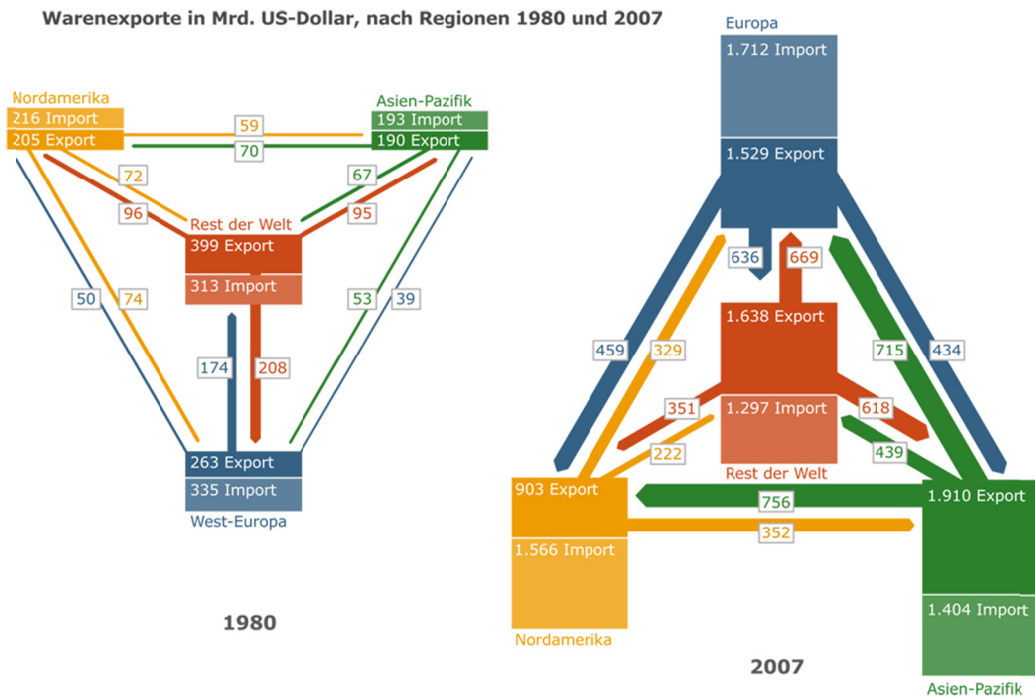
Wirtschaft und Gesellschaft sind nicht statisch, sondern befinden sich fortlaufend im Wandel. In der historischen Perspektive zeigen sich die Auswirkungen dieser Veränderungen immer wieder in der Standortwahl von Unternehmen. Der sich im Laufe der Zeit abzeichnende Bedeutungsverlust der räumlichen Nähe zu natürlichen Rohstoffen im Zuge des anhaltenden wirtschaftlichen Strukturwandels ist hierfür ein gutes Beispiel. So ist auch zu erwarten, dass sich gegenwärtige Entwicklungen und Trends auf die Bedeutung verschiedener Standortfaktoren niederschlagen.

Zu den grundlegenden, auf vielfältige Weise miteinander verknüpften und ineinandergreifenden Entwicklungen gehören:

- die fortschreitende *Globalisierung und europäische Integration*, das heißt die zunehmende weltweite und innereuropäische Verflechtung in verschiedener, insbesondere auch ökonomischer Hinsicht. Der Abbau von Grenzhemmnissen und Handelsschranken, die grenzüberschreitende Mobilität von Kapital sowie die Verbreitung moderner Informations- und Kommunikationstechnologien tragen dazu bei, einen fortschreitenden Prozess der räumlichen bzw. rechtlichen Arbeitsteilung – etwa durch Auslagerung bestimmter Funktionen – zu ermöglichen. Damit verbunden sind unter anderem eine Zunahme des internationalen Warenverkehrs (vgl. Abb. 3) und ein entsprechend starkes Wachstum in den Bereichen Transport und Logistik¹¹. Weiterhin zu beobachten sind eine Intensivierung des Wettbewerbs- und Innovationsdrucks auf Unternehmen und des Standortwettbewerbs unter Gebietskörperschaften sowie eine stärkere Spezialisierung, die wiederum eine wachsende Bedeutung flexibler, strategischer Partnerschaften in Industrie und Dienstleistungen zur Folge hat (vgl. Schubert/Klein 2006; Cooke u.a. 2007: 26 f.; Gornig/Ring 2001: 28; Görzig u.a. 2007: 43; Healey/Ilbery 1990: 143; Mielke 2002: 6);
- die wachsende Bedeutung von Informations- und Kommunikationstechnologien und die damit einhergehende zunehmende *Technisierung und Informatisierung* der Arbeitswelt wie auch des Alltags. Technische Entwicklungen gelten als einer der zentralen Treiber des wirtschaftlichen Strukturwandels, indem sie unter anderem die Organisationsmöglichkeiten, Produktionsbedingungen, Kostenstrukturen und die Branchenstruktur beeinflussen (vgl. Böhme u.a. 2006: 17). Darüber hinaus tragen insbesondere die Informations- und Kommunikationstechnologien wesentlich zur Ermöglichung größerer zeitlicher und räumlicher Flexibilität und damit zu einer größeren zeitlichen und räumlichen Ausdehnung bei;
- der sektorale Strukturwandel, das heißt die relative Gewichtsverschiebung vom primären (vor allem Landwirtschaft) und sekundären (Produktion) Wirtschaftssektor hin zum tertiären Sektor Dienstleistungen (siehe z.B. DESTATIS u.a. 2008: 115). Diese Gewichtsverschiebung wird in erster Linie anhand der Entwicklung der Beschäftigtenzahlen nachvollzogen. Wird statt von drei von vier Wirtschaftssektoren ausgegangen – nach diesem Modell umfasst der tertiäre Sektor primäre Dienstleistungen (dazu gehören allgemeine Dienste wie Reinigung oder Bewirtung sowie Büro- und Handelstätigkeiten), der quartäre Sektor sekundäre Dienstleistungen bzw. informations- und wissensintensive Tätigkeiten (dazu gehören Betreuungs- und Beratungsdienste sowie Tätigkeiten in den Bereichen Organisation/Management und Forschung/Entwicklung, für die meist Hochschulabschlüsse als nötig erachtet werden) – so zeigt sich, dass die relative Zunahme an Beschäftigten insbesondere auf den quartären Sektor zurückzuführen ist (vgl. Dostal 2001: 32–35; siehe auch Abb. 4);

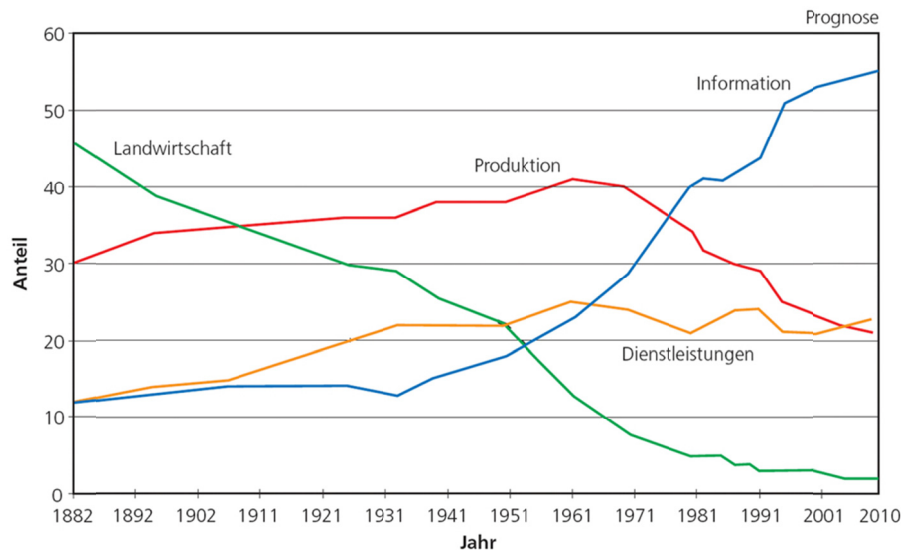
11 So nahm allein die Luftfracht zwischen 1986 und 2003 um durchschnittlich acht Prozent jährlich auf ein Volumen von 55.000 Tonnen pro Tag zu (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2006a); auf die Seefracht entfallen gegenwärtig über 90 Prozent des internationalen Warenhandels – ihr Volumen nahm zwischen 1985 und 2004 um knapp sechs Prozent jährlich auf 27.635 Milliarden Tonnen-Meilen zu (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung 2006b).

Abbildung 3: Ein Aspekt der Globalisierung: weltweite Zunahme der Warenexporte



Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung (2009).

Abbildung 4: Entwicklung der Erwerbstätigenanteile im Vier-Sektoren-Modell



Quelle: Dostal (2001: 33).

- der *branchenstrukturelle Wandel*, das heißt die Veränderung, Verlagerung und Ausdifferenzierung von Branchenstrukturen innerhalb der Wirtschaftssektoren. Beispielhaft kann die vergleichsweise starke Zunahme der Beschäftigten in unternehmensorientierten Dienstleistungen – etwa im Beratungsbereich – genannt werden: Sie stieg in der zweiten Hälfte der 1990er-Jahre fünfmal so stark an wie im Durchschnitt der Dienstleistungsbranchen (vgl. Gornig/Ring 2001: 40);

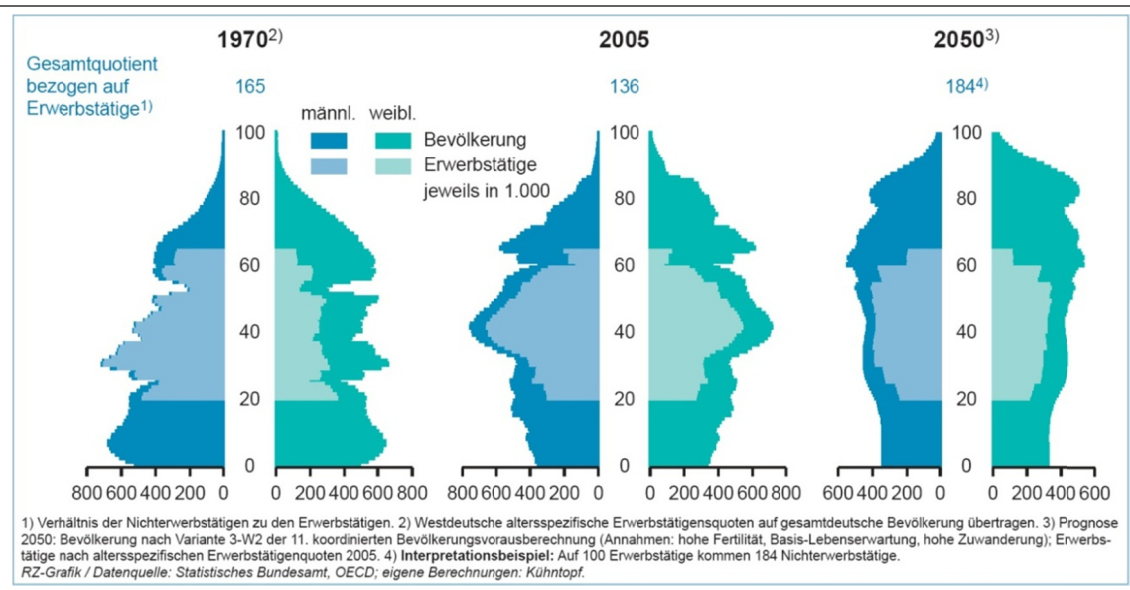
- der *funktionale Strukturwandel*, das heißt die Veränderung und Ausdifferenzierung von Tätigkeitsfeldern – und damit Tätigkeitsarten sowie Berufsbildern – innerhalb der Wirtschaftssektoren, Branchen und einzelnen Unternehmen. So verwischen sich auch die Grenzen zwischen Produktions- und Büroarbeit immer mehr. Ein anhaltender Trend ist etwa die zunehmende Technisierung auch in traditionell handwerklichen Berufen, die wiederum veränderte Tätigkeitsarten mit sich bringt (z.B. im Tischlereihandwerk die CAD-basierte Programmierung von und Arbeitsausführung durch computergesteuerte CNC-Fräsen). Innerhalb der Industrie zeigte sich beispielsweise in den letzten Jahren anhand der Beschäftigtenentwicklung eine Verlagerung von Tätigkeiten in der Fertigung hin zum Bereich Forschung und Entwicklung (vgl. Gornig/Ring 2001: 46);
- die derzeit meist mit den Begriffen *Wissensgesellschaft* und/oder *Kreativwirtschaft* assoziierte Zunahme der Bedeutung von Wissen, Information und Kreativität als Ressourcen mit wachsender ökonomischer Relevanz und damit wachsendem Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung. Damit gewinnen auch die Fähigkeiten, Wissen, Informationen und Ideen zu generieren, zu organisieren, zu verarbeiten und weiterzuentwickeln, an Bedeutung (vgl. Cooke u.a. 2007: 26 f.; Lotter 2009: 8, 17 ff., 117). In diesem Zusammenhang zeichnet sich eine fortschreitende Akademisierung der Arbeitswelt ab, das heißt, der Anteil der Hochqualifizierten (im Sinne eines Hochschulabschlusses) an den Erwerbstätigen nahm in den letzten Jahren deutlich zu (von zwölf Prozent 1991 auf 17 Prozent 2003; vgl. DESTATIS 2004: 59);
- der *demografische Wandel*, das heißt die Entwicklung eines zunehmenden Übergewichts der Sterbe- im Vergleich zur Geburtenrate bei gleichzeitig zunehmender Langlebigkeit, Vielfalt von Lebensentwürfen und Heterogenität der Bevölkerung (vgl. Tivig/Hetze 2007: 4). Auf gesamtdeutscher Ebene zeichnet sich eine zunehmende Alterung der Bevölkerung bereits deutlich ab, die Einwohnerzahl ist seit 2003 – trotz positiver Außenwanderungssalden¹² – rückläufig, und weitere Bevölkerungsverluste sind zu erwarten. Heterogener wurde die Bevölkerung nicht zuletzt infolge der Zuwanderung, die neben den Bevölkerungsverlusten auch die Alterung der Bevölkerung zeitweise etwas abmilderte (vgl. ebenda: 45). Im Gesamtbild resultieren aus dem demografischen Wandel neben einer wachsenden Belastung der Sozialsysteme unter anderem eine zunehmende Heterogenität¹³ und Alterung der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter sowie ein Rückgang an potenziell verfügbaren Arbeits- bzw. Fachkräften (vgl. Abb. 5; Bundeszentrale für politische Bildung o.J.);
- die *Binnenwanderung*, welche die Effekte des demografischen Wandels auf Ebene einzelner Teilräume verstärkt bzw. abschwächt. Geografisch verläuft die Wanderung zumeist von „Ost nach West, von Nord nach Süd und vom Land in die Städte“ (Tivig/Hetze 2007: 42; vgl. Abb. 6)¹⁴. Auch die demografische Tendenz ist deutlich: Insbesondere jüngere, gut ausgebildete Menschen verlassen strukturschwache Räume. Aus diesen Entwicklungen entsteht eine Verschärfung der regionalen Disparitäten unter anderem im Hinblick auf die Innovationskraft, das vorhandene Arbeitskräftepotenzial und die Zukunftsaussichten verschiedener Räume sowie eine wachsende Konkurrenz von Städten und Regionen um „produktive junge Menschen“ (Kröhnert u.a. 2006: 4);

12 Auch wenn der Bevölkerungsrückgang in den letzten Jahrzehnten durch Zuwanderungsgewinne kompensiert bzw. deutlich gemildert wurde (ohne sie würde die Bevölkerung bereits seit 1972 sinken), schrumpft die Einwohnerzahl seit 2003 trotz positiver Außenwanderungssalden (vgl. Tivig/Hetze 2007: 7).

13 Ein Grund für die wachsende Heterogenität der *Beschäftigten* ist in der zunehmenden Erwerbstätigkeit der Frauen zu sehen – ihre Erwerbsquote nahm zwischen 1996 und 2006 um knapp vier Prozentpunkte auf 44,7 Prozent zu, während jene der Männer leicht zurückging (2006: 56,6 Prozent) (vgl. DESTATIS u.a. 2008: 113).

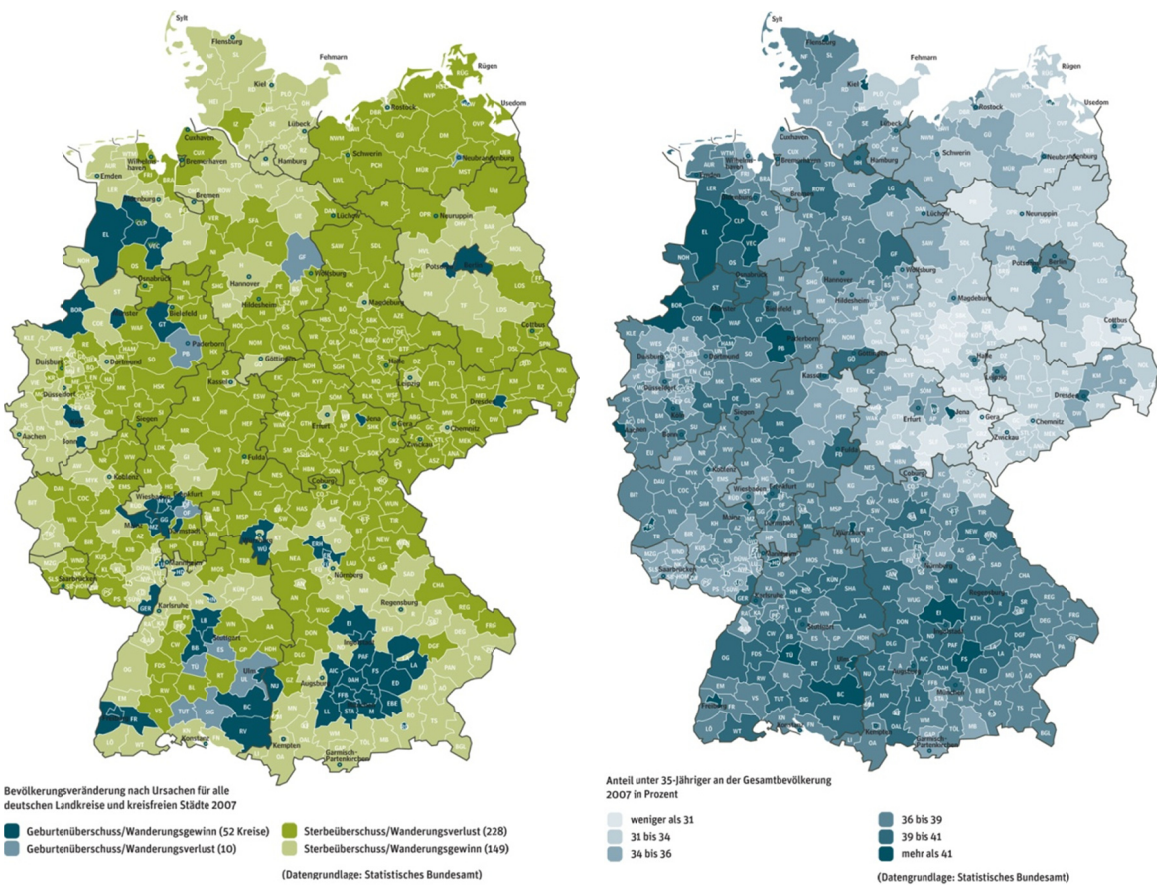
14 Dennoch bestehen erhebliche Unterschiede auch zwischen einzelnen Räumen desselben Typs – so „profitieren“ nicht alle Städte von der Binnenwanderung, und selbst in wachsenden Stadtregionen gibt es schrumpfende Teilräume.

Abbildung 5: Demografischer Wandel: Anteil Erwerbstätiger an der Gesamtbevölkerung



Quelle: Tivig/Hetze (2007: 10).

Abbildung 6: Regionale Disparitäten: Bevölkerungsveränderung und Anteil Unter-35-Jähriger



Quelle: Weber/Klingholz (2009: 19, 21).

- die zunehmende *Individualisierung* – sowohl gesellschaftlich etwa im Sinne der zunehmenden Zahl allein lebender Personen als auch wirtschaftlich im Sinne einer zunehmenden Ausdifferenzierung, Personalisierung und Spezialisierung von Produkten und Dienstleistungen. Damit kongruent ist der Wandel von einem „Anbietermarkt“ zu einem „Nachfragermarkt“, aufgrund dessen Steuerungs- und Distributionsfunktionen sowie – in Zusammenhang mit der Verkürzung von Produktlebenszyklen – Beratungsfunktionen und Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten an Bedeutung gewinnen (vgl. Gornig/Ring 2001: 27);
- (bei aller Uneinigkeit über die genaue Definition und bei allen Schwierigkeiten der Messbarkeit:) die Entwicklung der *Nachhaltigkeit* zu einem übergeordneten Leitbild, insbesondere angesichts beschränkter, knapper werdender natürlicher Ressourcen und des Klimawandels. Die Hinwendung zur (deutlich älteren) Thematik der Nachhaltigkeit zeigt sich auf öffentlicher Seite etwa in der Gründung des Rats für Nachhaltige Entwicklung 2001 und zahlreichen Lokale-Agenda-21-Initiativen, auf privatwirtschaftlicher Seite z.B. in der wachsenden Anzahl jährlicher Nachhaltigkeits- und Umweltberichte, die von Unternehmen erstellt werden (im Jahr 2009 über 150; Willenbrock 2009).

Zusammenfassend und auf Unternehmen bezogen können angesichts dieser Entwicklungen zahlreiche Veränderungstendenzen festgestellt werden. Diese beziehen sich unter anderem auf

- die bestehenden Unternehmensarten und -größen,
- die Unternehmensorganisation (in räumlicher, zeitlicher, hierarchischer und funktionaler Hinsicht),
- die (potenziellen) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Arbeitsweisen,
- den Gegenstand der Arbeit bzw. deren Produkte,
- das Verhältnis zu anderen Unternehmen (gegenseitige Abhängigkeiten) sowie nicht zuletzt
- die gesellschaftlichen und politischen Erwartungen, die an Unternehmen gerichtet werden.

5. Ansätze und Stand der Forschung

Vor dem Hintergrund aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen wird sowohl in der Forschung als auch in der Praxis weithin angenommen, dass sich Standortfaktoren und ihre Bedeutung verändern und Strategien der Standortentwicklung dementsprechend angepasst werden müssen. Im Folgenden soll die Standortfaktoren-Forschung dargestellt und unter der Fragestellung betrachtet werden, inwiefern Studien der letzten Jahre Aufschluss über die Bedeutung von Standortfaktoren im Allgemeinen und für bestimmte Branchen und Unternehmenstypen im Besonderen geben und inwiefern sie Veränderungen (der Bedeutung) von Standortfaktoren belegen können.

5.1 Ansätze: Ermittlung von Standortfaktoren

In der empirischen Ermittlung von Standortfaktoren können in erster Linie zwei grundlegende methodische Ansätze unterschieden werden:

- *Befragung von Unternehmen in Standortfaktoren-Studien:* In der Regel wird für diese Vorgehensweise zunächst eine Stichprobe von Unternehmen gewählt, die in Bezug auf eine oder mehrere Größen repräsentativ ist (z.B. repräsentativ für die Wirtschaftsstruktur der Region und/oder für eine bestimmte Branche). Diese Unternehmen werden daraufhin im Rahmen einer Befragung darum gebeten, die Bedeutung von und ggf. auch ihre Zufriedenheit mit einzelnen Standortfaktoren einzuschätzen. Dies geschieht üblicherweise anhand einer vorgegebenen Liste von Standortfaktoren. Resultat sind Ranglisten von Standortfaktoren, die z.B. Auskunft über die zehn bedeutendsten Faktoren einer Branche liefern sollen.
- *Analyse der Standortwahl von Unternehmen in Standorttypen-Studien:* Kern dieser Methode sind Beobachtungen, die in der Regel auf kleinräumiger Ebene (z.B. in ausgewählten Gewerbegebieten einer Kommune oder einer Region) angestellt werden, um daraus Rückschlüsse auf die ausschlaggebenden Charakteristika verschiedener Standorttypen – und damit explizit oder implizit auch Standortfaktoren – zu ziehen. Die Beobachtungen thematisieren dabei in der Regel „schnappschussartig“ den Zustand zum Zeitpunkt der Erhebung (z.B. wie viele Unternehmen welcher Branchen sind wo angesiedelt?).

In den betrachteten Studien der letzten Jahre ist die erste, expliziter auf Standortfaktoren ausgerichtete Herangehensweise (Unternehmensbefragung) die deutlich gängigere und steht im Mittelpunkt der Auseinandersetzung in diesem Abschnitt; in Einzelfällen werden beide Herangehensweisen innerhalb einer Untersuchung verbunden.

Angesichts der dargestellten Dynamik und Differenziertheit von Standortfaktoren und Standortentscheidungen kann in Bezug auf diese Forschungsansätze eine Reihe von Schwierigkeiten und Herausforderungen festgestellt werden. Dazu gehören:

- *Die Logik der Untersuchung entspricht nicht jener der unternehmerischen Standortentscheidung:* Während die Forschung in der Regel einzelne Faktoren getrennt voneinander betrachtet, werden diese von Unternehmen häufig undifferenziert als zu einem Standort gehöriges „Faktorenbündel“ behandelt¹⁵ (vgl. Bonny 2001: 28; Grabow u.a. 1995: 19). Hinzu kommt die Schwierigkeit, dass sich die Sprache der Wissenschaft (im engeren wie im weiteren Sinne) und

15 Bereits Weber erwähnt das hiermit verbundene Frustrationspotenzial: Werden einzelne Industrielle nach den Gründen ihrer Standortwahl gefragt, werden sie „... meist ein merkwürdiges Gemisch von allgemeinen und besonderen Gründen vortragen, ein Gemisch, das bei jeder Fabrik verschieden sein wird und das bei jeder auch die allgemeinen Orientierungsgründe, die es enthält, wieder in einer besonderen individuellen Gruppierung darbieten wird. Derartig, dass man ... zunächst verzweifeln möchte, generelle Formeln für die Wirksamkeit der verschiedenen Allgemeinfaktoren zu finden, ja sie selbst auch nur limitativ völlig zu bestimmen“ (Weber 1922: 15).

die von ihr verwandten Begriffe deutlich von jenen der Unternehmen unterscheiden können – mit Missverständnissen und damit verfälschten Ergebnissen als Folge¹⁶.

- *Die Auswahl der betrachteten Standortfaktoren ist zu eingeschränkt oder einseitig:* Aus der schier unendlichen Zahl von Standortfaktoren muss eine Auswahl getroffen werden. Welche Faktoren am Ende untersucht werden, ist allerdings von zentraler Bedeutung, denn nur über sie kann eine Aussage getroffen werden – alle übrigen bleiben außen vor, was ihre Bedeutungslosigkeit impliziert. Gleichzeitig bestehen aber nur sehr ungefähre Orientierungsmöglichkeiten für die Auswahl der Faktoren: Das Wissen über unternehmerische Standortentscheidungsprozesse ist gering; die Abstützung auf frühere Studien kann aufschlussreich sein, aber auch zu Replikationsproblemen führen (insbesondere zu systematischen Unter- bzw. Überbewertungen einzelner Standortfaktoren); Standortfaktoren, ihre Bedeutung und die wirtschaftlichen wie gesellschaftlichen Rahmenbedingungen befinden sich konstant im Wandel, und es entstehen immer wieder neue Unternehmenstypen, die noch kaum erforscht sind. Entsprechend ist bei der Auswahl der zu untersuchenden Standortfaktoren immer auch ein experimentelles Element des „Stocherns im Dunkeln“ mit dabei. Mit dieser Problematik verbunden ist auch die Frage nach Anzahl und Detaillierungsgrad der betrachteten Faktoren: Weder sollten es zu wenige oder zu grob gefasste sein, noch sollten sie zu zahlreich oder detailliert sein – eine ideale Formel gibt es jedoch nicht.
- *Die Ergebnisse sind stark kontextabhängig:* Insbesondere für die erste Vorgehensweise ist es von erheblicher Bedeutung, ob Unternehmen in Zusammenhang mit konkreten Standortentscheidungen befragt oder um allgemeine Einschätzungen gebeten werden (vgl. Grabow u.a. 1995: 18). Darüber hinaus können unterschiedliche Standortfaktoren in verschiedenen Phasen des Lebenszyklus eines Unternehmens unterschiedlich große Rollen spielen. Auch zeigen sich unter anderem Abhängigkeiten zwischen der Einschätzung der Bedeutung von Faktoren und dem Siedlungstyp (vgl. Grabow u.a. 1995: 21 f.), in dem sich das Unternehmen zum Zeitpunkt der Befragung befindet, sowie der Person im Unternehmen, die die Bedeutungseinschätzung vornimmt.
- *Die Betrachtung der Wirkungsrichtung von Standortfaktoren ist einseitig:* In empirischen Untersuchungen werden Standortfaktoren in der Regel in ihrer Eigenschaft als Pull-Faktoren betrachtet, das heißt, es wird versucht zu ermitteln, was Unternehmen erwarten und wünschen. Kaum Beachtung findet allerdings die entgegengesetzte Wirkung von Standortfaktoren als Push-Faktoren, die Unternehmen Probleme bereiten und häufig Hauptgrund für Verlagerungen sind.
- *Die Kategorisierung von Unternehmen nach Branchen ist nur eingeschränkt aussagekräftig:* Die Bedeutung von Standortfaktoren wird überwiegend in Bezug auf einzelne (Teil-)Sektoren oder Branchen untersucht. Damit wird – meist implizit – die Annahme getroffen, dass die (wie auch immer definierte) Branchenzugehörigkeit eines Unternehmens die aussagekräftigste Differenzierungsmöglichkeit ist. Während dieser historisch verwurzelte Ansatz mit Sicherheit auch nach wie vor seine Berechtigung hat, ist durchaus fraglich, ob er in jedem Falle als zentrale oder besonders als alleinige Differenzierung angemessen ist: Die Branchenstruktur hat sich im Zuge des Strukturwandels stark ausdifferenziert, und gerade in neueren Wirtschaftsbereichen fällt die Zuordnung von Unternehmen zu einer bestimmten Branche schwer. So kann insbesondere die alleinige Betrachtung der Branche(n) zur Überdeckung anderer – potenziell mit mehr Aussagekraft versehener – Unterscheidungskriterien wie Organisationsform, Unternehmensgröße, Arbeitsweise usw. führen.

¹⁶ Ein Versuch zum Umgang mit diesen Schwierigkeiten stellt die in der Produktforschung gängige und auf die Standortfaktoren-Forschung übertragene Conjoint-Analyse dar: Siehe dazu Bonny (2001: 28 f.).

Diese und andere Ausgangsschwierigkeiten bzw. -herausforderungen haben zur Folge, dass die Studien und ihre Ergebnisse sehr unterschiedlich sind. Hinzu kommt das Problem der nicht selten mangelhaften Dokumentation (bzw. Publikation derselben), was eine Einschätzung der jeweiligen Studienergebnisse praktisch unmöglich macht. So bleibt festzuhalten, dass es sich bei den Ergebnissen von Untersuchungen zu Standortfaktoren von vornherein immer nur um Näherungswerte handelt – wobei sich der Grad der Näherung von einer Studie zur nächsten erheblich unterscheiden kann.

Im Rahmen dieser Untersuchung wurden daher zwei Qualitätsmerkmale zur Auswahl von Studien, auf die Aussagen zur Bedeutung von Standortfaktoren gestützt werden, herangezogen:

- Vorhandensein zumindest grundlegender Angaben zur Vorgehensweise und zu den untersuchten Unternehmen (insbesondere Branche/Art und Anzahl) sowie
- Einbezug zumindest einiger differenzierender Aspekte wie Unternehmensgröße, Arbeitsweise, räumlicher Betrachtungsebene usw.

5.2 Forschung: Standortfaktoren-Studien der letzten Jahre

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Studien erstellt, in denen die Auseinandersetzung mit Standortfaktoren eine zentrale Rolle spielt. Neben reinen Standortfaktoren-Studien (z.B. zu Standortfaktoren und ggf. der Standortzufriedenheit von Unternehmen in einer bestimmten Region) gehören dazu auch solche, in denen die Frage nach Standortfaktoren einen Aspekt unter mehreren darstellt (etwa in Studien zur Standortverteilung bestimmter Branchen) oder in denen sie als Teil einer Argumentationsbasis dient (beispielsweise für die Entwicklung von Gewerbeflächenkonzepten oder -prognosen).

Unabhängig von den verschiedenen Ausrichtungen oder Einbettungen ist diesen Standortfaktoren-Studien – wie sie im Folgenden der Einfachheit halber zusammenfassend genannt werden sollen – gemein, dass sie in der Regel methodisch auf Unternehmensbefragungen basieren und zur Darstellung ihrer Ergebnisse unterschiedlich geartete Ranglisten von Standortfaktoren produzieren. Als anschauliches Kondensat der Befragungsergebnisse sind es dann auch meist diese Ranglisten, auf deren Basis in den Studien selbst oder in anderen Auseinandersetzungen mit dem breiteren Thema der Standortwahl und -entwicklung Argumentationen aufgebaut werden.

5.2.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit der Studien

Eine abstrahierende Betrachtung der Rahmendaten und Studienergebnisse macht die große Bandbreite der Standortfaktoren-Studien deutlich. Diese Bandbreite erschöpft sich jedoch nicht darin, dass der Fokus lediglich auf unterschiedliche Branchen oder Räume gelegt wird. Vielmehr treten mehrere Dimensionen zutage, die auch als Unterscheidungsmerkmale zwischen den Studien herangezogen werden können:

- Die *Varianz der Fokussierungen* ist beträchtlich. Während manche Studien z.B. bestimmte Raumtypen in ganz Deutschland betrachten, stehen bei anderen bestimmte Bundesländer, Stadtregionen oder Städte im Mittelpunkt. Darüber hinaus können die Definitionen gewählter Kategorien deutlich voneinander abweichen – um beim gleichen Beispiel zu bleiben, sei stellvertretend auf die Vielzahl der Möglichkeiten zur Definition einer (Stadt-)Region verwiesen¹⁷.

¹⁷ Auch wenn gleiche Raumtypen betrachtet werden, so unterscheiden sich die tatsächlichen Räume dennoch erheblich (z.B. zwei verschiedene Großstädte).

Nicht zuletzt wird insbesondere bei den betrachteten Sektoren und Branchen unterschiedlich stark differenziert.

- Unter den Fokussierungen bleiben insbesondere die *räumlichen Ebenen*, auf die sich die Studien konzentrieren, weitgehend uneindeutig. In der Regel sind diesbezüglich lediglich grobe Rückschlüsse anhand des städtischen/regionalen Fokus in Kombination mit den erfragten Standortfaktoren möglich. Dabei können zahlreiche Standortfaktoren je nachdem, auf welche räumliche Ebene sie bezogen werden – u.a. die einzelne Immobilie, das Quartier, die gesamtstädtische oder regionale Ebene betreffend –, einen unterschiedlichen Bedeutungsgehalt haben. So kann die ÖPNV-Anbindung, um ein Beispiel aufzugreifen, ohne räumliche Zuordnung nicht exakt interpretiert werden: Handelt es sich um die Haltestelle um die Ecke, um die Anbindung des Stadtteils in bestimmte Richtungen oder um die Dichte des städtischen/regionalen ÖPNV-Verkehrsnetzes?
- Die gewählten *Abgrenzungen* sind sehr unterschiedlich. Angesichts der Vielzahl möglicher einzelner Fokussierungen und der daraus resultierenden Kombinationsmöglichkeiten ergeben sich schier zahllose Abgrenzungsvarianten. So ist es wenig überraschend, dass keine zwei der betrachteten Studien die gleiche Abgrenzung aufweisen.
- Je nach Rahmenbedingungen der Studie, den gewählten Fokussierungen und dem Rücklauf schwankt auch die *Zahl der befragten Unternehmen* beträchtlich: Die entsprechende Bandbreite in den betrachteten Studien reicht von 25 bis 16.000 Unternehmen. Dabei ist anzumerken, dass bei kleinen Grundgesamtheiten bereits wenige Ausreisser das Ergebnis – in diesem Falle die Reihenfolge der Standortfaktoren – erheblich beeinflussen können.
- Die *Ranglisten unterscheiden sich in ihrer Sortierung und Gewichtung*. Häufig werden die abgefragten Standortfaktoren einzeln nach ihrer Wichtigkeit (z.B. basierend auf einem Punkteschlüssel oder dem prozentualen Anteil der Nennungen als „sehr wichtig“) sortiert. Dies ist jedoch nicht die einzige Möglichkeit, die Befragungsergebnisse wiederzugeben: Zum Teil werden die Standortfaktoren nicht einzeln, sondern in Gruppen oder Bedeutungskategorien sortiert (z.B. alle, die am häufigsten als „sehr wichtig“ bezeichnet werden), oder es werden gelegentlich auch nur jene Standortfaktoren überhaupt aufgezählt, die im Schnitt mindestens als „wichtig“ erachtet werden.
- Es resultieren *unterschiedliche Rangfolgen* der einzelnen Standortfaktoren je nachdem, auf welche Ergebnisse der Befragung bei der Listenerstellung zurückgegriffen wird. So kann der Listenplatz – und damit die dem Standortfaktor zugeordnete Bedeutung – erheblich variieren, wenn nur nach der Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ oder alternativ nach der kombinierten Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ und „wichtig“ oder etwa auch nach der Anzahl der Nennungen als „unbedeutend“ (also von unten nach oben) sortiert wird.
- Die *Anzahl der aufgezählten Standortfaktoren* unterscheidet sich von einer Studie zur nächsten – meist sind es zwischen fünf und 20. Unter anderem aufgrund der unterschiedlichen Möglichkeiten zur Listenerstellung kann jedoch nicht automatisch geschlossen werden, dass die in einer Rangliste aufgezählten Standortfaktoren alle abgefragten oder von Unternehmen erwähnten Faktoren darstellen.
- Die aufgezählten *Standortfaktoren sind in keiner der Studien identisch* – dies gilt auch unabhängig von ihrer Reihenfolge. Während manche Standortfaktoren, insbesondere harte allgemeine Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung, der Preis der Immobilie oder die Verfügbarkeit von Arbeitskräften, fast durchweg vorkommen, zeigen sich bei anderen deutliche Unterschiede. Diese können in der Regel auf den Kontext und die Ausrichtung der Studie zurückgeführt werden.

- Der *Detaillierungsgrad* der aufgeführten Standortfaktoren ist zum Teil sehr unterschiedlich (etwa: Verkehrsanbindung oder eine detailliertere Unterscheidung nach Modalitäten). Bei Listen mit detaillierten Unterscheidungen zeigen sich zwischen den einzelnen Sub-Kategorien oft erhebliche Differenzen in der Bedeutungszuordnung – solche sind bei Untersuchungen, die mit generelleren Kategorien oder mit kombinierten Faktoren arbeiten, nicht identifizierbar und damit nicht nachvollziehbar.

Zu diesen in der Regel einigermaßen sichtbaren Unterscheidungsmerkmalen kommen weitere Eigenschaften der Studien hinzu, die häufig unbekannt sind, das Studienergebnis aber durchaus beeinflussen können. Zu den *unsichtbaren Merkmalen* gehören z.B. die Entwicklungsphase, in der sich die befragten Unternehmen befinden, die Rolle/Position der Befragten in den Unternehmen, die Konstellationen der Tätigkeitsarten in den Unternehmen ebenso wie die Befragungsbedingungen (wurden die erfragten Standortfaktoren näher erläutert, um ein eindeutiges Verständnis zu gewährleisten? In welchem Zusammenhang und durch wen fand die Befragung statt?).

Die Auseinandersetzung mit der Bandbreite der betrachteten Standortfaktoren-Studien macht deutlich, dass es sich bei ihnen in vielerlei Hinsicht um Unikate handelt: Sie sind eingebettet in ihren jeweils eigenen Untersuchungskontext, und es kommen unterschiedliche Forschungs- und Darstellungsansätze zum Einsatz. Daraus ergeben sich sehr enge Grenzen für die Vergleichbarkeit und Übertragbarkeit der Untersuchungsergebnisse. Die Standortfaktoren aus unterschiedlichen Ranglisten einfach zu „addieren“, um etwa auf *die* drei wichtigsten Standortfaktoren für Handwerksbetriebe zu schließen, kann kaum zu belastbaren Ergebnissen führen – auch wenn dies nicht selten in kleinerem Maßstab, insbesondere in Argumentationen zu Standortentwicklungskonzepten, geschieht.

Eine weitere Problematik ist mit der Betrachtung der Studien im zeitlichen Verlauf verbunden. Allein das neue Auftreten eines Standortfaktors in jüngeren Studien erlaubt keine Rückschlüsse darüber, dass der betreffende Standortfaktor oder die ihm beigemessene Bedeutung an sich neu ist. Es belegt lediglich, dass der Standortfaktor erst seit kurzem im Blick der Forschung präsent ist.

Ähnliche Vorsicht ist auch bei der Bedeutungszuordnung aufgrund von Listenplätzen geboten. Auch wenn die Ranglisten als Darstellungsmittel das Gegenteil suggerieren: Nur, weil ein Standortfaktor auf einem hinteren Platz verzeichnet ist, stellt dies noch keinen Beleg für seine Bedeutungslosigkeit dar. Es bedeutet zunächst lediglich, dass die befragten Unternehmen ihn im Schnitt als (vielleicht auch nur geringfügig) weniger ausschlaggebend im Vergleich zu den anderen erfragten Faktoren beurteilen. Gleichmaßen kann ein solcher Ranglistenplatz auch nicht als universelle Messlatte herangezogen werden: Der zehnte Rang in einer Befragung zu zehn Standortfaktoren hat ein anderes Gewicht als der gleiche Rang in einer Befragung zu 20 Standortfaktoren.

Die zahlreichen Differenzen im Aufbau der einzelnen Studien sind eng mit der Komplexität und der Vielschichtigkeit der Thematik an sich verbunden. Die Grenzen der direkten Vergleichbarkeit von Standortfaktoren-Studien ergeben sich zwingend aus den aktuellen Forschungsansätzen und werden – vor allem in der politischen Bewertung von Studienergebnissen – noch zu häufig übersehen. Daher gilt es beim Vergleich mehrerer Studien genauer hinzusehen, also die Rahmenbedingungen mit einzubeziehen, die Kontextgebundenheit der Ergebnisse anzuerkennen und mit den daraus resultierenden Grenzen des Erkenntnisgewinns umzugehen.

Während die Uneindeutigkeit und die damit verbundenen Dilemmata kaum zu umgehen sind, wäre eine weitere Problematik durchaus vermeidbar: die – zum Teil sehr – mangelhafte Dokumentation bzw. Publikation von Methodik, Grundlagen und Rahmenbedingungen mancher Studien. Diese Nachlässigkeit macht nicht nur eine – auch vorsichtige und kritische – Gegenüberstellung mit anderen Studien praktisch unmöglich, sondern sie erlaubt auch kaum eine Einschätzung der Studienergebnisse an sich und mindert damit deren Wert für den praktischen wie auch wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn erheblich.

5.2.2 Studienergebnisse: Generelle Tendenzen

Trotz aller Schwierigkeiten im direkten Vergleich einzelner Standortfaktoren-Studien lassen sich aus einer breiten Zusammenschau der berücksichtigten Studien mit der gebotenen Vorsicht zwei übergreifende Tendenzen identifizieren.

- Erkennbar scheint in erster Linie eine *anhaltende Bedeutung harter Standortfaktoren*. Insbesondere nach Kriterien der Erreichbarkeit, fester Kosten und der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften wird – wenn auch zum Teil in unterschiedlicher Ausprägung und mit unterschiedlichem Detaillierungsgrad – in fast jeder Studie gefragt, und solche Standortfaktoren befinden sich in der Regel auf oberen Listenplätzen. Der Umkehrschluss allerdings, dass damit die These der wachsenden Bedeutung weicher Standortfaktoren widerlegt wäre, kann daraus kaum gezogen werden: In vielen Studien wurde nicht oder nur vereinzelt nach weichen Standortfaktoren gefragt, und dort, wo sie mit untersucht wurden, gibt es wenige Überlappungen in den tatsächlich erfragten Faktoren.
- Darüber hinaus legt die Zusammenschau der Untersuchungen nahe, dass die wesentliche Gemeinsamkeit der überwiegenden Mehrheit aller weiteren Standortfaktoren in der ausgeprägten *Kontextabhängigkeit* ihrer Bedeutungszuordnung besteht; ausschlaggebend für den Listenplatz eines Standortfaktors scheint jedenfalls nicht eine quasi-universelle Bedeutung zu sein. Vielmehr scheinen zwei zusammenwirkende und sich überlagernde Faktoren eine wesentliche Rolle zu spielen. Dies sind zum einen differenzierende und veränderliche Eigenschaften der befragten Unternehmen, wie beispielsweise Branchenzugehörigkeit, Unternehmensgröße oder Arbeitsweisen. Zum anderen handelt es sich um Charakteristika des Studiendesigns und der Studiendurchführung (u.a. nach welchen und wie vielen Standortfaktoren gefragt wird, wie gefragt wird, in welchem Raum gefragt wird).

Die beschriebene Kontextabhängigkeit zeigt sich darüber hinaus auch bei den oben genannten drei Gruppen harter Standortfaktoren. Es ist keineswegs so, dass sie immer die obersten drei Plätze bekleiden. Dennoch gehören sie – bzw. einzelne Ausprägungen der drei Gruppen – in der Regel zum oberen Bereich der Ranglisten. Auch die Sprünge der einzelnen Faktoren in Bezug auf ihren Ranglistenplatz von einer Studie oder Auswertungsmethode zur nächsten scheinen hier wesentlich weniger stark ausgeprägt zu sein als bei anderen Faktoren.

Im Folgenden sollen Ähnlichkeiten wie auch Unterschiede in den Ergebnissen von Standortfaktoren-Studien in ihrem jeweiligen Kontext am Beispiel einiger ausgewählter Branchen und Unternehmenstypen betrachtet werden.

5.2.3 Studienergebnisse: Ausgewählte Branchen und Unternehmenstypen

Die Vergleichbarkeitsproblematik zeigt sich ganz besonders bei der Gegenüberstellung einzelner Studien: Das Spektrum der vorhandenen Kombinationen an (unterschiedlich stark detaillierten) Fokussierungen ist breit, Überlappungen in mehr als einem Kriterium sind entsprechend rar, und die Rahmendaten sind nicht selten nur zum Teil bekannt. Hinzu kommen bei jeder Studie zahlreiche Alleinstellungsmerkmale.

Für die Betrachtung anhand einzelner Kriterien wurden – soweit möglich – jeweils diejenigen Standortfaktoren-Studien gewählt, deren Rahmendaten zumindest größtenteils bekannt sind und die sich in ihren Fokussierungen auch über den zu betrachtenden Aspekt hinaus am ehesten ähneln.

Zunächst soll das Augenmerk auf drei Studien gelegt werden, die sich dem *verarbeitenden Gewerbe* bzw. Industrieunternehmen zuwenden (Spieß 2001; Glaser/Menze 2003; Baden/Schmid 2007). Drei Standortfaktoren wurden in allen drei Studien erfragt: Kommunale Steuern/Abgaben,

Lohnniveau und arbeitskräftebezogene Faktoren – Letztere allerdings mit etwas unterschiedlichem Einschlag. Den arbeitskräftebezogenen Faktoren ist gemein, dass sie durchweg Plätze in den oberen Hälften der Listen einnehmen. Innerhalb dieses Rahmens zeigen sie allerdings eine recht disperse Verteilung und bieten damit nicht zuletzt ein gutes Beispiel für den Einfluss unterschiedlicher Faktorenbezeichnungen und -differenzierungen. Der wesentlich einheitlicher gefasste Faktor Kommunale Steuern/Abgaben wurde von den befragten Unternehmen in allen drei Studien als recht bedeutend angesehen. Dennoch zeigen sich auch hier klare Unterschiede in der Bedeutungszuordnung. Noch deutlicher unterscheiden sich die geschätzten Bedeutungen des Lohnniveaus.

Im Hinblick auf die *unternehmensorientierten Dienstleistungsunternehmen* wurden zwei Studien genauer betrachtet (Schmidt 2005; Baden/Schmid 2007). Auch in diesem Fall finden sich drei Standortfaktoren in beiden Studien in ähnlicher Form wieder: Büro/(Laden)mieten, Kundennähe und Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte. Dass es auch innerhalb von Branchen keine generelle Bedeutung einzelner Standortfaktoren geben muss, zeigt beispielsweise der Faktor Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte: Er nimmt in der einen Studie den ersten Rang ein, in der anderen, nach Unternehmensgrößen differenzierenden Studie steht er hingegen nur bei den größeren der befragten Unternehmen auf den vorderen Plätzen. Ähnlich verhält es sich mit den beiden Faktoren Kundennähe und Büromieten, deren Bedeutung je nach Studie wesentlich unterschiedlich beurteilt wurde.

Die *Transport- bzw. Logistik-Branche* wurde ebenfalls anhand zweier Studien betrachtet (Bergfeld/Groß 2001; Glaser/Menze 2003). Besonders deutlich zeigt sich dabei, wie unterschiedlich das Bild von Standortfaktoren und ihrer Bedeutung ausfallen kann, je nachdem, welche Faktoren in welcher Form erfragt werden: Lediglich ein Standortfaktor tritt bei beiden Studien in ähnlicher Form auf, bei großzügiger Auslegung zwei. Der Standortfaktor Anbindung an den überörtlichen Verkehr wurde – angesichts der Branche wenig überraschend – von den befragten Unternehmen in beiden Studien als wichtig erachtet. Allerdings handelt es sich dabei in einer der beiden Studien um einen kombinierten Faktor (Infrastruktur, örtliche und überörtliche Verkehrsanbindung), der kaum präzise zu interpretieren ist. Ebenfalls nicht besonders klar ist die Lage hinsichtlich des zweiten einigermaßen ähnlichen Standortfaktors. Die arbeitskräftebezogenen Faktoren gehen zwar aus beiden Studien als wichtig hervor, unterscheiden sich jedoch deutlich in ihrer Begrifflichkeit: Während der Faktor Verfügbarkeit der Arbeitskräfte in der einen Studie recht eindeutig gefasst ist, kann unter dem Faktor Arbeitskräfte in der anderen Studie Verschiedenes verstanden werden, darunter das Qualifikationsniveau der Arbeitskräfte, die Verfügbarkeit ausreichend bzw. passend qualifizierter Arbeitskräfte oder generell die Verfügbarkeit von Arbeitskräften in der jeweiligen Region.

Auch für den Bereich *Kreativwirtschaft* lagen zwei Studien vor, die jeweils ein bestimmtes Spektrum an Branchen und Tätigkeitsprofilen mit einbeziehen, das der Kreativwirtschaft (in überlappenden, jedoch nicht identischer Auslegung) zugeordnet wird (Ebert u.a. 2008; Herkommer/Henckel 2008). Unter den erfragten Standortfaktoren treten drei in beiden Studien auf: Nähe zu Kunden (und Auftraggebern), Preis bzw. Miethöhe der Immobilie und – mit größeren Einschränkungen – Lebens- und Freizeitqualität bzw. Freizeitwert. Besonders deutlich zeigt sich an dieser Stelle der Einfluss der Art der Rangfolgenbildung auf die Bedeutungszuordnung einzelner Standortfaktoren: Abhängig von der jeweiligen Sortierungslogik¹⁸ unterscheidet sich der Grad der Bedeutung deutlich innerhalb einer der Studien wie auch zwischen den beiden Studien. So lässt sich für die Faktoren Nähe zu Kunden und Immobilienpreis/Miethöhe zwar feststellen, dass sie durchaus bedeutend zu sein scheinen, diese Bedeutung lässt sich aber im Vergleich der Studien nicht beziffern. Die

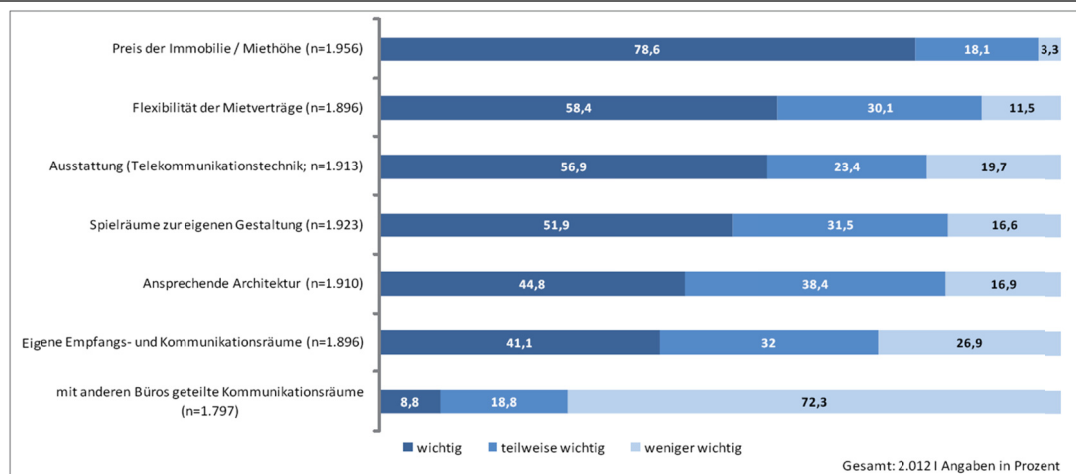
¹⁸ Betrachtet wurde jeweils die Sortierung der einzelnen Standortfaktoren nach der Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ und die Sortierung nach der Anzahl der Nennungen als „sehr wichtig“ und „wichtig“ zusammen.

freizeitorientierten Faktoren erlauben nicht einmal einen solchen generellen Rückschluss: Zu unbeständig ist der Listenplatz des Faktors innerhalb einer Studie je nach Sortierung wie auch im Vergleich der Studien.

Eine sektorenübergreifende Möglichkeit der Unterscheidung stellt das Kriterium der *Unternehmensgröße* dar. Hierzu wurden zwei Studien näher betrachtet, bei denen die überwiegende Mehrheit der befragten Betriebe weniger als 100 Beschäftigte aufweist und die ein gemischtes Branchenspektrum untersuchen (Glaser/Menze 2003; Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund 2005). In beiden Studien finden sich insgesamt vier ähnliche Standortfaktoren: arbeitskräftebezogene Faktoren, Flächenangebot sowie Faktoren aus den Bereichen Verkehrsanbindung/Infrastruktur und Standortimage. Bei den arbeitskräftebezogenen Faktoren bietet sich ein ähnliches Bild wie zuvor für das verarbeitende Gewerbe oder die Logistik-Branche: Sie kommen in insgesamt vier verschiedenen Ausprägungen vor (zwei je Studie), die sich – jeweils an unterschiedlichen Stellen und in unterschiedlichen Relationen zu anderen Standortfaktoren – innerhalb der oberen Drittel der Ranglisten wiederfinden. Umgekehrt nimmt der in beiden Studien ähnlich erfragte Standortfaktor Flächenangebot jeweils einen Platz in der unteren Hälfte der Liste ein. Die Faktoren mit Bezug zur Verkehrsanbindung und Infrastruktur sind jeweils in der oberen Hälfte der Listen anzutreffen und scheinen grundsätzlich von Bedeutung zu sein. Schwieriger verhält es sich jedoch mit ihrer relativen Bedeutung gegenüber den ebenfalls in den oberen Listenhälften befindlichen imagebezogenen Faktoren: Diese wird in den beiden Studien gegensätzlich eingeschätzt.

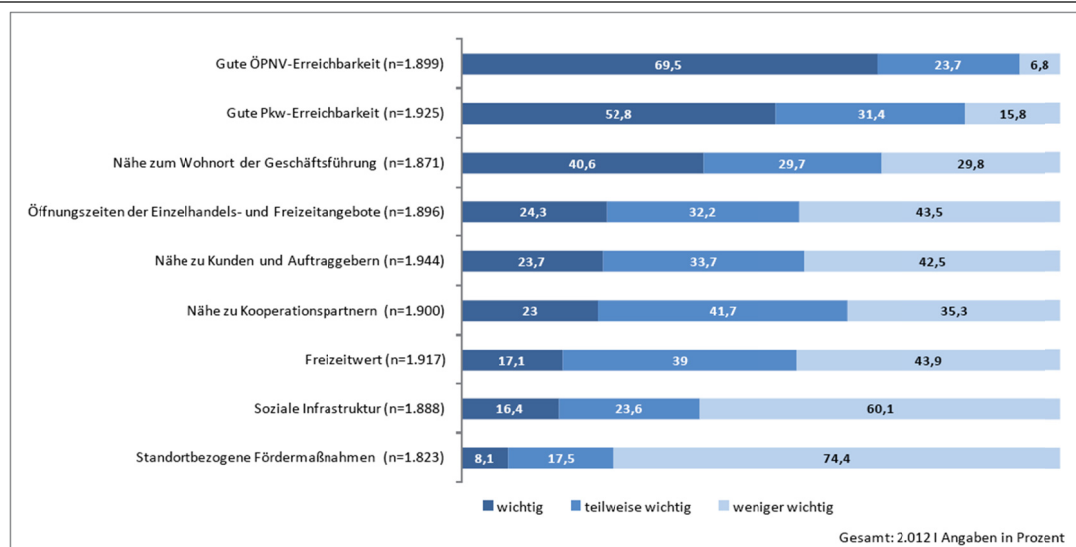
Dezidiert nach *räumlichen Ebenen* unterschieden wird in einer der betrachteten Studien zur Kreativwirtschaft (Herkommer/Henckel 2008). Differenziert wurde sowohl in der Befragung wie auch in der Auswertung nach zwei räumlichen Ebenen: „immobilienbezogene Standortfaktoren“ und „umfeldbezogene Standortfaktoren“. Wie Abbildungen 7 und 8 zeigen, unterscheiden sich die zwei Gruppen von Standortfaktoren erheblich voneinander und weisen eigene Bedeutungshierarchien auf, die jeweils im Kontext ihrer spezifischen räumlichen Bezugsebene zustande kamen und zu verstehen sind. Mit diesem Vorgehen wurde gewissermaßen eine Entflechtung üblicherweise gemeinsam betrachteter Standortfaktoren vorgenommen, die aus mindestens zwei Blickwinkeln von Interesse ist. Zum einen erscheinen die einzelnen Standortfaktoren für die Befragten wie auch für die Leserinnen und Leser der Studie präziser definiert – beispielsweise ist deutlich, dass mit dem Faktor Soziale Infrastruktur nicht etwa die Bedeutung der gesamtstädtischen Ausstattung, sondern jene des engeren Umfelds der Immobilie beurteilt werden soll. Zum anderen wird den Studienergebnissen dadurch eine zusätzliche Dimension verliehen, dass zwei Ranglisten getrennt nebeneinander stehen und damit Aufmerksamkeit darauf lenken, dass gleichzeitig mehrere Prioritätensysteme bestehen können.

Abbildung 7: Bedeutung von immobilienbezogenen Standortfaktoren (Kreativwirtschaft Berlin 2008)



Quelle: Herkommer/Henckel (2008: 50).

Abbildung 8: Bedeutung von umfeldbezogenen Standortfaktoren (Kreativwirtschaft Berlin 2008)



Quelle: Herkommer/Henckel (2008: 55).

5.3 Forschung: Standorttypen-Studien der letzten Jahre

Ein alternativer Zugang zur Erforschung der unternehmerischen Standortwahl findet sich in Untersuchungen, die sich mit verschiedenen Standorttypen und den dort vorhandenen Unternehmen auseinandersetzen. In Ergänzung zu den hier im Mittelpunkt stehenden Standortfaktoren-Studien wird dieser Ansatz im Folgenden kurz umrissen.

Ähnlich wie die Standortfaktoren-Studien stehen auch diese – hier der Einfachheit halber als Standorttypen-Studien bezeichneten – Untersuchungen eher selten für sich alleine, sondern sind oft Teil breiter angelegter Studien und/oder dienen als Argumentationsbasis für bestimmte Konzepte und Vorhaben.

Während im Rahmen von Standortfaktoren-Studien nach bestimmten Kriterien gewählte Unternehmen zu ihrer Beurteilung einzelner Faktoren befragt werden, setzen Standorttypen-Studien bei der bereits getroffenen Standortwahl an: Es wird betrachtet, in welchen räumlichen oder räumlich-funktionalen Zusammenhängen – hier als Standorttypen bezeichnet – verschiedenartige Unternehmen angesiedelt sind. Ziel ist es, daraus Rückschlüsse auf Affinitäten unterschiedlicher Unternehmensarten zu bestimmten Raumtypen zu ziehen. Die Betrachtung kann dabei aus zwei Richtungen erfolgen: Ausgehend von bestimmten Raumtypen kann die Bandbreite der vorhandenen Unternehmen analysiert werden, ausgehend von bestimmten Unternehmenstypen kann die Bandbreite ihrer gewählten Standorttypen im Mittelpunkt stehen.

Bei diesen Auseinandersetzungen stehen meist nicht explizit einzelne Standortfaktoren im Mittelpunkt, sondern vielmehr die unterschiedlichen Räume und damit implizit die dort vorhandenen Standortfaktoren-Bündel. Im Rahmen einiger Untersuchungen werden zusätzlich zur Beobachtung auch Unternehmensbefragungen durchgeführt, um die für die Standortwahl ausschlaggebenden Gründe oder Standortfaktoren zu ermitteln.

5.3.1 Bandbreite und Vergleichbarkeit der Studien

Für Studien zu Standorttypen werden in der Regel zwei verschiedene Klassifizierungen vorgenommen: zum einen eine Einteilung verschiedener Raum- bzw. Standorttypen und zum anderen eine Unterscheidung verschiedener Unternehmenstypen.

In Bezug auf ihre räumliche Ausrichtung lassen sich grob zwei Fokusse solcher Studien identifizieren – wobei es durchaus auch Untersuchungen gibt, die beide Aspekte thematisieren:

- Studien, die in erster Linie Standorte nach ihrer Zentralität¹⁹ unterscheiden und damit versuchen, die Zentralitätsaffinität verschiedener Unternehmensarten zu ermitteln, und
- Studien, die den Blick vor allem auf unterschiedliche (Gewerbe-)Gebietstypen²⁰ richten und auf diese Weise nach Mustern einer Gebietstypenaffinität verschiedener Unternehmensarten suchen.

In Bezug auf die Unternehmenstypen lassen sich kaum übergreifende Gruppierungen vornehmen: Zu weit gefächert sind die gewählten Merkmale, anhand derer Unternehmen klassifiziert werden. Die Bandbreite reicht von Einteilungen nach Branchen (häufig mit weiteren, teils eigenen Spezifikationen zu einzelnen Bereichen innerhalb von Branchen) bis hin zur Sortierung nach selbst definierten, zum Teil branchenübergreifenden Eigenschaftsclustern, in die etwa Aspekte wie die jeweilige Produktionstechnik, der Anteil hoch qualifizierter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oder auch die Höhe der Sozialleistungen einfließen. Darüber hinaus sind die Klassifikationsarten von Unternehmenstypen innerhalb einer Studie nicht selten gemischt (z.B. kommt es vor, dass ein Teil der Unternehmen nach ihrer Branchenzugehörigkeit, ein anderer Teil nach mehr oder weniger branchenunabhängigen Eigenschaftsclustern gruppiert wird).

Die Grenze zwischen hypothetischen Überlegungen und Untersuchungsergebnissen scheint bei Betrachtungen zu Standorttypen oftmals fließend zu verlaufen. Da es – ähnlich wie bei den Standortfaktoren-Studien – immer wieder vorkommt, dass konkrete Angaben zum Hintergrund der In-

19 Häufige Kategorien sind: innerstädtische Standorte – diese werden zum Teil weiter unterteilt, etwa nach Standorten in der City, in der weiteren Innenstadt und in urbanen Quartieren außerhalb des inneren Stadtbereichs – und Standorte am Stadtrand bzw. in peripherer Lage.

20 Häufige Kategorien sind: altindustrielle Gebiete, „Standardgewerbegebiete“, welche die Mindestanforderungen nach BauNVO (Baunutzungsverordnung; Verordnung über die bauliche Nutzung der Grundstücke) erfüllen, speziell ausgerichtete Gewerbeparks sowie Wohn- und Mischgebiete.

formationen bzw. zu Studiendesign und -durchführung fehlen, kann nicht in jedem Falle beurteilt werden, wie es um die wissenschaftliche Solidität der Ergebnisse steht und ob es sich um reine Forschungsergebnisse oder eher um eine Mischung aus Erfahrungswerten, Erwartungen und Empirie handelt.

All dies trägt dazu bei, dass auch bei Standorttypen-Studien eine unmittelbare Vergleichbarkeit im Sinne einer einfachen „Addierbarkeit“ verschiedener Studienergebnisse nicht gegeben ist. Verallgemeinernde Schlüsse verbieten sich darüber hinaus wie bei Standortfaktoren-Studien zumeist schon aufgrund der Kontextabhängigkeit der Ergebnisse.

In Ergänzung zu den betrachteten Aspekten der Standortfaktoren-Studien werden im Folgenden am Beispiel von Standorttypen-Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft einige Aspekte aufgegriffen und näher beleuchtet.

5.3.2 Einzelne Aspekte in Bezug auf Kultur- und Kreativwirtschaft

Der Bereich der Kultur- und Kreativwirtschaft soll anhand zweier kürzlich veröffentlichter Auseinandersetzungen mit Standorttypen etwas näher betrachtet werden. Davon befasst sich eine Untersuchung umfassend mit der Lage in Berlin (Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: Kapitel 4), bei der anderen werden mehrere Großstädte Nordrhein-Westfalens – insbesondere Köln, Dortmund und Essen – kurz beleuchtet (Ebert u.a. 2008: Kapitel 7.4). Ähnlich wie bei den Standortfaktoren-Studien wird die Kultur- und Kreativwirtschaft auch hier an verschiedenen Branchen und Tätigkeitsprofilen festgemacht: Diese überlappen sich, sind aber nicht identisch.

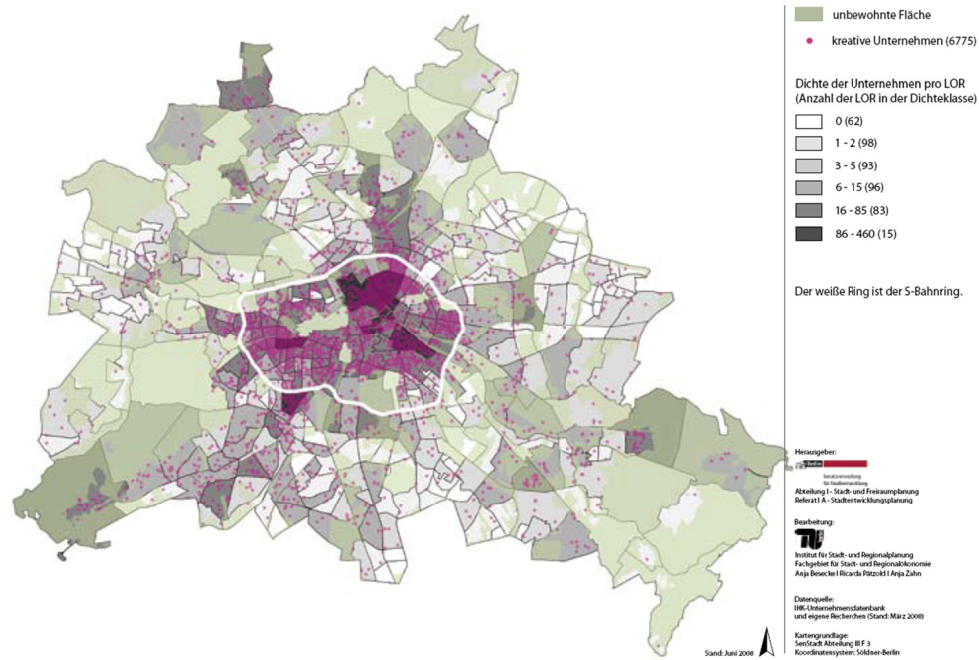
Sowohl für Berlin als auch für die untersuchten Großstädte Nordrhein-Westfalens zeigt sich eine räumliche Schwerpunktsetzung der jeweils betrachteten Wirtschaftsakteure auf Innenstadt- und auf Innenstadtrandgebiete.

Diese auch in anderen Studien beobachtete Affinität von Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft zu innerstädtischen Räumen sollte jedoch nicht zu der generalisierenden Annahme verleiten, dass höhere Dichten „kreativer“ Unternehmen ausschließlich „in der Mitte“ zu finden sind: Es können durchaus auch Konzentrationspunkte außerhalb innerstädtischer Lagen bestehen. In den beiden Untersuchungen wird dies etwa anhand der Beispiele aus Essen (Zeche Zollverein) und Berlin (Friedenau oder auch Alt-Tegel) deutlich²¹ (vgl. Abb. 9 und 10).

Wie sich die untersuchten Unternehmen nicht gleichmäßig abnehmend von den inneren zu den äußeren Stadtbereichen verteilen, so stechen bei detaillierterer Betrachtung mindestens zwei weitere Unregelmäßigkeiten ins Auge. Besonders auffällig ist zum einen, dass innerhalb der Innenstadt – und damit innerhalb des Gebiets mit der jeweils höchsten Dichte – die Konzentrationsdifferenzen zwischen einzelnen innerstädtischen Erhebungsräumen erheblich sein können. Es kann also nicht generell geschlossen werden, dass in einem Stadtteil nur aufgrund dessen zentraler Lage eine hohe Dichte an Unternehmen der Kultur- und/oder Kreativwirtschaft anzutreffen ist: Die in den betrachteten Studien festgestellte hohe Konzentration in der Innenstadt relativ zu den äußeren Stadtteilen ist ungleichmäßig verteilt und weist in sich jeweils einzelne Konzentrationsbereiche auf.

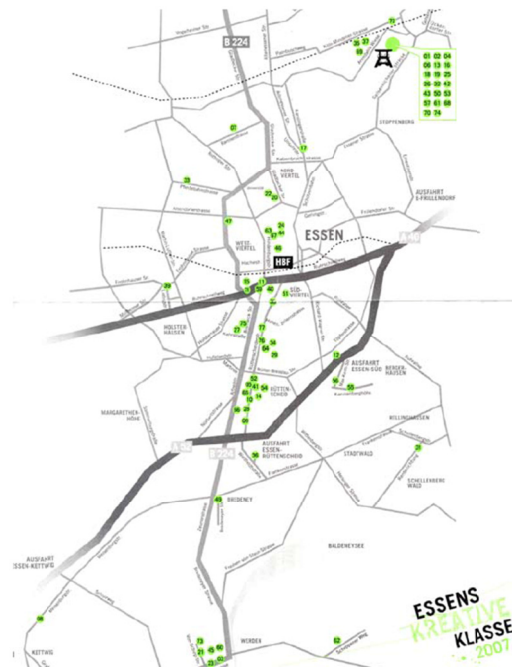
21 In der Studie zu Berlin wird festgestellt, dass höhere Konzentrationen in äußeren Stadtbereichen in der Regel vorkommen in Räumen, die direkt an die innere Stadt grenzen, in Zentren der äußeren Ortsteile oder an Standorten mit spezifischen Infrastrukturangeboten (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 108).

Abbildung 9: Verteilung der Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft in Berlin



Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. (2008: 106).

Abbildung 10: Verteilung ausgewählter Segmente der Kultur- und Kreativwirtschaft in Essen

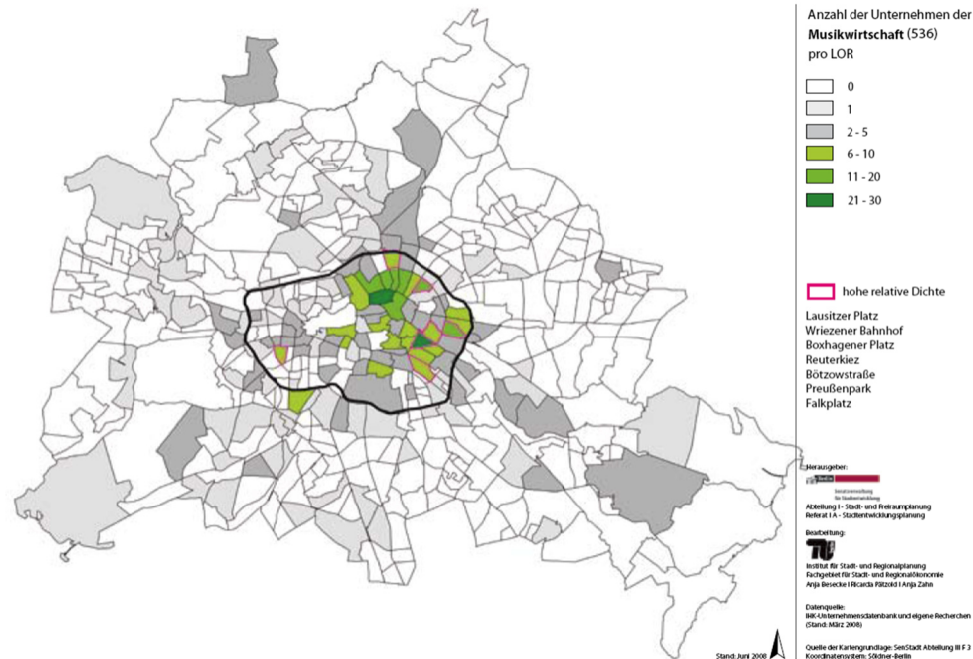


Quelle: Stadt Essen: Essens Kreative Klasse 2007, abgedruckt bei Ebert u.a. (2008: 49).

Zum anderen zeigt die Berliner Studie in ihrem Detaillierungsgrad, dass es neben zahlreichen Überlappungen durchaus auch Unterschiede in der räumlichen Verteilung und der Zentralitäts-

neigung einzelner Branchen bzw. Teilmärkte gibt (vgl. Abb. 11 und 12). Auch wenn – selbst angesichts der immer wieder etwas unterschiedlichen Definitionen und Eingrenzungen – häufig von *der* Kultur- und Kreativwirtschaft die Rede ist: Auf ein einheitliches räumliches Verteilungsmuster kann trotz der wesentlichen Überlappungen gegenwärtig nicht geschlossen werden.

Abbildung 11: Räumliches Verteilungsmuster des Teilmarktes Musikwirtschaft in Berlin

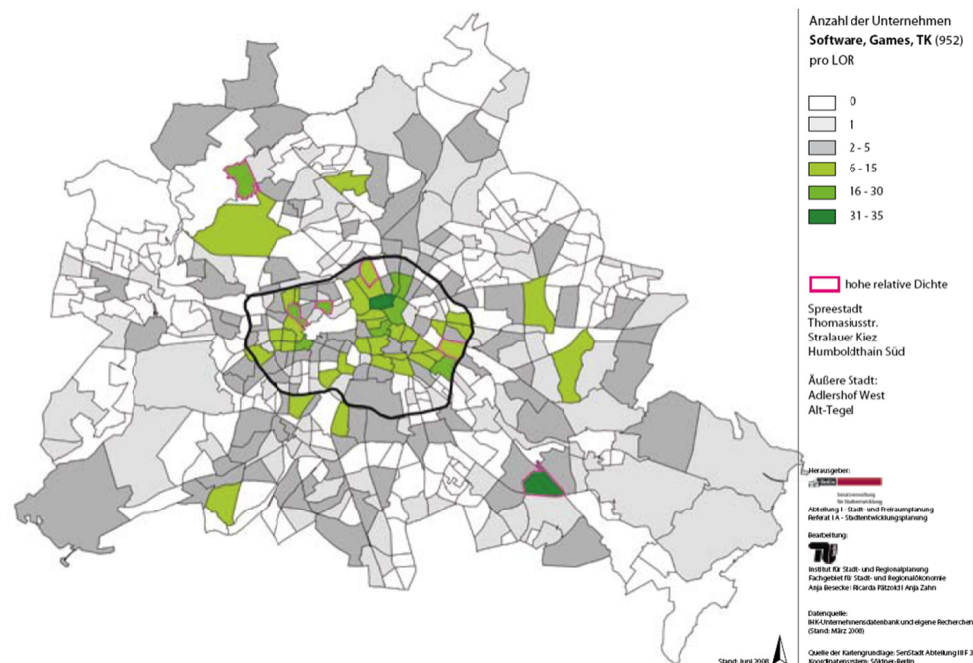


Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. (2008: 110).

Angesichts der in beiden Studien dokumentierten Zentralitätsneigung der betrachteten Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft überrascht es wenig, dass die Studienergebnisse im Regelfall auf eine Präferenz für gemischt genutzte Standorte hindeuten. Für Berlin wird dies ausdrücklich hervorgehoben: Zum Zeitpunkt der Untersuchung waren 76 Prozent der betrachteten Unternehmen „in Quartieren mit überwiegender Wohnnutzung angesiedelt“²², ein knappes Viertel (24 Prozent) waren „in Bebauungsstrukturen zu finden, die vorrangig durch Handel, Dienstleistungen, Gewerbe oder Industrie geprägt sind“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 113 f.).

²² Besonders hoch war der Anteil von Unternehmen der Designwirtschaft in Quartieren mit dominierender Wohnnutzung – er betrug 86,3 Prozent (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 124).

Abbildung 12: Räumliches Verteilungsmuster des Teilmarktes Software, Games, Telekommunikation in Berlin



Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. (2008: 112).

Beide Studien definieren auf Grundlage verschiedener Aspekte einzelne Raumtypen, in denen sich Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft ballen. Die definierten Raumtypen unterscheiden sich zwischen den beiden Studien und beziehen sich unterschiedlich stark auf Eigenschaften des Stadtteils und/oder Eigenschaften der dort zu findenden Unternehmen oder Branchen der Kultur- und Kreativwirtschaft. Zwei exemplarische Beispiele sind

- für Berlin: „innerstädtische Umbruchquartiere mit hoher Problem-, aber auch Potenzialdichte“; als Merkmale werden unter anderem genannt: eher ärmere Quartiere, überwiegend gründerzeitliche Bebauungsstrukturen, häufiges Vorhandensein alter Gewerbehöfe und Standorte vieler Neugründungen (vgl. Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 120, 129),
- für Metropol- bzw. Großstädte in Nordrhein-Westfalen: „multiethnisch geprägte Szenequartiere mit kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Ebert u.a. 2008: 46).

Mit den Bezeichnungen und Beschreibungen solcher Raumtypen werden letztlich Bündel von Standortfaktoren beschrieben. In diesem Sinne handelt es sich um Einschätzungen zur Bedeutung von spezifischen Kombinationen miteinander verbundener Standortfaktoren, die in ihrer Konstellation einen Standort mit einer hohen Konzentration bestimmter Unternehmensarten von einem anderen in derselben Stadt oder Region unterscheiden. Dabei können solche Raumtypisierungen bzw. Standortfaktorenbündel gewissermaßen ein Bild erzeugen, das oft nicht vollständig in Einzelteile (also einzelne Standortfaktoren) zu zerlegen ist und das auf einen potenziellen Mehrwert hinweist: Während solche Bilder zwar im Vergleich zu einzelnen Faktoren als weniger messbar erscheinen, können sie mit ihren jeweils unterschiedlichen Ausprägungen mehrere Dimensionen zum Ausdruck bringen. Inwiefern die somit erzeugten Bilder und die darin wiederzufindenden einzelnen Standortfaktoren tatsächlich die jeweils ausschlaggebenden sind, kann freilich nicht abschließend beurteilt werden.

5.4 Mögliche künftige Entwicklungen im Lichte empirischer Befunde

Tief greifende Veränderungen wie der wirtschaftliche Strukturwandel oder der demografische Wandel können kaum ohne räumliche Folgen bleiben. Diese Folgen zu benennen und einzuschätzen ist angesichts der gegebenen Komplexität und der noch laufenden Entwicklungen jedoch kein leichtes Unterfangen. Nicht oder nur in bestimmten Hinsichten eingetretene Erwartungen wie der „Tod der Distanz“ infolge der wachsenden Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologien (vgl. Cairncross 1997) illustrieren beispielhaft, dass auch die in der Fachliteratur der letzten Jahre anzutreffenden Erwartungen in Bezug auf die Folgen aktueller Entwicklungen für Standortwahl und Standortfaktoren nicht zwingend eintreten müssen.

Auch wenn anhand der betrachteten Studien keine eindeutigen Beweisführungen für oder gegen diese Erwartungen erfolgen können, lassen diese Untersuchungen dennoch erste vorsichtige Einschätzungen zu. Anhand von als Fragen formulierten Erwartungen werden solche ersten Einschätzungen im Folgenden vorgestellt. Diese können sich allerdings immer nur auf die (aktuelle) Bedeutung einzelner Standortfaktoren beziehen: Die Bedeutungszu- oder -abnahme einzelner Standortfaktoren kann – angesichts des generellen Mangels an Langzeitstudien zur Bedeutungsveränderung von Standortfaktoren – aus den vorliegenden Studienergebnissen nicht präziser beschrieben werden.

5.4.1 Differenzieren sich Standortfaktoren weiter aus?

Angesichts der zunehmenden Ausdifferenzierung von Branchen, Unternehmensarten, Arbeitsweisen, Organisationsformen u.Ä. scheint eine weitere Ausdifferenzierung von Standortfaktoren im Zuge übergreifender aktueller Entwicklungen wie des Strukturwandels zumindest plausibel. Allerdings lässt eine Kombination mehrerer Problematiken gegenwärtig keine sicheren Rückschlüsse auf eventuelle Ausdifferenzierungsprozesse zu:

- Es kann kaum beurteilt werden, ob ein Faktor, der erst seit kurzem erfragt wird und als verhältnismäßig bedeutend beurteilt wird, in seiner Rolle als Standortfaktor für bestimmte, im Zuge der wirtschaftlichen Ausdifferenzierung neu entstandene Unternehmenstypen und/oder in der dem Faktor beigemessenen Bedeutung tatsächlich neu ist und damit das Spektrum an Standortfaktoren erweitert, oder ob er lediglich vorher nicht abgefragt wurde.
- In der überwiegenden Mehrheit der Standortfaktoren-Studien wird mit recht breit gefassten Teilsektoren- oder Branchenkategorien gearbeitet.
- Die Studienergebnisse werden selten nach anderen Kriterien als Teilsektoren- oder Branchenkategorien ausgewertet (etwa Arbeitsweisen oder Organisationsformen).

5.4.2 Entwickeln sich Arbeitsmärkte für Hochqualifizierte zum zentralen Standortfaktor?

Das Vorhandensein und ggf. auch die Verfügbarkeit *qualifizierter* Arbeitskräfte scheinen von beinahe genereller Bedeutung zu sein. Ob es dabei jedoch insbesondere um *Hochqualifizierte* im Sinne eines Hochschulabschlusses geht, lässt sich auf Basis der Standortfaktoren-Studien weder bestätigen noch widerlegen, da selten nach diesem spezifischen Standortfaktor gefragt wird. Die nicht weiter definierten, aber häufig als Standortfaktor erfragten „qualifizierten Arbeitskräfte“ sind von den befragten Unternehmen als in ihrem Sinne „ausreichend“ bzw. „passend qualifiziert“ zu verstehen. Die in der Regel hochrangige Platzierung dieses Faktors weist zwar darauf hin, dass Qualifikationen potenzieller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine bedeutende Rolle spielen, de-

ren Art – in Bezug auf formelle Bildungsabschlüsse, aber auch darüber hinaus – bleibt jedoch offen. Ohne eine diesbezügliche Aussage über hochqualifizierte Arbeitskräfte treffen zu können, scheint die Bedeutung, die dem Faktor Qualifizierte Arbeitskräfte zugesprochen wird, nicht besonders neu zu sein: Immerhin wurde der Faktor Qualifikation der Arbeitskräfte bereits in einer Studie aus dem Jahre 1979 erfragt und drittplatziert (vgl. Ruppert, zitiert bei Krätke 1995).

5.4.3 Wächst die Bedeutung weicher Standortfaktoren?

Es gibt einige Anzeichen dafür, dass neben harten Standortfaktoren auch weiche eine bedeutende Rolle spielen – zumindest für einige der Kultur- oder Kreativwirtschaft zugeordnete Unternehmens-typen, bei denen auch vermehrt nach weichen Standortfaktoren gefragt wird²³. Dabei handelt es sich allerdings nicht um eine durchgängige höhere Bewertung weicher im Vergleich zu harten Standortfaktoren; auch können keine einzelnen, besonders bedeutenden weichen Standortfaktoren abgeleitet werden.

Es fällt beispielsweise auf, dass Unternehmen der Berliner Musikwirtschaft die Faktoren Lage des Standorts und Inspirierendes Klima und Kultur im Schnitt als bedeutender im Vergleich zu den übrigen erfragten 18 Kriterien beurteilten (vgl. Mundelius/Hertzsch 2005). Während die Lage des Standorts die Interpretation als eher harter oder weicher Standortfaktor offen lässt, ist Inspirierendes Klima und Kultur eindeutig dem weichen Spektrum zuzuordnen. Ähnliches gilt für die Lebens- und Freizeitqualität, die jedoch in diesem Zusammenhang als weniger bedeutend denn eine ganze Reihe harter Standortfaktoren eingeschätzt wurde.

Auch in der Untersuchung zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Dortmund (Ebert u.a. 2008) werden weiche Faktoren als besonders bedeutend eingeschätzt: Einer der beiden Faktoren Persönliche Gründe und Lebens- und Freizeitqualität nimmt unabhängig von den dargestellten Auswertungslogiken und dem betrachteten Teilmarkt immer den ersten Rang ein, gemeinsam rangieren sie jeweils in der oberen Hälfte der Liste, die auch mehrere harte Standortfaktoren umfasst.

In der Studie zur Berliner Kreativwirtschaft (Herkommer/Henckel 2008) spielen eher weiche Standortfaktoren ebenfalls eine nicht unwesentliche Rolle: Unter den immobilienbezogenen Standortfaktoren liegen die Spielräume zur eigenen Gestaltung und Ansprechende Architektur etwa mittig, unter den umfeldbezogenen Standortfaktoren kommt der Nähe zum Wohnort der Geschäftsführung und – weniger deutlich, da je nach Auswertungsmethodik recht unterschiedlich – den Öffnungszeiten der Einzelhandels- und Freizeitangebote eine bedeutende Rolle zu.

5.4.4 Wächst die Bedeutung von Image bzw. Erscheinungsbild und Bekanntheitsgrad eines Standorts?

Der Faktor Image des Standorts und/oder Image der Stadt wurde in sieben Standortfaktoren-Studien erfragt – und von den befragten Unternehmen mit höchst unterschiedlichen relativen Bedeutungszuordnungen versehen. Dies gilt auch für einzelne Branchen: Werden etwa die Ranglisten zu Befragungen von Dienstleistungsunternehmen herangezogen, so rangiert das Image der Stadt in einem Fall (Call Center unterschiedlicher Branchen; vgl. Paff 2002) im unteren Bereich der Liste, das Image des Standortes wird in einem anderen Fall (unternehmensorientierte Dienstleis-

23 Bei Untersuchungen zu anderen Unternehmenstypen oder Branchen wird wesentlich seltener – und wenn, dann mit einem geringeren Anteil an den erfragten Faktoren – nach weichen Standortfaktoren gefragt. Einen Grund hierfür bildet vermutlich der „Verdacht“ auf eine Affinität von Unternehmen und Akteuren der Kultur- und Kreativwirtschaft zu weichen Standortfaktoren. Siehe dazu z.B. die Thesen, Herleitungen und Untersuchungen von Helbrecht (1999), Florida (2005) oder Läßle (2004).

tungsunternehmen; vgl. Schmidt 2005) nur von den Unternehmen mit zwei bis neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern als bedeutend eingeordnet, und dem (kombinierten) Faktor Wirtschaftsklima, Image der Region kommt in den Ergebnissen einer weiteren Studie der erste Rang zu (Dienstleistungsunternehmen; vgl. Glaser/Menze 2003). Auf Grundlage der betrachteten Studien erscheint es also kaum möglich, eine auch nur vage Aussage zur generellen Bedeutung des Images als Standortfaktor zu treffen.

Ähnliches gilt für die Faktoren Architektur und Bekanntheitsgrad: Die Bedeutung der Architektur wurde in den zwei Standortfaktoren-Studien, die sie thematisierten, zwar jeweils dem Mittelfeld zugeordnet, allerdings handelt es sich um höchst unterschiedlich aufgebaute und ausgerichtete Forschungsvorhaben (vgl. Bonny 2001 sowie Herkommer/Henckel 2008). Der Standortfaktor Bekanntheitsgrad – genau: Bekanntheitsgrad von Dortmund – wurde lediglich in einer Studie zur Kreativwirtschaft erfragt (vgl. Ebert u.a. 2008). Dieser rangiert im Verhältnis zu den anderen gelisteten Standortfaktoren fast durchweg auf einem der hinteren Ränge, woraus allerdings keine Schlüsse zur (generellen) Bedeutung(slosigkeit) des Faktors gezogen werden können.

Die betrachteten Standorttypen-Studien bieten Hinweise dafür, dass Faktoren wie Image, Adresse und Bekanntheitsgrad des Standorts zumindest für einige der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordnete Unternehmensarten von Bedeutung sind. So wird in der Berliner Studie festgestellt: „Differenziert man kleinere von größeren Unternehmen, ist die ‚Affinität‘ größerer, marktetablierter Unternehmen zu renommierten Standortadressen häufig sehr ausgeprägt und korreliert mit einer hohen Zahlungsbereitschaft für Gewerbemieten. Bei vielen Unternehmen ist die ‚Street Credibility‘, die Glaubwürdigkeit einer produktspezifischen Unternehmensadresse als Teil des Vermarktungskonzepts, von Bedeutung“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 114). In der Studie zu Städten in Nordrhein-Westfalen wird in einigen Raumtypisierungen die Rolle des touristischen Bekanntheitsgrads betont und in Verbindung mit einigen Unternehmenstypen gebracht: „touristische Flanier- bzw. Entertainmentgebiete“ mit „(inter)national wettbewerbsfähigen Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ sowie „touristische Szenequartiere mit etablierten kleinteiligen Produktions- und Dienstleistungsunternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft“ (Ebert u.a. 2008: 46).

5.4.5 Wächst die Bedeutung der räumlichen Nähe miteinander direkt oder indirekt verbundener Unternehmen und Einrichtungen?

Die Ergebnisse der betrachteten Standortfaktoren-Studien bieten einige Hinweise dafür, dass die räumliche Nähe zu verwandten bzw. verbundenen Unternehmen in der Regel durchaus von Bedeutung ist. Zwar wurden entsprechende Faktoren kaum auf den obersten Rängen platziert, dafür erscheinen sie in den sechs recht unterschiedlichen Studien, in denen sie vorkommen, fast durchweg im Mittelfeld der jeweiligen Ranglisten.

Darüber hinaus weisen die betrachteten Standorttypen-Studien im Besonderen für die der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Unternehmen auf eine häufig festzustellende räumliche Nähe verwandter und/oder verbundener Unternehmen hin. In der Berliner Studie heißt es dazu: „Generell zeigt die Kreativwirtschaft eine Neigung zur räumlichen Bündelung, die sowohl auf Synergieeffekten (Netzwerkbildung) als auch auf spezifischen Raumbegabungen beruht“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 129).

5.4.6 Wächst die Bedeutung der räumlichen Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen?

Auf den ersten Blick scheinen mehrere Studien die Erwartung der großen Bedeutung der räumlichen Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen eher zu widerlegen. Fast in jeder Befra-

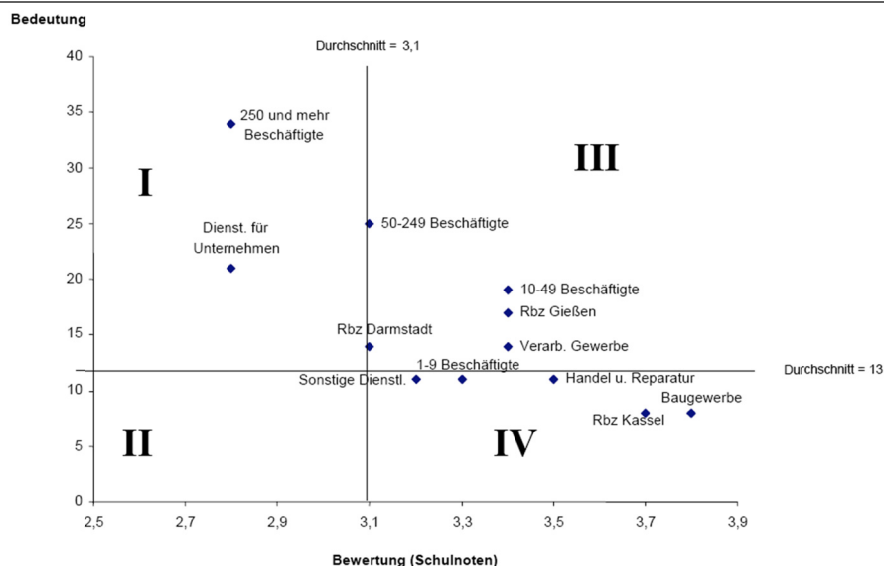
gung, die diesen oder einen ähnlichen Faktor mit einbezog, ist er auf einem der untersten Ränge – mehrfach auch auf dem letzten – wiederzufinden.

Aufgrund des starken Kontrastes zwischen der Bedeutung, die dem Standortfaktor zugeschrieben wird, und der Einschätzung der Unternehmen wurde von Baden/Schmid hierzu eine gesonderte Detailauswertung der Ergebnisse durchgeführt. Diese zeigte, dass die Bewertung der Bedeutung der Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen je nach betrachteter Unternehmensgruppe sehr unterschiedlich ausfallen kann (vgl. Baden/Schmid 2007: 14; siehe auch Abb. 13):

„Die Nähe zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen wird von 63 Prozent der hessischen Betriebe als ‚unwichtig‘ betrachtet. Diese Einschätzung ist insbesondere über die Betriebsgrößenklassen sehr ungleich verteilt: 69 Prozent aller Kleinbetriebe gaben an, dieser Faktor sei für den Betriebsstandort unwichtig, bei Großbetrieben waren es nur 19 Prozent. ... Die höchste Bedeutung hat dieser Standortfaktor für Großbetriebe (mehr als 250 Beschäftigte), mittlere Betriebe (50-249 Beschäftigte) sowie für Betriebe aus dem Bereich der Dienstleistungen für Unternehmen. ... Vergleichsweise bedeutsam eingeschätzt, aber überdurchschnittlich schlecht bewertet wird die Nähe zu Forschungseinrichtungen von Kleinbetrieben (10-49 Beschäftigte), von Betrieben des Verarbeitenden Gewerbes sowie aus dem Regierungsbezirk Gießen. Die schlechtesten Bewertungen kommen aus dem Baugewerbe und dem Regierungsbezirk Kassel, hier ist der Faktor aber auch nur von untergeordneter Bedeutung.“ (Baden/Schmid 2007: 14)

Obwohl die Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen in mehreren Studien von zahlreichen Unternehmen durchaus als weniger bedeutend im Vergleich zu den anderen erfragten Standortfaktoren beurteilt wurde, kann daraus nicht geschlossen werden, dass sie generell unbedeutend oder kaum bedeutend ist. So zeigen die detaillierteren Ergebnisse für Hessen beispielhaft auf, dass die Bedeutung dieses Faktors je nach Gruppierung der befragten Unternehmen sehr unterschiedlich eingeschätzt werden kann; sie weisen damit gleichzeitig auf die Problematik der in den Ranglisten dargestellten Durchschnittswerte hin, die Unterschiede zwischen einzelnen Unternehmenstypen nivellieren.

Abbildung 13: Bedeutung und Bewertung des Standortfaktors Nähe zu Forschungseinrichtungen in Hessen 2006



Quelle: Baden/Schmid (2007: 15).

5.4.7 Wächst die Bedeutung von Standorten mit besonderer Ausrichtung?

Hinweise zur Beantwortung dieser Frage können vornehmlich aus einigen der betrachteten Standorttypen-Studien gewonnen werden. Zunächst weisen mehrere dieser Studien darauf hin, dass Standorte im Sinne von Gewerbegebieten mit besonderer Ausrichtung zumindest in den 1990er-Jahren in erster Linie für bestimmte (Teil-)Branchen und Unternehmenstypen eine Rolle spielten. So ergab eine 1999 im Raum Bremen durchgeführte Studie (vgl. Karsten/Usbeck 2001: 79), dass logistikintensive Branchen ebenso wie bestimmte Arten von unternehmensorientierten Dienstleistungsunternehmen (konkret aus den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie Grundstücks- und Wohnungswesen, Datenverarbeitung und Datenbanken, Architektur- und Ingenieurbüros) „autobahnahe periphere Standorte mit Profilbildung“ nachfragten. Aus mehreren Untersuchungen im Laufe der 1980er- bis 90er-Jahre schließt Bonny (2001: 23–25), dass insbesondere Unternehmen aus dem Hochtechnologiebereich bzw. mit hohem Forschungs- und Entwicklungsaufwand in Technologieparks bzw. Gewerbegebieten, die nach dem Konzept „Arbeiten im Park“ gestaltet wurden, wiederzufinden sind. Auf Grundlage einer Analyse der Branchenstruktur in Gewerbegebieten, die nach dem Arbeiten-im-Park-Konzept gestaltet sind, stellt Mielke fest, dass das dort vorhandene Branchenprofil trotz angestrebter breiterer Ausrichtung in der Regel von Dienstleistungsunternehmen (konkret aus den Bereichen Forschung und Entwicklung, Informationstechnologie, EDV, Telekommunikation etc. sowie Vertrieb und Handel) dominiert wird (vgl. Mielke 2002: 41).

Darüber hinaus scheinen auch bei manchen der Kultur- und Kreativwirtschaft zugeordneten Unternehmenstypen Standorte mit besonderer Ausrichtung von Bedeutung zu sein. In der Berliner Studie wird festgestellt: „Branchenhomogeneren oder von einer Branche dominierten Räumen liegen häufig spezifische Infrastrukturangebote (Adlershof, Alt-Tegel) zu Grunde“ (Senatsverwaltung für Wirtschaft u.a. 2008: 108 f.) – hier sticht insbesondere der Teilmarkt „Software, Games, Telekommunikation“ mit besonders hohen Anteilen in den genannten Gebieten ins Auge. Der für Großstädte in Nordrhein-Westfalen definierte Standorttyp „Gewachsene bzw. ausgewiesene Gewerbegebiete für TV, Film, Medien und IT“ weist in eine ähnliche Richtung (vgl. Ebert u.a. 2008: 46).

5.4.8 Gewinnen innerstädtische bzw. urbane Räume als Standorte an Bedeutung?

Während Standortfaktoren wie innerstädtische Lage oder Urbanität in keiner der betrachteten Standortfaktoren-Studien direkt erfragt wurden, spielt die Frage nach der (inner)städtischen Lage bei mehreren Standorttypen-Studien eine zentrale Rolle. Zumindest für zwei – sich in Teilen überschneidende – Unternehmensgruppen legen die betrachteten Typenstudien eine Präferenz für innerstädtische Lagen bzw. die Urbanität eines Standorts nahe.

So weisen die beiden betrachteten Standorttypen-Studien zur Kultur- und Kreativwirtschaft eine ausgeprägte Affinität der überwiegenden Mehrheit der betrachteten Unternehmen zu Standorten in der Innenstadt und in Innenstadtrandgebieten nach. Vor diesem Hintergrund liefert die Standortfaktoren-Studie zur Berliner Musikwirtschaft ein Indiz dafür, dass zumindest für Unternehmen dieser Branche die – meist innerstädtische – Lage von großer Bedeutung ist: Der Faktor Lage des Standorts wurde von den befragten Unternehmen als der bedeutendste eingeschätzt (vgl. Mundelius/Hertzsch 2005).

Darüber hinaus zeigen einige weitere Standorttypen-Studien auch eine Präferenz bestimmter Typen von Dienstleistungsunternehmen für (inner)städtische Standorte. Zwei Studien legen die Vermutung nahe, dass Kriterien wie die Bedeutung der Repräsentativität des Standorts sowie von Kundenkontakt und Kooperation für die (inner)städtische Standortwahl mancher Dienstleistungsunternehmen (etwa Finanz- und Beratungsdienstleistern) ausschlaggebend sind (vgl. hierzu

Karsten/Usbeck 2001: 79 und Mielke 2002: 33). Wird jedoch eine weitere Studie in die Betrachtung mit einbezogen, wird das Bild komplexer und widersprüchlicher, u.a. weil die darin enthaltene vergleichende Untersuchung zu Informationsdienstleistern in Berlin und München unerwarteterweise ein eher regionsspezifisches Standortmuster ergab, das heißt, die Unterschiede in den Standortmustern lassen sich am ehesten mit regionalen Differenzen erklären (vgl. Jähne/Wolke 2005: 268). Die unternehmenstypologischen Ergebnisse der ersten beiden Studien werden damit überlagert von den eher regionsspezifischen Ergebnissen von Jähne/Wolke – darin muss kein Widerspruch liegen, allerdings sind die Wirkungszusammenhänge zwischen Unternehmenstypen und regionalen Eigenheiten (noch) nicht ausreichend bekannt, um eine Einschätzung zu ermöglichen.

5.4.9 Gewinnen Standorte an Verkehrsachsen und -knotenpunkten außerhalb urbaner Zentren an Bedeutung?

Zahlreiche Standortfaktoren-Studien erfragen zwar die Bedeutung von Faktoren wie der Verkehrsanbindung oder der Verkehrsinfrastruktur – dass diese häufig als recht bedeutend im Verhältnis zu den anderen erfragten Standortfaktoren beurteilt werden, trägt jedoch zunächst nur wenig zur Beantwortung obiger Frage bei. Ähnlich verhält es sich mit Studien, in denen nach modalen Erreichbarkeiten (etwa Erreichbarkeit mit motorisiertem Individualverkehr und Erreichbarkeit mit öffentlichem Personennahverkehr) oder nach der Reichweite der Anbindung (etwa überregionale Verkehrsanbindung) unterschieden wird und in denen sich häufig ein differenzierteres Bild zeigt.

Aufschlussreicher sind an dieser Stelle die Standorttypen-Studien: Sie weisen auf Affinitäten vor allem bestimmter Arten von Dienstleistungsunternehmen und logistikorientierten Unternehmen zu verkehrlich gut angebundenen Standorten außerhalb von Städten hin.

So kommt etwa Mielke (2002: 39) in seiner Zusammenfassung aus mehreren Quellen zum Schluss, dass „technische, organisatorische und schulende Dienstleistungen“ besonders an „gut erreichbaren Standorten im suburbanen Raum“ interessiert sind. Die in Karsten/Usbeck (2001) wiedergegebenen Ergebnisse einer Studie für den Raum Bremen zeigen, dass dort in „peripheren, autobahnnahen Standorten mit Profilbildung“ besonders Forschungs- und Entwicklungsunternehmen aus dem Bereich der unternehmensnahen Dienstleistungen, Unternehmen aus den Bereichen Grundstücks- und Wohnungswesen, datenverarbeitende Unternehmen, Architektur- und Ingenieurbüros sowie logistikintensive Branchen (Großhandel und Verkehr) zu finden waren.

Darüber hinaus führen Karsten/Usbeck drei Studien auf, deren Ergebnisse jeweils eine Affinität logistikorientierter Branchen zu suburbanen Standorten an überregional bedeutsamen Autobahnachsen aufzeigen (vgl. Karsten/Usbeck 2001: 75). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt eine vergleichende Studie, in der acht Gewerbegebiete in nord- und westdeutschen Großstadtreionen untersucht wurden, die unmittelbar an einem Autobahnanschluss und nahe bei Autobahnkreuzen liegen (vgl. Ramms/Wehling 2006). Um Schwerpunktsetzungen in der Nutzung der Standorte festzustellen, wurden sie hinsichtlich der Branchenzugehörigkeit der Beschäftigten untersucht. In sechs der acht Gebiete hatten logistikorientierte Unternehmen den größten Beschäftigtenanteil; in fünf dieser sechs Gebiete rangierte das verarbeitende Gewerbe an zweiter Stelle.

6. Fazit

Was Standortfaktoren sind, scheint auf den ersten Blick einfach zu fassen, da so gut wie jede raumdifferenzierende Eigenschaft ein Standortfaktor sein kann. Weniger einfach ist jedoch der Umgang mit der daraus resultierenden unübersichtlichen Vielzahl an Faktoren – in ihr liegt eine der zentralen Herausforderungen der Auseinandersetzung mit Standortfaktoren und ihrer Bedeutung. Diese Auseinandersetzung ist nicht nur in wissenschaftlicher Hinsicht relevant, sondern insbesondere auch für die kommunale Praxis, denn fundiertes Wissen über Rolle und Bedeutung von Standortfaktoren kann helfen, Handlungsmöglichkeiten auszuloten und damit begrenzte Ressourcen gezielt einzusetzen.

Standortfaktoren-Studien sind notwendigerweise Auseinandersetzungen mit spezifischen, nicht reproduzierbaren Kombinationen von Untersuchungsgegenständen und räumlichen Zusammenhängen. Bisherigen Standortfaktoren-Studien liegen zudem jeweils eine eigene Vorgehensweise und ein spezielles Studiendesign zugrunde. Daraus ergibt sich eine weit reichende Kontextgebundenheit der Ergebnisse, die ihre direkte Vergleichbarkeit mindert und aufgrund derer sich Generalisierungen der Ergebnisse einzelner Studien – wie sie nicht selten in Entwicklungskonzepten und entsprechenden Argumentationen zu finden sind – verbieten.

Diese Ausgangsbedingungen sind vor allem auf die Breite, Komplexität und Vielschichtigkeit der Thematik zurückzuführen. Über das unternehmerische Vorgehen bei der Standortwahl gibt es wenig gesichertes Wissen – klar scheint lediglich zu sein, dass es differenziert und, gerade bei kleineren Unternehmen, in der Regel wenig systematisch ist. Darüber hinaus differenzieren sich Unternehmenstypen im Zuge des sektoralen, branchenstrukturellen und funktionalen Strukturwandels zunehmend aus. Zudem sind Standortfaktoren selbst keine gegebenen Größen, sondern unterliegen vielfältigen Einflüssen: Bekannte Faktoren verändern sich nicht nur selbst und in ihrer Bedeutung für Unternehmen, sondern es kommen auch immer wieder neue Faktoren hinzu.

In Verbindung mit dem häufigen Fehlen oder dem nur ansatzweisen Vorhandensein von Differenzierungen (etwa in Bezug auf Teilbranchen und andere Unternehmensmerkmale, aber auch auf räumliche Ebenen oder Raumtypen) erklärt sich so auch das Phänomen, dass trotz der Vielzahl von Standortfaktoren-Studien die empirische Basis insgesamt doch wenig belastbar bleibt: Selbst bei einer breiten Zusammenschau mehrerer oder einer Gegenüberstellung einzelner, bedingt ähnlicher Studien können lediglich vorsichtige Aussagen zu einzelnen Aspekten getroffen werden.

Ähnliches gilt für Standorttypen-Studien, allerdings unter etwas anderen Vorzeichen. Sie differenzieren in der Regel stärker in Bezug auf ihren räumlichen Kontext (Standorttypisierung unter Einbezug mehrerer Eigenschaften) und auf die untersuchten Unternehmen (Unternehmenstypisierung unter Einbezug mehrerer Eigenschaften), wobei sich die gewählten Ansatzpunkte für Differenzierungen von einer Studie zur nächsten meist stark unterscheiden. Allerdings können in Bezug auf *einzelne* Standortfaktoren und ihre spezifische Bedeutung keine oder nur ungenaue Aussagen getroffen werden – sie mögen zwar (implizit) in Standortfaktorenbündeln enthalten sein, die herausgelöste Einschätzung ihrer tatsächlichen Bedeutung für die ansässigen Unternehmen bleibt aber ansatzbedingt spekulativ.

Der gleichzeitige Blick aus beiden Perspektiven, also aus derjenigen der Standortfaktoren und derjenigen der Standorttypen, kann jedoch durchaus lohnend sein: Die beiden Studienarten mit ihren jeweiligen Herangehensweisen können sich in Teilen ergänzen und damit einige der Lücken verkleinern, die die einzelnen Verfahren für sich genommen aufweisen – wenn denn ausreichend differenzierte und differenzierende Auseinandersetzungen vorliegen.

Auch eine solche kombinierte Betrachtungsweise stößt bei der Beurteilung von Erwartungen zu Veränderungsprozessen in der unternehmerischen Standortwahl und der Bedeutungsentwicklung von Standortfaktoren an ihre Grenzen. Da es sich bei den betrachteten Studien um empirische

Momentaufnahmen mit weitgehendem Unikat-Charakter handelt und keine Langzeitstudien bekannt sind, ist eine Einschätzung fortlaufender Entwicklungen kaum möglich. Dies ist besonders deshalb bedauerlich, da gerade – des Öfteren als Tatsachen dargestellte – Erwartungen und Thesen häufig (Standort-)Entwicklungskonzepte und Politikansätze prägen oder ihnen zugrunde liegen.

Im Sinne einer noch weitgehend ausstehenden Anpassung der Untersuchungsmethoden an sich wandelnde wirtschaftliche und gesellschaftliche Rahmenbedingungen sind Erweiterungen und Verfeinerungen von Theorien und Forschungsansätzen zur unternehmerischen Standortwahl und zu Standortfaktoren nötig, um das Potenzial des Erkenntnisgewinns für Wissenschaft und Praxis auszuschöpfen. Es besteht also Bedarf an methodischer und wissenschaftlicher Grundlagenarbeit. Dabei wird nur ein kritischer und ergebnisoffener Umgang mit den derzeitigen Grenzen der Konzepte zu und Erforschung von Standortwahl und Standortfaktoren es ermöglichen, neue Ansätze und Theorien zu entwickeln.

Allerdings werden angesichts der auch künftig eher zunehmenden Komplexität des Untersuchungsgegenstandes alle Weiterentwicklungen von Theorie und Empirie kaum je zu exakten, quasi-mathematischen und uneingeschränkt übertragbaren Ergebnissen führen können. Umso wichtiger ist es daher, nicht erst die Wirkungszeit eventueller Veränderungen abzuwarten, sondern bereits jetzt Erwartungshaltungen an die Möglichkeiten und Grenzen der Standortfaktoren-Forschung anzupassen und dies in der politischen Bewertung von Studienergebnissen angemessen zu berücksichtigen.

Quellen/Literatur

- Baden, C./Schmid, A. (2007): Betriebspanel Report Hessen – Standortfaktoren in Hessen 2006. Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel, Frankfurt/Main: Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK).
- Bergfeld, A./Groß, I.-B. (2001): Ausweis von Vorranggebieten für Industrieansiedlungen in Thüringen, in: Raumforschung und Raumordnung, Jg. 59, H. 2–3, S. 228–236.
- Böhme, C./Henckel, D./Besecke, A. (2006): Brachflächen in der Flächenkreislaufwirtschaft, Berlin: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung.
- Bonny, H. W. (2001): Zur aktuellen Gewerbeflächenpolitik – Anforderungen an künftige Gewerbeflächen, Dortmund: ILS/Planquadrat.
- Brückner, C./Bode, T./Lüke, C. (2007): Gewerbeflächenentwicklung – ökologisch verträglich und zukunftsorientiert, Dortmund: ILS NRW (ILS NRW Schriften, 205).
- Bundeszentrale für politische Bildung (2006a): Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Luftfracht [online], <http://www.bpb.de/wissen/PQK08R,0,0,Luftfracht.html> (letzter Zugriff: 10.10.2009).
- Bundeszentrale für politische Bildung (2006b): Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Seefracht [online], <http://www.bpb.de/wissen/KSW7JQ,0,0,Seefracht.html> (letzter Zugriff: 10.10.2009).
- Bundeszentrale für politische Bildung (2009): Wissen – Zahlen und Fakten – Globalisierung – Interregionaler Warenhandel [online], http://www.bpb.de/wissen/8EUGSK,0,0,Inter_und_intraregionaler_Warenhandel.html (letzter Zugriff: 10.10.2009).
- Bundeszentrale für politische Bildung (o.J.): Themen – Demografischer Wandel in Deutschland – Abschied vom Wachstum [online], http://www.bpb.de/themen/PHN0P5,0,0,Abschied_vom_Wachstum.html (letzter Zugriff: 10.10.2009).
- Cairncross, F. (1997): The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives, Boston: Harvard Business School Press.
- Cooke, P., u.a. (2007): Regional Knowledge Economies – Markets, Clusters and Innovation, Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.
- DESTATIS (2004): Leben und Arbeiten in Deutschland. Ergebnisse des Mikrozensus 2003, Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- DESTATIS/Gesis-Zuma/WZB (2008): Datenreport 2008 – Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Dostal, W. (2001): Demografie und Arbeitsmarkt 2010 – Perspektiven einer dynamischen Erwerbsgesellschaft, in: Bullinger, H.-J. (Hrsg.): Zukunft der Arbeit in einer alternden Gesellschaft, Stuttgart.
- Ebert, R., u.a. (2008): Kreative Ökonomie und Kreative Räume: Kultur- und Kreativwirtschaft in der integrierten Stadtentwicklung, Dortmund: ILS/STADTart.

- Fischer, G., u.a. (2007): Standortbedingungen und Beschäftigung in den Regionen West- und Ostdeutschlands – Ergebnisse des IAB-Betriebspanels 2006. IAB Forschungsbericht, Nr. 5, S. 1–103.
- Florida, R. (2005): *Cities and the Creative Class*, New York/Oxon: Routledge.
- Furkert, R. (2008): Location, Lage und Standort..., in: *cimadirekt*, H. 3/2008, S. 23–24.
- Glaser, J./Menze, A. (2003): Unternehmensbefragung: Standortanforderungen und Standortqualitäten in der Region Dresden, Hamburg: Technische Universität Hamburg-Harburg.
- Gornig, M./Ring, P. (2001): *Netzwerk Industrie: Begriff – Entwicklung – Trends*, Berlin: Regioverlag.
- Görzig, B./Gornig, M./Pohl, R. (2007): Spezialisierung und Unternehmenserfolg im verarbeitenden Gewerbe Deutschlands, in: *Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung*, Jg. 76/2007, H. 3, S. 43–58.
- Grabow, B./Henckel, D./Hollbach-Grömig, B. (1995): *Weiche Standortfaktoren*, Stuttgart/Berlin/Köln: W. Kohlhammer Deutscher Gemeindeverlag.
- Healey, M. J./Ilbery, B. W. (1990): *Location and Change. Perspectives on Economic Geography*, Oxford/New York: Oxford University Press.
- Helbrecht, I. (1999): *Die Kreative Metropolis* (Habilitationsschrift), München: Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Technische Universität München.
- Herkommer, B./Henckel, D. (2008): *Creative Class in Berlin – Studie über Branchenstrukturen und Standortverhalten der Berliner Kreativwirtschaft*, Berlin: ORCO Germany, Berlin Partner.
- Jähne, P./Wolke, M. (2005): Berlin und München – Metropolregionen als vernetzte Informationsdienstleistungsstandorte?, in: Kujath, H. J. (Hrsg.): *Knoten im Netz – Zur neuen Rolle der Metropolregionen in der Dienstleistungswirtschaft und Wissensökonomie*, Münster: Lit Verlag.
- Janetschek, M. (2006): *Deutsche Großstädte: Zufriedenheit der Unternehmen mit ihrem Standort*, Frankfurt/Main: Ernst & Young.
- Jansen, P. G. (2001): Regionale Werkstatt "Qualitative Gewerbestandortentwicklung" – Abschlussbericht, Köln/Nijmegen.
- Karsten, M./Usbeck, H. (2001): Gewerbesuburbanisierung – die Tertiärisierung der suburbanen Standorte, in: Brake, K./Dangschat, J./Herfert, G. (Hrsg.): *Suburbanisierung in Deutschland – aktuelle Tendenzen*, Opladen: Leske + Budrich.
- Krätke, S. (1995): *Stadt – Raum – Ökonomie*, Basel/Boston/Berlin: Birkhäuser.
- Läpple, D. (2004): Thesen zur Renaissance der Stadt in der Wissensgesellschaft, in: Gestring, N., u.a. (Hrsg.): *Jahrbuch StadtRegion 2003 – Schwerpunkt: Urbane Regionen*, Opladen: Leske + Budrich.
- Lotter, W. (2009): *Die Kreative Revolution: Was kommt nach dem Industriekapitalismus?*, Hamburg: Murmann Verlag.

- Maier, G./Tödtling, F. (2006): Regional- und Stadtökonomik 1: Standorttheorie und Raumstruktur, 1, Wien: Springer.
- Mielke, B. (2002): Aktuelle Entwicklungen beim Gewerbeflächenbedarf, Dortmund: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen.
- Mundelius, M./Hertzsch, W. (2005): Berlin – da steckt Musike drin. Wochenbericht des DIW Berlin, Nr. 72, 14, S. 229–235.
- Paff, C. (2002): Call Center und ihre Standortanforderungen – Eine empirische Untersuchung des Standortes Hannover (Diplomarbeit), Hannover: Geographisches Institut der Universität Hannover.
- Ramms, T./Wehling, W. (2006): Gewerbeflächen an Autobahnkreuzen (BAW.kompakt, 8).
- Runer, H. (1999): Die Bestimmung der Standortanforderungen bei Standortentscheidungen, Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Schmidt, S. (2005): Metropolregionen als Hubs globaler Kommunikation und Mobilität in einer wissensbasierten Wirtschaft?, in: Kujath, H. J. (Hrsg.): Knoten im Netz – Zur neuen Rolle der Metropolregionen in der Dienstleistungswirtschaft und Wissensökonomie, Münster: Lit Verlag.
- Schöler, K. (2004): Standortentscheidungen, in: ARL (Hrsg.): Handwörterbuch der Raumordnung. 4., neu bearbeitete Auflage, Hannover: Akademie für Raumforschung und Landesplanung.
- Schubert, K./Klein, M. (2006): Das Politiklexikon. Stichwort "Globalisierung". Bonn: Dietz.
- Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen u.a. (Hrsg.) (2008): Kulturwirtschaft in Berlin – Entwicklung und Potenziale, Berlin: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen.
- Spieß, S. (2001): Zum Image der Stadt Gera – eine empirische Studie, Ilmenau: Technische Universität Ilmenau.
- Stadt Kassel/Planquadrat Dortmund (2005): Gewerbeflächenbedarf und verfügbare Gewerbeflächen in Kassel, Kassel/Dortmund: Stadt Kassel/Planquadrat.
- Stegh, T. (2007): Die Bedeutung des "Pull-Before"-Prinzips bei der regionalen Standortwahl innovativer Unternehmensgründungen an den Beispielen der Biotechnologie- und der Multimediabranche, Berlin: Selbstverlag.
- Tivig, T./Hetze, P. (Hrsg.) (2007): Deutschland im Demografischen Wandel, Rostock: Rostocker Zentrum zur Erforschung des Demografischen Wandels.
- Weber, A. (1922): Ueber den Standort der Industrien. Erster Teil: Reine Theorie des Standorts, Tübingen: J. C. B. Mohr.
- Weber, A./Klingholz, R. (2009): Demografischer Wandel – Ein Politikvorschlag unter besonderer Berücksichtigung der Neuen Länder, Berlin: Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung.
- Willenbrock, H. (2009): Die Zauberformel, in: brand eins, H. 10/2009, S. 24–32.

Veröffentlichungen des Deutschen Instituts für Urbanistik

■ Edition Difu – Stadt Forschung Praxis

Infrastruktur und Stadtentwicklung

Technische und soziale Infrastrukturen –
Herausforderungen und Handlungsoptionen für
Infrastruktur- und Stadtplanung
Von Jens Libbe, Klaus J. Beckmann und Hadia Köhler
2010, Bd. 10, 496 S., zahlreiche, auch farbige Abb.,
Tab., Übers., Euro 26,–
ISBN: 978-3-88118-483-0

Mehr Gesundheit im Quartier

Prävention und Gesundheitsförderung im Stadtteil
Von Bettina Reimann, Christa Böhme und Gesine Bär
2010, Bd. 9, 1962 S., zahlr. Abb., Euro 29,–
ISBN: 978-3-88118-472-4

Stadtpolitik und das neue Wohnen in der Innenstadt

Von Gregor Jekel, Franciska Frölich von
Bodelschwingh, Hasso Brühl und Claus-Peter Echter
2009, Bd. 8, 352 S., zahlr. Abb., Euro 39,–
ISBN 978-3-88118-475-5

Wirkungsanalyse großer innerstädtischer Einkaufszentren

Von Rolf Junker, Gerd Kühn, Christina Nitz, Holger
Pump-Uhlmann
2008, Bd. 7, 232 S., durchgängig vierfarbig,
zahlreiche Abbildungen, Euro 35,–
ISBN 978-3-88118-461-8

Der große Umbruch – Deutsche Städte und Globalisierung

Von Werner Heinz
2008, Bd. 6, 356 S., Euro 38,–
ISBN 978-3-88118-456-4

Cluster in der Wirtschaftsförderung – vom Marketingbegriff zum Prozessmanagement

Hrsg. Holger Floeting
2008, Bd. 5, 288 S., Euro 31,–
ISBN 978-3-88118-450-2

Investitionsrückstand und Investitionsbedarf der Kommunen

Ausmaß, Ursachen, Folgen, Strategien
Von Michael Reidenbach, Tilman Bracher, Busso
Grabow, Stefan Schneider und Antje Seidel-Schulze
2008, Bd. 4, 468 S., zahlreiche Abbildungen,
Tabellen und Übersichten, Euro 41,–
ISBN 978-3-88118-454-0

■ URBADOC – Europas Kommunal- literatur im Internet

Die Informationsquelle für Planung, Verwaltung,
Politik, Kommunalberatung und Wissenschaft. Über
800.000 Literaturnachweise auf einem Internetportal.
Updates: viermal pro Jahr

Die Sachgebiete:

Stadt- und Regionalplanung, Bauplanung und
Baurecht, Ver- und Entsorgung, kommunale
Infrastruktur, Umwelt, Verkehr, Wohnen, Wirtschaft,
Kultur und Soziales, Verwaltungsorganisation,
kommunale Finanzen, Statistik und Bevölkerung

Die Datenbanken:

Kommunal- und Regionalinformationen aus
Deutschland (ORLIS)
England (Urbaline/Acompline),
Frankreich (Urbamet und INIST),
Spanien (Urbaterr),
Italien (Datenbanken des Archinet-Verbundes)

Preise, netto (Abonnement, 4 Updates/Jahr):

1 Benutzer: 1.100 Euro
bis 5 Benutzer: 1.400 Euro
bis 10 Benutzer: 1.755 Euro
bis 20 Benutzer: 2.200 Euro
* Benutzer = gleichzeitige Benutzer

Weitere Informationen:

Susanne Plagemann
(030/39001-274, plagemann@difu.de)

■ Dokumentationsserien

Kommunalwissenschaftliche Dissertationen

Bearb.: Rita Gräber
Erscheint jährlich
Einzelband Euro 27,–
Abonnement Euro 20,–
ISSN 0340-1170

Graue Literatur zur Stadt-, Regional- und Landesplanung

Gutachten, Forschungs- und
Planungsberichte
Bearb.: Christel Fuchs
Erscheint halbjährlich
Einzelband Euro 27,–
Abonnement Euro 40,–
ISSN 0948-2970

Veröffentlichungen des Deutschen Instituts für Urbanistik

■ Difu-Impulse

Demografischer Wandel

Kommunale Erfahrungen und Handlungsansätze
Von Franciska Frölich v. Bodelschwingh, Beate
Hollbach-Grömig und Bettina Reimann
Bd. 5/2010, 92 S., Schutzgebühr Euro 15,-
ISBN: 978-3-88118-491-5

Stadtentwicklungskonzepte für Gewerbeflächen

Das Beispiel der Landeshauptstadt Potsdam - Ein
Werkstattbericht
Von Daniel Zwicker-Schwarm, Busso Grabow,
Stefan Schneider, Andrea Wagner und Christian
Spath
Bd. 4/2010, 114 S., zahlreiche, teils farbige Abb.,
Schutzgebühr Euro 18,-
ISBN: 978-3-88118-490-8

Tausend Mal „warum“? Verbesserung der Bildungsqualität in vorschulischen Einrichtungen

Dokumentation einer Fachtagung des Deutschen
Instituts für Urbanistik (Difu) in Kooperation mit dem
Deutschen Städtetag (DST), der Deutsche Telekom
Stiftung und der Arbeitsgruppe Fachtagungen
Jugendhilfe am 14./15. Januar 2010 in Berlin
Hrsg. Klaus J. Beckmann, Kerstin Landua
Bd. 3/2010, 130 S., zahlr. Abb., Schutzgeb. Euro
18,- ISBN 978-3-88118-487-8

Einfaches und wirtschaftliches Parkraummanagement

Eine Fallstudie in Berlin
Von Michael Lehmbruck u.a.
Bd. 2/2010, 214 S., zahlr. Abb., Schutzgeb. Euro
23,- ISBN 978-3-88118-485-4

Kooperationen im kommunalen Energiemanagement

Dokumentation des 14. Deutschen Fachkongresses
der kommunalen Energiebeauftragten, 4/2009,
Münster
Hrsg. Cornelia Rösler
Bd. 1/2010, 196 S., zahlr. Abb., Schutzgeb. Euro
20,- ISBN 978-3-88118-482-3

Optimierung von Stoffströmen in Kommunen – am Beispiel von Gasentladungslampen

Von Maic Verbücheln
Bd. 6/2009, 60 S., 10 Abb., 16 Tab., Checklisten,
Schutzgeb. Euro 12,-, ISBN 978-3-88118-479-3

Planspiel Interkommunale Verkehrsentwicklungs- planung in der Region München

Dokumentation
Von Ludwig Korte und Michael Lehmbruck
Bd. 5/2009, 72 S., 7 Abb., 4 Tab., Schutzgeb. Euro
15,- ISBN 978-3-88118-473-1

■ Difu-Arbeitshilfen

Städtebauliche Gebote nach dem Baugesetzbuch

Von Marie-Luis Wallraven-Lindl und Anton Strunz,
herausgegeben von Arno Bunzel
2010. 192 S.,
Schutzgebühr Euro 30,-
ISBN 978-3-88118-486-1

Kinder- und jugendbezogene Gesundheitsförderung im Stadtteil

Von Gesine Bär, Christa Böhme und Bettina Reimann
2009. 232 S., durchgängig vierfarbig,
Schutzgebühr Euro 33,-
ISBN 978-3-88118-471-7

Datenschutz und Informationsfreiheit in der Kommune

3., vollständig neu bearbeitete und erheblich
erweiterte Auflage
Von Martin Zilkens
2009. 208 S., inklusive Checklisten und Muster,
Schutzgebühr Euro 28,-
ISBN 978-3-88118-468-7

Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche

Von A. Bunzel, H. Janning, S. Kruse und G. Kühn
2009. Ca. 260 S., Schutzgebühr
ca. Euro 33,-
ISBN 978-3-88118-462-5

Das Bebauungsplanverfahren nach dem BauGB 2007

Muster, Tipps und Hinweise für eine zweckmäßige
und rechtssichere Verfahrensgestaltung
Von Marie-Luis Wallraven-Lindl, Anton Strunz und
Monika Geiß
2007. 222 S., Schutzgebühr Euro 31,-
ISBN 978-3-88118-430-4

Umweltprüfung in der Bauleitplanung

Von Arno Bunzel
2005. 160 S., Schutzgebühr Euro 28,-
ISBN 978-3-88118-388-8

■ Difu-Papers

Kommunen und ihre Beratungsbedarfe in ausgewählten europäischen Ländern

Von Christoph Hagen und Werner Heinz
2009. 20 S., 1 Abb., 7 Tab., Schutzgebühr Euro 5,-

