



# Standortzufriedenheit in Mitteldeutschland

Unternehmensbefragung 2014  
Ergebnisbericht für die Stadt Grimma

Herausgeber: Handwerkskammer Halle (Saale)  
Bereich Wirtschaftspolitik  
Gräfestraße 24  
06110 Halle (Saale)  
Telefon: 0345 2999-117

Handwerkskammer zu Leipzig  
Abteilung Kommunale Wirtschaftsförderung / Volkswirtschaft  
Dresdner Straße 11/13  
04103 Leipzig  
Telefon: 0341 2188-310

Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau  
Geschäftsfeld Standortpolitik  
Franckestraße 5  
06110 Halle (Saale)  
Telefon: 0345 2126-362

Industrie- und Handelskammer zu Leipzig  
Abteilung Wirtschafts- und Standortpolitik  
Goedelerring 5  
04109 Leipzig  
Telefon: 0341 1267-1255

Redaktionsschluss: Januar 2015

Bildquelle: °ts/Shotshop.com

Hinweis: © Industrie- und Handelskammer zu Leipzig  
Nachdruck und sonstige Verbreitung - auch auszugsweise -  
nur mit Quellenangabe und gegen Einsendung eines Belegexemplars.

## 1. Einführung

Die Attraktivität einer Wirtschaftsregion bemisst sich vor allem an der Qualität der Standortfaktoren. Diese haben maßgeblichen Einfluss auf Ansiedlungsvorhaben sowie auf die Entscheidung von Unternehmen, am jeweiligen Standort längerfristig aktiv zu bleiben. Gerade in Zeiten eines zunehmenden interkommunalen, interregionalen und internationalen Wettbewerbs sind gute Standortbedingungen erfolgsbestimmend. Günstige Standortfaktoren beeinflussen nicht nur Investitionsentscheidungen in positiver Weise, sondern wirken auch Abwanderungstendenzen, Produktionsverlagerungen und sogar Betriebsschließungen entgegen.

Die Faktoren, die für ein Unternehmen bei der Standortentscheidung von Relevanz sind bzw. die Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Tätigkeit ansässiger Unternehmen darstellen, sind sehr vielfältig. Wichtige lokale bzw. regionale Faktoren können z.B. die Infrastrukturen für Verkehr, Kommunikation und Bildung sowie die kommunale Versorgungsinfrastruktur inklusive der Kosten ihrer Nutzung sein. Auch die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und die Nähe zu Kunden gehören dazu. Zu den sogenannten „weichen“ Standortfaktoren gehören beispielsweise das Image einer Stadt, die Willkommenskultur für Zuwanderer oder die vorhandenen Kultur- und Freizeitmöglichkeiten.

Welche dieser Faktoren die Ansiedlungs- bzw. Investitionsentscheidung eines einzelnen Unternehmens letztlich ganz konkret ausmachen, respektive dessen Geschäftstätigkeit unterstützen, ist im Einzelnen nur schwer zu ermitteln.

Mit der aktuellen Umfrage wurden deshalb in ausgewählten Städten Mitteldeutschlands ansässige Unternehmen zum zweiten Mal nach 2009 gebeten, insgesamt 36 Standortfaktoren hinsichtlich der Wichtigkeit und Zufriedenheit für das eigene Unternehmen zu bewerten. Erst durch die Erhebung beider Komponenten wird sichtbar, inwieweit ein Standortfaktor in einer Stadt die wirtschaftliche Tätigkeit der Unternehmen begünstigt oder behindert.

Eine hohe Bedeutung (Wichtigkeit) in Verbindung mit einer hohen Zufriedenheit der Unternehmen weist auf besondere Standortvorteile hin. Merkliche Abweichungen zwischen der Bedeutung und Zufriedenheit von Standortfaktoren sowie zum mitteldeutschen Durchschnitt lassen dagegen Standortdefizite vermuten.

Die Industrie- und Handelskammern sowie die Handwerkskammern Mitteldeutschlands widmen sich im Interesse ihrer Mitgliedsunternehmen ganz besonders dem Thema „Wirtschaftsfreundlichkeit von Kommunen“. Schließlich hilft ein gemeinschaftliches Engagement von Wirtschaft, Politik und Verwaltung, die gesellschaftlichen Herausforderungen besser zu meistern, die sich z. B. aus dem demografischen Wandel ergeben.

Aus der vorliegenden Analyse lassen sich somit Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Stadtverwaltungen und die Vertreter der Kommunalpolitik ableiten, um die örtlichen Rahmenbedingungen noch wirtschaftsfreundlicher zu gestalten und die Qualität der Gemeinde als Unternehmensstandort weiter zu verbessern. Sie gibt den Entscheidungsträgern der betrachteten Städte Anhaltspunkte, bestehende Defizite zu beseitigen und sich mithin Vorteile im Standortwettbewerb zu verschaffen. Weiterhin lässt der Vergleich zu den Ergebnissen von 2009 Rückschlüsse auf die Entwicklung der einzelnen Standortfaktoren in der Region bzw. in den befragten Gemeinden zu.

Die Daten der vorliegenden Analyse wurden sehr umfangreich ausgewertet. Neben einer allgemeinen Analyse der ausgewählten Kommunen in Mitteldeutschland werden in einem zweiten Teil die Einzelergebnisse in den Städten dargestellt. Diese sollen, wie bereits vor fünf Jahren, als Grundlage für den Dialog der Kammern mit Bürgermeistern, Verwaltungsvertretern und Kommunalpolitikern genutzt werden. Die Kommunikation von Handlungsempfehlungen der Unternehmen ist ein besonderes Anliegen, da es hierbei um das Aufzeigen wirtschaftspolitischer Gestaltungsspielräume jenseits von Bundes- und Landespolitik geht. Letztlich gilt immer: Eine gute kommunale Wirtschaftspolitik fördert auch eine hohe Zufriedenheit der vor Ort ansässigen Unternehmen.

## 2. Methodik und grafische Darstellung der Ergebnisse

Alle befragten Unternehmen hatten die Möglichkeit jeden der insgesamt 36 Standortfaktoren an ihrem Standort (Stadt) sowohl hinsichtlich ihrer „Wichtigkeit“ für das Unternehmen als auch ihrer „Zufriedenheit“ zu bewerten. Dazu waren jeweils vier Antwortoptionen vorgegeben, denen zur vergleichenden Darstellung bestimmte Werte zugeordnet wurden:

### Antwortoptionen und Wertezuweisung zur Durchschnittsberechnung:

<u>„Wichtigkeit“</u>	<u>„Zufriedenheit“</u>
sehr wichtig = 4	sehr zufrieden = 4
wichtig = 3	eher zufrieden = 3
eher unwichtig = 2	eher unzufrieden = 2
unwichtig = 1	völlig unzufrieden = 1

Die optische Darstellung der Zufriedenheit erfolgt mittels Balkendiagrammen. Die jeweils erste Grafik zeigt die Rangfolge der Zufriedenheitswerte für alle 36 Standortfaktoren. An oberster Stelle steht dabei der Faktor, mit dem die Unternehmen am zufriedensten sind. An letzter Position rangiert derjenige Standortfaktor, der den niedrigsten Zufriedenheitswert erreicht.

Derjenige Standortfaktor, mit dem die Unternehmen einer Stadt „sehr zufrieden“ sind, liegt im Wertebereich von 3,25 bis 4,00. Die Bewertung „eher zufrieden“ liegt im Intervall von 2,50 bis 3,25. Standortfaktoren, die eine „eher unzufriedene“ Bewertung erhalten, rangieren im Wertebereich von 1,75 bis 2,50 und im Abschnitt von 1,00 bis 1,75 finden sich diejenigen Standortbedingungen wieder, mit denen die Unternehmen „völlig unzufrieden“ sind. Bei dieser Betrachtung bildet die Marke von 2,5 den Grenzpunkt. Darunter liegende Werte signalisieren eine überwiegende Unzufriedenheit, darüber liegende Werte eine mehrheitliche Zufriedenheit.

In der zweiten Grafik werden die Abweichungen der Zufriedenheitsbewertungen der einzelnen Standortfaktoren von den jeweiligen mitteldeutschen Durchschnittswerten dargestellt. Diese Darstellung ist gut geeignet, um zu erkennen, welche Standortfaktoren sich in Relation besonders positiv abheben bzw. bei welchen der „Schuh drückt“.

In der dritten Grafik werden dagegen die Veränderungen in der Zufriedenheitsbewertung der einzelnen Standortfaktoren gegenüber den Ergebnissen von 2009 dargestellt. Dabei konnten jedoch nur 27 der insgesamt 36 Standortfaktoren Berücksichtigung finden, da einige Faktoren erst mit der aktuellen Umfrage neu aufgenommen wurden.

Neben dem Balkendiagramm zur Darstellung der Zufriedenheit wurde für jede Gemeinde eine sogenannte Handlungsmatrix erstellt. In dieser werden die Ergebnisse aller Unternehmensbeurteilungen zu den einzelnen Standortfaktoren in Kombination von Zufriedenheit und Wichtigkeit grafisch dargestellt. Demnach ergibt sich der größte Handlungsbedarf bei denjenigen Standortfaktoren, die als wichtig eingeschätzt werden, mit denen die Unternehmen gleichzeitig jedoch am unzufriedensten sind. Die „problematischsten“ Standortfaktoren befinden sich somit im linken oberen Viertel der Matrix. Die Problematik der Faktoren steigt vom rechten unteren Rand zum linken oberen Rand der Matrix an. Ein besonderes Augenmerk im Hinblick auf notwendige Standortverbesserungen ist insbesondere auf solche Standortfaktoren zu legen, die in der Zufriedenheitsskala unter 2,5; aber bezüglich der Wichtigkeit oberhalb des Mittelwertes von 2,5 liegen.

Aus der Gegenüberstellung von Wichtigkeit und Zufriedenheit lässt sich erkennen, ob und mit welcher Dringlichkeit bestimmte Standortfaktoren in den Kommunen zu verbessern sind.

Neben der Bewertung der einzelnen Standortfaktoren wurden die Unternehmen gebeten, sich zu den aus ihrer Sicht größten aktuellen Problemen bzw. Defiziten zu äußern und ggf. Lösungsvorschläge zu machen. Diese wurden auch dann weitestgehend übernommen, wenn es sich um Probleme handelt, die eher auf landes- oder bundespolitischer Ebene zu lösen sind.

**3. Einzelergebnisse Stadt Grimma****Ausgewählte Strukturdaten**

<b>Fläche und Bevölkerung</b>	
Fläche (Dezember 2013)	217,70 km <sup>2</sup>
Einwohner (Dezember 2013)	28.553
Einwohnerdichte (Dezember 2013)	131
<b>Arbeitsmarkt</b>	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (Juni 2013)	9.877
dar. in Land- und Forstwirtschaft; Fischerei	311
dar. im Produzierenden Gewerbe	2.685
dav. im Verarbeitenden Gewerbe	(1.622)
dar. im Handel; Verkehrs- und Gastgewerbe	2.509
dar. in Unternehmensdienstleistern	1.617
dar. in öffentlichen und privaten Dienstleistern	2.755
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort (Juni 2013)	10.717
Anzahl der Einpendler (Juni 2013)	5.455
Anzahl der Auspendler (Juni 2013)	6.295
Pendlersaldo (Juni 2013)	-840
Anzahl der Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt 2013	1.551
<b>Unternehmen</b>	
Anzahl IHK-zugehörige Unternehmen 2014	1.895
Anzahl HWK-zugehörige Unternehmen 2014	474
Anzahl der im sächsischen Unternehmensregister erfassten Betriebe <sup>1</sup> 2011	1.489
dar. Betriebe mit 0 bis 9 Beschäftigten	1.305
dar. Betriebe mit 10 bis 49 Beschäftigten	150
dar. Betriebe mit 50 bis 249 Beschäftigten	31
dar. Betriebe mit 250 Beschäftigten und mehr	3
Anzahl der SV-pflichtig Beschäftigten aller im Unternehmensregister erfassten Betriebe 2011	8.863
<b>Gewerbeanzeigen</b>	
Anzahl der Gewerbeanmeldungen 2013	182
Anzahl der Gewerbeabmeldungen 2013	190
Saldo aus Gewerbean- und -abmeldungen 2013	-8
<b>Berichtspflichtige Unternehmen<sup>2</sup> in Bergbau und Verarbeitenden Gewerbe</b>	
Anzahl der Unternehmen (30.09.2013)	19
Tätige Personen am 30.09.2013	1.223
Gesamtumsatz in € - 2013	190.263.000
darunter Auslandsumsatz in € - 2013	19.712.000
Exportquote in % - 2013	10,4
<b>Berichtspflichtige Unternehmen<sup>1</sup> im Bauhauptgewerbe</b>	
Anzahl der Unternehmen (30.06.2013)	58
Tätige Personen am 30.06.2013	451
Gesamtumsatz in € - 2013	59.433.000

Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen, Bundesagentur für Arbeit, IHK zu Leipzig, HWK zu Leipzig

<sup>1</sup> Erfasst werden alle Betriebe mit sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und/oder einem steuerbaren Umsatz von mehr als 17.500 € im Jahr

<sup>2</sup> Berichtspflichtige Unternehmen ab 20 Beschäftigte

## noch ausgewählte Strukturdaten

<b>Berichtspflichtige Unternehmen<sup>3</sup> im Ausbaugewerbe</b>	
Anzahl der Unternehmen (30.06.2013)	12
Tätige Personen am 30.06.2013	334
Gesamtumsatz in € - 2013	37.259.000
<b>Bautätigkeit<sup>4</sup></b>	
Baugenehmigung zur Errichtung von Wohngebäuden - Anzahl 2013	13
Baugenehmigung zur Errichtung von Nichtwohngebäuden - Anzahl 2013	7
Anzahl der genehmigten Wohnungen <sup>4</sup> - 2013	8
Anzahl der genehmigten Wohnfläche <sup>4</sup> in m <sup>2</sup> 2013	2.015
Baufertigstellung von Wohngebäuden - Anzahl 2013	24
Baufertigstellung von Nichtwohngebäuden - Anzahl 2013	8
Anzahl der fertiggestellten Wohnungen <sup>4</sup> - 2013	19
Anzahl der fertiggestellten Wohnfläche <sup>4</sup> in m <sup>2</sup> 2013	3.350
<b>Tourismus</b>	
geöffnete Beherbergungseinrichtungen (Juli 2013)	15
angebotene Betten im Juli 2013	207
Anzahl der Ankünfte 2013	17.508
Anzahl der Übernachtungen 2013	32.687
Durchschnittliche Auslastung der angebotenen Betten in % - 2013	25,6
<b>Kaufkraft</b>	
Kaufkraft in € - 2014	489.779.000
Kaufkraft je Einwohner in € - 2014	16.995
Kaufkraftindex pro Einwohner (Deutschland = 100) - 2014	80,2
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € - 2014	142.108.000
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in € - 2014	4.931
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex pro Einwohner (Deutschland = 100) - 2014	87,2
<b>Öffentliche Finanzen</b>	
Hebesatz Grundsteuer A in % - 2014	290
Hebesatz Grundsteuer B in % - 2014	400
Hebesatz Gewerbesteuer in % - 2014	400
Steuereinnahmekraft in € - 2013	18.526.000
Steuereinnahmekraft je Einwohner in € - 2013	646
Bereinigte Einnahmen der öffentlichen Kommunalhaushalte insgesamt in € - 2013	48.405.000
Bereinigte Ausgaben der öffentlichen Kommunalhaushalte insgesamt in € - 2013	46.781.000
Finanzierungssaldo in € - 2013	1.624.000
Schuldenstand zum 31.12.2013 insgesamt in €	18.389.000
Schuldenstand je Einwohner in € zum 31.12.2013	642

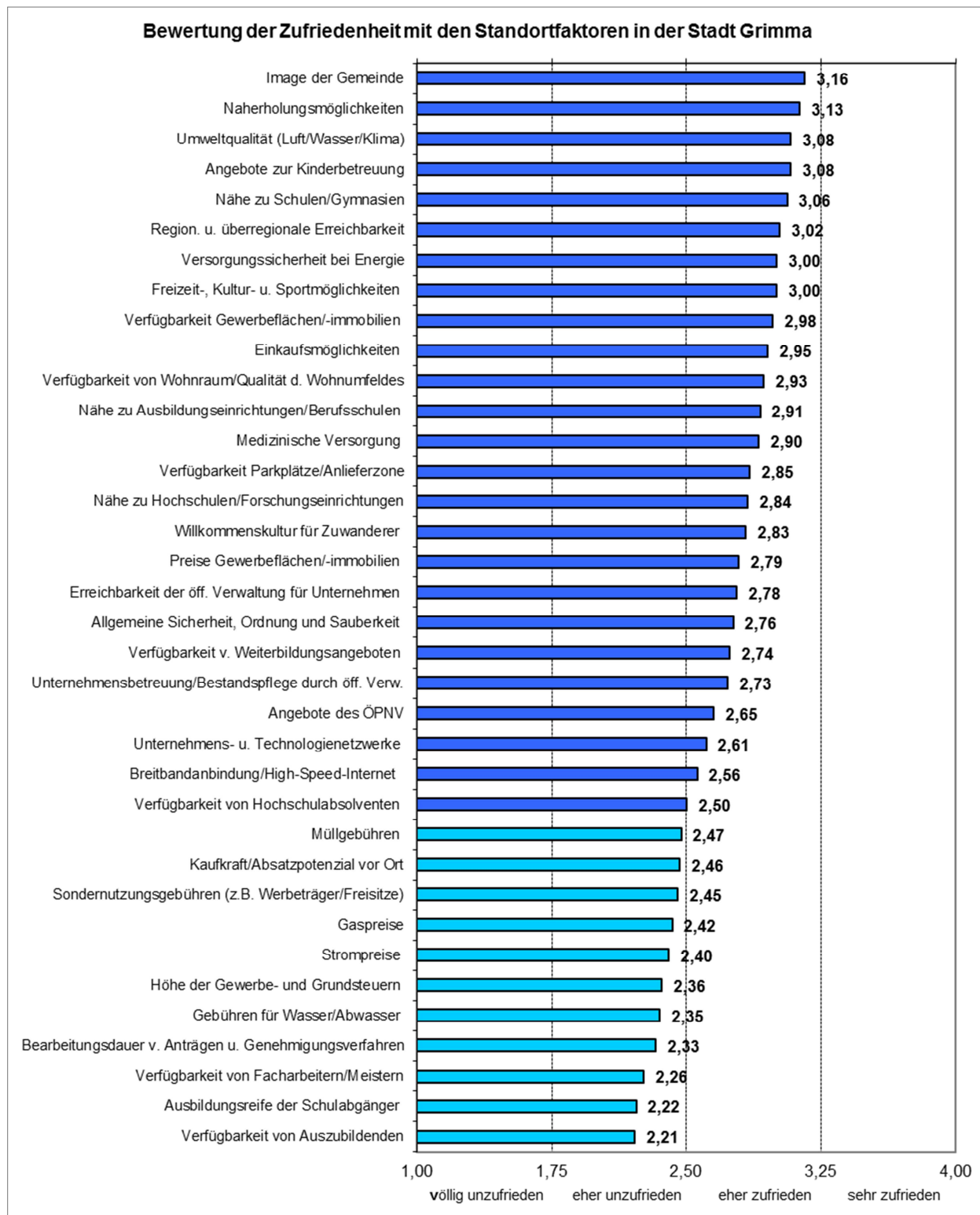
Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen, GfK Geomarketing GmbH (Kaufkraft),

<sup>3</sup> Berichtspflichtige Unternehmen ab 20 Beschäftigte

<sup>4</sup> Bei der statistischen Auswertung von Baumaßnahmen wird der Zugang an Wohnungen oder Wohnfläche, d.h. die Differenz zwischen "neuem Zustand" und "altem Zustand", ausgewiesen. Folglich können aufgrund von Abriss, Zusammenlegungen oder Nutzungsänderungen (z.B. eine Wohnung wird Arztpraxis) Minuswerte bzw. in der kumulativen Darstellung Rückgänge gegenüber dem Vorberichtsstand auftreten.

## Befragungsergebnisse

Anzahl der Unternehmensantworten: 47

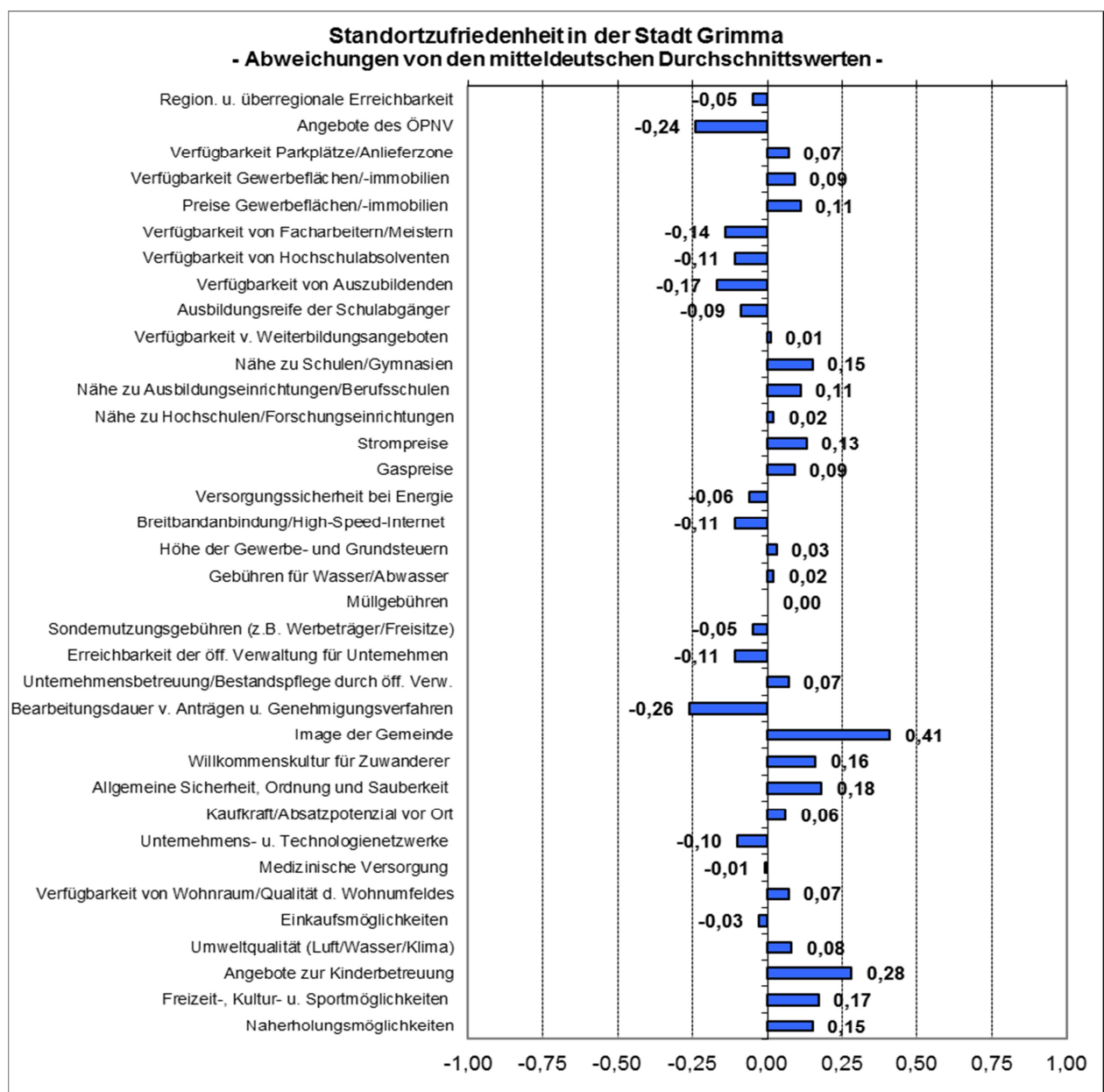


Als „Perle des Muldentals“ wirbt die Stadt Grimma seit mehreren Jahren erfolgreich um Touristen. Auch die Unternehmen der Stadt beurteilen die Außenwirkung der Stadt positiv und sind mit dem „Image der Stadt“ von allen 36 Standortfaktoren am zufriedensten. Vor fünf Jahren lag dieser auf Rang fünf. Auch im Vergleich zum mitteldeutschen Durchschnitt ist die positive Abweichung des Imagefaktors am größten. Es zeigt sich, dass die Flutkatastrophen in den Jahren 2002 und 2013 somit keinen Imageschaden zurückließen.

Ebenfalls recht zufrieden sind die Grimmaer Unternehmen mit den „Naherholungsmöglichkeiten“, der „Umweltqualität“ und dem „Angeboten zur Kinderbetreuung“. Letzterer Faktor kann im Vergleich zum mitteldeutschen Ergebnis ebenfalls stärker punkten. Der Faktor „regionale und überregionale Verkehrsanbindung“, der im Jahre 2009 den Spitzenplatz innehatte, liegt mit einem immer noch vergleichsweise guten Zufriedenheitswert von 3,02 nunmehr auf Rang sechs.

Die Abweichungen von den mitteldeutschen Durchschnittswerten fallen in der Mehrzahl der Standortfaktoren nur sehr gering (+/-0,15) aus. Die Faktoren mit positiver Abweichung wurden zuvor bereits genannt. Hinsichtlich einer negativen Abweichung fallen in erster Linie die Standortfaktoren „Bearbeitungsdauer von Genehmigungsverfahren/Anträgen“ und die „Anbindung an den ÖPNV“ auf. Letzteres Ergebnis resultiert insbesondere aus der Nichtanbindung der Stadt Grimma an das neue mitteldeutsche S-Bahn-Netz.

Am Ende der Zufriedenheitsrangliste finden sich die drei arbeitsmarkt- bzw. bildungsrelevanten Standortfaktoren „Verfügbarkeit von Auszubildende sowie von Facharbeitern/Meister“ und die „Ausbildungsreife der Schulabgänger“.

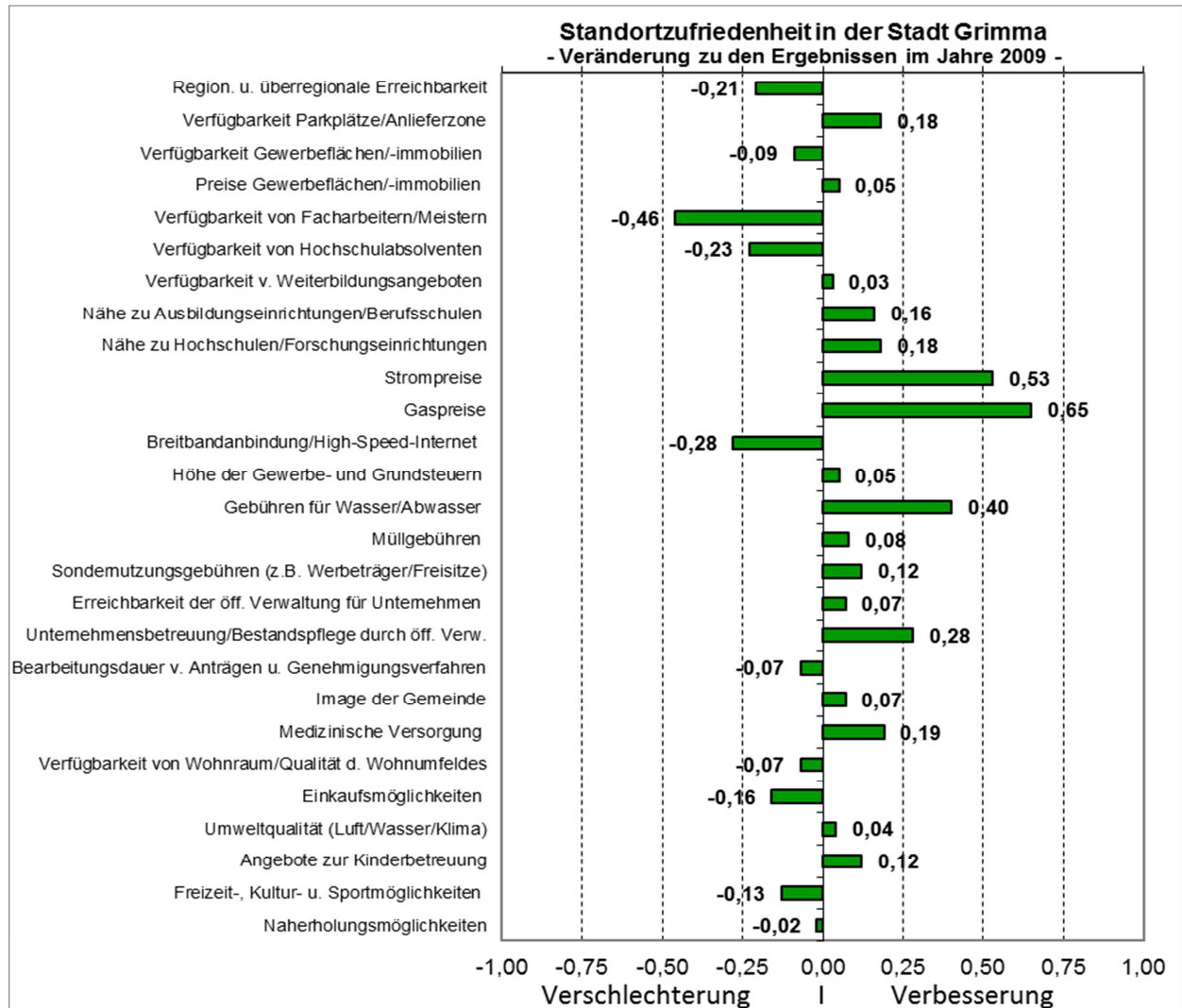


Im Vergleich zu den Ergebnissen von 2009 können die meisten Standortfaktoren auf bessere Zufriedenheitswerte verweisen. Die deutlichsten Steigerungen erreichen die Bewertungen zu

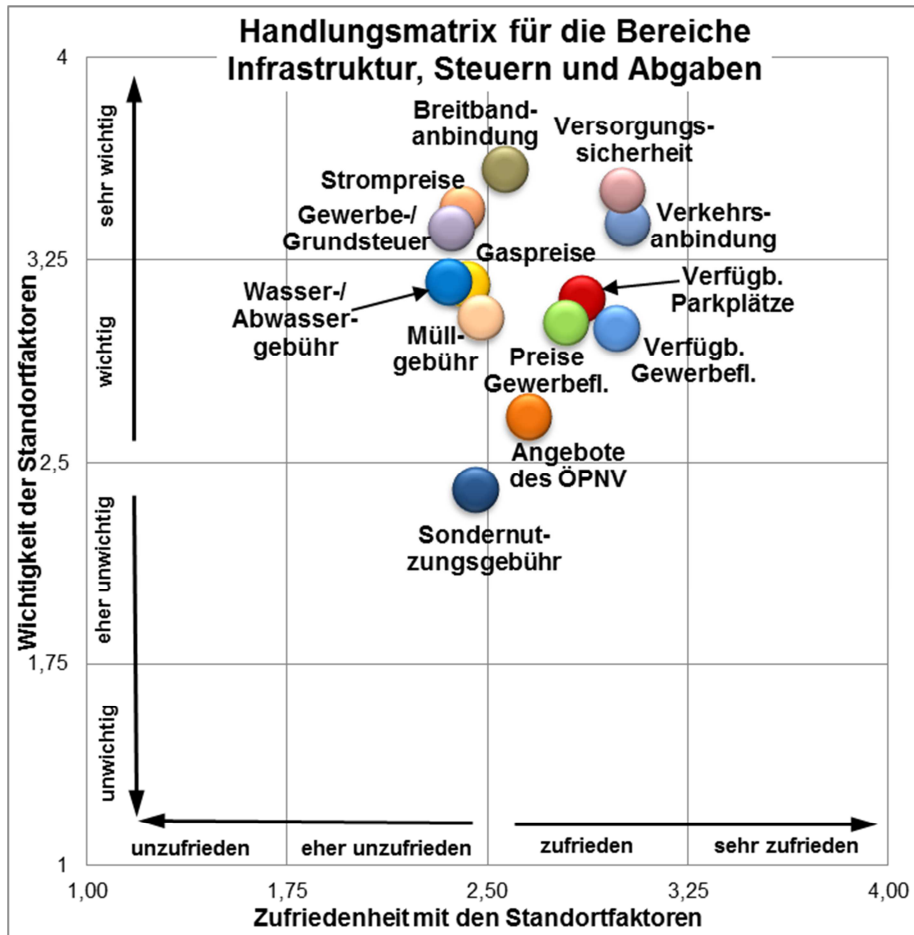


den „Strom- und Gaspreisen“, das heißt jedoch nicht, dass die Unternehmen mit deren Höhe zufrieden sind. Die Bewertung für diese, wie auch alle anderen kostenrelevanten Standortfaktoren, liegt nach wie vor unter 2,5 und somit im Bereich „eher unzufrieden“.

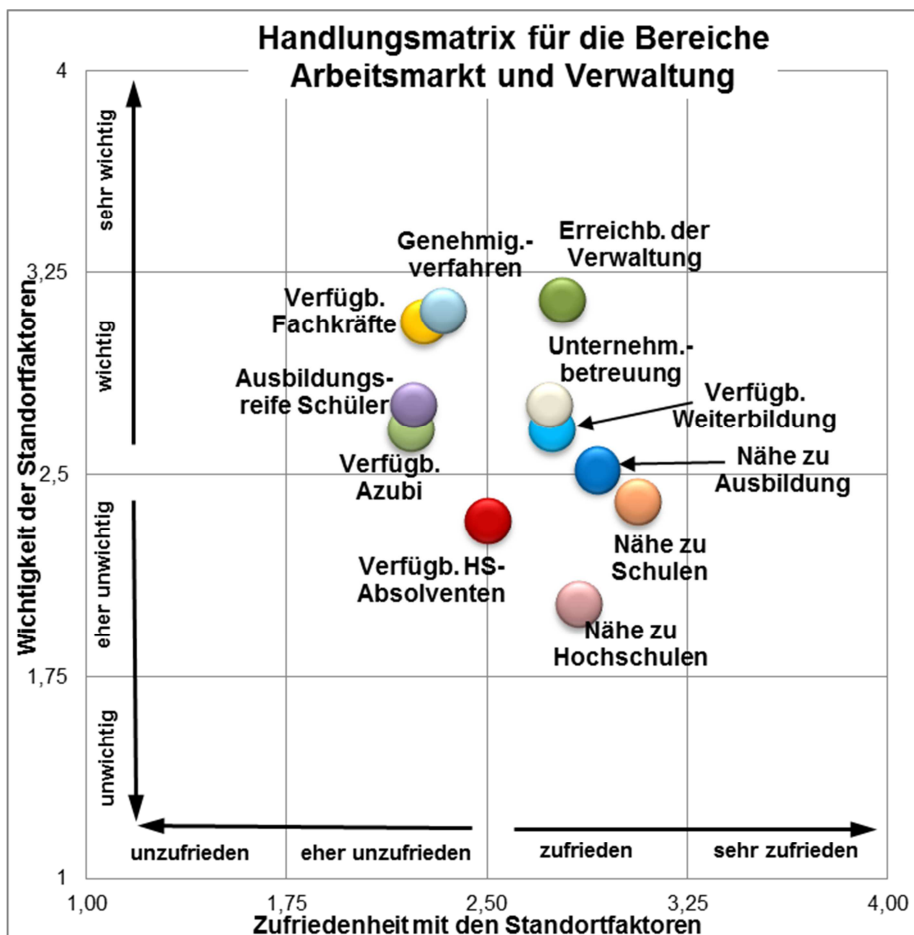
Die größten Verschlechterungen gab es bei den Faktoren „Verfügbarkeit von Fachkräften/Meistern“ und „Qualität der „Breitbandanbindung“. Da die Stadt Grimma sich über eine ausgesprochen große Fläche erstreckt, sind auch die örtlichen Unterschiede der Breitbandanbindung innerhalb des Stadtgebietes (Ortsteile) sehr groß.



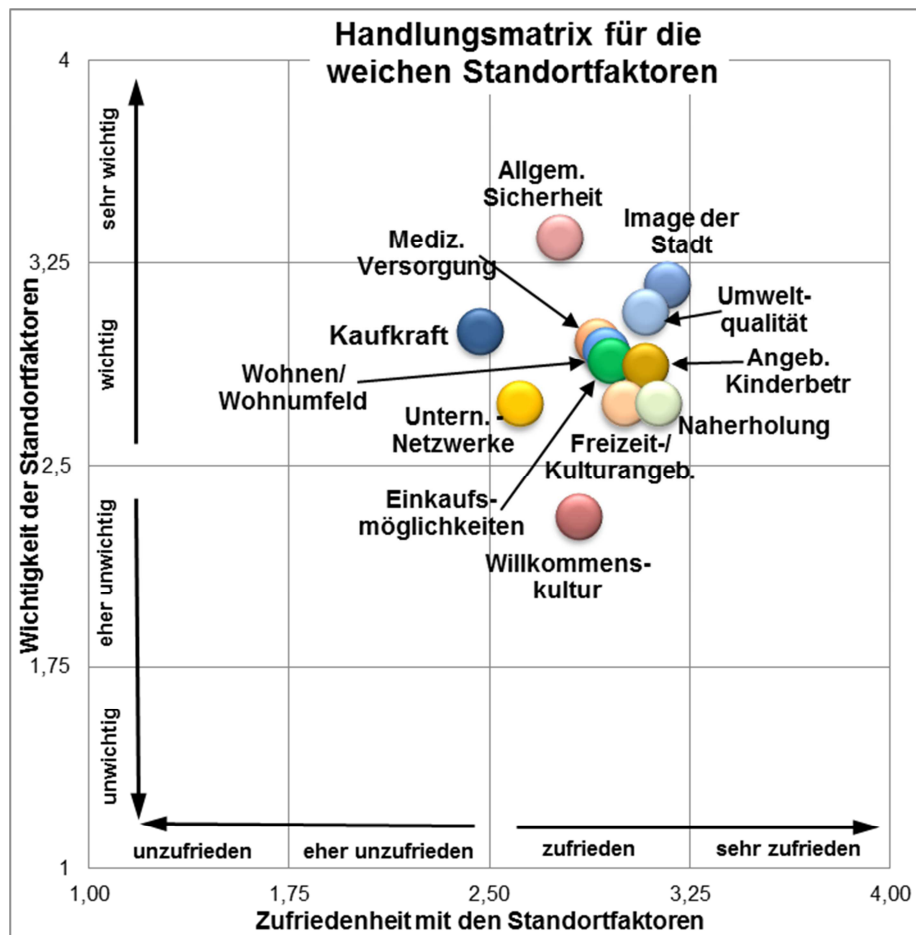
Hinweis: Beim Vergleich zu den Befragungsergebnissen von 2009 konnten nur 27 der insgesamt 36 Standortfaktoren Berücksichtigung finden, da einige Faktoren erst mit der aktuellen Umfrage neu aufgenommen wurden.



Trotz teilweise deutlich besserer Bewertungen gegenüber 2009 sind die ortsansässigen Unternehmen mit der Höhe der Steuern und Abgaben nach wie vor eher unzufrieden. Der Eine stärkere Belastung sollte daher unterbleiben. Mit Blick auf die Wichtigkeit ist jedoch insbesondere die Qualität der Breitbandanbindung vor allem in den Ortsteilen der Stadt zu verbessern.



Wie bereits erwähnt, wird von den Unternehmen die Verfügbarkeit von Auszubildenden und Fachkräften äußerst kritisch beurteilt. Von einer kurzfristigen Besserung der Situation ist diesbezüglich nicht auszugehen, da der Handlungsspielraum der Kommune selbst begrenzt ist. Es sollte das gute Image der Stadt verstärkt für die Akquise genutzt werden. Bei der Kommunikation zwischen Unternehmen und Stadtverwaltung sind Verbesserungen anzumahnen. Insbesondere die Bearbeitungsdauer von Anträgen ist zu verkürzen.



Kritischster Punkt bei den sogenannten „weichen“ Standortfaktoren ist die Kaufkraft der Bevölkerung, die jedoch durch die Kommune kaum zu beeinflussen ist. Alle anderen Faktoren werden weitestgehend positiv bewertet. Auf den für die Unternehmen besonders wichtigen Faktor „allgemeine Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit“ sollte dabei stets eine besonders hohe Aufmerksamkeit gelegt werden, um eine Verschlechterung in der Zufriedenheitsbewertung zu vermeiden.

## Verbale Äußerungen der Unternehmen

### Benennung ortspezifischer und sonstiger Probleme und Defizite

#### Infrastruktur

- mangelnde Breitbandverfügbarkeit/Geschwindigkeit (mehrfach genannt)
- nach dem Hochwasser 2013 ist die Infrastruktur noch nicht wieder hergestellt
- bei Veranstaltungen (z.B. Triathlon 2014) zu wenig bis gar keine Zugangsmöglichkeiten für Kunden (Innenstadt ist fast immer komplett abgesperrt)
- schlechte Erreichbarkeit für große LKW und Baumaschinen
- begrenztes Gelände für Expansion
- Anbindung an Autobahn im Bereich Grimma-Deditz müsste besser sein

#### Bildung/Arbeitsmarkt

- fehlendes qualifiziertes Personal (mehrfach genannt)
- zunehmender Fachkräftemangel
- fehlende Azubis

#### Kommunale Standortbedingungen

- Verwaltung müsste sich mehr als Dienstleister verstehen
- ausufernde Bürokratie
- hohe Müllgebühren (auch wenn kein/kaum Müll anfällt)
- hohe Steuern und Abgaben
- durch Hochwasser bedingte lange und nervige Bearbeitungsabläufe des Landratsamtes bei SAB-Anträgen

#### *Weiche Standortfaktoren*

- große Hochwassergefahr (mehrfach genannt)
- Zweit-Wohnsitzsteuer
- zu viel leerstehende Gewerbeflächen in der Innenstadt Grimma
- Attraktivität des Standortes noch nicht ausreichend

#### *Sonstige*

- Mindestlohn
- keine Laufkundschaft wegen Umgehungsstraße
- EU Sozialvorschriften für LKW passen nicht zum Busgewerbe
- Berufsbild (Busfahrer) unattraktiv für junge Menschen
- Werbeanrufe während der Arbeit
- Probleme mit Unternehmensverkauf

### **Anregungen zum Ausgleich vorhandener Defizite**

#### *Infrastruktur*

- Ausbau Internetzugang/ Breitbandverbindung /LTE (mehrfach genannt)
- niedrigere Mietpreise für Gewerbeflächen
- bessere und mehr Zugangsmöglichkeiten bei Veranstaltungen im Stadtzentrum von Grimma schaffen bzw. diese sicher stellen
- Autobahnzufahrt in Deditz müsste ausgebaut und geöffnet werden

#### *Bildung/Arbeitsmarkt*

- zur Fachkräfteakquise Vorstellung des eigenen Unternehmens in Schulen und auf Fachmessen ermöglichen

#### *Kommunale Standortbedingungen*

- kundenorientiertes Vorgehen von Ämtern und öffentlichen Institutionen
- mehr Gewerbefreiheit und weniger Bürokratie
- mehr Steuerentlastung bzw. Förderung für kleine Unternehmen (z.B. für Werbung)

#### *Weiche Standortfaktoren*

- Arbeitsamt, Verwaltung und Betriebe könnten gemeinsam abgestimmte PR-Maßnahmen öffentlichkeitswirksam umsetzen
- Hochwasserschutz muss weiter vorankommen
- bessere Integration ausländischer Mitarbeiter
- Steuern und Abgaben reduzieren

#### *Sonstige*

- endlich Versicherungsschutz für Gewerbetreibende gegen Elementarschäden



Standortfaktor	Wichtigkeit für Ihr Unternehmen				Zufriedenheit an Ihrem Standort (Gemeinde)			
	sehr wichtig	wichtig	eher unwichtig	unwichtig	sehr zufrieden	eher zufrieden	eher unzufrieden	völlig unzufrieden
<b>Technische Infrastruktur</b>								
Breitbandanbindung/High-Speed-Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Kommunale Steuern und Abgaben</b>								
Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gebühren für Wasser/Abwasser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Müllgebühren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sondernutzungsgebühren (z.B. für Werbeträger und Freisitze)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung</b>								
Erreichbarkeit für Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmensbetreuung/Bestandspflege	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bearbeitungsdauer von Anträgen und Genehmigungsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Weiche Standortfaktoren</b>								
Image der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Willkommenskultur für Zuwanderer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Allgemeine Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaufkraft/ Absatzpotenzial vor Ort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmens- und Technologienetzwerke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medizinische Versorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit von Wohnraum und Qualität des Wohnumfeldes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebote zur Kinderbetreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naherholungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Welches sind die größten Probleme bzw. Defizite aus Sicht Ihres Unternehmens an Ihrem Standort?**

.....

.....

**6. Anregungen zur Lösung der in Frage 5 genannten Probleme:**

.....

.....

**Sehr gerne senden wir Ihnen die Ergebnisse der Umfrage per E-Mail zu. Falls Sie dies wünschen, geben Sie bitte nachfolgend Ihre E-Mail-Adresse an:.....@.....**

**Wir danken für Ihre Mitarbeit!**