



Standortzufriedenheit in Mitteldeutschland

Ergebnisse einer
Unternehmensbefragung im Jahr 2009



Herausgeber

Handwerkskammer Halle (Saale)
Bereich Wirtschaftspolitik
Graefestraße 24
06110 Halle (Saale)
Tel.: 0345 2999-112

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

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

Industrie- und Handelskammer zu Leipzig
Abteilung Wirtschafts- und Standortpolitik
Goerdelerring 5
04109 Leipzig
Tel.: 0341 1267-1255

Redaktionsschluss: November 2009
Auszugsweise Verwendung nur mit Quellenangabe

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Einführung	3
2. Zur methodischen Herangehensweise	5
3. Ergebnisse der Unternehmensbefragung	7
3.1. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren	8
3.1.1. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen	9
3.1.2. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren nach Regionen	10
3.2. Die Zufriedenheit der Unternehmen mit den Standortfaktoren	11
3.2.1. Die Zufriedenheit der Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen	12
3.2.2. Die Zufriedenheit der Standortfaktoren nach Regionen	13
4. Die lokale Bewertung der einzelnen Standortfaktoren	17
4.1. Verkehrsinfrastruktur	17
4.1.1. Regionale und überregionale Verkehrsanbindung (Erreichbarkeit)	17
4.1.2. Wirtschafts- und Tourismuswegweisung	18
4.1.3. Verfügbarkeit von Parkplätzen	19
4.2. technische Infrastruktur: Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)	20
4.3. Gewerbeflächen und Gewerbeimmobilien	21
4.3.1. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	21
4.3.2. Preise für Gewerbeflächen/-immobilien	22
4.4. Bildung und Arbeitsmarkt	23
4.4.1. Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern	23
4.4.2. Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen	24
4.4.3. Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten	25
4.4.4. Schulen und Ausbildungseinrichtungen	26
4.4.5. Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen	27
4.5. Energiepreise	28
4.5.1. Strompreise	28
4.5.2. Gaspreise	29
4.6. Kommunale Steuern und Abgaben	30
4.6.1. Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer	30
4.6.2. Gebühren für Wasser/Abwasser	31
4.6.3. Müllgebühren	32
4.6.4. Sondernutzungsgebühren (z.B. für Werbeträger und Freisitze)	33
4.7. Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung	34
4.7.1. Erreichbarkeit für Unternehmen	34
4.7.2. Unternehmensbetreuung/Bestandspflege	35
4.7.3. Dauer von Genehmigungsverfahren	36

4.8. Weiche Standortfaktoren.....	37
4.8.1. Image der Stadt	37
4.8.2. Medizinische Versorgung	38
4.8.3. Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes	39
4.8.4. Einkaufsmöglichkeiten.....	40
4.8.5. Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)	41
4.8.6. Angebote zur Kinderbetreuung	42
4.8.7. Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten	43
4.8.8. Naherholungsmöglichkeiten	44
5. Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen.....	45
6. Anhang.....	47
Fragebogen.....	47

1. Einführung

Eine gute Qualität der Standortbedingungen ist Grundvoraussetzung für die erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung in einer Kommune bzw. Region. Gerade in konjunkturell schwierigen Zeiten sowie hinsichtlich eines zunehmenden interkommunalen und -regionalen Wettbewerbs kommt den Standortfaktoren vor Ort eine immense Bedeutung zu.

Investitionen sind die Triebfeder wirtschaftlicher Entwicklung. Die Entscheidung für oder gegen eine Investition hängt stark von den Gegebenheiten am jeweiligen Standort ab. Günstige Standortfaktoren beeinflussen Investitionsentscheidungen in positiver Weise und sorgen mithin für Vorteile im Wettbewerb um Unternehmensansiedlungen und -erweiterungen. Andererseits kann Abwanderungstendenzen, Produktionsverlagerungen und sogar Betriebsschließungen mittels des Vorhaltens konkurrenzfähiger Standortbedingungen entgegengewirkt werden.

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. Als wichtige lokale bzw. regionale Faktoren sind etwa die Infrastrukturen für Verkehr, Kommunikation und Bildung sowie die kommunale Versorgungsinfrastruktur und die Kosten ihrer Nutzung anzusehen. Auch die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und die Nähe zu Kunden sind maßgebliche Faktoren für die Standortwahl. Die sogenannten „weichen“ Standortfaktoren sind für die Wirtschaft nicht minder bedeutsam. Dazu zählen z. B. das Image einer Stadt oder die vorhandenen Kultur- und Freizeitmöglichkeiten.

Welche dieser Faktoren die Ansiedlungs- bzw. Investitionsentscheidung eines einzelnen Unternehmens letztlich ausmachen, respektive dessen Geschäftstätigkeit unterstützen, ist im Einzelnen nur schwer zu ermitteln. In der Umfrage wurden deshalb in den verschiedenen Städten Mitteldeutschlands ansässige Unternehmen gebeten, ausgewählte Standortfaktoren hinsichtlich der Wichtigkeit und Zufriedenheit für das Unternehmen zu bewerten. Erst durch die Erhebung beider Komponenten zeigen die Ergebnisse, inwieweit ein Standortfaktor in einer Stadt die wirtschaftliche Tätigkeit der Unternehmen begünstigt oder behindert. Aus der vorliegenden Analyse lassen sich somit Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Stadtverwaltungen und die Vertreter der Kommunalpolitik vor Ort ableiten. Sie gibt den Entscheidungsträgern der betrachteten Städte Anhaltspunkte, um bestehende Defizite zu beseitigen und sich mithin einen Vorteil im Standortwettbewerb zu verschaffen.

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

Die Daten der vorliegenden Analyse wurden deshalb sehr umfangreich ausgewertet. Neben einer allgemeinen Analyse aller Kommunen in Mitteldeutschland mit mindestens 10.000 Einwohnern werden in einem zweiten Teil die Einzelergebnisse in den Städten dargestellt. Diese sollen auch als Grundlage für den Dialog der Kammern mit Bürgermeistern, Verwaltungsvertretern und Kommunalpolitikern genutzt werden. Die Kommunikation von Handlungsempfehlungen ist ein besonderes Anliegen, da es hierbei um das Aufzeigen wirtschaftspolitischer Gestaltungsräume jenseits von Bundes- und Landespolitik geht. Letztlich gilt immer: Eine gute kommunale Wirtschaftspolitik trägt auch zu einer hohen Zufriedenheit der vor Ort ansässigen Unternehmen bei.

2. Zur methodischen Herangehensweise

Für die Datenerhebung wurde ein Fragebogen mit 28 ausgewählten Standortfaktoren (siehe Anlage) entwickelt und an IHK- und HWK-zugehörige Unternehmen in 35 Städten mit mehr als 10.000 Einwohnern Mitteldeutschlands versandt.

Die **28 Standortfaktoren** sind:

Verkehrsinfrastruktur

- Regionale und überregionale Verkehrsanbindung (Erreichbarkeit)
- Wirtschafts- und Tourismuswegweisung
- Verfügbarkeit von Parkplätzen

Technische Infrastruktur

- Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)

Gewerbeflächen/-immobilien

- Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien
- Preise für Gewerbeflächen/-immobilien

Bildung/Arbeitsmarkt

- Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern
- Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen
- Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten
- Schulen und Ausbildungseinrichtungen
- Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen

Energiepreise

- Strompreise
- Gaspreise

Kommunale Steuern und Abgaben

- Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer
- Gebühren für Wasser/Abwasser
- Müllgebühren
- Sondernutzungsgebühren (z.B. für Werbeträger und Freisitze)

Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung

- Erreichbarkeit für Unternehmen
- Unternehmensbetreuung/Bestandspflege
- Dauer von Genehmigungsverfahren

Weiche Standortfaktoren

- Image der Stadt
- Medizinische Versorgung
- Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes
- Einkaufsmöglichkeiten
- Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)
- Angebote zur Kinderbetreuung
- Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten
- Naherholungsmöglichkeiten

Neben den Einschätzungen zu den einzelnen Standortfaktoren hatten die Unternehmen die Möglichkeit, die aus ihrer Sicht größten Probleme bzw. Defizite zu benennen und ggf. Vorschläge zu deren Lösung zu machen.

Die **35 Städte** mit jeweils mehr als 10.000 Einwohnern sind:

Region Halle (Einwohner zum 31.12.2008)

- Bad Dürrenberg*	11.202 Ew
- Bernburg (Saale)	30.307 Ew
- Bitterfeld-Wolfen	46.971 Ew
- Braunsbedra*	12.373 Ew
- Coswig (Anhalt)*	12.573 Ew
- Dessau-Roßlau	88.693 Ew
- Eisleben, Lutherstadt	25.039 Ew
- Halle (Saale)	233.013 Ew
- Hettstedt*	14.700 Ew
- Jessen (Elster)	31.320 Ew
- Köthen (Anhalt)	28.815 Ew
- Mansfeld*	10.166 Ew
- Merseburg (Saale)	34.623 Ew
- Naumburg (Saale)	28.669 Ew
- Querfurt*	12.155 Ew
- Sangerhausen	30.648 Ew
- Schkopau*	10.792 Ew
- Weißenfels	28.965 Ew
- Wittenberg, Lutherstadt	47.695 Ew
- Zeitz	30.402 Ew
- Zerbst/Anhalt*	14.954 Ew
- Zörbig*	10.057 Ew

Region Leipzig (Einwohner zum 31.12.2008)

- Borna	21.211 Ew
- Delitzsch	26.958 Ew
- Eilenburg	17.072 Ew
- Frohburg	11.073 Ew
- Grimma	19.106 Ew
- Leipzig	515.469 Ew
- Markkleeberg	24.020 Ew
- Markranstädt	15.153 Ew
- Oschatz	17.908 Ew
- Schkeuditz	14.364 Ew
- Taucha	14.364 Ew
- Torgau	17.642 Ew
- Wurzen	16.996 Ew

Die befragten Unternehmen sollten jeden der insgesamt 28 Standortfaktoren an ihrem Standort (Stadt) sowohl hinsichtlich ihrer „Wichtigkeit“ für das Unternehmen als auch ihrer „Zufriedenheit“ bewerten. Dazu waren jeweils vier Antwortoptionen vorgegeben:

Antwortoptionen zur Wichtigkeit

- sehr wichtig
- wichtig
- eher unwichtig
- unwichtig

Antwortoptionen zur Zufriedenheit

- sehr zufrieden
- eher zufrieden
- eher unzufrieden
- völlig unzufrieden

Für die vergleichende Darstellung der Ergebnisse wurden den einzelnen Antwortmöglichkeiten bestimmte Werte zugeordnet:

Wertezuweisung zur Durchschnittsberechnung:

„Wichtigkeit“

- sehr wichtig = 4
- wichtig = 3
- eher unwichtig = 2
- unwichtig = 1

„Zufriedenheit“

- sehr zufrieden = 4
- eher zufrieden = 3
- eher unzufrieden = 2
- völlig unzufrieden = 1

Sowohl für die „Wichtigkeit“ als auch die „Zufriedenheit“ wurde für jeden einzelnen Standortfaktor der jeweilige Durchschnittswert errechnet, der ebenfalls zwischen 1 und 4 liegen muss. Je höher der ermittelte Durchschnittswert, desto „wichtiger“ bzw. „zufriedener“ wird der entsprechende Standortfaktor durch die Unternehmen eingeschätzt. Bei einer ausgeglichenen Bewertung liegt der Durchschnittswert bei 2,5. Standortfaktoren mit einer Bewertung unter 2,5 werden demzufolge als "eher unwichtig" bzw. „eher unzufrieden“, Standortfaktoren, die über dieser Marke liegen als "wichtig" bzw. „eher zufrieden“ beurteilt.

Diese Berechnungen wurden sowohl für Mitteldeutschland insgesamt, die Regionen Halle und Leipzig sowie für jede der untersuchten Städte durchgeführt.

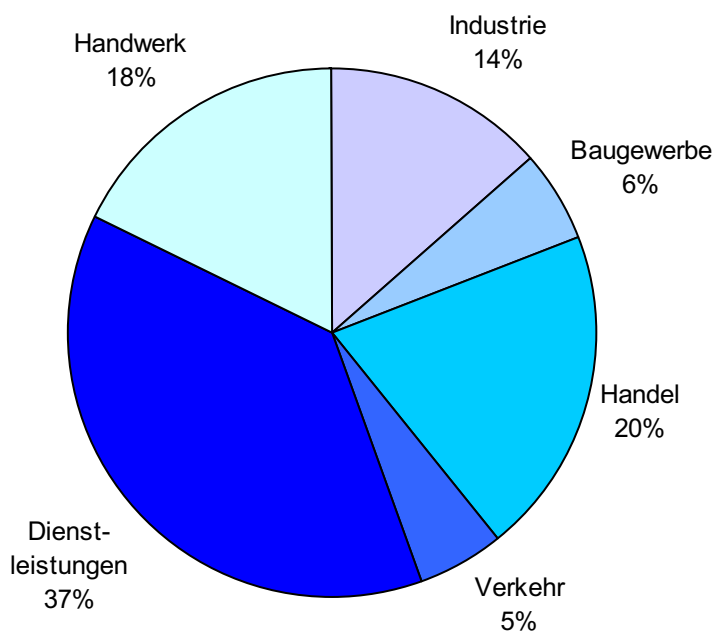
* - für die gekennzeichneten Städte konnte aufgrund zu geringer Unternehmensantworten keine separate Auswertung erfolgen

3. Ergebnisse der Unternehmensbefragung

Insgesamt haben sich 1.663 Unternehmen aller Wirtschaftsbereiche an der Umfrage beteiligt, darunter aus der Region Halle 686 und der Region Leipzig 977 Firmen.

Eine gesonderte Auswertung für die einzelnen Gemeinden/Städte wurde dabei erst ab einer Mindestzahl von 25 Unternehmensantworten vorgenommen.

Struktur der Unternehmensantworten nach Wirtschaftsbereichen



Die Struktur der Unternehmensantworten stützt die Repräsentativität der Umfrage. Dabei ist zu beachten, dass die Handwerksunternehmen hinsichtlich ihres Tätigkeitsschwerpunktes zu etwa der Hälfte dem verarbeitenden Gewerbe (Industrie) und zu einem Drittel dem Baugewerbe zuzuordnen sind. Die restlichen Handwerksfirmen bieten hauptsächlich Dienstleistungen an. Unter dieser Berücksichtigung würden sich der Anteil der Antworten in der Industrie auf ca. 23 %, im Baugewerbe auf ca. 12 % und im Dienstleistungsgewerbe auf etwa 40 % erhöhen.

Der Vergleich zur Struktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten* in Mitteldeutschland zeigt, dass trotz der Mehrheit der Unternehmensantworten das Dienstleistungsgewerbe gegenüber allen anderen Wirtschaftsbereichen immer noch leicht unterrepräsentiert ist.

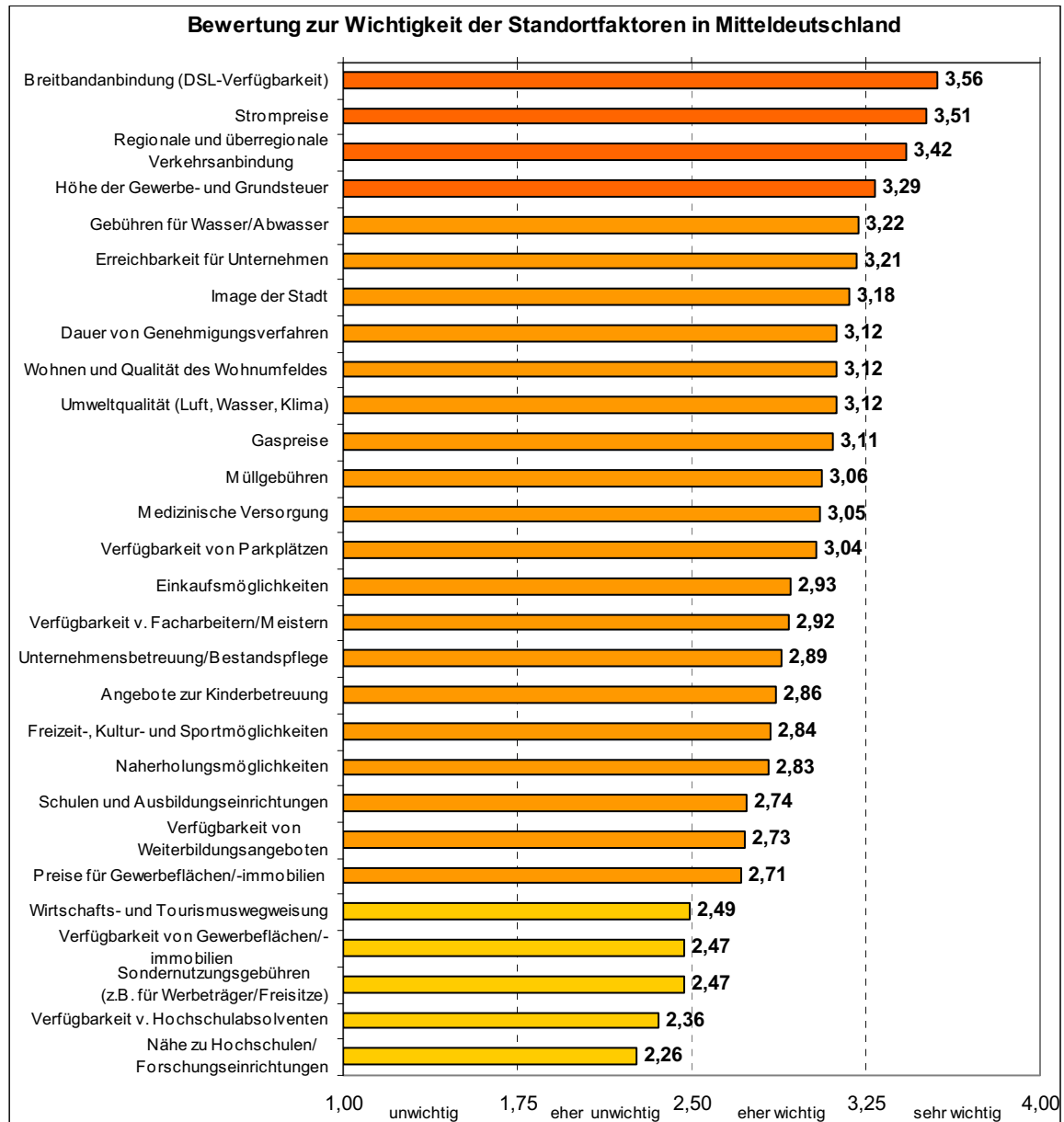
Struktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten* in Mitteldeutschland

Industrie	19 %
Baugewerbe	8 %
Handel/Verkehr/Gastgewerbe	22 %
Dienstleistungsgewerbe	49 %
Sonstige	2 %

* - Quelle: Statistische Landesämter Sachsen und Sachsen-Anhalt

3.1. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren

Im Hinblick auf die Beurteilung der Standortfaktoren nach ihrer Wichtigkeit zeigt die Umfrage für Mitteldeutschland insgesamt, dass kein Faktor als „unwichtig“ erachtet wird (Durchschnittswert unter 1,75), jedoch vier als „sehr wichtig“ (Durchschnittswert über 3,25). Von den restlichen 24 Faktoren wird der Großteil (19) als „wichtig“ eingeschätzt und nur fünf als „eher unwichtig“.





Für alle Unternehmen am wichtigsten ist die „Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)“. Als weitere für die Firmen bedeutende Standortfaktoren folgen mit der Bewertung „sehr wichtig“ auf den Plätzen 2 bis 4: die „Höhe der Strompreise“, die „regionale sowie überregionale Verkehrsanbindung“ und die „Höhe der Gewerbe- und Grundsteuern“. Ebenfalls zu den „eher wichtigen“ Standortfaktoren zählen die „Wasser- und Abwassergebühren“, die „Erreichbarkeit der Verwaltung“ und das „Image der Stadt“.

Für die Mehrheit der Unternehmen werden dagegen die „Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen“, die „Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen“, die Kosten durch „Sondernutzungsgebühren“, die „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen bzw. -immobilien“ und die „Wirtschafts- und Tourismuswegweisung“ als weniger wichtig eingeschätzt.

3.1.1. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen

Bei der Einschätzung der Standortfaktoren bezüglich der Wichtigkeit durch die einzelnen Wirtschaftsbereiche sind vom Gesamtergebnis aller Unternehmen kaum größere Abweichungen festzustellen.

Standortfaktoren	Gesamtwirtschaft	Industrie	Baugewerbe	Handel	Verkehr	Dienstleistungen	Handwerk
Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)	3,56	3,65	3,58	3,48	3,39	3,63	3,49
Strompreise	3,51	3,59	3,31	3,58	3,33	3,42	3,66
Regionale und überregionale Verkehrsanbindung	3,42	3,45	3,33	3,46	3,45	3,37	3,50
Höhe der Gewerbe-/Grundsteuer	3,29	3,22	3,30	3,36	3,15	3,27	3,35
Gebühren für Wasser/Abwasser	3,22	3,25	3,02	3,25	3,09	3,16	3,40
Erreichbarkeit für Unternehmen	3,21	3,07	3,36	3,14	3,10	3,23	3,33
Image der Stadt	3,18	2,94	3,07	3,21	2,95	3,26	3,28
Dauer von Genehmigungsverfahren	3,12	3,10	3,27	3,04	3,17	3,09	3,21
Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes	3,12	2,97	2,82	3,12	2,80	3,19	3,29
Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)	3,12	3,01	3,04	3,01	2,82	3,18	3,31
Gaspreise	3,11	3,18	2,90	3,12	2,93	3,05	3,28
Müllgebühren	3,06	2,90	2,93	3,08	2,91	3,04	3,29
Medizinische Versorgung	3,05	2,99	2,90	2,95	2,85	3,07	3,28
Verfügbarkeit von Parkplätzen	3,04	2,35	2,84	3,19	2,65	3,18	3,27
Einkaufsmöglichkeiten	2,93	2,69	2,77	3,01	2,65	2,97	3,09
Verfügbarkeit von Facharbeitern/ Meistern	2,92	3,20	3,15	2,77	2,77	2,77	3,19
Unternehmensbetreuung/ Bestandspflege	2,89	2,77	2,90	2,83	2,74	2,94	2,95
Angebote zur Kinderbetreuung	2,86	2,81	2,77	2,80	2,60	2,92	2,90
Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten	2,84	2,67	2,70	2,76	2,64	2,95	2,93
Naherholungsmöglichkeiten	2,83	2,71	2,69	2,76	2,61	2,92	2,93
Schulen und Ausbildungseinrichtungen	2,74	2,74	2,75	2,70	2,45	2,74	2,87
Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten	2,73	2,73	2,81	2,56	2,47	2,74	2,92
Preise für Gewerbeflächen/-immobilien	2,71	2,57	2,59	2,82	2,56	2,68	2,85
Wirtschafts- und Tourismuswegweisung	2,49	2,24	2,27	2,60	2,54	2,53	2,51
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	2,47	2,40	2,56	2,50	2,39	2,43	2,59
Sondernutzungsgebühren	2,47	1,89	2,42	2,66	2,32	2,53	2,59
Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen	2,36	2,75	2,47	2,20	2,02	2,49	1,99
Nähe zu Hochschulen/ Forschungseinrichtungen	2,26	2,53	2,17	2,06	2,02	2,40	2,07

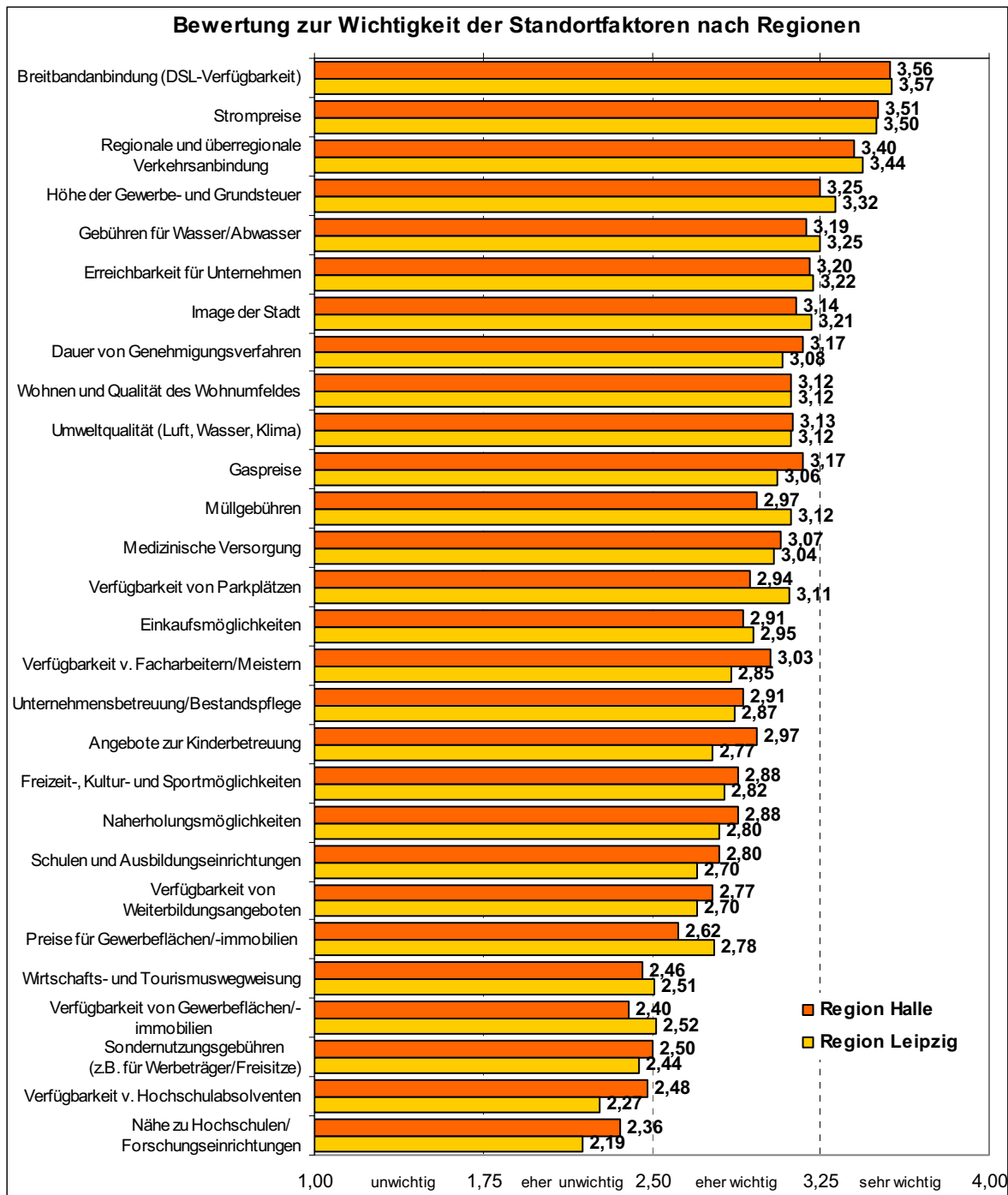
-  - die 5 wichtigsten Standortfaktoren
 - die 5 unwichtigsten Standortfaktoren

Bezüglich der wichtigsten Standortfaktoren spielt der Faktor „Wasser-/Abwassergebühren“ für die Unternehmen im Bau-, Verkehrs- und Dienstleistungsgewerbe nicht so eine entscheidende Rolle. Dieser Faktor wird im Baugewerbe durch die „Erreichbarkeit der Verwaltung“, im Verkehrsgewerbe durch die „Dauer von Genehmigungsverfahren“ und im Dienstleistungsgewerbe durch das „Image der Stadt“ ersetzt.

Im Gegensatz zur Gesamteinschätzung zählen im Industriebereich der Faktor „Verfügbarkeit von Parkplätzen“, im Handel der Faktor „Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten“ und im Verkehrsgewerbe der Faktor „Schulen und Ausbildungseinrichtungen“ jeweils zu den fünf unwichtigsten Standortfaktoren.

3.1.2. Die Wichtigkeit der Standortfaktoren nach Regionen

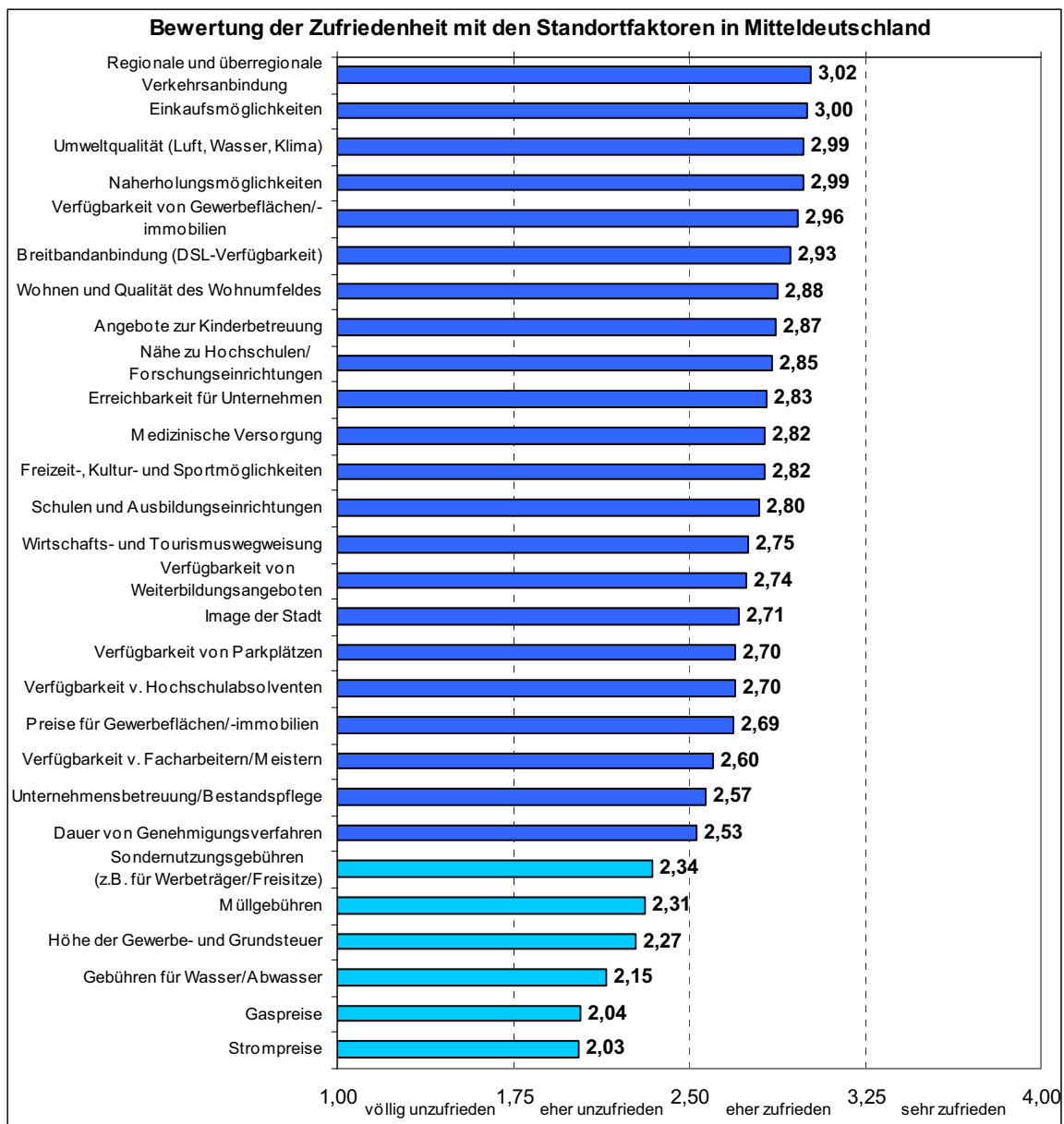
Die Beurteilung der Wichtigkeit der Standortfaktoren nach Regionen zeigt nur geringfügige Unterschiede. In der Region Leipzig ist die Reihenfolge der fünf wichtigsten Standortfaktoren mit dem mitteldeutschen Gesamtergebnis identisch. In der Region Halle steht die „Erreichbarkeit der Stadtverwaltung“ noch vor den „Gebühren für Wasser/Abwasser“ auf Rang 5.



Die Unternehmen in der Region Halle bewerten beispielsweise die Bedeutung der „Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen“ sowie die „Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen“ als auch das „Angebot zur Kinderbetreuung“ und die „Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern“ geringfügig höher als die Unternehmen der Region Leipzig. Dagegen spielen für die Firmen in der Region Leipzig die Faktoren „Verfügbarkeit von Parkplätzen“, „Preise von Gewerbeflächen/-immobilien“ und „Müllgebühren“ eine etwas wichtigere Rolle.

3.2. Die Zufriedenheit der Unternehmen in Mitteldeutschland mit den Standortfaktoren

Im Ergebnis der Zufriedenheits-Einschätzung aller an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen in Mitteldeutschland zeigt sich, dass im Durchschnitt kein Standortfaktor mit „sehr zufrieden“ oder mit „völlig unzufrieden“ beurteilt wurde. Mit dem Großteil (22 Faktoren) sind die Firmen „eher zufrieden“ und nur mit 6 „eher unzufrieden“.





Mit der „regionalen und überregionalen Verkehrsanbindung“ sind die Unternehmen Mitteldeutschlands am zufriedensten, ein Resultat der bereits getätigten und weiterhin geplanten umfangreichen Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur der Region. Es folgen mit den „Einkaufsmöglichkeiten“, der „Umweltqualität“ und den „Naherholungsmöglichkeiten“ drei der so genannten „weichen“ Standortfaktoren. Auf einem guten sechsten Rang folgt dann der nach Einschätzung der Unternehmen wichtigste Standortfaktor: die „Breitbandanbindung“. Die gute Beurteilung darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass innerhalb der untersuchten Orte durchaus noch Gebiete mit einer unbefriedigenden Internetanbindung anzutreffen sind.

Die schlechtesten Bewertungen haben erwartungsgemäß die Standortfaktoren erhalten, die über Steuern, Gebühren und Abgaben die Unternehmen direkt finanziell belasten und damit von einer vergleichsweise hohen Wichtigkeit für die Firmen sind. Diese werden allesamt und zum Teil mit deutlichem Abstand als „eher unzufrieden“ eingeschätzt. Dies trifft insbesondere auf die Höhe der regionalen Strom- und Gaspreise zu.

3.2.1. Die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen

Analog dem Branchenvergleich zur „Wichtigkeit“ unterscheiden sich auch die Einschätzungen der einzelnen Wirtschaftsbereiche bezüglich der „Zufriedenheit“ nur geringfügig.

Standortfaktoren	Gesamtwirtschaft	Industrie	Baugewerbe	Handel	Verkehr	Dienstleistungen	Handwerk
Regionale und überregionale Verkehrsanbindung	3,02	3,13	3,07	2,99	2,94	3,00	3,02
Einkaufsmöglichkeiten	3,00	2,95	2,90	2,99	2,94	3,03	3,05
Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)	2,99	3,01	2,93	3,02	2,95	2,99	2,97
Naherholungsmöglichkeiten	2,99	2,98	2,95	2,97	3,03	2,97	3,05
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	2,96	2,98	2,87	2,93	3,00	2,97	2,98
Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)	2,93	2,97	2,77	2,84	2,96	2,99	2,89
Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes	2,88	2,83	2,87	2,89	2,87	2,88	2,90
Angebote zur Kinderbetreuung	2,87	2,88	2,71	2,89	2,82	2,89	2,87
Nähe zu Hochschulen/ Forschungseinrichtungen	2,85	2,89	2,75	2,80	2,79	2,88	2,86
Erreichbarkeit für Unternehmen	2,83	2,86	2,74	2,83	2,95	2,82	2,84
Medizinische Versorgung	2,82	2,77	2,90	2,83	2,80	2,80	2,86
Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten	2,82	2,80	2,82	2,80	2,78	2,81	2,88
Schulen und Ausbildungseinrichtungen	2,80	2,79	2,88	2,79	2,88	2,82	2,77
Wirtschafts- und Tourismuswegweisung	2,75	2,85	2,85	2,71	2,84	2,74	2,70
Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten	2,74	2,76	2,73	2,75	2,71	2,74	2,74
Image der Stadt	2,71	2,64	2,77	2,77	2,72	2,65	2,81
Verfügbarkeit von Parkplätzen	2,70	2,86	2,60	2,72	2,81	2,63	2,70
Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen	2,70	2,61	2,65	2,76	2,70	2,72	2,71
Preise für Gewerbeflächen/-immobilien	2,69	2,80	2,54	2,64	2,73	2,73	2,61
Verfügbarkeit von Facharbeitern/ Meistern	2,60	2,64	2,66	2,67	2,61	2,60	2,50
Unternehmensbetreuung/ Bestandspflege	2,57	2,68	2,41	2,57	2,62	2,55	2,55
Dauer v. Genehmigungsverfahren	2,53	2,63	2,37	2,58	2,45	2,54	2,46
Sondernutzungsgebühren	2,34	2,60	2,28	2,30	2,45	2,31	2,27
Müllgebühren	2,31	2,37	2,50	2,34	2,33	2,28	2,21
Höhe der Gewerbe-/Grundsteuer	2,27	2,25	2,28	2,30	2,35	2,24	2,25
Gebühren für Wasser/Abwasser	2,15	2,15	2,35	2,19	2,09	2,17	2,01
Gaspreise	2,04	2,02	2,33	1,97	2,17	2,08	1,90
Strompreise	2,03	2,03	2,24	1,97	2,13	2,08	1,93

-  - die 5 Standortfaktoren mit der höchsten Zufriedenheitsbewertung
 - die 5 Standortfaktoren mit der niedrigsten Zufriedenheitsbewertung

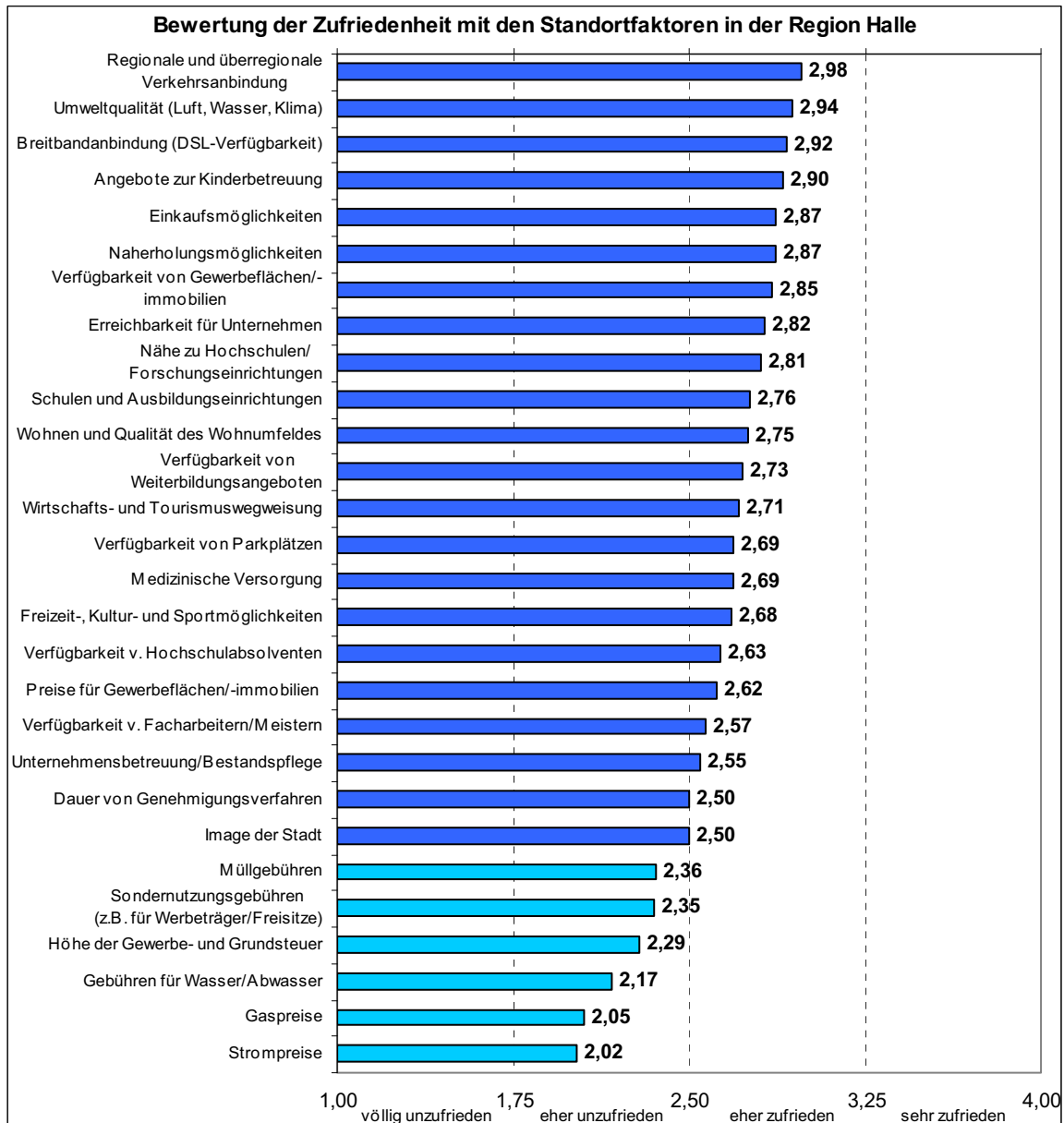
Im Unterschied zum mitteldeutschen Gesamtergebnis gehört die „Breitbandanbindung“ in der Industrie als auch im Verkehrs- und Dienstleistungsgewerbe zu den fünf Standortfaktoren mit den besten Zufriedenheitswerten. Darüber hinaus zählt im Verkehrsgewerbe die „Erreichbarkeit der Verwaltung“ und im Baugewerbe die „medizinische Versorgung“ zu dieser Gruppe. Auffällig ist, dass das Verkehrsgewerbe den aus ihrer Sicht wichtigsten Standortfaktor, die „regionale und überregionale Verkehrsanbindung“, von allen Wirtschaftsbereichen am kritischsten einschätzt. Mit einem Durchschnittswert von 2,94 Punkten liegt er aber dennoch im Vorderfeld.

Bezüglich der fünf Standortfaktoren mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten sind die einzelnen Wirtschaftsbereiche weitestgehend einer Meinung. Einzig das Baugewerbe und der Handel beurteilt die Höhe der Sondernutzungsgebühren etwas kritischer als die der Müllgebühren.

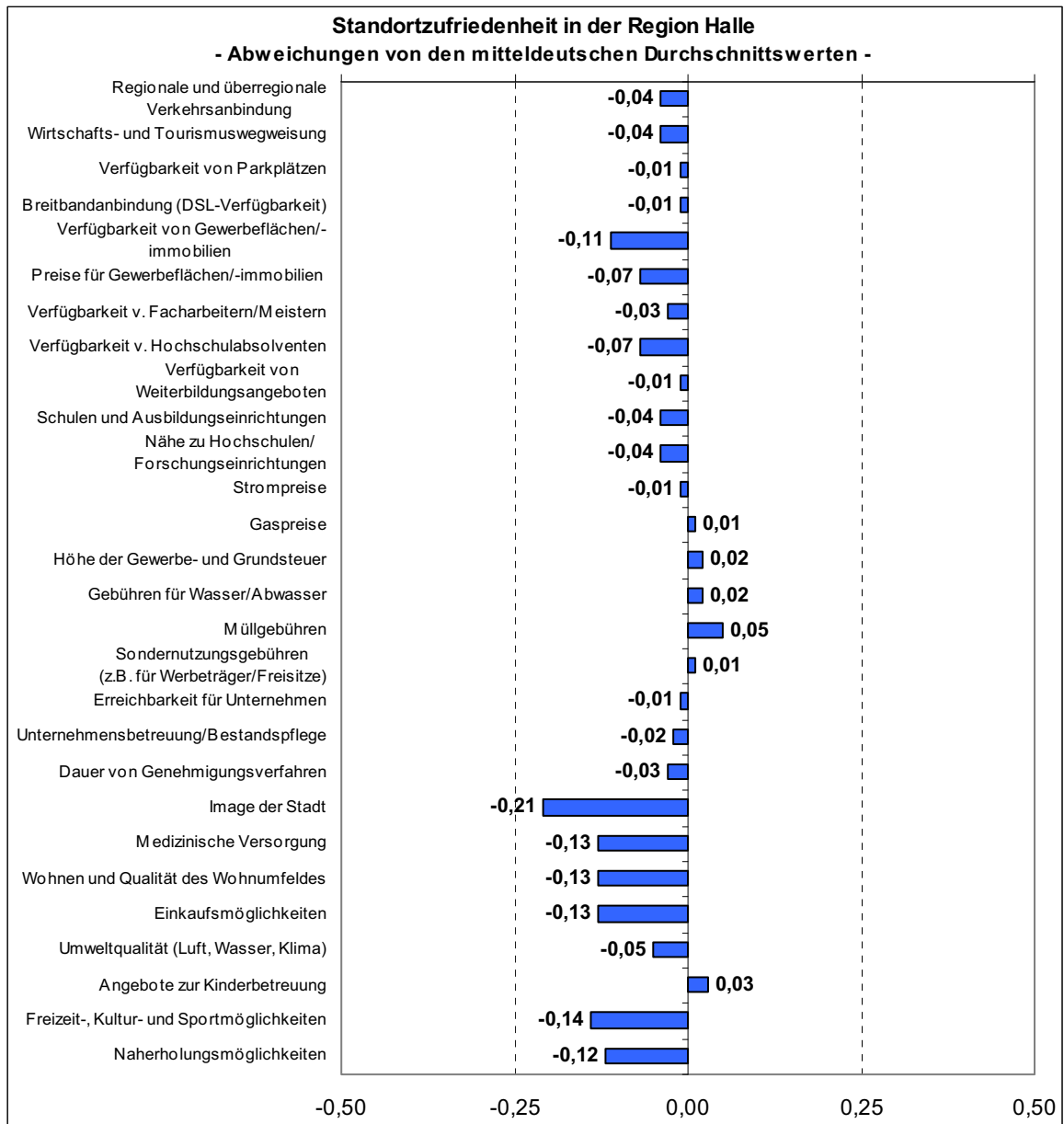
3.2.2. Die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Regionen

Region Halle

Neben der detaillierten Auswertung der Zufriedenheit in Mitteldeutschland ist es für die viele der untersuchten Gemeinden auch möglich, spezifische regionale Daten auszuwerten. Nach einer differenzierten Betrachtung der Regionen Halle folgen die Auswertungen für die Gemeinden in der Region Halle soweit eine ausreichende Anzahl von Antworten vorliegt.



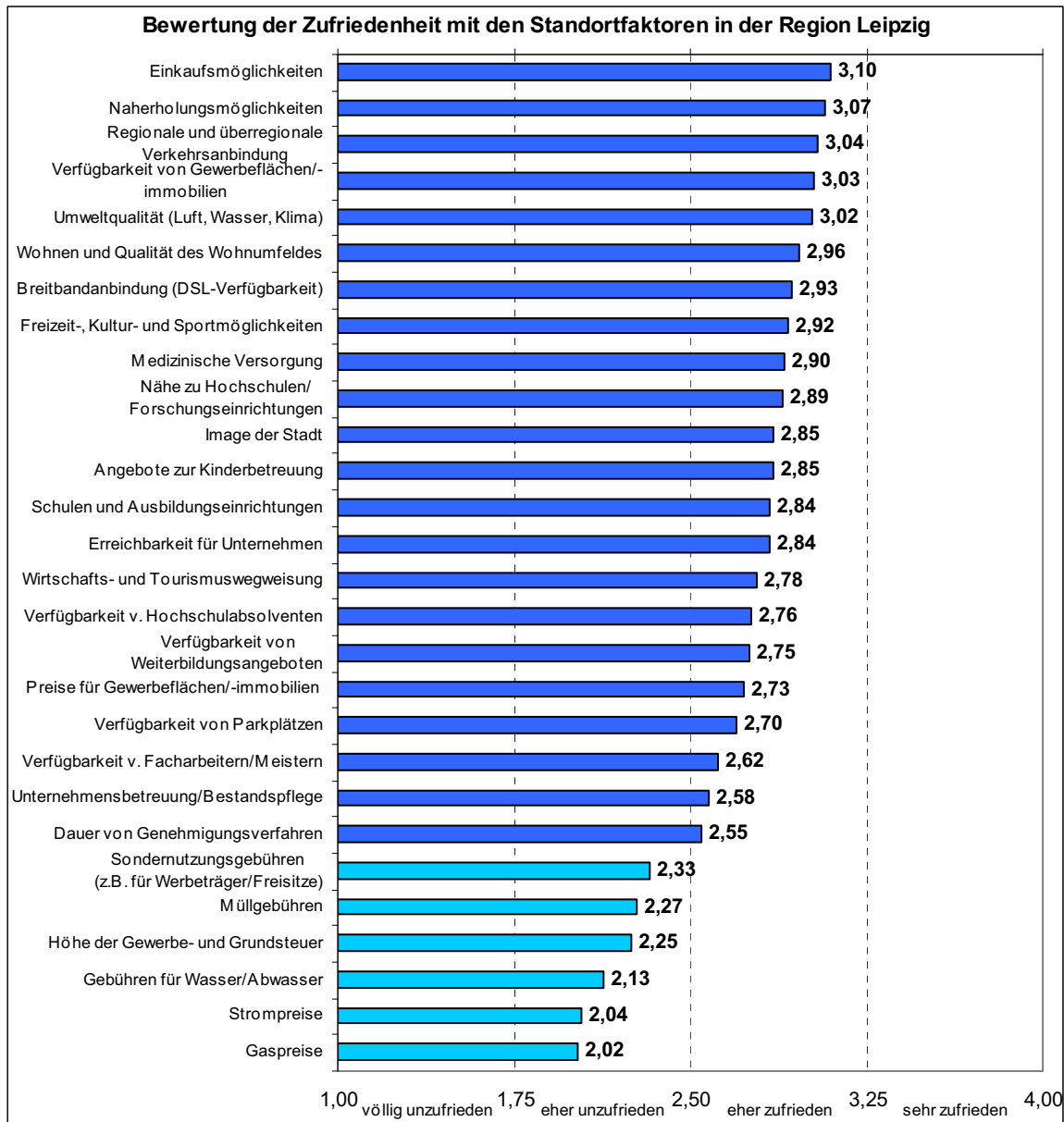
Die Unternehmen der Region Halle sind mit den Standortfaktoren „regionale und überregionale Verkehrsanbindung“, „Umweltqualität“, „Breitbandanbindung“, „Angebote zur Kinderbetreuung“ und den „Einkaufsmöglichkeiten“ am zufriedensten. Dies entspricht den Bewertungen in Mitteldeutschland insgesamt, die Höhe der Bewertung liegt in der Region Halle allerdings etwas niedriger. Am unzufriedensten sind die Unternehmen mit den Gebühren für Wasser und Abwasser sowie den Gas- und Strompreisen. Dies entspricht ebenfalls dem übergeordneten Bild in Mitteldeutschland. Auffällig ist für die Region Halle die Bewertung der Standortfaktoren „Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes“ (2,75), „Medizinische Versorgung“ (2,69), „Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten“ (2,68) und „Image der Stadt“ (2,50). Hier fallen die Bewertungen schlechter aus als im mitteldeutschen Durchschnitt.



Region Leipzig

Die Unternehmen in der Region Leipzig sind mit den Standortfaktoren „Einkaufsmöglichkeiten“, „Verkehrsanbindung“, „Umweltqualität“, „Naherholung“ und „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen“ am zufriedensten. Dieses Resultat ist mit dem Ergebnis für Mitteldeutschland insgesamt identisch, nur die Reihenfolge variiert leicht.

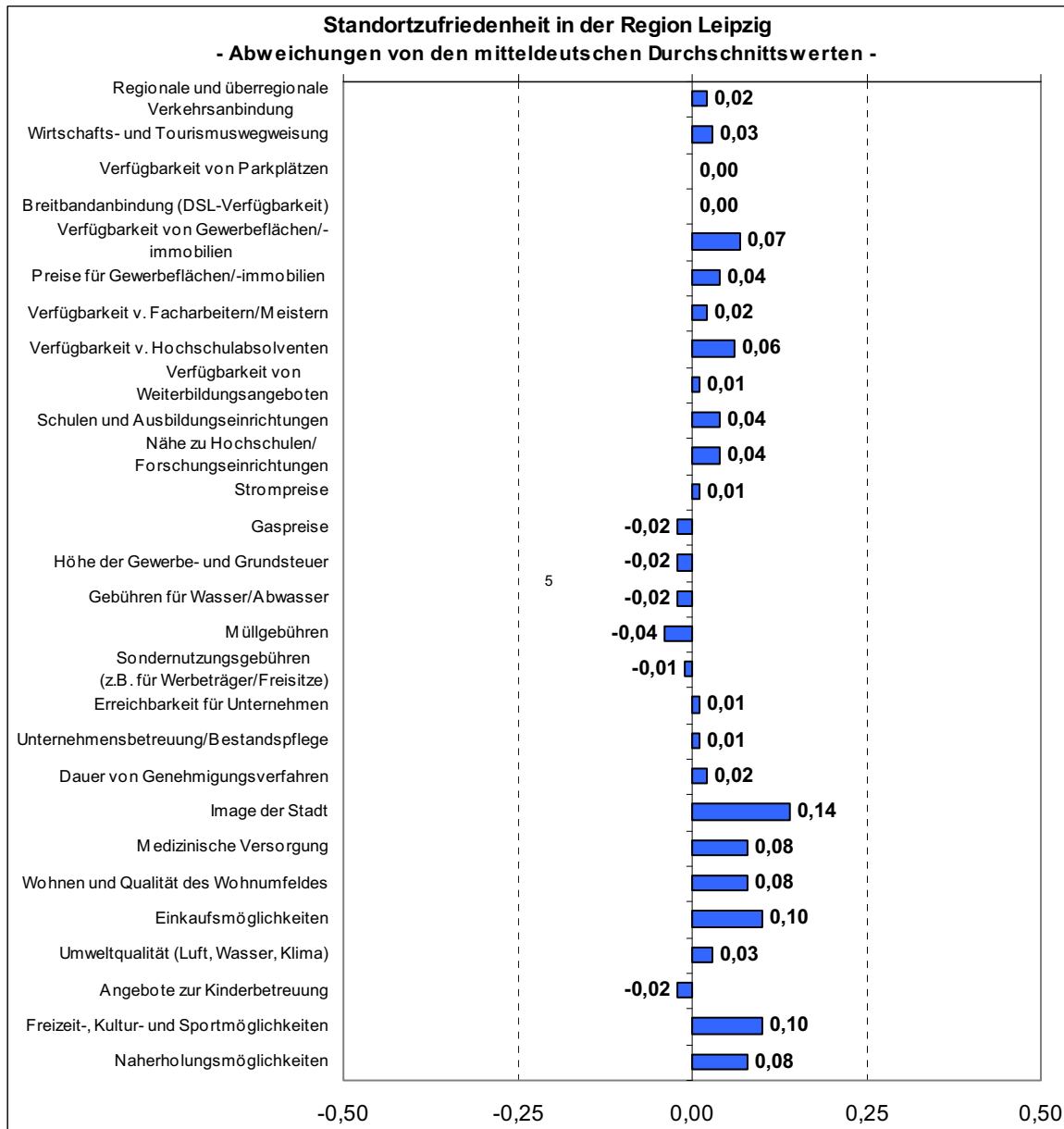
Am Ende des Ranking finden sich ebenfalls alle gebühren-, steuern- und abgabenbezogenen Standortfaktoren in gleicher Reihenfolge wieder.



Bezüglich der Reihenfolge der einzelnen Standortfaktoren sind die Unterschiede zwischen der Region Leipzig und Mitteldeutschland insgesamt nur gering. So sind in der Region Leipzig die Standortfaktoren „Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten“ sowie „Image der Stadt“ in der Rangfolge etwas besser positioniert als in Mitteldeutschland. Dagegen liegen die Faktoren „Angebote zur Kinderbetreuung“ und „Erreichbarkeit der Verwaltung für Unternehmen“ im Ranking etwas niedriger, auch wenn die berechneten Mittelwerte kaum voneinander abweichen.

Es ist auch insgesamt festzustellen, dass nur 6 Standortfaktoren eine schlechtere Zufriedenheitsbewertung erzielten als die einzelnen Faktoren im mitteldeutschen Durchschnitt. Diese negativen Abweichungen fielen darüber hinaus äußerst minimal aus. Am höchsten ist diese mit -0,04 bei den Müllgebühren.

Im Gegensatz dazu ist bei 20 Standortfaktoren eine positive Abweichung zu den mitteldeutschen Zufriedenheitswerten festzustellen. Auch diese ist in den meisten Fällen nur gering. Die höchste Abweichung mit +0,14 erzielte noch der Standortfaktor „Image der Stadt“, gefolgt von den Faktoren „Einkaufsmöglichkeiten“ und „Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten“ mit jeweils +0,10.



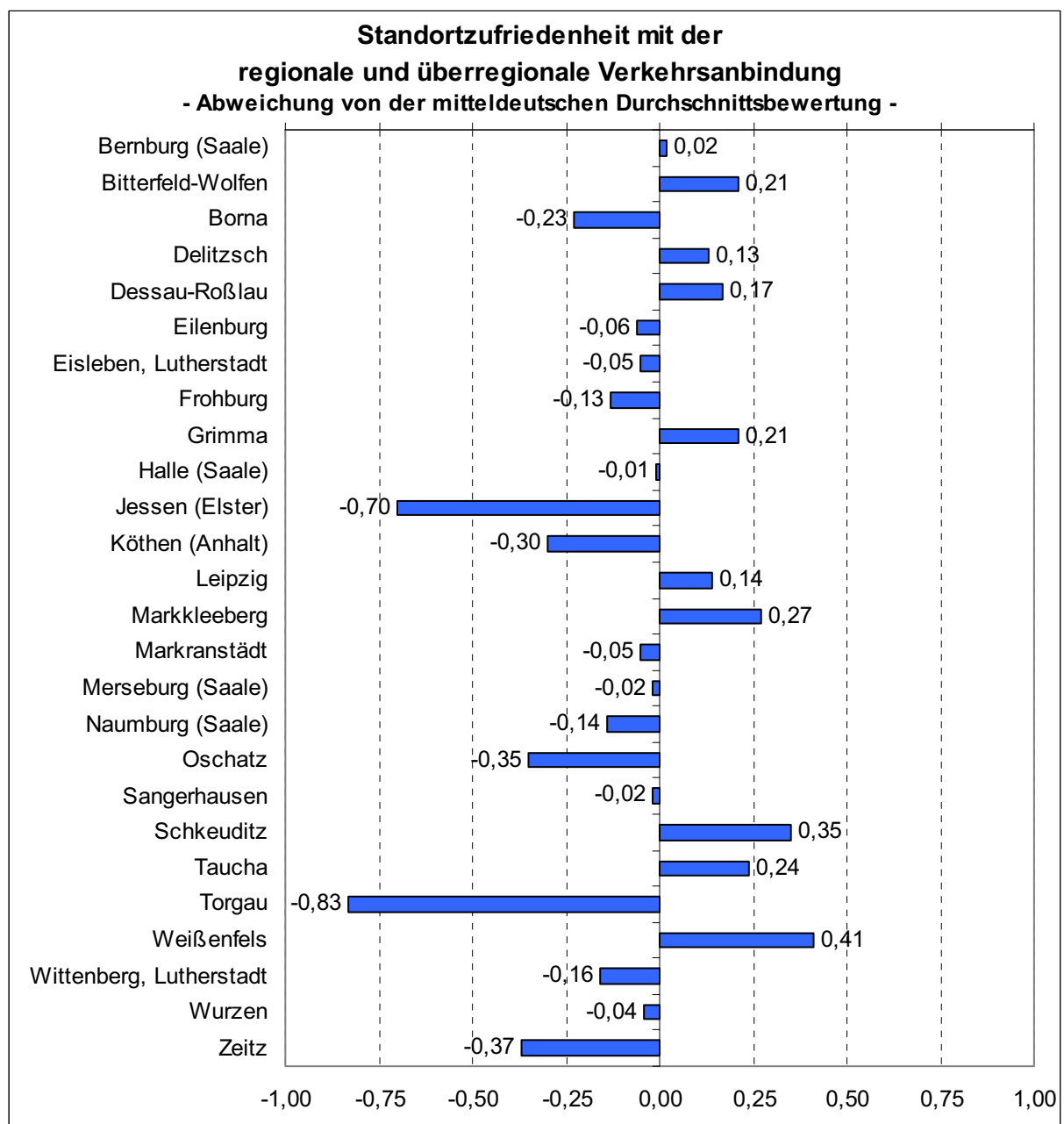
4. Die lokale Bewertung der einzelnen Standortfaktoren

4.1. Verkehrsinfrastruktur

4.1.1. Regionale und überregionale Verkehrsanbindung (Erreichbarkeit)

Die regionale und überregionale Verkehrsanbindung ist für die Unternehmen in Mitteldeutschland von großer Wichtigkeit. Mit einer Bewertung von 3,42 steht sie bezüglich der Wichtigkeit an dritter Stelle aller befragten Standortfaktoren. Dieses Ergebnis bestätigt den hohen Stellenwert einer guten infrastrukturellen Anbindung für die Wirtschaft.

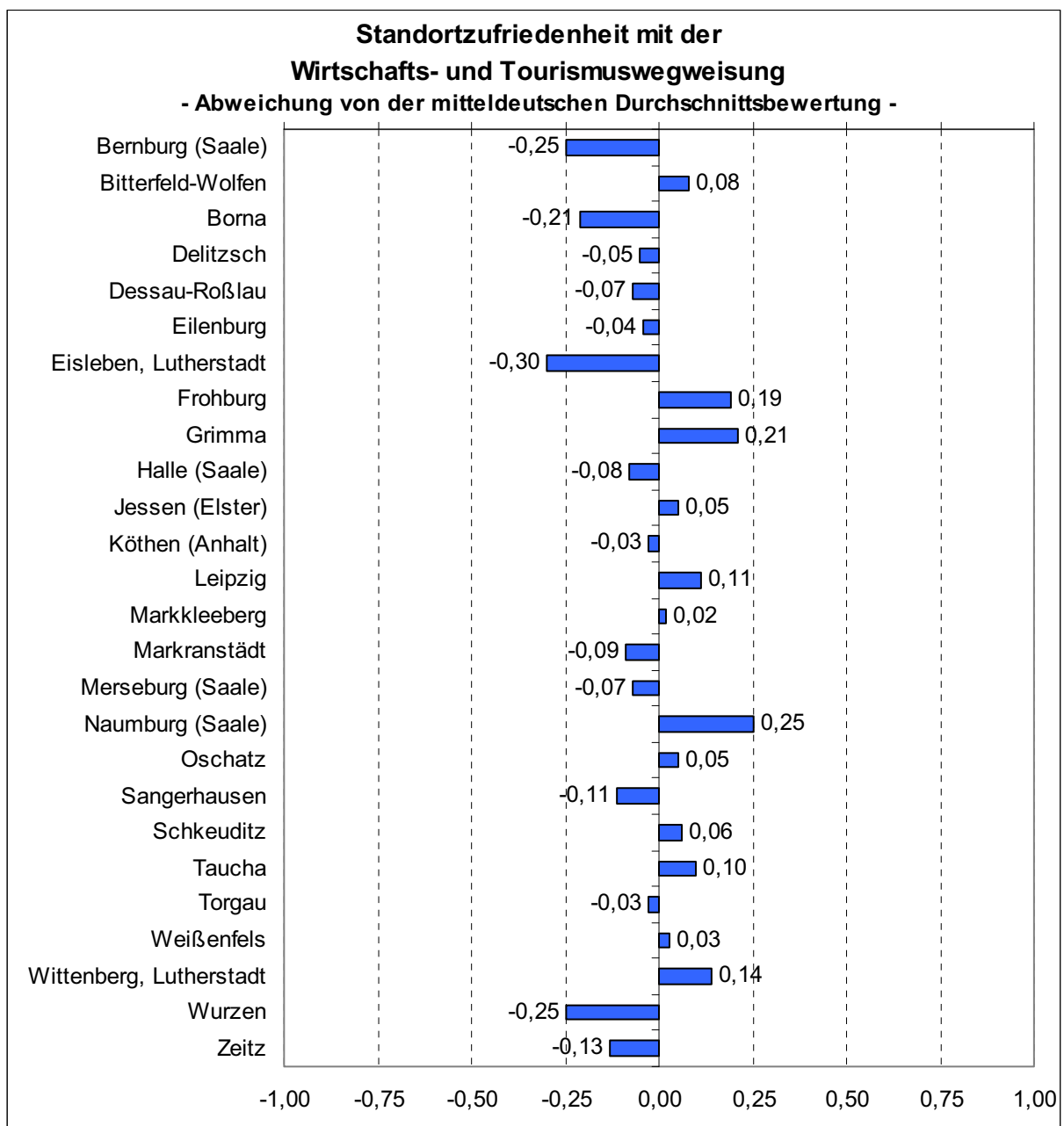
Die verkehrliche Anbindung Mitteldeutschlands kann grundsätzlich als gut bezeichnet werden, sind doch die Unternehmen mit diesem Standortfaktor insgesamt am zufriedensten. Insbesondere die Nähe zu den Autobahnen scheint für eine gute Beurteilung maßgeblich zu sein. Somit erhielten Weißenfels, Schkeuditz und Markkleeberg die besten Bewertungen. Dagegen bestehen in Teilregionen nach wie vor große Defizite. Vor allem in den östlichen bzw. nordöstlichen Gebieten Mitteldeutschlands mit den Städten Torgau, Jessen und Oschatz sind die Unternehmen unzufrieden. Auch in Zeitz und Köthen sind die Firmenbeurteilungen schwächer.



4.1.2. Wirtschafts- und Tourismuswegweisung

Vor allem für Städte mit einer nennenswerten Zahl von Tages-, Wochenend- oder Kurtouristen ist die Tourismuswegweisung von besonderer Bedeutung. Hinweise auf Unternehmen am Ort oder eine gute Ausschilderung von Gewerbe- und Industriegebieten ist dagegen in jeder Stadt wichtig. Insgesamt wird der Standortfaktor als „eher unwichtig“ eingeschätzt und findet sich demnach auch im unteren Viertel der Wichtigkeitsskala wieder.

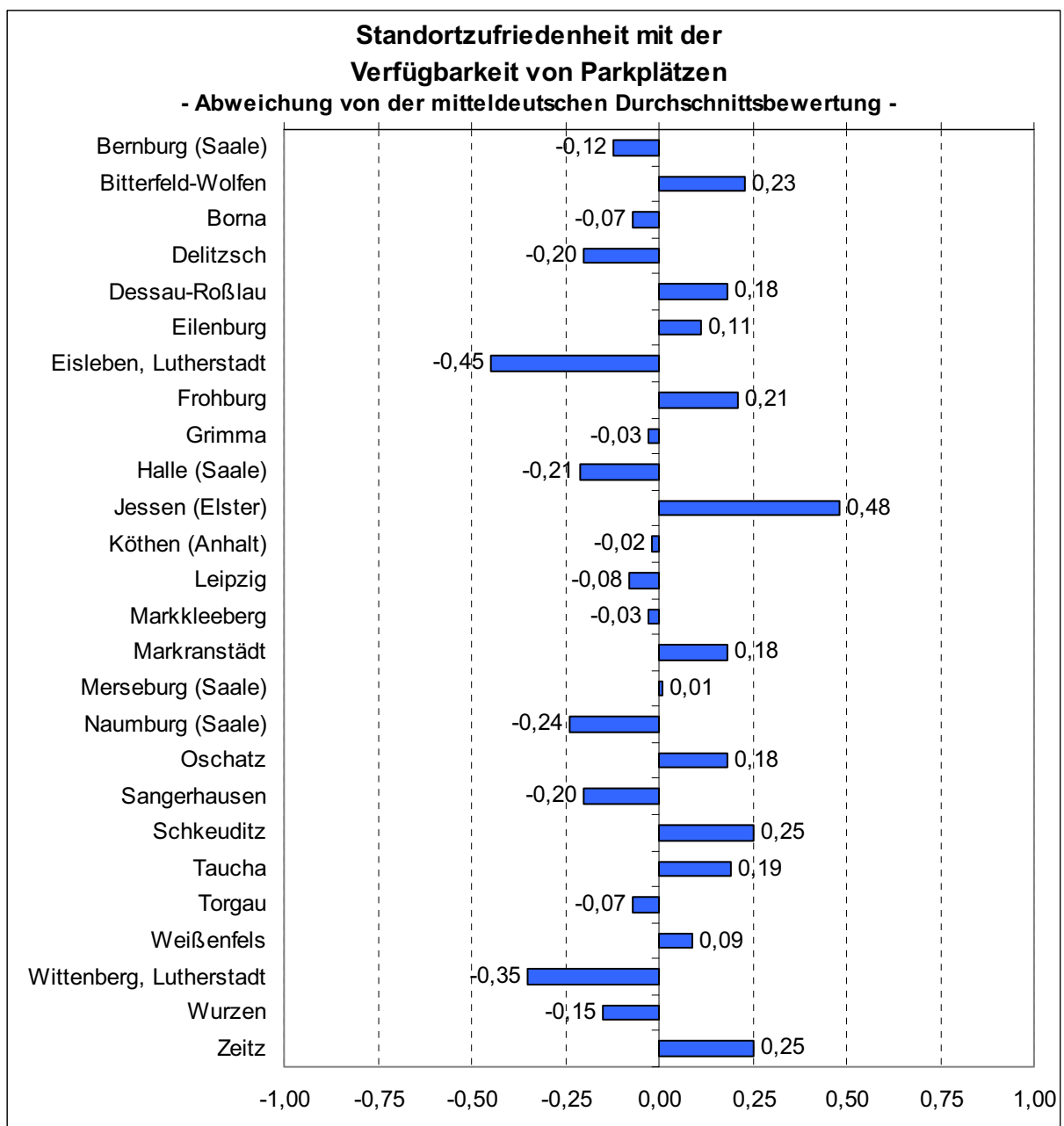
Mit der Wirtschafts- und Tourismuswegweisung sind die meisten Unternehmen „eher zufrieden“. Mit einer Zufriedenheitsbewertung von 2,75 liegt der Standortfaktor insgesamt auf Platz 14. Zwischen den einzelnen Städten sind dabei nur geringe Abweichungen vom mitteldeutschen Durchschnittswert zu erkennen. Leicht positiver wird dieser Standortfaktor in Naumburg und Grimma eingeschätzt, auffällig schwächer in Eisleben, Wurzen und Bernburg eingeschätzt.



4.1.3. Verfügbarkeit von Parkplätzen

Das Standortmerkmal „Verfügbarkeit von Parkplätzen“ ist vor allem für Unternehmen in Innenstadtlagen relevant. Aufgrund der hohen Kundenfrequenz kann hier die Nachfrage das Angebot an Parkplätzen schnell übersteigen. Auch klagen Unternehmen in Innenstadtlage häufig über zu wenige oder zu teure Parkplätze. Bezüglich der Wichtigkeit liegt dieser Standortfaktor mit einem Wert von 3,04 auf Rang 14.

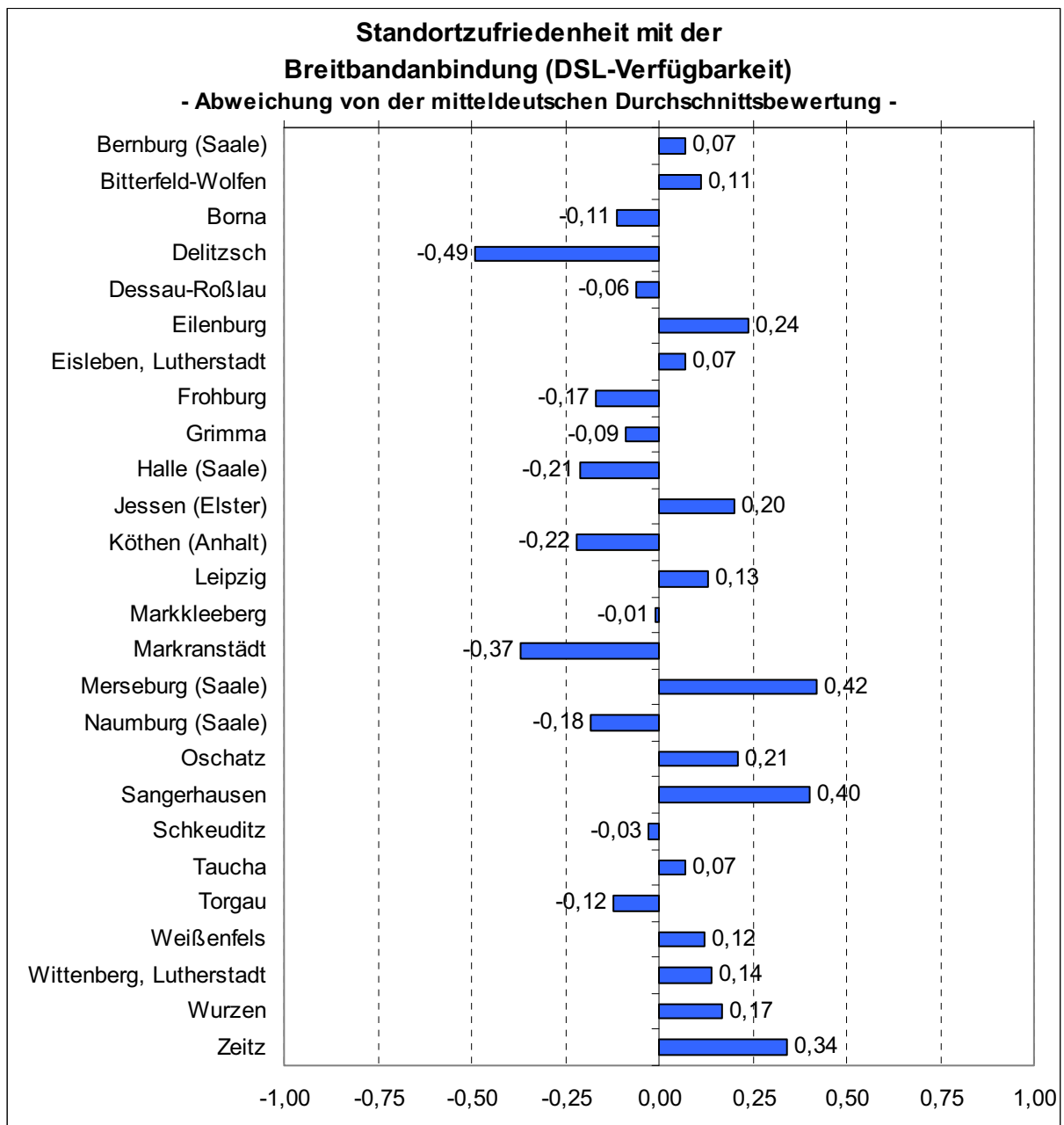
Im Allgemeinen sind die Unternehmen in den Städten Mitteldeutschlands mit der „Verfügbarkeit von Parkplätzen“ „eher zufrieden“. Mit einem Durchschnittswert von 2,70 liegt der Standortfaktor auf Rang 17 des Zufriedenheitsrankings. Besonders positiv weicht davon das Ergebnis für die Stadt Jessen ab. Dagegen schätzen die Unternehmen die Parkplatzsituation in Wittenberg und Eisleben deutlich ungünstiger ein.



4.2. Technische Infrastruktur: Breitbandanbindung (DSL-Verfügbarkeit)

Breitband-Verbindungen und gute IT-Strukturen stellen heute für alle Wirtschaftssektoren eine absolute Notwendigkeit dar. Eine leistungsfähige Anbindung an das Datennetz ist mittlerweile für viele Unternehmen ein wichtiges Standortkriterium. Im Ergebnis der Umfrage sprechen die Unternehmen einer leistungsstarken Breitband-Internetanbindung die größte Bedeutung unter allen Standortfaktoren zu und unterstreichen damit den erheblichen Stellenwert des Internets.

Insgesamt erhält die Breitbandanbindung in Mitteldeutschland von den befragten Firmen gute Noten. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,93 liegt dieser Faktor immerhin auf Rang 6. Dabei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass innerhalb der betrachteten Städte durchaus noch große Differenzen auftreten können. Überdurchschnittliche Zufriedenheitswerte erhielt der Faktor insbesondere in Merseburg, Sangerhausen und Zeitz. Größere Defizite zeigen die Unternehmensantworten dagegen für Delitzsch und Markranstädt an.

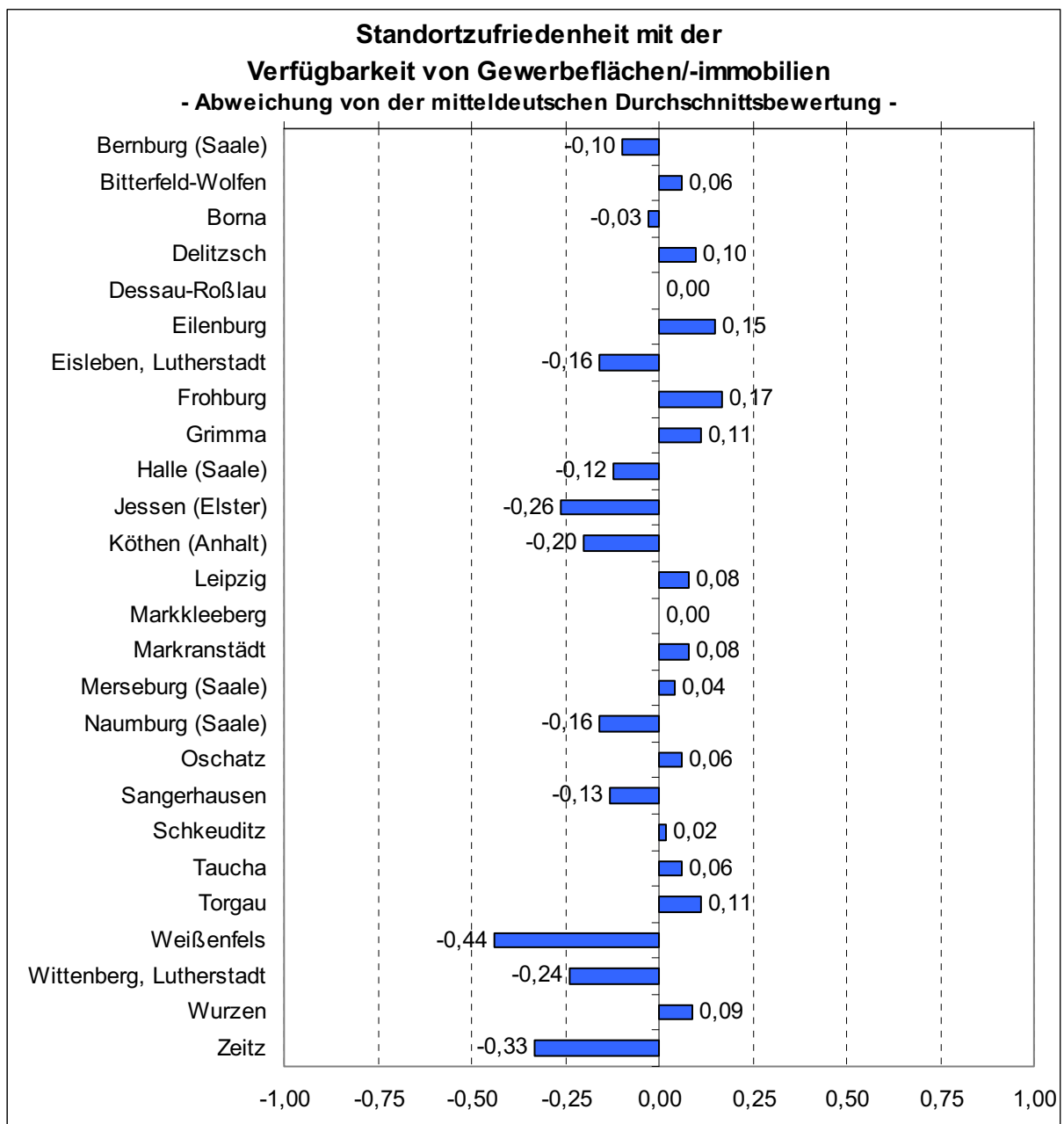


4.3. Gewerbeflächen und Gewerbeimmobilien

4.3.1. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien

Durch die Bereitstellung von Gewerbeflächen und -immobilien versuchen viele Gemeinden Einfluss auf die Ansiedlungsbereitschaft neuer Unternehmen bzw. auf Erweiterungsinvestitionen ansässiger Firmen zu nehmen. Beim Ranking der einzelnen Faktoren nach der Wichtigkeit kommt die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen jedoch nur auf Platz 25. Ein Zeichen dafür, dass ein ausreichendes Angebot vorgehalten wird und für die meisten der befragten Unternehmen die Suche nach einem neuen Standort derzeit keine Rolle spielt. Trotz allem darf die Relevanz dieses Faktors nicht unterschätzt werden. Bei möglichen Neuansiedlungen ist die Verfügbarkeit/das Vorhalten von Gewerbeflächen bzw. -immobilien entscheidend.

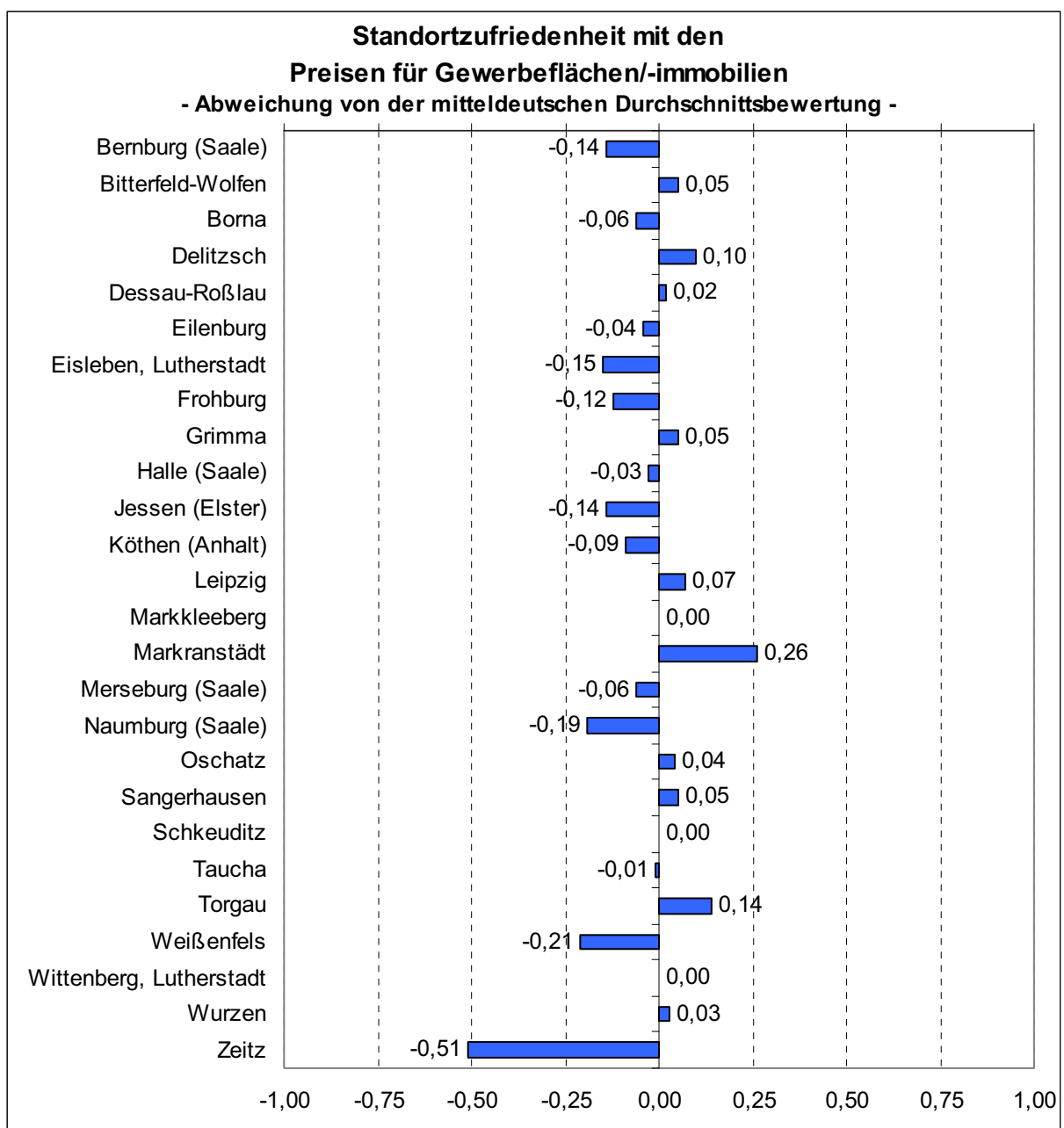
In den meisten Städten ist insgesamt ein gutes Angebot an Gewerbeflächen bzw. -immobilien gegeben. Mit einer durchschnittlichen Zufriedenheit von 2,96 landet der Faktor auf Rang 5 unter allen befragten Standortfaktoren. Fast alle Städte gruppieren sich bezüglich ihres lokalen Zufriedenheitsergebnisses eng um diesen Mittelwert. Am unzufriedensten beurteilen die Unternehmen in Weißenfels, Zeitz und Jessen die Angebotssituation vor Ort.



4.3.2. Preise für Gewerbeflächen/-immobilien

Zwar wird der Faktor „Preise für Gewerbeflächen/-immobilien“ als etwas wichtiger erachtet als die Verfügbarkeit dieser, aber aufgrund der derzeit geringen Nachfrage durch die befragten Unternehmen landet auch dieser Faktor bezüglich seiner Wichtigkeit nur im unteren Viertel (Rang 23).

Im Gegensatz zum guten Zufriedenheitsergebnis der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen bzw. -immobilien sind die Unternehmen mit den Preisen deutlich weniger zufrieden. Mit einem Durchschnittswert von 2,69 liegt dieser Faktor nur auf Rang 19. Zwischen den einzelnen Städten sind kaum größere Bewertungsunterschiede auszumachen. In positiver Richtung fällt die Beurteilung von Markranstädt, in negativer Richtung die Bewertung für Zeitz auf.

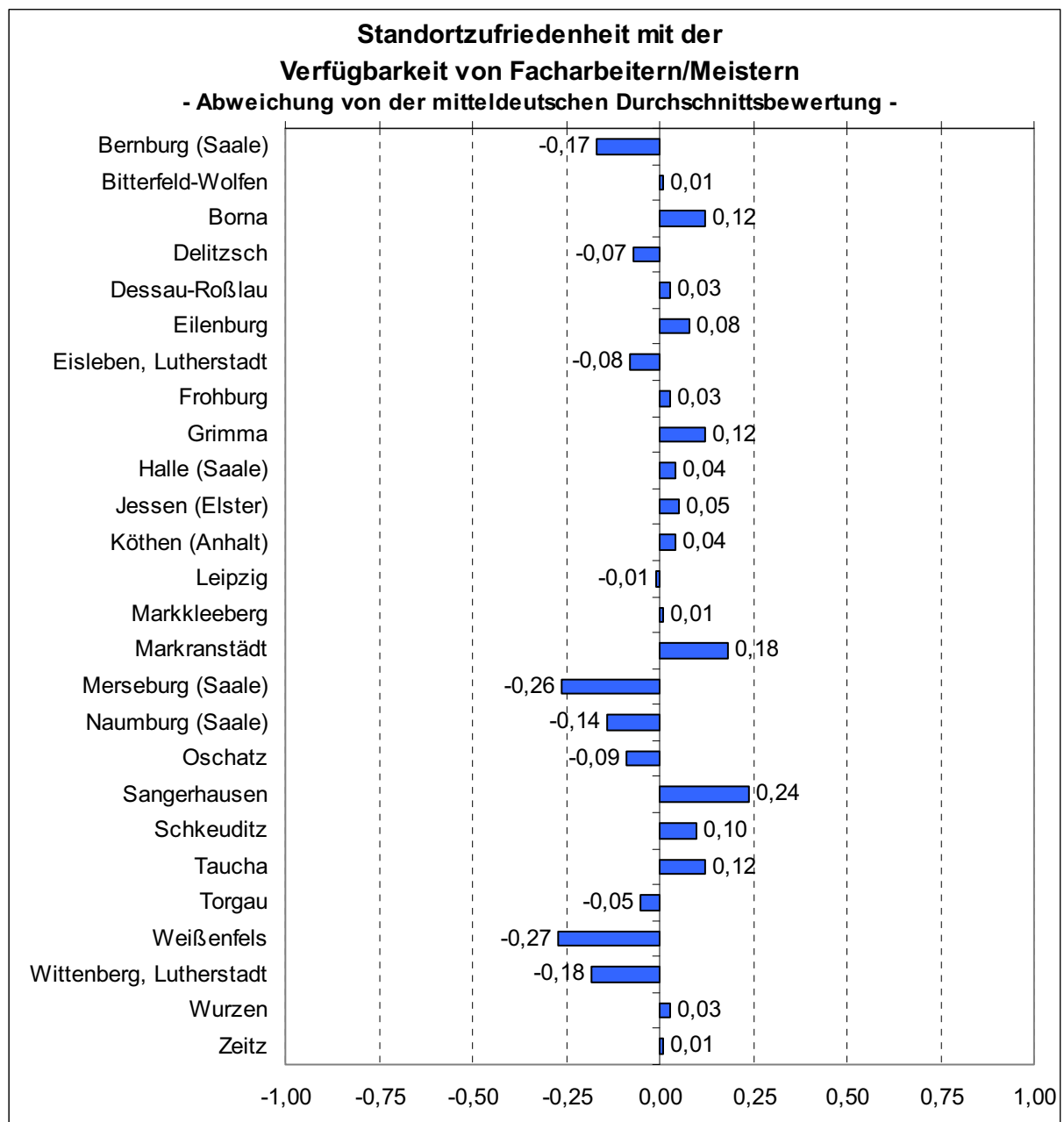


4.4. Bildung und Arbeitsmarkt

4.4.1. Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern

Die Verfügbarkeit von Fachkräften/Meistern bzw. deren Qualifikations- und Ausbildungsstand ist ein wichtiger Aspekt für Standortentscheidungen von Unternehmen bzw. für deren Entwicklung vor Ort. Es ist zu vermuten, dass zum Zeitpunkt der Umfrage die Nachfrage nach Fachkräften aufgrund der schlechten konjunkturellen Entwicklung rückläufig war. Daher landete dieser Standortfaktor auch nur auf Rang 16 der Wichtigkeitsskala. Die demografische Entwicklung in Mitteldeutschland dürfte in den kommenden Jahren jedoch zu einer deutlichen Aufwertung dieses Faktors führen.

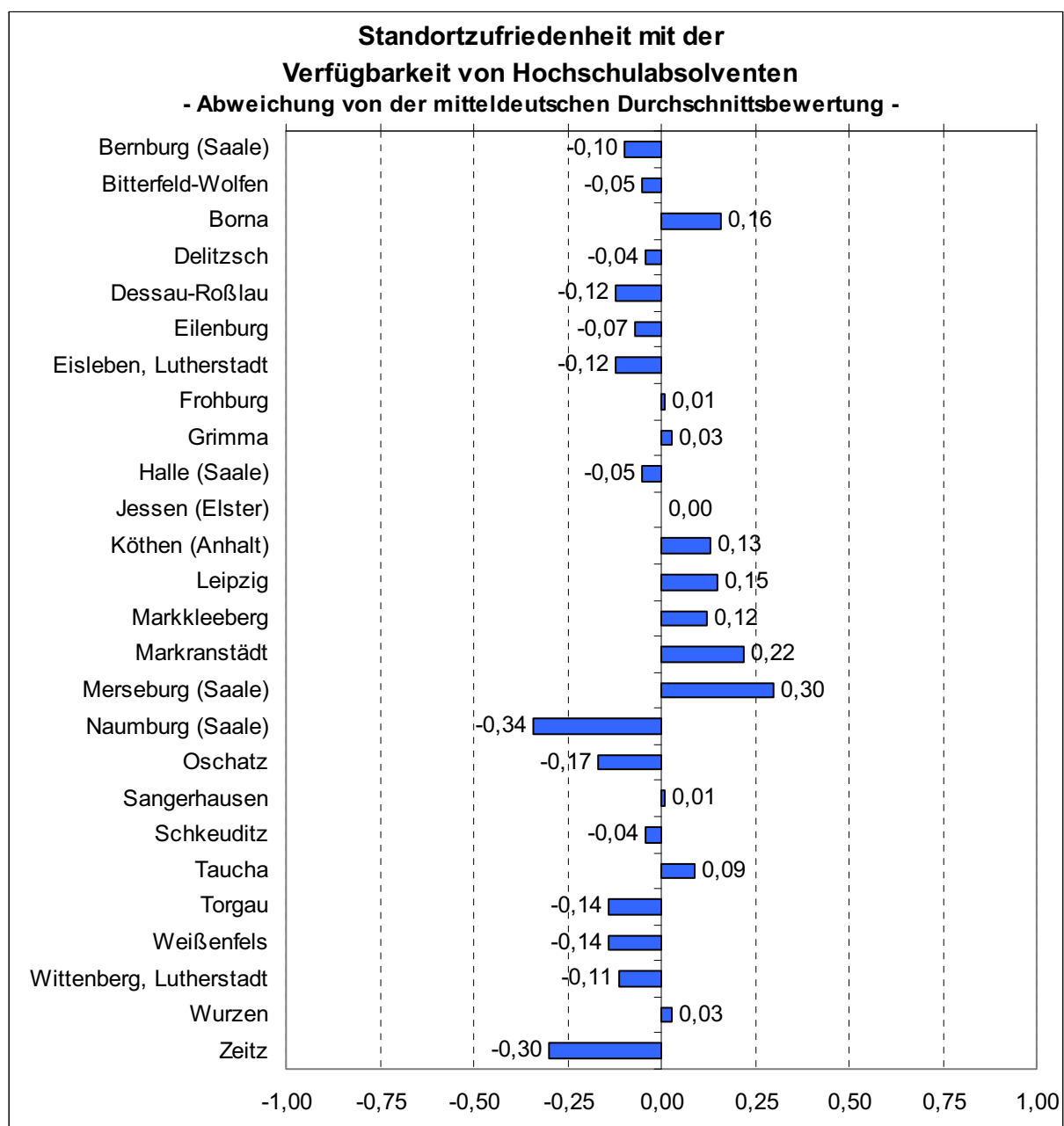
Dass die mitteldeutschen Unternehmen bereits einen Mangel an Facharbeitern spüren, zeigen die Ergebnisse der Umfrage. Mit einem Zufriedenheitswert von 2,60 wird der Standortfaktor zwar noch mit eher zufriedenstellend beurteilt, er liegt damit jedoch nur an 20. Stelle unter allen 28 befragten Faktoren. Auch bei diesem Standortmerkmal ist die Streuung zwischen den untersuchten Städten äußerst gering. Ein Zeichen, dass sich die Verfügbarkeit von Fachkräften in allen Gebieten Mitteldeutschlands gleichermaßen problematisch darstellt.



4.4.2. Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen

Um die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit der Wirtschaft zu erhalten bzw. zu stärken, bedarf es neben Facharbeitern auch gut ausgebildete Hochschulabsolventen, darunter insbesondere Ingenieuren. Die Unternehmen schätzen diesen Standortfaktor allerdings als „eher unwichtig“ ein. In der Rangfolge nach Wichtigkeit belegt dieser den vorletzten Platz. Dies deutet darauf hin, dass der Bedarf an Hochschulabsolventen in den befragten Firmen derzeit nur gering ist.

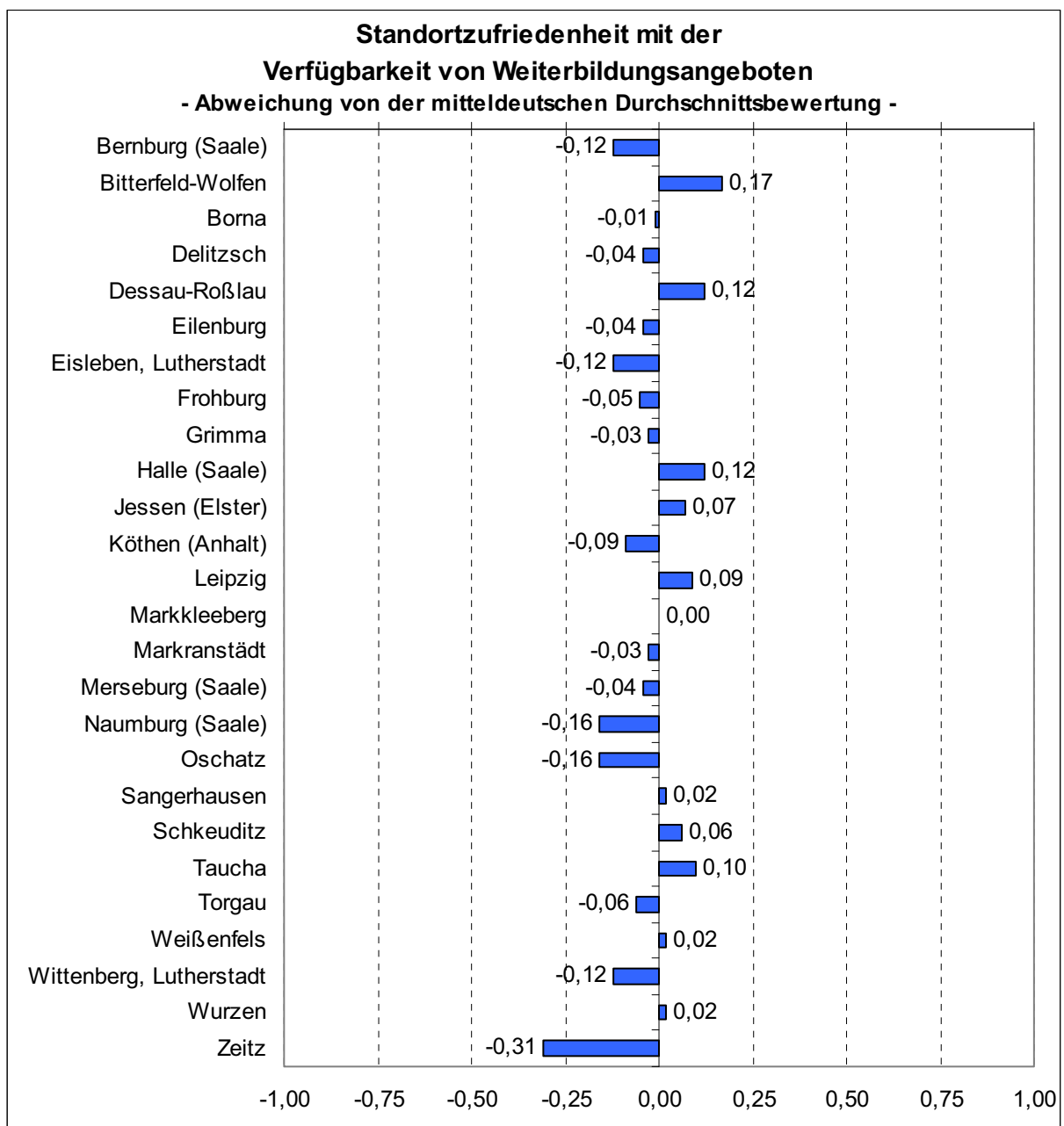
Bezüglich der Zufriedenheit liegt der Standortfaktor mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,70 auf Rang 17. Mit diesem insgesamt zufriedenstellenden Ergebnis schätzen die Unternehmen die „Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen“ insgesamt günstiger ein als die „Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern“. Die Zufriedenheitswerte der einzelnen Städte differieren wiederum nur geringfügig. Aufgrund der vor Ort vorhandenen Technischen Hochschule ist eine leicht überdurchschnittliche Beurteilung für Merseburg zu erkennen. Etwas unter dem Durchschnitt liegen die Ergebnisse für die Städte Naumburg und Zeitz.



4.4.3. Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten

Mitarbeiter mit aktuellem Fachwissen sind eine wesentliche Voraussetzung, um als Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Dabei müssen Know-how und Kompetenzen in immer kürzerer Zeit erneuert werden. Die Schulung und Weiterbildung der Mitarbeiter bietet ebenso die Möglichkeit, dem zunehmenden Mangel an qualifizierten Facharbeitern zu begegnen. Allerdings rangiert der Faktor auf der Wichtigkeitskala der Umfrage nur auf Rang 22 und damit im unteren Viertel.

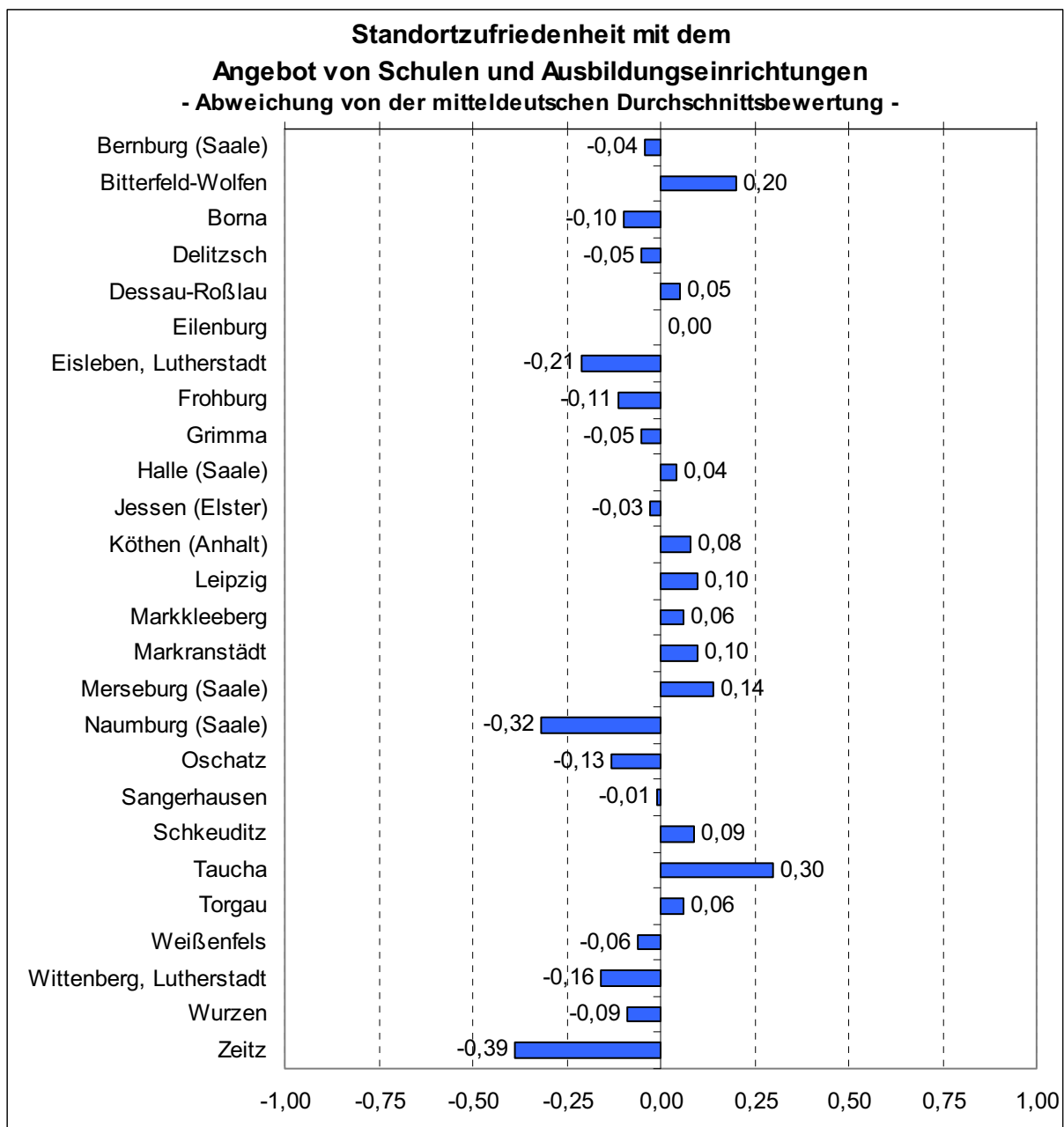
Mit der Verfügbarkeit an Weiterbildungsangeboten sind die Unternehmen Mitteldeutschlands weitestgehend zufrieden. Mit einer Durchschnittsbewertung von 2,74 liegt der Standortfaktor auf Rang 15. Die Einzelergebnisse der Städte differieren dabei wiederum nur äußerst geringfügig. Einzig in Zeitz fallen die Unternehmensurteile etwas kritischer aus.



4.4.4. Schulen und Ausbildungseinrichtungen

Aufgrund rückläufiger Geburtenzahlen wurden in den vergangenen 15 Jahren in vielen Orten Schulen geschlossen. Die Entscheidungen darüber sollte die Bildungschancen der dort lebenden Schüler/-innen jedoch nicht einschränken. Inwieweit dies gelungen ist, scheint von Stadt zu Stadt recht unterschiedlich zu sein. Neben den Schulen stehen auch die Einrichtungen der beruflichen Ausbildung vor großen Herausforderungen. Die schulische als auch die berufliche Ausbildung der Schüler muss sich, neben einer intensiveren Vermittlung elementarer Grundfähigkeiten, immer schneller auf die wandelnden Ansprüche und Bedürfnisse des Arbeitsmarktes einstellen und auf neu entstehende Qualifikationsprofile und Arbeitsfelder reagieren.

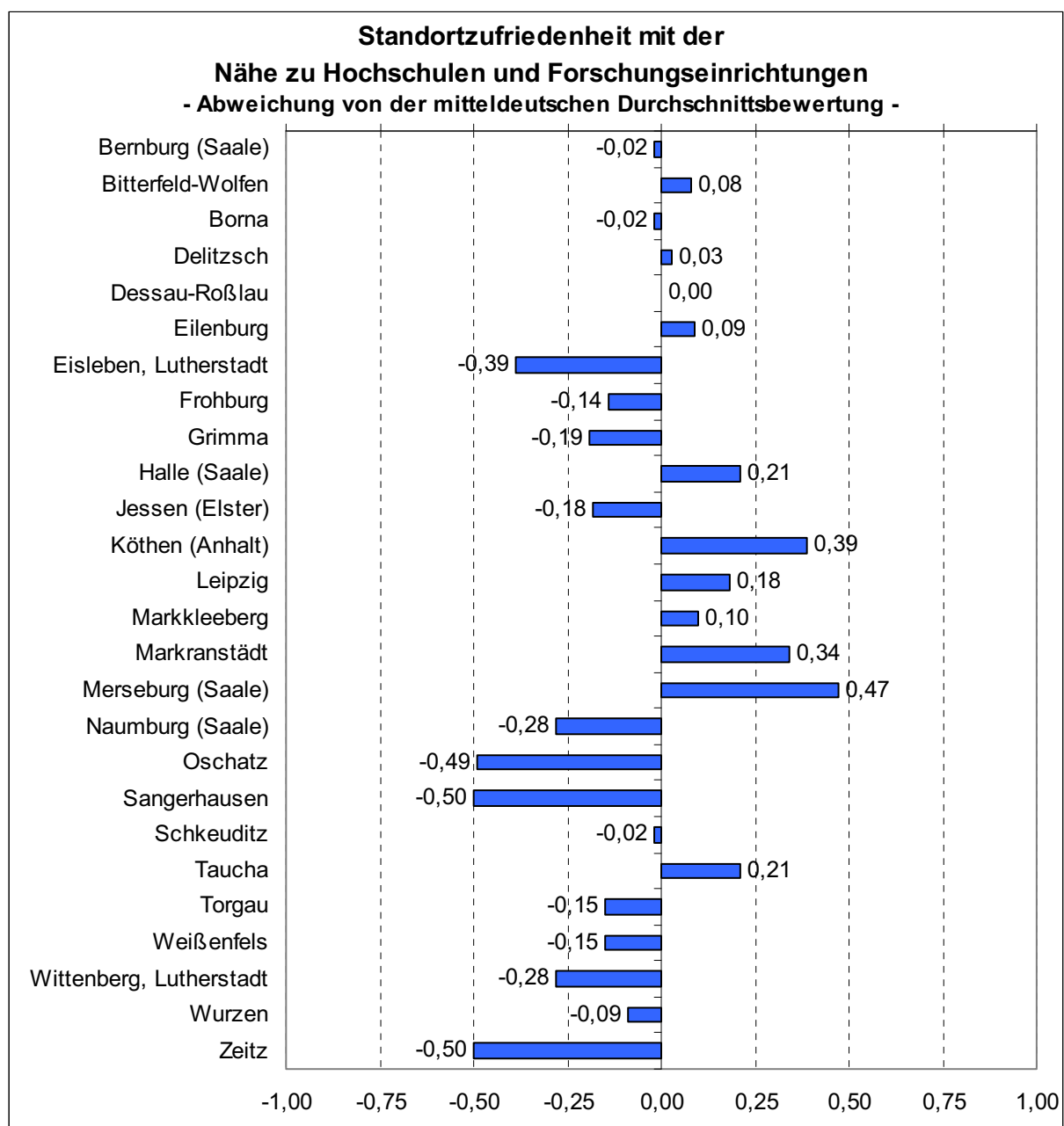
Die Unternehmen Mitteldeutschlands sind mit dem Angebot an Schulen und Ausbildungseinrichtungen insgesamt zufrieden. Der Durchschnittswert für die Zufriedenheit liegt bei 2,80, im Gesamtranking belegt der Faktor damit Platz 13. Wie schon bei der Beurteilung der Weiterbildungsangebote scheint in allen untersuchten Städten ein annähernd gleich gutes Angebot an Schulen und Ausbildungseinrichtungen gewahrt. Die Unternehmen beurteilen dieses am günstigsten in Taucha und am ungünstigsten in Zeitz und Naumburg.



4.4.5. Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen

Die hohe Dynamik des technologischen Fortschritts macht einen immer schnelleren Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Unternehmen erforderlich. Somit erlangt die Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen insbesondere für innovative Unternehmen eine immer höhere Bedeutung. Von der Gesamtheit der befragten Unternehmen wird der Standortfaktor jedoch als „eher unwichtig“ eingestuft und liegt im Wichtigkeitsranking nur auf dem letzten Platz. Selbst die Industrie beurteilt die Wichtigkeit dieses Faktors vergleichsweise niedrig. Dies deutet auf das allgemeine Problem der nach wie vor zu geringen Forschungs- und Entwicklungstätigkeit in der gewerblichen Wirtschaft Mitteldeutschlands hin.

Die Voraussetzung für eine gute Zusammenarbeit von Unternehmen und Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen sind durchaus gut. Immerhin liegt der Standortfaktor mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,85 auf Rang 9. Besonders positiv beurteilen die Unternehmen in Merseburg, Köthen und Markranstädt die Situation an. Dagegen weisen die Ergebnisse für Sangerhausen, Zeitz, Oschatz und Eisleben auf vorhandene Defizite hin.

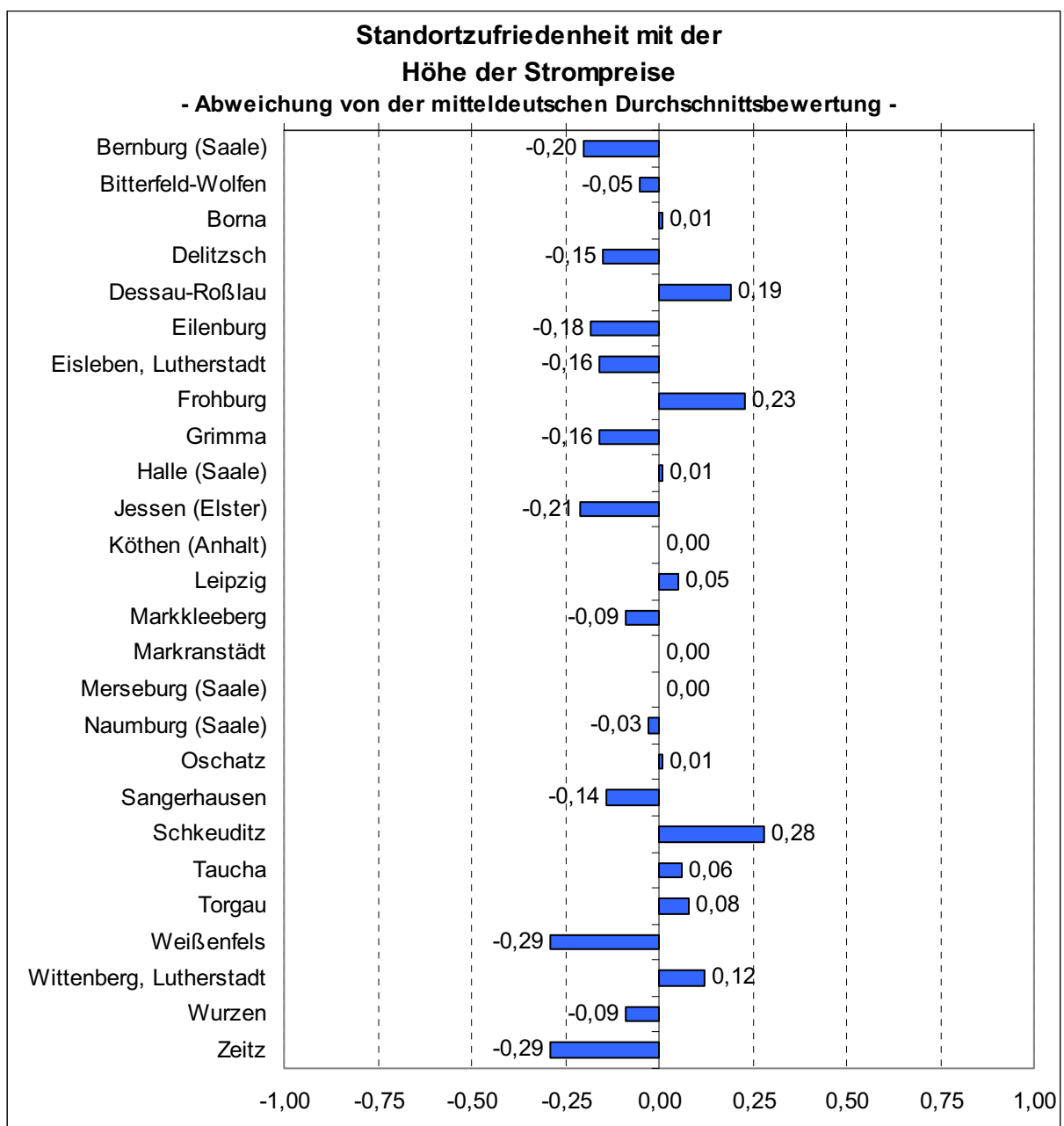


4.5. Energiepreise

4.5.1. Strompreise

Im europäischen Vergleich liegen die deutschen Strompreise im vorderen Feld. Insbesondere für energieintensive Betriebe stellen die steigenden Strompreise einen erheblichen Kostenfaktor dar, und werden als Wachstumshemmnis wahrgenommen. Die hohe Bedeutung dieses Faktors für die Unternehmen wird durch das Umfrageergebnis gestützt. In der Rangfolge der Wichtigkeit liegt er auf Rang 2. Er gehört so zu den vier als sehr wichtig eingeschätzten Standortfaktoren.

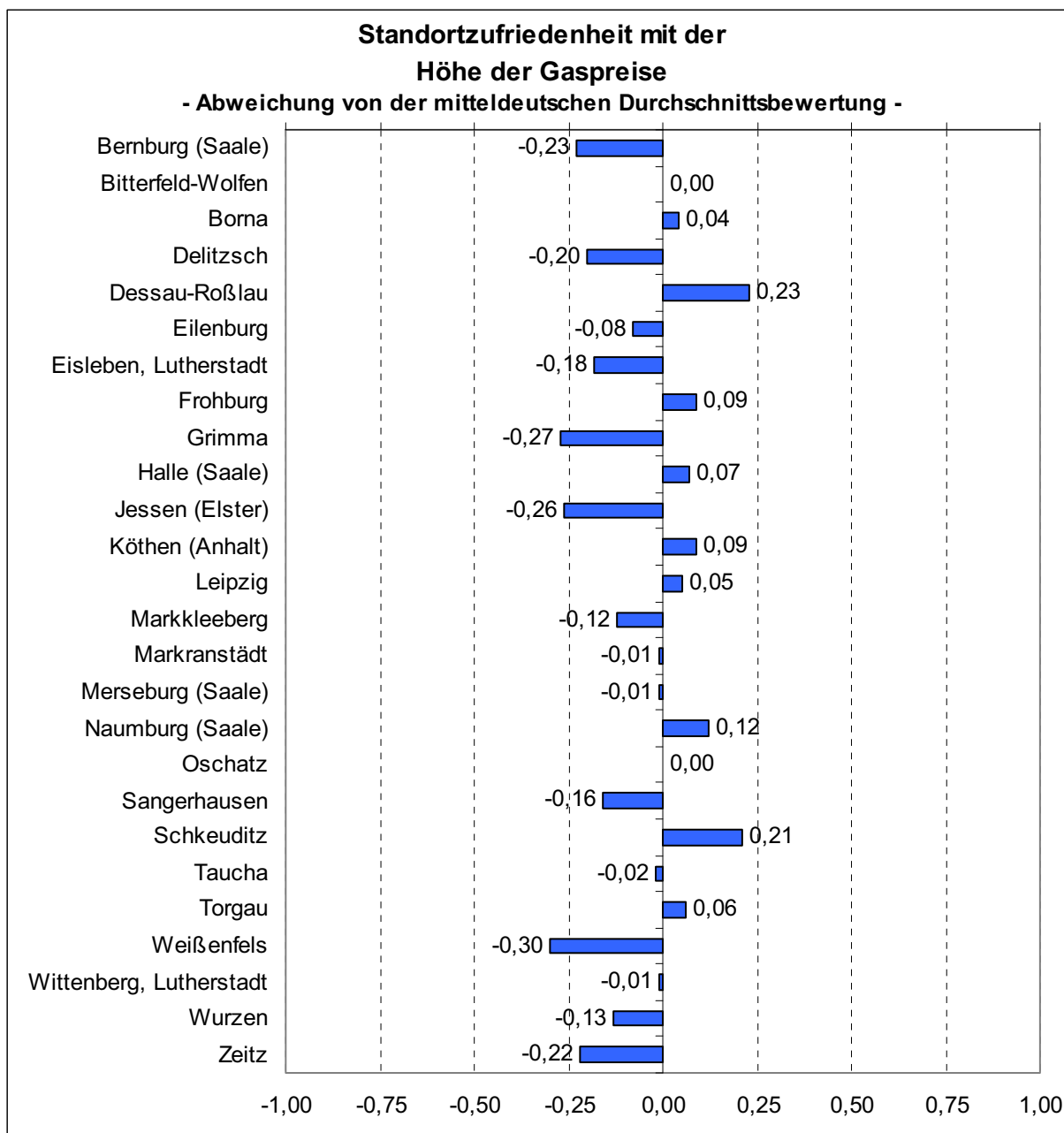
Der deutliche Preisanstieg in den vergangenen Jahren führt dazu, dass die Unternehmen Mitteldeutschlands mit dem Preisgefüge am Strommarkt von allen Standortfaktoren am unzufriedensten sind. Die durchschnittliche Zufriedenheit erreicht gerade einmal einen Wert von 2,03. Dabei sind kaum größere lokale Unterschiede auszumachen. In allen untersuchten Städten erhält der Faktor eine schlechte Bewertung. Darunter fällt das Ergebnis für Schkeuditz und Frohburg noch am günstigsten aus. Dagegen sind die Unternehmen in Weißenfels und Zeitz mit der Situation völlig unzufrieden.



4.5.2. Gaspreise

Analog der Situation bei den Strompreisen sind auch die Gaspreise in der Vergangenheit deutlich gestiegen. Da nur ein Teil der befragten Unternehmen auch Gasabnehmer sind, erreicht der Faktor nicht die Bedeutung wie die Strompreise. Dennoch wird dieser als eher wichtig eingestuft und liegt auf der Wichtigkeitsskala auf Rang 11.

Bezüglich der Zufriedenheit schätzen die Unternehmen die Situation bei den Gaspreisen genau so schlecht wie bei den Strompreisen ein. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,04 liegt der Faktor nur ganz knapp vor den Strompreisen auf dem vorletzten Rang. Auch hier gleicht sich das Bild auf lokaler Ebene. Etwas günstiger sind die Einschätzungen für Dessau-Roßlau und Schkeuditz. Auf der anderen Seite sind die Unternehmen in Weißenfels, Grimma und Jessen mit den Gaspreisen am unzufriedensten.

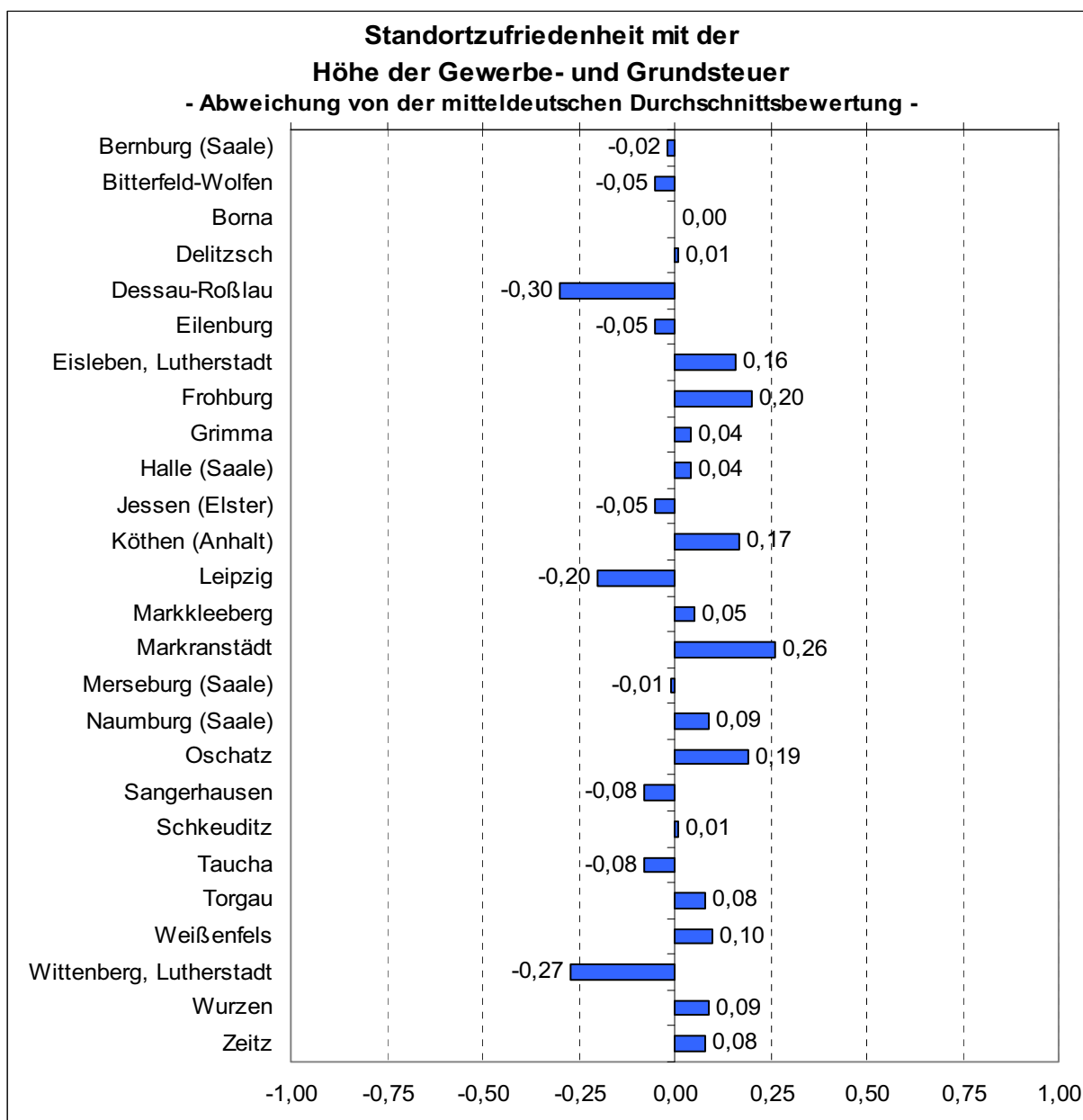


4.6. Kommunale Steuern und Abgaben

4.6.1. Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer

Über die Festlegung der Hebesätze der Grund- und der Gewerbesteuer können lokale Entscheidungsträger die Attraktivität ihrer Gemeinde für Gewerbetreibende unmittelbar beeinflussen. Niedrige Hebesätze können einen Beitrag zur aktiven Wirtschaftsförderung leisten. Die Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer gehört zu den bedeutsameren Standortfaktoren und wird von den Unternehmen als „sehr wichtig“ eingeschätzt. Er rangiert bezüglich seiner Wichtigkeit nach der regionalen und überregionalen Verkehrsanbindung auf Rang 4.

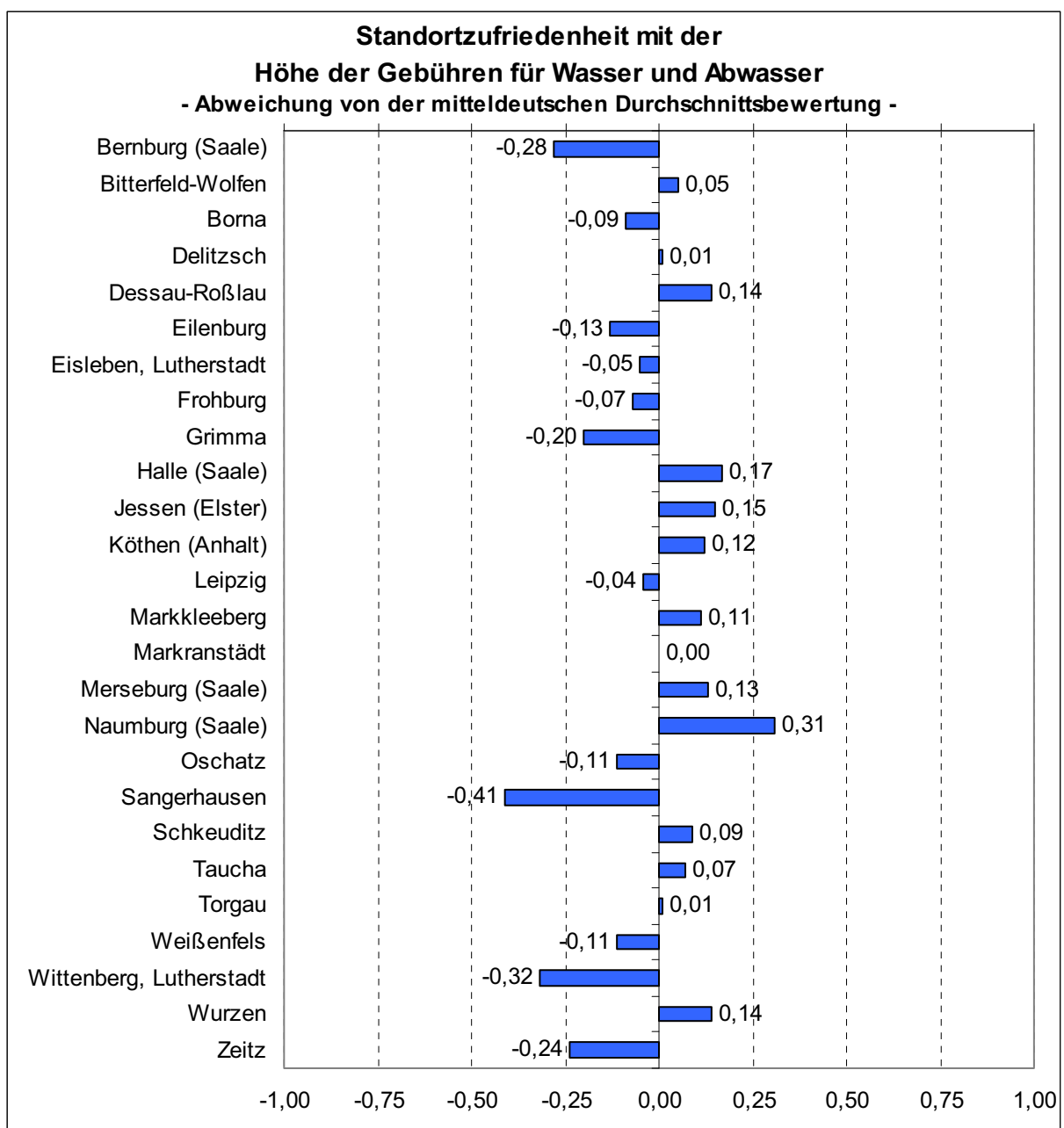
Da die Gewerbe- und Grundsteuer eine wichtige Einnahmequelle der Kommunen ist, besteht oftmals ein Zielkonflikt zur Bedeutung dieses Faktors als ansiedlungsförderndes Element. Nicht nur durch die Höhe der Hebesätze, sondern auch durch die Änderungen der Bemessungsgrundlage stieg die Steuerbelastung vieler Unternehmen. Naturgemäß sorgen finanzielle Aufwendungen und Forderungen für eine besondere Sensibilität der Betroffenen. Dementsprechend kritisch fällt das Ergebnis aus. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,27 liegt der Standortfaktor nur auf Platz 25. Positive Abweichungen vom mitteldeutschen Durchschnitt sind in Markranstädt, Frohburg und Oschatz zu erkennen. Deutlich schlechter fallen dagegen die Unternehmensurteile für Dessau-Roßlau, Wittenberg und Leipzig aus.



4.6.2. Gebühren für Wasser/Abwasser

Im härter gewordenen nationalen und internationalen Standortwettbewerb spielen die Standortkosten für die Unternehmen eine bedeutende Rolle. Von steigender Relevanz sind dabei auch die kommunalen Gebühren für die Wasserver- und -entsorgung. Entsprechend hoch ist ihre Bedeutung deshalb auch für die ansässigen Unternehmen. Immerhin wurden die Gebühren für Wasser und Abwasser von den Firmen als fünftwichtigster Standortfaktor eingeordnet.

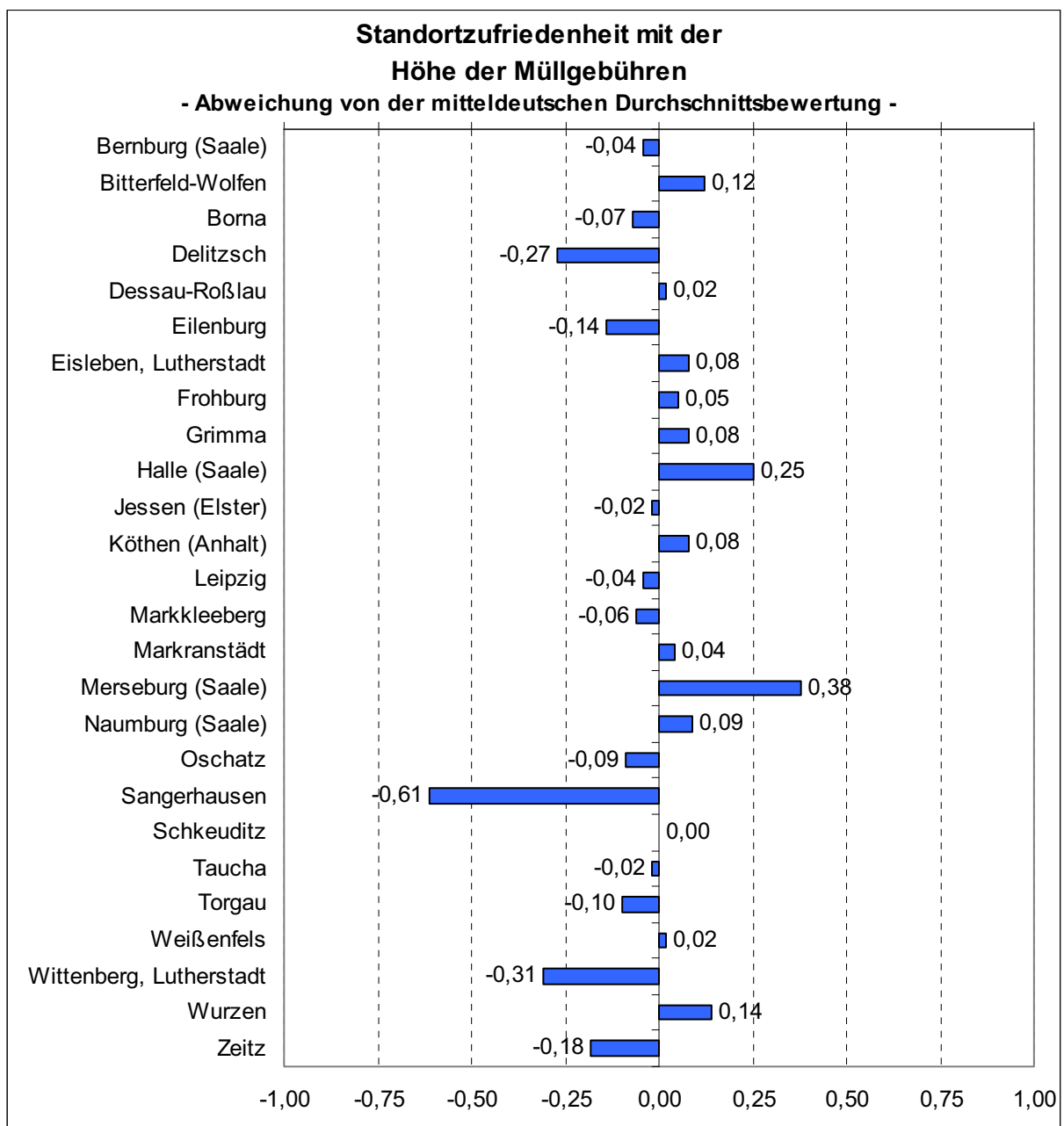
Wie schon bei anderen kostenintensiven Faktoren sind die Unternehmen Mitteldeutschlands auch mit der Höhe der Wasser- bzw. Abwassergebühren eher unzufrieden. Bei der Zufriedenheit liegt der Standortfaktor mit einem Durchschnittswert von 2,15 vor den Strom- und Gaspreisen an drittletzter Stelle. Im Städtevergleich erhält Naumburg noch den besten Zufriedenheitswert von seinen Unternehmen, auch wenn dieser immer noch im Bereich „eher unzufrieden“ liegt. Die schlechtesten Bewertungen erhalten Sangerhausen, Wittenberg und Zeitz.



4.6.3. Müllgebühren

Die Gebühren für Müll und Entsorgung gehören ebenfalls zu den kostenintensiven Faktoren. Und auch diese sind in den vergangenen Jahren in vielen Gemeinden durch die meist kommunalen Entsorgungsunternehmen erhöht worden. Die Müllgebühren finden sich bezüglich ihrer Wichtigkeit für die Unternehmen auf Rang 12 und somit im Mittelfeld wieder.

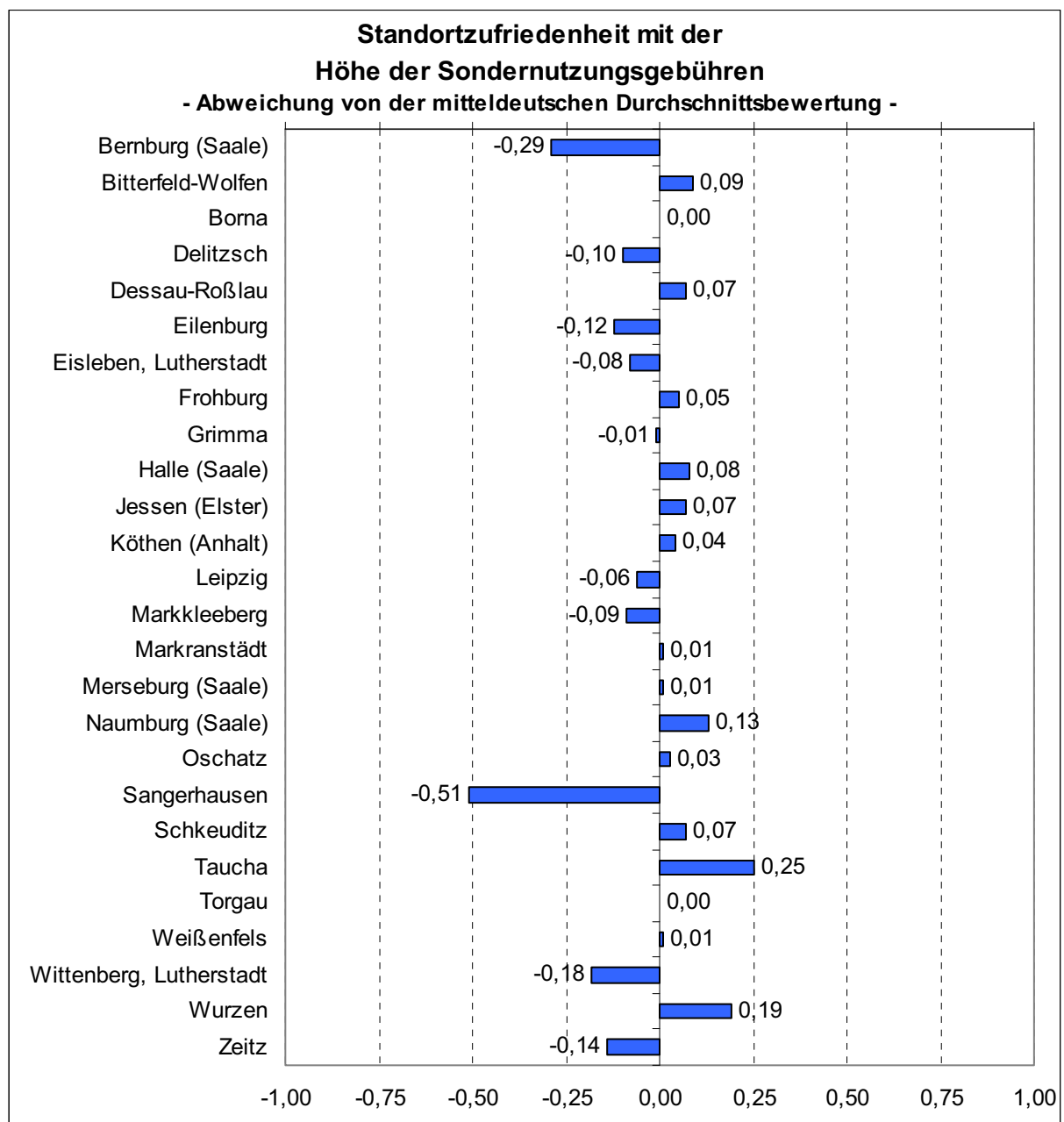
Auch mit den Müll-/Entsorgungsgebühren sind die Unternehmen „eher unzufrieden“. Der durchschnittliche Zufriedenheitswert in Mitteldeutschland erreicht nur 2,27. Damit belegt der Standortfaktor in der Rangfolge der Zufriedenheit den Platz 24. Nur in den Städten Merseburg und Halle bewerten die Firmen die Höhe der Müllgebühren noch mit „eher zufrieden“. Unterdurchschnittlich fallen dagegen die Urteile für die Städte Delitzsch und Wittenberg und besonders für Sangerhausen aus.



4.6.4. Sondernutzungsgebühren (z.B. für Werbeträger und Freisitze)

Ein weiterer Kostenfaktor für viele Unternehmen, insbesondere des Gastgewerbes und Handels, stellen die Sondernutzungsgebühren dar. Diese fallen insbesondere bei der Nutzung von Freisitzen oder dem Aufstellen von Werbeträgern an. Da für den Großteil der befragten Unternehmen diese Gebühren nicht bzw. kaum anfallen, wird er insgesamt als „eher unwichtig“ (Rang 25) eingeschätzt.

Die Unternehmen, die Sondernutzungsgebühren entrichten, sind mit der Höhe dieser insgesamt „eher unzufrieden“. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,34 belegt der Standortfaktor Rang 23. Knapp im Wertebereich „eher zufrieden“ liegt der Zufriedenheitswert für die Städte Taucha und Wurzen. Schlechte Bewertungen erhalten die Sondernutzungsgebühren von den Firmen in Bernburg und Sangerhausen.

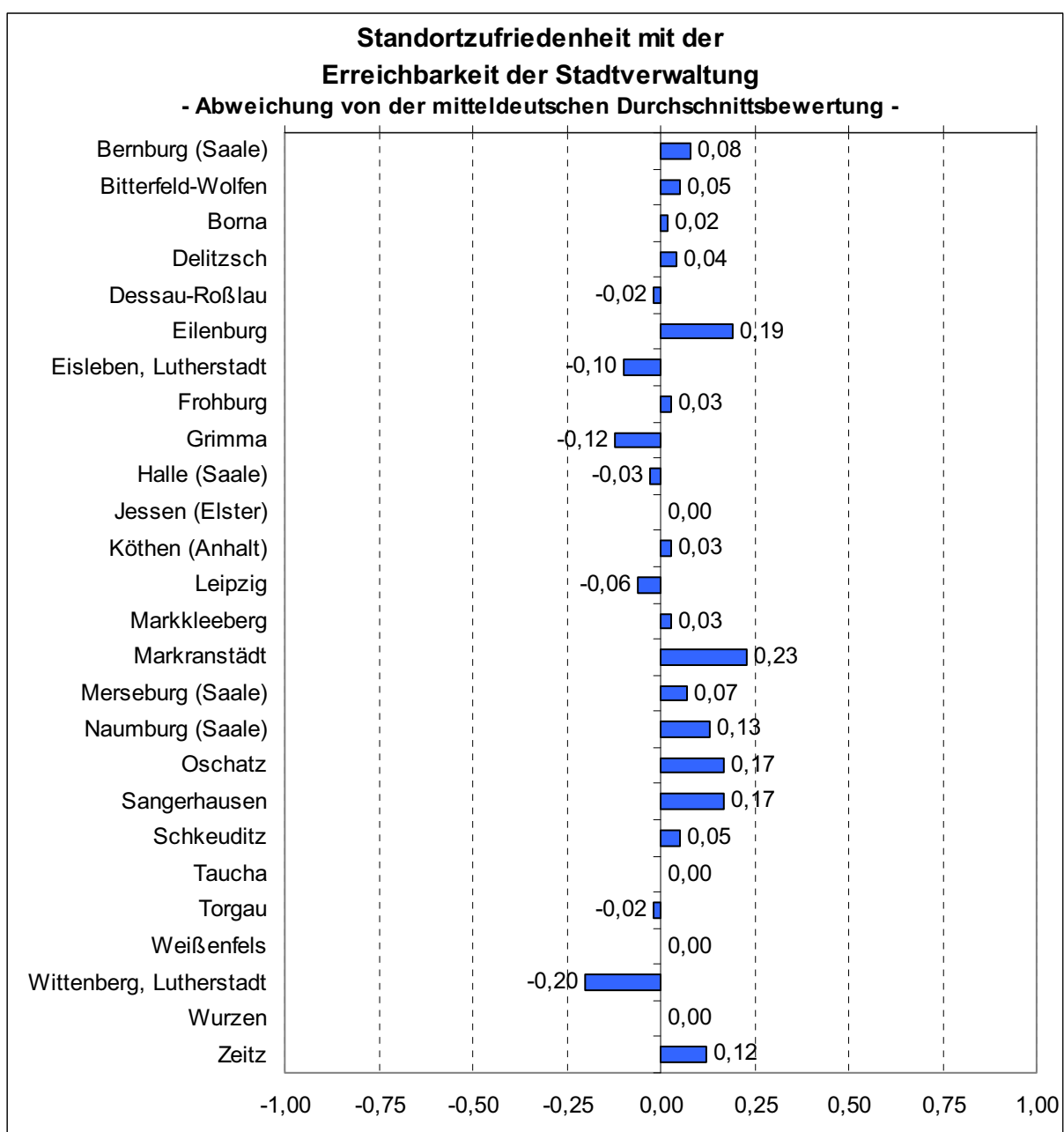


4.7. Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung

4.7.1. Erreichbarkeit der Stadtverwaltung

Als typische Kennzeichen und Beurteilungskriterien der Wirtschaftsfreundlichkeit bzw. Servicequalität der Kommunalverwaltungen gelten unter anderem die Öffnungs- und Beratungszeiten sowie die telefonische und verkehrsmäßige Erreichbarkeit. Die Bedeutung dieses Faktors für die Unternehmen zeigt auch, dass die Erreichbarkeit der Stadtverwaltung auf Rang 6 der Wichtigkeitsskala rangiert.

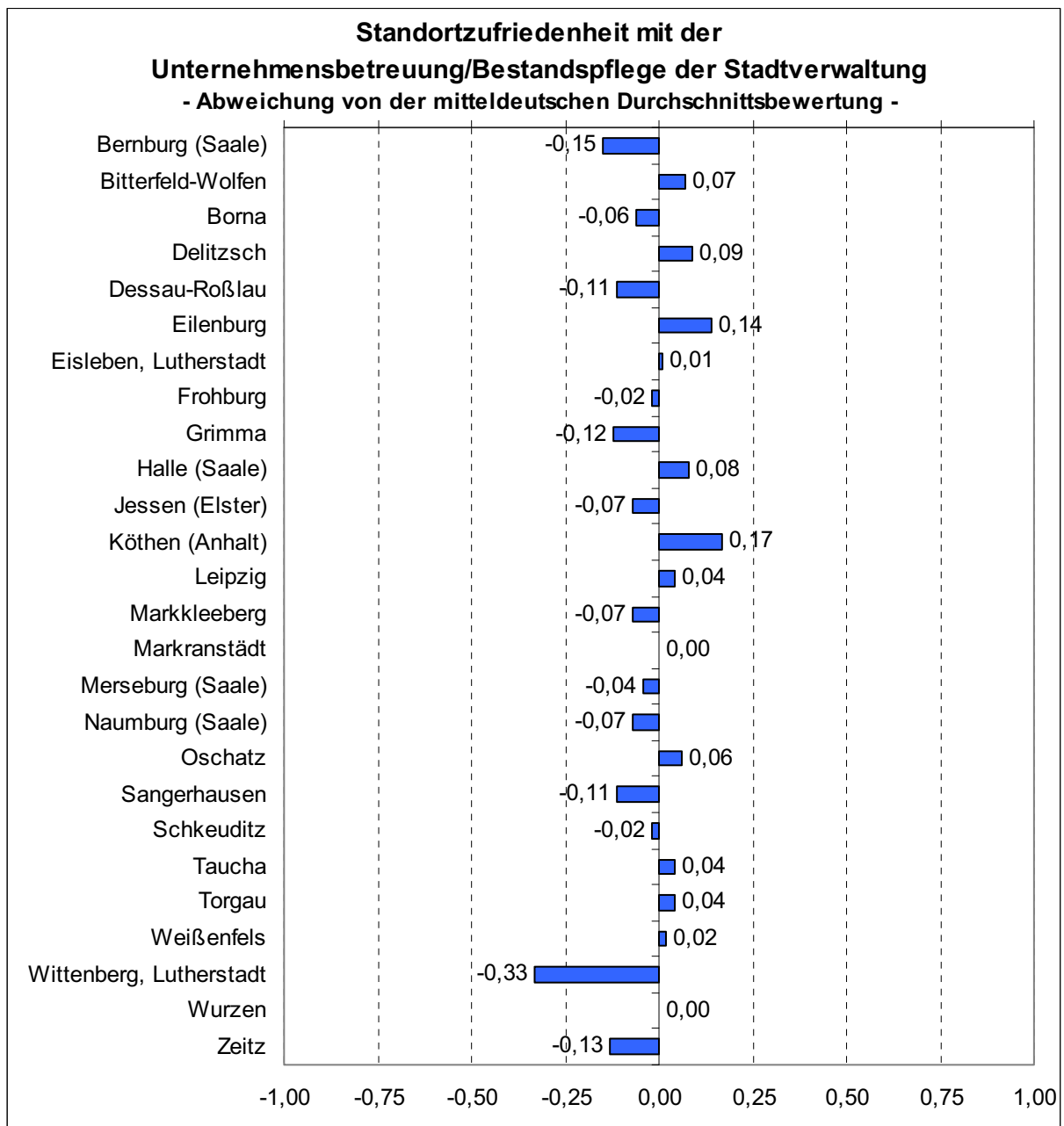
Die Zufriedenheitsbewertung des Standortfaktors zeigt, dass viele Stadtverwaltungen um eine kundenorientierte Erreichbarkeit bemüht sind. Die Unternehmen quittieren diese Anstrengung mit einer überwiegend zufriedenen Beurteilung. Mit einem Durchschnittswert von 2,83 erreicht der Standortfaktor damit einen guten zehnten Platz. Der Städtevergleich zeigt kaum relevante Unterschiede in der Unternehmensbewertung. Die lokalen Zufriedenheitswerte gruppieren sich in einem engen Bereich um den mitteldeutschen Durchschnitt.



4.7.2. Unternehmensbetreuung/Bestandspflege

Neben der Erreichbarkeit der Stadtverwaltung wird auch die aktive Unternehmensbetreuung von den Unternehmen als ein eher wichtiger Standortfaktor betrachtet. Er entscheidet auch darüber, inwieweit die Stadtverwaltung von den ansässigen Firmen als unternehmensfreundlich wahrgenommen wird. Im Gesamtranking zur Wichtigkeit kam dieser Faktor auf Platz 17.

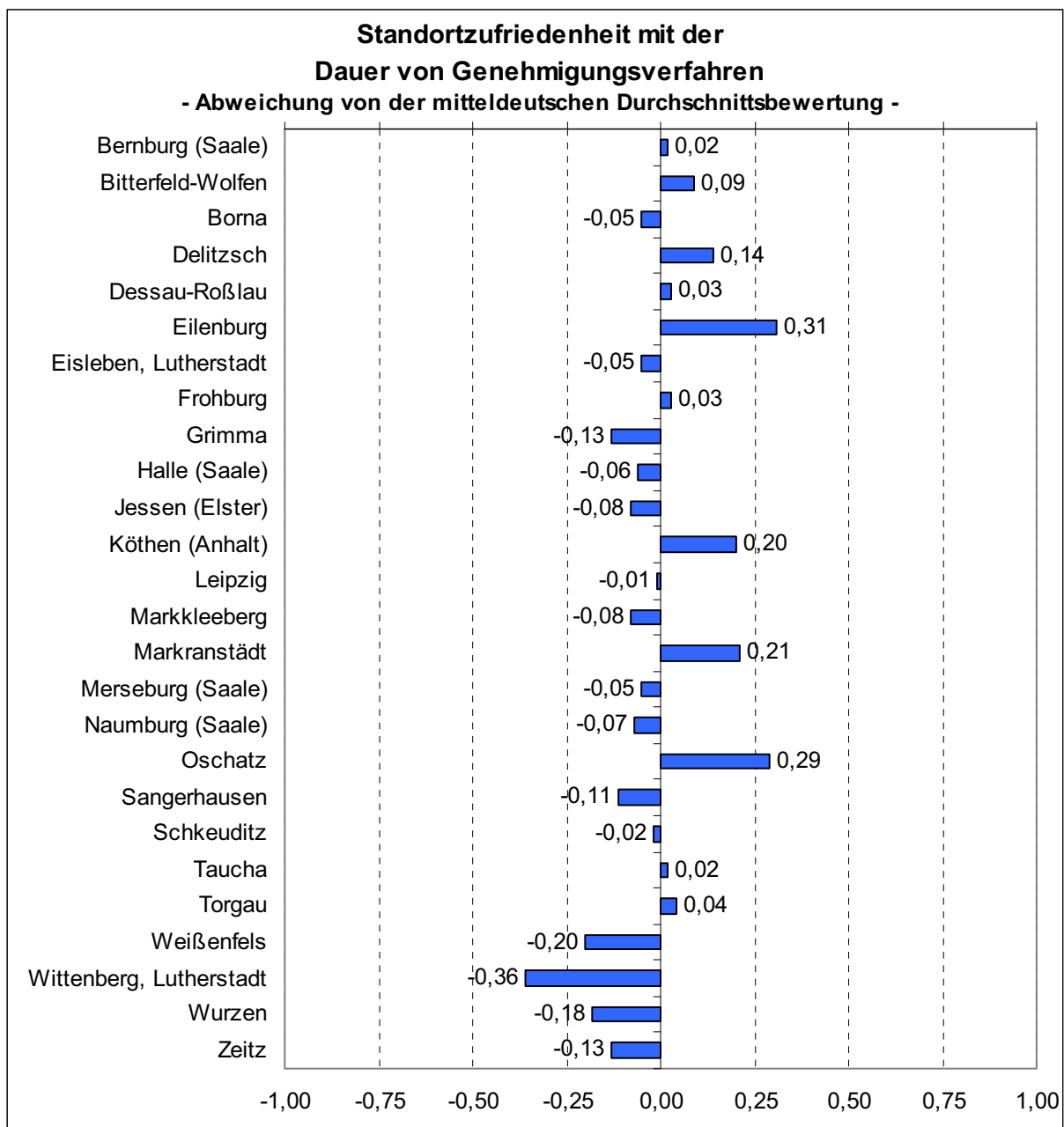
Im Gegensatz zum guten Ergebnis zur Erreichbarkeit der Stadtverwaltung sind bezüglich der aktiven Unternehmensbetreuung die Urteile deutlich schwächer. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,57 liegt der Standortfaktor nur auf Rang 21 und auch nur knapp über dem Wertebereich „eher unzufrieden“. Auch bei diesem Standortfaktor beurteilen die Unternehmen in allen untersuchten Städten ihre Stadtverwaltung ähnlich gut bzw. schlecht. Nur das Ergebnis für Wittenberg weicht in negativer Richtung deutlicher vom Durchschnitt ab.



4.7.3. Dauer von Genehmigungsverfahren

Auch die Dauer von Genehmigungsverfahren hat für die Unternehmen einen hohen Stellenwert. So kann z. B. ein lang andauerndes und intransparentes Baugenehmigungsverfahren Erweiterungsvorhaben von Unternehmen unterbinden und sich damit negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung einer ganzen Region auswirken. Im Falle von Genehmigungsverfahren sind eine kurze Dauer, Transparenz, Kundenorientierung und eine Abstimmung zwischen den beteiligten Behörden essentiell, um für die Unternehmen Planungssicherheit zu schaffen. Seiner Bedeutung angemessen belegt dieser Standortfaktor in der Wichtigkeitsrangfolge Rang 8.

Hinsichtlich der Zufriedenheit erreicht der Faktor mit einem Durchschnittswert von 2,53 auf Platz 22 gerade noch so den Wertebereich „eher zufrieden“. Das knappe Ergebnis zeigt jedoch, dass die Verwaltungen größere Anstrengungen unternehmen müssen, um die Situation insgesamt zu verbessern. Mit einer deutlich besseren Zufriedenheitsbewertung können hinsichtlich der Dauer von Genehmigungsverfahren bereits die Städte Eilenburg und Oschatz punkten. Problematischer ist sich dagegen die Situation in Wittenberg.

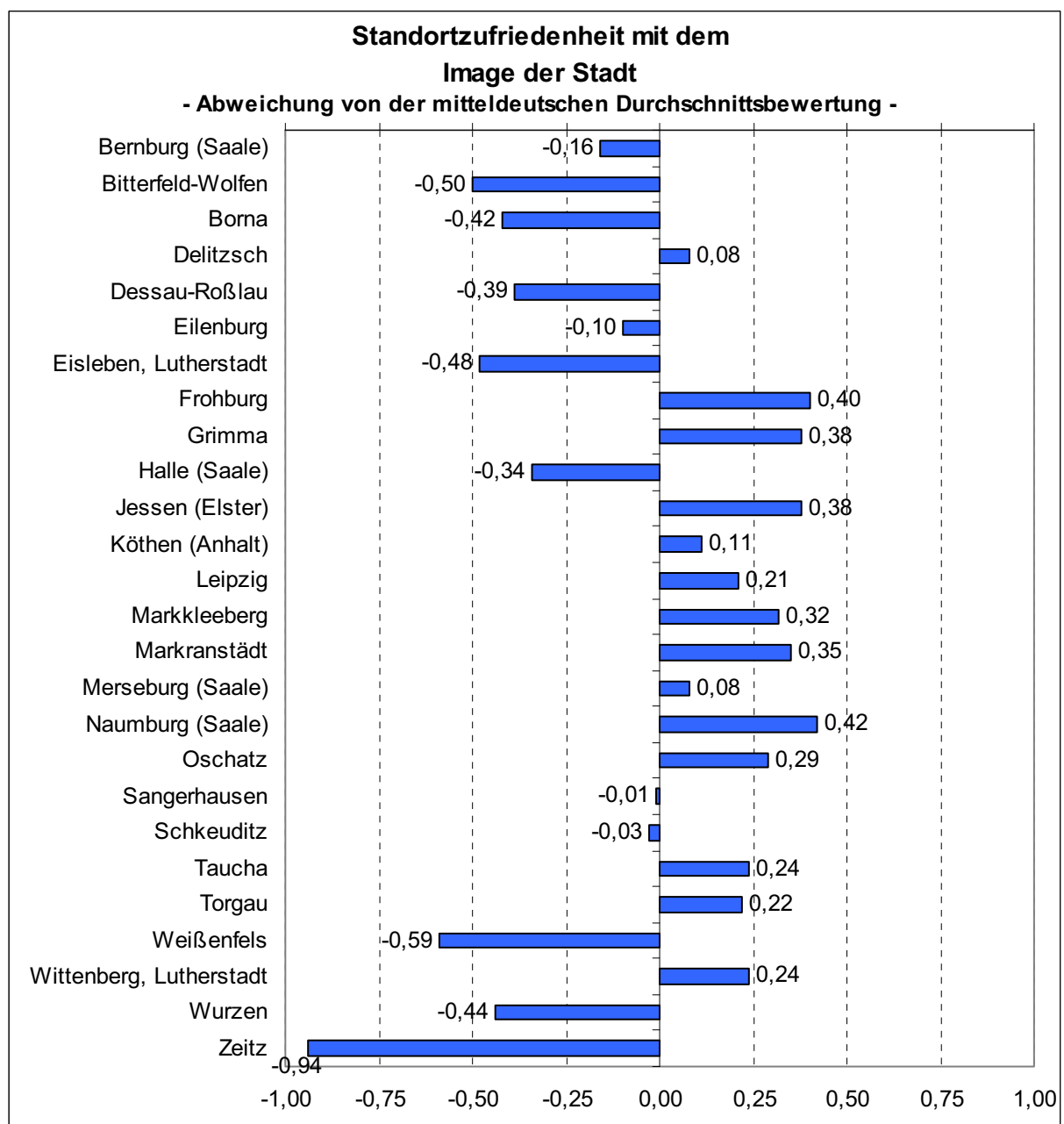


4.8. Weiche Standortfaktoren

4.8.1. Image der Stadt

Das Image eines Standorts ist ein sehr vielschichtiges und allseitiges Standortkriterium. Zu unterscheiden ist beim Standortimage zwischen der Außenwirkung beziehungsweise -wahrnehmung eines Standorts und der (Innen-) Wahrnehmung der ansässigen Wirtschaftsakteure. Von besonders hoher, überdurchschnittlicher Relevanz ist das Standortimage für den Tourismus. Aber auch unabhängig der Branchenzugehörigkeit besitzt dieser Standortfaktor für die Unternehmen eine große Bedeutung, liegt er doch bezüglich seiner Wichtigkeit auf Rang 7.

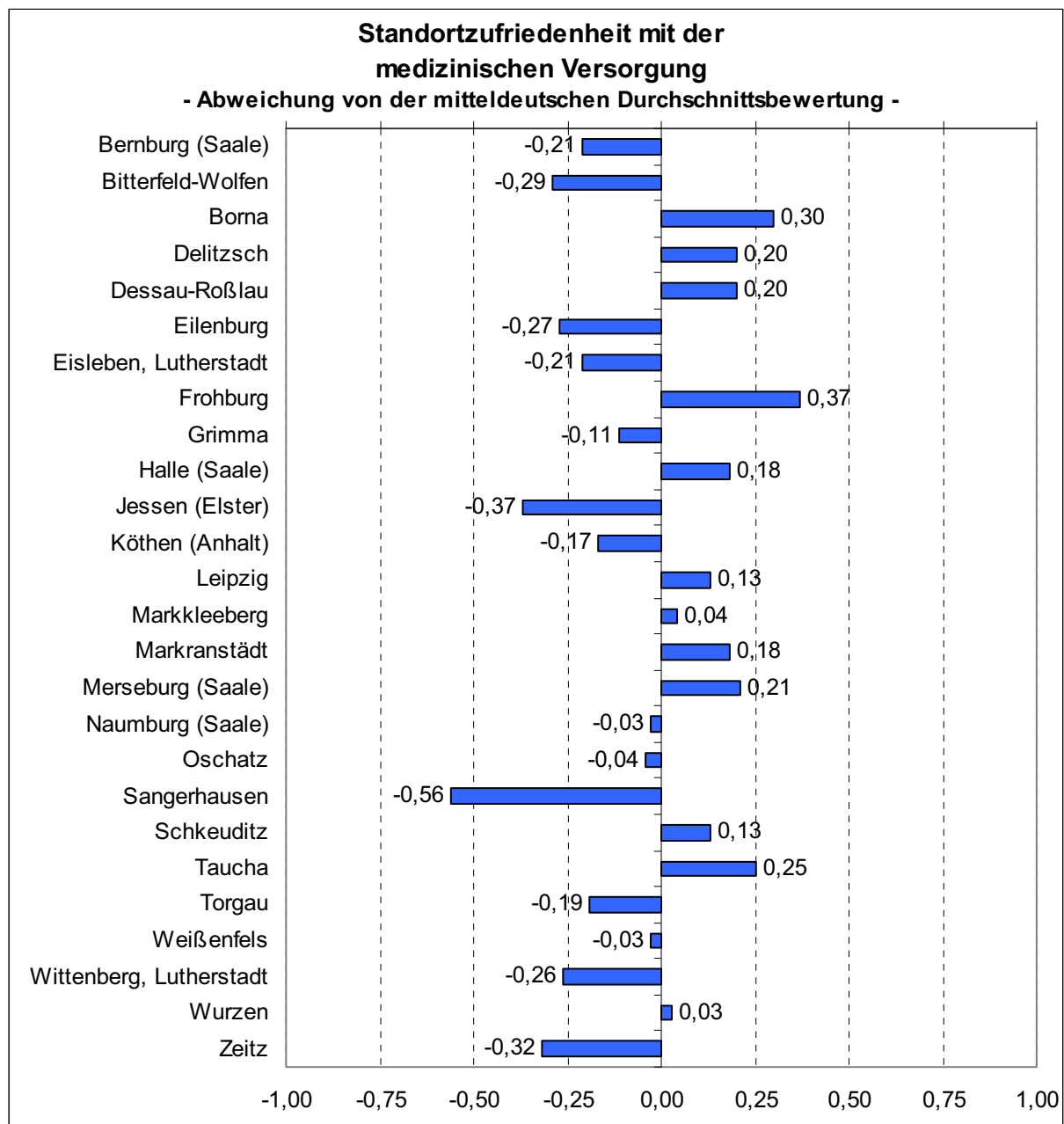
Die Zufriedenheitsbewertungen für das Image der Stadt fällt für Mitteldeutschland insgesamt in den Bereich „eher zufrieden“. Ein durchschnittlicher Zufriedenheitswert von 2,71 bedeutet Platz 16. Im Gegensatz zu den meisten anderen Standortfaktoren ist auf der lokalen Ebene eine große Streuung bezüglich der Zufriedenheitsergebnisse zu erkennen. Die Schwankungsbreite ist äußerst hoch und reicht von sehr guten Beurteilungen für die Städte Naumburg, Frohburg, Grimma und Jessen bis zu weniger guten Ergebnissen für Bitterfeld-Wolfen, Eisleben, Weißenfels und besonders für die Stadt Zeitz.



4.8.2. Medizinische Versorgung

Im Hinblick auf eine alternde Gesellschaft spielt eine gute medizinische Versorgung eine immer bedeutendere Rolle. Sowohl das Angebot an medizinischen Einrichtungen als auch deren schnelle Erreichbarkeit sind immer wichtigere Kriterien für die Attraktivität eines Standortes. Auch das Befragungsergebnis lässt die zunehmende Bedeutung dieses Standortfaktors erkennen. Immerhin liegt er bezüglich der Wichtigkeit auf Rang 13 und damit noch vor den Einkaufsmöglichkeiten oder den Angeboten zur Kinderbetreuung.

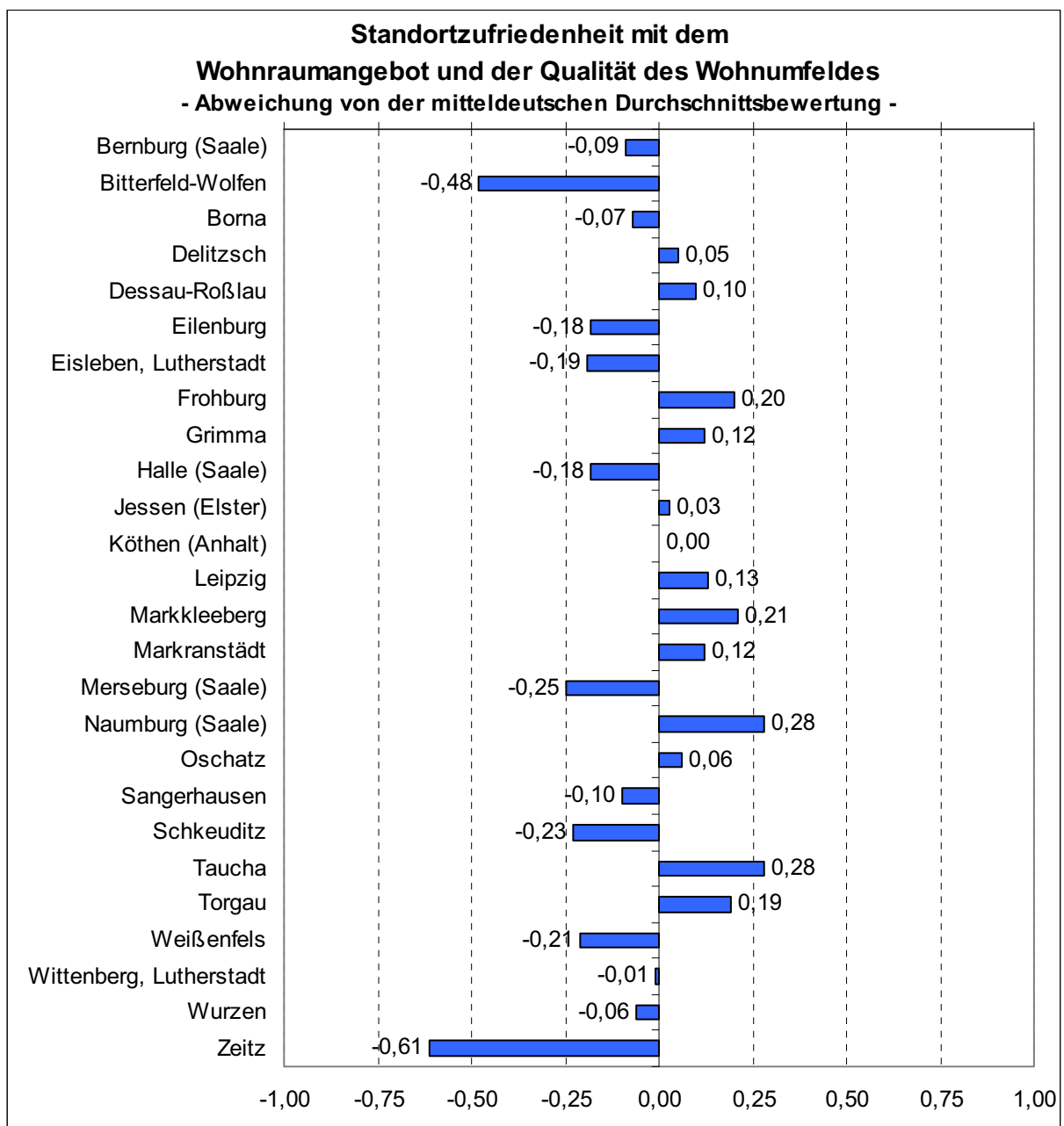
Die Unternehmen Mitteldeutschlands sind mit der medizinischen Versorgung überwiegend zufrieden. Mit einem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,82 erreicht der Standortfaktor unter allen 28 Faktoren einen guten elften Rang. Bei diesem Standortmerkmal sind die Unterschiede zwischen den Städten wieder recht deutlich ausgeprägt. Eine hohe Zufriedenheit erreichen die Städte Frohburg, Borna und Taucha. Deutlich unter dem mitteldeutschen Durchschnitt liegen die Unternehmensbewertungen für die Städte Jessen, Zeitz, Bitterfeld-Wolfen, Eilenburg, Wittenberg und vor allem für Sangerhausen.



4.8.3. Wohnen und Qualität des Wohnumfeldes

Von hoher Bedeutung für die Attraktivität eines Standortes sind sowohl das Wohnungsangebot als auch die Qualität des Wohnumfeldes, die sich auf die Erschließung und Gestaltung des öffentlichen Raums in Wohnvierteln bezieht. Zu nennen sind hier insbesondere verkehrsberuhigte Zonen, die Anlage von Grünflächen und Fahrradwegen, die Einrichtung von Spielplätzen und die Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr. Im Ergebnis der Befragung wiesen die Unternehmen diesem Standortfaktor Rang 8 der Wichtigkeitsskala zu.

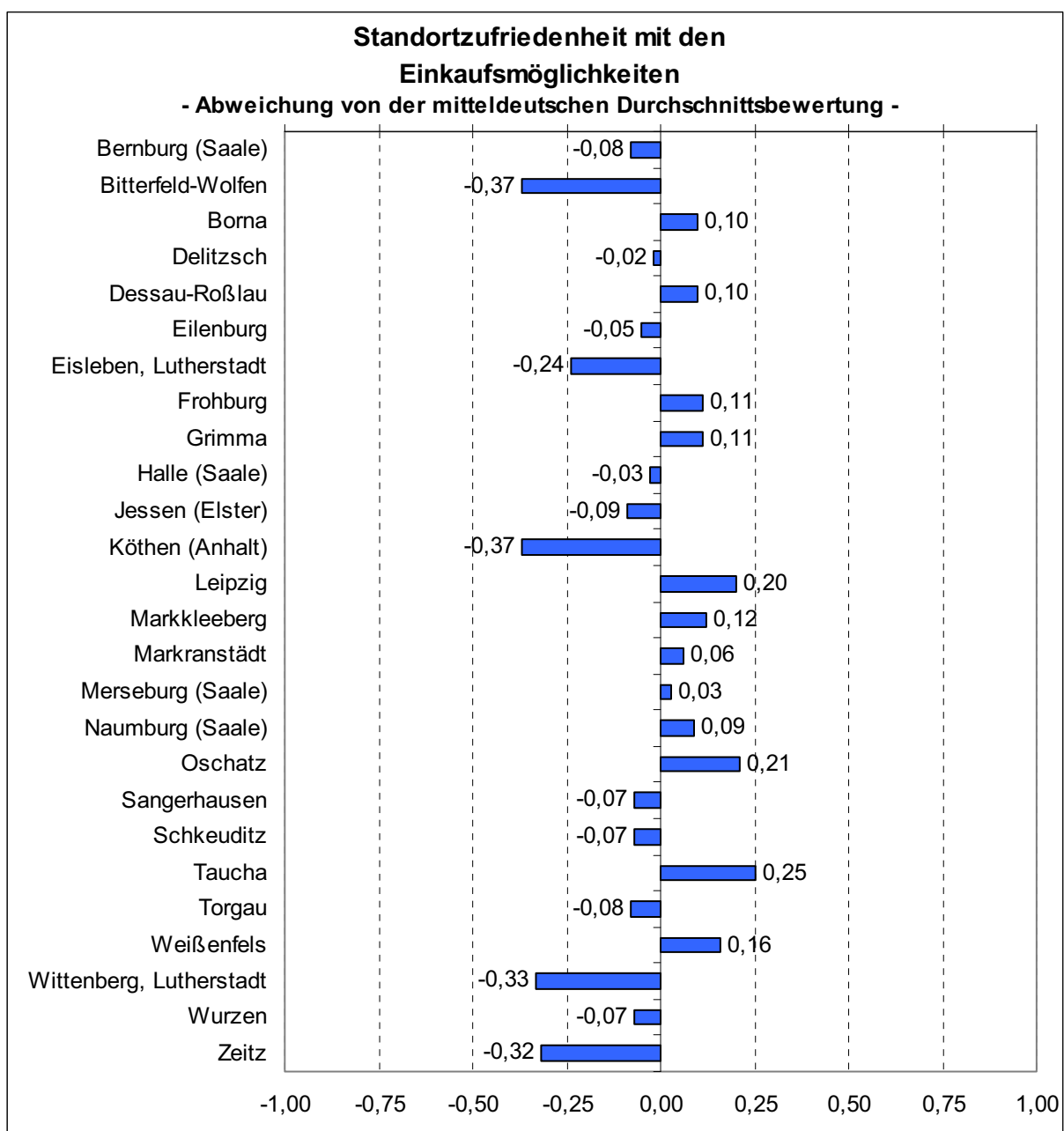
Auch hinsichtlich der Zufriedenheit kann das Ergebnis überzeugen. Mit 2,88 erreicht die durchschnittliche Zufriedenheit einen durchaus positiven Wert und belegt damit Platz 7. Die besten Beurteilungen erhielt der Standortfaktor in den Städten Naumburg und Taucha. Weniger zufrieden sind die Unternehmen dagegen in Bitterfeld-Wolfen und Zeitz.



4.8.4. Einkaufsmöglichkeiten

Neben der Wohnraumsituation stellen funktionierende Nahversorgungsstrukturen für einen attraktiven Wohn- und Arbeitsort eine wichtige Grundlage dar. Die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen sollte dabei in unmittelbarer Nähe beziehungsweise in guter Erreichbarkeit gewährleistet sein. Hinsichtlich seiner Wichtigkeit rangiert dieser Standortfaktor auf Rang 15 und damit im Mittelfeld aller befragten Standortmerkmale.

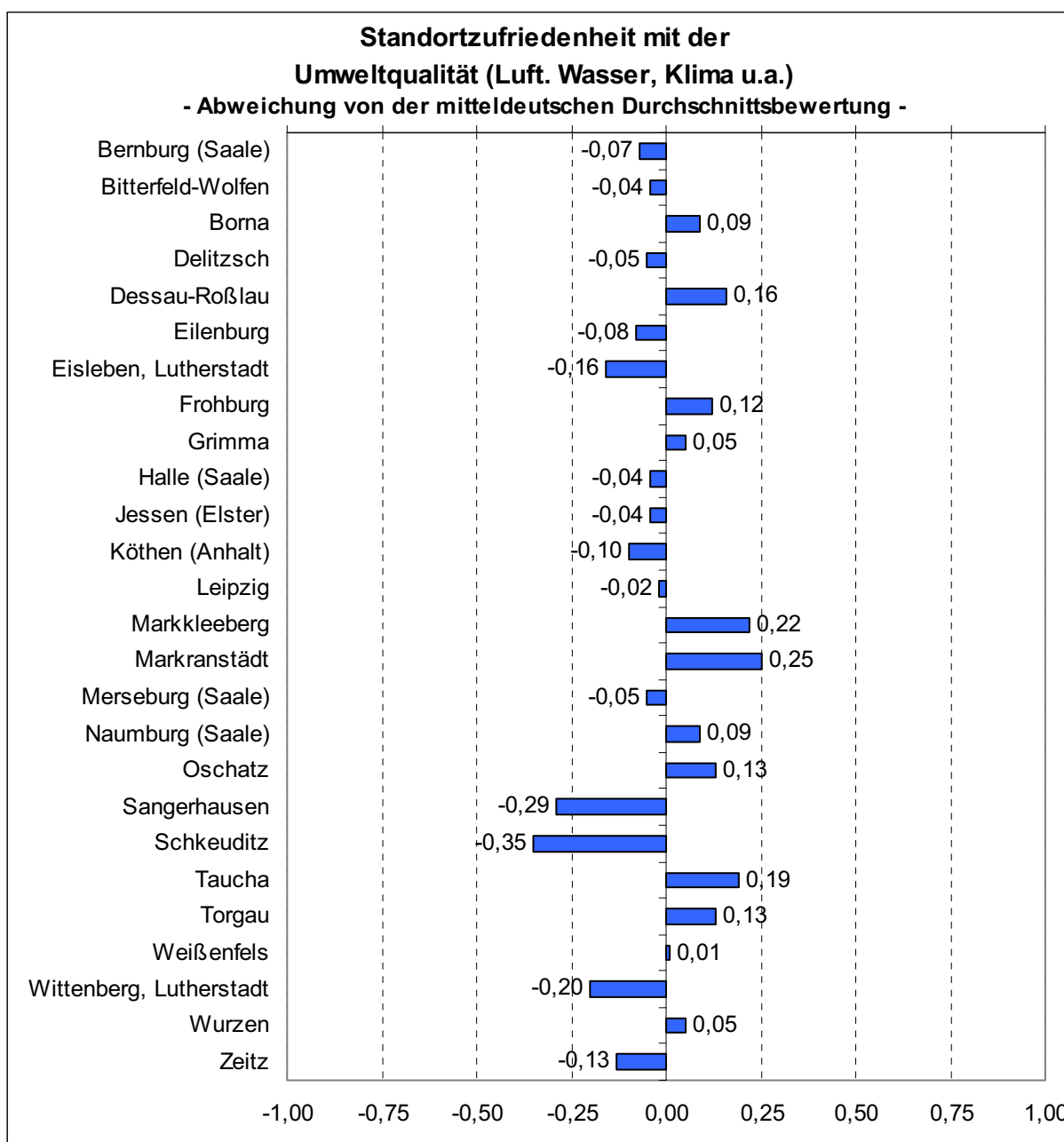
Bei der Zufriedenheitsbewertung erreicht der Standortfaktor „Einkaufsmöglichkeiten“ den zweiten Platz. Mit einem Durchschnittswert von genau 3,00 kann dieser Faktor durchaus zu den Standortvorteilen Mitteldeutschlands gezählt werden, wenngleich die Sortimentsbreite des Angebotes noch nicht immer überzeugen kann. Überdurchschnittliche Umfrageergebnisse erhielten die Städte Taucha, Oschatz und Leipzig. Einen gewissen Nachholbedarf lassen dagegen die Zufriedenheitsbewertungen für die Städte Bitterfeld-Wolfen, Köthen, Wittenberg und Zeitz vermuten.



4.8.5. Umweltqualität (Luft, Wasser, Klima)

Auch die Umweltqualität zählt für die Unternehmen Mitteldeutschlands zu den wichtigsten Standortkriterien. Gemeinsam mit dem Faktor Wohnen/Wohnumfeld belegt dieses Standortmerkmal Platz 8 in der Wichtigkeitsrangfolge. Dieser komplexe Standortfaktor umfasst die Bereiche wie Sauberkeit der Luft und des Wassers, Verkehrslärm, Grad der Verstädterung und Anteil der städtischen Park und Grünflächen.

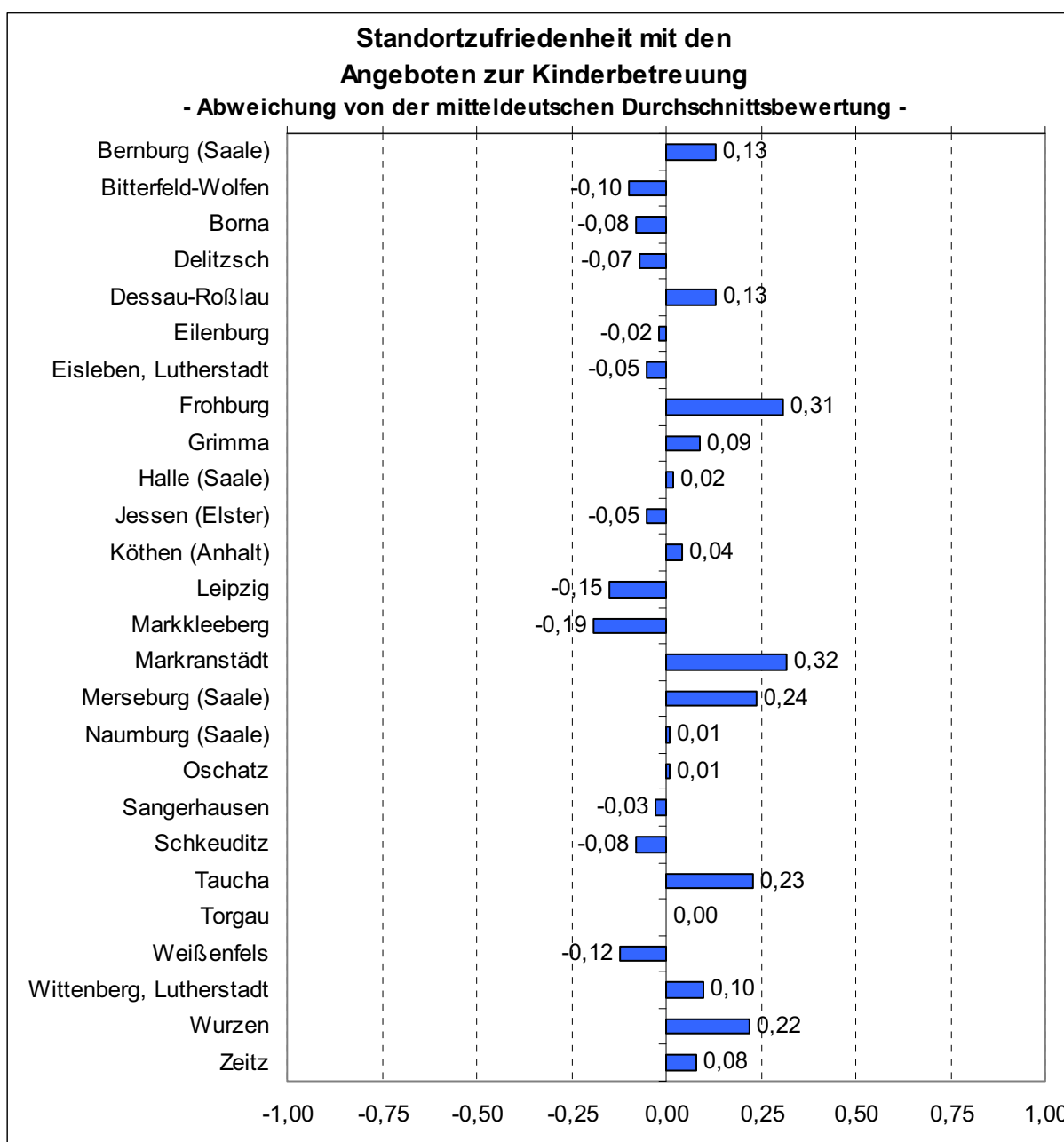
Erfreulicherweise zeigt der hohe Zufriedenheitswert von 2,99 für Mitteldeutschland, dass die Unternehmen hinsichtlich der Umweltqualität meist zufrieden sind. Mit Rang 3 bei der Zufriedenheit gehört auch die Umweltqualität eher zu den Stärken des mitteldeutschen Raumes. Die lokalen Unterschiede fallen für diesen Faktor geringer aus als bei anderen weichen Standortfaktoren. Im positiven Sinne heben sich die Bewertungen für Markranstädt und Markkleeberg hervor. Für Schkeuditz und Sangerhausen weisen die Unternehmensbewertungen dahingehend noch auf vorhandene Defizite hin.



4.8.6. Angebote zur Kinderbetreuung

Im regionalen Wettbewerb um Arbeitskräfte treten Familienfreundlichkeit und insbesondere die Kinderbetreuung verstärkt in den Fokus. Auch bei der auftragsbedingten Flexibilisierung der Arbeitszeit spielt die Kinderbetreuung bzw. die Vereinbarkeit von Beruf und Familie eine wichtige Rolle. Bezüglich der Wichtigkeit liegt dieser Standortfaktor auf Platz 18.

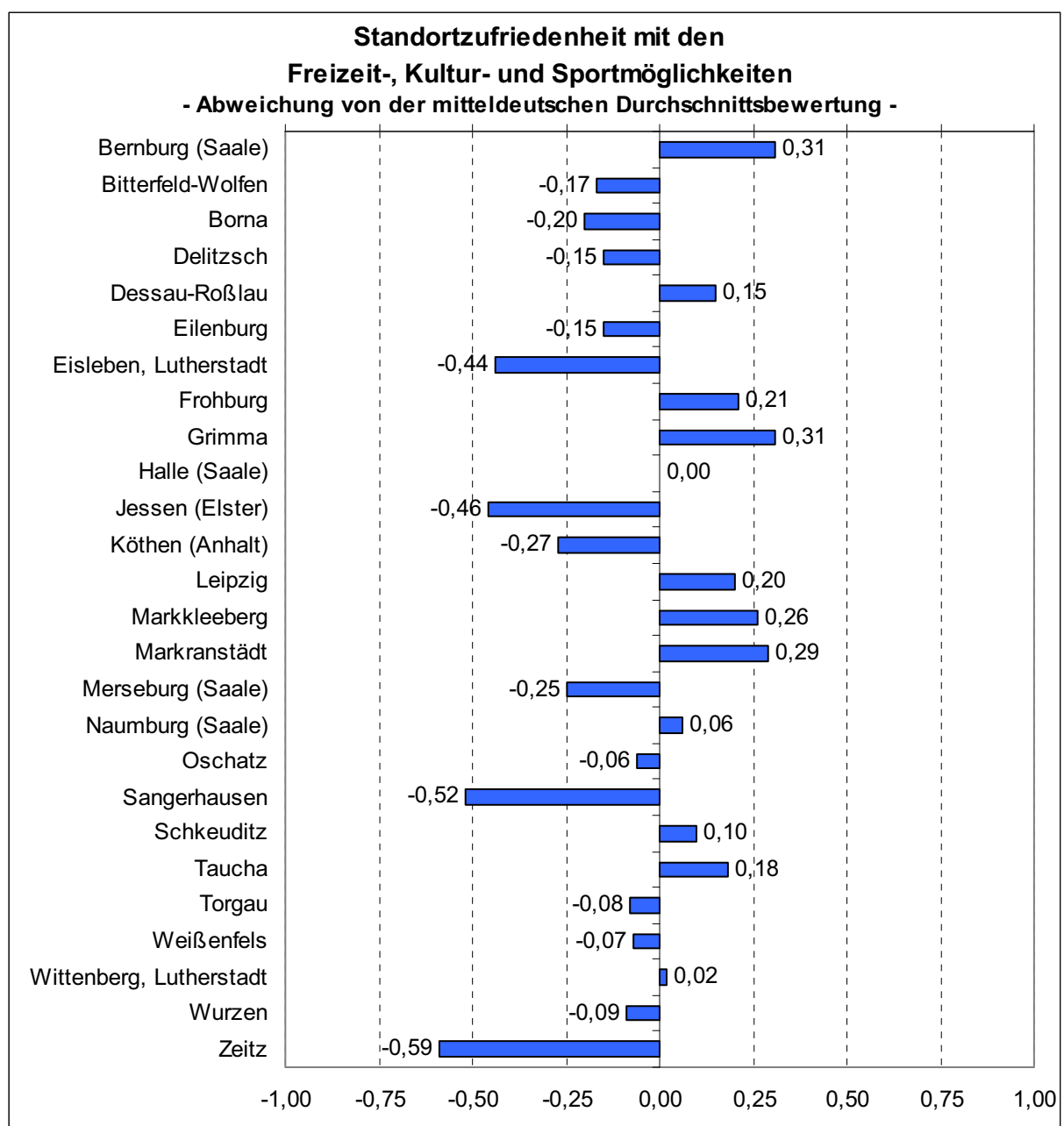
Im Schnitt erhält das Kinderbetreuungsangebot in Mitteldeutschland eine gute Bewertung. Mit einem Zufriedenheitswert von 2,87 kommt es unter allen Standortfaktoren auf Rang neun. Damit ist das gute Angebot zur Kinderbetreuung ebenfalls zu den positiven Standortmerkmalen Mitteldeutschlands zu zählen. Die Bewertung in den Städten schwankt nur gering. Am günstigsten beurteilen die Unternehmen die Betreuungssituation in den Städten Frohburg und Markranstädt. In Markkleeberg und Leipzig ist die Zufriedenheit mit den Angeboten aufgrund bestimmter eher großstadtspezifischer Defizite bei der institutionellen Kinderbetreuung (z. B. Öffnungszeiten, Distanz der Einrichtung zum Wohnort) am geringsten.



4.8.7. Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten

Ein reichhaltiges Angebot an Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten steigert die Attraktivität einer Stadt. Damit stellt es für die Unternehmen Mitteldeutschlands einen „eher wichtigen“ Standortfaktor dar, wenngleich er im Gesamtranking nach der Wichtigkeit nur einen Platz im Mittelfeld (Platz 19) einnimmt.

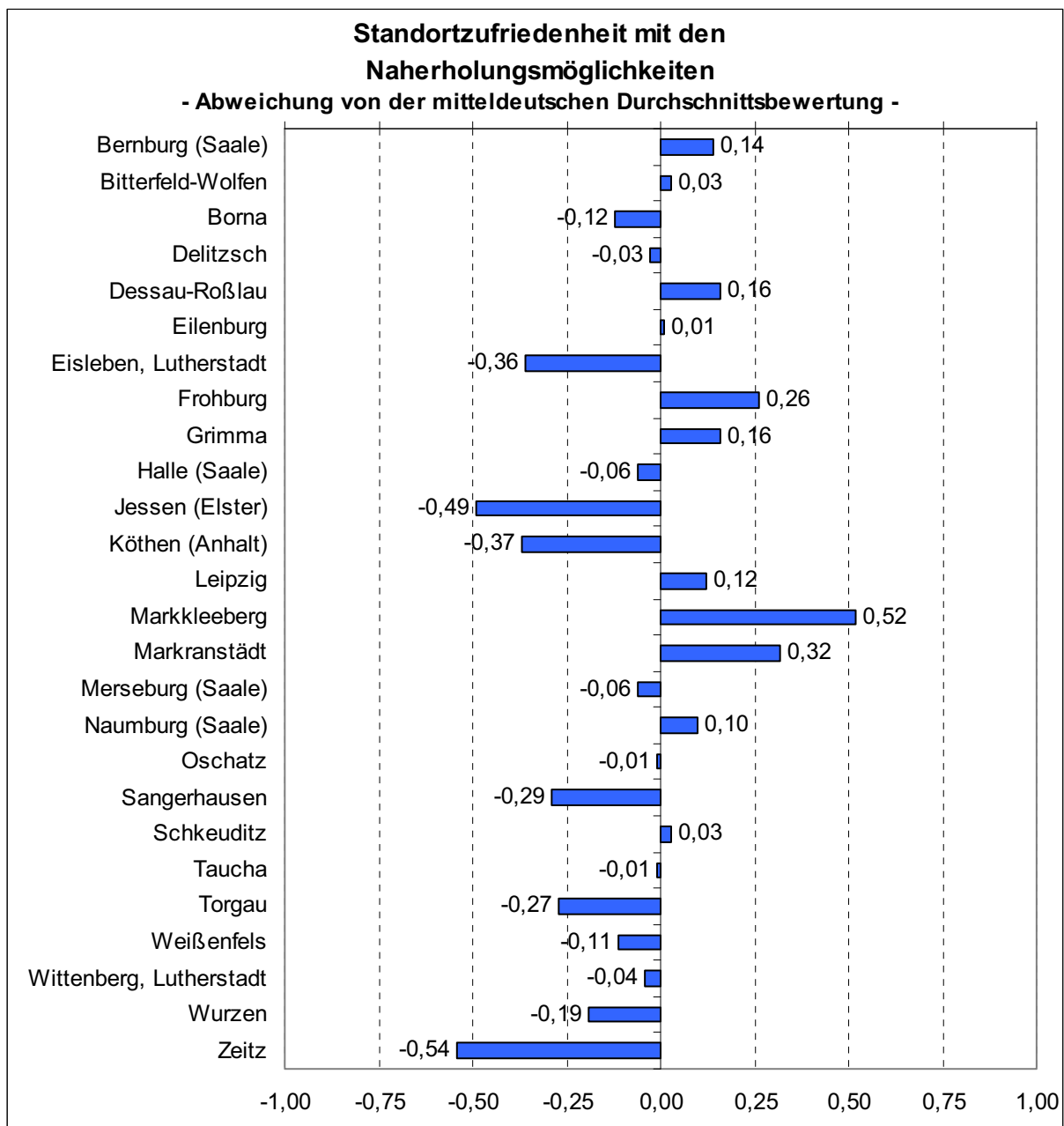
Insgesamt beurteilen die Unternehmen die Freizeit-, Kultur- und Sportmöglichkeiten als durchaus zufriedenstellend. Mit dem durchschnittlichen Zufriedenheitswert von 2,82 findet sich der Standortfaktor auf Rang 11 wieder. Im Gegensatz zur Kinderbetreuung ist die Schwankungsbreite der städtischen Bewertungen jedoch deutlich größer. So liegen die Zufriedenheitswerte für Bernburg, Grimma, Markranstädt und Markkleeberg deutlich über dem mitteldeutschen Durchschnitt. Auf der anderen Seite beurteilen die Unternehmen die Situation in den Städten Eisleben, Jessen, Sangerhausen und Zeitz deutlich skeptischer und sind „eher unzufrieden“.



4.8.8. Naherholungsmöglichkeiten

Der Standortfaktor Naherholung steht in enger Beziehung zum Faktor Freizeitangebot, da sich beide einander bedingen können. Er ist als Imagefaktor für die Stadt und die Bürger von zentraler Bedeutung. Dieser Aspekt wird für Unternehmen im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitsplätze immer wichtiger, denn qualifizierte Fachkräfte folgen bevorzugt Arbeitsangeboten in Regionen mit hohem Erholungs- und Freizeitwert. Bei der Wichtigkeit liegt der Faktor hinter den Freizeit-, Kultur- und Sportangeboten auf Rang 20.

Die Naherholungsmöglichkeiten in Mitteldeutschland werden von den ansässigen Unternehmen sehr positiv eingeschätzt. Der durchschnittliche Zufriedenheitswert liegt bei 2,99. Damit teilt sich der Standortfaktor mit der Umweltqualität den dritten Rang. Somit sind auch die Naherholungsmöglichkeiten insgesamt zu den Standortvorteilen Mitteldeutschlands zu zählen. Die spezielle Situation in den einzelnen Städten unterscheidet sich dabei durchaus. So erreicht die Unternehmensbewertung in den Städten Markkleeberg, Markranstädt und Frohburg sogar den Wertebereich „sehr zufrieden“. Im Gegensatz dazu sind die Firmen in Jessen, Köthen, Eisleben und Zeitz mit der Situation vor Ort deutlich unzufriedener.



5. Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Die Standortumfrage der mitteldeutschen Industrie- und Handelskammern sowie Handwerkskammern zeigt aus Sicht der Unternehmen Stärken und Schwächen der Region insgesamt als auch einzelner Städte auf. Sie ist deshalb ein geeignetes Instrument, um Handlungsnotwendigkeiten und -schwerpunkte der nächsten Zeit zu identifizieren. Dabei ist zwischen den verschiedenen Standortfaktoren zu unterscheiden: Einige werden von den Gemeinden direkt beeinflusst, wie z. B. kommunale Steuern, Gebühren und Beiträge (Abgaben), Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung und einige „weiche“ Standortfaktoren. Andere können nur wenig oder indirekt gestaltet werden, wie z. B. Bildung und Arbeitsmarkt. Die Beurteilung dieser Standortfaktoren zeigt letztlich, welches Bild die Unternehmen von den Städten und Regionen haben und nach außen tragen.

Bei der Analyse der Ergebnisse fällt auf, dass Faktoren mit unmittelbaren finanziellen Auswirkungen auf die Unternehmen als besonders wichtig empfunden werden. Zugleich zeigt sich, dass die Unzufriedenheit mit diesen Faktoren, wie z. B. den Energiepreisen und den kommunalen Abgaben, besonders hoch ist. Bei der Festlegung der Höhe der Abgaben ist deshalb von den Städten mehr auf die Auswirkungen auf die örtliche Wirtschaft zu achten. Mit den daraus erzielten Einnahmen sind von den Kommunen primär Leistungen zu finanzieren, die zur Erhöhung der Standortqualität beitragen. Die Festlegung der Hebesätze sowie der Beitrags- und Gebührensatzungen muss stets im Dialog mit den Betroffenen erfolgen. Angesichts der Umfrageergebnisse sollte die Belastungsintensität der Unternehmen nicht weiter erhöht werden. Im Gegenteil – eine Senkung der Abgabenlast ist vielerorts angezeigt. Um die dafür notwendigen finanziellen Spielräume zu schaffen, sind neben den Kommunen selbst (strengeres Kostencontrolling) auch der Bund und die Länder gefragt. So muss im Rahmen des kommunalen Finanzausgleichs sichergestellt werden, dass die Städte und Gemeinden entsprechend der von ihnen zu erfüllenden Aufgaben angemessen unterstützt werden. Die den Kommunen vor allem im sozialen Bereich zusätzlich übertragenen Aufgaben erfordern entsprechend höhere Zuweisungen. Ansonsten besteht die Gefahr, dass Mitteldeutschlands Städte und Gemeinden die Fehlbeträge durch die Erhöhung von Abgaben auf Kosten der Wirtschaft kompensieren.

Ein wichtiges Handlungsfeld, welches sich aus den Befragungsergebnissen ergibt, ist das Stadtimage. Dort kann kommunales Handeln die Einschätzung durchaus beeinflussen, was sich auch in der sehr unterschiedlichen Bewertung von Städten mit ähnlichen Strukturen, wie z. B. von Leipzig und Halle, widerspiegelt. Weitere weiche Standortfaktoren, die nicht unwesentlich zur Standortzufriedenheit beitragen und die in den untersuchten Städten sehr unterschiedlich bewertet werden, sind die Qualität des Wohnumfeldes sowie die Umweltqualität. Erste Ansatzpunkte für die Gemeinden, um diese Standortfaktoren positiv zu beeinflussen, sind z. B. die Verbesserung von Ordnung und Sauberkeit und die Beseitigung von „Schandflecken“, gerade in den Innenstädten.

Als aktuell wichtigster Standortfaktor erweist sich die Breitbandanbindung. Zwar ist diesbezüglich die Zufriedenheit der Unternehmen relativ hoch. Einzelne „weiße Flecke“ in den Städten und besonders im ländlichen Raum sind gleichwohl noch abzudecken. Hierzu bietet sich die Nutzung von alternativen, z. B. funkgestützten, Lösungen an.

Zu den Standortfaktoren, mit denen die Betriebe meist zufrieden sind, gehören auch die Verkehrsanbindung und die Erreichbarkeit der Verwaltung für die Unternehmen. Hier sind in den vergangenen Jahren viele Defizite und Mängel beseitigt worden. Die Unterhaltung der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur bleibt jedoch eine stetig zu erledigende Aufgabe, genauso wie die Qualitätssicherung in der Verwaltungsarbeit.

Wichtige Hinweise für die praktische Politik ergeben sich auch aus der Tatsache, dass manche Standortfaktoren als weniger wichtig eingeschätzt werden. Dazu zählt etwa die Frage der Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen. So wird die Notwendigkeit der breiten Verfügbarkeit von qualifizierten Fachkräften (Facharbeiter, Meister) durch die Unternehmen deutlich stärker

betont als die von Forschern und Hochschulabsolventen, wo nur punktuell (vor allem in der Industrie) größerer Bedarf herrscht. In der Konsequenz hat die Bildungspolitik für Ausgewogenheit zwischen Spitzen- und Breitenqualifizierung zu sorgen.

Standortfaktoren	Wichtigkeit				Zufriedenheit			
	sehr wichtig	wichtig	eher unwichtig	unwichtig	sehr zufrieden	eher zufrieden	eher unzufrieden	völlig unzufrieden
Kommunale Steuern und Abgaben								
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"/>
Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung								
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"/>
Dauer von 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"/>
Weiche Standortfaktoren								
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"/>
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"/>
Wohnen 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"/>

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

.....

.....

.....

5. Anregungen zur Lösung der in Frage 4 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:.....@.....

