

Wer ist die Schönste im ganzen Land?

Region Trier im Spiegel der Unternehmensurteile

Standortumfrage 2016



Impressum

Herausgeber

Initiative Region Trier e.V. (IRT)
Herzogenbuscher Straße 12, 54292 Trier

in Kooperation mit:
Industrie- und Handelskammer Trier (IHK)
Handwerkskammer Trier (HWK)

Verantwortlich:
Dr. Joachim Streit, Vorsitzender IRT

Redaktion und Ansprechpartner

Christian Fisch, Forschungsstelle Mittelstand an der Universität Trier
Universitätsring 15, 54296 Trier
Tel.: 0651/201-3033, E-Mail: cfisch@uni-trier.de

in Kooperation mit

Dr. Matthias Schmitt, Industrie- und Handelskammer Trier
Herzogenbuscher Straße 12, 54292 Trier
Tel.: 0651/9777-901, E-Mail: schmitt@trier.ihk.de

Dr. Matthias Schwalbach, Handwerkskammer Trier
Loebstraße 18, 54292 Trier
Tel.: 0651/207-352, E-Mail: mschwalbach@hwk-trier.de

Gestaltung

Nicole Wollscheid, nw Gestaltung, Trier

Druck

Tri-Sign - Druck & Werbestudio
Bahnhofsplatz 8, 54292 Trier

Bildnachweise

Fotolia - RAW: S. 8 / portaflyg: S. 10 / Christopher Arnoldi: S. 12,26
IHK Trier: S. 14 / HWK Trier: S. 15,21,24,27,34,35
Fotolia - ProMotion: S. 16 / Fotolia - Andrey Popov: S. 18 / Fotolia - Yingko: S. 19
Krämer Orthopädie GmbH - www.StudioLaMagica.de: S. 17
Nicole Wollscheid: S. 23,28, Infografiken

Trotz sorgfältiger Bearbeitung können wir für die Richtigkeit der in diesem Bericht
enthaltenen Daten und Informationen keine Gewähr übernehmen.

1. VORWORT	4
2. WICHTIGE ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK	5
3. DATENGRUNDLAGE UND METHODISCHE ERLÄUTERUNGEN	6
4. ALLGEMEINE STANDORTATTRAKTIVITÄT	7
5. BEWERTUNG DER REGIONALEN STANDORTEFAKTOREN	9
5.1 VERKEHRLICHE ERREICHBARKEIT ÜBER DAS STRASSENNETZ	11
5.2 VERKEHRLICHE ERREICHBARKEIT ÜBER ANDERE VERKEHRSTRÄGER	12
5.3 ÖPNV-ANGEBOT	13
5.4 ERREICHBARKEIT VON ABSATZMÄRKTEN UND KUNDEN	13
5.5 VERFÜGBARKEIT VON GEWERBEFLÄCHEN UND -IMMOBILIEN	14
5.6 KOSTEN-/MIETNIVEAU VON GEWERBEFLÄCHEN UND -IMMOBILIEN	15
5.7 BREITBAND- UND INTERNETVERSORGUNG	16
5.8 VERFÜGBARKEIT VON FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN	17
5.9 NIVEAU VON ARBEITS- UND PERSONALKOSTEN	18
5.10 UNTERNEHMENSORIENTIERUNG DER VERWALTUNGEN	19
5.11 QUALITÄT, TRANSPARENZ UND SCHNELLIGKEIT VON GENEHMIGUNGSVERFAHREN	20
5.12 NIVEAU KOMMUNALER STEUERN, GEBÜHREN UND ABGABEN	20
5.13 ANGEBOT ALLGEMEIN- UND BERUFSBILDENDER SCHULEN	21
5.14 WEITERBILDUNGSANGEBOTE	22
5.15 ANGEBOT AN KINDERBETREUUNGSEINRICHTUNGEN	22
5.16 ALLGEMEINE LEBENS- UND AUFENTHALTSQUALITÄT	23
5.17 EINZELHANDELS- UND DIENSTLEISTUNGSANGEBOTE	25
5.18 KULTUR-, FREIZEIT- UND SPORTANGEBOTE	25
5.19 IMAGE DES REGIONALEN UMFELDS	26
5.20 UNTERNEHMENSFREUNDLICHKEIT DES STANDORTKLIMAS	27
6. STANDORTBEWERTUNGEN IM KREISVERGLEICH	28
6.1 EIFELKREIS BITBURG-PRÜM	29
6.2 LANDKREIS BERNKASTEL-WITTlich	30
6.3 LANDKREIS TRIER-SAARBURG	31
6.4 LANDKREIS VULKANEIFEL	32
6.5 STADT TRIER	33
7. FRAGEBOGEN	36

Jede Region ist darauf angewiesen, dass es dort genügend qualifizierte Unternehmen und Fachkräfte gibt. Die Entscheidung für eine bestimmte Region ist wesentlich davon abhängig, wie gut die Standortfaktoren vor Ort sind. Wie ist es diesbezüglich um die Region Trier bestellt?

2013 stellte die IHK Trier diese Frage ihren Mitgliedsunternehmen. 2016 ist nun eine erneute Befragung durchgeführt worden, diesmal unter zusätzlicher Beteiligung der Handwerksunternehmen sowie weiterer Betriebe. Mehr als 800 Unternehmer haben sich an der Umfrage beteiligt, sodass aussagefähige und belastbare Ergebnisse vorliegen.

Die Umfrage wurde von der Initiative Region Trier e. V. (IRT) in Auftrag gegeben. Die Konzeption, Durchführung und Auswertung lag bei der Forschungsstelle Mittelstand der Universität Trier in Kooperation mit IHK und HWK Trier.

Wie schon bei der Befragung vor drei Jahren bewerten die Unternehmen im Durchschnitt die Standortqualität unserer Region mit „voll befriedigend“. Das ist kein schlechter Wert, geht aber besser. Insbesondere bei der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften sowie der Breitbandversorgung sehen die Unternehmer Verbesserungsbedarf. Aber auch die kommunalen Abgaben, die Unternehmerfreundlichkeit der Verwaltungen sowie die Verkehrsanbindung sind Themenfelder mit Handlungsdruck.

Dieser Bericht zeigt klar auf, welche Herausforderungen wir bewältigen müssen, um die Region Trier im Wettbewerb mit anderen Gebieten fit und damit zukunftsfähig zu machen. Gemeinsam wollen wir im Rahmen der IRT diese Aufgaben angehen.

Dr. Joachim Streit
Vorsitzender der Initiative Region Trier e.V.
Landrat des Eifelkreises Bitburg-Prüm

An der im Sommer 2016 durchgeführten Befragung der Initiative Region Trier haben sich 833 regionale Unternehmen mit etwa 31.000 Beschäftigten beteiligt und die Region in Bezug auf ihre Standortattraktivität beurteilt.

Insgesamt würden 68 Prozent der befragten Unternehmen ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen. Die Befragten geben ihrem Unternehmensstandort im Durchschnitt die Schulnote 2,6. Im Detail bewerten 55 Prozent der Unternehmen den Standort als „sehr gut“ oder „gut“, 30 Prozent „befriedigend“. Neben diesen eher positiven Bewertungen vergeben 10 Prozent der Unternehmen die Note „ausreichend“ und fünf Prozent die Bewertungen „mangelhaft“ beziehungsweise „ungenügend“.

Die Standortfaktoren mit der höchsten Wichtigkeit sind die Versorgung mit Breitbandinfrastruktur sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz, gefolgt von der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften. Die geringste Wichtigkeit kommt dem ÖPNV-Angebot sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als der Straße zu.

In Bezug auf die Zufriedenheit mit den einzelnen Standortfaktoren zeigen sich die befragten Unternehmen am zufriedensten mit der allgemeinen Lebens- und Aufenthaltsqualität sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit über das Straßennetz. Stark unzufrieden zeigen sich die Befragten hingegen mit dem ÖPNV-Angebot sowie der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften.

Vergleichsweise große Unterschiede zwischen der Einschätzung von (hoher) Wichtigkeit und (niedriger) Zufriedenheit herrschen bei der Breitbandversorgung sowie der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften. Beide Faktoren wurden als (sehr) wichtig eingeschätzt, jedoch mit einer nur geringen Zufriedenheit bewertet. Bei diesen Faktoren besteht demnach der dringendste Handlungsbedarf, um die Standortattraktivität zu erhöhen.

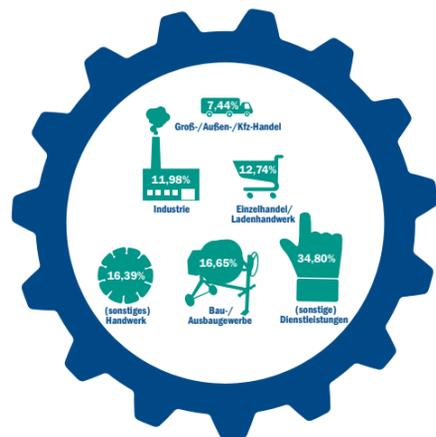
Eine weitere Differenzierung der Antworten nach Mitarbeiterzahl, Branche oder Standort zeigt nur geringe Abweichungen zwischen den jeweiligen Gruppen, die sich meist im Rahmen einer halben Notenstufe bewegen. Die Region Trier präsentiert sich aus Unternehmenssicht in ihrer Standortattraktivität also recht homogen.

3. DATENGRUNDLAGE UND METHODISCHE ERLÄUTERUNGEN

Nach der Standortumfrage der Industrie- und Handelskammer Trier vom Herbst 2013 hat die Initiative Region Trier in Kooperation mit der IHK Trier und der Handwerkskammer Trier sowie der Forschungsstelle Mittelstand der Universität Trier im Sommer 2016 eine weitere umfangreiche regionale Unternehmensumfrage durchgeführt. Im Rahmen der Befragung konnten die Firmen 20 Standortfaktoren nach deren Wichtigkeit sowie der Zufriedenheit mit diesen Faktoren bewerten.

Insgesamt haben sich 833 regionale Unternehmen mit rund 31.000 Beschäftigten an der Umfrage beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von etwa 16 Prozent. Im Zuge der Umfrage wurden neben 3.500 IHK-Mitgliedsunternehmen diesmal auch 1.500 Mitgliedsunternehmen der HWK sowie ausgewählte Unternehmen des Gesundheitssektors postalisch angeschrieben. Die vorliegende Untersuchung orientiert sich sowohl auf die Datenerhebung als auch in Bezug auf die Datenauswertung an der Unternehmensumfrage von 2013 und ermöglicht so, neben der aktuellen Betrachtung, grundsätzlich auch einen Vergleich mit den Antworten von 2013.

Unternehmen nach Branchen



Die Auswertung der 833 per Fax, Post oder elektronisch zurückgesandten Fragebögen erfolgte in Excel. Die im Folgenden angegebenen Prozentangaben beziehen sich jeweils auf die „validen Fälle“, das heißt fehlende Angaben wurden nicht berücksichtigt. Die jeweiligen Antwortkategorien summieren sich damit immer zu 100 Prozent auf, während die Zahl der Antworten pro Frage von 833 abweichen kann. Eine Verzerrung durch Nichtbeant-

wortung einzelner Fragen ist jedoch nicht zu erwarten, da die jeweiligen Quoten der Antwortausfälle meist im niedrigen einstelligen Prozentbereich liegen.

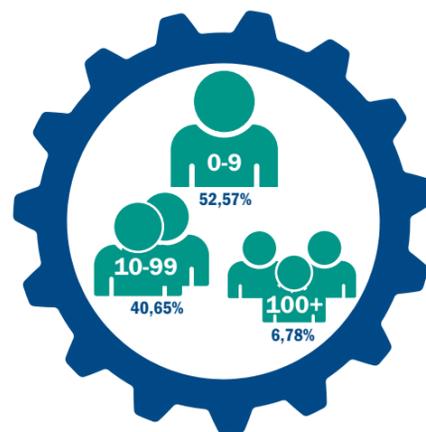
Der vorliegende Bericht ist nicht als wissenschaftlich-wirtschaftsstatistische Analyse der Standortfaktoren angelegt. Vielmehr steht bei dieser Umfrage das Ziel im Vordergrund, ein authentisches Meinungsbild der ansässigen Unternehmen über die regionale Standortattraktivität zu erhalten, da von deren Einschätzungen die Bereitschaft abhängt, Investitionen am Standort Region Trier zu tätigen und Arbeitsplätze zu schaffen. Um dem Leser die Orientierung zu erleichtern, wurden die Bewertungen auf einer 6er-Skala in Form der allgemein bekannten Schulnoten vorgenommen. Niedrige Werte zeigen folglich immer eine positive Einschätzung, während hohe Werte eine negative Bewertung widerspiegeln.

Um einen detaillierteren Überblick über die Unternehmen zu erhalten, die sich an der Umfrage beteiligt haben, zeigen die Grafiken zunächst eine Differenzierung der antwortenden Betriebe nach Beschäftigtenzahl, Branche und räumlicher Herkunft. Insgesamt belegen die sich ergebenden Verteilungen eine durchaus hohe Aussagekraft der Ergebnisse für die repräsentierte regionale, mittelständisch geprägte Wirtschaft, da diese in etwa der tatsächlichen Verteilung der Unternehmen in der Region entsprechen.

Wie die nebenstehenden Abbildungen verdeutlichen, handelt es sich bei rund 52,6 Prozent der Befragten um Kleinunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten. Etwa 40,7 Prozent sind als mittlere Unternehmen mit zehn bis 99 Beschäftigten einzustufen, während knapp sieben Prozent der Befragten 100 oder mehr Mitarbeiter aufweisen und damit in der vorliegenden Auswertung als große Unternehmen gelten. Im Durchschnitt beschäftigten die Unternehmen etwa 39 Mitarbeiter. Knapp 35 Prozent der teilnehmenden Unternehmen kommen aus dem Dienstleistungsbereich, jeweils knapp 17 Prozent aus den Sektoren Handwerk beziehungsweise Bau- und Ausbaugewerbe, jeweils 12 Prozent aus Einzelhandel und Industrie und etwa sieben Prozent aus Groß-, Außen-, Kfz-Handel und Handelsvermittlung.

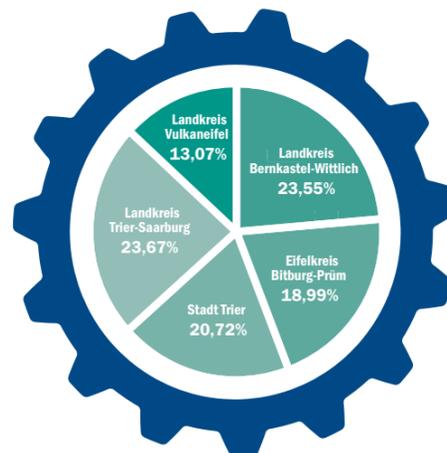
Auch in Bezug auf die räumliche Struktur der antwortenden Betriebe zeigt sich eine ausgewogene Verteilung über die verschiedenen Kreise hinweg. Mit jeweils

Unternehmen nach Mitarbeiterzahl



23,5 Prozent stellen Trier-Saarburg und Bernkastel-Wittlich die Landkreise mit den meisten antwortenden Betrieben dar. Etwa 20,5 Prozent der Unternehmen haben ihren Unternehmenssitz in der Stadt Trier, während 19 Prozent der Unternehmen im Eifelkreis Bitburg-Prüm ansässig sind. Gut 13 Prozent der Betriebe sind im Landkreis Vulkaneifel angesiedelt. Die Differenzierung nach dem Unternehmensstandort erlaubt Rückschlüsse darauf, ob bestimmte Standortfaktoren Veränderungen auf kleinräumiger Ebene unterliegen. Zu beachten ist hierbei, dass aus sich gegebenenfalls zeigenden Unterschieden nicht direkt auf einen Erfolg oder Misserfolg der für den jeweiligen Kreis verantwortlichen politischen Ebenen geschlossen werden kann. Wichtige Standortfaktoren entziehen sich der Gestaltung auf kommunaler Ebene, wie beispielsweise die überregionale Verkehrsinfrastruktur.

Unternehmen nach Kreisen



Standortumfrage 2016

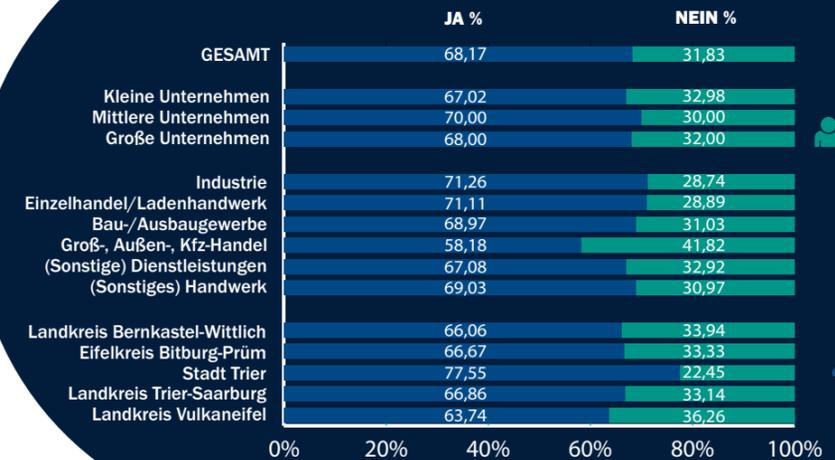
4. ALLGEMEINE STANDORTATTRAKTIVITÄT

Zunächst wurden die befragten Unternehmen gebeten, anzugeben, ob sie ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen würden. Durch diese Frage wird eine allgemeine Einschätzung der Standortattraktivität durch die Befragten erhoben. Wie in der Abbildung zu erkennen ist, fällt die Beantwortung dieser Frage nur mittelmäßig positiv aus. Insgesamt würden (wie bereits im Jahr 2013) etwa sieben von zehn befragten Unternehmen (68 Prozent) ihren Standort in der Region Trier weiterempfehlen und sind mit dem Standort und den vorherrschenden Bedingungen weitgehend zufrieden. Auch wenn die Region Trier demnach überwiegend als ein wirtschaftlich attraktiver Standort angesehen wird, sind für 32 Prozent, die den Standort nicht an ein befreundetes Unternehmen weiterempfehlen würden, offenbar deutliche Verbesserungen bei den regionalwirtschaftlichen Rahmenbedingungen notwendig, um die Attraktivität zu erhöhen.

Eine Differenzierung der Ergebnisse nach der Unternehmensgröße, der Branche oder dem Landkreis offenbart in Einzelfällen Unterschiede zwischen den Einschätzungen der Befragten. Mitunter erhebliche Abweichungen von der Weiterempfehlungsrate von 68 Prozent ergeben sich bei einer Differenzierung nach Branche und Standort. Bezogen auf die einzelnen Branchen zeigen sich Industrieunternehmen und Einzelhändler als am stärksten von ihrem Unternehmensstandort überzeugt: Jeweils 71 Prozent würden ihren Standort weiterempfehlen. Wirkt diese hohe Weiterempfehlungsquote zunächst zufriedenstellend, muss in einem weiteren Schritt jedoch angemerkt werden, dass 2013 noch 80 Prozent der Einzelhändler eine Standortempfehlung ausgesprochen hätten. Dieser doch relativ starke Verlust von immerhin neun Prozentpunkten wirft Fragen auf. In den anderen Wirtschaftssektoren liegt die Zustimmungskategorie bei gut zwei Dritteln. Auffallend hoch ist die Ablehnungsquote des Groß-, Außen- und Kfz-Handels. Hätten im Jahr 2013 noch ca. 67 Prozent der Befragten dieser Branchen ihren Unternehmensstandort weiterempfohlen, ist der Wert 2016 auf nur noch 58 Prozent gesunken.

Aus räumlicher Sicht zeigen sich nach wie vor die im Landkreis Vulkaneifel ansässigen Unternehmen mit einer Nichtempfehlungsquote von 36 Prozent vergleichsweise unzufrieden. In den übrigen Landkreisen liegt diese bei rund einem Drittel. Am besten schneidet hier die Stadt Trier ab, in der lediglich 22 Prozent den eigenen Standort nicht weiterempfehlen würden. Offensichtlich sind also Agglomerationsvorteile größerer Verdichtungsräume – etwa eine bessere Infrastruktur und Breitbandversorgung – aus Unternehmenssicht ein nicht zu unterschätzender Standortvorteil. Bekräftigt wird diese Interpretation der Ergebnisse durch den Vergleich mit den Ergebnissen der Standortumfrage des Jahres 2013:

Weiterempfehlung des eigenen Standorts an befreundete Unternehmer



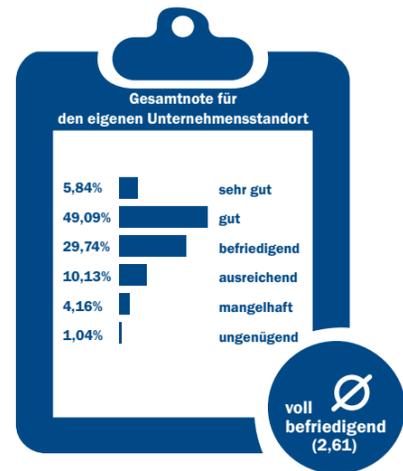
Hier lehnten noch etwa 27 Prozent der befragten Unternehmen in Trier eine Empfehlung ab, was aber auch bereits damals einen überdurchschnittlich guten Wert darstellte. Eine Differenzierung der Antworten nach Unternehmensgröße ergibt nur marginale Unterschiede: Mittlere Unternehmen geben ein leicht positiveres Votum als Klein- und Großbetriebe ab.

Um stärker differenzierte Informationen über die Bewertung des regionalen Standorts zu erhalten, wurden die Befragten gebeten, die allgemeine Standortattraktivität auf einer Schulnotenskala von 1 für „sehr gut“ bis 6 für „ungenügend“ zu bewerten. Neben dieser allgemeinen Beurteilung der Standortattraktivität wurden die Wichtigkeit und Zufriedenheit der Unternehmen mit 20 ausgewählten Standortfaktoren ebenfalls auf einer sechsstufigen Skala von 1 für „sehr wichtig“ bis 6 für „unwichtig“ bewertet. Die durchschnittliche Zufriedenheitsbewertung für den Wirtschaftsstandort Region Trier liegt bei 2,6 oder „voll befriedigend“. Die Abstufung nach Schulnoten ergibt damit ein insgesamt positiveres Bild als die etwas zugespitzte Frage nach der Bereitschaft zur Weiterempfehlung des Standorts an einen befreundeten Unternehmer. Im Jahr 2013 wurde die regionale Standortattraktivität ebenfalls durchschnittlich mit 2,6 bewertet.

Mit etwa 55 Prozent bewertet mehr als die Hälfte der Befragten den Standort mit „sehr gut“ und „gut“ – wobei aber nur etwa sechs Prozent aller Unternehmen die Bestnote vergeben haben. Das Prädikat „befriedigend“ haben noch rund 30 Prozent der Befragten erteilt. Für ein Zehntel der Unternehmen ist die Zufriedenheit des Standortes allerdings nur „ausreichend“. Eindeutig schlechte Bewertungen mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“ vergibt nur jeder zwanzigste Betrieb aus der Region Trier. Analog zu 2013 zeigen sich mehr als 80 Prozent aller Befragten mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundsätzlich zufrieden. Weniger als jeder fünfte Betrieb attestiert dem Wirtschaftsstandort gravierende Mängel.

Standortumfrage 2016

4. ALLGEMEINE STANDORTATTRAKTIVITÄT



Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass die Unternehmensbewertungen nach den drei im Rahmen der Umfrage erhobenen Differenzierungskriterien Unternehmensgröße, Branche und räumlicher Standort nur wenig voneinander abweichen. Die Bewertungen kleiner, mittlerer und großer Unternehmen liegen weniger als zwei Zehntelpunkte auseinander. Die Standortzufriedenheit ist damit weitestgehend betriebsgrößenunabhängig. Die Branchendifferenzierung der Untersuchungsergebnisse ergibt im Hinblick auf die Gesamtbewertung des Standorts ebenfalls kaum Unterschiede. Hier bewegt sich das Notenspektrum in einem sehr

engen Bereich von 2,6 (Industrie) bis 2,7 (Groß-, Außen-, Kfz-Handel). Dabei wird allerdings auch hier ersichtlich, dass sich Groß-, Außen- und Kfz-Händler mit der Standortsituation unzufriedener zeigen als Betriebe anderer Branchen, auch wenn der Unterschied nach Schulnoten nur noch marginal ausfällt. Die Unterscheidung nach dem kreisbezogenen Standort zeigt etwas stärker ausgeprägte Bewertungsunterschiede. Mit der Note 2,3 wird die Stadt Trier signifikant besser bewertet als die Kreise, deren Noten in einer recht engen Bandbreite zwischen 2,6 und 2,7 liegen. Im Vergleich zur Vorgängerstudie zeigt sich hier ebenso wie in der Frage nach einer Weiterempfehlung des Standortes eine im Vergleich zu den Kreisen bessere Einschätzung der Stadt Trier durch die dort angesiedelten Unternehmen. Festzuhalten bleibt weiterhin, dass sich die

Ergebnisse im Vergleich zur Vorumfrage nur wenig verändert haben und somit

eine – aus Unternehmenssicht – seitwärts gerichtete Entwicklung der regionalen Standortattraktivität in den vergangenen drei Jahren nahelegen.

Zufriedenheit mit dem eigenen Unternehmensstandort

	2016	2013
GESAMT	2,6	2,6
Kleine Unternehmen	2,7	2,7
Mittlere Unternehmen	2,5	2,5
Große Unternehmen	2,6	2,6
Industrie	2,6	2,7
Einzelhandel/ Ladenhandwerk	2,6	-
Bau-/Ausbauindustrie	2,7	-
Groß-, Außen-, Kfz-Handel	2,7	2,6
(Sonstige) Dienstleistungen	2,6	2,6
(Sonstiges) Handwerk	2,6	-
Landkreis Bernkastel-Wittlich	2,7	2,7
Eifelkreis Bitburg-Prüm	2,7	2,7
Stadt Trier	2,3	2,4
Landkreis Trier-Saarburg	2,6	2,6
Landkreis Vulkaneifel	2,7	2,8

Bewertung in Schulnoten von 1 bis 6

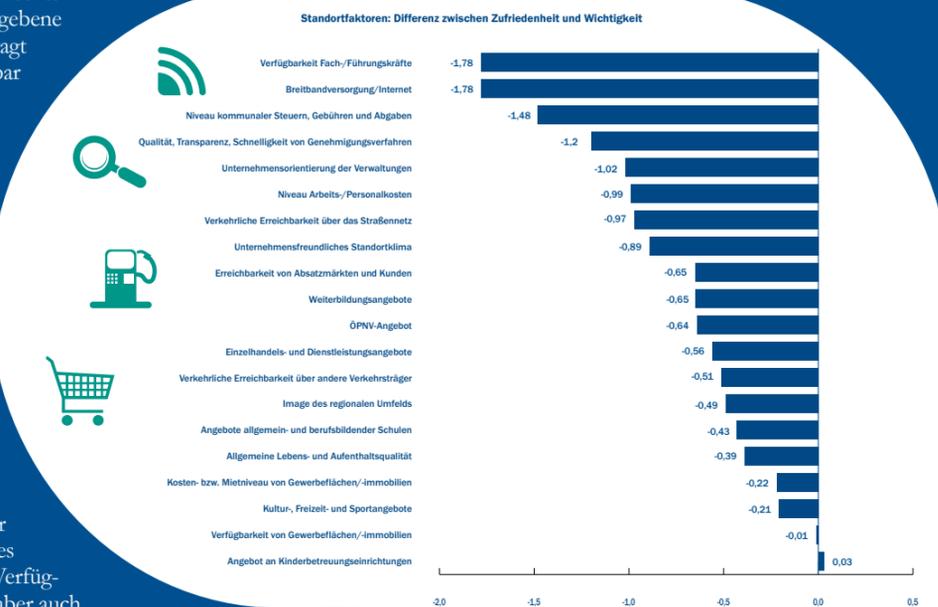
* = Branchen im Vergleich zu 2013 differenzierter abgefragt.

5. BEWERTUNG DER REGIONALEN STANDORTFAKTOREN

Auch wenn die Gesamtbeurteilungen ein eher positives Bild zeigen, ergeben sich in der Einzelbetrachtung der verschiedenen Standortfaktoren teilweise starke Abweichungen hiervon. Die insgesamt zufriedenstellende Gesamtbewertung des Standortes darf also nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade bei den als besonders wichtig empfundenen Standortfaktoren weiterhin zum Teil dringender Handlungsbedarf besteht, um die Standortattraktivität des Raumes Trier im interregionalen Wettbewerb auch in Zukunft zu erhalten.

Die Grafik stellt die Bewertung der 20 untersuchten Standortfaktoren durch die regionalen Unternehmen geordnet nach ihrer Wichtigkeit (1 = „sehr wichtig“, 6 = „unwichtig“) vor. Der Wichtigkeitsbewertung ist die jeweilige Bewertung der Zufriedenheit zugeordnet. Es zeigt sich, dass die Zufriedenheit fast aller Faktoren hinter deren Wichtigkeit für den unternehmerischen Erfolg zurückbleibt. Wo diese Diskrepanzen am stärksten ausgeprägt sind – also die Wichtigkeit von den Unternehmen besonders hoch eingeschätzt wird, deren Zufriedenheit jedoch nur mäßig ausfällt – besteht der dringendste regionalpolitische Handlungsbedarf.

Zudem ist auffallend, dass die Durchschnittsbewertung der einzelnen Standortfaktoren wesentlich schlechter ausfällt als die von den Unternehmen vergebene Gesamtnote von 2,6. Je genauer nachgefragt wird, desto skeptischer zeigen sich offenbar die Befragten. Im Durchschnitt wurde über alle Standortfaktoren eine mittlere Zufriedenheit von 3,1 angegeben. Dies unterstreicht den regionalpolitischen Handlungsbedarf. Die Ergebnisse von 2016 sind in etwa deckungsgleich mit den Ergebnissen der Standortumfrage 2013 und zeigen bei 19 von 20 Faktoren eine hinter der jeweiligen Wichtigkeit zurückbleibende Zufriedenheit. Auch die durchschnittliche Wichtigkeit der Standortfaktoren ist mit einem Wert von 2,4 deutlich höher als die mittlere Zufriedenheit mit den Faktoren (3,1). Der 2013 festgestellte Handlungsbedarf bleibt also nach wie vor bestehen. Wie bereits im Jahr 2013 gilt dies primär für die Breitbandversorgung, die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, aber auch für das Niveau der Kommunalabgaben und die Durchführung von Genehmigungsverfahren. Bei diesen Standortfaktoren bleibt die Bewertung der Zufriedenheit rund 1,5 Bewertungsstufen hinter deren Wichtigkeit zurück. Der einzige Standortfaktor, bei dem die Zufriedenheit höher als die Wichtigkeit ausgeprägt ist, ist das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen.



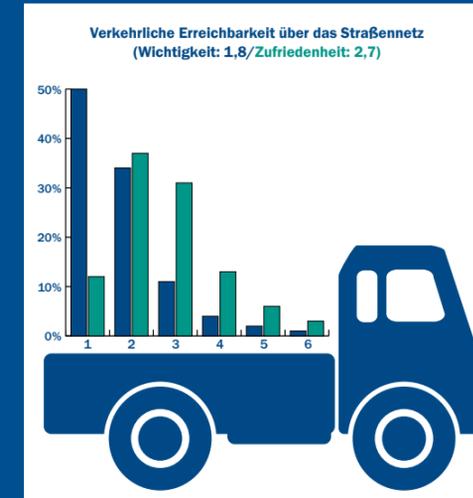


5.1 VERKEHRLICHE ERREICHBARKEIT ÜBER DAS STRASSENNETZ

Während der Erhalt und der Ausbau des Netzes der Bundesfernstraßen dank des aktuellen Investitionshochlaufs derzeit nur vergleichsweise moderaten Finanzierungsrestriktionen unterliegt und auch auf Landesebene wegen zusätzlicher Infrastrukturmittel die Hoffnung auf Besserung besteht, sind solche Engpässe auf kommunaler Ebene, insbesondere auch im Oberzentrum Trier, weiterhin ein entscheidender Hemmschuh für den Infrastrukturausbau. Dabei sehen hiesige Unternehmen die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz nach der Versorgung mit einer ausreichend schnellen Breitbandinfrastruktur als den zweitwichtigsten Standortfaktor an. Sie bewerten die Wichtigkeit mit durchschnittlich 1,8 (2013: 1,5). Auch in der Zufriedenheitsskala belegt dieser Faktor den zweiten Rang mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,7 (also „voll befriedigend“). Knapp die Hälfte der Befragten wählte den Wert 2 oder – allerdings deutlich seltener – den Spitzenwert 1. Die immer noch große Diskrepanz der Bewertung von Wichtigkeit und Zufriedenheit signalisiert nichtsdestotrotz einen dringenden Handlungsbedarf. Im Vergleich zur Studie von 2013 konnte

die durchschnittliche Zufriedenheit der befragten Unternehmen mit dem Straßennetz nicht gesteigert werden. Durch die voraussichtliche Vollendung des Hochmoselübergangs im Jahr 2018, der eine Anbindung an die B50 und damit eine schnellere Verbindung in das Rhein-Main-Gebiet gewährleistet, erfährt insbesondere die Region Wittlich, die bereits gut an das Autobahnnetz angeschlossen ist, eine weitere deutliche

Aufwertung. Nicht überraschend vergeben die Betriebe aus dem Landkreis Berncastel-Wittlich eine deutlich bessere Bewertung (2,6) als beispielsweise die Betriebe in der Stadt Trier (2,9) oder der Vulkaneifel (3,0). Die Situation in und um die Stadt Trier könnte zwar langfristig durch die Aufnahme der Westumfahrung in den vordringlichen Bedarf des Bundesverkehrswegeplans eine Verbesserung erfahren, allerdings gibt es weiterhin keine Realisierungsperspektiven für die Nordumfahrung oder entsprechende Alternativplanungen dazu. Finanzierungengpässe lassen die baldige Umsetzung des Mobilitätskonzepts der Stadt unwahrscheinlich erscheinen. Der A1-Lückenschluss steht nach wie vor aus. Auch wenn sich dieser im vordringlichen Bedarf des Bundesverkehrswegeplans findet, könnten aufgrund des bislang fehlenden Baurechts bis Baubeginn noch weitere fünf Jahre vergehen, sofern mögliche Klagen diesen nicht noch zusätzlich verzögern. Es besteht weiterhin dringender Handlungsbedarf zum Erhalt und Ausbau der regionalen Straßeninfrastruktur, die eine wesentliche Voraussetzung für Wertschöpfung und Beschäftigung in der Region Trier darstellt.



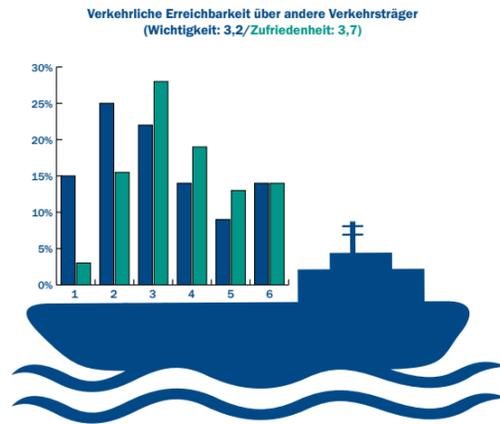
5.2 VERKEHRLICHE ERREICHBARKEIT ÜBER ANDERE VERKEHRSTRÄGER

Die Bewertung der verkehrlichen Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als die Straße hat sich seit der letzten Befragung etwas verschlechtert. Insbesondere ist hier der Verlust der Fernverbindung nach Trier über das Schienennetz der Deutschen Bahn zu nennen. Des Weiteren sind zum Zeitpunkt der Redaktion die Perspektiven des Flughafens Hahn, der für die Region zusätzliche Mobilitätsangebote bietet, unklar. Sowohl auf der Wichtigkeits- als auch auf der Zufriedenheitsskala sinkt die Bewertung durch die befragten Unternehmen leicht. Sie bewerten die Wichtigkeit mit 3,2 (2013: 3,1). Damit rangiert dieser Faktor auf dem letzten Rang und stellt den aus Unternehmenssicht unwichtigsten Faktor dar – dieser Wert spiegelt zu einem gewissen Grade aber sicherlich auch die mangelnde Attraktivität des Angebots wider, auf die sich die Akteure bereits eingestellt haben. Bezüglich der Zufriedenheit landet der Faktor mit 3,7 (2013: 3,6) auf dem drittletzten Platz, wobei etwa die Hälfte der Befragten eine schlechte Bewertung zwischen „ausreichend“ und „ungenügend“ vergeben.

Das Oberzentrum Trier zeigt wie bereits in der Umfrage 2013 deutliche Agglomerationsvorteile. Der Wegfall der Fernverbindungen der Deutschen Bahn wird teilweise durch das erweiterte Angebot des Rheinland-Pfalz-Takts 2015 in Kooperation mit der luxemburgischen Eisenbahn CFL kompensiert. Zusätzlich befinden sich zwei Flughäfen in akzeptabler Nähe, und der Hafen bleibt mit einem wasserseitigen Umschlag von etwa einer Million Tonnen ebenfalls

ein wichtiger Faktor. Somit fällt die Bewertung der verkehrlichen Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger durch Trierer Unternehmen mit durchschnittlich 3,3 weniger kritisch aus als in den ländlichen strukturierten Teilen der Region Trier. Dort sind Bahn, Flugzeug und Binnenschiff häufig nicht in einer betriebswirtschaftlich akzeptablen Reichweite. So vergeben die anderen Kreise Durchschnittsnoten zwischen 3,7 (Bernkastel-Wittlich) und 4,3 (Landkreis Vulkaneifel). Projekte wie der Moselschleusenausbau und der Bau des Hochmoselübergangs versprechen eine Verbesserung der Binnenschifffahrt beziehungsweise der Anbindung zum Flughafen Hahn. Die erneut schlechte Bewertung durch die Unternehmen des Landkreises Vulkaneifel, die die verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger bereits im Jahr 2013 mit 3,9 am schlechtesten bewerteten, signalisiert jedoch Handlungsbedarf im Infrastrukturbereich insgesamt, um die festgestellten Defizite zu kompensieren.

Die Unternehmen der Region scheinen sich mit der unzulänglichen Situation bis zu einem gewissen Grad abgefunden zu haben, wie die Bewertung der Wichtigkeitsdimension nahelegt. So bleibt zwar der artikulierte Bedarf vergleichsweise gering, es muss jedoch nachdenklich stimmen, dass beschäftigungsstarke Unternehmen im Durchschnitt mit einer Note von 3,9 eine niedrigere Zufriedenheit zeigen als kleine Unternehmen (3,7) und mittlere Unternehmen (3,8).

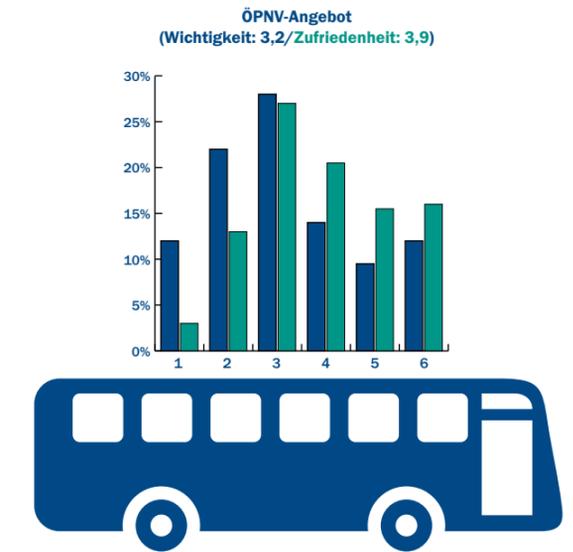


5.3 ÖPNV-ANGEBOT

Die möglichen Auswirkungen des aktuell in Aufstellung befindlichen ÖPNV-Konzepts Rheinland-Pfalz-Nord, das eine umfassende Neuausrichtung des ÖPNV auch in der Region Trier vorsieht, sind noch nicht verlässlich abzusehen. Der Rückgang der Zufriedenheit auf durchschnittlich 3,9 im Jahr 2016 gegenüber 3,7 im Jahr 2013 zeigt allerdings den Bedarf an Verbesserung. Die Wichtigkeit des ÖPNV-Angebots wird im Mittel mit 3,2 bewertet. Dies sind, genau wie in der vorangegangenen Befragung, die schlechtesten Werte unter allen Standortfaktoren. Der ÖPNV wird in weiten Teilen der Region nicht als Alternative für den motorisierten Individualverkehr gesehen, sondern allenfalls als Ergänzung.

Der ÖPNV kann keinesfalls alleine die Mobilitätsbedürfnisse der Region stemmen. Es finden sich gerade in weiten Teilen des ländlichen Raums lediglich noch auf den Schülerverkehr beschränkte ÖPNV-Angebote, was sich in den häufigen Bewertungen der dort ansässigen Betriebe von „ausreichend“ bis „ungenügend“ widerspiegelt. Nur die Unternehmen des Oberzentrums Trier bewerten mit durchschnittlich „befriedigend“. Ebenfalls deutliche Unterschiede in der Bewertung zeigen sich, wenn man die Antworten nach der Branche differenziert. Je endkundenorientierter die Branche ist, desto wichtiger wird der Standortfaktor „ÖPNV-Angebot“ für die Unternehmen. So vergibt der Einzelhandel eine Wichtigkeit von 2,7, Handwerk und Bau hingegen vergeben im Mittel nur eine 3,5. Die Perspektive für einen Ausbau des ÖPNV ist angesichts von leeren Kassen der Kommunen und des Landes weiterhin negativ, wobei allerdings insbesondere das Oberzentrum durch die Realisierung der Regionalbahn im Bereich des

schienengebundenen ÖPNV eine weitere Attraktivitätssteigerung erfahren wird. Durch Schwerpunktsetzungen und den Vorrang kommerzieller Verkehre bei möglichen Ausschreibungen sind die Chancen mittelständischer Busunternehmen zu wahren.



5.4 ERREICHBARKEIT VON ABSATZMÄRKTEN UND KUNDEN

Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden
(Wichtigkeit: 2,2/Zufriedenheit: 2,8)



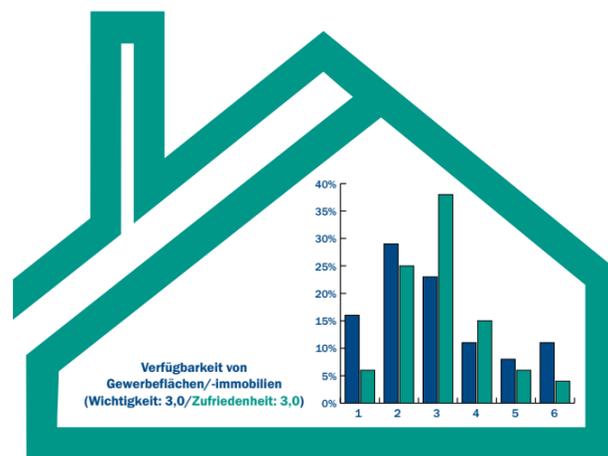
Die Diskrepanz zwischen Relevanz und Zufriedenheit weist auch beim Standortfaktor „Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden“ auf Handlungsbedarf hin. Die Befragten stufen seine Wichtigkeit mit 2,2 im oberen Mittelfeld der Wichtigkeitsskala ein. Dabei sind fast 35 Prozent der Befragten der Meinung, dass dieser Standortfaktor von höchster Wichtigkeit ist. Gleichzeitig wird er aber nur von dreieinhalb Prozent der befragten Unternehmen mit „sehr zufrieden“ bewertet. Auch die durchschnittliche Bewertung der Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden fällt mit 2,8 deutlich schlechter aus als die Bewertung der Relevanz. Nichtsdestotrotz rangiert dieser Standortfaktor insgesamt auf dem vierten Rang in der Zufriedenheitstabelle.

Wie bereits im Jahr 2013 festgestellt, korreliert die Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden offenbar mit der Anbindung an das Straßennetz. Die vergleichsweise gut durch Autobahnen erschlossenen Gebiete (Bernkastel-Wittlich, Bitburg-Prüm, Stadt Trier) vergeben eine jeweils um 0,1 bis 0,2 bessere Durchschnittsnote als der Landkreis Vulkaneifel, der weiterhin auf die Fertigstellung des A1-Lückenschlusses warten muss.



5.5 VERFÜGBARKEIT VON GEWERBEFLÄCHEN UND -IMMOBILIEN

Auch wenn der 2016 veröffentlichte Flächennutzungsplan für die Stadt Trier nur sehr beschränkte Potentiale für weitere Gewerbegebiete aufzeigt, kann der Standortfaktor „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien“ insgesamt als Standortvorteil der Region angesehen werden. Weite Teile der Region können noch auf ein ausreichendes Angebot an gut erschlossenen und verkehrstechnisch adäquat angebundenen Gewerbeflächen und -immobilien zurückgreifen, beispielsweise in Föhren oder auch in Wittlich. Doch an diesen begehrten, weil verkehrstechnisch sehr gut angeschlossenen Standorten sind die Flächenreserven



perspektivisch begrenzt – nicht zuletzt wegen der Vorgabe, Ausgleichsflächen in räumlicher Nähe zu den Gewerbeflächen auszuweisen. Meist sind jedoch in der Region Trier Betriebserweiterungen oder Unternehmensverlagerungen ohne größere Schwierigkeiten umsetzbar. Dies zeigen auch die Ergebnisse der Umfrage: Der Standortfaktor rangiert mit einem Durchschnittswert von 3,0 auf dem drittletzten Rang der Wichtigkeitsskala. Die Zufriedenheit erreicht einen Mittelwert von ebenfalls 3,0. Der Faktor stellt damit einen der vergleichsweise wenigen Fälle dar, in denen die Zufriedenheit der Unternehmen im Durchschnitt so ausfällt wie die Einschätzung der Wichtigkeit des Standortfaktors. Differenziert nach Unternehmensgröße bewerten größere Unternehmen, denen es häufig möglich ist, sich außerhalb von Ballungszentren anzusiedeln, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien leicht besser als mittlere und kleine Unternehmen. Korrespondierend dazu vergeben Unternehmen aus Trier mit 3,2 eine deutlich schlechtere Note als zum Beispiel aus dem Eifelkreis Bitburg-Prüm (2,7), der hierbei von der ausgedünnten Besiedlungsstruktur profitiert.

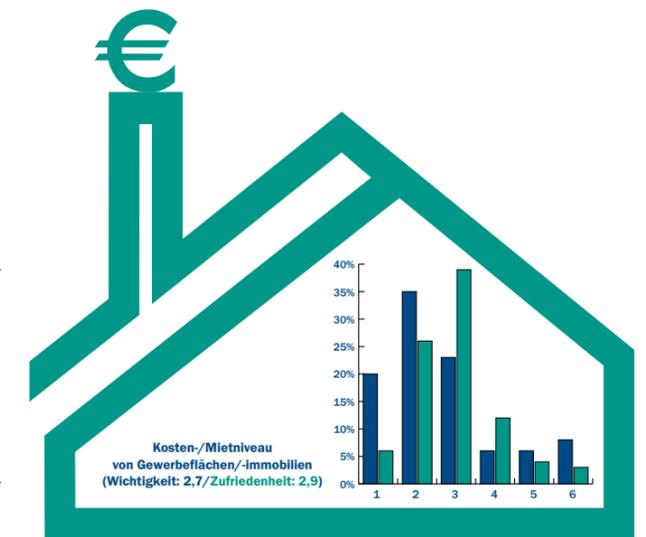
Insgesamt ist festzuhalten, dass sich aus Unternehmenssicht nur begrenzte Wachstumshemmnisse wegen eines Mangels an Gewerbeflächen und -immobilien in der Region Trier ergeben, auch wenn die Umfrageergebnisse sich seit 2013 etwas verschlechtert haben. Einschränkend bleibt aber darauf hinzuweisen, dass Unternehmen ohne eigenen Flächenbedarf die Wichtigkeit des Standortfaktors tendenziell eher niedrig einschätzen dürften, so dass im konkreten Bedarfsfall durchaus Engpässe auftreten können und dann entsprechender Handlungsbedarf besteht.

5.6 KOSTEN-/MIETNIVEAU VON GEWERBEFLÄCHEN UND -IMMOBILIEN

Wie auch bei der reinen Verfügbarkeit lässt sich vermuten, dass durch den wachsenden Wohnbedarf die Kosten von Gewerbeflächen und -immobilien ebenfalls steigen werden. Dies gilt natürlich insbesondere für Ballungszentren wie die Stadt Trier. So schätzen die befragten Unternehmen die Wichtigkeit der Kosten für Gewerbeflächen und -immobilien mit durchschnittlich 2,7 auch höher ein als die der reinen Verfügbarkeit. Mit einer Bewertung von im Mittel 2,9 zeigen sie sich auch recht zufrieden. Lediglich sieben Prozent aller Befragten bewerten das Kostenniveau mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Auch wenn sich seit 2013 eine leichte Verschlechterung der Bewertungen feststellen lässt, kann zusammenfassend festgehalten werden, dass in der Region Trier Gewerbeflächen und -immobilien aus Unternehmenssicht insgesamt noch ausreichend und zu akzeptablen Preisen zur Verfügung stehen.

Differenziert nach Größe und Branche zeigen sich auffällige Unterschiede in den Bewertungen der befragten Unternehmen. Kleinere und mittelgroße Betriebe (Zufriedenheit jeweils 2,9) empfinden die Kostenbelastung als etwas stärker als große Betriebe (Zufriedenheit 2,6). Sie sind häufiger in Ballungszentren angesiedelt, die durch wenig Angebot und hohe Nachfrage gekennzeichnet sind. Selbiges gilt für den Einzelhandel: Traditionell höhere Mieten als etwa im Dienstleistungsbereich führen zu einer etwas negativeren Zufriedenheitsbewertung durch den Einzelhandel als durch die übrigen Branchen. Auffallend ist in diesem Zusammenhang ebenfalls, dass der Einzelhandel, der oft auf hochfrequentierte und damit teure Innenstadtlagen angewiesen ist, die Wichtigkeit des Faktors mit einem Durchschnittswert von 2,2 deutlich höher

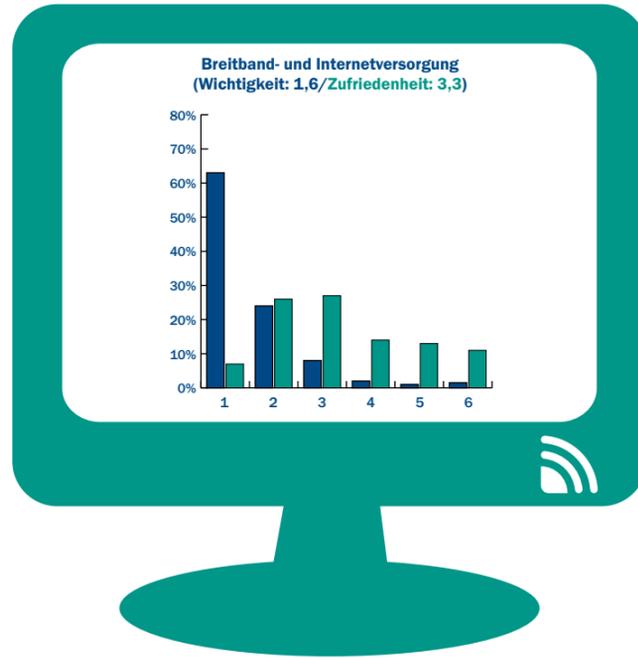
einschätzt als die Industrie, der Groß-, Außen-, und Kfz-Handel, die Dienstleistungsbranche und das Handwerk mit jeweils 2,8. Die räumliche Differenzierung zeigt ebenfalls auffällige Unterschiede: In Trier führt das knappe Angebot zu höheren Preisen, so dass die in Trier ansässigen Betriebe mit der Durchschnittsnote 3,1 rund eine halbe Notenstufe schlechter bewerten als etwa die Unternehmen aus dem stark ländlich geprägten Landkreis Vulkaneifel (2,6).



5.7 BREITBAND- UND INTERNETVERSORGUNG

Der Ausbau der Breitband- und Internetversorgung hat in den zurückliegenden Jahren deutliche Fortschritte erzielt, hinkt jedoch in weiten Teilen der Region und leider gerade auch in zahlreichen Gewerbegebieten weiterhin dem rapide steigenden Bedarf an leistungsfähigen Internetverbindungen hinterher. Nicht überraschend zeigen sich die Unternehmen der Region weiterhin eher unzufrieden. Das von Bund und Land gesetzte Ziel, bis 2018 flächendeckend eine Versorgungsgeschwindigkeit von 50 Mbit/s zu erreichen, kann daher nur ein Zwischenziel sein.

Auf der Wichtigkeitsskala platzieren die hiesigen Unternehmen den Standortfaktor „Breitband- und Internetversorgung“ mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,6 auf dem ersten Rang. Dabei sind zwei Drittel der Befragten der Meinung, dass die Breitband- und Internetversorgung von sehr hoher Wichtigkeit ist, ein weiteres knappes Viertel spricht von hoher Wichtigkeit. Dieser Befund ist über Unternehmensgrößenklasse, Branche und Standort weitgehend stabil. Des Weiteren muss die sehr große Diskrepanz zwischen hoher Wichtigkeit und sehr mäßiger Zufriedenheit nachdenklich stimmen. Die Unternehmen vergeben durchschnittlich eine Zufriedenheitsbewertung von 3,3 (sechstletzter Platz der Zufriedenheitstabelle). Die Verfügbarkeit einer schnellen Internetanbindung bildet einen wichtigen Faktor in den Entscheidungen von Unternehmen, sich neu anzusiedeln oder den Standort beizubehalten. Gleiches gilt für die Bindung von Fachkräften an den Standort. Insbesondere im ländlichen Raum, wo die Versorgungslücken vergleichsweise häufig auftreten, fällt die Zufriedenheitsbewertung der befragten Unternehmen deutlich schlechter aus als in Ballungszentren der Region. So vergeben die im Eifelkreis Bitburg-Prüm ansässigen Unternehmen lediglich eine „voll ausreichende“ Durchschnittsbewertung. In den Landkreisen Bernkastel-Wittlich, Trier-Saarburg und Vulkaneifel ist es ein „noch befriedigend“, während die Betriebe des Oberzentrums sich mit einer Bewertung von 2,9 vergleichsweise zufrieden zeigen. Der Vergleich mit den Umfrageergebnissen aus dem Jahr 2013 zeigt zudem eine Stagnation der Bewertungen.



Die Entscheidung der Landkreise, im Rahmen der NGA-Strategie des Landes den weiteren Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze gebündelt wahrzunehmen, erscheint vor diesem Hintergrund richtig und zielführend. Mit Blick auf die besonderen Anforderungen der Unternehmen an die Breitbandversorgung und der häufig besonders prekären Versorgungssituation in Gewerbegebieten sollten die vom Bund angekündigten Fördermittel für den Glasfaserausbau in Gewerbegebieten konsequent genutzt werden. Auch das Oberzentrum Trier darf hierbei die leistungsfähige Anbindung seiner Gewerbegebiete mit Glasfaser nicht aus den Augen verlieren.

5.8 VERFÜGBARKEIT VON FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN

Laut einer Umfrage der IHK Trier sieht die Hälfte der Unternehmen den Fachkräftemangel als Risiko für ihre weitere wirtschaftliche Entwicklung an. In der Region Trier schreitet der Beschäftigungsaufbau stetig voran; derzeit herrscht mit einer Arbeitslosenquote von rund vier Prozent faktisch Vollbeschäftigung. Laut Hochrechnungen der Wirtschaftskammern fehlen den hiesigen Unternehmen weiterhin rund 5.000 Fachkräfte. Mit mehr als einer Verdopplung dieser Zahl ist dem IHK-Fachkräftemonitor zufolge bis 2030 zu rechnen. Korrespondierende Ergebnisse finden sich in der vorliegenden Umfrage: Auf der Wichtigkeitsskala nimmt die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften den dritten Platz ein, direkt hinter der Breitbandversorgung und der verkehrlichen Erreichbarkeit über das Straßennetz. Mehr als drei Viertel der Befragten sehen hier eine sehr hohe beziehungsweise hohe Wichtigkeit. Im Gegensatz zu kleinen Unternehmen, die oft erst im Abstand von mehreren Jahren neue Mitarbeiter suchen, ordnen große Unternehmen der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften im Durchschnitt eine höhere Wichtigkeit zu. Insbesondere für sie ist die Fachkräftesicherung eine große Herausforderung – dies gilt im Bedarfsfall allerdings für kleinere Unternehmen noch stärker.

Nach der Einordnung der Relevanz des Standortfaktors „Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften“ ist es umso besorgniserregender, dass die befragten regionalen Unternehmen ihre Zufriedenheit mit diesem Faktor mit der zweitschlechtesten Einschätzung unter allen 20 untersuchten Standortfaktoren bewerten. Sie vergeben im Durchschnitt nur ein „voll ausreichend“ (3,7). Die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“ vergibt dabei mehr als ein Viertel der Unternehmen, zufrieden oder gar sehr zufrieden sind weniger als 15 Prozent. Einzig Einzelhandelsunternehmen und Unternehmen im Sektor Groß-, Außen- und Kfz-Handel bewerten die Verfügbarkeit von Fachkräften noch als „befriedigend“. Auffällig ist, dass bei räumlicher Differenzierung die Stadt

Trier keine Agglomerationsvorteile genießt. Sie schneidet mit einer Durchschnittsbewertung von 3,7 im Mittelfeld der Kreise ab, deren Bewertungen zwischen 3,6 und 3,8 schwanken. Am schlechtesten bewertet wird der Faktor im Eifelkreis Bitburg-Prüm. Mittelfristig verspricht die Flüchtlingsintegration jedoch eine gewisse Linderung des Fachkräftengpasses. Weiterhin im Fokus von Politik und Wirtschaft muss die Wettbewerbsbeziehung zu Luxemburg bleiben. Dort arbeiten derzeit etwa 30.000 Grenzgänger aus der Region Trier.



5.9 NIVEAU VON ARBEITS- UND PERSONALKOSTEN

Der steigende Personalaufwand bildet laut einer IHK-Umfrage vom Herbst 2016 ein nicht zu unterschätzendes Risiko für viele Unternehmen. 35 Prozent der Befragten haben in der Höhe der Arbeitskosten eine Gefährdung ihrer Geschäftsperspektiven erkannt. Personalkosten machen oft einen erheblichen Teil der Gesamtkosten eines Unternehmens aus. Parallel zur positiven Arbeitsmarktentwicklung steigen die Personalkosten deutschlandweit, was zu steigenden Lohnstückkosten führt und den leichten Rückgang der gemessenen Zufriedenheit im Vergleich zur Umfrage 2013 erklärt. Wenig überraschend wird die Wichtigkeit des Standortfaktors „Niveau von Arbeits- und Personalkosten“ aus Unternehmenssicht mit 2,1 bewertet, während die geäußerte Zufriedenheit fast eine gesamte Notenstufe (3,0) hinter dieser Bewertung zurückbleibt.

Trotz dieser Diskrepanz ist die Zufriedenheitsnote insgesamt als zufriedenstellend zu bewerten. Die Gehaltskonditionen der bestehenden Arbeitsverhältnisse scheinen derzeit noch ausreichend an das Produktivitätsniveau der Unternehmen angepasst zu sein. Dies gilt trotz der geschilderten angespannten Situation bezüglich der reinen Verfügbarkeit von Fachkräften. Neun Prozent aller Befragten bewerten das Arbeits- und Personalkostenniveau mit einer Note von fünf oder sechs. Das stellt eine Steigerung um ca. fünf Prozentpunkte gegenüber dem Jahr 2013 und damit eine mehr als doppelt so hohe Quote dar, was zumindest teilweise ebenfalls auf wachsende Fachkräfteengpässe zurückzuführen sein dürfte. Gleichwohl zeigt sich die große Mehrheit der Befragten von rund 75 Prozent mit der aktuellen Lage insgesamt noch zufrieden.

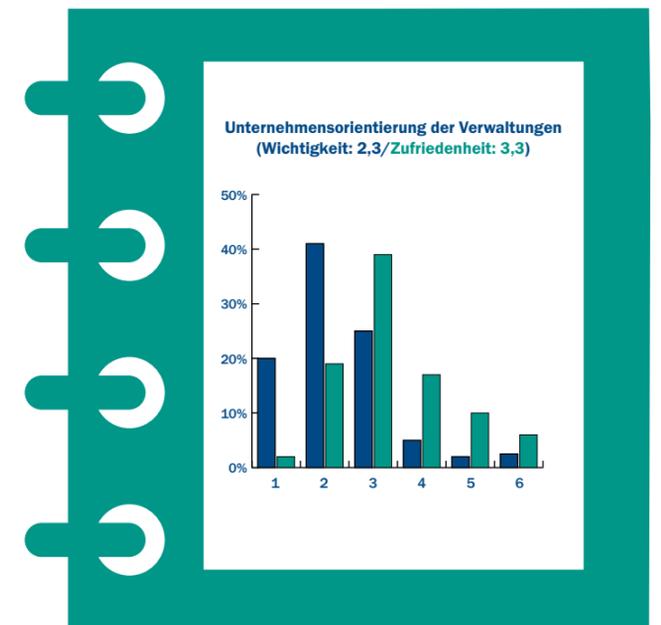


5.10 UNTERNEHMENSORIENTIERUNG DER VERWALTUNGEN

Im Vergleich zur Umfrage aus dem Jahr 2013 zeigen sich 2016 allenfalls geringe Verbesserungen in der Unternehmensorientierung der Verwaltungen aus Sicht der Befragten. Wünschenswert ist eine enge Partnerschaft zwischen Kommunen und Unternehmen zum beiderseitigen Nutzen, so dass Unternehmen von Behörden und Verwaltungen in ihrer Geschäftstätigkeit unterstützt werden und gemeinsam nach für beide Seiten praktikablen Lösungen gesucht wird. So würde die regionale Wertschöpfung und damit auch die Nachhaltigkeit der kommunalen Haushalte gestärkt.

Die Unternehmensorientierung der Verwaltung rangiert bezüglich der Wichtigkeit mit einem Wert von 2,3 im Mittelfeld. Die Bewertung der Zufriedenheit mit den Verwaltungsinstitutionen fällt verhaltener aus. Im Durchschnitt vergeben die befragten Unternehmen ein „noch befriedigend“ (3,3). Differenziert nach der Beschäftigtenzahl erscheinen große Betriebe, die unter Umständen mehr Aufmerksamkeit generieren können, zufriedener als kleine Unternehmen. Regional betrachtet zeigen Betriebe, die in ländlicher geprägten Kreisen ansässig sind, eine um rund eine halbe Notenstufe bessere Zufriedenheitsbewertung als Unternehmen aus der Stadt Trier. Insgesamt besteht aus Unternehmenssicht bei diesem Standortfaktor also noch „Luft nach oben“.

Die Wirtschaftskammern stellen den Kommunen eine umfangreiche Checkliste zur Steigerung der Wirtschaftsorientierung zur Verfügung, deren Inhalte im gemeinsamen Dialog zwischen Wirtschaft und Verwaltung möglichst weitgehend umgesetzt werden sollten. An dieser Stelle ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass die Unternehmen auch oft von Verwaltungsvorschriften betroffen sind, die sich der Gestaltung auf lokaler oder regionaler Ebene entziehen.

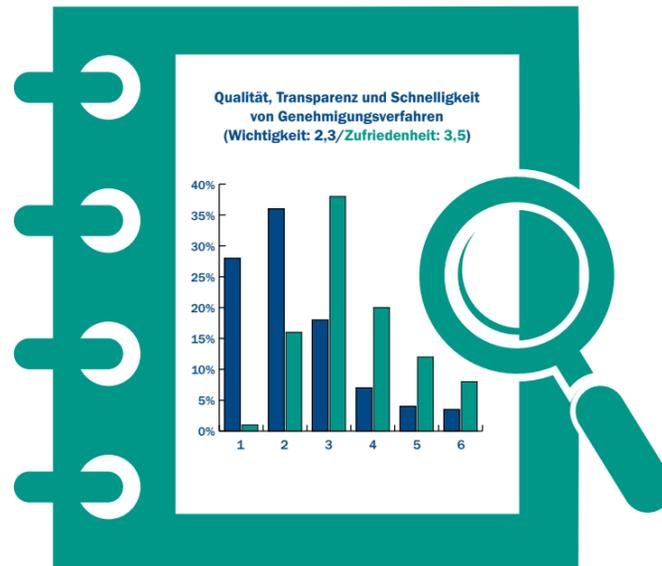


5.11 QUALITÄT, TRANSPARENZ UND SCHNELLIGKEIT VON GENEHMIGUNGSVERFAHREN

Genehmigungsprozesse für Unternehmen sind häufig komplex und die Bürokratiendichte in Deutschland ist bekanntermaßen sehr hoch. Damit Unternehmen trotzdem mehr Planungssicherheit erlangen können, ist es wichtig, die Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren – soweit wie dies rechtssicher möglich ist – zu optimieren. Die Wichtigkeit dieses Standortfaktors wurde von den befragten Unternehmen durchschnittlich mit 2,3 bewertet. Dabei empfinden große Unternehmen und Betriebe im Industriesektor diesen Standortfaktor als besonders wichtig. Abgesehen davon gilt der Befund ansonsten weitestgehend unabhängig von Unternehmensgröße, Branche und Standort. Ihre Zufriedenheit bewerten die befragten Unternehmen im Durchschnitt mit 3,5, so dass dieser Standortfaktor nur im unteren Drittel des Zufriedenheitsrankings rangiert. Den besten Wert erzielt der Landkreis Bernkastel-Wittlich (3,3), unzufriedener zeigen sich hingegen Betriebe, die in der Stadt Trier (3,8) oder im Landkreis Trier-Saarburg (3,5) ansässig sind. 40 Prozent der Befragten vergeben die negativen Noten von „ausreichend“ bis „ungenügend“.

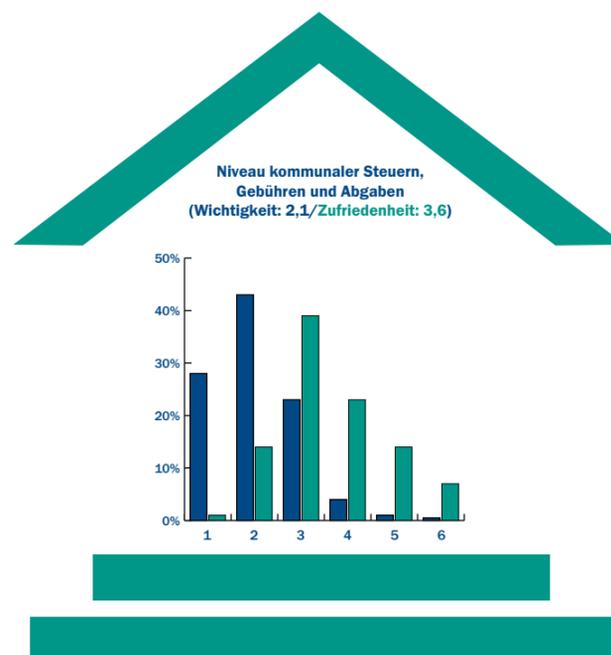
Die weiterhin erhebliche Diskrepanz zwischen Relevanz und Zufriedenheit aus Sicht der Wirtschaft verdeutlicht, dass die im Jahre 2013 empfohlenen Ansätze, wie Selbstbindung durch freiwillige Fristen, Genehmigungsfiktionen und das sofortige Melden von Verzögerungen im Genehmigungsprozess, nicht aus dem Auge verloren werden sollten. Wie im Falle der Unterneh-

menorientierung allgemein sind die Entscheidungsspielräume der Genehmigungsbehörden vor Ort jedoch auch häufig durch gesetzliche Vorgaben eingeschränkt.



5.12 NIVEAU KOMMUNALER STEUERN, GEBÜHREN UND ABGABEN

Trotz Rekordniveaus der bundes- und landesweiten Steuereinnahmen erhöhten laut IHK-Realsteueratlas viele Kommunen im ersten Halbjahr 2016 die Hebesätze für die Gewerbesteuer und



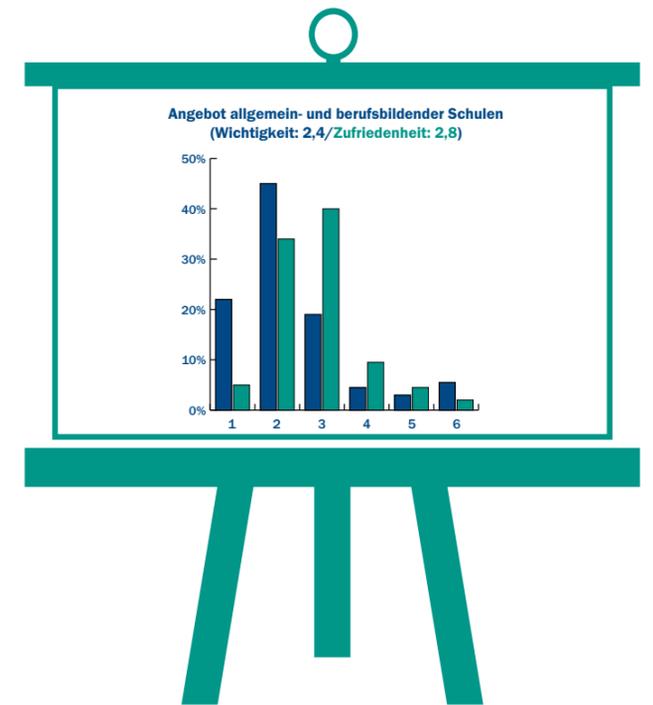
die Grundsteuer B. Ein bedenklicher Trend der letzten Jahre setzt sich damit fort. Weitere Belastungen sind beispielsweise durch die Einführung von neuen Abgaben zu befürchten. Durch diese Maßnahmen werden finanzielle Handlungsspielräume von Unternehmen eingeschränkt und somit weitere Investitionen verhindert oder zumindest erschwert. Es ist demnach wenig verwunderlich, dass die befragten Unternehmen die Relevanz des Standortfaktors „Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben“ mit einer Bewertung von 2,1 als wichtig einschätzen, wobei knapp drei Viertel der Befragten ihm eine sehr hohe oder hohe Wichtigkeit zuweisen. Die Diskrepanz zur Zufriedenheitsbewertung beträgt anderthalb Notenstufen; hier vergeben die hiesigen Unternehmen im Mittel lediglich eine 3,6, was der Note „voll ausreichend“ entspricht. Lediglich große Unternehmen und Industrieunternehmen vergeben im Durchschnitt die Note „noch befriedigend“. Zufrieden beziehungsweise sehr zufrieden zeigen sich nur 15 Prozent der Befragten. 2013 vergaben die befragten Unternehmen noch eine Gesamtnote von 3,4.

Die sogenannte „Laffer-Kurve“ zeigt, dass die Steuereinnahmen bei Überschreiten eines bestimmten Steuersatzes sinken, da Unternehmen sich möglicherweise nach steuerlich attraktiveren Standorten umsehen und ihre Betriebe dorthin verlagern. Um dies zu verhindern, sollten sich die Kommunen bei Steuer- und Abgabenerhöhungen zurückhalten, um so den Standort attraktiver für ansässige Unternehmen und Zuzugswillige zu machen, auch wenn die Haushaltssanierung für viele Gemeinden eine große Herausforderung darstellt.

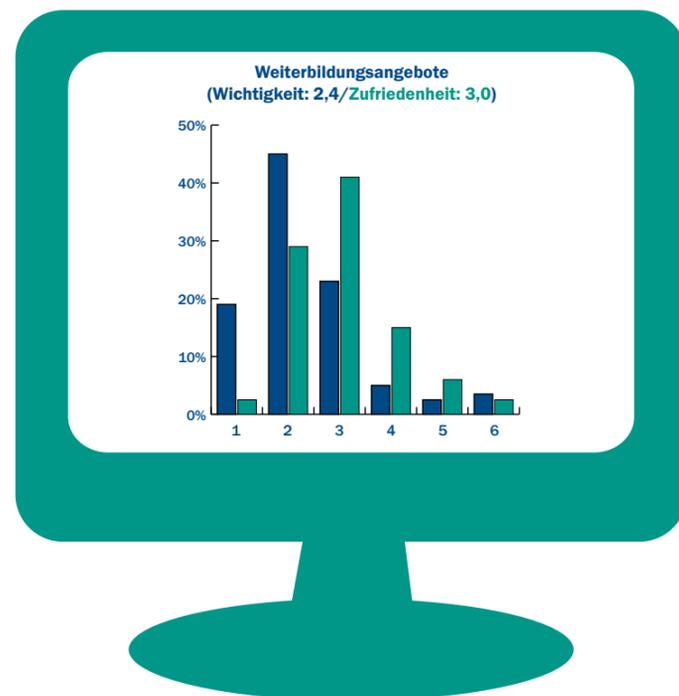
5.13 ANGEBOT ALLGEMEIN- UND BERUFSBILDENDER SCHULEN

Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung werden Schulstandorte mehr und mehr ausgedünnt. Auch wenn dies ökonomisch richtig erscheint, geschieht dies doch zum Nachteil des lokalen Wirtschaftsstandorts, denn sowohl für den Unternehmensbedarf an Nachwuchs als auch für Arbeitnehmer mit schulpflichtigen Kindern ist das Angebot allgemein- und berufsbildender Schulen ein wichtiger Faktor. In der Region Trier ist das Schulangebot insgesamt positiv zu bewerten, allerdings finden sich auch hier Hinweise auf eine zukünftige Gefährdung der Angebote in der Fläche.

Die regionalen Betriebe vergeben für den Standortfaktor auf der Wichtigkeitsskala eine 2,4. Die Bewertung der Relevanz ist weitgehend unabhängig von den Merkmalen der befragten Unternehmen. Bei der Zufriedenheit landet das Schulangebot aus Sicht der regionalen Betriebe mit einem Mittelwert von 2,8 auf dem vierten Platz. Regional vergibt der Eifelkreis Bitburg-Prüm die schlechteste Note mit 3,0. Nur knapp sieben Prozent aller befragten Unternehmen vergeben ein „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Der Nachwuchsbedarf der Unternehmen in der Region Trier deckt sich hauptsächlich aus dem mittleren Qualifikationssegment, daher stehen die Angebote der berufsbildenden Schulen besonders im Fokus. Großes Interesse hegen die regionalen Unternehmen ebenfalls an dualen Studiengängen und Fortbildungen. Von der hierdurch erlangten Flexibilität profitieren sowohl Unternehmen als auch Arbeitnehmer, beispielsweise durch erweiterte Karrieremöglichkeiten.



5.14 WEITERBILDUNGSANGEBOTE

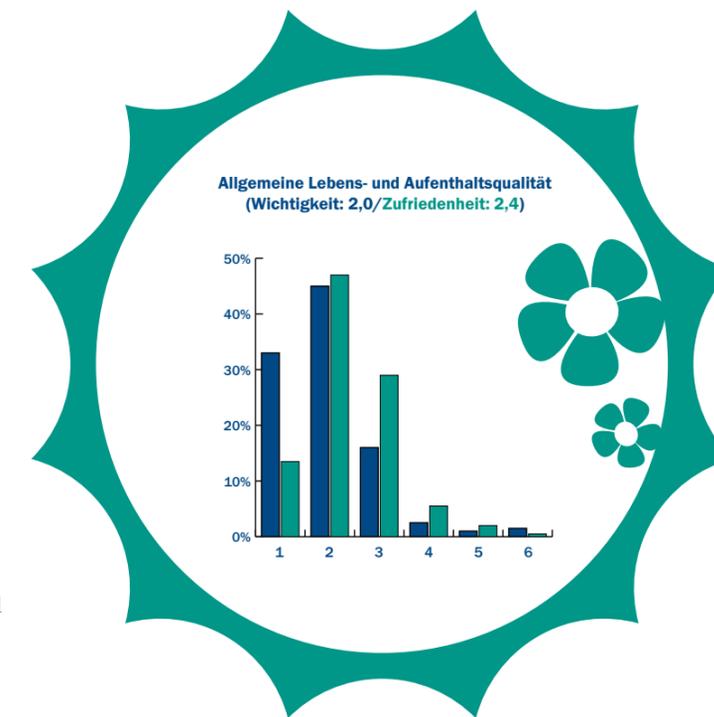


In der Region Trier herrscht bei einer Arbeitslosenquote von unter vier Prozent de facto Vollbeschäftigung. Es fehlen, wie weiter oben beschrieben, rund 5.000 Fachkräfte, insbesondere im Handwerk, im Gesundheitswesen, in spezialisierten Dienstleistungsbereichen, in der Industrie, der Logistik und im Tourismusgewerbe. Gleichzeitig steht die Region in direkter Konkurrenz, vor allem zu Luxemburg. Zusammen führen die sehr gute Arbeitsmarktsituation und der Wettbewerb zwischen den Regionen zu Rekrutierungsengpässen, sodass den Weiterbildungsmöglichkeiten eine erhöhte Wichtigkeit zukommt. Diese tragen wesentlich dazu bei, dass die bestehenden Belegschaften beschäftigungsfähig bleiben. Dazu sind für den Unternehmensbedarf individuell angepasste Weiterbildungsangebote unerlässlich. Dessen sind sich die befragten Unternehmen bewusst und vergeben bei der Wichtigkeit eine Durchschnittsbewertung von 2,4. Damit rangieren die Weiterbildungsangebote in der Wichtigkeit beispielsweise deutlich vor dem Kosteniveau oder der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien. Bei der Bewertung der Zufriedenheit der Betriebe mit diesem Standortfaktor antworten knapp 30 Prozent mit der Note „gut“, etwa 40 Prozent vergeben die Note „befriedigend“, was insgesamt zu einer Durchschnittsnote von 3,0 führt. Durch Skaleneffekte sind Weiterbildungsangebote für größere Unternehmen in der Regel sowohl günstiger als auch passgenauer konzipierbar. Daher ist es wenig überraschend, dass große Unternehmen sich im Schnitt etwas zufriedener zeigen als kleine und mittlere Unternehmen.

5.16 ALLGEMEINE LEBENS- UND AUFENTHALTSQUALITÄT

Die Region Trier bietet einen attraktiven Kultur- und Landschaftsraum sowie einen hohen Freizeitwert, ist touristisch erschlossen und weist niedrige Kriminalitätsraten auf. Der Standortfaktor „Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität“, der diese sozialen, kulturellen und naturräumlichen Komponenten abbildet, ist demzufolge ein Aktivposten der Region Trier.

Sowohl auf der Wichtigkeits- als auch auf der Zufriedenheitsskala landet er weit vorne. Mit 2,0 wird dem Faktor die insgesamt vierthöchste Bedeutung zugemessen. Mehr als drei Viertel aller regionalen Unternehmen sind davon überzeugt, dass diesem Standortfaktor eine hohe oder sogar sehr hohe Wichtigkeit zukommt. Dabei ist die Ausprägung des Relevanzmittelwerts weitgehend unabhängig von den Merkmalen der befragten Unternehmen. Die Zufriedenheitsbewertung rangiert sogar auf dem ersten Platz. Mit einem durchschnittlichen Wert von 2,4 hängt dieser Faktor die weiteren Standortfaktoren deutlich ab. Die Zufriedenheit ist ebenfalls weitestgehend unabhängig von der Differenzierung nach Branche, Größe und Standort der befragten Unternehmen. Fast zwei Drittel aller Unternehmen artikulieren bei der Bewertung eine sehr hohe oder hohe Zufriedenheit. Die Lebensqualität gehört also zu den Stärken der Region Trier und bietet Vorteile im Wettbewerb um Fachkräfte und neue Investitionen. Für ein verbessertes Binnen- und auch Außenmarketing entwickelt die Initiative Region Trier e. V. eine interaktive Karte. Sie wird sowohl kulturelle, touristische als auch weitere relevante Informationen zur Region auf einen Blick bereitstellen. Auch darüber hinaus bleibt die IRT eine

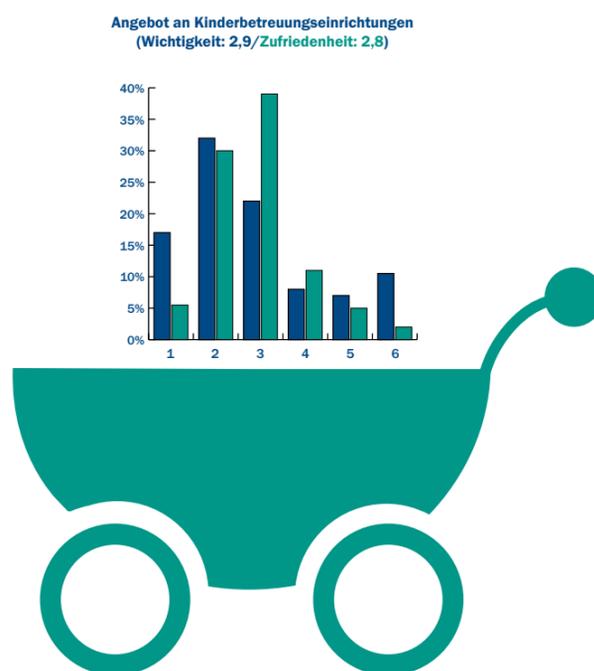


wichtige Austauschplattform für Unternehmen, Verwaltung und Politik, so dass weiterhin gemeinsam an der Standortattraktivität der Region Trier gearbeitet werden kann.

5.15 ANGEBOT AN KINDERBETREUUNGSEINRICHTUNGEN

Das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen spielt für viele Arbeitnehmer eine zentrale Rolle bei der Entscheidung über den Arbeitsstandort. Daher wurden in der jüngeren Vergangenheit erfolgreiche Anstrengungen unternommen, um beispielsweise neue Kitaplätze zu schaffen. Gerade wenn die Beschäftigungsquote von Frauen, die traditionell den größeren Anteil an der Kinderbetreuung übernehmen, gesteigert werden soll, ist der Ausbau der Kinderbetreuungsinfrastruktur ein entscheidender Faktor.

In der Umfrage 2016 decken sich die ermittelten Werte für Wichtigkeit (2,9) und Zufriedenheit (2,8) des Standortfaktors „Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen“ nahezu. Dabei liegt in der Stadt Trier die durchschnittliche Zufriedenheit mit einem Wert von 3,1 etwa eine halbe Notenstufe niedriger als in den Landkreisen. Gleichwohl erscheinen die vor allem kommunalen Bemühungen insgesamt so erfolgreich zu sein, dass die Zufriedenheit knapp besser bewertet wird als die Relevanz des Faktors. Um auch hochqualifizierten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern eine adäquate Kinderbetreuung zu ermöglichen, sollte ein zukünftiger Schwerpunkt in der Ausdehnung der Betreuungszeiten liegen. Trotz der insgesamt positiven Ergebnisse der diesjährigen Umfrage sollte weiterhin an der Optimierung der Rahmenbedingungen zur Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf gearbeitet werden.





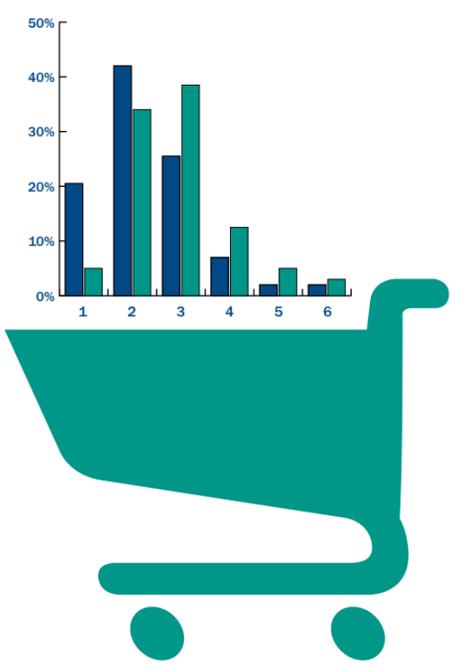
5.17 EINZELHANDELS- UND DIENSTLEISTUNGSANGEBOTE

Die Region Trier bietet besonders im Oberzentrum Trier, aber auch in vielen Mittel- und einigen Grundzentren anziehende Einkaufsmöglichkeiten. Wichtig sind Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote für die Fachkräftesicherung. Aber auch die Kaufkraft von Touristen und die Konkurrenz zu angrenzenden Regionen wie Luxemburg und Belgien ist Anreiz für die Region, die Attraktivität ihrer Innenstädte sicherzustellen.

Im Mittel bewerten die Unternehmen der Region die Relevanz entsprechender Angebote mit 2,3. Wenig überraschend messen Einzelhandelsbetriebe diesem Standortfaktor eine höhere Priorität (1,8) bei als Vertreter anderer Branchen. Auch kleine und mittlere Unternehmen, die oft auf einen direkten Vertrieb ihrer Waren angewiesen sind, bewerten die Wichtigkeit höher als große Betriebe. Die durchschnittliche Zufriedenheit der befragten Unternehmen mit dem Standortfaktor liegt bei 2,9 und rangiert damit im oberen Drittel der 20 abgefragten Standortfaktoren. Differenziert man die Ergebnisse nach Größe und Branche, finden sich nur geringe Abweichungen, allerdings

zeigen sich sowohl für die Stadt Trier (2,3) als auch den Landkreis Trier-Saarburg (2,4) Agglomerationsvorteile. Die Unternehmen aus den anderen Landkreisen vergeben im Durchschnitt nur ein „befriedigend“. Wenige ländliche Kommunen verfügen noch über eine den Bedürfnissen gerecht werdende Nahversorgung. Die Herausforderung der kommenden Jahre wird mehr und mehr der Wettbewerb mit dem Online-Handel, aber auch dessen gezielte Nutzung sein. Dazu ist es wichtig, dass die Kommunen und das Gewerbe vor Ort gemeinsame Maßnahmen entwickeln, um dieser Konkurrenz entgegenzutreten. Mit dem Gesetz über lokale Entwicklungs- und Aufwertungsprojekte (LEAPG), das 2015 vom rheinland-pfälzischen Landtag verabschiedet wurde, bieten sich beispielsweise neue Chancen zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren durch sogenannte „Business Improvement Districts“.

Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote (Wichtigkeit: 2,3/Zufriedenheit: 2,9)



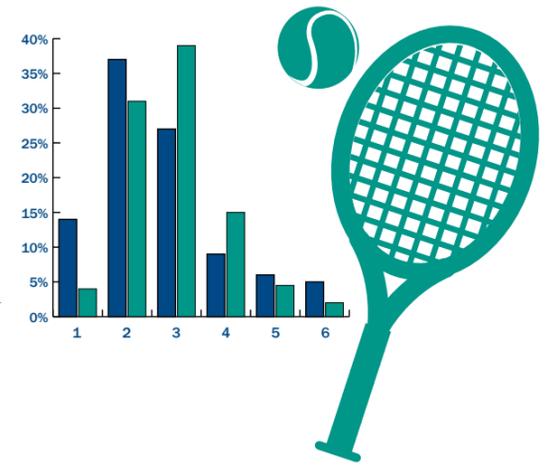
5.18 KULTUR-, FREIZEIT- UND SPORTANGEBOTE

Die Kultur-, Freizeit- und Sportangebote sind, ebenso wie die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote, von hoher Bedeutung für die Fachkräftesicherung und -anwerbung. Während die Shoppingangebote im Wesentlichen über den Markt bereitgestellt werden, befinden sich die Kultur-, Freizeit- und Sportangebote häufig in ehrenamtlicher oder öffentlicher Trägerschaft.

Mit einer durchschnittlichen Wichtigkeitsbewertung von 2,7 rangiert dieser Standortfaktor aus Unternehmenssicht immerhin noch im Mittelfeld aller Faktoren. Kultur-, Freizeit- und Sportangebote haben nur selten einen direkten Einfluss auf die Betriebsabläufe und die Betriebsergebnisse. Für die Zuzugs- und Bleibentscheidungen potenzieller Fach- und Führungskräfte spielen die regionalen

Möglichkeiten im Kultur- und Sportbereich aber eine große Rolle. Dabei treten sie sowohl als aktiv Mitwirkende als auch als interessierte Besucher und Unterstützer auf. Mehr als zwei Drittel aller befragten Unternehmen bewerten hinsichtlich ihrer Zufriedenheit das regionale Angebot mit „gut“ oder „befriedigend“. Das Mittel liegt bei 2,9, wobei sich auch hier die in der Stadt Trier ansässigen Unternehmen (2,5) zufriedener zeigen als die in den ländlichen Gebieten heimischen Betriebe, die im Durchschnitt die Note „befriedigend“ vergeben.

Kultur-, Freizeit- und Sportangebote (Wichtigkeit: 2,7/Zufriedenheit: 2,9)



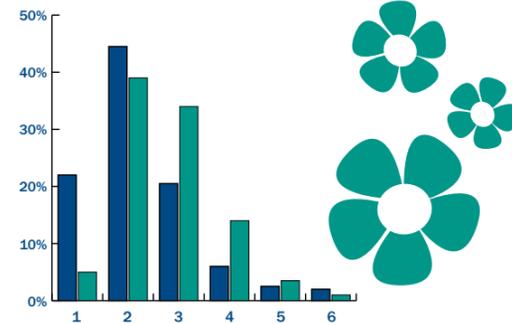
5.19 IMAGE DES REGIONALEN UMFELDS

Im Wichtigkeitsranking rangiert das Image des regionalen Umfelds mit einer Durchschnittsnote von 2,3 im Mittelfeld der 20 Standortfaktoren. Differenziert man nach der Unternehmensgröße, artikulieren sowohl kleinere als auch mittelgroße Unternehmen, deren Aktivitäten sich häufig auf den regionalen Markt beschränken, eine höhere Relevanz des Regionsimage (2,3 bzw. 2,2) als größere Unternehmen (2,5). Ähnliches gilt für die größtenteils exportunabhängigen Einzelhandelsunternehmen (1,9) und Handwerksunternehmen (2,1), die dem Image des regionalen Umfeldes eine deutlich höhere Relevanz zumessen als zum Beispiel die Industrieunternehmen (2,6). Die befragten Unternehmen zeigen sich im Mittel vergleichsweise zufrieden. Der Faktor belegt mit einer Durchschnittsnote von 2,8 den dritten Platz im Zufriedenheitsranking, obwohl die Durchschnittsbewertung gegenüber 2013 leicht gesunken ist. Dieser Wert ist weitgehend unabhängig von räumlicher, branchen- und größenspezifischer Differenzierung.

Die positive Bewertung der Lebensqualität in der Region Trier ist der beste Botschafter des Images der Region. Künftig sollten die regionalen Akteure demnach einen besonderen Fokus auf den Erhalt und die Stärkung des positiven Selbstbildes legen und dieses verstärkt nach innen und außen tragen. Für die Zukunft sind verstärkte Anstrengungen in der Vermarktung der Alleinstel-

lungsmerkmale der Region Trier vor allem im kulturellen, aber auch im Wein- und Genussbereich nötig, um weiterhin ein positives Image nach außen zu tragen. Auch die Wiederanbindung Triers an den Schienenpersonenfernverkehr ist ein wichtiger Schritt, um das Image der Region zu verbessern.

Image des regionalen Umfelds
(Wichtigkeit: 2,3/Zufriedenheit: 2,8)

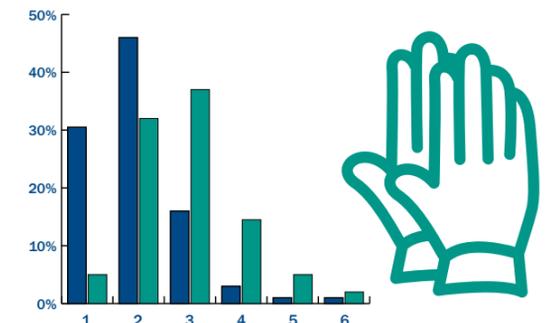


5.20 UNTERNEHMENSFREUNDLICHKEIT DES STANDORTKLIMAS

Die aus Unternehmenssicht empfundene Relevanz des Faktors „Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas“ beträgt im Durchschnitt 2,0. Dieser Wert gilt unabhängig von Größe, Branche oder Mikrostandort. Eine Ausnahme bildet der Einzelhandel, der die Wichtigkeit der Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas noch höher beziffert, und zwar mit 1,7 im Mittel. Hinsichtlich der Zufriedenheit wird die Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas mit durchschnittlich 2,9 bewertet. Dabei attestieren lediglich sieben Prozent der Befragten ein „mangelhaftes“ oder „ungenügendes“ Klima. Trotzdem kann ein „voll befriedigendes“ Ergebnis, wie auch im Jahr 2013, nicht über Verbesserungsspielräume hinwegtäuschen.

Schritte in die Selbstständigkeit oder auch Unternehmensübernahmen – pro Jahr steht in der Region Trier eine höhere dreistellige Zahl an Unternehmen zur Übergabe – haben bessere Chancen in einem unternehmensfreundlichen Standortklima. Daher ist eine Ausweitung der bereits zuvor besprochenen Willkommenskultur für Fachkräfte auf Unternehmen notwendig, denn unternehmerisches Engagement bildet die Grundlage des Wohlstands der gesamten Region.

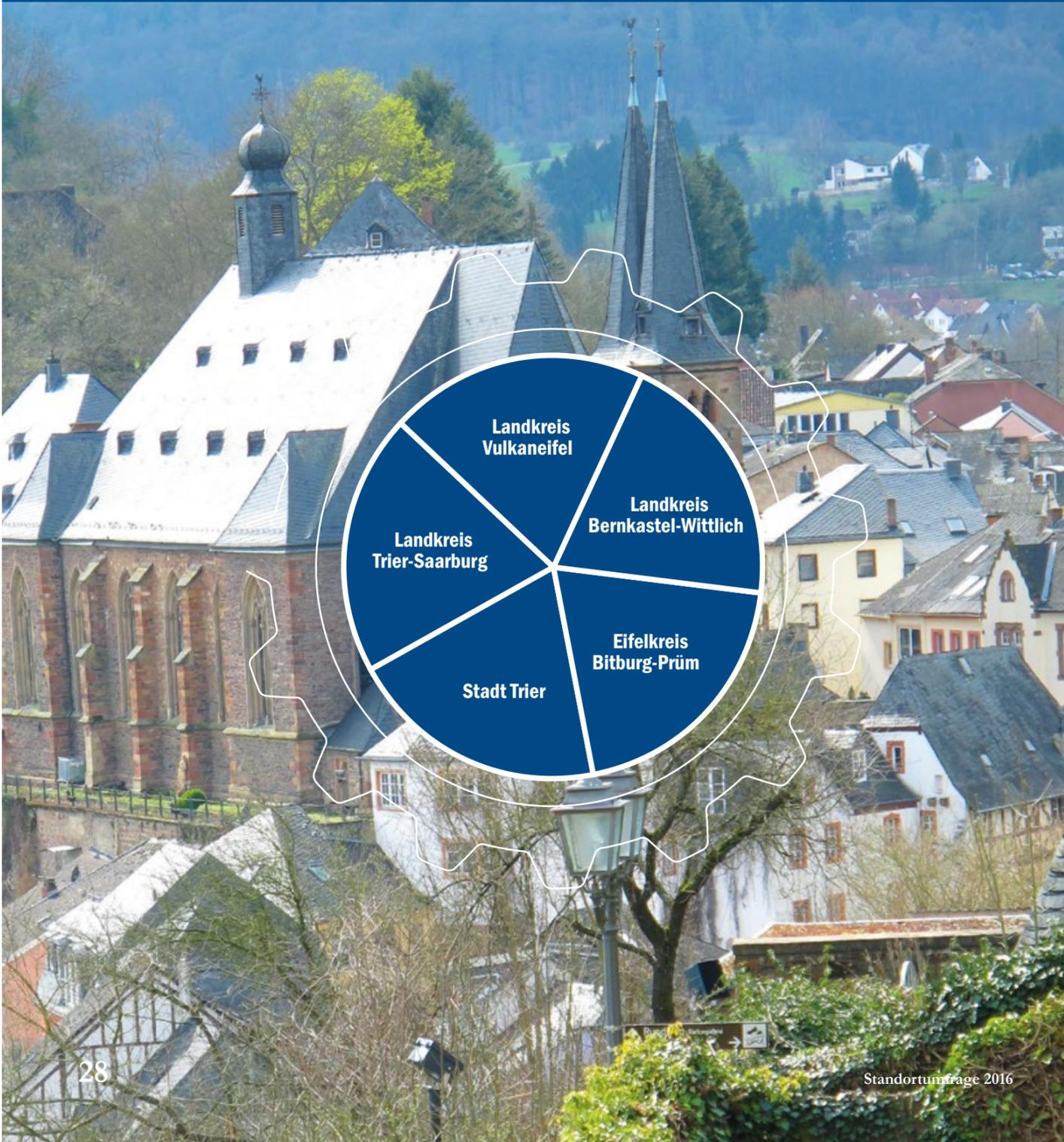
Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas
(Wichtigkeit: 2,0/Zufriedenheit: 2,9)



6. STANDORTBEWERTUNGEN IM KREISVERGLEICH

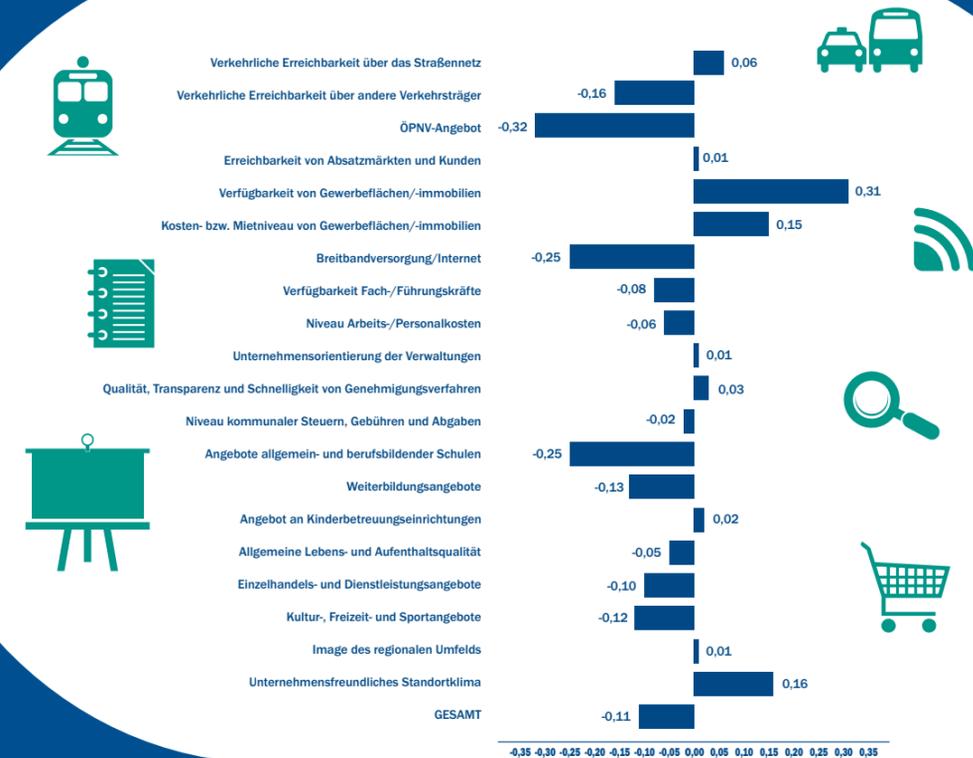
Differenziert man die Ergebnisse nach dem jeweiligen Unternehmensstandort in der Region, offenbart schon die Umfrage im Jahr 2013 nur geringe Unterschiede in der Zufriedenheitswahrnehmung der befragten Unternehmen. Auch die Umfrage 2016

zeichnet das Bild einer homogenen Region, in der lediglich die Stadt Trier signifikant besser abschneidet. Die Differenzen liegen meist in einer sehr engen Bandbreite zwischen +0,3 und -0,3 Punkten.



6.1 EIFELKREIS BITBURG-PRÜM

Zufriedenheit: Eifelkreis Bitburg-Prüm im Vergleich zur Region Trier



Aus dem Eifelkreis Bitburg-Prüm haben sich insgesamt 154 Unternehmen an der Umfrage beteiligt. Zwei Drittel der Befragten würden ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen. Für die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort vergeben die Befragten des Eifelkreises mit einer Durchschnittsbewertung von 2,7 ein „voll befriedigend“ (Gesamtdurchschnitt der Region Trier: 2,6). „Gut“ mit 48 Prozent und „befriedigend“ mit 29 Prozent sind dabei die deutlich am häufigsten vergebenen Bewertungen.

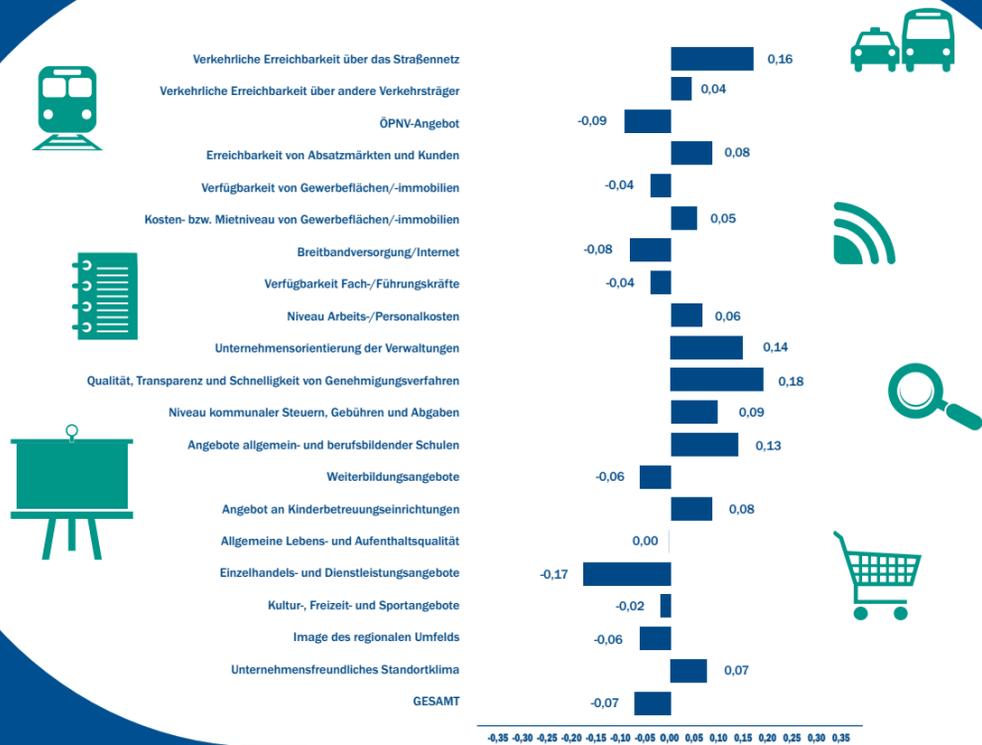
Die Analyse der Zufriedenheitsbewertungen der Standortfaktoren zeigt im Landkreis Bitburg-Prüm nur in wenigen Fällen Abweichungen um mehr als 0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum regionalen Durchschnitt. Kritisch sehen die Unternehmen des Eifelkreises die Breitband- und Internetversorgung. Hier vergeben sie eine 3,6 und zeigen sich damit um knapp 0,3 Prozentpunkte unzufriedener, als es im regionalen Durchschnitt der Fall ist. Vor drei Jahren wurde die Breitbandversorgung im Vergleich zur Region sogar um 0,6 Prozentpunkte schlechter bewertet, was auf eine Verbesserung hindeutet. Das Negativsaldo beträgt beim ÖPNV-Angebot sogar mehr als 0,3 Prozentpunkte. Ebenfalls kritischer als im regionalen Durchschnitt werden die Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen eingeschätzt. Hier liegt die Differenz ebenfalls bei knapp 0,3 Prozentpunkten. Im Vergleich zum regionalen Durchschnitt bewerten die Unternehmen des Eifelkreises die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien um etwa 0,3 Prozentpunkte besser.

6.2 LANDKREIS BERNKASTEL-WITTLICH

Aus dem Landkreis Bernkastel-Wittlich haben sich 191 Unternehmen an der Umfrage beteiligt. Zwei Drittel würden ihren Standort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen; dies entspricht in etwa dem regionalen Durchschnitt. Die Gesamtzufriedenheit mit dem Unternehmensstandort wird mit 2,7 bewertet. Somit liegen die Unternehmen analog zum Eifelkreis Bitburg-Prüm kaum merklich unter dem Durchschnitt der Gesamtregion. Sechs Prozent bewerten den Standort mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“, während 48 Prozent der Befragten den Standort mit „gut“ und 32 Prozent mit „befriedigend“ evaluieren. Die Bestnote wird, wie im regionalen Durchschnitt, nur von fünf Prozent der Unternehmen vergeben.

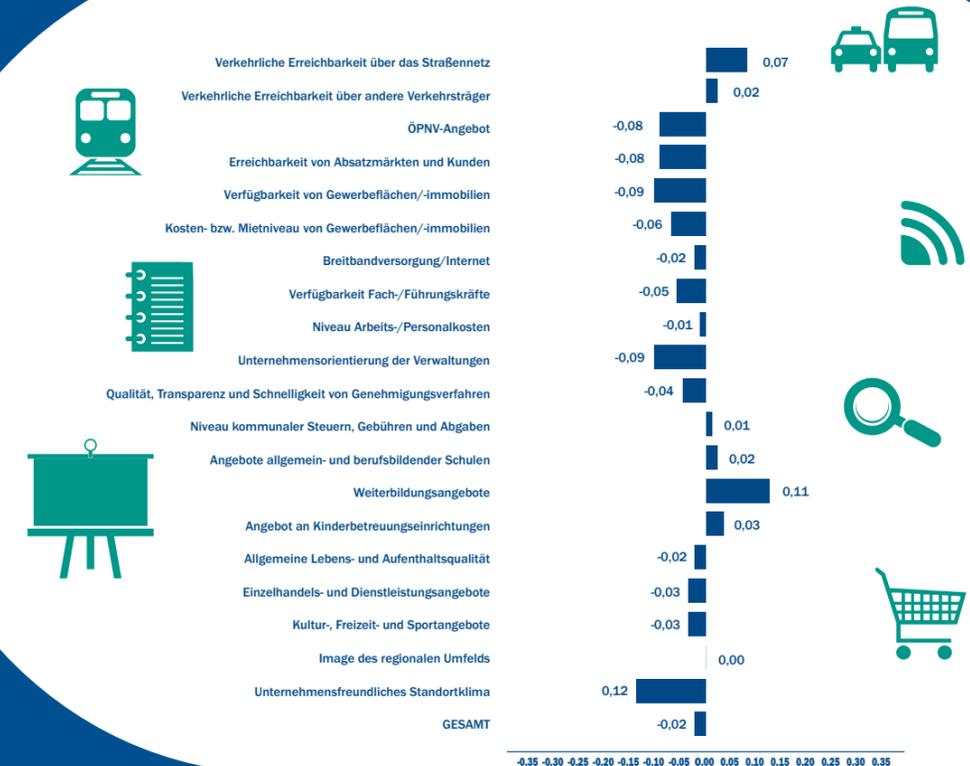
Die Zufriedenheit der Unternehmen aus dem Landkreis Bernkastel-Wittlich mit den erhobenen Standortfaktoren weicht vom regionalen Mittelwert um nicht mehr als ca. 0,2 Prozentpunkte ab. Leicht überdurchschnittlich werden die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz (Differenz +0,16), die Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen (+0,13) sowie die Unternehmensorientierung der Verwaltung (+0,14) eingeschätzt. Etwas kritischer werden von den Befragten hingegen das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot (-0,17), das ÖPNV-Angebot (-0,09) sowie die Breitbandversorgung (-0,08) betrachtet.

Zufriedenheit: Landkreis Bernkastel-Wittlich im Vergleich zur Region Trier



6.3 LANDKREIS TRIER-SAARBURG

Zufriedenheit: Landkreis Trier-Saarburg im Vergleich zur Region Trier



192 Unternehmen aus dem Landkreis Trier-Saarburg haben sich an der Umfrage beteiligt. Auch hier würden zwei Drittel der Befragten ihren Standort weiterempfehlen. Insgesamt vergeben die Betriebe des Landkreises Trier-Saarburg eine Note von 2,6 für ihren Unternehmensstandort. Knapp 48 Prozent vergeben hierbei ein „gut“ und rund 38 Prozent ein „befriedigend“. Sieben Prozent, etwa zwei Prozentpunkte mehr als im regionalen Durchschnitt, zeigen sich unzufrieden und vergeben die Noten „mangelhaft“ und „ungenügend“. Die Gesamtbewertung durch die Betriebe des Landkreises entspricht aber in etwa dem regionalen Durchschnitt.

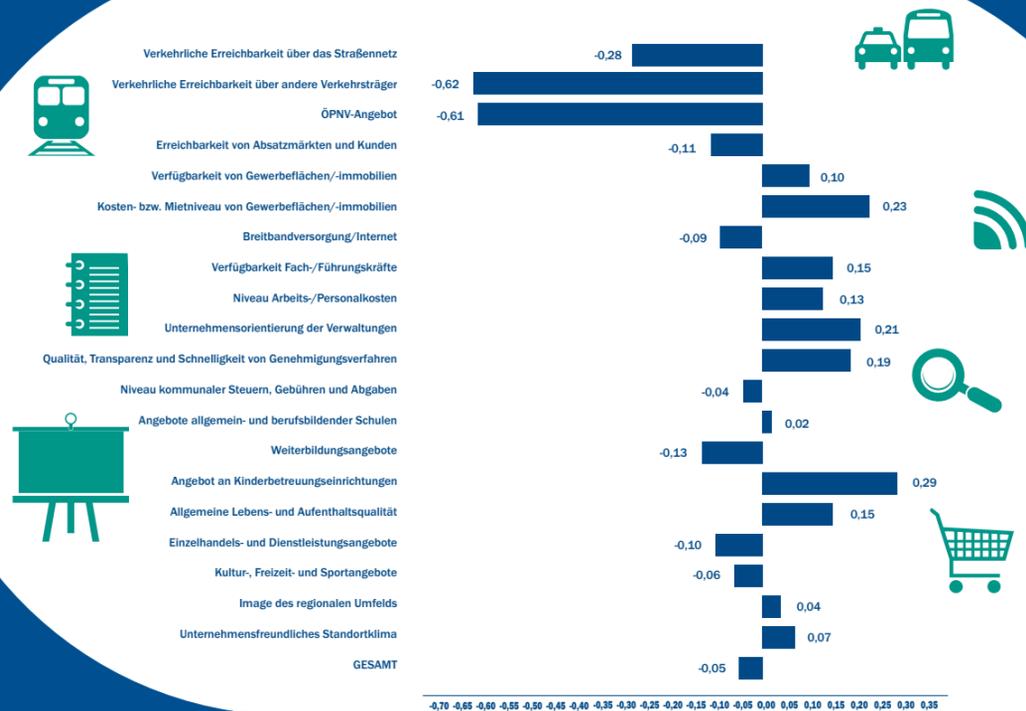
Ein ähnliches Bild zeigt die Einzelbetrachtung der 20 erfragten Standortfaktoren. Fast alle Bewertungen hinsichtlich der Zufriedenheit mit diesen Faktoren liegen im Kreis Trier-Saarburg im regionalen Durchschnitt. In Bezug auf drei Faktoren zeigen sich die Trier-Saarburger Unternehmen mit ihrer Zufriedenheit leicht unterdurchschnittlich. Dies betrifft die Einschätzung der Unternehmensfreundlichkeit des Standorts (-0,12) sowie die Unternehmensorientierung der Verwaltung und die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien in Höhe von jeweils -0,09 Prozentpunkten. Weiterbildungsangebote stechen leicht positiv hervor mit +0,11 Prozentpunkten.

6.4 LANDKREIS VULKANEIFEL

Die Angaben von 106 Unternehmen aus dem Landkreis Vulkaneifel sind im Datensatz vertreten. 64 Prozent der Befragten würden ihren Unternehmensstandort an einen befreundeten Unternehmer weiterempfehlen. Dies entspricht vier Prozentpunkten weniger im Vergleich zum regionalen Durchschnitt. Die Befragten vergeben für die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort die Note 2,7 und liegen damit in etwa im regionalen Mittel. Im Landkreis Vulkaneifel werden mit etwa 40 Prozent beziehungsweise 37 Prozent die Noten „gut“ und „befriedigend“ am häufigsten vergeben.

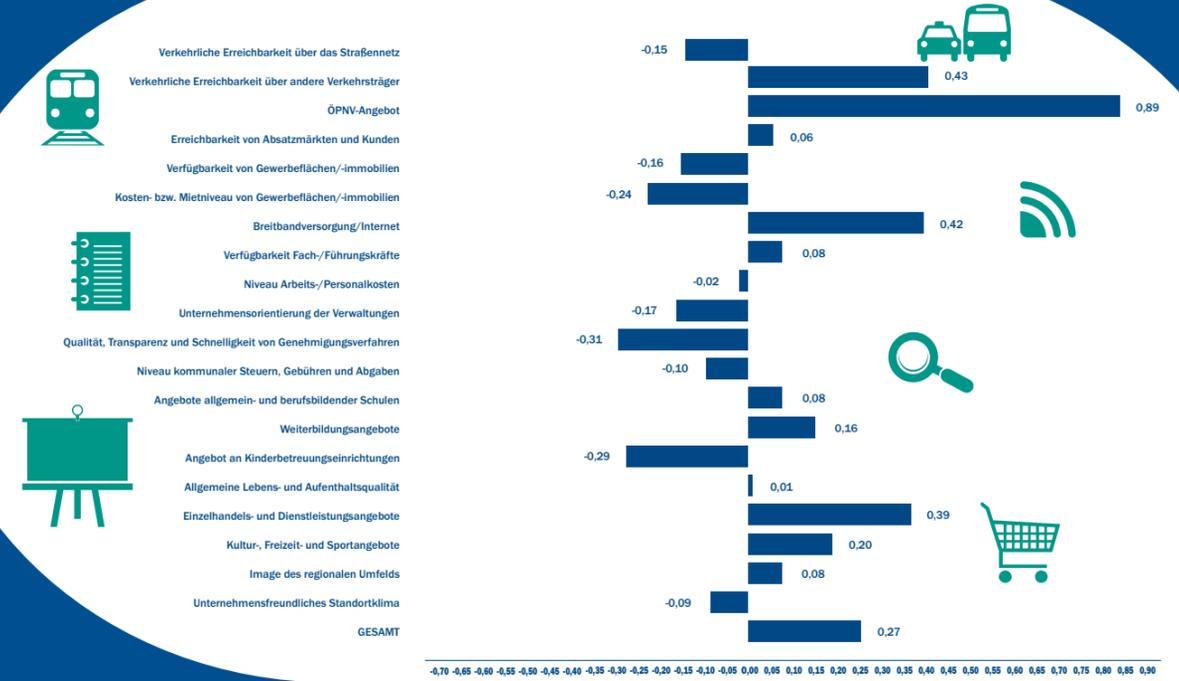
Auch im Landkreis Vulkaneifel weicht die Zufriedenheitsbewertung der meisten Standortfaktoren nicht oder nur marginal vom regionalen Durchschnitt ab. Allerdings haben die negativen Ausprägungen im Vergleich zu den anderen Kreisen die höchsten Ausprägungen. So werden die Standortfaktoren verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz (-0,28), über andere Verkehrsträger (-0,62) und über öffentliche Verkehrsmittel (-0,61) alle deutlich negativer als im regionalen Durchschnitt bewertet. Vergleichsweise positiv mit +0,29 Prozentpunkten wird das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen von den Unternehmen wahrgenommen. Ebenfalls positiv fallen die Kosten beziehungsweise Mietpreise von Gewerbeflächen und -immobilien mit +0,23 Prozentpunkten und die Unternehmensorientierung der Verwaltung mit +0,21 Prozentpunkten auf.

Zufriedenheit: Landkreis Vulkaneifel im Vergleich zur Region Trier



6.5 STADT TRIER

Zufriedenheit: Stadt Trier im Vergleich zur Region Trier



Von den in der Stadt Trier ansässigen Unternehmen haben 168 den Fragebogen beantwortet. 77,5 Prozent der Befragten würden ihren Standort weiterempfehlen. Dies sind über neun Prozentpunkte mehr als im regionalen Durchschnitt, was auch eine weitere Steigerung gegenüber der Umfrage 2013 darstellt. Die Trierer Unternehmen vergeben bezüglich ihrer Gesamtzufriedenheit mit dem Standort die Durchschnittsnote 2,3 und zeigen sich damit um fast 0,3 Prozentpunkte zufriedener als der regionale Durchschnitt. Auffallend ist, dass fast acht Prozent der Befragten den Spitzenwert „sehr gut“ vergeben, weitere 61 Prozent „gut“ und 23 Prozent immerhin noch „befriedigend“. Eine schlechte Bewertung von „mangelhaft“ vergibt in etwa nur jedes 25. Unternehmen, mit „ungenügend“ wurde Trier von keinem Betrieb bewertet.

Wenn man die Zufriedenheitsbewertungen mit den einzelnen Standortfaktoren von in der Stadt Trier ansässigen Unternehmen mit den lokalen Ergebnissen der vier Landkreise vergleicht, dann fallen hier vor allem die Unterschiede im positiven Bereich auf. Die Bewertungen zur Internetversorgung liegen um +0,42 Prozentpunkte über dem regionalen Durchschnitt, die Bewertung des ÖPNV-Angebots gar um rund +0,9 Prozentpunkte. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie die verkehr-

liche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als die Straße werden um etwa +0,4 Prozentpunkte besser eingeschätzt, und im Hinblick auf die Kultur-, Freizeit- und Sportangebote sind es immerhin noch +0,2 Prozentpunkte. Unzufriedener zeigen sich die Betriebe des Oberzentrums im Hinblick auf das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen, die Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren, die Unternehmensorientierung der Verwaltung sowie das Kosten- und Mietniveau von Gewerbeflächen und Immobilien (alle zwischen -0,24 und -0,17 Punkten). Im Hinblick auf die Versorgung mit Kinderbetreuungseinrichtungen wird die Bewertung aber zumindest teilweise auf höhere Erwartungen der Trierer Unternehmen sowie den hohen Bedarf in der Stadt im Vergleich zu ländlich strukturierten Regionen zurückzuführen sein, weniger auf ein in Relation zu den Landkreisen schlechteres Angebot. Vergleichsweise kritisch betrachten die Trierer Betriebe auch die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien (-0,16) sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz (-0,15) gegenüber dem regionalen Durchschnitt. Hier macht sich das Fehlen der Nord- und Westumfahrung Triers bemerkbar.



Unternehmensumfrage zur regionalen Standortattraktivität

Universität Trier
 Professur für Unternehmensführung
 DM-Gebäude
 54286 Trier

Fax: 0651 201-3029
 E-Mail: cfisch@uni-trier.de

Rücksendung bitte bis 27. Juni 2016

Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen aus der Sicht Ihres Unternehmens möglichst vollständig. Ihre Angaben werden von uns selbstverständlich vertraulich behandelt und ausschließlich in Form statistischer Gesamtgrößen ausgewiesen. Die veröffentlichten Auswertungen erlauben keinerlei Rückschlüsse auf die Antworten einzelner Unternehmen.

1. Welche Gesamtnote geben Sie Ihrem Unternehmensstandort (Schulnotenskala)?

sehr gut gut befriedigend ausreichend mangelhaft ungenügend

2. Würden Sie Ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen?

ja nein

3. Wie wichtig sind die nachfolgenden Standortfaktoren für Ihr Unternehmen? Wie zufrieden sind Sie mit diesen Faktoren an Ihrem Standort?

(Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit auf einer Skala von „1 = sehr wichtig“ bis „6 = unwichtig“ und die Zufriedenheit auf einer Skala von „1 = sehr zufrieden“ bis „6 = sehr unzufrieden“).

Standortfaktoren	Wichtigkeit						Zufriedenheit					
	sehr wichtig		unwichtig				sehr zufrieden		sehr unzufrieden			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz	<input type="checkbox"/>											
Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger	<input type="checkbox"/>											
ÖPNV-Angebot	<input type="checkbox"/>											
Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden	<input type="checkbox"/>											
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	<input type="checkbox"/>											
Kosten- bzw. Mietniveau von Gewerbeflächen/-immobilien	<input type="checkbox"/>											
Breitbandversorgung /Internet	<input type="checkbox"/>											
Verfügbarkeit Fach-/Führungskräfte	<input type="checkbox"/>											
Niveau Arbeits-/Personalkosten	<input type="checkbox"/>											
Unternehmensorientierung der Verwaltung(en)	<input type="checkbox"/>											
Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren	<input type="checkbox"/>											
Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben	<input type="checkbox"/>											

Standortfaktoren	Wichtigkeit						Zufriedenheit					
	sehr wichtig		unwichtig				sehr zufrieden		sehr unzufrieden			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen	<input type="checkbox"/>											
Weiterbildungsangebote	<input type="checkbox"/>											
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>											
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität	<input type="checkbox"/>											
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote	<input type="checkbox"/>											
Kultur-, Freizeit und Sportangebote	<input type="checkbox"/>											
Image des regionalen Umfelds	<input type="checkbox"/>											
Unternehmensfreundliches Standortklima	<input type="checkbox"/>											

Umsätze mit Luxemburger Kunden

4. Wie hoch war (schätzungsweise) der Anteil Ihres Unternehmensumsatzes, der im Jahr 2015 auf Luxemburger Kunden entfallen ist?

Kein Umsatz mit Luxemburger Kunden weniger als 10 Prozent 10 bis unter 20 Prozent
 20 bis unter 50 Prozent 50 Prozent und mehr

5. Wie hat sich Ihr Umsatz mit Luxemburger Kunden in den letzten drei Jahren verändert?

Kein Umsatz mit Luxemburger Kunden stark gesunken leicht gesunken
 gleich geblieben leicht gestiegen stark gestiegen

6. Wie wird sich Ihr Umsatz mit Luxemburger Kunden in den kommenden drei Jahren Ihrer Einschätzung nach entwickeln?

Kein Umsatz mit Luxemburger Kunden sinken gleich bleiben steigen

Breitband-/Internetanbindung

7. Welche Internetanbindung hat bzw. wird Ihr Unternehmen benötigen (in Mbit/s):

0-6 7-16 17-50 51-100 >100 weiß nicht
 Welche max. Downloadgeschwindigkeit steht Ihrem Unternehmen aktuell zur Verfügung?
 Welche Bandbreite werden Sie voraussichtlich im Jahr 2020 benötigen?

8. Welche Probleme mit Ihrer Internetverbindung sind in den letzten zwölf Monaten aufgetreten? (Mehrfachantworten möglich)

Keine Probleme häufige Ausfallzeiten/Störungen stockende Verbindungen
 zu langsamer Download zu langsamer Upload Sonstiges, und zwar _____
 weiß nicht

9. Erwarten Sie für Ihr Unternehmen innerhalb der nächsten beiden Jahre Internet-Probleme in Bezug auf:

	große Probleme	leichte Probleme	keine Probleme	nicht abschätzbar
Bandbreite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Downloadrate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uploadrate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Haben Sie Anregungen, wie für Ihr Unternehmen wichtige Standortfaktoren von den Akteuren vor Ort verbessert werden könnten?

11. Ihr Unternehmen:

a) Anzahl der Beschäftigten am Standort: _____

b) (Haupt-)Wirtschaftszweig (bitte nur eine Branche ankreuzen):

- Industrie Einzelhandel/Ladenhandwerk Bau-/Ausbaugewerbe
 Groß-, Außen-, Kfz-Handel (Sonstige) Dienstleistungen (Sonstiges) Handwerk

c) Genaue Branchenbezeichnung (z.B. Dachdecker, Bekleidungseinzelhandel, Maschinenbau, Restaurant):

d) Unternehmensstandort:

- Landkreis Berncastel-Wittlich Eifelkreis Bitburg-Prüm Stadt Trier
 Landkreis Trier-Saarburg Landkreis Vulkaneifel

Bitte senden Sie uns den Ergebnisbericht zur Umfrage per E-Mail zu.
(Firma und Ansprechpartner mit E-Mail-Kontaktdaten benennen):

Herzlichen Dank für Ihre freundliche Mitarbeit!

