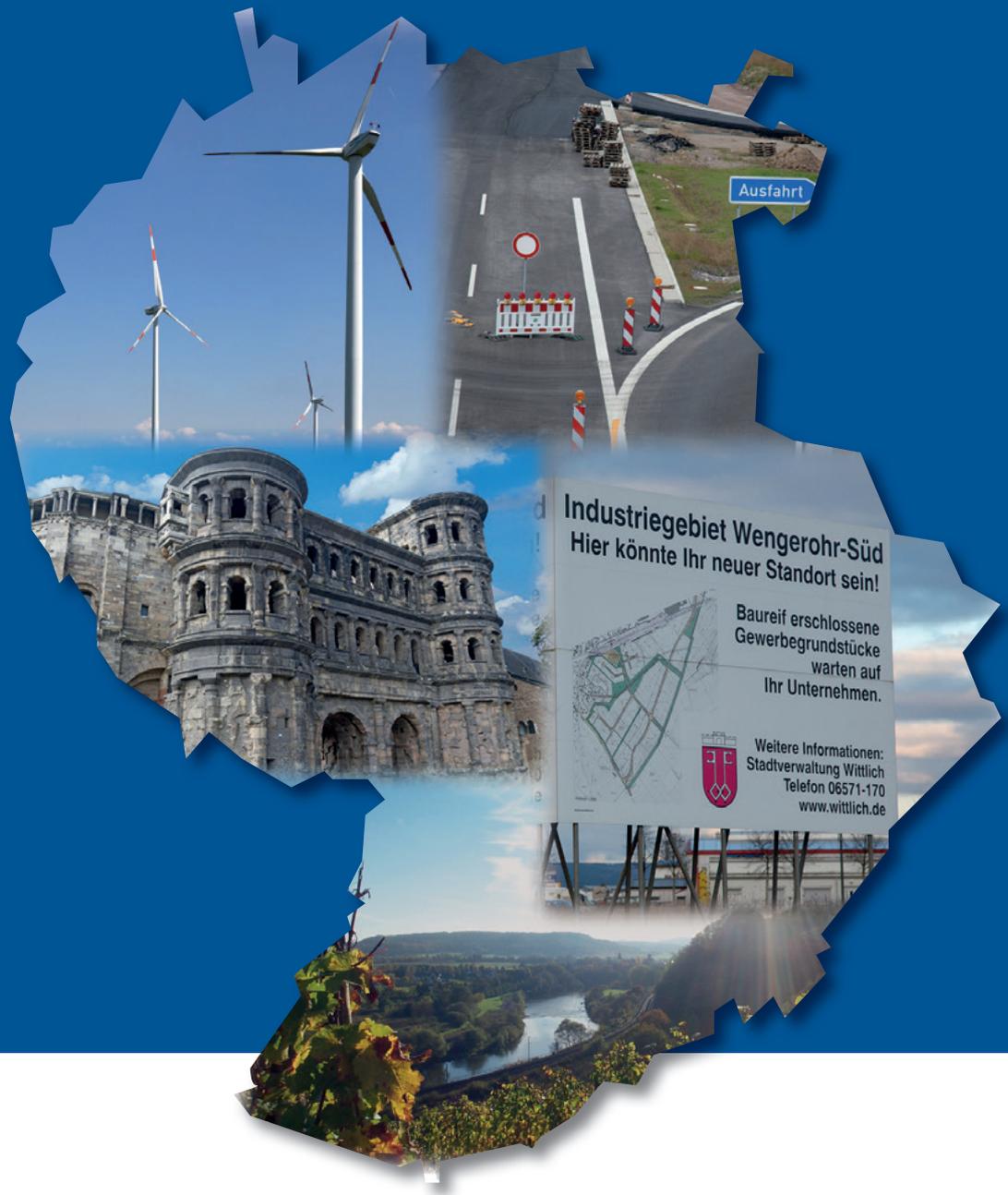


Standort Region Trier aus Unternehmenssicht

Stärken // Schwächen // Handlungsfelder



IMPRESSUM

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer Trier
Herzogenbuscher Straße 12 | 54292 Trier



Verantwortlich: **Dr. Jan Glockauer**,
Hauptgeschäftsführer

Redaktion und Ansprechpartner



Dr. Matthias Schmitt
Konzept, Texte
Telefon: (06 51) 9777-9 01
E-Mail: schmitt@trier.ihk.de



Stephanie Illg
Datenauswertung, Grafikentwürfe
Telefon: (06 51) 9777-9 30
E-Mail: illg@trier.ihk.de

Gestaltung

Werbeagentur zweipunktnull GmbH

Jean-Monnet-Straße 5 | 54343 Föhren

Bildnachweis

Arla Foods, blende40 – Fotolia, Eike Bock, DragonImages – Fotolia, Fotolyse – Fotolia, Helmut Gassen, jonasginter – Fotolia, IHK Trier, inmotion, Robert Kneschke – Fotolia, maho – Fotolia, micromonkey – Fotolia, Petair – Fotolia, pixelnest – Fotolia, pressmaster – Fotolia, Dan Race – Fotolia, RFSole – Fotolia, Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, Saar-Obermosel Touristik, Thaut Images – Fotolia, thomaslerchphoto – Fotolia, Thewalt, FrankU – Fotolia, wrangler – Fotolia

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

INHALTSVERZEICHNIS

1. Vorwort	4
2. Wichtige Ergebnisse auf einen Blick	5
3. Datengrundlage	6
4. Allgemeine Standortattraktivität	7
5. Bewertung der regionalen Standortfaktoren	9
5.1 Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz	10
5.2 Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger	11
5.3 ÖPNV-Angebot	12
5.4 Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden	13
5.5 Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien	14
5.6 Kosten beziehungsweise 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	21
5.13 Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen	22
5.14 Weiterbildungsangebote	23
5.15 Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen	24
5.16 Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität	25
5.17 Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote	26
5.18 Kultur-, Freizeit- und Sportangebote	27
5.19 Image des regionalen Umfelds	28
5.20 Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas	29
6. Standortbewertungen im Kreisvergleich	30
6.1 Eifelkreis Bitburg-Prüm	31
6.2 Landkreis Berncastel-Wittlich	32
6.3 Landkreis Trier-Saarburg	33
6.4 Landkreis Vulkaneifel	34
6.5 Stadt Trier	35
7. Methodische Erläuterungen	37
8. Der Fragebogen	38

1. VORWORT

„Auch andere Mütter haben schöne Töchter.“ Diese alte Weisheit gilt nicht nur für den Heiratsmarkt, sondern gerade auch für den Wettbewerb der Regionen um Unternehmensansiedlungen, Investitionen und Fachkräfte. Die Mobilität von Kapital hat einen nie gekannten Umfang erreicht. Das Ringen um geeignete Fachkräfte wird vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung in wenigen Jahren nochmals deutlich an Intensität gewinnen. Nur Wirtschaftsregionen, die sich attraktiv präsentieren, wo also die relevanten Standortfaktoren stimmen, werden sich in diesen Wettbewerbsprozessen erfolgreich behaupten und ihre Position stärken können.

Wie attraktiv ist aber die Region Trier für Investoren? Auf diese Frage können sekundärstatistische Daten nur bedingt eine Antwort geben. Daher sollte man die Frage an diejenigen richten, auf die es für wirtschaftliche Entwicklung ankommt: die regionalen Unternehmen.

Die Industrie- und Handelskammer Trier hat im Herbst 2013 eine umfangreiche Unternehmensbefragung durchgeführt. Dabei wurden die Geschäftsleitungen der befragten Betriebe darum gebeten, anzugeben, wie zufrieden sie mit ihrem Standort in der Region Trier sind. An der Befragung haben sich rund 600 Unternehmen, die 25.000 Arbeitnehmer beschäftigen, beteiligt. Das entspricht nahezu 30 Prozent der in der IHK organisierten regionalen Wirtschaftskraft. Unseren Daten kommt also eine hohe Aussagekraft zu.

Die Angaben beruhen auf persönlichen Einschätzungen und Erfahrungen der regionalen Unternehmer. Diese mögen bis zu einem gewissen Grad auch subjektiv geprägt sein. Aber Annahmen sind real in ihren Wirkungen. Von der Wahrnehmung der Standortattraktivität durch die hier ansässigen Betriebe hängt deren Bereitschaft, am Standort zu investieren und diesen positiv nach außen zu vertreten, zentral ab.

Wie auf den folgenden Seiten zu sehen sein wird, ist vieles nicht schlecht, doch kann einiges aus Sicht der hiesigen Unternehmen besser gemacht werden. Hieran wollen wir gemeinsam mit Ihnen arbeiten, damit die regionale Wirtschaft bei der nächsten Umfrage nicht mehr das Standortprädikat „voll befriedigend“, sondern mindestens „gut“ vergibt.



Peter Adrian
Präsident



Dr. Jan Glockauer
Hauptgeschäftsführer

2. WICHTIGE ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- // 70 Prozent der regionalen Unternehmen würden ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen.
- // Die Befragten geben ihrem Unternehmensstandort in der Region Trier im Durchschnitt die Note 2,6, also „voll befriedigend“.
- // 53 Prozent der Unternehmen vergeben die positiven Bewertungen „sehr gut“ oder „gut“, ein Drittel „befriedigend“, acht Prozent „ausreichend“ und sechs Prozent die sehr negativen Bewertungen „mangelhaft“ beziehungsweise „ungenügend“.
- // Als Standortfaktoren von besonders hoher Wichtigkeit werden die Versorgung mit Breitbandinfrastruktur und die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz, gefolgt von der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, identifiziert. Für weniger erfolgsrelevant halten die Firmen das ÖPNV-Angebot und die verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als die Straße.
- // Die höchste Zufriedenheit artikulieren die Befragten im Hinblick auf die allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Region.
- // Unzufrieden zeigen sie sich mit dem Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben, der Breitbandversorgung, der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, der verkehrlichen Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als die Straße und dem ÖPNV-Angebot.
- // Eine vergleichsweise große Diskrepanz zwischen der Einschätzung von (hoher) Wichtigkeit und (niedriger) Zufriedenheit herrscht im Hinblick auf die Breitbandversorgung sowie die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften. Hier besteht demzufolge der dringendste Handlungsbedarf für die Region Trier.
- // Vergleicht man die Unternehmensantworten differenziert nach Mitarbeiterzahl, Branche oder Standort der Firmen in den einzelnen Kreisen, so bewegen sich die Abweichungen meist im Rahmen einer halben Notenstufe. Die Region Trier präsentiert sich aus Unternehmenssicht in ihrer Standortattraktivität also recht homogen.

3. DATENGRUNDLAGE

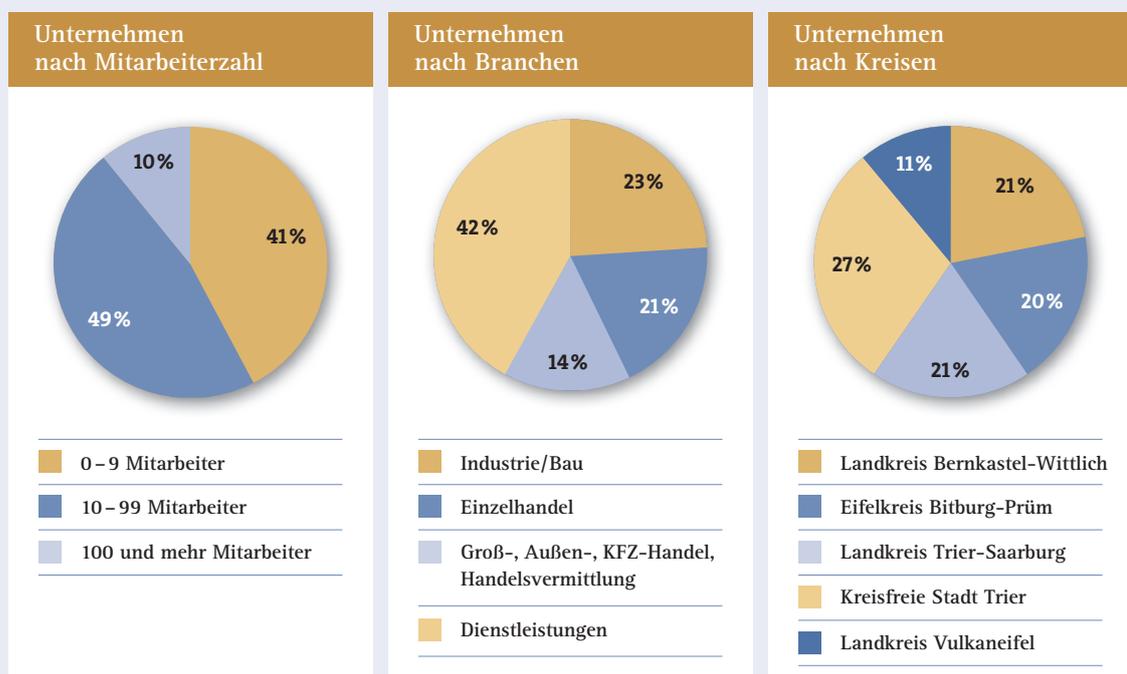
Die Industrie- und Handelskammer Trier hat im Herbst 2013 eine umfangreiche regionale Unternehmensumfrage durchgeführt. Im Rahmen der Befragung konnten die Firmen 20 Standortfaktoren nach deren Wichtigkeit für den eigenen Betrieb sowie nach der Zufriedenheit mit diesen Faktoren am jeweiligen Standort bewerten. Insgesamt haben sich 588 regionale Unternehmen mit etwa 25.000 Beschäftigten an der Umfrage beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von etwa zehn Prozent. Da sich die Aktion ausschließlich an im Handelsregister eingetragene IHK-Mitgliedsunternehmen gerichtet hat, sind größere Unternehmen proportional stärker im Datensatz vertreten als Kleinunternehmen. Dies ist bewusst im Untersuchungsansatz angelegt, um eine hohe regionalwirtschaftliche Relevanz der Umfrageergebnisse sicherzustellen.

Die Differenzierung der antwortenden Betriebe nach Beschäftigtenzahl, Branche und räumlicher Herkunft bestätigt ebenfalls die Aussagekraft der Ergebnisse für die durch die IHK-Mitgliedsunternehmen repräsentierte regionale Wirtschaft: Bei rund 40 Prozent der Befragten handelt es sich um Kleinunternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten. Etwa die Hälfte ist als mittleres Unternehmen mit zehn bis 99 Beschäftigten zu klassifizieren. Knapp jeder zehnte Befragte hat 100 und mehr Mitarbeiter und gilt damit in der vorliegen-

den Auswertung als großes Unternehmen. Die Durchschnittsgröße der im Datensatz enthaltenen Betriebe liegt in Bezug auf die Beschäftigungsstärke bei 42 Mitarbeitern.

Mehr als vier von zehn Umfrageteilnehmern kommen aus dem Dienstleistungsbereich, jeweils gut 20 Prozent aus den Sektoren Industrie/Bau beziehungsweise Einzelhandel und 14 Prozent aus Groß-, Außen-, KFZ-Handel und Handelsvermittlung. Damit spiegelt der Datensatz die regionale Wirtschaftsstruktur angemessen wider. Die antwortenden Unternehmen repräsentieren darüber hinaus auch die räumliche Verteilung der Betriebe innerhalb der Region. Ein gutes Viertel der Befragten hat den Unternehmenssitz im Oberzentrum Trier. Jeweils rund ein Fünftel ist im Eifelkreis Bitburg-Prüm sowie den Landkreisen Trier-Saarburg und Bernkastel-Wittlich beheimatet. Gut jeder zehnte Betrieb liegt im Landkreis Vulkaneifel.

Zusammenfassend kann also festgehalten werden, dass die IHK-Standortumfrage auf einer Datenbasis fußt, die mit knapp 30 Prozent einen bedeutenden Teil der von der IHK Trier organisierten regionalen Wirtschaftskraft abdeckt und deren Differenzierung nach Größe, Branche und räumlicher Verteilung für die regionale Wirtschaftsstruktur aussagekräftige Informationen liefert.



4. ALLGEMEINE STANDORTATTRAKTIVITÄT

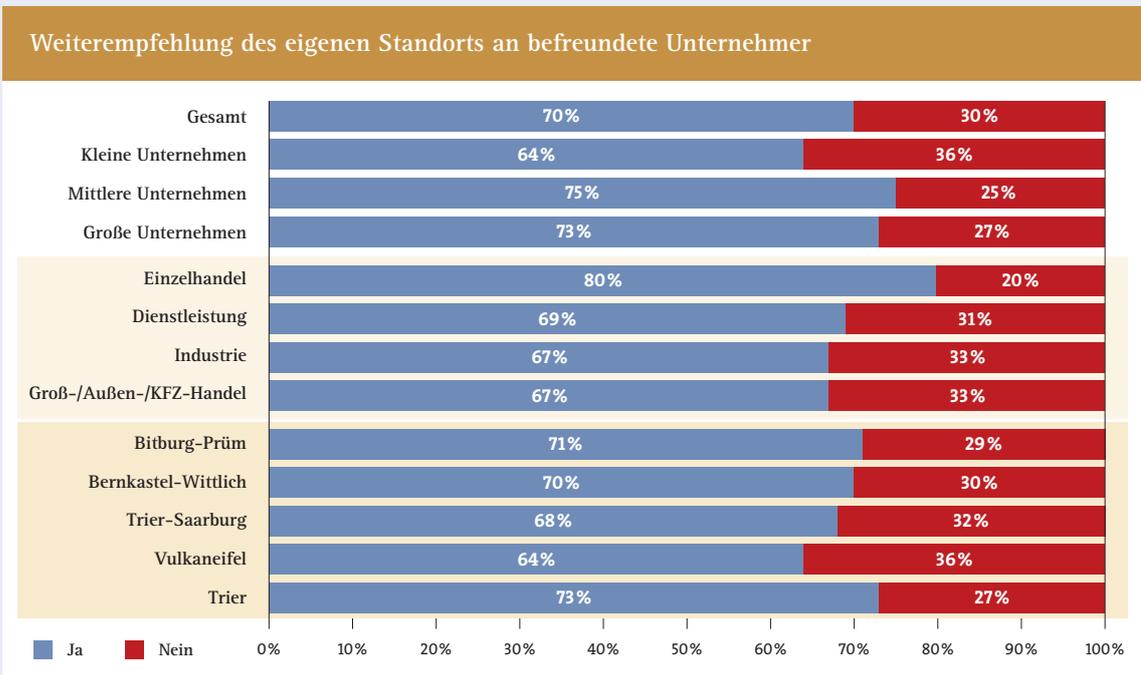
Um eine grundsätzliche und möglichst eindeutige Antwort auf die Frage zu erhalten, wie attraktiv die hiesigen Unternehmen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen einschätzen, wurden diese gebeten, anzugeben, ob sie ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen würden. Die Beantwortung dieser Frage fällt durchwachsen aus. Sieben von zehn Betrieben würden ihren Standort weiterempfehlen und sind damit offensichtlich mit den dort herrschenden Bedingungen weitgehend zufrieden. Immerhin 30 Prozent der Befragten würden diese Empfehlung jedoch nicht aussprechen. Eine durchaus starke Minderheit sieht ihren Standort in der Region demnach so kritisch, dass sie hier von Investitionen abraten würde. Die Region Trier wird demzufolge zwar überwiegend als ein wirtschaftlich attraktiver Standort angesehen, in einer ganzen Reihe von Fällen sind aber aus Unternehmenssicht offenbar deutliche Verbesserungen bei den regionalwirtschaftlichen Rahmenbedingungen notwendig.

Differenziert man dieses allgemeine Ergebnis nach Unternehmensgröße, Branche und Standort, so ergeben sich an einigen Stellen Abweichungen von der oben beschriebenen 70:30-Relation. Auffallend ist, dass die kleinen Betriebe mit weniger als zehn Mitarbeitern ihr unmittelbares Umfeld negativer wahrnehmen als mittlere und große Unternehmen. Mehr

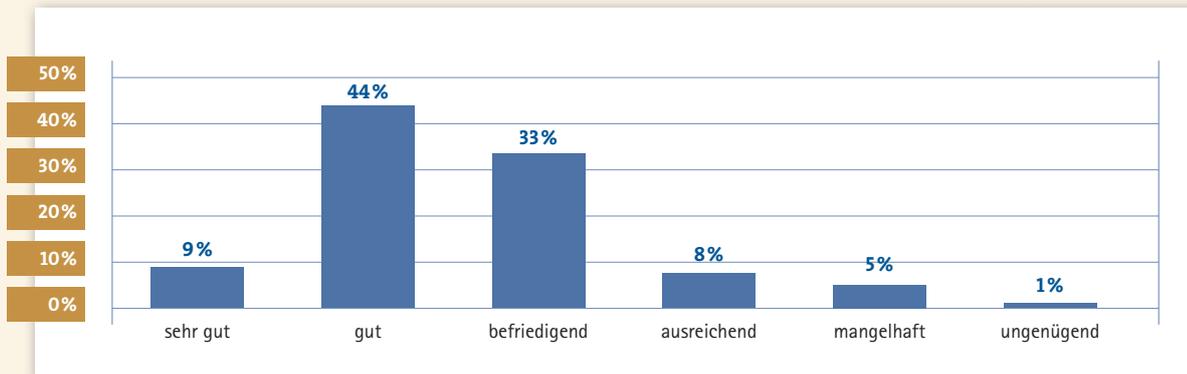
als ein Drittel der kleinen Unternehmen würde den eigenen Standort einem befreundeten Unternehmer nicht weiterempfehlen. Bei den mittleren und großen Unternehmen liegt der Ablehnungswert jeweils nur bei rund einem Viertel der Betriebe.

In der Branchenbetrachtung zeigen sich die Einzelhändler am positivsten gestimmt: 80 Prozent der Kaufleute würden ihren Standort weiter empfehlen. In den anderen Wirtschaftssektoren liegt die Zustimmungquote bei gut zwei Dritteln. Aus räumlicher Sicht zeigen sich die im Landkreis Vulkaneifel ansässigen Unternehmen mit einer „Nichtempfehlensquote“ von 36 Prozent vergleichsweise unzufrieden. In den übrigen Landkreisen liegt sie bei rund 30 Prozent. Am besten schneidet hier das Oberzentrum Trier ab, wo „nur“ 27 Prozent den eigenen Standort nicht weiterempfehlen wollen. Offensichtlich sind also Agglomerationsvorteile größerer Verdichtungsräume aus Unternehmenssicht ein nicht zu unterschätzendes Standortplus.

Um stärker differenzierte Informationen über die Bewertung des regionalen Standorts durch die hiesigen Unternehmen zu erhalten, wurden diese gebeten, die allgemeine Standortattraktivität auf einer Schulnotenskala von eins für „sehr gut“ bis sechs für „ungenügend“ zu bewerten. Die Wichtigkeit der Standortfak-



Gesamtnote für den eigenen Unternehmensstandort



Zufriedenheit mit dem Unternehmensstandort

Alle Unternehmen	2,6
NACH MITARBEITERZAHL	
Kleine Unternehmen	2,7
Mittlere Unternehmen	2,5
Große Unternehmen	2,6
NACH BRANCHE	
Einzelhandel	2,5
Dienstleistung	2,6
Industrie/Bau	2,7
Groß-/Außen-/KFZ-Handel	2,6
NACH KREIS	
Bitburg-Prüm	2,7
Bernkastel-Wittlich	2,7
Trier-Saarburg	2,6
Vulkaneifel	2,8
Stadt Trier	2,4

toren war ebenfalls auf einer sechsstufigen Skala von 1 für „sehr wichtig“ bis 6 für „unwichtig“ zu bewerten. 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. Über 50 Prozent der Befragten bewerten den Standort mit „sehr gut“ und „gut“ – wobei aber nur ein Zehntel aller Unternehmen die Spitzennote verleiht. Ein Drittel vergibt das Prädikat „befriedigend“; ein knappes Zehntel das gerade noch akzeptable „ausreichend“. Eindeutig schlechte Bewertungen mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“ vergibt nur gut jeder zwanzigste Betrieb aus der Region Trier. Damit zeigen sich mehr als 80 Prozent aller Befragten mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundsätzlich zufrieden. Weniger als jeder fünfte Betrieb attestiert dem Wirtschaftsstandort gravierende Mängel.

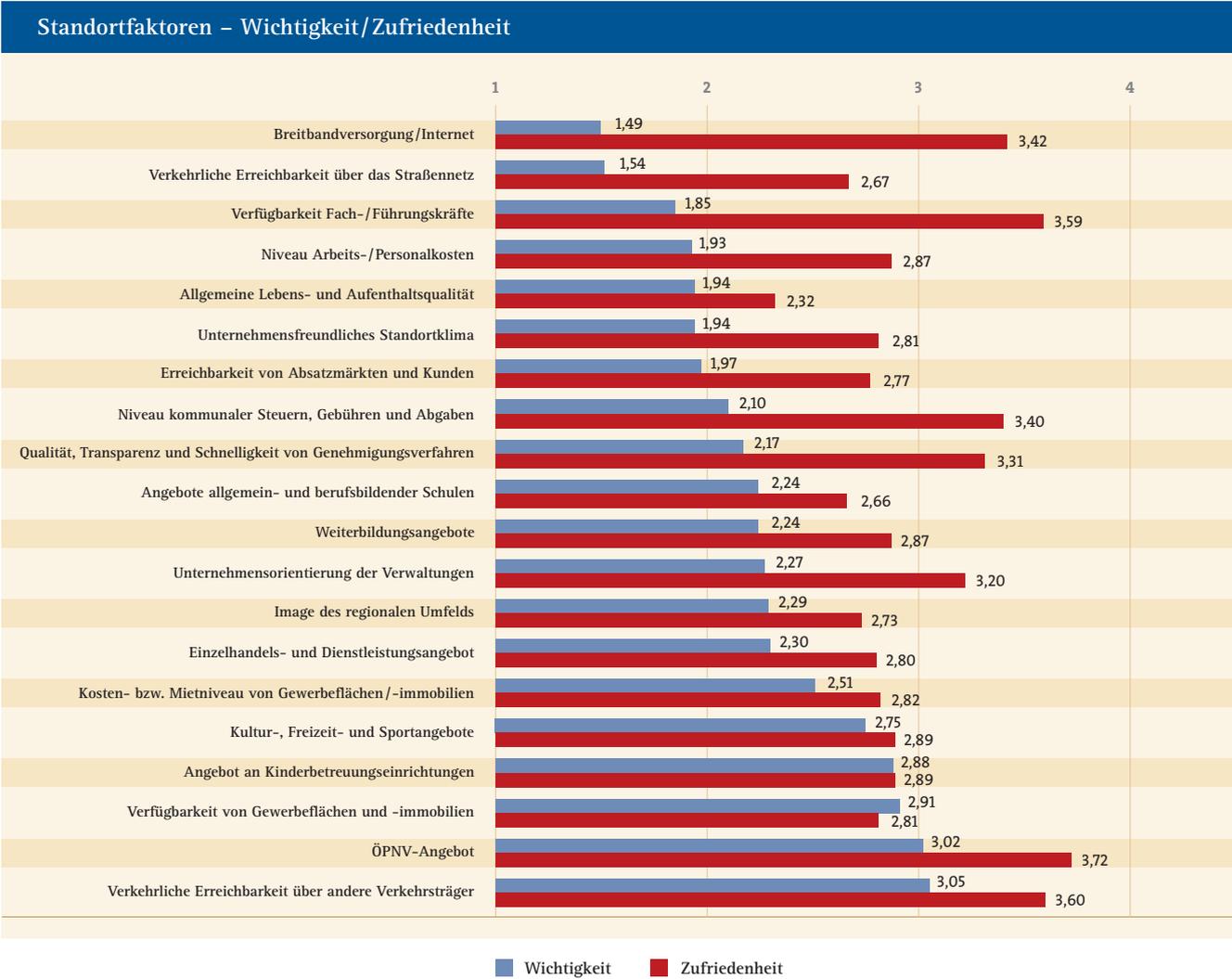
Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass die Unternehmensbewertungen nach den drei im Rahmen der Umfrage erhobenen Differenzierungskriterien Unternehmensgröße, Branche und räumlicher Standort nur wenig voneinander abweichen. Die Bewertungen kleiner, mittlerer und großer Unternehmen liegen nur zwei 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 2,5 (Einzelhandel) bis 2,7 (Industrie/Bau). Die Unterscheidung nach dem kreisbezogenen Standort zeigt etwas ausgeprägtere Bewertungsunterschiede, doch auch hier liegen die Unternehmensvoten in einer recht engen Bandbreite zwischen der Note 2,4 für das Oberzentrum Trier und 2,8 für den Landkreis Vulkaneifel. Egal nach welchem der drei Kriterien man den Datensatz also differenziert, liegt die jeweilige Bewertung stets im Bereich zwischen einem schwachen „gut“ und einem vollen „befriedigend“.

5. BEWERTUNG DER REGIONALEN STANDORTFAKTOREN

Analysiert man die einzelnen Standortfaktoren jedoch separat, so ergeben sich in einer Reihe von Fällen dennoch teilweise sehr kritische Bewertungen durch die regionalen Unternehmen. Die insgesamt zufriedenstellende Bewertung des Gesamtstandorts darf also nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade bei den als besonders wichtig empfundenen Standortfaktoren zum Teil dringender Handlungsbedarf besteht, um den Raum Trier im interregionalen Wettbewerb auch langfristig erfolgreich zu positionieren.

Die Grafik stellt die Bewertung aller 20 untersuchten Standortfaktoren durch die regionalen Unternehmen geordnet nach Wichtigkeit vor. Der Wichtigkeitsbe-

wertung ist die jeweilige Zufriedenheitsbewertung zugeordnet. Die Zufriedenheitsbewertungen bleiben in der Regel hinter der jeweils zugewiesenen Relevanz der Faktoren für den unternehmerischen Erfolg zurück. Wo diese Diskrepanzen am ausgeprägtesten sind – also die Wichtigkeit von den Unternehmen besonders hoch eingeschätzt wird, deren Zufriedenheit jedoch nur mäßig ausfällt – besteht der dringendste regionalpolitische Handlungsbedarf. Das gilt primär für die Breitbandversorgung, die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, aber auch für die Höhe der Kommunalabgaben und die Durchführung von Genehmigungsverfahren.





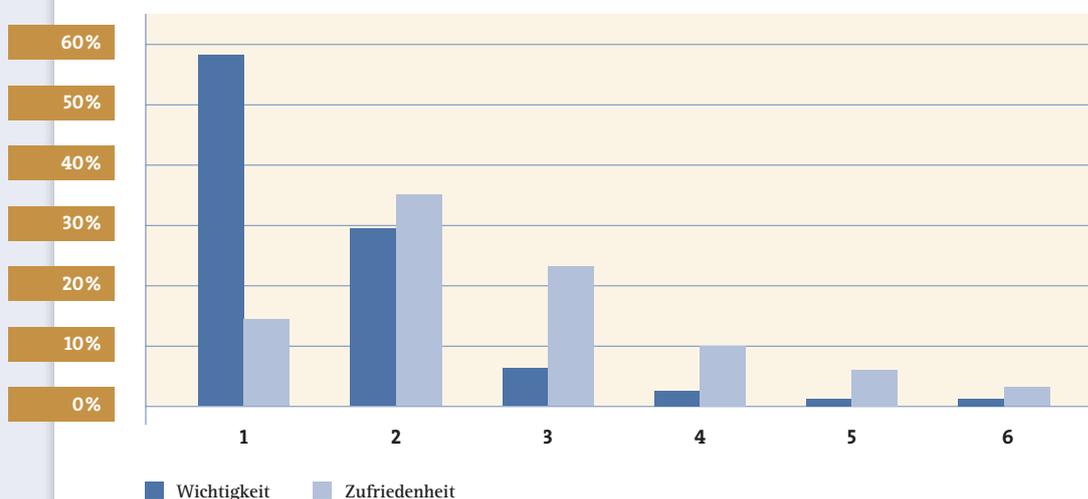
5.1 Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz

Neben der Versorgung mit einer leistungsfähigen Breitbandinfrastruktur stellt die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz aus Sicht der regionalen Unternehmen den zentralen Standortfaktor dar. Seine Wichtigkeit wird im Durchschnitt mit der Note 1,5 bewertet. Investitionen in die Straßeninfrastruktur sollten also ganz oben auf der wirtschaftspolitischen Agenda stehen, wenn es darum geht, den Standort Region Trier weiter voranzubringen. Die regionalen Betriebe bewerten ihre Erreichbarkeit über das Straßennetz auf der sechsstufigen Zufriedenheitsskala mit 2,7, also „voll befriedigend“. Damit nimmt dieser Standortfaktor den dritten Platz ein. Mehr als die Hälfte der Befragten vergeben die Note „gut“ oder – allerdings deutlich seltener – „sehr gut“. Ein Viertel ist mit der verkehrlichen Erreichbarkeit über die Straße insgesamt zufrieden, wogegen immerhin ein gutes Fünftel die Noten „ausreichend“ bis „ungenügend“ vergibt, also gravierende Defizite feststellt. Während der „Industriestandort“ Wittlich bereits gut an das Autobahnnetz angeschlossen ist

und durch den Hochmoselübergang eine weitere Aufwertung erfährt, geht der Bau des A1-Lückenschlusses viel zu langsam voran und für eine Verkehrsentslastung Triers durch Nord- und Westumfahrung sieht es unverändert düster aus. Das schlägt sich auch in den Bewertungen der Unternehmen nieder, die diese Infrastrukturmaßnahmen, neben der Instandhaltung des innerörtlichen Straßennetzes im Oberzentrum, im Rahmen der IHK-Umfrage oftmals eingefordert haben. Die Betriebe aus dem Landkreis Bernkastel-Wittlich geben der verkehrlichen Erreichbarkeit über das Straßennetz mit einer 2,4 eine deutlich bessere Bewertung als die Trierer Unternehmen (2,9) beziehungsweise die aus der Vulkaneifel (2,8). Die deutsche Verkehrsinfrastruktur ist notorisch unterfinanziert. Das Land lebt faktisch aus der Substanz. Damit sich dieser zentrale Standortfaktor in Zukunft nicht weiter verschlechtert, ist ein Umdenken in der Verkehrspolitik unerlässlich. Investitionen in die Straßenverkehrsinfrastruktur stärken Wachstum und Beschäftigung. Sie finanzieren sich damit langfristig selbst.

Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz

(Wichtigkeit: 1,5 | Zufriedenheit: 2,7)

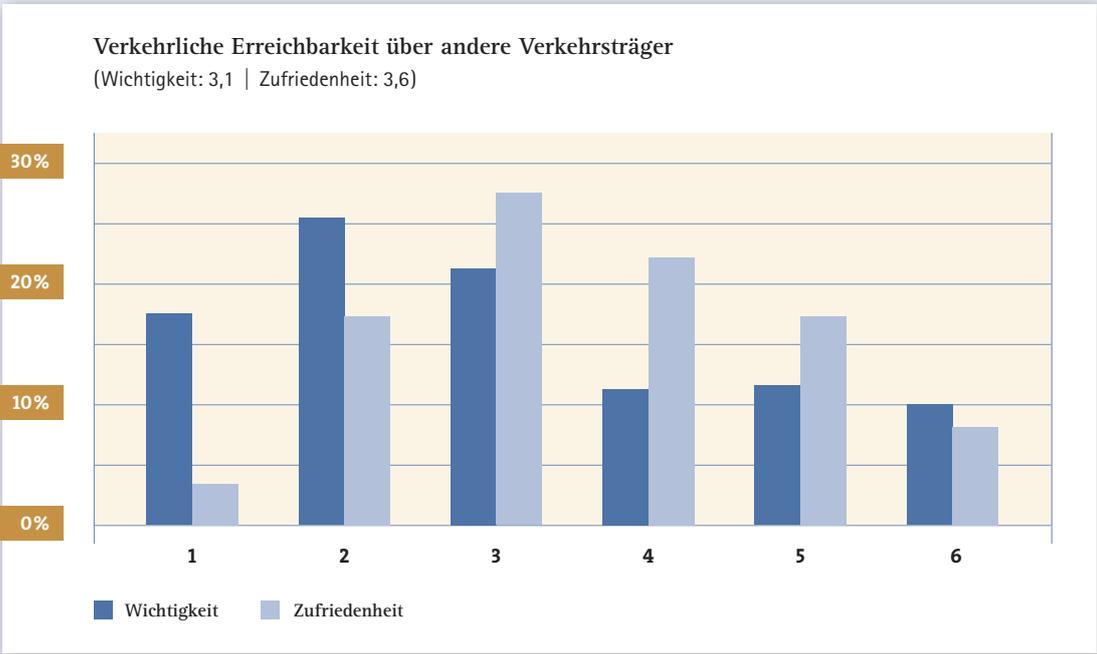


5.2 Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger

Bei der verkehrlichen Erreichbarkeit spielt für die regionalen Betriebe das Straßennetz eine zentrale Rolle. Die Erreichbarkeit über andere Verkehrsmittel, also Bahn, Flugzeug oder Binnenschiff, bewerten die Unternehmen hinsichtlich der Wichtigkeit mit 3,1. Damit rangiert dieser Standortfaktor in Bezug auf seine Relevanz auf dem letzten Rang. Das mag zum Teil auch daran liegen, dass man sich mit einer unbefriedigenden Situation abgefunden hat, denn Ähnliches gilt auch für die Zufriedenheitsbewertung: Hier landet der Faktor mit 3,6 oder „voll ausreichend“ auf dem zweitletzten Platz. Die Hälfte der Befragten vergibt dabei die schlechten Noten „ausreichend“ bis „ungenügend“. Für weite Teile der ländlich strukturierten Region Trier sind Bahn, Binnenschiff und Flugzeug oft schlicht außerhalb der betriebswirtschaftlich akzeptablen räumlichen Reichweite.

Allerdings artikulieren die Unternehmen diesbezüglich auch einen eher moderaten Bedarf. Die Situation wird offensichtlich als gegeben hingenommen, und man hat sich den Umständen angepasst beziehungsweise diese bereits bei der Ansiedlungsentscheidung in Rechnung gestellt. Nachdenklich muss dennoch stimmen, dass beschäftigungsstarke Unternehmen, die große Gütervolumina bewegen,

mit der Note 3,8 die geringste Zufriedenheit artikulieren. Für das Oberzentrum Trier zeigen sich hingegen Agglomerationsvorteile. Es besteht eine Bahnverbindung, die Stadt verfügt über einen Hafen, und mehrere Flughäfen befinden sich in akzeptabler Entfernung. Die Trierer Betriebe vergeben daher die Note 3,2. Damit zeigen sie sich deutlich zufriedener als die Betriebe in den vier Landkreisen, wo die Durchschnittsbewertungen zwischen 3,5 und 3,9 rangieren.

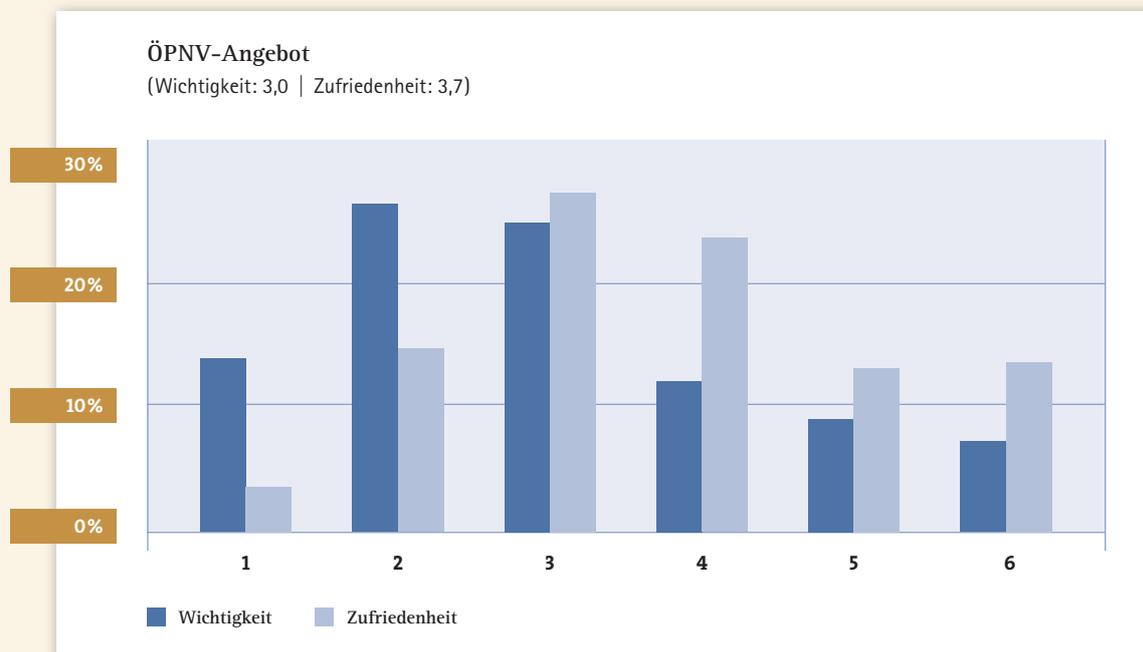




Er ist Ergänzung, aber keine Alternative für den straßengebundenen Individual- und Güterverkehr. Hinsichtlich des ÖPNV-Angebots ergeben sich deutliche Bewertungsunterschiede zwischen Branchen und Standorten. So misst der Einzelhandel diesem Faktor eine Wichtigkeit von 2,4 bei, während Industrie und Bau lediglich eine 3,5 vergeben. Je endkundenorientierter ein Unternehmen aufgestellt ist, desto wichtiger ist der ÖPNV für diese Firma, da bestimmte Bevölkerungsgruppen über keinen PKW verfügen. Gravierende Unterschiede in der Zufriedenheit mit dem ÖPNV-Angebot zeigen sich bei räumlicher Differenzierung der Auswertungsergebnisse. Die Betriebe im Oberzentrum Trier vergeben die Durchschnittsnote 3,0; drei Viertel der Befragten bewerten das Angebot als „befriedigend“ oder besser. In den Landkreisen, wo meist nur ein sehr ausgedünntes ÖPNV-Angebot zur Verfügung steht, wird nur die Note „ausreichend“ vergeben. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und der notorisch klammen staatlichen und kommunalen Kassen sind die Perspektiven für den Ausbau des ÖPNV in der Fläche eher negativ. In Zukunft wird es also noch stärker darauf ankommen, durch kluge Schwerpunktsetzungen grundlegende Versorgungsstrukturen mit Mobilitätsdienstleistungen und eigenwirtschaftliche Verkehre der ÖPNV-Unternehmen zu erhalten.

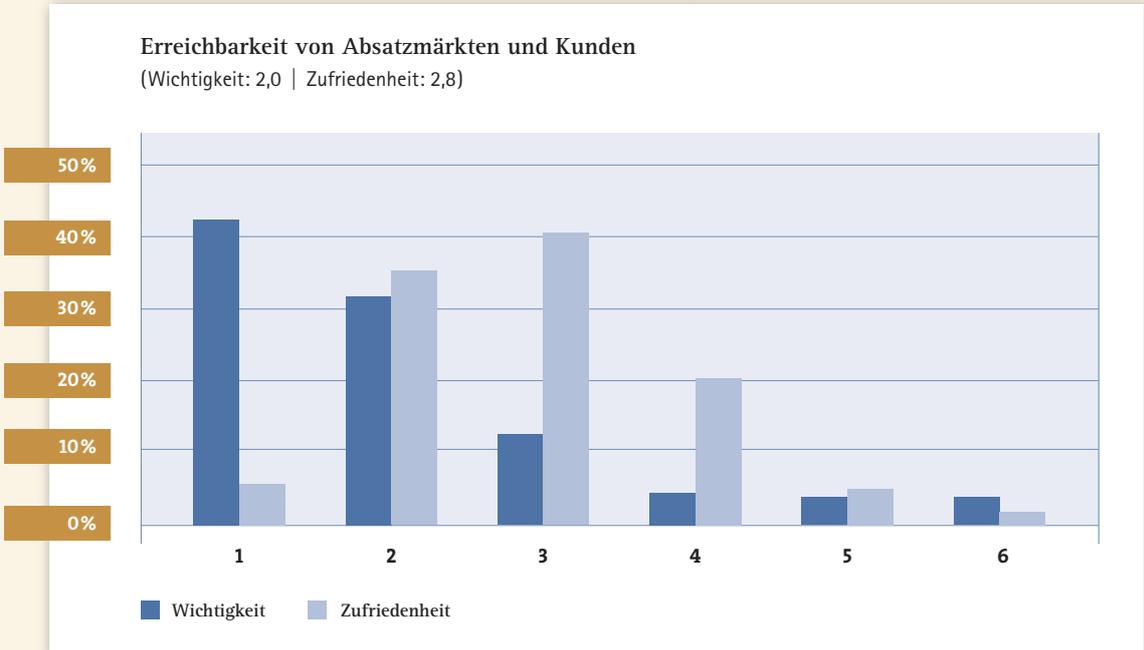
5.3 ÖPNV-Angebot

Das straßen- und schienengebundene ÖPNV-Angebot rangiert als Standortfaktor für die regionalen Unternehmen, sowohl was die Wichtigkeit als auch die Zufriedenheit angeht, auf den hintersten Rängen. Im Mittel liegt die Wichtigkeit mit einer Bewertung von 3,0 deutlich über der Zufriedenheit mit 3,7; dem schlechtesten Wert unter allen erfragten Standortfaktoren. Diese Zahlen machen bereits deutlich, dass der ÖPNV allein niemals die Mobilitätsbedarfe der regionalen Wirtschaft angemessen erfüllen kann.



5.4 Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden

Der Standortfaktor „Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden“ rangiert auf der Wichtigkeitsskala aus Sicht der regionalen Betriebe im oberen Mittelfeld. Er erhält eine Durchschnittsbewertung von 2,0. Die Zufriedenheit mit diesem Standortfaktor fällt mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,8 merklich schlechter aus. Auch an dieser Stelle zeigt sich, dass die Unternehmen in der Regel die Wichtigkeit der Standortfaktoren um eine knappe Notenstufe höher ansetzen als die Zufriedenheit mit der regionalen Ausprägung dieser Faktoren. Bei der Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden ist fast die Hälfte der Befragten der Meinung, dies sei ein Standortfaktor von höchster Wichtigkeit, während lediglich sechs Prozent eine sehr hohe Zufriedenheit artikulieren. Dennoch schafft es dieses Standortmerkmal in der Zufriedenheitstabelle immerhin auf den fünften Rang. Es besteht hier sicherlich auch eine gewisse Korrelation zur Anbindung an das Straßennetz. Die im Landkreis Bernkastel-Wittlich ansässigen Unternehmen, der gut durch Autobahnen erschlossen ist, bewerten die Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden mit der Durchschnittsnote 2,6, während die in der Vulkaneifel ansässigen Betriebe, die seit Jahrzehnten auf den A1-Lückenschluss warten, lediglich eine 3,0 auf der Zufriedenheitsskala vergeben.

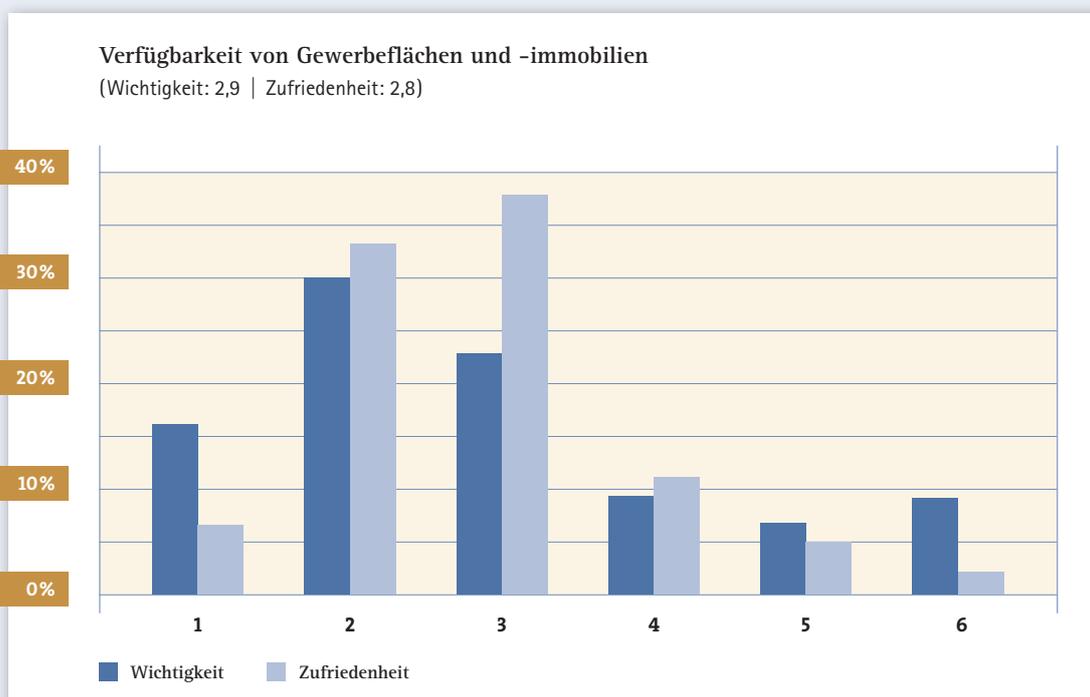




5.5 Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und -immobilien

Die regionale Wirtschaftsförderung konzentriert sich seit geraumer Zeit bedarfsorientiert auf die Bestandspflege der Unternehmen und weniger auf die Neuan siedlung großer Betriebe auf ausgedehnten Flächen. Sieht man vom Oberzentrum Trier ab, wo aufgrund seiner geografischen Lage gewisse Beschränkungen im Ausweis von Gewerbe- und Industriegebieten bestehen, so verfügt die Region Trier an vielen Standorten über gut erschlossene und verkehrstechnisch

solide angebundene Gewerbeflächen. Vor diesem Hintergrund sind Betriebserweiterungen oder Unternehmensverlagerungen meist ohne größere Schwierigkeiten umsetzbar. Die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien stellt demzufolge keinen gravierenden Engpassfaktor für die regionalen Betriebe dar. Sie bewerten ihn auf der Wichtigkeitsskala mit einer 2,9; der Faktor rangiert damit auf dem drittletzten Platz. Bei der Zufriedenheit belegt der Faktor mit einer Durchschnittsbewertung von 2,8 den siebten Rang. Er stellt damit einen der vergleichsweise wenigen Fälle dar, in denen die Zufriedenheit der Unternehmen im Durchschnitt höher ausfällt als deren Einschätzung der Wichtigkeit des Standortfaktors. Größere Unternehmen, die häufig auf Gewerbegebieten auf der grünen Wiese angesiedelt sind und nicht den Beschränkungen städtischer Bebauungen unterliegen, zeigen sich leicht zufriedener mit der Flächenverfügbarkeit als mittlere und kleinere Unternehmen. Dies passt auch zu dem Befund, wonach Betriebe mit Sitz im Oberzentrum Trier die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Gewerbeimmobilien mit 3,0 bewerten, während Unternehmen des eher dünn besiedelten Eifelkreises Bitburg-Prüm eine 2,6 vergeben. Insgesamt kann damit das regionale Gewerbeflächenangebot tendenziell auf der Seite der Aktivposten verbucht werden. Zumindest stellt es in der Region kein Wachstumshemmnis dar.



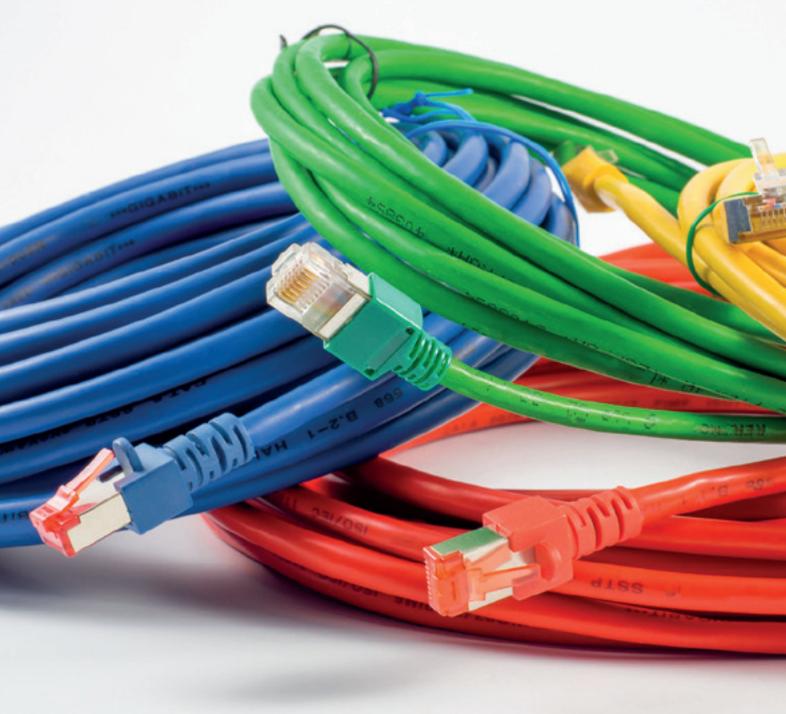
5.6 Kosten- beziehungsweise Mietniveau von Gewerbeflächen und -immobilien

Neben der reinen Verfügbarkeit sind natürlich auch die Kosten, die mit dem Erwerb beziehungsweise der Anmietung von Gewerbeflächen oder -immobilien verbunden sind, häufig ein zentrales Kriterium für unternehmerische Investitions- und Standortentscheidungen. Deren Wichtigkeit wird von den hiesigen Betrieben auch etwas höher eingeschätzt als die reine Verfügbarkeit. Im Hinblick auf die Zufriedenheit weichen die Werte kaum voneinander ab. Hier geben die regionalen Betriebe eine 2,8. Lediglich sechs Prozent aller Befragten bewerten die Kostenstruktur mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Gewerbeflächen und -immobilien stehen in der Region Trier damit zu akzeptablen Preisen in einem insgesamt zufriedenstellenden Umfang zur Verfügung. Kleinere Betriebe (Zufriedenheit 3,0) empfinden die Kostenbelastung etwas stärker als mittlere und große Betriebe (Zufriedenheit 2,7).

Auch im Einzelhandel, wo traditionell höhere Mieten bezahlt werden müssen als beispielsweise im Dienstleistungsbereich, fällt die Zufriedenheitsbewertung etwas negativer als in den übrigen Branchen aus. Auffallend ist in diesem Zusammenhang ebenfalls, dass der Einzelhandel die Wichtigkeit des Faktors mit einem Durchschnittswert von

2,1 deutlich höher einschätzt als beispielsweise die Industrie mit 2,8. Bei räumlicher Betrachtung korrespondieren die Verfügbarkeitseinschätzungen mit den Kosteneinschätzungen. Das knappere Angebot führt zu höheren Preisen, so dass die in Trier ansässigen Betriebe mit 3,1 das Zufriedenheitsprädikat „befriedigend“ vergeben. Deren Bewertung liegt damit rund eine halbe Notenstufe unterhalb derjenigen von Unternehmen aus dem stärker ländlich geprägten Raum.





5.7 Breitband- und Internetversorgung

Wirtschaft und Gesellschaft sind längst im digitalen Zeitalter angekommen, doch eine angemessene Breitbandversorgung scheint immer noch keine Selbstverständlichkeit zu sein. Die regionalen Unternehmen platzieren diesen Standortfaktor mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,5 ganz oben auf der Wichtigkeitsskala. Zwei Drittel aller Befragten sind der Meinung, dass der Breitband- und Internet-

versorgungsinfrastruktur eine sehr hohe Wichtigkeit zukommt, ein weiteres Viertel spricht von einer hohen Wichtigkeit. Dieser Befund ist über Unternehmensgrößenklasse, Branche und regionalen Standort weitgehend stabil. Sehr bedenklich erscheint, dass der Standortfaktor auf der Zufriedenheitsskala mit einem Mittelwert von 3,4 nur den viertletzten Platz einnimmt. Damit besteht eine enorme Diskrepanz zwischen hoher Wichtigkeit und sehr mäßiger Zufriedenheit, die dringende Handlungsnotwendigkeiten aufzeigt. Gerade für den ländlichen Raum ist eine angemessene Breitbandversorgung eine *Conditio sine qua non*, um Unternehmen und Fachkräfte an den Standort zu binden. Zwar haben die „weißen Flecken“ abgenommen, doch immer noch sind etliche Gebiete in den ländlichen Teilen der Region Trier nicht mit Breitband versorgt. Andere Areale verfügen zwar formal über Breitbandanbindung, doch sind die Übertragungsgeschwindigkeiten für das moderne Wirtschaftsleben unzureichend. Die räumlich unterschiedliche Versorgungssituation schlägt sich in der nach Kreisen differenzierten Zufriedenheitsbewertung deutlich nieder. Die im Eifelkreis Bitburg-Prüm ansässigen Unternehmen, wo die Versorgungslücken vergleichsweise zahlreich sind, vergeben die Durchschnittsnote „ausreichend“. In den Landkreisen Bernkastel-Wittlich und Vulkaneifel ist es ein „volles ausreichend“, während die Betriebe des Oberzentrums sich mit der Zensur 2,7 recht zufrieden zeigen.

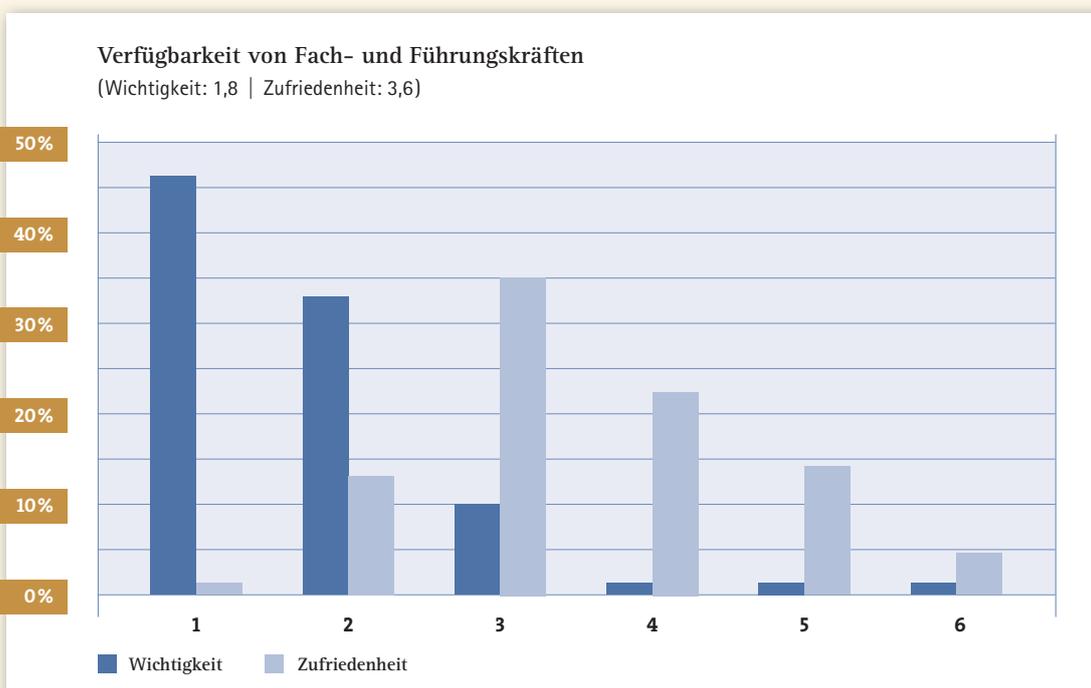
Breitband- und Internetversorgung
(Wichtigkeit: 1,5 | Zufriedenheit: 3,4)



5.8 Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften

Gleich hinter der Breitbandversorgung und der verkehrlichen Erreichbarkeit über das Straßennetz rangiert aus Sicht der regionalen Unternehmen auf der Wichtigkeitsskala die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften. Mehr als 80 Prozent der Befragten sehen hier eine sehr hohe beziehungsweise hohe Wichtigkeit. Für die großen Unternehmen ist die Herausforderung der Fachkräftesicherung noch ausgeprägter als für Kleinunternehmen, die teilweise nur im Abstand von etlichen Jahren einen neuen Mitarbeiter suchen. Die Industrie misst diesem Standortfaktor im Durchschnitt eine etwas höhere Priorität bei als die übrigen Wirtschaftssektoren. Die in der Region Trier herrschende Vollbeschäftigung und die Wettbewerbsbeziehung zu Luxemburg, auch auf dem Beschäftigungsmarkt, führen dazu, dass regional knapp 5.000 Fachkräfte insbesondere im mittleren und gehobenen Qualifikationssegment fehlen. In rund fünf Jahren wird sich laut IHK-Fachkräftemonitor Rheinland-Pfalz die Situation für die Unternehmen nochmals deutlich verschärfen. So ist es zwar alarmierend, aber wenig überraschend, dass die regionalen Unternehmen mit der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften wenig zufrieden sind und hier mit 3,6 die drittschlechteste Einschätzung unter allen 20 untersuchten Standortfaktoren vergeben. Weniger als jeder fünfte Betrieb ist zufrieden oder sehr zufrieden mit dem verfügbaren Fachkräftereservoir. Gerade Industrieunternehmen sehen die Lage (Durchschnittsnote

3,9) kritisch. Der Einzelhandel (Durchschnittsnote 3,2) kann seinen Fachkräftebedarf immerhin noch in einem zufriedenstellenden Umfang decken. Bei räumlicher Differenzierung nach Kreisen bewegen sich die Einschätzungen zwischen 3,5 bis 3,9. Am schwersten fällt den Betrieben aus dem Eifelkreis die Fachkräftesicherung. Das Oberzentrum Trier (Durchschnittsnote 3,6) genießt hier aus Unternehmenssicht offenbar keinen besonderen Agglomerationsvorteil. Die IHK Trier wird ihr Engagement im Bereich Fachkräftesicherung, angefangen bei der Ausbildung über das Weiterbildungsangebot bis hin zu Fragen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, weiter intensivieren.

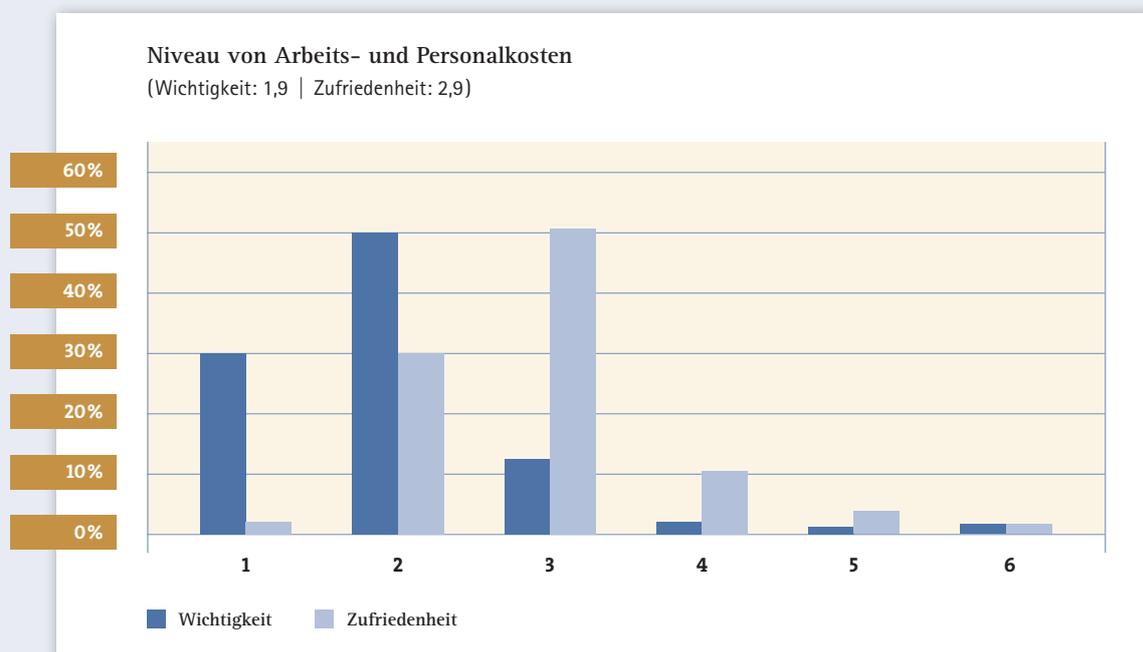




5.9 Niveau von Arbeits- und Personalkosten

Die Aufwendungen zur Entlohnung der Beschäftigten bilden für fast alle Unternehmen einen zentralen Kostenblock. So schätzen, wenig überraschend, über 80 Prozent der Befragten diesen Standortfaktor als wichtig beziehungsweise sehr wichtig ein. Größere Unternehmen zeigen sich hier etwas sensibler als kleine und mittlere Betriebe. Mit einer Durchschnittsbewertung von 2,9 rangiert dieser Standortfaktor im Mittelfeld der Zufriedenheitsbewertungen. Trotz der aus Unternehmenssicht angespannten Arbeitsmarktsituation gelingt es den regionalen Betrieben offenbar, Beschäftigungsverhältnisse zu Konditionen abzuschließen, die im Einklang mit der Produktivität der Unternehmen stehen. Die Arbeitsproduktivität in der Region Trier, gemessen am Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigem, liegt rund ein Zehntel unter dem Landesdurchschnitt und limitiert damit auch Lohn-

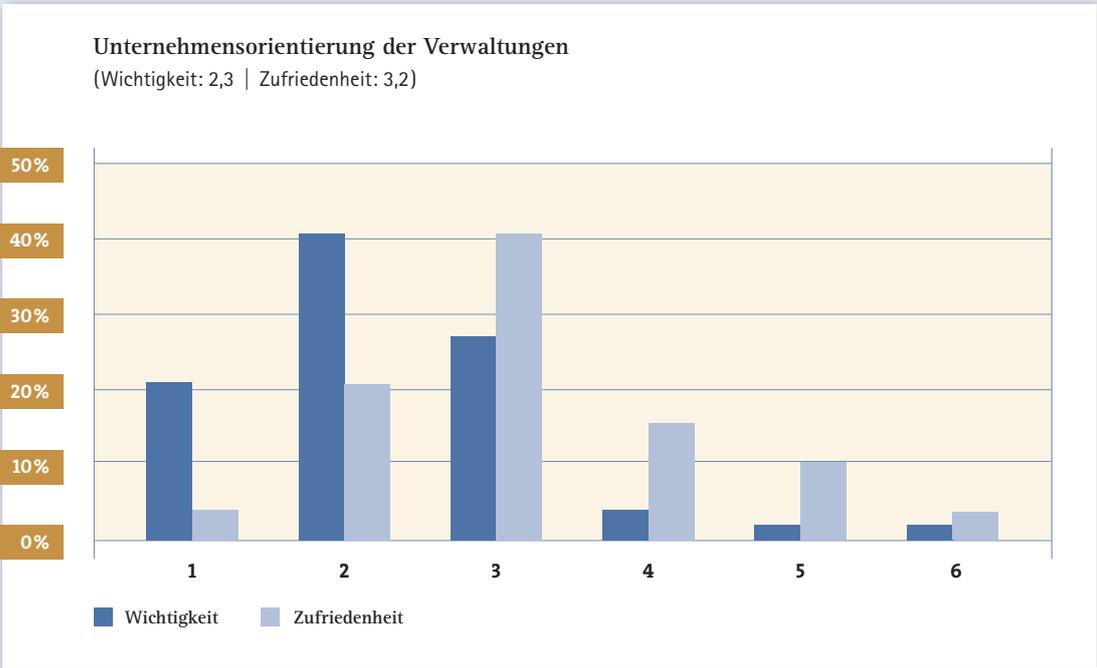
und Gehaltsspielräume. Lediglich vier Prozent aller Befragten bewerten das Arbeits- und Personalkostenniveau mit „mangelhaft“ oder „ungenügend“. Vor dem Hintergrund wachsender Fachkräfteengpässe steht aber ein zunehmender Lohndruck zu erwarten, der durch falsche wirtschaftspolitische Entscheidungen im Arbeits- und Sozialbereich weiter verschärft werden kann. Hier sind insbesondere die Beschlüsse der Großen Koalition zu Mindestlohn und Renten zu nennen, die die Arbeitskosten erhöhen und das Fachkräfteangebot verringern. Gerade im Hinblick auf künftige Entwicklungen kann an dieser Stelle also keine grundsätzliche Entwarnung gegeben werden. Politik und Tarifparteien müssen sich ihrer Verantwortung für eine beschäftigungsorientierte Lohnfindung bewusst sein.



5.10 Unternehmensorientierung der Verwaltungen

Die regionalen Unternehmen sind an zahlreiche Gesetze und Vorschriften gebunden. Diese werden nicht selten als einschränkend und belastend empfunden. Eine umso größere Bedeutung kommt einer unternehmensorientierten Verwaltung zu, die die hiesigen Betriebe dabei unterstützt, am Standort Region Trier ihren Geschäften erfolgreich nachzugehen und damit Wohlstand und Beschäftigung zu sichern. Die Unternehmensorientierung der Verwaltung rangiert bezüglich der Wichtigkeit mit einer 2,3 im Mittelfeld. Die Zufriedenheitsbewertung mit den Verwaltungsinstitutionen fällt verhaltener aus. Die mit 42 Prozent der Nennungen am häufigsten vergebene Note lautet „befriedigend“; der Mittelwert liegt bei 3,2. Größere Betriebe, denen gegebenenfalls mehr Aufmerksamkeit geschenkt wird, sind etwas zufriedener als kleine Unternehmen. Zudem bewerten die in den ländlich geprägten Kreisen ansässigen Betriebe die Unternehmensorientierung der Verwaltung rund eine halbe Notenstufe besser als die im Oberzentrum beheimateten Firmen. Immerhin zwei Drittel aller Befragten vergeben die insgesamt positiven Bewertungen „sehr gut“ bis „befriedigend“. Dennoch bestehen offenbar mancherorts noch Potenziale zur Weiterentwicklung der Wirtschaftsorientierung bei den Verwaltungen. Ansatzpunkte hierfür können sein, Unternehmen als

Schlüsselkunden zu definieren, Antragskonferenzen durchzuführen, Lotsendienste einzurichten, bei komplexen Themen runde Tische zu etablieren oder sich an einem „Audit mittelstandsorientierte Kommune“ zu beteiligen. Kommunale Aufträge sollten so vergeben werden, dass insbesondere auch kleinere regionale Unternehmen hiervon profitieren können. Rechnungen für von den Kommunen bezogene Leistungen sollten zeitnah beglichen werden.





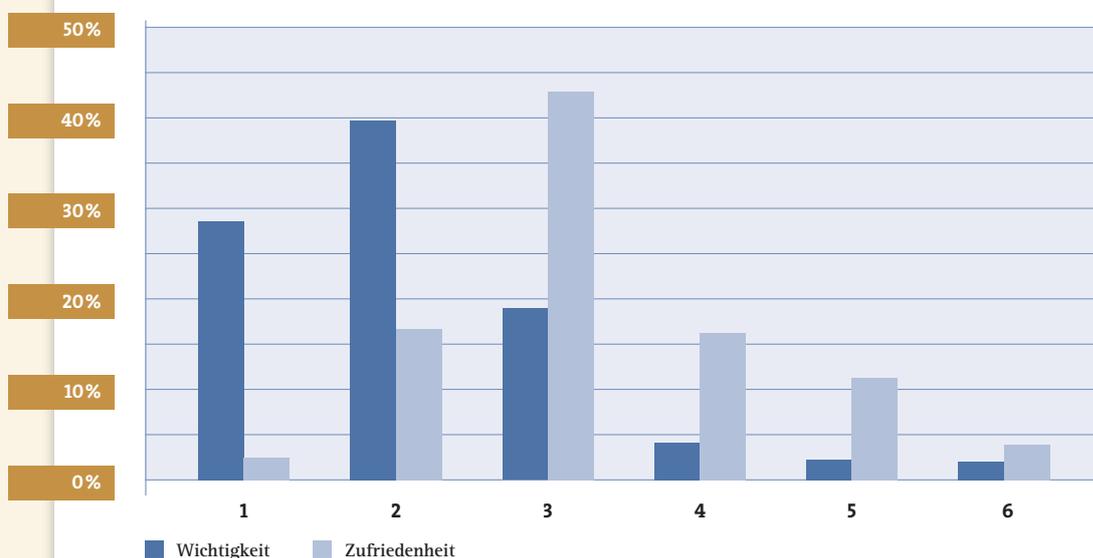
5.11 Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren

Die Bürokratiendichte in Deutschland hat ein teilweise beängstigendes Ausmaß angenommen. Insbesondere Unternehmen sind zahlreichen Vorschriften unterworfen. Im Rahmen ihrer wirtschaftlichen Aktivität bedürfen sie in unterschiedlichsten Bereichen behördlicher Genehmigungen. Somit sind Qualität, Transparenz und insbesondere auch die Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren wichtig für den Unternehmenserfolg (Durchschnittsbewertung 2,2). Der Befund gilt weitestgehend unabhängig von Unternehmensgröße, Branche und Standort in der Region Trier. Hinsichtlich der Zufriedenheit landet dieser Standortfaktor aus Unternehmenssicht im unteren Drittel des Rankings (Durchschnittsnote 3,3). Auch dieser Befund ist unabhängig von Unternehmensgröße, Branche und Standort recht stabil, wobei sich jedoch die im Oberzentrum Trier befindlichen Betriebe (Note 3,6)

etwas unzufriedener zeigen als die in den ländlichen Teilen der Region angesiedelten Unternehmen (Note 3,2). Immerhin ein Drittel der Befragten vergibt im Hinblick auf die Unternehmensorientierung von Genehmigungsverfahren die negativen Zensuren „ausreichend“ bis „ungenügend“. Um die nicht unerhebliche Diskrepanz zwischen der Wichtigkeits- und Zufriedenheitseinschätzung zu verringern, sollten sich die für die Erteilung von Genehmigungen zuständigen Stellen, wo dies sachlich sinnvoll und rechtlich zulässig ist, an freiwillige Fristen binden und verstärkt zum Mittel der Genehmigungsfiction greifen. Insbesondere bei Verzögerungen im Genehmigungsprozess sollten betroffene Unternehmen sofort informiert werden, um gemeinsam nach Lösungen zur Verfahrensbeschleunigung suchen zu können.

Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren

(Wichtigkeit: 2,2 | Zufriedenheit: 3,3)

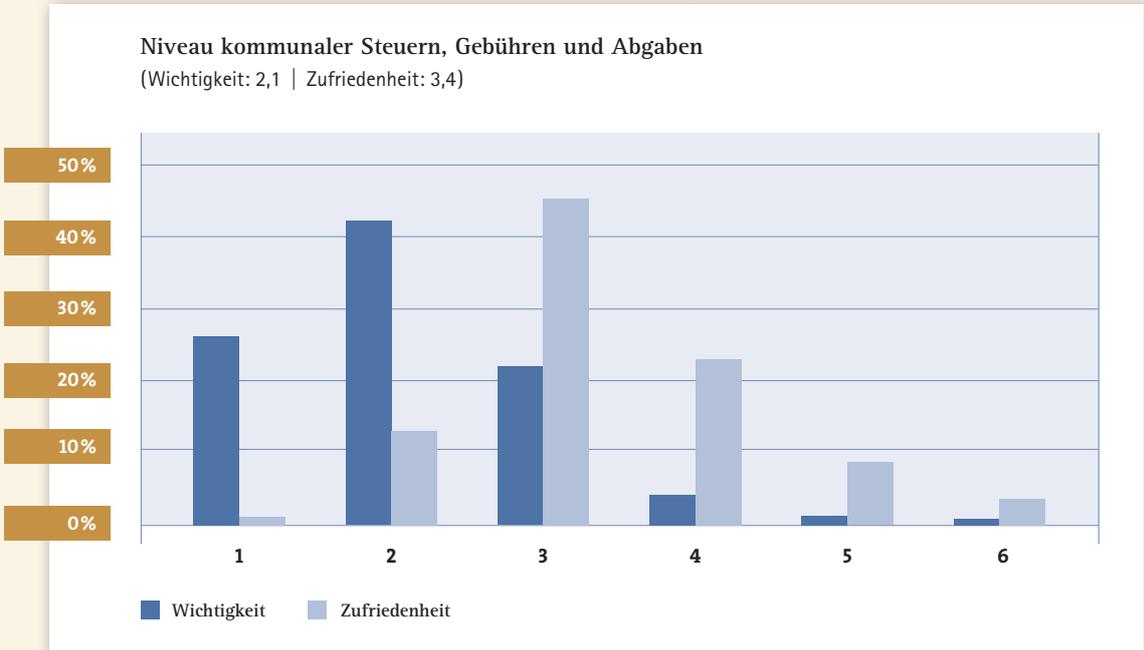


5.12 Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben

In den vergangenen Jahren hat die Region Trier eine bis dahin nicht gesehene Welle an Erhöhungen kommunaler Steuern erlebt, sei dies die Gewerbesteuer oder die für die Unternehmen relevante Grundsteuer B. Darüber hinaus wurden neue Abgabekategorien geschaffen, angefangen bei der Prostitution über die Spielgeräteaufstellung bis hin zu den Themen „Bettensteuer“ und Fremdenverkehrsabgabe. All diese Maßnahmen belasten die Unternehmen finanziell und schränken damit deren Spielraum für Investitionen ein. So ist es wenig verwunderlich, dass das Niveau kommunaler Gebühren, Steuern und Abgaben für knapp drei Viertel der Befragten eine sehr hohe oder hohe Wichtigkeit besitzt (Durchschnitt 2,1). Die Diskrepanz zur Zufriedenheitsbewertung ist eklatant: Hier vergaben die regionalen Betriebe eine 3,4 – unabhängig von den spezifischen Unternehmenscharakteristika. Zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Niveau der kommunalen Steuern, Gebühren und Abgaben sind in der Region Trier gerade einmal 15 Prozent der Befragten. Knapp die Hälfte vergibt immerhin ein „befriedigend“. Wer im interkommunalen Standortwettbewerb mittel- bis langfristig punkten will, muss sich als Kommune bei Steuer- und Abgabenerhöhungen zurückhalten. Je geringer die finanzielle Belastung der wirtschaftlichen Aktivität, desto attraktiver ist ein Standort, und desto mehr Unternehmen siedeln sich an. Dies wiederum stärkt die Steuerkraft der Standortkommune. Moderate Steuersätze begünstigen also keine Budgetdefizite, sondern tragen durch die Anregung der Wirtschaftsaktivität zur Haushaltskonsolidierung bei. In diesem Zusammenhang sind auch Fehlanreize zu beseitigen, die die Vergabe von Fördermitteln an eine bestimmte Höhe der kommunalen Steuersätze binden.



nenal Standortwettbewerb mittel- bis langfristig punkten will, muss sich als Kommune bei Steuer- und Abgabenerhöhungen zurückhalten. Je geringer die finanzielle Belastung der wirtschaftlichen Aktivität, desto attraktiver ist ein Standort, und desto mehr Unternehmen siedeln sich an. Dies wiederum stärkt die Steuerkraft der Standortkommune. Moderate Steuersätze begünstigen also keine Budgetdefizite, sondern tragen durch die Anregung der Wirtschaftsaktivität zur Haushaltskonsolidierung bei. In diesem Zusammenhang sind auch Fehlanreize zu beseitigen, die die Vergabe von Fördermitteln an eine bestimmte Höhe der kommunalen Steuersätze binden.

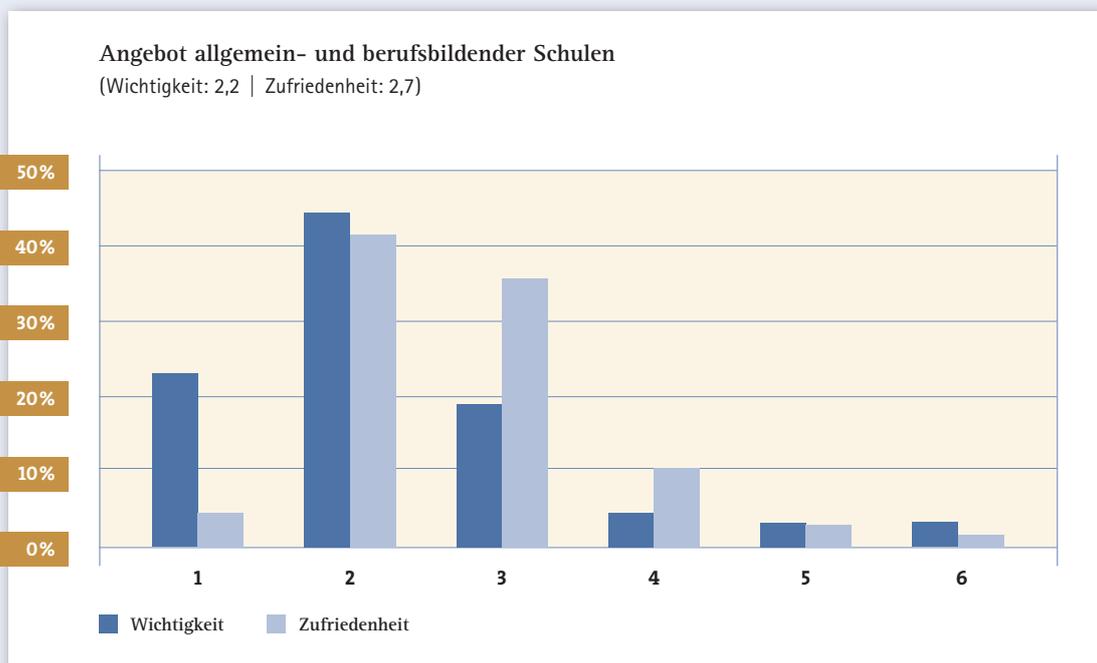




5.13 Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen

Sowohl für Unternehmen als auch für Arbeitnehmer mit schulpflichtigen Kindern ist die am Standort vorhandene Infrastruktur allgemein- und berufsbildender Schulen ein wesentlicher Faktor. Das gilt umso mehr in ländlich strukturierten Gebieten, wo alternative Schulangebote, sofern diese von standortfremden Kindern überhaupt in Anspruch genommen werden dürfen, oft nur nach langer Fahrt erreicht werden können. Gleichzeitig sorgt der demografische Wandel dafür, dass nicht mehr in jedem Ort alle Angebote vorgehalten werden können. In diesem Bereich tut eine dezentrale Konzentration künftig stärker Not, auch wenn diese Erkenntnis in der öffentlichen Diskussion noch häufig verdrängt wird. Die regionalen Betriebe vergeben für den Standortfaktor Angebote allgemein und berufsbildender Schulen auf der Wichtigkeitsskala eine 2,2. Die Bewertung ist weitgehend unabhängig von den Merkmalen der befragten Unter-

nehmen. Bei der Zufriedenheit landet das Schulan- gebot aus Sicht der regionalen Betriebe mit einem Mittelwert von 2,7 auf dem zweiten Platz. Es handelt sich damit um einen relativen Aktivposten unter den regionalen Standortfaktoren. Nur jedes dreißigste Unternehmen vergibt hier ein „mangelhaft“ oder „unge- nügend“. Da sich der Bedarf der regionalen Wirtschaft insbesondere auf das mittlere Qualifikationssegment konzentriert, wird es in Zukunft noch stärker darauf ankommen, insbesondere die Angebote der berufsbildenden Schulen qualitätsorientiert weiterzuentwickeln und durch die Schaffung dualer Studiengänge Karrieremöglichkeiten auch jenseits des traditionellen Pfads Gymnasium-Hochschule zu schaffen.

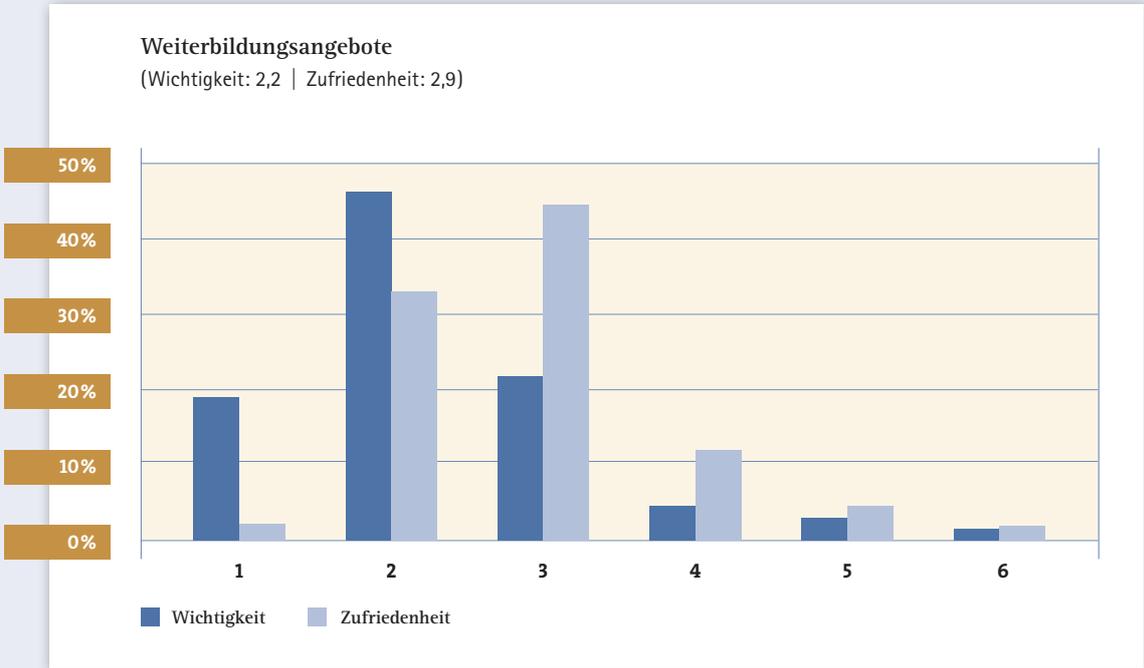


5.14 Weiterbildungsangebote

In der Region Trier herrscht bei einer Arbeitslosenquote von rund vier Prozent de facto Vollbeschäftigung. Gleichzeitig fehlen rund 5.000 Fachkräfte insbesondere im Gesundheitswesen, spezialisierten Dienstleistungsbereichen, in der Industrie und im Tourismus. Weil auch andere Regionen um qualifizierte Arbeitskräfte werben, sind die Zugangspotenziale beschränkt. Eine umso größere Bedeutung kommt damit dem Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit der bestehenden Belegschaften zu. Um diese zu sichern, sind an den unternehmerischen Bedürfnissen passgenau ausgerichtete Weiterbildungsangebote unerlässlich und werden künftig noch stärker an Gewicht gewinnen. Mehr als zwei Drittel der regionalen Betriebe messen diesem Faktor eine sehr hohe oder hohe Bedeutung bei. Mit einer Durchschnittsbewertung auf der Wichtigkeitsskala von 2,2 rangieren die Weiterbildungsangebote beispielsweise deutlich vor dem Kostenniveau oder der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien. Hinsichtlich der Zufriedenheit vergeben die regionalen Betriebe die Durchschnittsnote 2,9, wobei insbesondere die Bewertungen „gut“ mit einem Drittel und „befriedigend“ mit knapp der Hälfte der Antworten dominieren. Größere Unternehmen zeigen sich



etwas zufriedener als kleine Betriebe. Dies mag auch damit zusammenhängen, dass erstere Weiterbildungsangebote für eine große Anzahl eigener Mitarbeiter leichter am Markt passgenau zusammenstellen und einkaufen können, als dies für KMU der Fall ist.

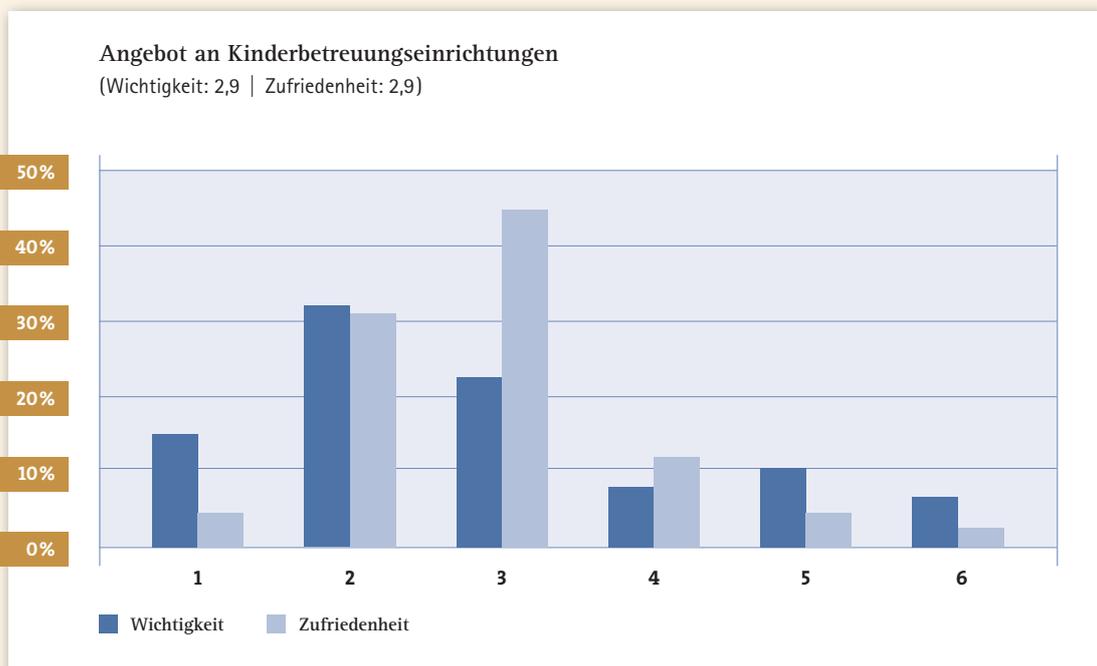




5.15 Angebot an Kinderbetreuungs- einrichtungen

Das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen rangiert aus Unternehmenssicht hinsichtlich der Wichtigkeit mit einer Durchschnittsbewertung von 2,9 auf einem der hinteren Ränge. Offensichtlich haben es zahlreiche Arbeitnehmer verstanden, sich trotz teilweise immer noch bestehender Versorgungslücken so mit den Gegebenheiten zur Kinderbetreuung zu arrangieren, dass es zu keinen gravierenden Beeinträchtigungen der betrieblichen Abläufe aufgrund von Spannungen zwischen den Ansprüchen von Beruf einerseits und Familie andererseits kommt. Das heißt allerdings nicht, dass das regionale Fachkräftepotenzial auch optimal genutzt wird.

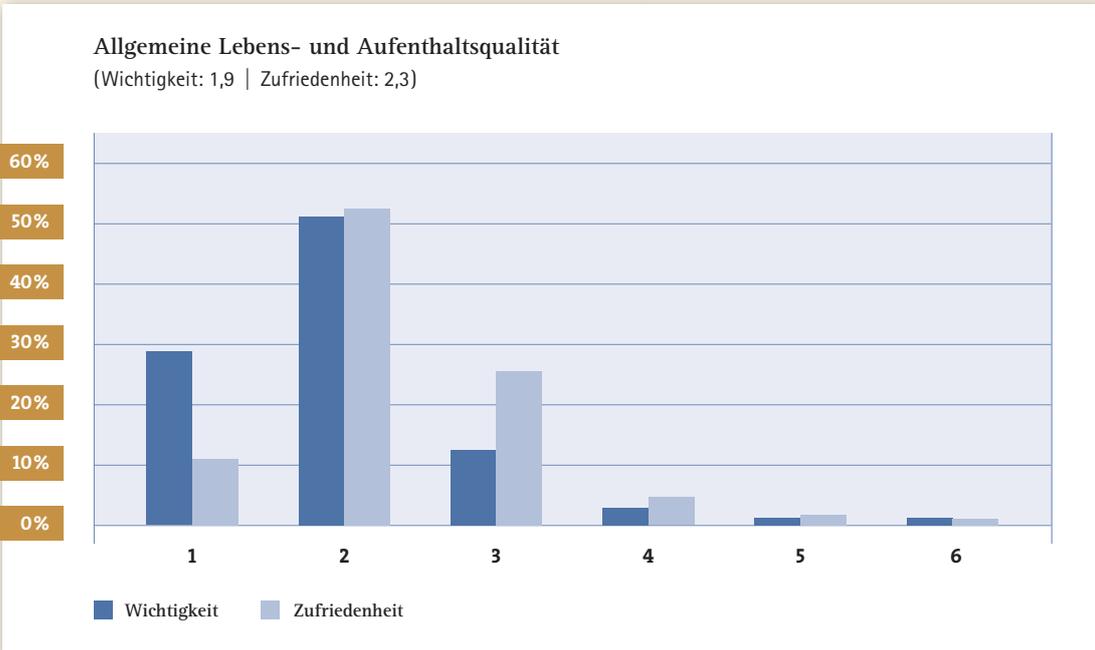
Zudem sind in den vergangenen Jahren auf kommunaler Ebene große Anstrengungen unternommen worden, um zusätzliche Betreuungskapazitäten zu schaffen. Dies schlägt sich auch in der Zufriedenheitsbewertung nieder: Im Mittel geben die Betriebe auch hier ein „befriedigend“ (2,9), wobei jedoch nur rund ein Drittel der Befragten eine hohe oder sogar sehr hohe Zufriedenheit artikuliert. Um weitere regionale Fachkräftepotenziale zu aktivieren, insbesondere von Frauen, kommt dem Ausbau der Kinderbetreuungsinfrastruktur auch perspektivisch eine nicht unerhebliche Bedeutung zu. Gerade bei den Betreuungszeiten besteht Ausweitungsbedarf, um es auch hochqualifizierten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zu ermöglichen, Erwerbstätigkeit und die Gründung einer Familie unter den sprichwörtlichen Hut zu bringen.



5.16 Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität

Bei der allgemeinen Lebens- und Aufenthaltsqualität punktet die Region Trier aus Sicht der hier ansässigen Unternehmen. Dieser Standortfaktor, der umfassend soziale, naturräumliche und kulturelle Aspekte beinhaltet, belegt im Wichtigkeitsranking den fünften von 20 Plätzen mit einer durchschnittlichen Bewertung von 1,9. Insbesondere die kleinen Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern messen der Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Region Trier eine große Bedeutung (Durchschnittsbewertung 1,7) bei. Über 80 Prozent aller regionalen Unternehmen sind davon überzeugt, dass diesem Standortfaktor eine hohe oder sogar sehr hohe Wichtigkeit zukommt. Erfreulicherweise korrespondieren die Zufriedenheitsbewertungen in diesem Fall mit der Einschätzung der Wichtigkeit. Im Durchschnitt vergeben die regionalen Betriebe die Note 2,3. Damit belegt der Standortfaktor im Zufriedenheitsranking mit deutlichem Abstand den ersten Platz. Dieser Befund ist weitestgehend unabhängig von Unternehmensgröße, Branche oder regionalem Standort. Zwei Drittel der Unternehmen drücken eine hohe oder sogar sehr hohe Zufriedenheit mit der hiesigen Lebensqualität aus. Sie gehört damit zu den Aktivposten im interregionalen Standortwettbewerb um Investitionen und Fachkräfte. Im Sinne einer Strategie der Stärkung von Stärken sind die regionalen Akteure aufgerufen, die hohe Lebens- und Auf-

enthaltsqualität der Region Trier gemeinsam weiterzuentwickeln und sowohl nach innen als auch nach außen zu vermarkten. Als eine regionale Klammer steht in diesem Zusammenhang die Initiative Region Trier e. V. (IRT) zur Verfügung, deren Geschäftsführung derzeit von der IHK Trier mit Unterstützung der HWK Trier geleistet wird. Aufgrund ihrer Mitgliederstruktur ist die IRT auch eine geeignete Austauschplattform für Unternehmen, Politik und Verwaltung, um im regionalen Schulterschluss an der weiteren Stärkung der Standortattraktivität zu arbeiten.





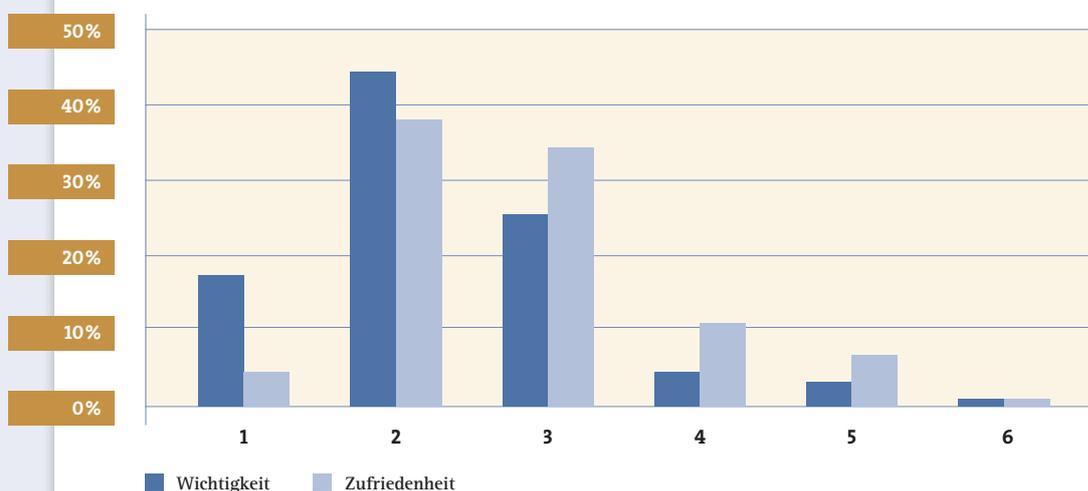
5.17 Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote

Unternehmer treten selbst als Nachfrager von Waren und Dienstleistungen auf, aber noch mehr ist ein attraktives Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot für deren Mitarbeiter und damit für die Fachkräftesicherung von Bedeutung. Die Relevanz entsprechender Angebote bewerten die Befragten im Mittel mit 2,3. Wenig überraschend messen Einzelhandelsbetriebe diesem Standortfaktor eine höhere Priorität bei (Bewertung 1,9) als Vertreter anderer Branchen. Zudem halten kleinere und mittlere Unternehmen, die selber stärker in der Einzelhandels- und Dienstleistungsbranche repräsentiert sind, entsprechende Angebote für wichtiger als größere Betriebe, die vor allem im sekundären Sektor anzutreffen sind. Die Zufriedenheit mit den regionalen Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten liegt mit einer Durchschnittsbewertung von 2,8 im oberen Drittel der

untersuchten 20 Standortfaktoren. Drei Viertel aller Antworten konzentrieren sich dabei auf die Noten „gut“ und „befriedigend“. Die Bewertungen unterscheiden sich kaum nach Größe und Branche. In der Kreisdifferenzierung kann jedoch die Stadt Trier mit ihrem oberzentralen Angebot punkten: Die Trierer Unternehmen bewerten das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot mit einer 2,4, während die in den Landkreisen ansässigen Betriebe die Note „befriedigend“ vergeben. In den kommenden Jahren und Jahrzehnten wird es eine Herausforderung sein, auch im ländlichen Raum, der Strategie der dezentralen Konzentration folgend, attraktive Angebote vorzuhalten und diese marktwirtschaftlich demografiefest auszugestalten. Hierzu bedarf es unter anderem einer innenstadtorientierten Ansiedlungspolitik im Einzelhandel.

Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote

(Wichtigkeit: 2,3 | Zufriedenheit: 2,8)

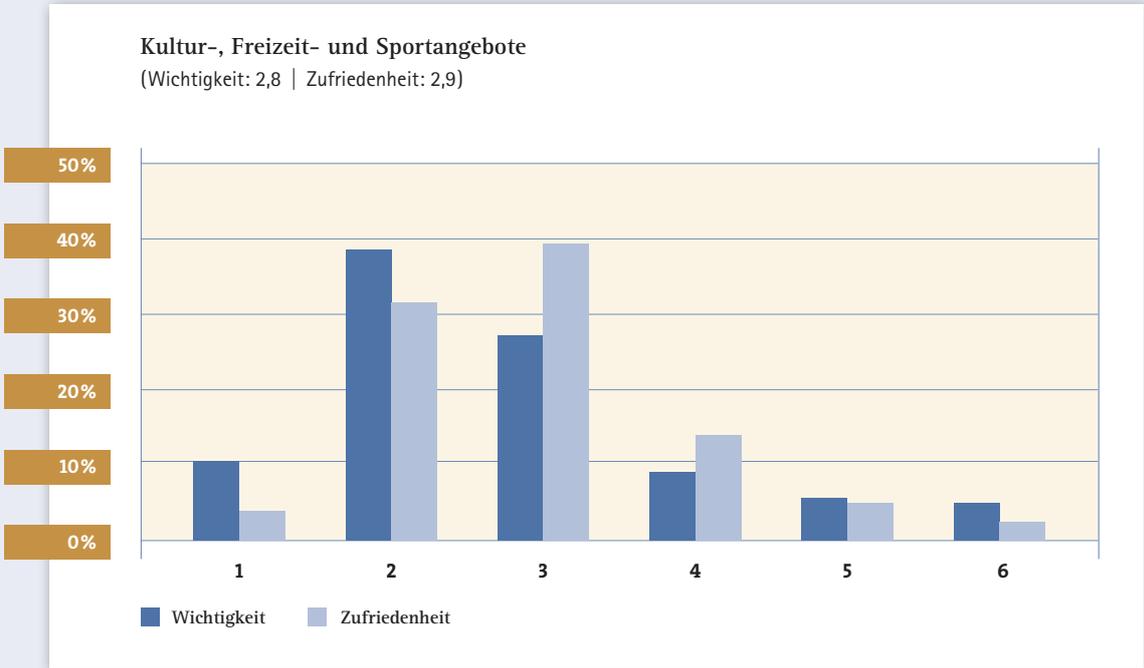




5.18 Kultur-, Freizeit- und Sportangebote

Ebenso wie den primär über den Markt bereitgestellten Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten kommt den häufig öffentlich oder auf ehrenamtlicher Basis organisierten Kultur-, Freizeit- und Sportangeboten für die Gesamtattraktivität eines Standorts Bedeutung zu. In der Wichtigkeitsskala rangiert der Kultur-, Freizeit- und Sportbereich aus Unternehmenssicht mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,8 im unteren Mittelfeld. Dies mag daran liegen, dass solche Angebote für die direkten Betriebsabläufe und Betriebsergebnisse zunächst geringe Relevanz besitzen. Potenzielle Fach- und Führungskräfte berücksichtigen jedoch die regionalen Optionen, sich

kulturell oder sportlich betätigen zu können, bei ihren Standortentscheidungen. Sei es, dass sie selber aktiv werden möchten oder hochklassige Sport- und Kulturveranstaltungen als interessierte Zuschauer besuchen wollen. Die Zufriedenheitsbewertungen der regionalen Kultur-, Freizeit- und Sportangebote konzentrieren sich auf die Noten „gut“ und „befriedigend“ mit einem Anteil von rund drei Viertel aller Befragten. Das Mittel liegt bei 2,9, wobei sich auch hier die im Oberzentrum Trier ansässigen Unternehmen (Note 2,6) zufriedener zeigen als die in den ländlichen Gebieten heimischen Betriebe, die im Durchschnitt die Note „befriedigend“ vergeben.

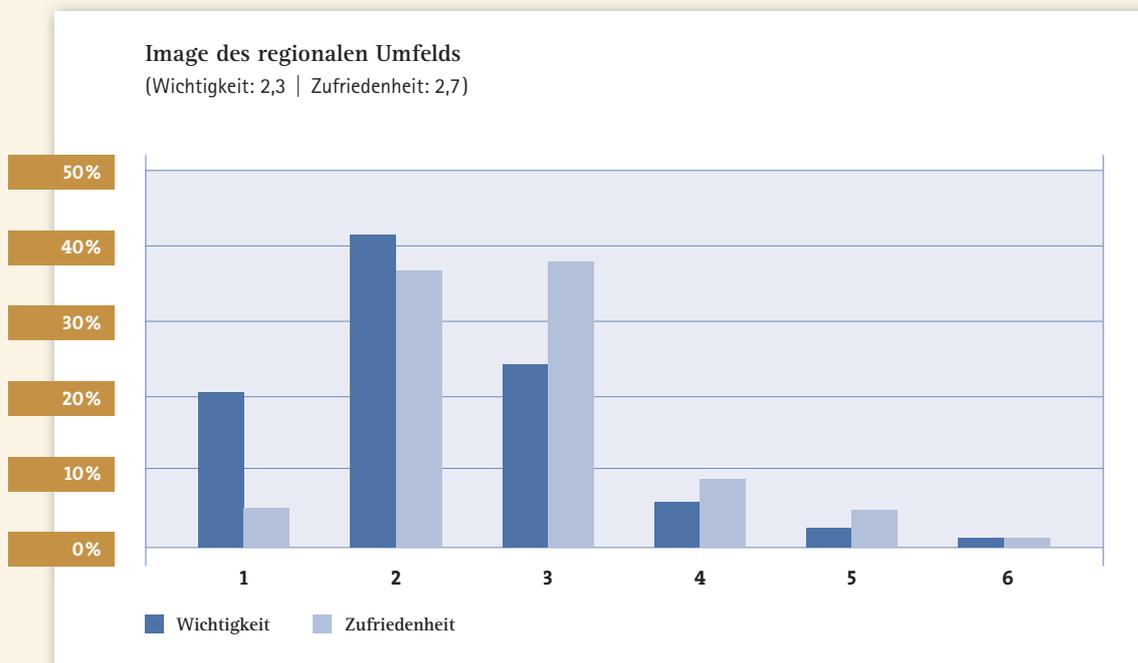




5.19 Image des regionalen Umfelds

Im Wichtigkeitsranking nimmt das Image des regionalen Umfelds mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,3 einen Platz im Mittelfeld ein. Für kleinere und mittlere Unternehmen, die häufiger den lokalen oder regionalen Markt bedienen, spielt der Faktor mit einer Bewertung von 2,3 beziehungsweise 2,2 eine größere Rolle als für größere Unternehmen, die eine 2,6 vergeben. Dieses Muster zeigt sich auch bei der Branchenbetrachtung: Die eher exportorientierten Industrieunternehmen hängen weniger vom Image des regionalen Umfelds ab (Bewertung 2,7) als beispielsweise Einzelhandelsbetriebe (Bewertung 2,0) oder Dienstleister (Bewertung 2,2). Die Betriebe zeigen sich mit der Wertschätzung, die ihrem regionalen Umfeld entgegengebracht wird, vergleichsweise zufrieden.

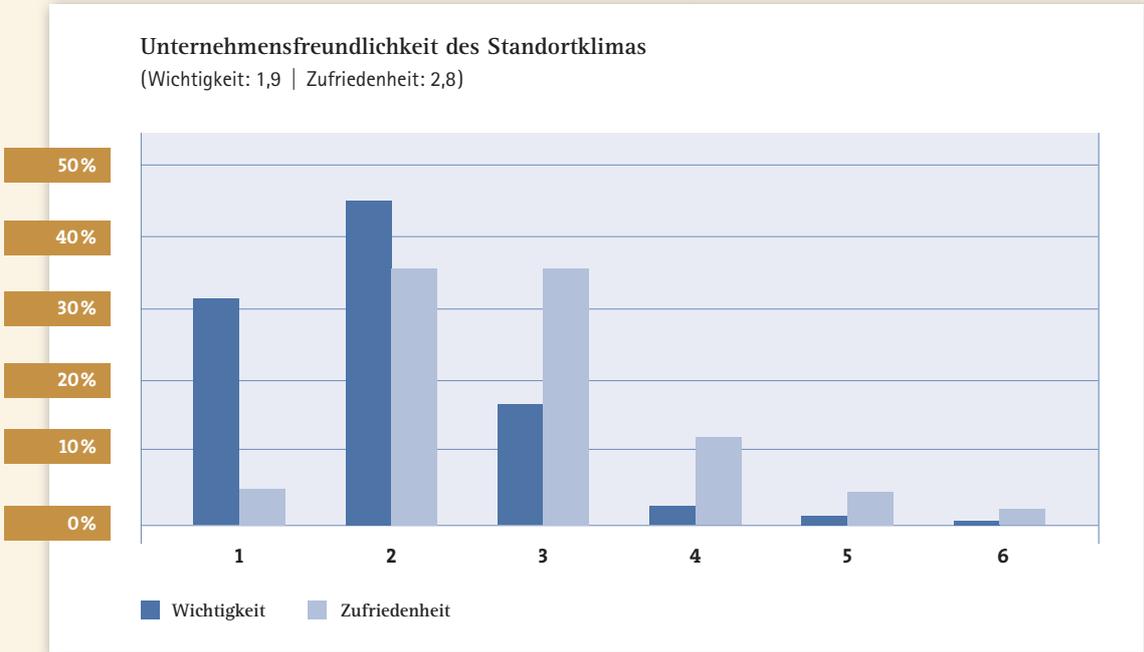
Der Standortfaktor belegt im Zufriedenheitsranking mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,7 den vierten Platz. Nur sechs Prozent aller Befragten attestieren ihrem regionalen Umfeld eine mangelhafte oder sogar ungenügende Attraktivität. Während die Einschätzung der Wichtigkeit des regionalen Images teilweise von der Unternehmensgröße und Branche abhängig ist, sind sich die befragten Betriebe im Hinblick auf ihre Zufriedenheit damit weitestgehend einig. Die positiv wahrgenommene Lebens- und Aufenthaltsqualität in der Region Trier stärkt das regionale Image aus Unternehmenssicht. Künftig gilt es für die regionalen Akteure, das überwiegend positive regionale Selbstbild weiter zu stärken und aktiv nach außen zu tragen.



5.20 Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas

Neben den sogenannten harten Faktoren, wie beispielsweise der Infrastrukturausstattung, spielt auch das allgemeine Klima für Unternehmensentscheidungen, an einem bestimmten Standort zu investieren oder sich dort anzusiedeln, eine erhebliche Rolle. Die regionalen Betriebe bewerten die Wichtigkeit dieses Faktors im Durchschnitt mit 1,9. Dieser Wert gilt unabhängig von Größe, Branche oder Mikrostandort. In Bezug auf die Zufriedenheit landet das regionale Standortklima mit einer durchschnittlichen Bewertung von 2,8 im guten Mittelfeld. Mit jeweils knapp 40 Prozent der Nennungen werden die Noten „gut“ und „befriedigend“ bei weitem am häufigsten vergeben. Erfreulicherweise attestieren nur sieben Prozent der Befragten ihrem Standort ein mangelhaftes oder sogar ungenügendes Klima im Hinblick auf dessen Unternehmensfreundlichkeit. Eine Durchschnittsnote von „voll befriedigend“ lässt aber auch noch Verbesserungsspielraum erkennen. Unternehmerisches Engagement bildet letztlich die Grundlage allen erwirtschafteten Wohlstands. Eine entsprechende Wertschätzung dieses Engagements und daraus abgeleitete Handlungen der relevanten Akteure kön-

nen einen Impuls zur Steigerung der regionalen Wirtschaftskraft setzen. Hierzu gehört unter anderem, die Interessen ansässiger Betriebe bei Planungsprozessen zu berücksichtigen und ein generell freundliches und offenes Investitionsklima zu schaffen. Nicht nur Fachkräfte, sondern auch Unternehmen benötigen und erwarten eine ausgeprägte Willkommenskultur in der Region Trier.



6. STANDORTBEWERTUNGEN IM KREISVERGLEICH

Differenziert man die Angaben der befragten Unternehmen zur Zufriedenheit mit den vorgestellten Standortfaktoren nach Sitz der Betriebe in der Stadt Trier beziehungsweise den vier Landkreisen der Region Trier, so fällt auf, dass die Gesamtzufriedenheit kaum vom regionalen Durchschnitt abweicht. Die Differenzen liegen in einer sehr engen Bandbreite zwischen +0,2 und -0,2 Punkten.



6.1 Eifelkreis Bitburg-Prüm



Aus dem Eifelkreis Bitburg-Prüm haben sich insgesamt 112 Unternehmen an der Umfrage beteiligt. 71 Prozent der Befragten würden ihren Unternehmensstandort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen. Für die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort vergeben die Befragten des Eifelkreises mit einer Durchschnittsnote von 2,7 ein „voll befriedigend“ (Durchschnittsbewertung Region Trier: 2,6). Die weitaus am häufigsten vergebenen Noten sind hierbei mit 44 Prozent der Nennungen „gut“ und mit 46 Prozent „befriedigend“. Die Zufriedenheitsbewertung der Standortfaktoren weicht im Landkreis Bitburg-Prüm nur in wenigen Fällen um mehr als 0,2 Punkte vom regionalen Durchschnitt ab. Vergleichsweise kritisch bewerten die Unternehmen des Eifelkreises die Breit-

band- und Internetversorgung. Hier vergeben sie eine 4,0 und zeigen sich damit um 0,6 Punkte unzufriedener, als es im regionalen Durchschnitt der Fall ist. Beim ÖPNV-Angebot beträgt der Negativsaldo immerhin noch 0,5 Punkte. Ebenfalls kritischer als im regionalen Durchschnitt wird die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als das Straßennetz eingeschätzt. Hier liegt die Differenz jedoch nur bei 0,3 Punkten. Vergleichsweise gut bewerten die Unternehmen des Eifelkreises die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien mit einem Positivsaldo im Vergleich zum regionalen Durchschnitt in Höhe von 0,2 Punkten.

Zufriedenheit: Eifelkreis Bitburg-Prüm im Vergleich zur Region Trier

Unternehmerfreundliches Standortklima					0,0
Image des regionalen Umfelds			-0,2		
Kultur-, Freizeit- und Sportangebote			-0,1		
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote			-0,1		
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität			-0,1		
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen					0,1
Weiterbildungsangebote			-0,1		
Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen			-0,1		
Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben					0,0
Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren					0,1
Unternehmensorientierung der Verwaltungen					0,1
Niveau Arbeits-/Personalkosten					0,0
Verfügbarkeit Fach-/Führungskräfte			-0,3		
Breitbandversorgung/Internet	-0,6				
Kosten- bzw. Mietniveau von Gewerbeflächen/-immobilien					0,1
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien					0,2
Erreichbarkeit von Absatzmärkten/Kunden					0,0
ÖPNV-Angebot	-0,5				
Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger			-0,3		
Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz					0,0
Gesamt			-0,1		



6.2 Landkreis Bernkastel-Wittlich

Aus dem Landkreis Bernkastel-Wittlich haben sich 123 Unternehmen an der Umfrage beteiligt. 70 Prozent würden ihren Standort einem befreundeten Unternehmer weiterempfehlen; dies entspricht exakt dem regionalen Durchschnitt. Mit einer Bewertung der Gesamtzufriedenheit mit dem Unternehmensstandort von 2,7 liegen die Unternehmen analog zum Eifelkreis Bitburg-Prüm kaum merklich mit 0,1 Punkten unter dem Durchschnitt der Gesamtregion. 47 Prozent der Befragten bewerten den Standort „gut“, 28 Prozent „befriedigend“ und – eine leichte Auffälligkeit – neun Prozent mit mangelhaft. Letztere Note wird im regionalen Durchschnitt nur von fünf Prozent der Unternehmen vergeben. Die Zufriedenheit der Unternehmen aus dem Landkreis Bernkastel-Wittlich mit den

im Rahmen der Umfrage erhobenen Standortfaktoren weicht vom regionalen Mittelwert im Einzelfall um maximal 0,3 Punkte ab. Überdurchschnittlich gut werden die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz (Differenz +0,3), die Unternehmensfreundlichkeit des Standortklimas, das Angebot von Kinderbetreuungseinrichtungen, die Unternehmensorientierung der Verwaltung sowie die Erreichbarkeit von Kunden und Absatzmärkten (jeweils +0,2) eingeschätzt. Vergleichsweise kritisch werden von den Befragten das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot, das ÖPNV-Angebot (jeweils -0,2) sowie die Breitbandversorgung (-0,3) betrachtet.

Zufriedenheit: Landkreis Bernkastel-Wittlich im Vergleich zur Region Trier

Unternehmerfreundliches Standortklima					0,2
Image des regionalen Umfelds					0,0
Kultur-, Freizeit- und Sportangebote			-0,1		
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote			-0,2		
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität					0,0
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen					0,2
Weiterbildungsangebote					0,1
Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen					0,1
Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben					0,1
Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren					0,1
Unternehmensorientierung der Verwaltungen					0,2
Niveau Arbeits-/Personalkosten					0,0
Verfügbarkeit Fach-/Führungskräfte					0,1
Breitbandversorgung/Internet			-0,3		
Kosten- bzw. Mietniveau von Gewerbeflächen/-immobilien					0,1
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien					0,1
Erreichbarkeit von Absatzmärkten/Kunden					0,2
ÖPNV-Angebot			-0,2		
Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger			-0,1		
Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz					0,3
Gesamt			-0,1		



6.3 Landkreis Trier-Saarburg

123 Unternehmen aus dem Landkreis Trier-Saarburg haben sich an der IHK-Umfrage beteiligt. 68 Prozent der Befragten würden ihren Standort weiterempfehlen; zwei Prozent weniger als im regionalen Durchschnitt. Insgesamt vergeben die Betriebe des Landkreises Trier-Saarburg eine Note von 2,6 für ihren Unternehmensstandort. Jeweils knapp 40 Prozent vergeben hierbei das Prädikat „gut“ oder „befriedigend“. Nur fünf Prozent zeigen sich mit „mangelhaft“ beziehungsweise „ungenügend“ sehr unzufrieden. Die globale Bewertung durch die Betriebe des Landkreises entspricht damit genau dem regionalen Durchschnitt.

Ein ähnliches Bild ergibt sich auch, wenn man die 20 erfragten Standortfaktoren einzeln betrachtet. Fast alle Bewertungen hinsichtlich der Zufriedenheit mit diesen Faktoren liegen im Kreis Trier-Saarburg im regionalen Durchschnitt. In Bezug auf zwei Faktoren zeigen sich die Trier-Saarburger Unternehmen leicht unterdurchschnittlich zufrieden. Dies betrifft das Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben sowie das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot mit einem Negativsaldo zum regionalen Durchschnitt in Höhe von jeweils -0,2 Punkten.

Zufriedenheit: Landkreis Trier-Saarburg im Vergleich zur Region Trier

Unternehmerfreundliches Standortklima	-0,1	
Image des regionalen Umfelds	-0,1	
Kultur-, Freizeit- und Sportangebote	-0,1	
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote	-0,2	
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität	-0,1	
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen		0,1
Weiterbildungsangebote		0,0
Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen	-0,1	
Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben	-0,2	
Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren		0,0
Unternehmensorientierung der Verwaltungen		0,0
Niveau Arbeits-/Personalkosten		0,0
Verfügbarkeit Fach-/Führungskräfte		0,1
Breitbandversorgung/Internet		0,1
Kosten- bzw. Mietniveau von Gewerbeflächen/-immobilien		0,0
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien		0,0
Erreichbarkeit von Absatzmärkten/Kunden		0,0
ÖPNV-Angebot	-0,1	
Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger		0,1
Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz		0,1
Gesamt		0,0



6.4 Landkreis Vulkaneifel

Aus dem Landkreis Vulkaneifel haben 63 Unternehmen den Fragebogen zurückgeschickt. 64 Prozent der Befragten würden ihren Unternehmensstandort an einen befreundeten Unternehmer weiterempfehlen. Dies sind sechs Prozentpunkte weniger, als es dem regionalen Durchschnitt entspricht. Die Befragten vergeben für die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort die Note 2,8 und damit 0,2 Punkte weniger als im regionalen Mittel. Auch im Landkreis Vulkaneifel werden mit jeweils etwa 40 Prozent die Noten „gut“ sowie „befriedigend“ am häufigsten vergeben. Die leicht unterdurchschnittliche Gesamtbewertung kommt insbesondere dadurch zustande, dass die Top-Note „sehr gut“ im Landkreis Vulkaneifel nur von zwei Prozent der Befragten vergeben wurde, während dies in der

Gesamtregion Trier neun Prozent getan haben. Auch im Landkreis Vulkaneifel weicht die Zufriedenheitsbewertung der meisten Standortfaktoren nicht oder nur marginal vom regionalen Durchschnitt ab. Vergleichsweise positiv mit +0,3 Punkten wird das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen von den Unternehmen wahrgenommen. In Relation zum regionalen Durchschnitt besonders kritisch sehen die Befragten das ÖPNV-Angebot (-0,5). Die verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als das Straßennetz, die Breitbandversorgung (jeweils -0,3 Punkte), das Angebot an Kultur-, Freizeit- und Sportmöglichkeiten sowie die Erreichbarkeit von Absatzmärkten und Kunden (jeweils -0,2 Punkte) werden ebenfalls relativ negativ bewertet.

Zufriedenheit: Landkreis Vulkaneifel im Vergleich zur Region Trier

Unternehmerfreundliches Standortklima						0,1
Image des regionalen Umfelds						0,0
Kultur-, Freizeit- und Sportangebote			-0,2			
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote			-0,1			
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität						0,1
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen						0,3
Weiterbildungsangebote			-0,1			
Angebote allgemein- und berufsbildender Schulen						0,1
Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben						0,0
Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren						0,1
Unternehmensorientierung der Verwaltungen						0,1
Niveau Arbeits-/Personalkosten						0,1
Verfügbarkeit Fach-/Führungskräfte						0,1
Breitbandversorgung/Internet			-0,3			
Kosten- bzw. Mietniveau von Gewerbeflächen/-immobilien						0,1
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien						0,0
Erreichbarkeit von Absatzmärkten/Kunden			-0,2			
ÖPNV-Angebot	-0,5					
Verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger			-0,3			
Verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz			-0,1			
Gesamt			-0,2			

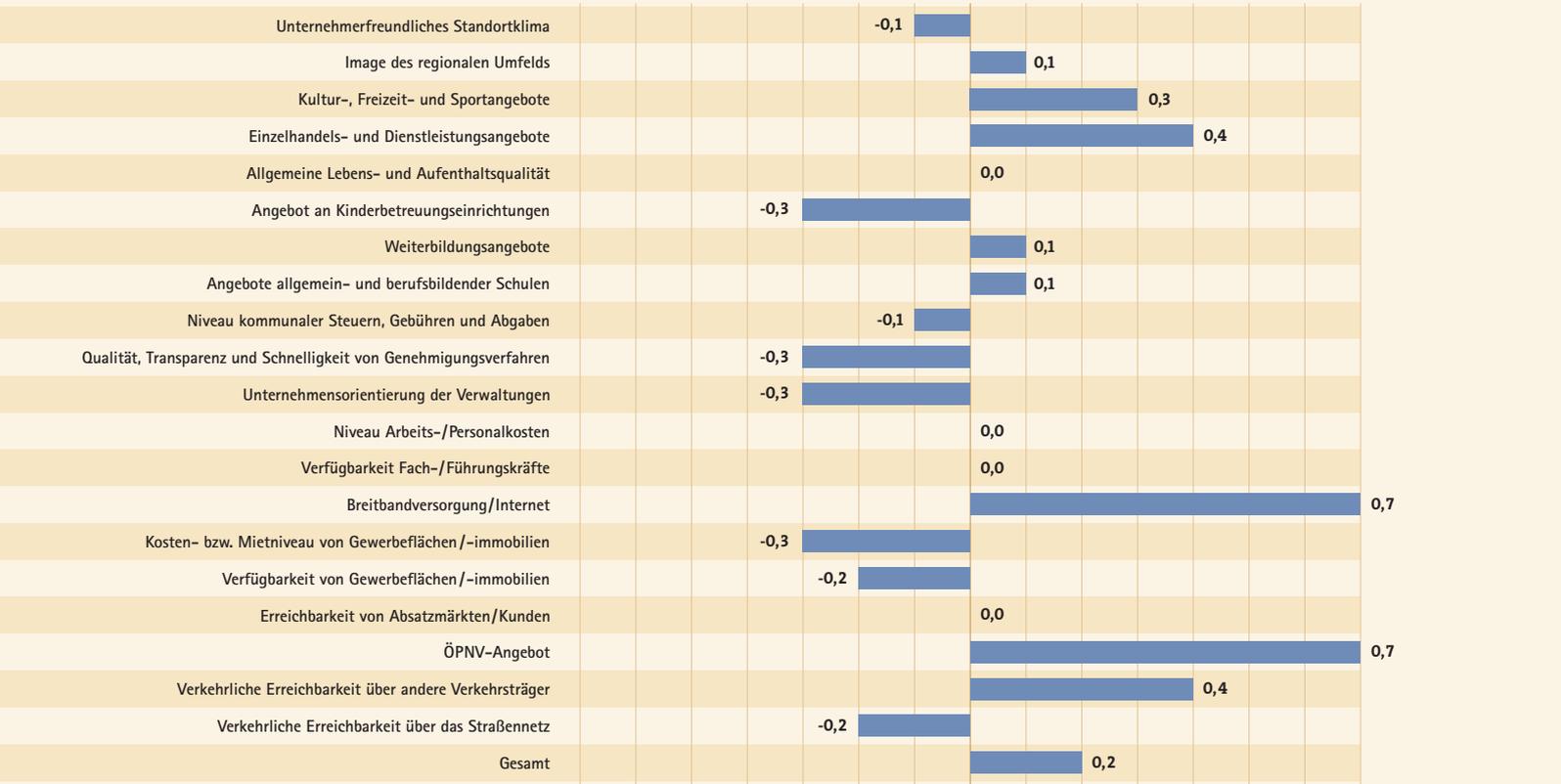


6.5 Stadt Trier

Die Angaben von 155 Unternehmen aus dem Oberzentrum Trier sind im Datensatz vertreten. 73 Prozent der Befragten würden ihren Standort weiterempfehlen. Dies sind drei Prozent mehr als im regionalen Durchschnitt. Die Trierer Unternehmen vergeben bezüglich ihrer Globalzufriedenheit mit dem Standort die Durchschnittsnote 2,4 und zeigen sich damit um 0,2 Punkte zufriedener als der regionale Durchschnitt. Auffallend ist, dass 17 Prozent der Befragten die Top-Note „sehr gut“ vergeben, weitere 46 Prozent „gut“ und 24 Prozent immerhin noch „befriedigend“. Die wirklich schlechten Zensuren „mangelhaft“ beziehungsweise „ungenügend“ vergibt nur jedes 25. Unternehmen. Im Vergleich mit den lokalen Ergebnissen der vier Landkreise fallen die Zufriedenheitsbewertungen mit

den einzelnen Standortfaktoren durch die Unternehmen der Stadt Trier in Relation zur Region Trier, insbesondere im positiven Bereich, etwas markanter aus. So liegen diese zur Internetversorgung sowie zum ÖPNV-Angebot um 0,7 Punkte über dem regionalen Durchschnitt. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über andere Verkehrsträger als die Straße werden um 0,4 Punkte besser eingeschätzt und im Hinblick auf die Kultur-, Freizeit- und Sportangebote sind es immerhin noch 0,3 Punkte. Etwas unzufriedener äußern sich die Betriebe des Oberzentrums im Hinblick auf das Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen, die Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren, die Unternehmensorientierung der Verwaltung

Zufriedenheit: Stadt Trier im Vergleich zur Region Trier





sowie das Kosten- und Mietniveau von Gewerbeflächen- und Immobilien (jeweils -0,3 Punkte). Im Hinblick auf die Versorgung mit Kinderbetreuungseinrichtungen wird die Bewertung aber zumindest teilweise auf höhere Erwartungen der Trierer Unternehmen sowie den hohen Bedarf im Oberzentrum im Vergleich zu ländlich strukturierten Regionen zurückzuführen sein und nicht auf ein in Relation

zu den Landkreisen schlechteres Angebot. Vergleichsweise kritisch betrachten die Trierer Betriebe auch die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und Immobilien sowie die verkehrliche Erreichbarkeit über das Straßennetz mit einer Negativabweichung in Höhe von -0,2 Punkten gegenüber dem regionalen Durchschnitt. Hier macht sich das Fehlen der Nord- und Westumfahrung Triers bemerkbar.



7. METHODISCHE ERLÄUTERUNGEN

- // An der IHK-Umfrage zur Bewertung der Standortzufriedenheit haben sich 588 Unternehmen beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von rund zehn Prozent. Da die antwortenden Unternehmen einen aussagekräftigen Querschnitt bezüglich Unternehmensgröße, Branche und Standort darstellen und mit 25.000 Beschäftigten für nahezu 30 Prozent der in der IHK Trier organisierten Wirtschaftskraft stehen, kommt den Befragungsergebnissen eine hohe Aussagekraft zu.
-
- // Die Befragung wurde mittels eines per Post verschickten standardisierten Fragebogens durchgeführt und im Herbst 2013 abgeschlossen. Anhand des Fragebogens wurden neben Unternehmenscharakteristika vor allem die Einschätzungen der Wichtigkeit und Zufriedenheit 20 vorab definierter Standortfaktoren erfragt, die für den unternehmerischen Erfolg von Relevanz sind.
-
- // Dieser Bericht gründet bewusst nicht auf einer wissenschaftlich-wirtschaftsstatistischen Analyse der Standortfaktoren. Solche Informationen finden sich, sofern sie für die regionale Ebene vorliegen, beispielsweise in der amtlichen Statistik. Bestimmte Faktoren – wie die regionale Lebensqualität – würden sich auf diese Weise zudem kaum operationalisieren lassen. Bei unserer Umfrage ging es vielmehr darum, ein authentisches Meinungsbild der ansässigen Unternehmen zu erhalten. Von deren Einschätzungen hängt die Bereitschaft ab, Investitionen am Standort Region Trier zu tätigen und Arbeitsplätze zu schaffen.
-
- // Die Auswertung der 588 zurückgesandten Fragebogen erfolgte mittels des Kalkulationsprogramms Excel. Im Bericht referierte Prozentangaben beziehen sich stets auf die „validen Fälle“, das heißt fehlende Angaben wurden nicht berücksichtigt. Die jeweiligen Antwortkategorien summieren sich damit immer zu 100 Prozent auf.
-
- // Eine Verzerrung der Unternehmensergebnisse durch Nichtbeantwortung einzelner Fragen ist nicht zu erwarten, da die jeweiligen Quoten der Antwortausfälle meist im niedrigen einstelligen Prozentbereich lagen.
-
- // Um dem Leser die Orientierung zu erleichtern, werden im vorliegenden Bericht die auf einer 6er-Skala vorgenommenen Zufriedenheitsbewertungen der Unternehmen in Form der allgemein bekannten „Schulnoten“ wiedergegeben. Zahlenangaben wurden aus dem gleichen Grund auf volle Zehntel, also die erste Nachkommastelle, gerundet.
-
- // Die Differenzierung der Unternehmensantworten nach Sitz der jeweiligen Befragten in bestimmten Landkreisen erlaubt eine Überprüfung, inwieweit bestimmte Standortfaktoren Veränderungen auf kleinräumiger Ebene unterliegen. Hieraus kann in vielen Fällen nicht direkt auf einen Erfolg oder Misserfolg der für den jeweiligen Kreis verantwortlichen politischen Ebenen geschlossen werden, da sich eine nicht unerhebliche Anzahl der erhobenen Standortfaktoren der Gestaltung auf kommunaler Ebene entziehen, wie beispielsweise die überregionale Verkehrsinfrastruktur, oder aber auch durch verschiedene Stellen beeinflusst werden können. Dies ist beispielsweise bei der Unternehmensorientierung der Verwaltung der Fall, wo im Einzelfall Orts-, Verbandsgemeinde und Kreisverwaltungen oder die Mittelbehörden gleichermaßen den Aktionsspielraum von Unternehmen beeinflussen.
-

Industrie- und Handelskammer Trier
Geschäftsbereich Standortpolitik
Herzogenbuscher Straße 12
54292 Trier

Fax: (06 51) 97 77-5 05 oder (06 51) 97 77-9 79 02
E-Mail: becker@trier.ihk.de

Rücksendung bitte bis 16. September 2013

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 checked="" type="checkbox"/>											
Weiterbildungsangebote	<input type="checkbox"/>											
Angebot an Kinderbetreuungseinrichtungen	<input checked="" type="checkbox"/>											
Allgemeine Lebens- und Aufenthaltsqualität	<input type="checkbox"/>											
Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote	<input checked="" type="checkbox"/>											
Kultur-, Freizeit- und Sportangebote	<input type="checkbox"/>											
Image des regionalen Umfelds	<input checked="" type="checkbox"/>											
Unternehmensfreundliches Standortklima	<input type="checkbox"/>											

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

5. Ihr Unternehmen:

a) Anzahl der Beschäftigten am Standort: _____

b) (Haupt-)Wirtschaftszweig:

- Industrie/Bau
 Einzelhandel
 Groß-, Außen-, KFZ-Handel
 Dienstleistungen

c) Unternehmensstandort:

- Landkreis Bernkastel-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-Kontakt Daten benennen):

Herzlichen Dank für Ihre freundliche Mitarbeit!

Industrie- und Handelskammer Trier
Herzogenbuscher Straße 12
54292 Trier

www.ihk-trier.de

