

# Unternehmensumfrage 2007



Schlosspark mit Schloss



Neuer Gewerbepark Nordwest/Automeile  
Unternehmensgruppe Freudenberg



Wiley-VCH Verlag



Softwarehaus Q-DAS



## Weinheim Der Wirtschaftsstandort

„Internationales Geschäft  
trifft mediterranes Flair“

wirtschaftsfoerderung@weinheim.de  
www.weinheim.de  
Fon 06201 82550



Marktplatz

## **Inhaltsangabe**

<b>1</b>	<b>Allgemeines zur Unternehmensumfrage</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Methodik der Unternehmensumfrage</b>	<b>4</b>
<b>3</b>	<b>Einführung</b>	<b>7</b>
3.1	Anzahl der Firmen, die die Unternehmensumfrage beantwortet haben, und Art der Befragung	7
3.2	Anzahl u. Gründe der Firmen, die die Unternehmensumfrage nicht beantwortet haben	7
3.3	Unterteilung aller Firmen in der Grundauswahl nach Branchen	8
<b>4</b>	<b>Auswertung der Fragen</b>	<b>9</b>
4.1	Geschäftsverlauf der letzten 2-3 Jahre, Auswertung	9
4.2	Geschäftserwartungen, Auswertung und Bemerkung	9
4.3	Expansions- bzw. Veränderungsabsichten, Auswertung und Bemerkung	10
4.4	Einschätzung der Kundenbasis, Auswertung und Bemerkung	10
4.5	Einschätzungen zur Wichtigkeit des Standorts, Auswertung und Bemerkung	11
4.6	Einschätzungen zur aktuellen Standort-Wahl bzw. –Situation Auswertung und Bemerkung	11
4.7	Wohnungs-Wahl, Auswertung	12
4.7.1	Haupt-Positiv-Nennungen Auswertung und Interpretation der Aussagen zur Wohnungs-Wahl	12
4.7.2	Sonstige Positiv-Nennungen, Auswertung	13
4.8	Kontakt bzw. Bezug zur Stadt und/oder zur Wirtschaftsförderung Auswertung und Bemerkung	14
4.9	Beurteilung der Wirtschaftsförderung Auswertung und Interpretation	15
4.10	Interesse an betrieblicher Weiterbildung Auswertung und Bemerkung	17
4.11	Interesse an Tag der offenen Tür Auswertung und Bemerkung	17
4.12	Neue Arbeitsplätze in 2006 Auswertung und Bewertung	17
<b>5</b>	<b>Resümee</b>	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>Anhang</b>	
	Auswertung der Umfrage zum Mittagstreff 2006	19
	Begriffserklärungen	23

## **1. Allgemeines zur Unternehmensumfrage**

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Weinheim hat von Dezember 2006 bis März 2007 eine zweite Unternehmensumfrage in Weinheim durchgeführt.

Die Umfrage erfolgte unter Mitwirkung von Herrn Dipl.-Kfm. Eckhard Braun, Firma Braun CST Consulting und Systemtechnik, Weinheim. Aus der Datenbank der Wirtschaftsförderung mit freiberuflichen und gewerblichen Unternehmen wurde eine Auswahl von 150 Unternehmen getroffen. Diese Unternehmen hatten sich auch an der Unternehmensumfrage 2005 beteiligt. Eine Reduzierung auf 150 repräsentative Unternehmen erfolgte aus Kosten- und Zeitgründen. Ausschlaggebend für die Unternehmensauswahl war deren Wirtschaftsaktivität, Bekanntheit und Größe.

Die Intension der 2. Unternehmensumfrage war, ein Stimmungsbild in der Unternehmerschaft zu bekommen und die Ergebnisse mit der ersten Unternehmensumfrage 2005 zu vergleichen. Ziel ist weiterhin eine auf den Erfordernissen und Wünschen der Unternehmen ausgerichtete Bestandspflege.

Die Unternehmensumfrage wurde sowohl telefonisch als auch schriftlich per Fragebogen durchgeführt. Dabei wurde in den Telefonaten ein besonderes Augenmerk darauf gelegt, den Unternehmerinnen und Unternehmern die Botschaft zu vermitteln, dass die Wirtschaftsförderung stets ein offenes Ohr für die Erfordernisse der Unternehmen hat. Wichtig war es mit den jeweiligen Gesprächspartnern eine angenehme und offene Gesprächssituation herbei zu führen, so dass mit den Interviewten dann unbefangen über ihre Ansichten und unternehmerischen Erfordernisse gesprochen werden konnte.

In diesem Gesprächsklima wurden wichtige Informationen für die Wirtschaftsförderung und damit für die Stadtverwaltung gesammelt.

Im Januar 2006 startete der Weinheimer Mittagstreff, das Netzwerk Wirtschaft und Verwaltung. Der jeweils am letzten Freitag des Monats von 12 bis 14 Uhr stattfindende Business-Lunch hat sich sehr gut etabliert. Insgesamt neun Mal wurde er im letzten Jahr in verschiedenen Gastronomien und Unternehmen durchgeführt. Im Januar 2007 wurden die Teilnehmer des Mittagstreffs schriftlich befragt, das Ergebnis ist in der Anlage beigefügt. Auch hier zeigt sich eine hohe Akzeptanz und Zufriedenheit: 90,9 % sind weiterhin am Mittagstreff interessiert; 9,1 % gelegentlich.

Weinheim, Juni 2007

Manfred Müller-Jehle

## 2. Methodik der Unternehmensumfrage

Die Unternehmensumfrage erfolgte zum überwiegenden Teil telefonisch. Dies hat große Auswirkungen auf die Art und die Möglichkeiten der Auswertung dieser Umfrage. Bei einer schriftlichen Umfrage ist die statistische Betrachtung und Analyse der Ergebnisse sehr wichtig. Meistens stellt sie die einzige Möglichkeit dar, zu mehr oder (meistens) weniger aussagekräftigen Ergebnissen und Prognosen zu kommen.

Bei einer telefonischen Umfrage kann auch eine Einzelantwort oder -nennung, die rein statistisch gesehen keine Bedeutung hat, unter Umständen doch von großer Wichtigkeit sein und Hinweise auf eine Fehlentwicklung geben. Genauso gut kann eine Antwort oder ein emotional vorgetragener Kritikpunkt zwar durchaus verständlich, aber objektiv falsch und somit für die Stadt nicht verwertbar sein. Ein solcher Kritikpunkt ist insbesondere dann mit Vorsicht zu behandeln, wenn er sonst nicht mehr geäußert wird, obwohl viele Firmen aus der gleichen Zielgruppe befragt wurden.

Außerdem gilt es zu beachten, dass beispielsweise die Bedeutung der weichen Standortfaktoren bei einer schriftlichen Unternehmensumfrage bei weitem nicht so deutlich hervortreten würde. Das liegt einfach daran, dass bei der schriftlichen Beantwortung der Beantworter nicht wissen kann oder nicht daran denkt, dass auch die Nennung von weichen Standortgründen wichtig ist. Nur die stereotype Abfrage aller relevanten Standortfaktoren würde das Problem beheben. Vor allem ist im Vorhinein nicht klar, welche Standortfaktoren aus der Vielzahl der Faktoren überhaupt relevant sind. Weil man bei einer rein schriftlichen Befragung somit nicht wissen kann, welche dieser Faktoren sozusagen ein „Volltreffer“ sind, müssen bei solchen Unternehmensumfragen viel zu viele Fragen gestellt werden (im nachhinein betrachtet), was zu einer schlechten Rücklauf- bzw. hohen Ablehnungsquote führt.

Bei der nachfolgenden Beschreibung der Fragen und dem Hintergrund dazu wird auch jeweils darauf eingegangen, welche Antworten wie beeinflusst wurden.

Frage 1: Wie waren die Geschäfte in den letzten 2-3 Jahren? Frage 2: Wie sieht Ihre Geschäftserwartung in den nächsten 1-2 Jahren aus?
---

Die Antworten zu den Fragen 1 und 2 geben einen Überblick über die Geschäftsentwicklung der letzten 2-3 Jahre und die Geschäftserwartung. Besonders aufmerksam sind die Firmen zu betrachten, die entweder eine schlechte Geschäftsentwicklung hatten und von einer schlechten Geschäftserwartung ausgehen, oder eine besonders gute Geschäftsentwicklung hatten und von einer guten Geschäftserwartung ausgehen. Für die einen könnte es mit der Finanzdecke eng werden, es könnten Entlassungen oder eine Insolvenz drohen. Die anderen könnten durch besondere Alleinstellungsmerkmale und Kompetenzen auf dem Markt glänzen und sich zu „Leuchttürmen“ der Wirtschaft in Weinheim entwickeln. Außerdem könnte sich für diese Gruppe die Standortpräferenz bzw. -beurteilung ändern, z.B. durch verstärkte internationale Ausrichtung. Auch Themen wie Produktspektrum, Alleinstellungsmerkmale oder Konkurrenzsituation könnten bei der Beantwortung dieser beiden Fragen zur Sprache kommen.

Im Vergleich zu den Ergebnissen aus der ersten Unternehmensumfrage und in Anbetracht des verbesserten Geschäftsklimas in Deutschland im Jahr 2006 interessiert die Frage, ob sich die Ergebnisse für Weinheim noch einmal signifikant zu den guten Ergebnissen von 2005 verbessert haben.

Frage 3: Ist eine räumliche Expansion geplant bzw. überdenken Sie gerade Ihre Standortwahl?

Die Frage 3 nach Expansionsbestrebungen ist sehr wichtig für die Bestandspflege der Wirtschaftsförderung. Falls sich in der Unternehmensumfrage 2007 bestätigt, dass sich Geschäftslage und Geschäftserwartung von Unternehmen in Weinheim insgesamt verbessert hat, gilt es, verstärkt diese Unternehmen zu unterstützen, geeignete Expansionsmöglichkeiten in Weinheim zu finden um eine Abwanderung zu vermeiden.

Frage 4: Finden Sie am Wirtschaftsstandort eine günstige Kundenbasis vor?  
Frage 5: Ist gerade der Standort für Sie oder für Ihr Unternehmen wichtig? Gibt es einen Grund für die Standortwahl?  
Frage 6: Wenn Sie für sich oder für Ihr Unternehmen noch einmal neu entscheiden könnten: Würden Sie wieder diesen Standort auswählen?

In den Fragen 4) bis 6) werden Antworten gesucht, welche Standortfaktoren für die Firmen bzw. für die Auswahl des Standortes von Bedeutung sind und waren und ob die Firma diesen Standort noch mal so auswählen würde.

Bei dem Grund für die Standortwahl wurde als Einstieg in die Frage immer nachgefragt (wenn es in der ersten Unternehmensumfrage nicht schon abgeklärt wurde), ob der Interviewte in Weinheim geboren oder aufgewachsen ist, bzw. ob das Unternehmen schon lange in Weinheim existiert. Ist dies der Fall wird ein solcher Geschäftsführer oder ein solches Unternehmen als alteingesessen bezeichnet.

Unternehmen und ihre Mitarbeiter sowie Geschäftsführer und/oder Inhaber, die allein schon durch die Dauer ihrer Anwesenheit in Weinheim automatisch einen stärkeren regionalen Bezug, sowohl vom Kundenstamm her, als auch von den wahrgenommenen Freizeitangeboten haben und bei denen im Gewerbegrundstück Kapital gebunden ist, wechseln nicht gleich bei dem ersten starken Gegenwind den Standort.

Ansonsten wurden die Antworten nicht vorgegeben. Die Aussagen konnten sich dann auf harte und weiche Standortfaktoren konzentrieren. Zu den harten Faktoren gehören z.B. die Lage und Transportkosten (Nähe zu Zulieferern und zum Absatzmarkt), das Marktpotential, die Infrastruktur, die Intensität des Wettbewerbs oder die Qualifikation, Kosten und Verfügbarkeit von Arbeitskräften. Zu den weichen Standortfaktoren zählen z.B. Wohn- und Freizeitwert, Umweltqualität, Schulen und andere Bildungsmöglichkeiten, kulturelles Angebot, Image-Aspekte, Unternehmerfreundlichkeit in der Verwaltung bzw. der Stadtpolitik ausgedrückt in Bemerkungen wie z.B. schöne Gegend oder im Schildern des eigenen ehrenamtlichen Engagements für die Stadt. Diese weichen Standortfaktoren spielen bekanntermaßen im Standortwettbewerb eine immer wichtiger werdende Rolle.

In der Unternehmensumfrage 2007 gilt es zu überprüfen, ob die günstigen Standortfaktoren, die in der ersten Unternehmensumfrage zum sehr guten Ergebnis bei der Standortwahl geführt haben, nach wie vor gegeben sind und weiterhin genutzt und ausreichend kommuniziert werden.

Frage 7: Wohnen Sie in Weinheim? Falls ja: Würden Sie sich wieder für Weinheim als Wohnstandort entscheiden?

Aufgrund der Bedeutung der weichen Standortfaktoren (Wohn- und Freizeitwert, Umweltqualität, Schulen und andere Bildungsmöglichkeiten, kulturelles Angebot, Image-Aspekte, Unternehmerfreundlichkeit in der Verwaltung bzw. der Stadtpolitik) wurde die Frage 7 neu aufgenommen.

Es soll herausgefunden werden, wie viele Befragte, in der Regel Inhaber oder Geschäftsführer, in Weinheim wohnen und was ihnen an Weinheim besonders gefällt.

Frage 8: Hatten Sie schon Kontakt zur Stadtverwaltung oder zur Wirtschaftsförderung und gegebenenfalls mit welchen Themen? Was sind Ihre Erwartungen oder Wünsche an die Wirtschaftsförderung und die Stadt?

Die Frage 8 sollte die Kommunikationsbeziehungen zur Stadtverwaltung und zur Wirtschaftsförderung klären. Die Ergebnisse dieser Frage ergeben aber nur Sinn im Zusammenhang mit qualifizierten Antworten zu anderen Fragen, wie z.B. Expansionsbestrebungen.

Frage 9: Haben Sie den Eindruck, dass sich durch die Wirtschaftsförderung etwas verbessert hat in Weinheim?

Die neu aufgenommene Frage 9 trägt der Tatsache Rechnung, dass es in Weinheim noch nicht so lange eine eigene städtische Stelle für Wirtschaftsförderung gibt. Durch die Frage soll eine Antwort darauf gefunden werden, inwieweit die Wirtschaftsförderung als wichtig für den Standort Weinheim wahrgenommen wird. Außerdem soll geklärt werden, welche Maßnahmen und Angebote der Wirtschaftsförderung von den Unternehmen besonders wahrgenommen und genutzt werden.

Frage 10: Haben Sie Interesse an betrieblicher Weiterbildung?  
Frage 11: Haben Sie Interesse an einem Tag der offenen Tür für Ihr Unternehmen?

Die neu aufgenommenen Fragen 10 und 11 versuchen zu klären, in welchem Maße bestimmte Angebote der Wirtschaftsförderung für Unternehmen interessant sein könnten.

Frage 12: Wie viele Arbeitsplätze wurden in ihrem Unternehmen in 2006 neu geschaffen?

Die Frage 12 soll klären, in welchem Ausmaß die Geschäftslage und die Erwartungen Einfluss haben auf den lokalen Arbeitsmarkt und der Nachfrage nach Arbeitskräften.

### 3. Einführung (Unternehmensumfrage / UU 2007)

**Gesamtanzahl von: 150 Firmen**  
**Befragungsergebnisse von: 127 Firmen**

		Anzahl	2007	2005
<b>3.1 Teilnahme</b>	an UU teilgenommen	127	84,7%	60,7%
	> davon tel.	122	81,3%	52,2%
	> davon schr.	5	3,3%	8,4%
<b>3.2 keine Teilnahme</b>	an UU nicht teilgenommen	23	15,3%	39,3%
	> davon UU nicht beantwortet	18	12,0%	23,3%
	> davon an UU kein Interesse	5	3,3%	5,8%
	> aus sonstigen Gründen	0	0,0%	10,2%

Bemerkung: Ein exakter Vergleich mit der ersten Unternehmensumfrage lässt sich nur bedingt ziehen, da in der zweiten Umfrage ein besonderer Fokus darauf lag, möglichst viele Firmen telefonisch zu erreichen. Dadurch lässt sich die höhere Beteiligungsquote in 2007 begründen.

Von 15,3 % der Unternehmen gibt es keinerlei Antworten.

Üblicherweise ist bei einer schriftlichen Unternehmensumfrage ein Rücklauf von 20-25% normal. Werte über 30% gelten als hervorragende Quote.

### 3.3 Unterteilung nach Branchen (150 Firmen)

	Anzahl	2007	2005
Dienstleistungen	51	34,0%	47,3%
z.B. Archit.- u. Ing.büros			
Werbeagenturen			
Steuer- und Rechtsberatung			
Unternehmensberatung			
Soft- und Hardwareberatung			
Speditionen und Reisebüros			
Herstellung	18	12,0%	7,1%
z.B. Rundf.- und Nachr.technik			
elektrische Geräte			
Metallerz.			
chem. Erz.			
med.techn. Geräten /Zahntechnik			
Gummi- und Kunststoffwaren			
Maschinenbau			
Automatisierungstechnik			
Textilgewerbe			
Luft- und Raumfahrzeugbau			
Großhandel und Handelsvermittlung	14	9,3%	8,9%
z.B. Elektrotechnik			
Baustoffe			
Baugewerbe	12	8,0%	9,1%
z.B. Elektroinst., Maler+Lackierer			
Bautischleiei, Zimmerei u.a.			
Hoch- und Tiefbau			
Einzelhandel	11	7,3%	6,4%
z.B. Eisen, Metall und Kunststoffe			
Computer und -teile			
KFZ	11	7,3%	4,0%
z.B. Autohäuser, Lackierereien			
Autoteilehandel			
Grundstücks- u Wohnungswesen	9	6,0%	3,3%
Kredit- und Versicherungsgewerbe	8	5,3%	4,0%
Gastgewerbe	4	2,7%	1,1%
Verlage und Druckereien	3	2,0%	3,1%
Kultur, Sport und Unterhaltung	2	1,3%	1,1%
Ernährungsgewerbe	2	1,3%	0,9%
Landwirtschaft und Jagd, Fischerei und Fischzucht	2	1,3%	0,4%
Energieversorgung	1	0,7%	0,2%
Erziehung und Unterricht	1	0,7%	1,1%
Gesundheits- und Sozialwesen	1	0,7%	0,9%
Gewinnung von Steinen und Erden (Bergbau)	0	0,0%	0,4%
Autovermietung	0	0,0%	0,2%
Abfluß- und Rohrreinigung	0	0,0%	0,2%

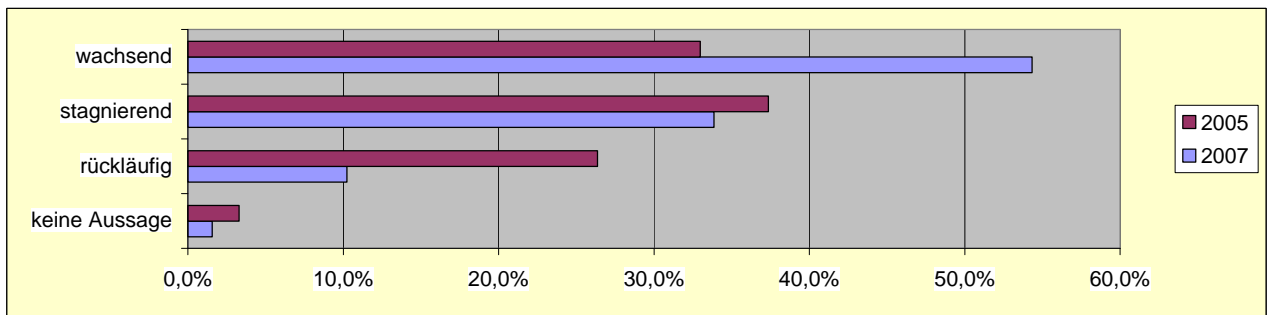
Bemerkung: Die Unternehmensumfrage 2005 hatte mit 450 Firmen eine wesentlich größere Datenbasis als die Unternehmensumfrage 2007 mit 150 Firmen. Die Auswahl der Unternehmen für die Unternehmensumfrage 2007 erfolgte nach den Kriterien der Wirtschaftsaktivität, Bekanntheit und Größe. Ein Vergleich zwischen den beiden Unternehmensumfragen wird zwar in dieser Auswertung integriert, kann aber nur als Richtschnur dienen.

## 4. Auswertung der Fragen

### 4.1 Geschäftsverlauf der letzten 2-3 Jahre (127 Firmen)

Frage: Wie waren die Geschäfte in den letzten 2-3 Jahren?

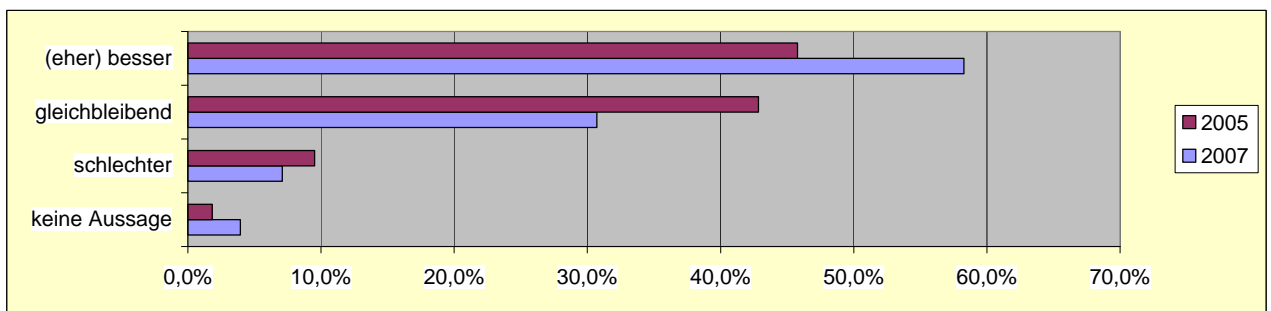
	Anzahl	2007	2005
wachsend	69	54,3%	33,0%
stagnierend	43	33,9%	37,4%
rückläufig	13	10,2%	26,4%
keine Aussage	2	1,6%	3,3%



### 4.2 Geschäftserwartung (127 Firmen)

Frage: Wie sieht Ihre Geschäftserwartung in den nächsten 1-2 Jahren aus?

	Anzahl	2007	2005
(eher) besser	74	58,3%	45,8%
gleichbleibend	39	30,7%	42,9%
schlechter	9	7,1%	9,5%
keine Aussage	5	3,9%	1,8%



Bemerkung: Bei den Antworten zur Geschäftserwartung gilt es zu beachten, dass sich die Geschäftsführung häufiger durch einen generellen Optimismus auszeichnet. Doch auch eingedenk dieser Tatsache wird die Geschäftserwartung eindeutig positiver eingeschätzt und liegt damit auch im Bundestrend. Die Ergebnisse zum Geschäftsverlauf und zu der Geschäftserwartung sind im Vergleich zu den schon guten Ergebnissen aus der ersten Unternehmensumfrage nochmal wesentlich positiver. Das sehr gute Jahr 2006 schlägt hier entscheidend durch.

### 4.3 Räumliche Expansion (127 Firmen)

Frage: Ist eine räumliche Expansion geplant bzw. überdenken Sie gerade Ihre Standortwahl?

	Anzahl	2007	2005
nicht geplant	105	82,7%	85,7%
geplant	22	17,3%	13,2%
keine Aussage	0	0,0%	1,1%

Bemerkung: Unternehmen, die eine räumliche Expansion planen, haben gegenüber der letzten Befragung zugenommen. Dies ist hauptsächlich bedingt durch Erweiterungsbedarf im Zusammenhang mit der sehr guten Geschäftslage in 2006. Hier gilt es besonders, die Unternehmen bei der Suche nach passenden Erweiterungsmöglichkeiten zu unterstützen. In diesem Zusammenhang ist besonders wichtig, attraktive Gewerbeflächen zu entwickeln und den Unternehmen mit Erweiterungsbedarf anbieten zu können. Um Unternehmen am Standort halten zu können ist es wichtig, bei Expansion der Unternehmen auch passende Gewerbegrundstücke und Erweiterungsmöglichkeiten anbieten zu können. Außerdem ist es gut, die Unternehmen mit mittel- bis langfristigen Expansionsplanungen in den nächsten Jahren besonders im Auge zu behalten, insbesondere wenn der Standort als nicht so wichtig oder negativ eingeschätzt wird.

### 4.4 Kundenbasis (127 Firmen)

Frage: Finden Sie am Wirtschaftsstandort eine günstige Kundenbasis vor?

	Anzahl	2007	2005
günstig	85	66,9%	61,5%
nur bedingt günstig	30	23,6%	29,7%
ungünstig	11	8,7%	7,7%
keine Aussage	1	0,8%	1,1%

Bemerkung: Die Anzahl der Firmen, die den Standort als günstig betrachten, liegt über dem Durchschnitt vergleichbarer Städte. Beispielsweise in Neustadt a.d.W. und Pfungstadt betrachten durchschnittlich 56% der Befragten ihre Kundenbasis als günstig.

#### 4.5 Standort (127 Firmen)

Frage: Ist gerade der Standort für Sie oder für Ihr Unternehmen wichtig?  
Gibt es einen Grund für die Standortwahl?

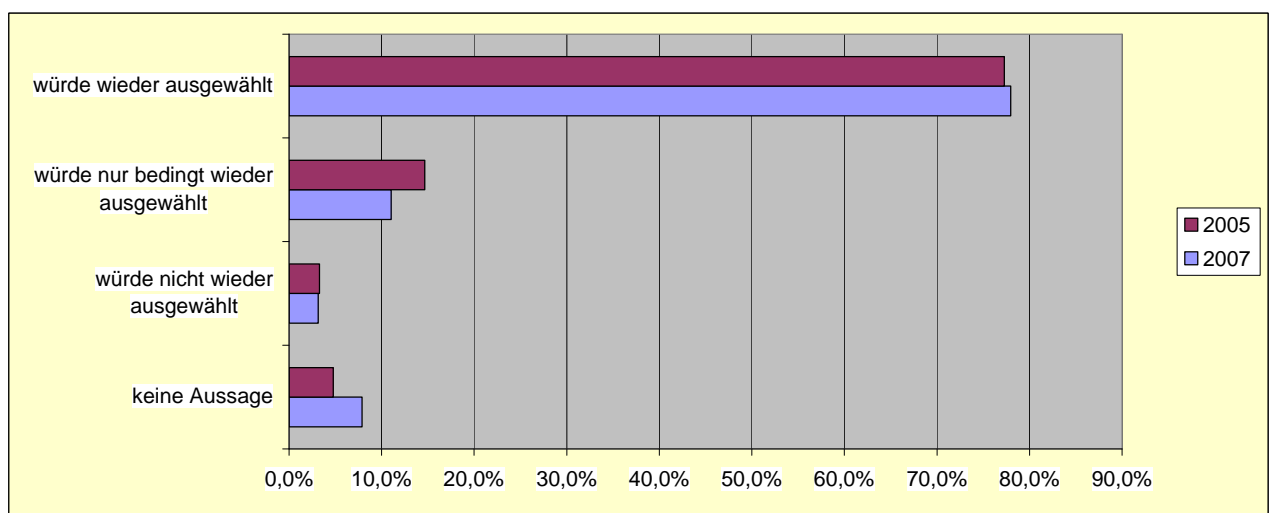
	Anzahl	2007	2005
wichtig	108	85,0%	85,7%
nur bedingt wichtig	17	13,4%	8,4%
nicht wichtig	2	1,6%	4,8%
keine Aussage	0	0,0%	1,1%

Bemerkung: Die Anzahl der Firmen, die den Standort als wichtig betrachten, ist trotz prozentual höherer internationalen Ausrichtung der Unternehmen etwas über dem Durchschnitt vergleichbarer Städte. In vergleichbaren Städten wie Neustadt a.d.W. und Pfungstadt betrachten durchschnittlich 83% der Befragten ihren Standort als günstig. Die Ergebnisse sind gegenüber der ersten Umfrage durch die geänderte Zusammenstellung der Firmen nicht vergleichbar.

#### 4.6 Standort-Wahl (127 Firmen)

Frage: Wenn Sie für sich oder für Ihr Unternehmen noch einmal neu entscheiden könnten:  
Würden Sie wieder diesen Standort auswählen?

	Anzahl	2007	2005
würde wieder ausgewählt	99	78,0%	77,3%
würde nur bedingt wieder ausgewählt	14	11,0%	14,7%
würde nicht wieder ausgewählt	4	3,1%	3,3%
keine Aussage	10	7,9%	4,8%



Bemerkung: Die Anzahl der Firmen, die den Standort wieder wählen würden, ist über dem Durchschnitt vergleichbarer Städte und hängt hauptsächlich an den günstigen weichen Standortfaktoren. In vergleichbaren Städten wie Neustadt a.d.W. und Pfungstadt würden durchschnittlich 61,5% der Befragten ihren Standort wieder wählen. Die Anzahl der Firmen, die den Standort nicht wieder auswählen würden, ist sehr niedrig. Die Hälfte dieser Firmen würden eine Großstadt bevorzugen. Insgesamt drückt dies einen sehr hohen Grad an Standortzufriedenheit aus.

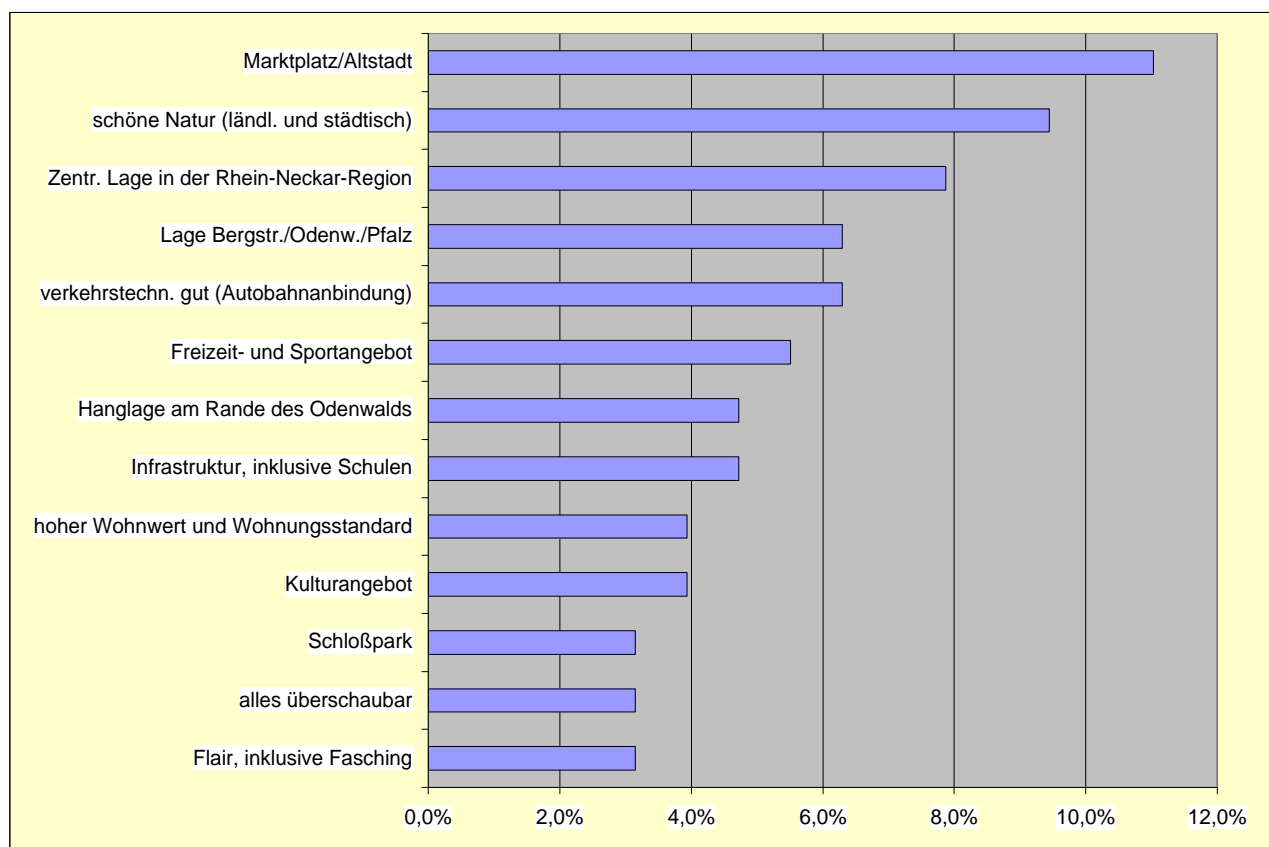
#### 4.7 Wohnungswahl (127 Firmen)

Frage: Wohnen Sie in Weinheim? Falls ja: Würden Sie sich wieder für Weinheim als Wohnstandort entscheiden?

wohnt nicht in Weinheim	51	40,2%
wohnt in Weinheim und würde Wohnort wieder auswählen	66	52,0%
wohnt in Weinheim und würde Wohnort nur bedingt wieder auswählen	7	5,5%
wohnt in Weinheim und würde Wohnort nicht wieder auswählen	0	0,0%
keine Aussage	3	2,4%

##### 4.7.1 Haupt-Positiv-Nennungen (127 Firmen)

Marktplatz/Altstadt	14	11,0%
schöne Natur, insb. Wald; Mix aus ländl. und städtisch	12	7,9%
Zentr. Lage in der Rhein-Neckar-Region	10	6,3%
gute Lage an der Bergstr. mit der Nähe zu Odenwald/Rheinebene/Pf	8	6,3%
verkehrstechnisch gut, insb. Autobahnanbindung	8	5,5%
Freizeit- und Sportangebot	7	4,7%
Hanglage, Hangausblick, am Rande des Odenwalds	6	4,7%
Infrastruktur, inklusive Schulen	6	3,9%
hoher Wohnwert und Wohnungsstandard	5	3,9%
Kulturangebot	5	3,1%
Schloßpark	4	3,1%
alles überschaubar, etwas "dörflicher" Charakter (positiv)	4	3,1%
Flair, inklusive Fasching	4	2,4%



Bemerkung: Die Antworten der in Weinheim lebenden Personen zu ihrem Wohnstandort sind ausgesprochen positiv ausgefallen.  
Dies verdeutlicht auch der Vergleich mit einer vergleichbaren Stadt an der Bergstraße. Dort würden immerhin 11% der Unternehmer(innen) ihren gegenwärtigen Wohnsitz Pfungstadt nicht mehr wählen. Somit kann man sagen, daß Wohnen und Leben in Weinheim ein sehr wichtiger Standortfaktor ist. Im Zusammenhang mit dem zukünftig sich verschärfenden Mangel an Fach- und Führungskräften sind attraktive Wohngebiete und das attraktive Wohnumfeld ein entscheidendes Kriterium, um qualifizierte Mitarbeiter jederzeit rekrutieren zu können und konkurrenzfähig zu bleiben. Altstadt und insbesondere Marktplatz sind besonders beliebt. Es gilt darauf zu achten, die ästhetische und atmosphärische Qualität des Marktplatzes zu bewahren.

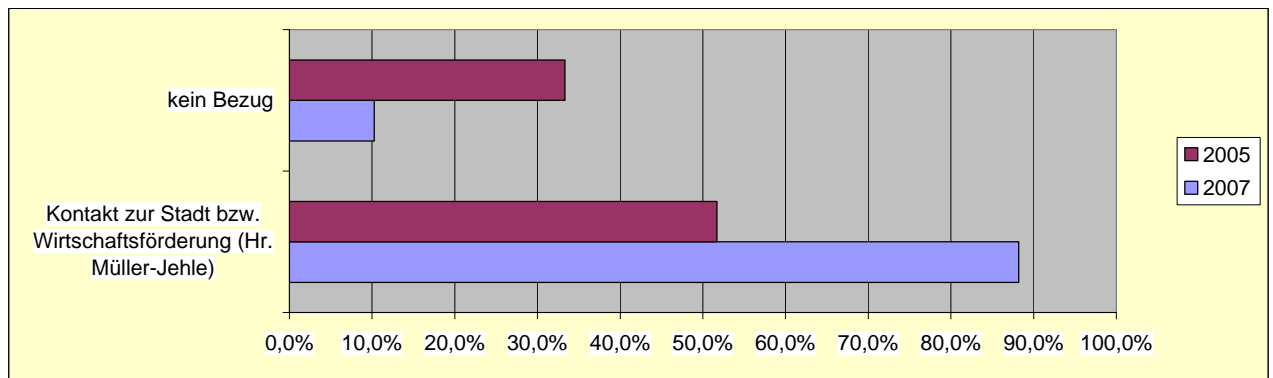
#### 4.7.2 Sonstige Positiv-Nennungen (127 Firmen)

Exotenwald	3	2,4%
Schloß und Burgen	3	2,4%
Ambiente, insb. Kneipen und Restaurants	3	2,4%
zentrale Lage in Dtl./Europa	3	2,4%
Stadtkern und Fußgängermeile	2	1,6%
klimatisch gut	2	1,6%
Zentr. Lage in der Rhein-Neckar-Region	2	1,6%
Leben und Lebensqualität	2	1,6%
Nähe Flughafen	2	1,6%
perfekte Mentalität (locker, nett, nicht gestreßt)	2	0,8%
Einkauf	1	0,8%
Vereinsleben	1	0,8%
geschichtsträchtig und visuell ansprechend	1	0,8%
hohe Kaufkraft	1	0,8%
für jedes Alter ideal	1	0,8%

**4.8 Kontakt zur Stadt oder Wirtschaftsförderung (127 Firmen)**

Frage: Hatten Sie schon Kontakt zur Stadtverwaltung oder zur Wirtschaftsförderung und gegebenenfalls mit welchen Themen?

	Anzahl	2007	2005
kein Kontakt	13	10,2%	33,3%
Kontakt zur Stadt bzw. Wirtschaftsförderung (Hr. Müller-Jehle)	112	88,2%	51,7%
keine Aussage	2	1,6%	15,0%

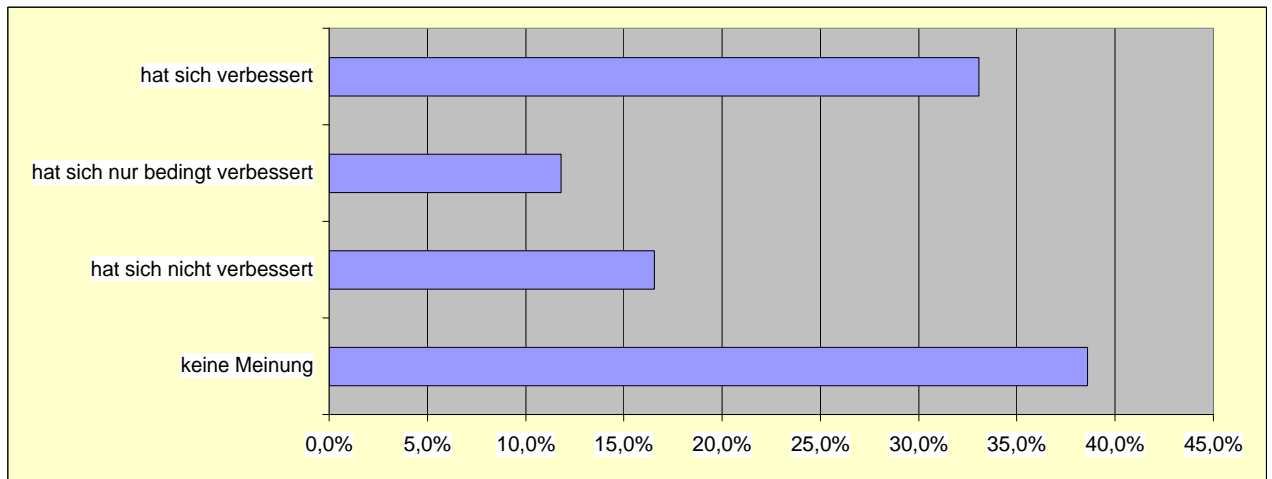


Bemerkung: Die Antworten zu der Frage über die Kontakte zur Stadt oder Wirtschaftsförderung ergeben für die Bestandspflege in Verbindung mit dem gesamten Interview erst einen Sinn.  
 Im Verhältnis zur ersten Unternehmensumfrage hat die Zahl der Unternehmen, die keinen Bezug zur Stadtverwaltung haben, stark abgenommen.  
 Die deutliche Zunahme des Kontaktes zur Stadt und des Bekanntheitsgrades der Wirtschaftsförderung ist hauptsächlich auf die Intensivierung der Netzwerk- und Kompetenztreffen zurückzuführen und auf die verstärkte Präsenz in der Öffentlichkeit.  
 Daraus kann man durchaus den Schluß ziehen, dass die Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Wahrnehmung der Unternehmen wesentlich präsenter geworden ist.

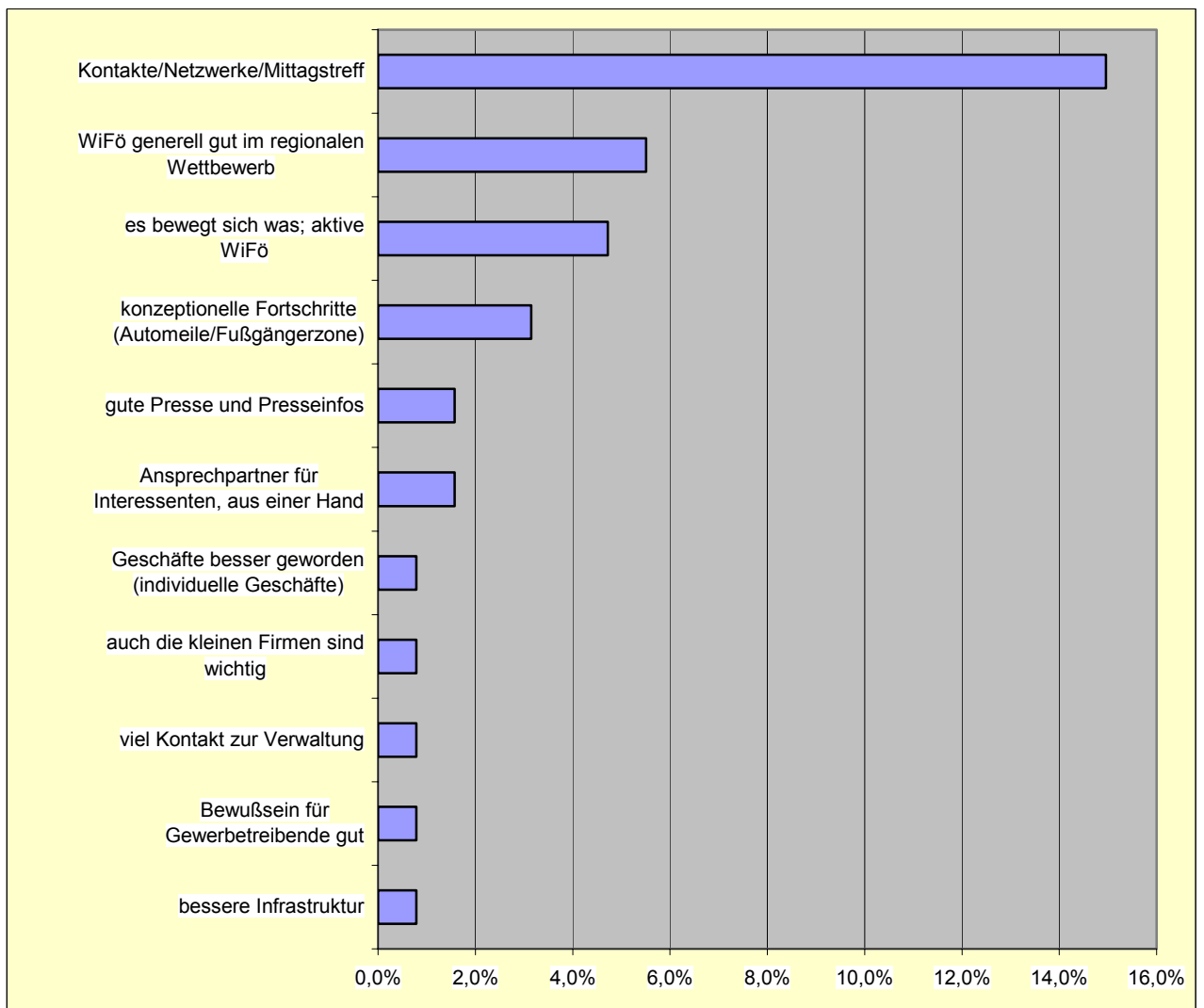
**4.9 Beurteilung der Wirtschaftsförderung (127 Firmen)**

Frage: Haben Sie den Eindruck, dass sich durch die Wirtschaftsförderung etwas verbessert hat in Weinheim?

hat sich verbessert	42	33,1%
hat sich nur bedingt verbessert	15	11,8%
hat sich nicht verbessert	21	16,5%
keine Meinung	49	38,6%



Kontakte/Netzwerke/Mittagstreff	19	15,0%
WiFö generell gut im regionalen Wettbewerb	7	5,5%
es bewegt sich was; aktive WiFö	6	4,7%
konzeptionelle Fortschritte (Automeile/Fußgängerzone)	4	3,1%
gute Presse und Presseinfos	2	1,6%
Ansprechpartner für Interessenten, aus einer Hand	2	1,6%
Geschäfte besser geworden (individuelle Geschäfte)	1	0,8%
auch die kleinen Firmen sind wichtig	1	0,8%
viel Kontakt zur Verwaltung	1	0,8%
Bewußsein für Gewerbetreibende gut	1	0,8%
bessere Infrastruktur	1	0,8%



**Bemerkung:** Die Anzahl der Befragten, die der Meinung sind, dass sich durch die Wirtschaftsförderung etwas verbessert hat, ist ungefähr doppelt so hoch wie die Anzahl der Befragten, die meinen, dass sich durch die Wirtschaftsförderung nichts verbessert hat.

Zum Mittagstreff werden folgende Argumente aufgeführt:

- wichtig als Forum, insb. für junge Unternehmen
- höhere Transparenz, der Informationsfluss ist bedeutend besser; mehr Infos über Initiativen in Weinheim
- eigenes Unternehmen jetzt präsenter und man wird aufmerksamer auf andere Unternehmen
- Leute kennenlernen ist generell interessant, man lernt auch voneinander.

Bei den Unternehmen, die keine Verbesserung durch die Wirtschaftsförderung erkennen, dominiert in aller Regel, dass das eigene Unternehmen keine konkreten Vorteile erfahren hatte.

#### 4.10 Interesse an betrieblicher Weiterbildung (127 Firmen)

Frage:

ja	86	67,7%
nur bedingt	1	0,8%
nein	40	31,5%

Bemerkung:

#### 4.11 Interesse an Tag der offenen Tür (127 Firmen)

Frage:

ja	21	16,5%
nur bedingt	6	4,7%
nein	100	78,7%

Bemerkung:

#### 4.12 Neue Arbeitsplätze in 2006 (127 Firmen)

Frage:

neue Arbeitsplätze geschaffen	40	31,5%
-------------------------------	----	-------

Bemerkung:

Bemerkung:

## 5 Resumee

### Status quo:

Die zweite Unternehmensumfrage macht deutlich, dass sich der Wirtschaftsstandort Weinheim auf dem richtigen Weg befindet und eine sehr positive Energie in Weinheim spürbar ist.

Die Zahlen belegen, dass durch die weiterhin verbesserte Geschäftslage und die besseren Geschäftserwartungen die Weinheimer Unternehmer bereit sind, in Weinheim zu expandieren und zu investieren.

Es gilt festzuhalten, dass es in Weinheim eine gleichbleibend hohe Standortzufriedenheit gibt.

Die ausgesprochen positiven Aussagen zu Weinheim als Wohnstandort verdeutlichen, dass Wohnen und Leben in Weinheim ein sehr wichtiger Standortfaktor ist.

Die Angebote der Wirtschaftsförderung, insbesondere der Mittagstreff, wurden sehr gut angenommen und haben dazu geführt, dass die Arbeit der Wirtschaftsförderung überwiegend als sinnvoll und wichtig angesehen wird.

### Ausblick und Maßnahmen:

Die Unterstützung von Netzwerken, Transparenz und Informationsaustausch fördern Identifikation und Interesse am Standort Weinheim und somit das aktive Eintreten für den Standort. Die unternehmerische Sichtweise wird erweitert auf andere Unternehmen in Weinheim und es entwickelt sich immer mehr ein Wir-Gefühl.

Daneben ist in Zukunft darauf zu achten, dass weitere bedeutsame Standortfaktoren im Blickfeld bleiben:

- 1) Es gilt attraktive Gewerbeflächen zu entwickeln, um diese den Unternehmen mit Erweiterungsbedarf anbieten zu können, so dass die Gewerbeflächen mit den Unternehmen wachsen.
- 2) Die hohe Anzahl von gleichzeitigen bzw. miteinander zusammenhängenden Projekten (Dürreplatz-Caree, Fußgängerzone, Neues Burgenviertel) sind ein positives Zeichen zur Stärkung der Attraktivität der Innenstadt. Es wurden hohe Erwartungen aufgebaut bei Unternehmen und Bewohnern. Doch das einzige, was zählt, ist der Erfolg.
- 3) Die Attraktivität des Wohnstandorts Weinheim gilt es zu bewahren und möglichst noch auszubauen mit attraktiven Neubaugebieten und Bewahrung der Attraktivität der Altstadt.

**6 Anhang Auswertung der Umfrage zum Mittagstreff 2006**

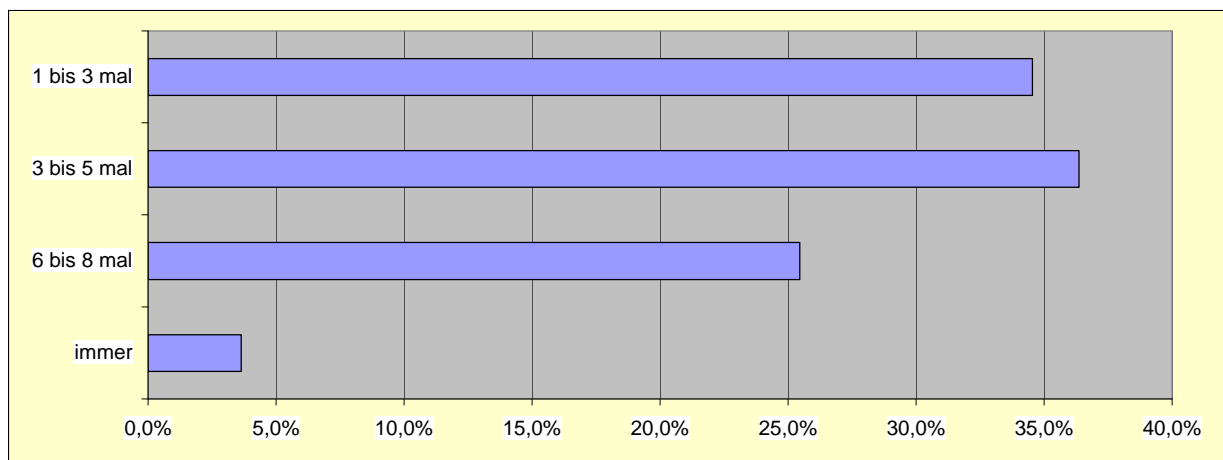
Befragungszeitraum Januar 2007

Rückmeldung: 55 von 168 Unternehmen = 32,7%

Teilnehmer bei 9 Mittagstreffs: insgesamt 463, Durchschnitt 51

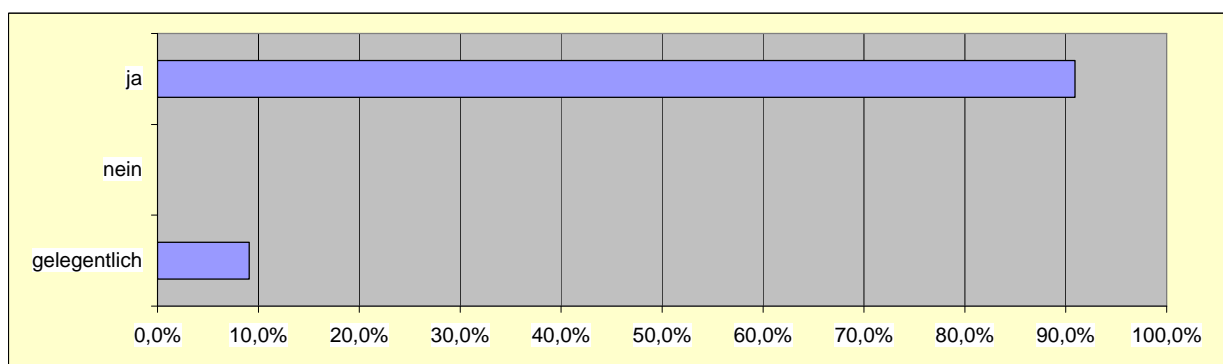
Frage 1:

1 bis 3 mal	19	34,5%
3 bis 5 mal	20	36,4%
6 bis 8 mal	14	25,5%
immer	2	3,6%



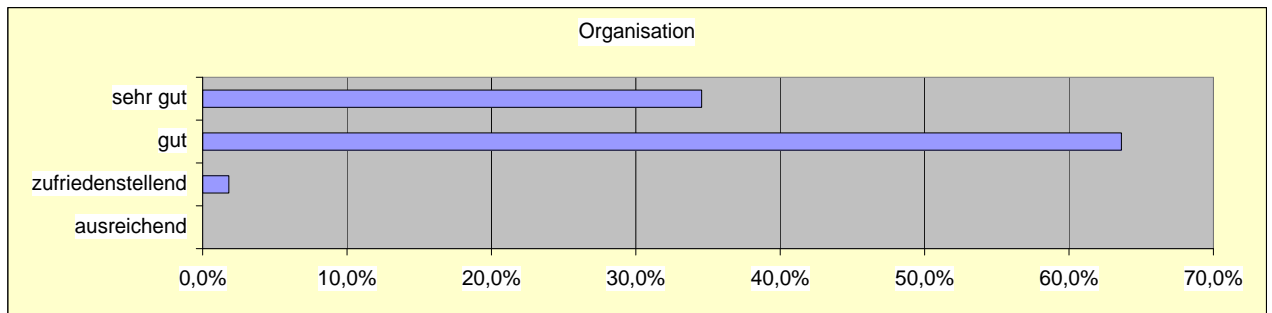
Frage 2:

ja	50	90,9%
nein	0	0,0%
gelegentlich	5	9,1%

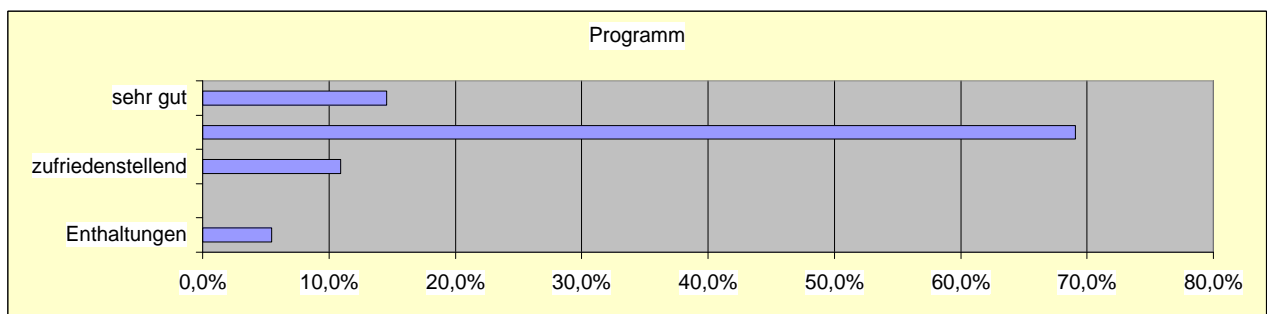


Frage 3: Wie beurteilen Sie den Mittagstreff in den Punkten Organisation/Programm/Location?

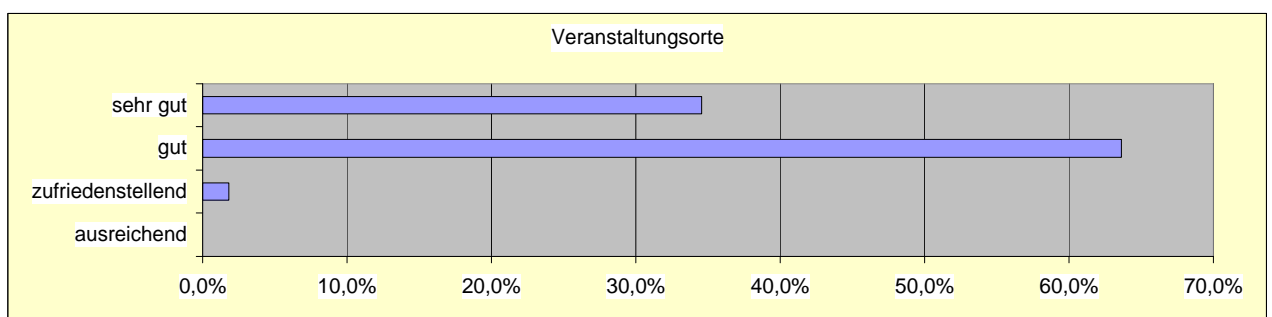
Organisation:	sehr gut	19	34,5%
	gut	35	63,6%
	zufriedenstellend	1	1,8%
	ausreichend	0	0,0%



Programm:	sehr gut	8	14,5%
	gut	38	69,1%
	zufriedenstellend	6	10,9%
	ausreichend	0	0,0%
	Enthaltungen	3	5,5%



Veranstaltungsorte:	sehr gut	10	18,2%
	gut	44	80,0%
	zufriedenstellend	1	1,8%
	ausreichend	0	0,0%



Frage 4:

Summe: 63 Kontakte

Frage 5:

Bemerkung:

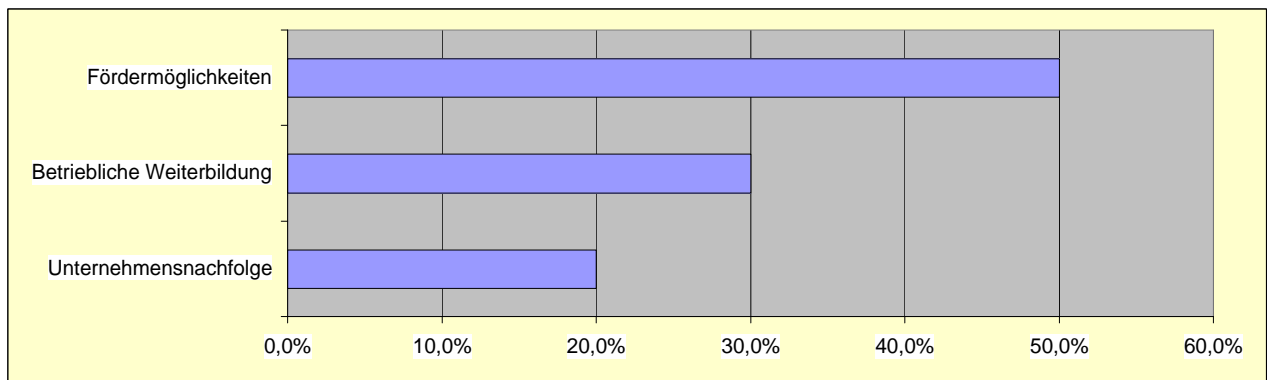
- Mehr Referate seitens der Stadt; welche Initiativen gibt es von Seiten der Stadt, um die Wirtschaft zu fördern?
- mehr Infos über städt. Projekte, wie Innenstadtentwicklung, neue Gewerbegebiete, Baugebiete Wohnbau, usw.
- staatliche Förderprogramme für Mittelstadt sollten vorgestellt werden
- Mittagstreff unter thematischen Zusammenhängen (IT-Handwerk, Qualität, Personalentwicklung, etc.)
- prinzipielle Vorstellung einzelner Betriebe vor Ort
- Firmenpräsentation auf 10 - 15 min. ausdehnen
- Kurzseminare der Firmen wie beim Motivationstrainer
- mehr Medienpräsenz über die jeweiligen Mittagstreffs
- Mittagstreff nur alle zwei Monate
- Tageszeit ungünstig, da zeitlich begrenzt
- Teilnehmerkreis pro Firma auf eine Person beschränken
- breiteres Infomaterial über alle Teilnehmer
- mehr Plattformfunktion von Kontakten/Kontaktbörse, evtl. Visitenkartenauslagen aller beteiligten Firmen
- Teilnehmerliste: generelle Aufnahme der Email-Adressen und Ergänzung der Branche
- evtl. ein Mittagstreff im Museum
- Restaurantpersonal darauf hinweisen, dass sie selbst zuständig sind für vollständiges Kassieren

Frage 6:

- Bemerkung:
- Der Standort "a2" in der Nordstadt ist ein interessantes Unternehmens-"Zentrum" geworden. Berichte, Beschilderung, etc.
  - Möglichkeit einer Kurzpräsentation
  - Informationen über städtische Aufträge und Ausschreibungen
  - Bereitstellung Altes Rathaus für Seminare
  - "Raum sponsoring" für weitere offene Schnupperseminare, evtl. Hilfe bei Kundenumfragen?
  - Unterstützung bei konkreten Projekten
  - noch intensiveres Networking

Frage 7:

Fördermöglichkeiten	30	50,0%
Betriebliche Weiterbildung	18	30,0%
Unternehmensnachfolge	12	20,0%



## Anhang: Begriffserklärungen

### Wirtschaftsförderung und Gewerbepolitik:

Die Wirtschaftsförderung bzw. die Gewerbepolitik umfasst die staatlichen Maßnahmen zur Unterstützung von Unternehmen und zur Umsetzung wirtschaftspolitischer Ziele z.B. in der Forschungs- und Regionalpolitik. Sie zielt immer auf bestimmte Bereiche der Volkswirtschaft, was sie von anderen gesamtwirtschaftlich ausgerichteten Maßnahmen wie etwa der Konjunkturpolitik unterscheidet.

Zur Begründung der selektiven Förderung bestimmter Wirtschaftsbereiche oder Unternehmen wird angeführt, dass der marktwirtschaftliche Prozess allein nicht das politisch erwünschte Resultat herbeiführe. So falle etwa die Innovationsleistung der Wirtschaft und die Zahl der Unternehmensgründungen ohne Förderung zu gering aus oder es entstünden starke regionale Unterschiede. Um das volkswirtschaftlich oder gesellschaftlich erwünschte Resultat zu erzielen, müsse daher korrigierend in den Markt eingegriffen werden (Marktversagen). Zu den wichtigsten Bereichen der Wirtschaftsförderung gehören:

- regionales Standortmarketing
- Gründungs- und Mittelstandsförderung
- Unternehmensansiedelung
- Forschungs- und Innovationsförderung
- umweltgerechte Wirtschaftspolitik

### Harte und weiche Standortfaktoren:

Warum einige Standortfaktoren als hart und andere als weich bezeichnet werden, ist durch durchgängig definierbar. Es wird als allgemein bekannt vorausgesetzt und als gegeben betrachtet, dass z.B. die Verkehrsanbindung, Flächenverfügbarkeit, Kosten etc. ein harter Standortfaktor und das Angebot im Freizeitbereich, Wohnqualität, Bildung etc. ein weicher Standortfaktor ist.

Und begrifflich ist irgendwas daran auch logisch: Ein Industrieunternehmen wird sich aus logistischen Gründen niemals für die Zugspitze als Standort entscheiden, egal wie hoch dort der Freizeitwert ist. Umgekehrt wird sich das Industrieunternehmen durchaus auch für einen Standort entscheiden, der vom Freizeitwert extrem schlecht ist, z.B. direkt neben der BASF. Gute harte Standortfaktoren sind also somit die Grundvoraussetzung, dass sich überhaupt ein Gewerbe ansiedelt. Doch was ist mit einem Kiosk? Für einen Kioskbesitzer ist die Nähe zur BASF und zum Absatzmarkt BASF-Mitarbeiterschaft ein harter Standortfaktor. Aber was ist mit einem Kiosk auf der Zugspitze? Das Freizeitangebot ist ein weicher Standortfaktor und die Skifahrer und Touristen als Absatzmarkt (also doch im Grunde genommen das vorhandene Freizeitangebot!) sind ein harter Standortfaktor?

Somit ist geklärt, was ungefähr unter harten und weichen Standortfaktoren gemeint ist.

### Kompetenzen:

Kompetenzen sind in erster Linie nicht direkt als konkrete Verhaltensweisen, sondern vor allem als Potenziale oder Ressourcen zu verstehen.

Die Wirtschaftsförderung hat die Aufgabe, die Rahmenbedingungen zu schaffen, dass die Unternehmen die vorhandenen Kompetenzen erfolgreich umsetzen können.

Je erfolgreicher dies geschieht, umso attraktiver macht sie damit den Standort für die Neuansiedlung von Unternehmen.