



Standortzufriedenheit in Mitteldeutschland

Unternehmensbefragung 2014
Ergebnisbericht für die Stadt Wurzen

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

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

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

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

Redaktionsschluss: Januar 2015

Bildquelle: °ts/Shotshop.com

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

1. Einführung

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Methodik und grafische Darstellung der Ergebnisse

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

Antwortoptionen und Wertezuweisung zur Durchschnittsberechnung:

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Einzelergebnisse Stadt Wurzen

Ausgewählte Strukturdaten

Fläche und Bevölkerung	
Fläche (Dezember 2013)	68,79 km ²
Einwohner (Dezember 2013)	16.356
Einwohnerdichte (Dezember 2013)	238
Arbeitsmarkt	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (Juni 2013)	5.486
dar. in Land- und Forstwirtschaft; Fischerei	194
dar. im Produzierenden Gewerbe	2.132
dav. im Verarbeitenden Gewerbe	(1.738)
dar. in Handel; Verkehrs- und Gastgewerbe	797
dar. in Unternehmensdienstleistern	719
dar. in öffentlichen und privaten Dienstleistern	1.644
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort (Juni 2013)	5.903
Anzahl der Einpendler (Juni 2013)	3.185
Anzahl der Auspendler (Juni 2013)	3.602
Pendlersaldo (Juni 2013)	-417
Anzahl der Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt 2013	1.035
Unternehmen	
Anzahl IHK-zugehörige Unternehmen 2014	967
Anzahl HWK-zugehörige Unternehmen 2014	228
Anzahl der im sächsischen Unternehmensregister erfassten Betriebe ¹ 2011	756
dar. Betriebe mit 0 bis 9 Beschäftigten	658
dar. Betriebe mit 10 bis 49 Beschäftigten	76
dar. Betriebe mit 50 bis 249 Beschäftigten	20
dar. Betriebe mit 250 Beschäftigten und mehr	2
Anzahl der SV-pflichtig Beschäftigten aller im Unternehmensregister erfassten Betriebe 2011	5.271
Gewerbeanzeigen	
Anzahl der Gewerbeanmeldungen 2013	86
Anzahl der Gewerbeabmeldungen 2013	109
Saldo aus Gewerbean- und -abmeldungen 2013	-23
Berichtspflichtige Unternehmen² in Bergbau und Verarbeitenden Gewerbe	
Anzahl der Unternehmen (30.09.2013)	21
Tätige Personen am 30.09.2013	1.641
Gesamtumsatz in € - 2013	292.505.000
darunter Auslandsumsatz in € - 2013	145.922.000
Exportquote in % - 2013	49,9
Berichtspflichtige Unternehmen¹ im Bauhauptgewerbe	
Anzahl der Unternehmen (30.06.2013)	20
Tätige Personen am 30.06.2013	141
Gesamtumsatz in € - 2013	17.530.000

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

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

² Berichtspflichtige Unternehmen ab 20 Beschäftigte

noch ausgewählte Strukturdaten

Berichtspflichtige Unternehmen³ im Ausbaugewerbe	
Anzahl der Unternehmen (30.06.2013)	3
Tätige Personen am 30.06.2013	40
Gesamtumsatz in € - 2013	2.798.000
Bautätigkeit⁴	
Baugenehmigung zur Errichtung von Wohngebäuden - Anzahl 2013	14
Baugenehmigung zur Errichtung von Nichtwohngebäuden - Anzahl 2013	2
Anzahl der genehmigten Wohnungen ⁴ - 2013	-1
Anzahl der genehmigten Wohnfläche ⁴ in m ² 2013	2.085
Baufertigstellung von Wohngebäuden - Anzahl 2013	14
Baufertigstellung von Nichtwohngebäuden - Anzahl 2013	6
Anzahl der fertiggestellten Wohnungen ⁴ - 2013	19
Anzahl der fertiggestellten Wohnfläche ⁴ in m ² 2013	2.472
Tourismus	
geöffnete Beherbergungseinrichtungen (Juli 2013)	4
angebotene Betten im Juli 2013	100
Anzahl der Ankünfte 2013	6.856
Anzahl der Übernachtungen 2013	12.083
Durchschnittliche Auslastung der angebotenen Betten in % - 2013	33,2
Kaufkraft	
Kaufkraft in € - 2014	276.020.000
Kaufkraft je Einwohner in € - 2014	16.707
Kaufkraftindex pro Einwohner (Deutschland = 100) - 2014	78,9
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € - 2014	79.749.000
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in € - 2014	4.827
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex pro Einwohner (Deutschland = 100) - 2014	85,3
Öffentliche Finanzen	
Hebesatz Grundsteuer A in % - 2014	300
Hebesatz Grundsteuer B in % - 2014	400
Hebesatz Gewerbesteuer in % - 2014	400
Steuereinnahmekraft in € - 2013	11.764.000
Steuereinnahmekraft je Einwohner in € - 2013	714
Bereinigte Einnahmen der öffentlichen Kommunalhaushalte insgesamt in € - 2013	23.793.000
Bereinigte Ausgaben der öffentlichen Kommunalhaushalte insgesamt in € - 2013	24.178.000
Finanzierungssaldo in € - 2013	-385.000
Schuldenstand zum 31.12.2013 insgesamt in €	10.430.000
Schuldenstand je Einwohner in € zum 31.12.2013	633

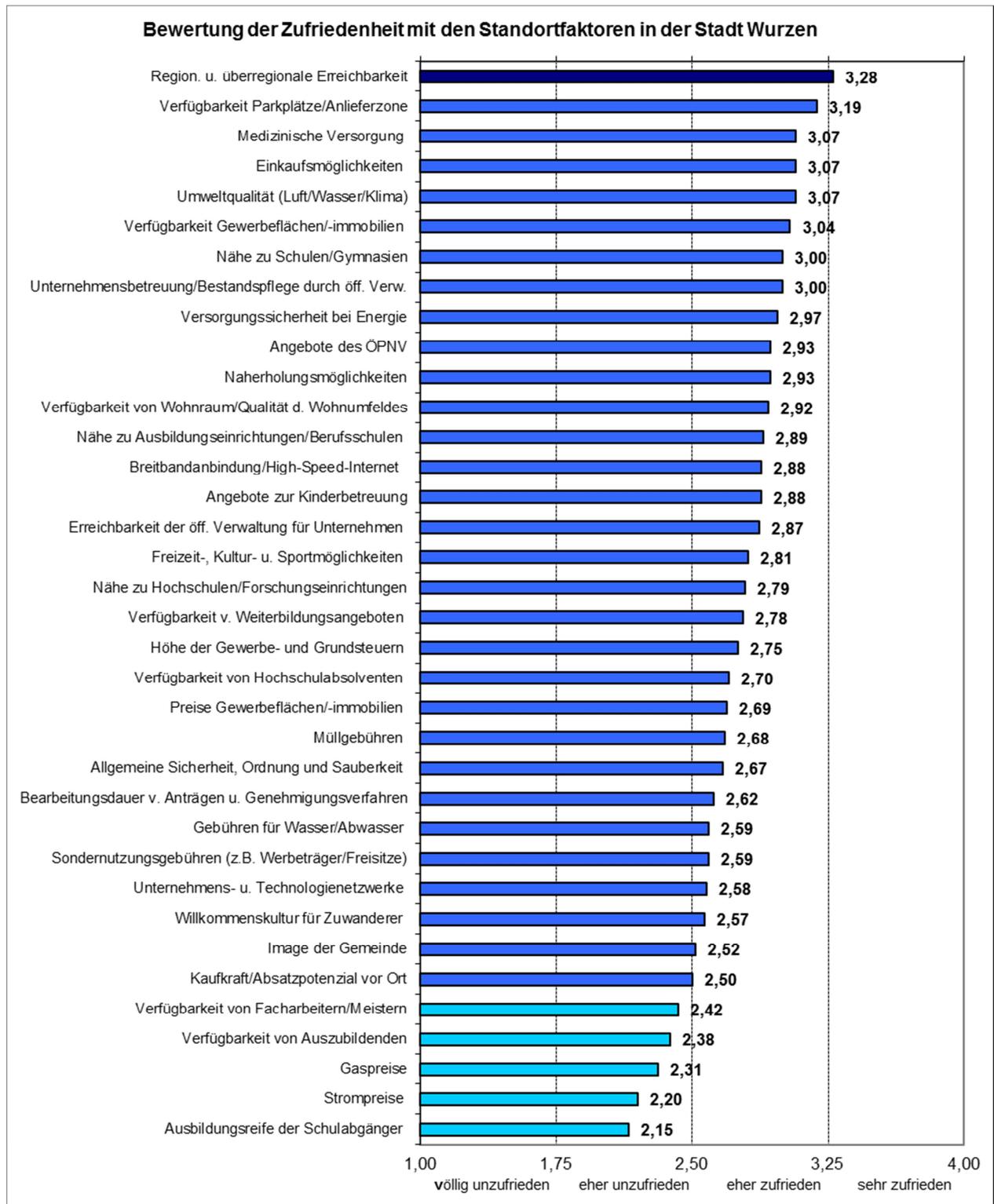
Quellen: Statistisches Landesamt Sachsen, GfK Geomarketing GmbH (Kaufkraft),

³ Berichtspflichtige Unternehmen ab 20 Beschäftigte

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

Befragungsergebnisse

Anzahl der Unternehmensantworten: 34



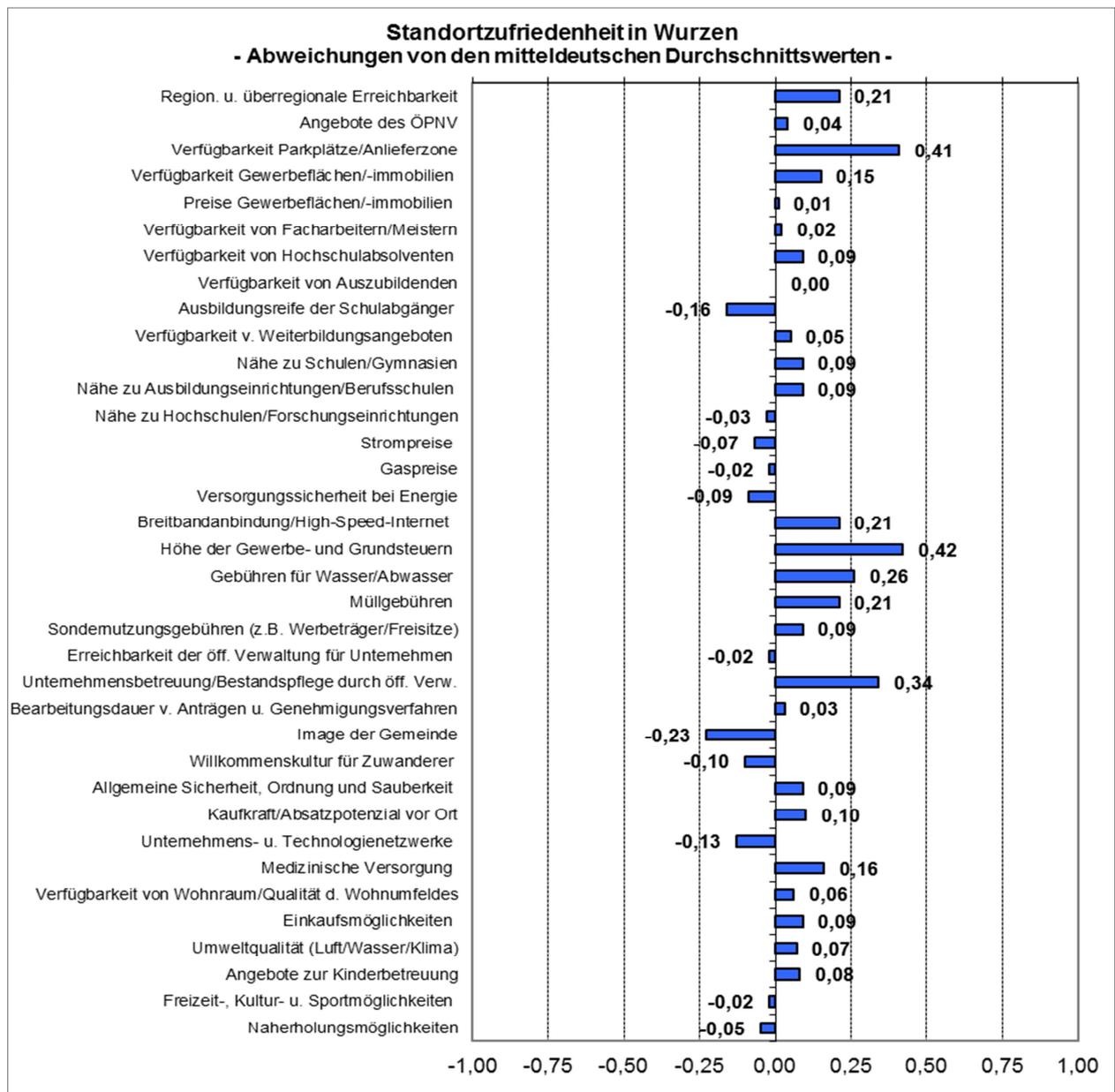
Die Wurzener Unternehmen sind aktuell am zufriedensten mit der „regionalen und überregionalen Verkehrsanbindung“. Mit einer Bewertung von 3,28 erreicht dieser Faktor sogar den Wertebereich „sehr zufrieden“. Zu den weiteren Standortfaktoren mit einer guten Bewertung von über 3,0 gehören die „Verfügbarkeit von Parkplätzen“, die „medizinische Betreuung“, die „Einkaufsmöglichkeiten“, die „Umweltqualität“, die „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen“, die „Nähe zu Schulen und Gymnasien“ und die „Unternehmensbetreuung“.

seitens der öffentlichen Verwaltung“. Alle genannten Standortfaktoren erhielten auch bessere Zufriedenheitsbewertungen als im mitteldeutschen Durchschnitt.

Im mitteldeutschen Vergleich können die meisten der abgefragten Standortfaktoren auf bessere Zufriedenheitswerte verweisen. Neben den bereits genannten werden insbesondere die „Höhe der Gewerbe- und Grundsteuer“ sowie die „Gebühren für Wasser und Abwasser“ durch die Wurzener Unternehmen besser bewertet.

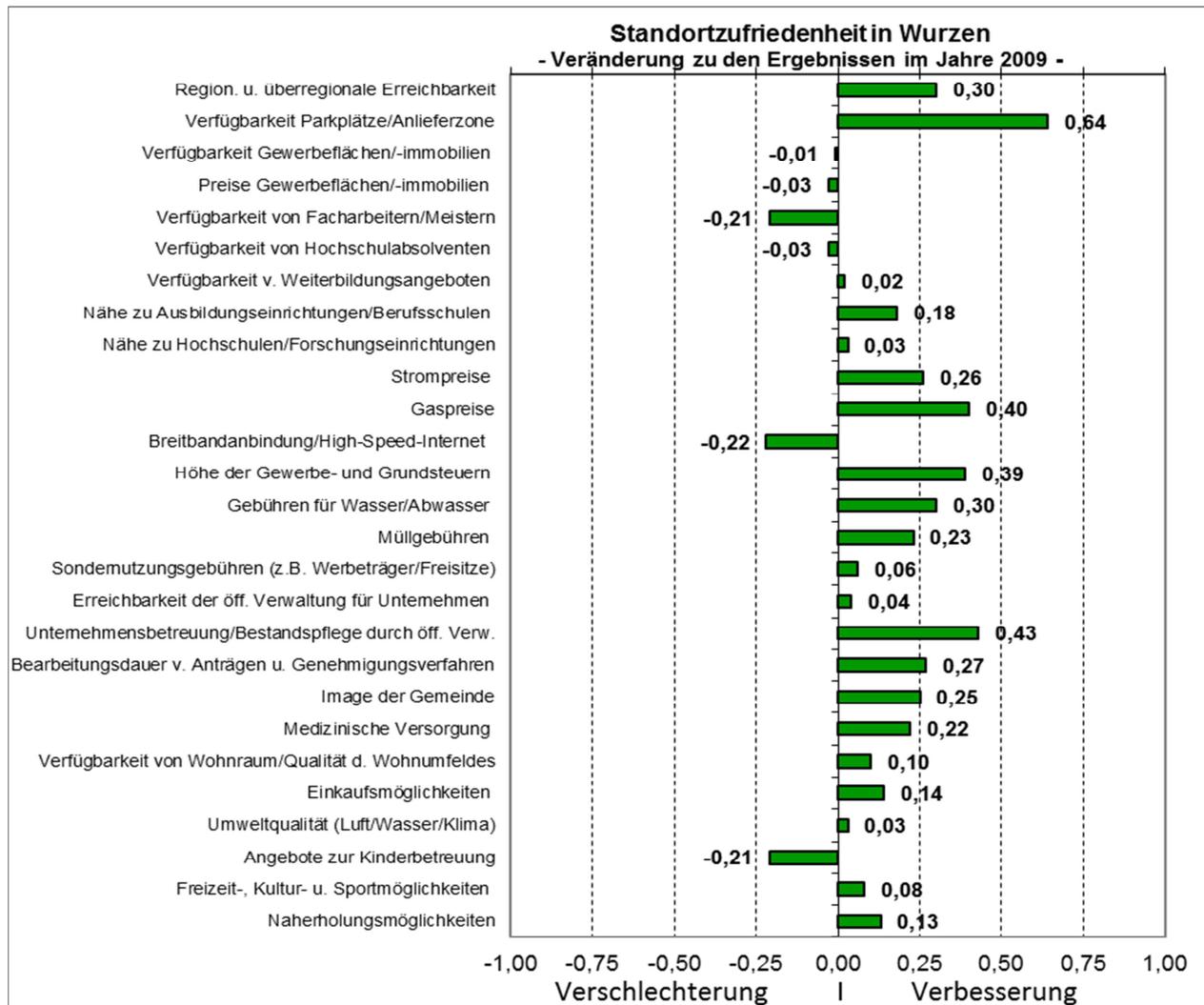
Dagegen ist eine schlechtere Bewertung als in Mitteldeutschland insgesamt vor allem beim „Image der Stadt“ festzustellen, obwohl sich die Stadt in Bezug auf die meisten Standortfaktoren gegenüber vergleichbaren mitteldeutschen Städten nicht verstecken muss. So liegt die Imagebewertung nur auf Rang 30. Unter dem mitteldeutschen Durchschnitt liegt ebenfalls die Unternehmensbewertung der „Ausbildungsreife der Schulabgänger“. Dieser Faktor findet sich sogar am Ende der Zufriedenheitsskala wieder.

Nur fünf Standortfaktoren werden durch die Unternehmen mit „eher unzufrieden“ bewertet. Neben der bereits erwähnten „Ausbildungsreife der Schulabgänger“ sind dies die Höhe der „Strom- und Gaspreise“ sowie die „Verfügbarkeit von Auszubildenden bzw. von Facharbeitern/Meistern“.

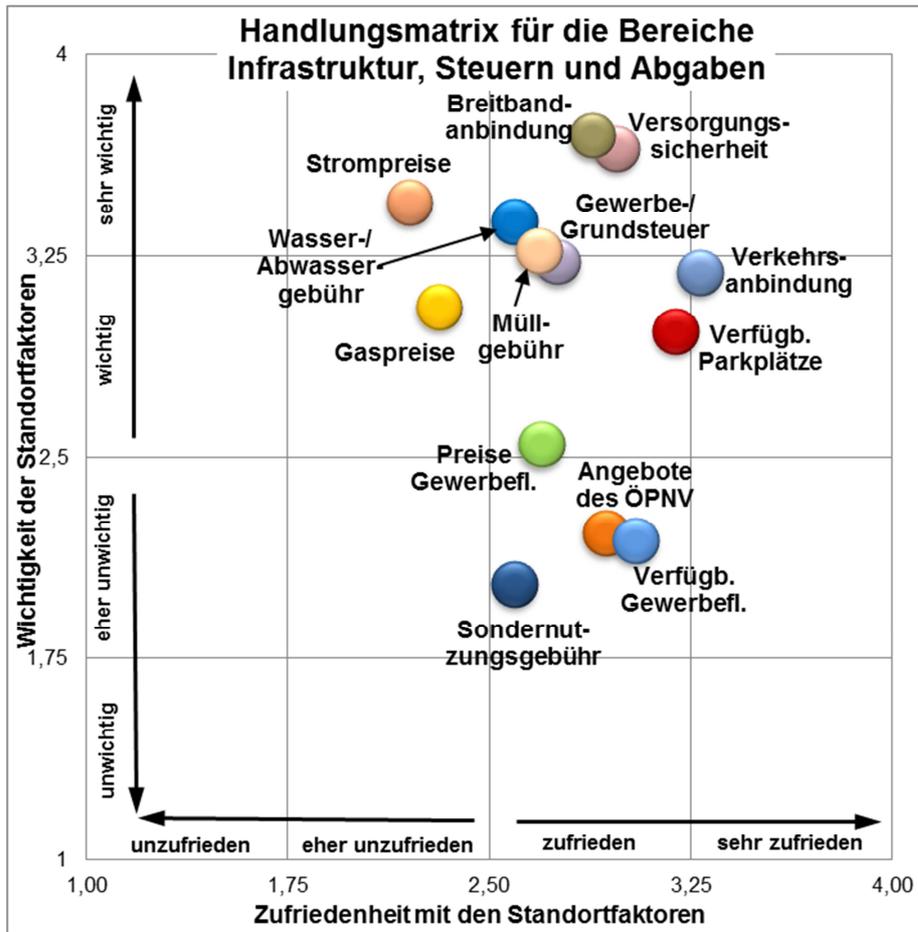


Im Vergleich zu den Umfrageergebnissen von 2009 erreichen die meisten Standortfaktoren bessere Zufriedenheitswerte. Besonders starke Verbesserungen erzielen die Faktoren „Verfügbarkeit von Parkplätzen“, „Unternehmensbetreuung durch die öffentliche Verwaltung“ und Höhe der „Gaspreise“ sowie der „Gewerbe- und Grundsteuern“.

Schlechter als vor fünf Jahren werden nur sehr wenige Standortfaktoren bewertet. Dies sind – wie in vielen anderen mitteldeutschen Städten auch – die „Breitbandanbindung“, die „Verfügbarkeit von Fachkräften/Meistern“ und die „Angebote zur Kinderbetreuung“. Der Standortfaktor „Breitbandanbindung“, mit dem die Wurzener Unternehmen vor fünf Jahren noch am zufriedensten waren, rutscht dadurch in der Zufriedenheitsrangfolge ins Mittelfeld auf Rang 14 ab.

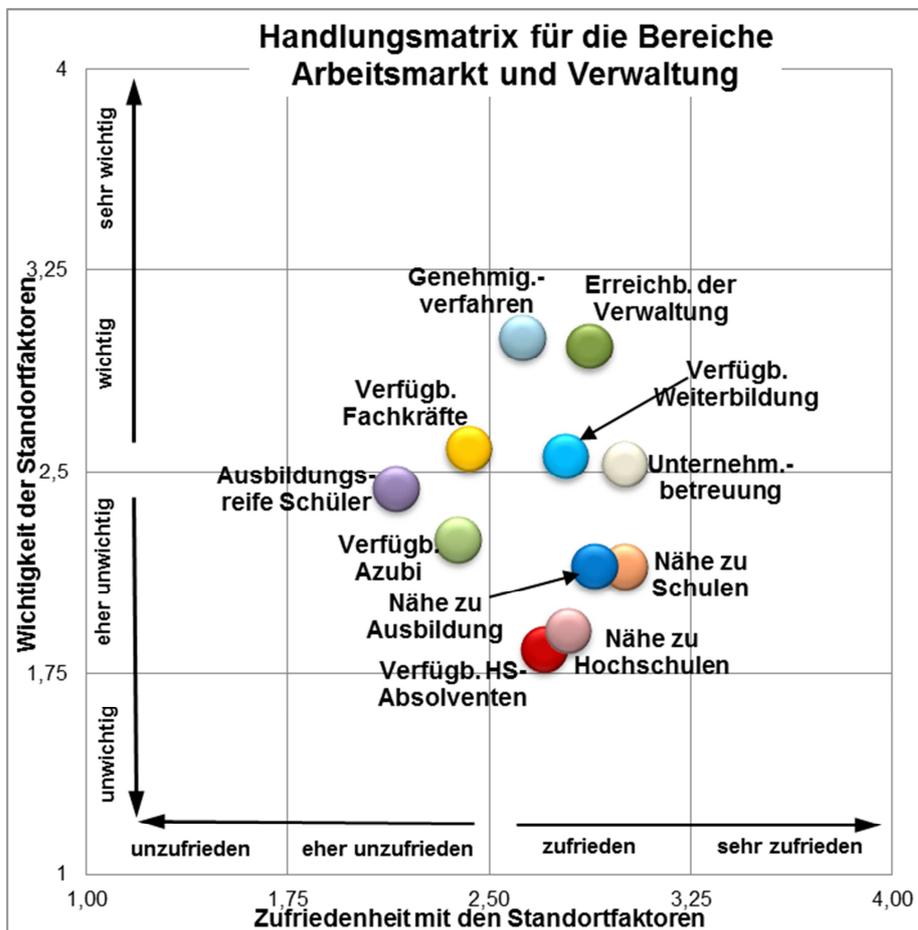


Hinweis: Beim Vergleich zu den Befragungsergebnissen von 2009 konnten nur 27 der insgesamt 36 Standortfaktoren Berücksichtigung finden, da einige Faktoren erst mit der aktuellen Umfrage neu aufgenommen wurden.



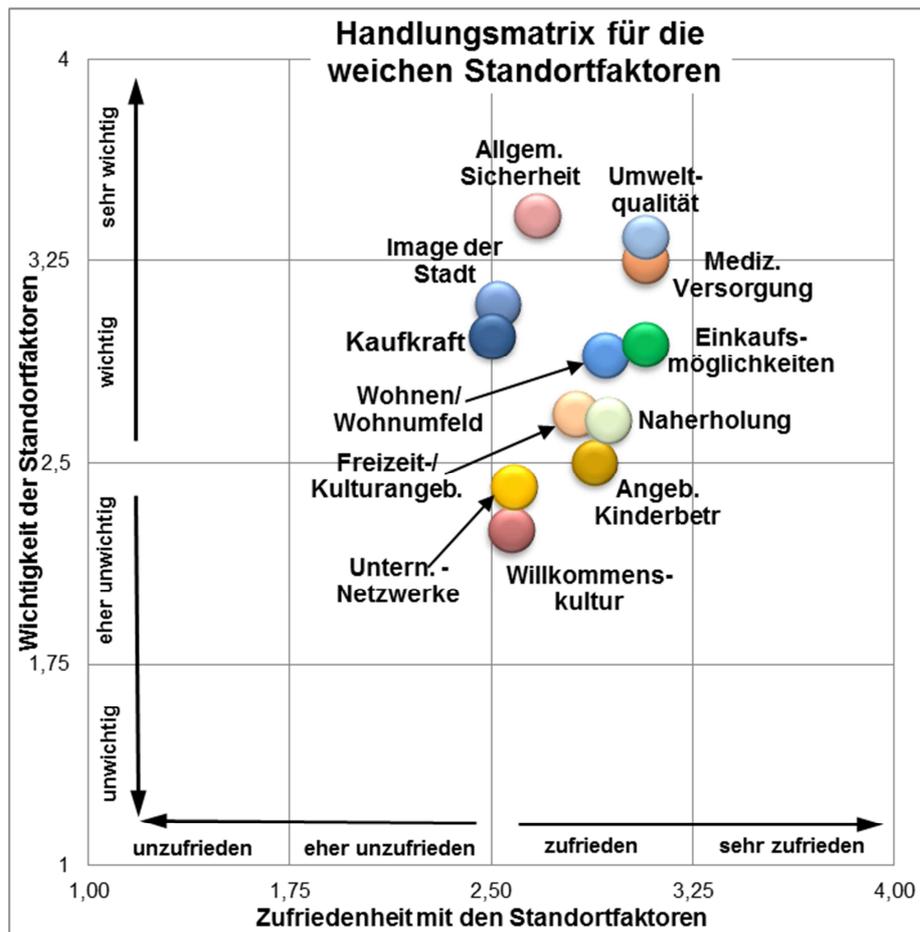
Wie bereits im Jahr 2009 werden die Höhe der Strom- und Gaspreise auch aktuell wieder am kritischsten beurteilt, obwohl sich die Zufriedenheitsbewertungen verbessert haben.

Im Gegensatz dazu haben sich die Einschätzungen zur Breitbandanbindung zwar verschlechtert, dennoch ist das Ergebnis im mitteldeutschen Vergleich immer noch recht zufriedenstellend.



Auch in Wurzen sehen die Unternehmen ihre zukünftige Fachkräftesicherung skeptisch. Bereits jetzt ist die Verfügbarkeit von Auszubildenden und Facharbeitern unbefriedigend. Eine schnelle Lösung ist jedoch kaum möglich.

Mit Blick auf die Arbeit der Stadtverwaltung sollte ein spezielles Augenmerk auf die Verkürzung der Bearbeitungsdauer von Genehmigungsverfahren und Anträgen gelegt werden, da dieser der wichtigste Standortfaktor im Bereich Arbeitsmarkt und Verwaltung ist.



Der Blick auf die sogenannten „weichen“ Standortfaktoren signalisiert eindeutig ein Imageproblem der Stadt Wurzen. Daran hat sich auch gegenüber der Umfrage von 2009 grundlegend nichts geändert. Hauptschwerpunkt des Stadtmarketings muss daher unbedingt die Verbesserung der Außenwirkung der Stadt sein. Der allgemeinen Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit sowie der Willkommenskultur für Zuwanderer sollte zukünftig ebenfalls eine stärkere Aufmerksamkeit zukommen.

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

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

.....

.....

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

.....

.....

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

Wir danken für Ihre Mitarbeit!