



BESCHÄFTIGUNG UND QUALIFIKATION RHEIN/MAIN 2001/2002

IWAK-Unternehmensbefragung Herbst 2001

Standort Region Rhein-Main Bedeutung und Bewertung aus betrieblicher Sicht

Die jährliche Betriebsbefragung im Rhein/Main-Gebiet ist ein Projekt des Instituts für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK), das in Kooperation mit dem Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main, dem IHK-Forum Rhein/Main, den Handwerkskammern, dem Landesarbeitsamt sowie der Universität Frankfurt durchgeführt wird.

Der Fragebogen für die Untersuchung beinhaltet Themenkomplexe, die jedes Jahr erhoben werden (Beschäftigungsprognose, Stellenbesetzungsprobleme; vgl. hierzu: IWAK-Reporte 5/2001 sowie 1/2002), sowie jährlich wechselnde Schwerpunktthemen. Ein Schwerpunkt der aktuellen Untersuchung betrifft die betriebliche Einschätzung bezüglich Bedeutung und Qualität verschiedener Standortfaktoren der Region Rhein/Main.

Sowohl „weichen“ (Kulturangebot, Wohnungsangebot etc.) wie „harten“ Standortfaktoren wird im Rahmen eines „Wettbewerbs der Regionen“ zunehmende Bedeutung beigemessen. Sie beeinflussen betriebliche Entscheidungsprozesse bezüglich Ansiedlung, Ausweitung oder Abwanderung von Produktionsstätten und Dienstleistungsangeboten. Unklar ist jedoch, welche dieser Faktoren für Betriebe besonders bedeutsam sind. Mit dieser Frage beschäftigt sich der vorliegende IWAK-Report. Darüber hinaus wird eine Bewertung der Standortfaktoren aus Sicht der Betriebe dargestellt.

Der vorliegende Report ist mit zusätzlichen Tabellenanhang im Internet abrufbar unter www.iwak-frankfurt.de

Bedeutung von Standortfaktoren der Region Rhein/Main für die Betriebe – Kundennähe als wichtigster Standortfaktor

Wir haben die Betriebe zunächst gefragt, welche Standortfaktoren für die Betriebe besonders und welche weniger bedeutsam sind. In der folgenden Tabelle sind die abgefragten Standortfaktoren nach der Häufigkeit der Nennung „wichtig“ geordnet. Für die berechneten Anteile sind nur Betriebe berücksichtigt, die mindestens einen Standortfaktor beurteilten (etwa 13% der Betriebe beantworteten die Frage überhaupt nicht).

Von herausragender Bedeutung für die Betriebe in der Region Rhein/Main ist demnach die Kundennähe (von fast

68% der antwortenden Betriebe als wichtig eingestuft), gefolgt von den Lohnkosten mit ca. 50%. Auf die wenigsten Nennungen kamen die Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen oder anderen Betrieben des gleichen Unternehmens. Es ist darauf hinzuweisen, dass recht viele Betriebe zur Bedeutung **einzelner** Standortfaktoren keine Angaben machten. Wenn ein Standortfaktor also von vergleichsweise wenigen Betrieben als „wichtig“ eingestuft wurde, bedeutet das noch nicht, dass dieser keine Bedeutung hätte.

Bedeutung der genannten Standortfaktoren für den Betrieb

	wichtig	weniger wichtig	Keine Angaben
Kundennähe	67,8	19,0	13,2
Lohnkosten	50,1	25,9	24,0
Überregionale Verkehrsanbindung	47,7	30,2	22,0
Mieten und Grundstückskosten	41,2	34,1	24,6
Nähe zu sonstigen Unternehmen/Geschäftspartnern	38,1	38,3	23,6
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	37,4	35,8	26,8
Innerstädtische Verkehrssituation	36,5	37,3	26,2
Image Rhein-Main	35,9	49,1	15,0
Regionales Standortmarketing	31,8	43,2	25,0
Wohnungsangebot	31,1	41,9	27,0
Nähe zu Zulieferern	29,3	47,2	23,5
Kultur- und Freizeitangebot	29,3	47,0	23,7
Angebot an unternehmensbezogene Dienstleist.	26,9	42,7	30,4
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	25,6	43,5	30,9
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	23,7	46,5	29,8
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	21,3	48,3	30,3
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinricht.	14,5	58,3	27,2
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	12,9	57,6	29,5

Basis: Betriebe, die mindestens einen Standortfaktor beurteilten; n = 8.833

Eine Rangfolge nach der Zahl der Betriebe, die einen Standortfaktor als bedeutsam einschätzten, gibt zwar Aufschluss über die relative Bedeutung der genannten Standortfaktoren untereinander. Es kann jedoch sein, dass

ein Faktor zwar von überdurchschnittlich vielen Betrieben als wichtig, gleichzeitig aber auch von vielen anderen Betrieben als weniger wichtig betrachtet wird, wie z.B. Nähe zu sonstigen Unternehmen. Daher haben wir für

jeden einzelnen Standortfaktor die Zahl der Angaben „wichtig“ den Angaben „weniger wichtig“ gegenüber gestellt. Geordnet nach diesem Verhältnis ergibt sich fast die gleiche Rangfolge wie in obiger Tabelle. Ausnahme bilden „Image der Region“ sowie der „Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte“.

Das Image der Region Rhein/Main wird zwar (im Vergleich zu den anderen Standortfaktoren) von relativ vielen Betrieben als wichtig eingeschätzt; gleichzeitig stuften es aber deutlich mehr Betriebe als „weniger wichtig“ ein.

	Differenz „wichtig“ – „weniger wichtig“
Kundennähe	+48,8
Lohnkosten	+24,2
Überregionale Verkehrsanbindung	+17,5
Mieten und Grundstückskosten	+7,1
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	+1,6
Nähe zu sonstigen Unternehmen/Geschäftspartn.	-0,2
Innerstädtische Verkehrssituation	-0,8
Wohnungsangebot	-10,8
Regionales Standortmarketing	-11,4
Image Rhein-Main	-13,2
Nähe zu Zulieferern	-17,9
Kultur- und Freizeitangebot	-12,7
Angebot an unternehmensbezogene Dienstleist.	-15,8
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	-17,9
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	-22,8
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	-27,0
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinricht.	-43,8
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	-44,7

In Kombination aus beiden Interpretationen lassen sich folgende Faktoren zusammenfassen, die aus betrieblicher Sicht besonders bedeutsam erscheinen:

- Die Nähe zu Absatzmärkten bzw. Kooperationspartnern.
- Kostenaspekte (Lohnkosten und Mieten/Grundstückskosten)
- Verkehrsinfrastruktur (überregional und innerstädtisch, wobei erstere größere Bedeutung hat)
- Der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte

Differenziert nach Betriebsgröße zeigt sich, dass „Kundennähe“ in allen Be-

triebsgrößenklassen mit Ausnahme der Großbetriebe (>250 Beschäftigte) am häufigsten als wichtig eingeschätzt wurde. Bei Großbetrieben stehen der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte sowie die überregionale Verkehrsanbindung im Vordergrund. Insgesamt wird deutlich, dass die Verfügbarkeit von geeigneten Arbeitskräften (nicht nur Fachkräfte) mit zunehmender Betriebsgröße an Bedeutung gewinnt. Gleiches gilt für „weiche“ Standortfaktoren wie Wohnungs- und Freizeitangebot.

Standortfaktoren für die Region nach Betriebsgröße

Standortfaktor ist wichtig/ Beschäftigte:	1 bis 9	10 bis 49	50 bis 249	250 und mehr
Kundennähe	68,8	65,6	66,6	49,2
Lohnkosten	47,1	57,9	61,1	58,6
Überregionale Verkehrsanbindung	44,9	52,8	66,1	62,1
Mieten und Grundstückskosten	40,4	44,0	43,7	37,8
Nähe zu sonst. Unternehmen/Geschäftspartn.	37,4	41,7	38,3	17,9
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	33,4	45,0	60,4	65,3
Innerstädtische Verkehrssituation	36,1	35,6	47,1	34,4
Image Rhein-Main	35,1	38,1	38,4	35,1
Regionales Standortmarketing	31,5	33,1	29,9	36,6
Wohnungsangebot	30,3	30,9	41,5	46,8
Nähe zu Zulieferern	29,9	30,0	20,5	10,6
Kultur- und Freizeitangebot	29,4	27,3	34,2	37,7
Angebot an unternehmenbez. Dienstleist.	24,6	32,5	37,4	28,1
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	23,4	23,8	27,7	28,9
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	21,8	33,8	46,4	45,1
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	19,6	25,8	28,9	20,4
Nähe zu Hochschulen/Forschungseinr.	15,6	10,3	14,0	25,6
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Un- tern.	12,3	15,1	13,7	10,0

Noch unterschiedlicher fällt die Einschätzung der Standortfaktoren differenziert nach Wirtschaftszweigen aus (Ausnahme ist die Kundennähe. Ihr kommt in nahezu allen Sektoren die stärkste Bedeutung zu. Auch die Lohnkosten sind in den meisten Wirtschaftszweigen bedeutsam):

- Im Verarbeitenden und Baugewerbe wird die Nähe zu Zulieferern weit überdurchschnittlich häufig als „wichtig“ eingestuft (von ca. 50% der Betriebe). Gleiches gilt eingeschränkt auch für die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen (ca. 28%). Hierbei überwiegt allerdings die Zahl der Betriebe, die diesen Standortfaktor als „weniger wichtig“ betrachten, deutlich.
- Besonders bedeutend für den Handelssektor sind Mieten bzw. Grundstückskosten (46% der Betriebe) Herausragend bleibt aber auch hier die Nähe zu Kunden (über 76% der Handelsbetriebe nannten dies als wichtigen Standortfaktor).

- Im Gastgewerbe liegen der Schwerpunkt auf der überregionalen Verkehrssituation (82% der Betriebe). Auch das Image der Region, der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte und das Kultur/Freizeitangebot werden überdurchschnittlich häufig als wichtig eingeschätzt.
- Bei den Kreditinstituten und Versicherungen ist der Arbeitsmarkt für Fachkräfte als bedeutender Standortfaktor hervorzuheben (ca. 65% der Betriebe). Der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte spielt dagegen so gut wie keine Rolle (nur von 10% als wichtig eingeschätzt, aber von 75% als eher unwichtig). Des Weiteren nannten fast 58% der Betriebe die Nähe zu anderen Geschäftspartnern/Unternehmen als wichtig. Festzuhalten bleibt, dass es in diesem Sektor eine ausgeprägte Polarisierung bei der Bedeutung von verschiedenen Standortfaktoren gibt. Einige werden von ca.

2/3 der Betriebe als wichtig eingestuft (Kundennähe, Lohnkosten, Arbeitsmarkt für Fachkräfte), andere dagegen nur von einer sehr geringen Anzahl (sonstiger Arbeitsmarkt, innerstädtische Verkehrssituation, Gewerbeflächen).

- Anders ist die Situation bei den sonstigen Dienstleistungen. Hier gibt es nur wenige Standortfaktoren, die weit überdurchschnittlich

häufig als bedeutend eingeschätzt wurden, dafür gibt es auch kaum Faktoren, die von vielen Betrieben explizit als „weniger wichtig“ eingeschätzt wurden. Bedeutsamer als in den meisten anderen Branchen werden das Image der Region - 49% nannten es wichtig- und der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte eingeschätzt (56%).

Bewertung der Standortfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe

Ob ein Standortfaktor als wichtig oder eher unwichtig eingeschätzt wird, sagt noch nichts über seine tatsächliche Qualität aus. Wir haben die Unternehmen daher gebeten, die genannten Standortfaktoren in Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes zu bewerten. Bei den folgenden Prozentangaben beziehen wir uns wiederum nur auf die Betriebe, die mindestens einen Faktor bewertet haben (ca. 74% aller Betriebe).

Zunächst fällt auf, dass „Kundennähe“ nicht nur von den meisten Betrieben als wichtig eingeschätzt, sondern auch als „gut“ bewertet wird (von 52% der Betriebe). Dem stehen nur 2,7% der Unternehmen gegenüber, die diesen Faktor in der Region als explizit schlecht bezeichnen. Sehr positiv wird des Weiteren das Image der Region, die Nähe zu sonstigen Unternehmen bzw. Geschäftspartnern sowie zu Zulieferern eingeschätzt. Mit Ausnahme des Images sind die genannten Faktoren Vorteile von allen wirtschaftlichen Ballungsräumen, daraus lassen sich keine besonderen Vorzüge der Region Rhein/Main gegenüber vergleichbaren Zentren ableiten. Dennoch bleibt festzuhalten, dass ein *wirtschaftlicher Ballungsraum an sich* von den meisten

Betrieben als wichtig empfunden und gut bewertet wird.

Kultur- und Freizeitangebot, die Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen und zu anderen Betrieben des gleichen Unternehmens wird überwiegend gut bis befriedigend bezeichnet. Nur sehr wenige Betriebe kommen hier zu einer schlechten Bewertung.

Geteilter ist die Meinung bezüglich der Qualität der überregionalen Verkehrsanbindung, wie oben dargelegt ein bedeutsamer Standortfaktor für die Region. Zwar bewerten über 35% der Betriebe diese als gut, gleichzeitig gaben ihr ca. 12% auch eine schlechte Note. In Verbindung mit der innerstädtischen Verkehrssituation, die noch wesentlich negativer eingeschätzt wird, ergibt sich bezüglich Verkehr/Infrastruktur zumindest Verbesserungsbedarf für die Region.

Als mittelmäßig lassen sich regionales Standortmarketing, der Arbeitsmarkt für Fach- und sonstige Arbeitskräfte, das Wohnungsangebot sowie die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen bewerten. Hier antworteten der überwiegende Teil der Betriebe mit „befriedigend“, explizit gute sowie schlechte Bewertungen halten sich in etwa die Waage.

Eher negativ werden neben der innerstädtischen Verkehrssituation vor allem

Miet- und Grundstückskosten sowie die Lohnkosten eingeschätzt.

Bewertung der Standortfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe

	gut	befriedigend	schlecht	Keine Angabe
Kundennähe	51,9	25,2	2,7	20,3
Image Rhein-Main	46,9	34,2	1,3	17,3
Nähe zu sonstigen Unternehmen / Geschäftspartnern	37,0	31,3	1,4	30,2
Überregionale Verkehrsanbindung	35,3	30,9	11,7	22,1
Nähe zu Zulieferern	32,3	33,2	2,9	31,7
Kultur- und Freizeitangebot	30,5	34,6	4,8	30,2
Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen	28,6	33,2	3,0	35,3
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	27,9	33,5	3,2	35,4
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	23,8	28,4	3,6	44,2
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	20,5	34,7	9,5	35,3
Regionales Standortmarketing	20,0	44,0	7,8	28,1
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	19,7	36,3	16,9	27,1
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	16,3	34,5	13,3	35,9
Innerstädtische Verkehrssituation	15,5	31,0	23,9	29,7
Wohnungsangebot	15,4	40,9	12,1	31,5
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	13,6	38,6	15,7	32,1
Lohnkosten	11,1	37,4	24,3	27,2
Mieten und Grundstückskosten	9,9	35,1	26,0	29,0

Differenziert nach Betriebsgrößenklassen ergeben sich für viele Standortfaktoren bei der relativen Bewertung kaum Unterschiede von der obigen Tabelle. D.h. unabhängig von der Betriebsgröße wird die „Kundennähe“ von den meisten Betrieben als „gut“ bewertet, gefolgt von „Image der Region“, „Nähe zu Kooperationspartnern“ etc. Abweichungen von der Bewertung auf Basis aller Betriebe sind zumeist nur in der Höhe der Prozentwerte auszumachen, nicht in der Rangfolge. Eine Ausnahme bilden die Großbetriebe mit mehr als 250 Beschäftigten. Hier wird das Image der Region (von 56% aller Großbetriebe als gut bewertet) sowie die Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen (53%) noch besser eingeschätzt als die Kundennähe (51,6%). Dafür nehmen die Lohnkosten statt der Mietkosten den letzten Platz ein. Insgesamt fallen die Unterschiede zwischen den einzelnen

Betriebsgrößenklassen jedoch erstaunlich gering aus.

In den einzelnen Wirtschaftszweigen ergeben sich dagegen teilweise deutliche Differenzen in der Bewertung der Standortfaktoren. Dies soll an einigen Faktoren, die insgesamt überdurchschnittlich positiv oder negativ bewertet wurden, dargestellt werden:

Kundennähe (Durchschnittlich von 52% der Betriebe mit „gut“ bewertet):

Die beste Bewertung kommt von Betrieben aus dem Bereich Verkehr/Nachrichten (71% „gut“), auf der anderen Seite stehen die Kreditinstitute und Versicherungen, hier gaben nur 35% der Betriebe ein „gute“ Bewertung ab. Überdurchschnittlich positiv urteilen noch die sonstigen Dienstleistungen (69%) und das Baugewerbe (58%).

Image der Region Rhein/Main (Durchschnittlich von 47% der Betriebe mit „gut“ bewertet):

Das Image wird von einem Großteil des Dienstleistungsbereichs (mit Ausnahme des Handels) überdurchschnittlich häufig mit „gut“ bewertet. Dagegen gibt es nur geringe Anteile an Betrieben mit einer „guten“ Bewertung im öffentlichen Bereich (z.B. öffentliche Verwaltung nur 27%), aber auch im Baugewerbe (36%)

Nähe zu sonstigen Unternehmen/ Geschäftspartnern (Durchschnittlich von 37% der Betriebe mit „gut“ bewertet):

Auch hier urteilen die Betriebe aus dem Bereich Verkehr/Nachrichten positiv (55% „gut“). Ähnliches gilt für die unternehmensbezogenen Dienstleistungen (50%), sowie die Kreditinstitute und Versicherungen (42%). Eine geringe Anzahl von guten Bewertungen kommt von dem Verarbeitenden Gewerbe (29%) und dem Gesundheits/- Sozialwesen (25%).

Überregionale Verkehrsanbindung (Durchschnittlich von 35% der Betriebe mit „gut“ bewertet, von 11,7% als „schlecht“ bewertet)

Eine eindeutige sektorale Bewertung ist schwierig, da diese Frage scheinbar polarisiert. So ist das Gastgewerbe der Wirtschaftszweig mit den anteilig meisten „gut“-Bewertungen (52%) und gleichzeitig auch der Wirtschaftszweig mit den anteilig meisten Betrieben, die diesen Faktor als explizit „schlecht“ betrachten (16,3%). Eine eindeutig positive Bewertung kommt eigentlich nur aus den Bereichen unternehmensbezogene Dienstleistungen sowie Kreditinstitute/Versicherungen. Hier bewerteten jeweils über 40% der Betriebe die Situation als „gut“, ohne dass gleichzeitig eine nennenswerte Anzahl

der Betriebe zu einer schlechten Einschätzung kam.

Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte (Durchschnittlich von 20% der Betriebe mit „gut“, von 17% mit „schlecht“ bewertet):

Überdurchschnittlich gut wird der Arbeitsmarkt für Fachkräfte von den Dienstleistungen für Unternehmen sowie den sonstigen öffentlichen und privaten Dienstleistungen beurteilt (jeweils über 30% der Betriebe mit „gut“ und unter 10% mit „schlecht“). Gespalten ist die Einschätzung bei den Kreditinstituten und Versicherungen. Hier bewerteten über 25% den Faktor als „gut“ und gleichzeitig fast 30% als „schlecht“. Ähnliches gilt auch für das Verarbeitende Gewerbe. Eindeutig negativ ist das Urteil aus dem Gastgewerbe (nur 3,5% „gut“, aber 46% „schlecht“).

Lohnkosten (Durchschnittlich von 24,3% der Betriebe mit „schlecht“ bewertet):

59% der Betriebe aus dem Bereich Verkehr/Nachrichten beurteilen diesen Standortfaktor als „schlecht“, es folgen Dienstleistungen für Unternehmen mit 34,4% und Kreditinstitute/-Versicherungen mit 33,5%. Verarbeitendes und Baugewerbe liegen in etwa im Durchschnitt aller Betriebe.

Miet- und Grundstückskosten (Durchschnittlich von 26% der Betriebe mit „schlecht“ bewertet)

Hier liegen alle Branchen mehr oder weniger um den Durchschnitt. Ausreißer ist wiederum der Bereich Verkehr/Nachrichten, hier bewerteten 65% der Betriebe den Standortfaktor als schlecht.

Fazit

In der letzten IWAK-Unternehmensbefragung wurden erstmalig Bedeutung und Bewertung verschiedener Standortfaktoren in der Region Rhein/Main abgefragt. Bedeutung haben nach den Ergebnissen insbesondere die Nähe zu Absatzmärkten bzw. anderen Unternehmen oder Kooperationspartnern, Kostenaspekte (Lohn- und Miet-/Grundstückskosten), die überregionale Verkehrsanbindung sowie der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte.

Bei den anderen vorgegebenen Standortfaktoren überwiegt die Anzahl der Betriebe, die diese als „eher unwichtig“ einstufen. Dies betrifft sowohl Standortfaktoren wie das Kultur- oder Freizeitangebot als auch das Vorhandensein von Gewerbeflächen oder die Nähe zu Forschungseinrichtungen und Hochschulen. Damit ist allerdings nicht gesagt, dass diese Faktoren für die Wirtschaftsregion Rhein/Main von nur untergeordneter Bedeutung wären. Zum einen gibt es auch hier viele Betriebe, die diese als wichtig einstufen, zum anderen haben die Differenzierungen nach Wirtschaftszweigen und Betriebsgrößen deutliche Unterschiede in der jeweiligen Bedeutung der Faktoren ergeben.

Die anschließende Bewertung der Standortfaktoren unter dem Gesichtspunkt der betrieblichen Wettbewerbsfähigkeit machte deutlich, dass viele Faktoren von einer Mehrzahl der Betriebe positiv eingeschätzt wird. Insbesondere die Nähe zu Kunden und Ge-

schäftspartnern wird nicht nur als bedeutsam, sondern auch überwiegend als „gut“ beurteilt. Gleiches gilt für das Image der Region. Der Standort Rhein/Main scheint aus betrieblicher Sicht zumindest in Teilbereichen besser zu sein, als sein Ruf in der Öffentlichkeit.

Negativ sind insbesondere die Lohn- und Miet-/Grundstückskosten sowie die innerstädtische Verkehrssituation aufgefallen, immerhin Faktoren, die für die Region als durchaus bedeutsam eingeschätzt wurden.

Erstaunlicherweise ergaben sich bei einer Differenzierung nach Betriebsgröße nur geringfügige Unterschiede in der Bewertung der Faktoren. Die Betriebsgröße scheint nur von untergeordneter Bedeutung für die Standorteinschätzung zu sein. Sektoral wurden dagegen eindeutig Unterschiede erkennbar. Allerdings sind für einige Standortfaktoren (z.B. Arbeitsmarkt für Fachkräfte) auch nicht immer „typische“ sektorale Aussagen möglich. Hier sind die Betriebe selbst innerhalb eines Wirtschaftszweiges teilweise recht unterschiedlicher Meinung.

Von weiterem Interesse ist es, die Einschätzungen und Bewertungen der Standortfaktoren mit anderen Fragestellungen der IWAK-Untersuchung zu verknüpfen (bspw. mit der Frage nach der Verlagerung von Produktionsstätten oder der prognostizierten Beschäftigungsentwicklung). Solche Fragen werden Gegenstand eines der nächsten IWAK-Reporte sein.