



**Beschäftigung und Qualifikation Rhein/Main 2003/2004
IWAK-Unternehmensbefragung Dezember 2003**

**Standort Region Rhein-Main
Bedeutung und Bewertung aus betrieblicher Sicht**

Prof. Dr. Alfons Schmid
Dipl. Vw. Christian Baden

Das Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK) führt seit 1995, gefördert durch den Planungsverband Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main und die Regionaldirektion Hessen der Bundesagentur für Arbeit, in Zusammenarbeit mit der Universität Frankfurt, dem IHK-Forum Rhein-Main und den Handwerkskammern jährlich eine Unternehmensbefragung in der Region Rhein-Main durch.

Die Untersuchung ist repräsentativ, d.h. die angegebenen prozentualen Anteile gelten für alle Betriebe in der Region. Die absoluten Zahlen in diesem Report beziehen sich auf die gewichtete Stichprobe.

Ziel der Befragung ist es u.a., Einschätzungen der Unternehmen über künftige Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt der Region zu erhalten und mögliche Probleme frühzeitig zu erkennen. Eine solche, auf die Zukunft gerichtete Untersuchung bietet allen Arbeitsmarktakteuren eine wertvolle Informationsbasis und Handlungsansätze.

Die Abgrenzung des Rhein-Main-Gebietes folgt der Einteilung des IHK-Forums und umfasst die IHK-Bezirke Rheinhessen, Wiesbaden, Frankfurt, Limburg, Gießen-Friedberg, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern, Offenbach, Darmstadt sowie Aschaffenburg.

Ein Teil des Fragebogens ist standardisiert, d.h. bestimmte Fragestellungen werden jedes Jahr in der gleichen Form erhoben (Beschäftigungsprognose). Ein weiterer Teil behandelt jährlich wechselnde Themenschwerpunkte. Der Schwerpunkt der Befragung im Dezember 2003 betraf die betriebliche Einschätzung bezüglich Bedeutung

und Bewertung 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 und wie diese bewertet werden. Mit diesen Fragen beschäftigt sich der vorliegende IWAK-Report.

Diese Thematik war bereits in der Befragung 2001/2002 Untersuchungsgegenstand (vgl. IWAK-Report 2/2002), im Folgenden wird daher auch auf Veränderungen der betrieblichen Einschätzungen im Zeitablauf eingegangen.

Bei der Befragung im Herbst 2003 wurden ca. 6.500 Fragebögen verschickt. Als Rücklauf bekamen wir rund 1.400 Fragebögen. Nicht alle Betriebe beantworteten die Fragen zu den Standortfaktoren vollständig, so dass sich je nach Fragestellung eine unterschiedliche Anzahl an auswertbaren Fällen ergab. Auf Basis aller Betriebe ist sie aber für alle Standortfaktoren ausreichend, um repräsentative Aussagen zu treffen, bei Differenzierungen (nach Wirtschaftszweigen oder Betriebsgrößenklassen) wurden die Kategorien gegebenenfalls zusammengefasst.

Die IWAK-Reporte aus den Befragungen 2001 bis 2003 sind im Internet abrufbar unter www.iwak-frankfurt.de

Bedeutung von Standortfaktoren für die Betriebe – Kundennähe weiterhin wichtigster Standortfaktor der Region

Wir haben die Betriebe zunächst gefragt, welche Standortfaktoren für sie besonders und welche weniger bedeutsam sind. In der folgenden Tabelle sind die abgefragten Standortfaktoren nach der Häufigkeit der Nennung „wichtig“ geordnet und den Ergebnissen der Befragung aus dem Jahr 2001 gegenübergestellt.

Von herausragender Bedeutung für die Betriebe in der Region Rhein/Main ist wie im Jahr 2001 die Kundennähe (von 69% der antwortenden Betriebe als wichtig eingestuft). Es folgen mit deutlichem Abstand die Lohnkosten und

Miet- bzw. Grundstückskosten (jeweils von etwa 52% der Betriebe genannt). Insbesondere letztere wurden im Vergleich zu der Befragung 2001 wesentlich häufiger als „wichtig“ eingeschätzt.

Ebenfalls von hoher Bedeutung für den Standort Rhein/Main ist aus betrieblicher Sicht die Verkehrsinfrastruktur (überregionale Verkehrsanbindung bzw. innerstädtische Verkehrssituation). Auch dies entspricht in etwa den Ergebnissen aus dem Jahr 2001, wobei die innerstädtische Verkehrssituation noch an Bedeutung zugenommen hat.

Anteile der Betriebe, die den genannten Standortfaktor als „wichtig“ einschätzten; Vergleich Befragung 2001 und 2003, Angaben in Prozent (gerundet)

	2003/2004	2001/2002
Kundennähe	69	68
Lohnkosten	52	50
Mieten und Grundstückskosten	51	41
Überregionale Verkehrsanbindung	47	48
Innerstädtische Verkehrssituation	44	37
Regionales Standortmarketing	37	32
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	36	26
Nähe zu sonstigen Unternehmen / Geschäftspartnern	36	38
Nähe zu Zulieferern	34	29
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	33	37
Image Rhein/Main	32	36
Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen	32	27
Wohnungsangebot	29	31
Kultur- und Freizeitangebot	29	29
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	27	21
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	26	24
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	14	13
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	13	15

Basis: Betriebe, die mindestens einen Standortfaktor beurteilten; n = 8.072

Die Prozentzahlen geben jeweils für das Befragungsjahr Aufschluss über die Rangfolge der Standortfaktoren (gemessen an ihrer Bedeutung) und liefern Informationen über den Bedeutungsabstand zu anderen Standortfaktoren (die Kundennähe ist nicht nur in der Rangfolge der bedeutsamste Standortfaktor; er ist dies auch mit deutlichem Abstand vor allen anderen Faktoren).

Die Gegenüberstellung der Anteilswerte „wichtig“ aus den Befragungen 2001 und 2003 kann jedoch Verzerrungen beinhalten, da zu einzelnen Standortfaktoren von einem Teil der Betriebe keine Angaben gemacht wurden und dieser Teil im Jahr 2003 bei jedem Standortfaktor anders (zumeist geringer) war als 2001. Eine häufigere (seltener) Einschätzung eines Standortfaktors als „wichtig“ kann also u.U. auch darin begründet sein, dass der Anteil der Betriebe, die keine Angaben zu diesem Faktor machten sich verringert (erhöht) hat. So hat sich zwar der Anteil der Betriebe, die die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen als wichtigen Standortfaktor betrachten, gegenüber 2001 deutlich erhöht; in seiner Bedeutung im Vergleich zu anderen Standortfaktoren hat sich aber kaum etwas verändert (siehe unten).

In der folgenden Tabelle ist daher nur die Rangfolge der Standortfaktoren aus den beiden Befragungen gegenübergestellt.

Dabei zeigt sich, dass sich im Zeitablauf bei den 4 wichtigsten und den 4

„unwichtigsten“ Standortfaktoren kaum Veränderungen ergaben: Zentral für den Standort Rhein-Main sind neben der Kundennähe immer noch Kostenaspekte sowie die überregionale Infrastruktur. Vergleichsweise geringe Bedeutung haben - wie schon 2001 - die Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen und zu anderen Betrieben des gleichen Unternehmens. Ansonsten bestehen jedoch teilweise erhebliche Verschiebungen:

- Dem regionalen Standortmarketing (Rang 6) kommt inzwischen höhere Bedeutung zu als noch 2001 (Rang 9).
- Noch deutlicher ist der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte in seiner relativen Bedeutung gestiegen: Wurde er von den Unternehmen 2001 noch als vergleichsweise unwichtig betrachtet (Rang 14), so ist er nun als Standortfaktor auf Rang 7.
- Umgekehrt verhält sich die Entwicklung beim Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte, dieser Faktor hat in seiner Bedeutung stark verloren (von Rang 6 auf Rang 10 gefallen).
- Ähnliches gilt für „weiche“ Standortfaktoren (Image der Region, Wohnungsmarkt, Kultur- und Freizeitangebot). Auch sie haben in ihrer Bedeutung (relativ zu anderen Faktoren) eingebüßt.

Rangfolge der Standortfaktoren 2001 und 2003
gemessen an der Häufigkeit der Nennung „wichtig“

	Position 2003	Position 2001
Kundennähe	1	1
Lohnkosten	2	2
Mieten und Grundstückskosten	3	4
Überregionale Verkehrsanbindung	4	3
Innerstädtische Verkehrssituation	5	7
Regionales Standortmarketing	6	9
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	7	14
Nähe zu sonstigen Unternehmen / Geschäftspartnern	8	5
Nähe zu Zulieferern	9	11
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	10	6
Image Rhein-Main	11	8
Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen	12	13
Wohnungsangebot	13	10
Kultur- und Freizeitangebot	14	12
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	15	16
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	16	15
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	17	18
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	18	17

Eine Differenzierung der Ergebnisse nach Betriebsgröße führt, je nach Betriebsgrößenklasse, zu erheblichen Verschiebungen in der Bedeutung der Standortfaktoren. Dies gilt im Vergleich zu den Gesamtergebnissen insbesondere für die Großbetriebe mit mehr als 250 Beschäftigten.

Die Nähe zu den Absatzmärkten wird in dieser Betriebsgrößenklasse „nur“ von 42% der Betriebe als „wichtig“ angesehen, zentrale Bedeutung haben vielmehr der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte (von 68% als „wichtig“ eingestuft), die Lohnkosten (60%), sowie die überregionale Verkehrsanbindung (60%).

Desweiteren betrachten Großbetriebe die Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen, das Kultur- und Freizeitangebot sowie das Angebot an öffentlichen Dienstleistungen wesentlich häufiger als wichtige Standortfaktoren

als die Betriebe aus den anderen Betriebsgrößenklassen.

Die Ergebnisse für Großbetriebe entsprechen weitgehend denen aus dem Jahr 2001. Ähnliches gilt für Kleinbetriebe mit weniger als 10 Beschäftigten: Neben der Kundennähe werden analog zu 2001 Kostenaspekte sowie die Verkehrsinfrastruktur als zentrale Standortfaktoren betrachtet, wobei die innerstädtische Verkehrssituation in ihrer Bedeutung zugenommen hat.

Die stärksten Verschiebungen im Zeitablauf ergaben sich bei den mittleren beiden Betriebsgrößenklassen (10 bis 49 und 50 bis 249 Beschäftigte). Hier haben der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte und auch das regionale Standortmarketing stark an Bedeutung gewonnen.

Anteile der Betriebe, die den Standortfaktor als „wichtig“ einschätzen nach Betriebsgrößenklassen, Angaben in Prozent (gerundet)

	1 bis 9	10 bis 49	50 bis 249	250 und mehr
Kundennähe	70	70	64	48
Lohnkosten	49	63	65	60
Mieten und Grundstückskosten	52	53	53	38
Überregionale Verkehrsanbindung	42	60	64	60
Innerstädtische Verkehrssituation	44	42	42	31
Regionales Standortmarketing	37	36	35	32
Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte	32	43	56	57
Nähe zu sonstigen Unternehmen / Geschäftspartnern	34	44	38	25
Nähe zu Zulieferern	35	33	30	35
Arbeitsmarkt für Fach-/Führungskräfte	28	50	52	68
Image Rhein-Main	29	41	42	28
Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen	28	43	46	39
Wohnungsangebot	28	33	35	32
Kultur- und Freizeitangebot	29	26	27	35
Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen	26	30	35	22
Angebot an öffentlichen Dienstleistungen	26	25	26	42
Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Untern.	13	19	19	10
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	12	13	17	34

Noch unterschiedlicher fällt die Einschätzung der Standortfaktoren differenziert nach Wirtschaftszweigen aus (eine Ausnahme bildet die Kundennähe, die in allen Wirtschaftszweigen eine herausragende Stellung einnimmt):

- Im **Verarbeitenden und Baugewerbe** wird (neben den Lohnkosten) die Nähe zu Zulieferern weit überdurchschnittlich häufig als „wichtig“ eingestuft (von über 50% der Betriebe). Gleiches gilt für die Nähe zu sonstigen Unternehmen bzw. Geschäftspartnern. Zentral für das Produzierende Gewerbe sind damit die Lohnkosten sowie die Nähe zu Absatz- und Beschaffungsmärkten bzw. überbetriebliche Kooperationen/Vernetzungen. Der Markt für Arbeitskräfte spielt (unabhängig von der Qualifikation) eine eher untergeordnete Rolle.
- Die Ergebnisse im **Handel** entsprechen weitgehend den Ergebnissen auf Basis aller Betriebe. Ausnahme bildet die Nähe zu Zulieferern bzw. anderen Geschäftspartnern; diese haben vergleichsweise geringere Bedeutung.
- Zentral für das **Gastgewerbe** sind die überregionale Verkehrssituation (von 67% als wichtig erachtet), die Situation auf dem Arbeitsmarkt sowie das Image der Region und das Kultur- und Freizeitangebot (jeweils von 50% der Betriebe als wichtig eingestuft).
- Bei den Kreditinstituten und Versicherungen kommt neben der Kundennähe (73% der Betriebe) und den Lohnkosten (63%) der Nähe zu anderen Unternehmen und Geschäftspartnern besondere Bedeutung zu (61%). Auch das Image der Region wird von vergleichsweise

vielen Betrieben als „wichtig“ betrachtet. Im Gegensatz zur Befragung 2001 spielt der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte keine besondere Rolle mehr. Wurde er 2001 noch von 65% der Betriebe als „wichtig“ erachtet, sind es nunmehr nur noch 30%.

- Anders ist die Situation bei den unternehmensnahen Dienstleistungen: Der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte wurde von 50% als wichtig erachtet und liegt damit nach der Kundennähe (62%), der überregionalen Verkehrssituation (59%) und den Miet- bzw. Grundstückskosten (53%) an 4. Stelle. Auch in diesem Sektor wurde das Image der Region vergleichsweise häufig als wichtiger Standortfaktor genannt (45%).
- Die Ergebnisse bei den sonstigen Dienstleistungen und im Bereich

Gesundheits-, Veterinär-, Sozialwesen entsprechen wieder weitgehend dem Durchschnitt aller Betriebe, zumindest was die Rangfolge der Standortfaktoren angeht. Ausnahme bildet die innerstädtische Verkehrssituation, die in beiden Sektoren einen vergleichsweise hohen Stellenwert einnimmt.

- In den Bereichen öffentliche Verwaltung sowie Erziehung und Unterricht spielen Kostenaspekte (Lohn-, Miet- und Grundstückskosten) eine geringere Rolle als in anderen Branchen. Dafür werden hier „weiche“ Standortfaktoren sowie die Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen häufiger als „wichtige“ Standortfaktoren eingestuft.

Bewertung der Standortfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe: Die Region Rhein-Main wird schlechter bewertet als 2001

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 (gut, befriedigend, schlecht).

Auch hier stellt sich bei einem Vergleich zwischen 2001 und 2003 wieder das Problem der unterschiedlichen Anzahl an Betrieben, die zu einem bestimmten Standortfaktor überhaupt Angaben machten. Daher wurden Prozentzahlen für „gut“, „befriedigend“, „schlecht“ nicht auf die Gesamtzahl der Betriebe bezogen, sondern nur auf die der jeweils antwortenden Betriebe (=

100%). „Gut“ wurde anschließend mit dem Faktor 1 gewichtet, „befriedigend“ mit dem Faktor 0 und „schlecht“ mit -1.

Daraus ergeben sich Indizes für jeden Standortfaktor, die eine Rangfolge der Bewertung innerhalb eines Jahres und einen Vergleich mit der vergangenen Befragung erlauben.

Dabei ist festzustellen, dass fast alle Standortfaktoren von den Betrieben Ende 2003 schlechter bewertet wurden als vor 2 Jahren. Ausnahmen bilden lediglich das Wohnungsangebot, die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen und der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte.

Bei der Rangfolge (gemessen an der Bewertung) der Standortfaktoren innerhalb eines Jahres hat sich dagegen

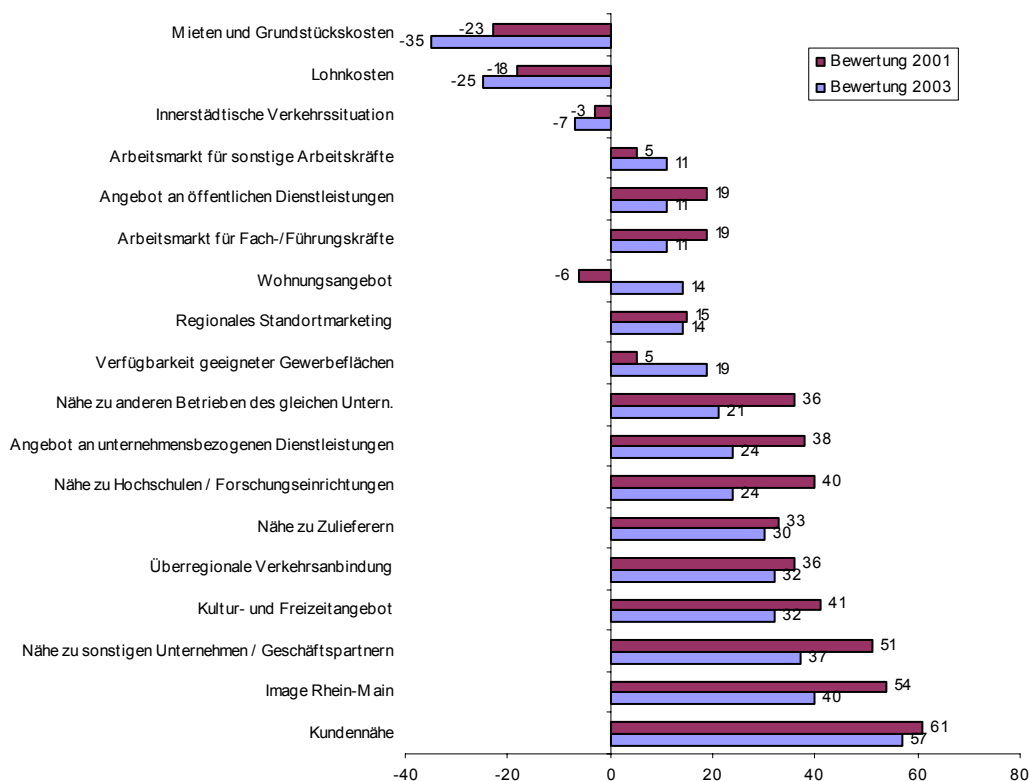
nicht viel geändert: Aus betrieblicher Sicht wird immer noch die Kundennähe von allen Standortfaktoren am besten bewertet, es folgen (wie auch 2001) das Image der Region und die Nähe zu sonstigen Unternehmen bzw. Geschäftspartnern.

Während die Kundennähe im Vergleich zu 2001 nur etwas schlechter abschneidet (Rückgang von 61 auf 57 Punkte), kommen das Image der Region und die Nähe zu anderen Unternehmen/Geschäftspartnern (jeweils Rückgang um 14 Punkte) zu deutlich schlechteren Bewertungen als 2001,

auch wenn sie im Vergleich zu anderen Standortfaktoren immer noch gut bewertet werden.

Ähnlich sieht es bei den am schlechtesten bewerteten Standortfaktoren aus: Dies sind wie auch 2001 die Miet- und Grundstückskosten, die Lohnkosten sowie die innerstädtische Verkehrssituation. Bei diesen drei Faktoren übersteigt die Zahl der schlechten Bewertungen die der guten deutlich, sie werden insgesamt noch schlechter bewertet als 2001.

Bewertung der Standortfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe, Vergleich 2001 und 2003



Deutlich verbessert haben sich nach betrieblicher Einschätzung das Wohnungsangebot (Anstieg um 20 Punkte), die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen (Anstieg um 14 Punkte) sowie der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte (Anstieg um 6 Punkte). Das regionale Standortmarketing und die Nähe zu Zulieferern kommen auf ähnliche Werte wie 2001.

Wesentlich verschlechtert in der Bewertung haben sich gegenüber 2001 vor allem Standortfaktoren, die sich auf regionale Vernetzung beziehen: die Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen, zu anderen Betrieben des gleichen Unternehmens und zu anderen Unternehmen bzw. Geschäftspartnern. Hinzu kommt eine deutliche Verschlechterung des Images der Region und des Angebots an unternehmensbezogenen Dienstleistungen.

Es ist darauf hinzuweisen, dass bei allen diesen Faktoren „Verschlechterung“ nur relativ zu 2001 zu verstehen ist: Die Zahl der Betriebe, die sie als

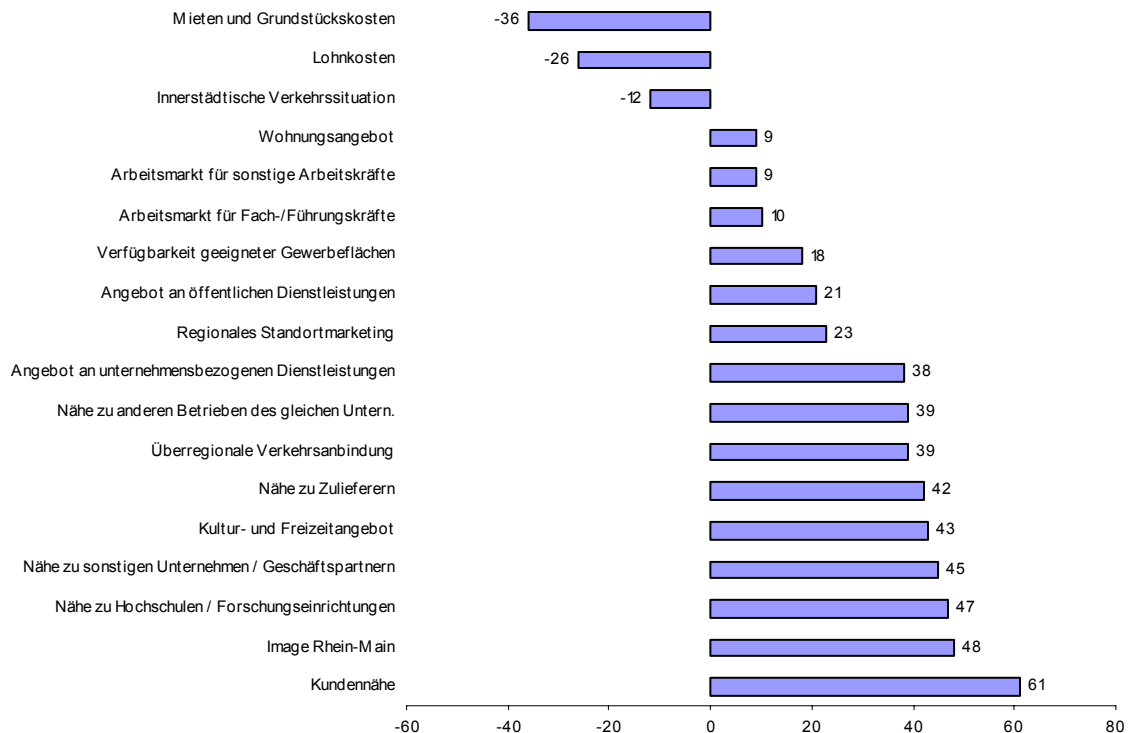
„gut“ bewerten übersteigt immer noch die, die zu einer explizit schlechten Bewertung kommen. Dennoch ist ein allgemeiner Abwärtstrend feststellbar.

Die Bewertung der Standortfaktoren erfolgte ohne Berücksichtigung ihrer Bedeutung, d.h. die Bewertungen aller Betriebe wurden gleichberechtigt behandelt, unabhängig davon, ob sie einen Standortfaktor als wichtig oder als unwichtig betrachteten.

Zum Vergleich wird daher in der folgenden Tabelle die Bewertung der Standortfaktoren nur auf Basis der Betriebe, die den jeweiligen Standort als „wichtig“ erachteten, vorgenommen.

Dabei wird deutlich, dass die Standortfaktoren, die in der obigen Graphik auf Seite 8 (Basis: alle Betriebe) vergleichsweise gut bewertet wurden, auf noch bessere Bewertungen kommen (Basis: Betriebe, die die Faktoren als wichtig erachteten), Gleiches gilt umgekehrt für die oben als „schlecht“ eingeschätzten Standortfaktoren: Diese werden nun noch schlechter bewertet.

**Bewertung der Standortfaktoren für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe 2003,
Basis: Betriebe, die den jeweiligen Standortfaktor als wichtig betrachteten**



Großbetriebe bewerten die Region Rhein-Main am besten – Skepsis besonders bei kleineren Betrieben

Eine Differenzierung der Bewertungen nach Betriebsgrößenklassen zeigt folgende Besonderheiten:

Kleinstbetriebe (1 bis 9 Beschäftigte):

Kleinstbetriebe bewerten die meisten Standortfaktoren erheblich schlechter als die anderen Betriebsgrößenklassen. Dies gilt insbesondere für den Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte (hier kommen Kleinstbetriebe sogar zu einer insgesamt negativen Bewertung) und das Image der Region.

Ausnahmen bilden der Wohnungsmarkt (hier kommt die beste Bewertung von Kleinstbetrieben), die Lohn- und Immobilienkosten (hier liegen sie im Durchschnitt) und die Kundennähe (ebenfalls im Durchschnitt).

Kleinere Betriebe (10 bis 49 Beschäftigte):

In dieser Betriebsgrößenklasse werden die Lohn- und Immobilienkosten besonders negativ bewertet. Überdurchschnittlich positiv sind dafür die Bewertungen für die Kundennähe und die überregionale Verkehrsanbindung. Insgesamt zeichnet sich diese Betriebsgrößenklasse durch sehr heterogene Bewertungen aus, d.h. je nach Standortfaktor kommt es zu sehr schlechten oder sehr guten Einschätzungen.

Mittlere Betriebe (50 bis 249 Beschäftigte):

Diese kommen tendenziell zu besseren Bewertungen als die beiden kleineren Betriebsgrößenklassen. Ausnahmen bilden die innerstädtische und überregionale Verkehrssituation und

auch die Nähe zu Zulieferern wird eher skeptisch beurteilt. Sehr positiv wird in dieser Betriebsgrößenklasse das Image der Region angesehen.

Großbetriebe (mehr als 250 Beschäftigte):

Großbetriebe kommen im Allgemeinen zur besten Bewertung der Standortfaktoren. Dies gilt insbesondere für das Image der Region, die Nähe zu Hoch-

schulen und Forschungseinrichtungen sowie den Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte. Aber auch bei den meisten anderen Standortfaktoren kommen meist überdurchschnittlich gute (bzw. was die Kostenaspekte angeht: unterdurchschnittlich negative) Bewertungen von den Großbetrieben.

Sektoral sehr unterschiedliche Bewertungen der Standortfaktoren

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

Kundennähe

Die beste Bewertung kommt von Betrieben aus dem Bereich Verkehr/Nachrichten (90% „gut“, kein Betrieb „schlecht“). Überdurchschnittlich positiv urteilen noch das Baugewerbe und der Bereich Kreditinstitute und Versicherungswesen. Vergleichsweise schlecht wurde die Kundennähe vom Gastgewerbe beurteilt.

Image der Region Rhein/Main

Hier ergaben sich im Vergleich zu 2001 erhebliche Verschiebungen: Wurde 2001 das Image der Region besonders gut von Betrieben aus den Dienstleistungssektoren beurteilt, so sind hier viele Betriebe skeptischer geworden. Dies betrifft insbesondere die unternehmensnahen Dienstleistungen. Aus diesem Bereich hatten 2001 noch 50% der Betriebe das Image der Region als „gut“ bewertet, inzwischen sind es nur noch 28%. Noch schlechter ist das Image auch bei Betrieben aus dem Bereich Erziehung und Unterricht:

Hier überwiegen sogar die negativen Bewertungen die positiven.

Dafür hat sich das Image der Region beim Produzierenden Gewerbe nicht verschlechtert. Die Bewertungen sind sogar teilweise besser als aus dem Dienstleistungsbereich.

Überregionale Verkehrsanbindung

Diese wird vergleichsweise schlecht von den Bereichen Gastgewerbe, Erziehung und Unterricht sowie dem Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen eingestuft. Bei allen anderen Branchen übersteigen die positiven Bewertungen deutlich die negativen.

Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte

Der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte hat in seiner Bedeutung als Standortfaktor gegenüber 2001 stark verloren. Auch die Bewertungen sind deutlich schlechter als 2001. Dies gilt insbesondere für den öffentlichen Bereich, aber auch für die unternehmensnahen Dienstleistungen. Die schlechteste Bewertung kommt wiederum aus dem Bereich Erziehung und Unterricht.

Lohnkosten

Die Lohnkosten als Standortfaktor werden über alle Branchen hinweg negativ beurteilt. Im besonderen Maße

gilt dies für das Produzierende Gewerbe sowie die Banken und Versicherungen. Im Vergleich zu 2001 verbessert hat sich die Bewertung von Betrieben aus dem Sektor „unternehmensnahe Dienstleistungen“. Dennoch überwie-

gen auch hier die negativen Beurteilungen.

Miet- und Grundstückskosten

Hier liegen alle Branchen mehr oder weniger um den Durchschnitt. Die am wenigsten schlechten Beurteilungen kommen aus dem öffentlichen Bereich.

Fazit

Verliert die Region Rhein-Main ihre Stärken?

In der aktuellen IWAK-Unternehmensbefragung wurden zum zweiten Mal nach 2001 die Bedeutung und die Bewertung verschiedener Standortfaktoren in der Region Rhein/Main abgefragt. Dabei wurde deutlich, dass aus betrieblicher Sicht sich zwar an der **Bedeutung** der einzelnen Standortfaktoren nicht viel geändert hat (Ausnahme bilden der Arbeitsmarkt und das regionale Standortmarketing): Besondere Bedeutung haben nach den Ergebnissen weiterhin die Nähe zu Absatzmärkten bzw. anderen Unternehmen oder Kooperationspartnern, Kostenaspekte (Lohn-, sowie Miet- und Grundstückskosten) sowie die überregionale Verkehrsanbindung.

Allerdings fällt die **Bewertung** der Standortfaktoren fast durchweg schlechter aus als Ende 2001. Verloren haben dabei vor allem Faktoren, die noch 2001 als besonders gut bewertet wurden: Das Image der Region, die Nähe zu sonstigen Unternehmen bzw. Geschäftspartnern, die Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen.

Etwa das Niveau halten konnten von den 2001 als besonders gut bewerteten Standortfaktoren nur die Kundennähe, die überregionale Verkehrsanbindung sowie die Nähe zu Zulieferern.

Aber auch hier gab es durchweg leicht schlechtere Benotungen.

Auf der anderen Seite stehen Standortfaktoren, die schon 2001 zwar als wichtig eingestuft, aber als eher schlecht bewertet wurden. Dies sind hauptsächlich die Kosten für Lohn und Immobilien sowie die innerstädtische Verkehrssituation. Hier hat sich seitdem aber keine Verbesserung eingestellt, vielmehr fällt die Bewertung noch deutlich schlechter aus als 2001.

Gegen den Trend haben sich der Wohnungsmarkt, das Angebot an Gewerbeflächen sowie der Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte positiv entwickelt. Ob dies bei ersteren beiden auf ein verbessertes/erhöhtes Angebot oder auf eine Entspannung aufgrund geminderter Nachfrage zurückzuführen ist, können wir an dieser Stelle nicht beantworten.

Nach neueren Untersuchungen hat die Region Rhein-Main im europäischen Vergleich an Boden verloren. Die Ergebnisse der IWAK-Befragung deuten darauf hin, dass diese Verschlechterung nicht nur relativ, d.h. im Vergleich zu anderen Regionen stattgefunden hat. Vielmehr ergab sich innerhalb der Region im Zeitablauf eine negative Entwicklung der wettbewerbsrelevanten Standortfaktoren.