



IWAK

Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur

Zentrum der Goethe-Universität Frankfurt am Main

Standortfaktoren und Wettbewerbsfähigkeit der Region Rhein-Main aus betrieblicher Sicht

IWAK-Betriebsbefragung 2013

Oliver Nüchter

Prof. Dr. Alfons Schmid

März 2014



Bundesagentur für Arbeit

Regionaldirektion Hessen

Vorbemerkung

Das Institut für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK), Zentrum an der Universität Frankfurt, führt seit 1995, gefördert durch die Regionaldirektion Hessen der Bundesagentur für Arbeit in Zusammenarbeit mit dem Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesagentur für Arbeit (IAB) Hessen jährlich eine Betriebsbefragung in der Region Rhein-Main durch.

Ziel der Untersuchung ist es, Einschätzungen der Betriebe 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 für problemadäquates Handeln.

Die Abgrenzung der Region Rhein-Main umfasst im Einzelnen die IHK-Bezirke Rheinhessen, Wiesbaden, Frankfurt, Limburg, Gießen-Friedberg, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern, Offenbach, Darmstadt sowie Aschaffenburg, die wiederum 24 Landkreise und kreisfreie Städte der Region repräsentieren.¹

Bei der Befragung des Jahres 2013 umfasste der Rücklauf 968 auswertbare Fragebögen, was einer Rücklaufquote von 14,4 Prozent entspricht. Da es sich um eine nach Betriebsgröße und Wirtschaftszweigen geschichtete Stichprobe handelt, wurden die Daten für die Auswertungen anhand der Schichtungsmerkmale gewichtet.

Der vorliegende Report liefert einen Überblick über betriebliche Einschätzungen zu regionalen Standortfaktoren und Maßnahmen zur Wettbewerbsfähigkeit der Region Rhein-Main. Die Analyse beschränkt sich hierbei auf die Privatwirtschaft, da der öffentliche Sektor sowie Organisationen ohne Erwerbszweck oftmals anders gelagerte Interessen aufweisen.

Die Untersuchungsergebnisse sind repräsentativ für die antwortenden Betriebe, d.h. die berechneten Werte stehen für alle antwortenden Betriebe mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Region Rhein-Main.

¹ Im Einzelnen: Main-Taunus-Kreis, Hochtaunuskreis, Wetteraukreis, Main-Kinzig-Kreis, Landkreis Offenbach, Kreis Groß-Gerau, Landkreis Aschaffenburg, Landkreis Miltenberg, Darmstadt-Dieburg, Odenwaldkreis, Kreis Bergstraße, Landkreis Alzey-Worms, Landkreis Mainz-Bingen, Rheingau-Taunus-Kreis, Landkreis Limburg-Weilburg, Landkreis Gießen, Vogelsbergkreis sowie die kreisfreien Städte Darmstadt, Frankfurt/M., Offenbach, Wiesbaden, Mainz, Worms und Aschaffenburg.

Einleitung

Es besteht weitgehende Einigkeit darüber, dass trotz Globalisierung die Bedeutung von Regionen eher zunimmt: „regions matter“². Zudem ist häufig zu beobachten, dass regionale Entwicklungen nicht nur konvergent, sondern auch divergent verlaufen können. Ursachen für solche Divergenzen liegen in teilweise unterschiedlichen Standort- und Wettbewerbsfaktoren in den Regionen. Diese Differenzen lassen sich dabei teilweise durch strukturelle Gegebenheiten (Branchenmix, Betriebsgrößenstruktur) erklären. Darüber hinaus wird aber den so genannten „Standortfaktoren“ zentrale Bedeutung für unterschiedliche ökonomische Entwicklungen zugesprochen. Für Unternehmen, Arbeitskräfte und Investoren sind diese Faktoren ein ganz wesentliches Entscheidungskriterium, um einen Arbeitsplatz auszuwählen, den Betrieb in der Region anzusiedeln oder zu halten oder in einen Ausbau zu investieren. Wirtschaftsentwicklung und Einkommen in einer Region sind auch durch jeweils spezifische regionale Standort- und Wettbewerbsfaktoren beeinflusst.

In diesem Report stellen wir daher die Einschätzung der Betriebe der Region Rhein-Main zu unterschiedlichen Standortfaktoren vor. Insgesamt wurden 18 Standortfaktoren abgefragt, die sich zu drei Themenschwerpunkten zusammenfassen lassen:

Wirtschaftsbeziehungen:

Kundennähe, Nähe zu Zulieferern, Mieten und Grundstückskosten, Nähe zu anderen Betrieben des Unternehmens, Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen, Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Nähe zu sonstigen Betrieben und Geschäftspartnern

Fachkräfte und Arbeitsmarkt:

Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte, Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte, regionales Lohnniveau, Wohnungsangebot, Kultur- und Freizeitangebot

Infrastruktur und öffentliche Rahmenbedingungen:

Image der Region Rhein-Main, regionales Standortmarketing, überregionale Verkehrsanbindung, Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen, innerstädtische Verkehrssituation, Angebot an öffentlichen Dienstleistungen

Für alle genannten Faktoren wurde zunächst erhoben, welche Bedeutung sie für die Betriebe generell besitzen; anschließend wurde erfasst, wie der jeweilige Faktor aus betrieblicher Sicht bewertet wird. Nur beide Aspekte zusammen lassen Folgerungen und Vergleiche zu: Die Bedeutung eines Faktors alleine sagt noch nichts über seine Qualität aus; umgekehrt ist eine schlechte Bewertung wenig aussagefähig, wenn der jeweilige Faktor für den Betrieb bedeutungslos ist. Da zu den genannten Fragen aus der Untersuchung des Jahres 2001 Daten vorliegen, erfolgt neben der Darstellung der aktuellen Situation ein Zeitvergleich.

Die Untersuchung des Jahres 2001 zeigte, dass der Standort Rhein-Main in der Vergangenheit tendenziell positiv bewertet wurde. Neben der Frage, ob dies weiterhin der Fall bzw. noch eine Verbesserung der betrieblichen Einschätzung beobachtet werden kann, ist auch von Interesse, mögliche Maßnahmen zur weiteren Verbesserung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit zu eruieren. Die Betriebe wurden daher abschließend gefragt, welche regionalpolitischen Aktivitäten aus ihrer Sicht von Bedeutung sind, um die Wettbewerbsposition der Region Rhein-Main zu erhalten oder noch zu verbessern. Die zentralen Befunde finden sich im dritten Abschnitt des Reports.

² OECD (2009): Regions Matter: Economic Recovery, Innovation and Sustainable Growth, Paris.

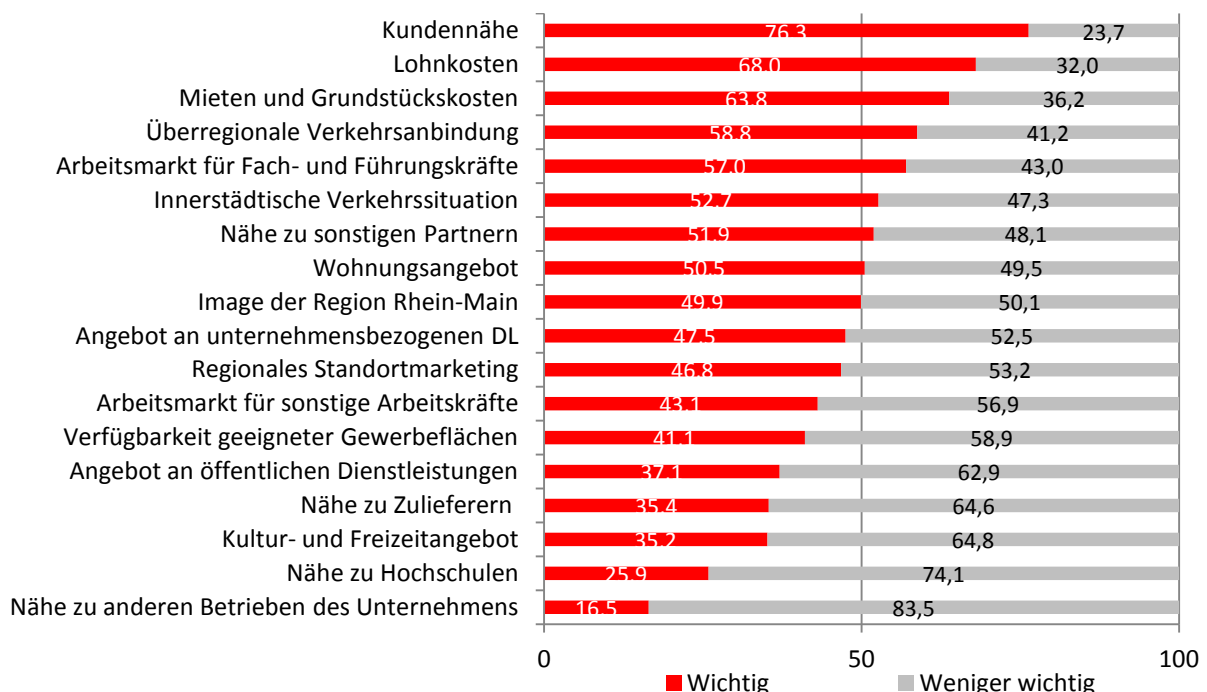
Bedeutung von Standortfaktoren im Rhein-Main-Gebiet

Sowohl „weichen“ (Kulturangebot, Wohnungsangebot etc.) wie „harten“ (wie bspw. Mieten und Fachkräfteangebot) Standortfaktoren wird im Rahmen eines „Wettbewerbs der Regionen“ zunehmende Bedeutung beigemessen. Sie beeinflussen betriebliche Entscheidungsprozesse bezüglich Ansiedlung, Ausweitung oder Abwanderung von Produktionsstätten und Dienstleistungsangeboten. Für regionalpolitisches Handeln ist es bedeutsam zu wissen, welche dieser Faktoren für Betriebe besonders bedeutsam sind. Mit dieser Frage beschäftigt sich das folgende Kapitel.

Kundennähe hat die höchste Bedeutung

Die Betrachtung der Bedeutung einzelner Standortfaktoren für die Betriebe zeigt zunächst, dass die erfassten Faktoren von sehr unterschiedlich hoher Bedeutung sind. Vor allem die Nähe zum Kunden, die Lohnkosten, die Mieten und Grundstückskosten sowie die Verkehrsanbindung sind für eine große Mehrheit der Betriebe wichtig. Da auch der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte, die innerstädtische Verkehrssituation, die Nähe zu Geschäftspartnern sowie das Wohnungsangebot von einer Mehrheit als wichtig gesehen werden, kann man von einer umfassenden Anforderung der Betriebe an die regionalen Akteure ausgehen, die ökonomische Aspekte ebenso umfasst wie infrastrukturelle.

Abb. 1: Bedeutung einzelner Standortfaktoren 2013, Angaben in Prozent (nur Privatwirtschaft)

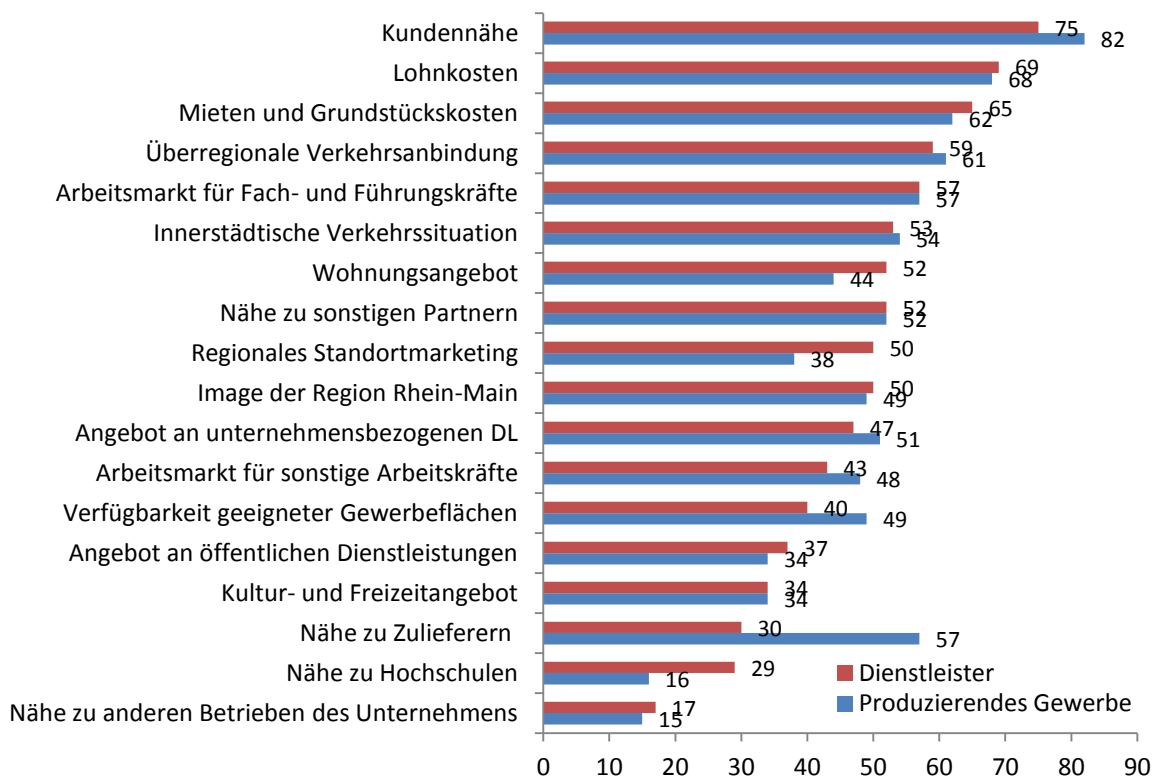


Am unteren Ende der Bedeutungsskala befinden sich die Faktoren Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen und die Nähe zu anderen Betrieben des gleichen Unternehmens, die nur wenige Betriebe für wichtig halten. Da auch die Nähe zu Zulieferern eher geringe Bedeutung besitzt, ist die räumliche Nähe vor allem in Bezug auf die Kunden wichtig.

Nähe zu Zulieferern ist vor allem im Produzierenden Gewerbe wichtig

Die Bewertung der Standortfaktoren zwischen den Sektoren Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen differiert teilweise deutlich. Dabei wird klar, dass die Nähe zum Kunden bei produzierenden Betrieben noch bedeutsamer ist, während Dienstleistungsbetriebe vor allem bei „weichen“ Faktoren wie dem Standortmarketing und dem Wohnungsangebot eine höhere Bedeutung sehen. Überdurchschnittliche Bedeutung hat im Dienstleistungssektor zudem die Nähe zu Hochschulen, wobei die wissensintensiven unternehmensbezogenen Dienstleistungen maßgeblich sein dürften. Die deutlichste Differenz weist jedoch ein anderer Standortfaktor auf: Die Nähe zu Zulieferern ist für eine Mehrheit des Produzierenden Gewerbes, jedoch für weniger als ein Drittel der Dienstleister bedeutsam; die räumliche Nähe spielt demnach in der Wertschöpfungskette der Produktion noch immer eine große Rolle.

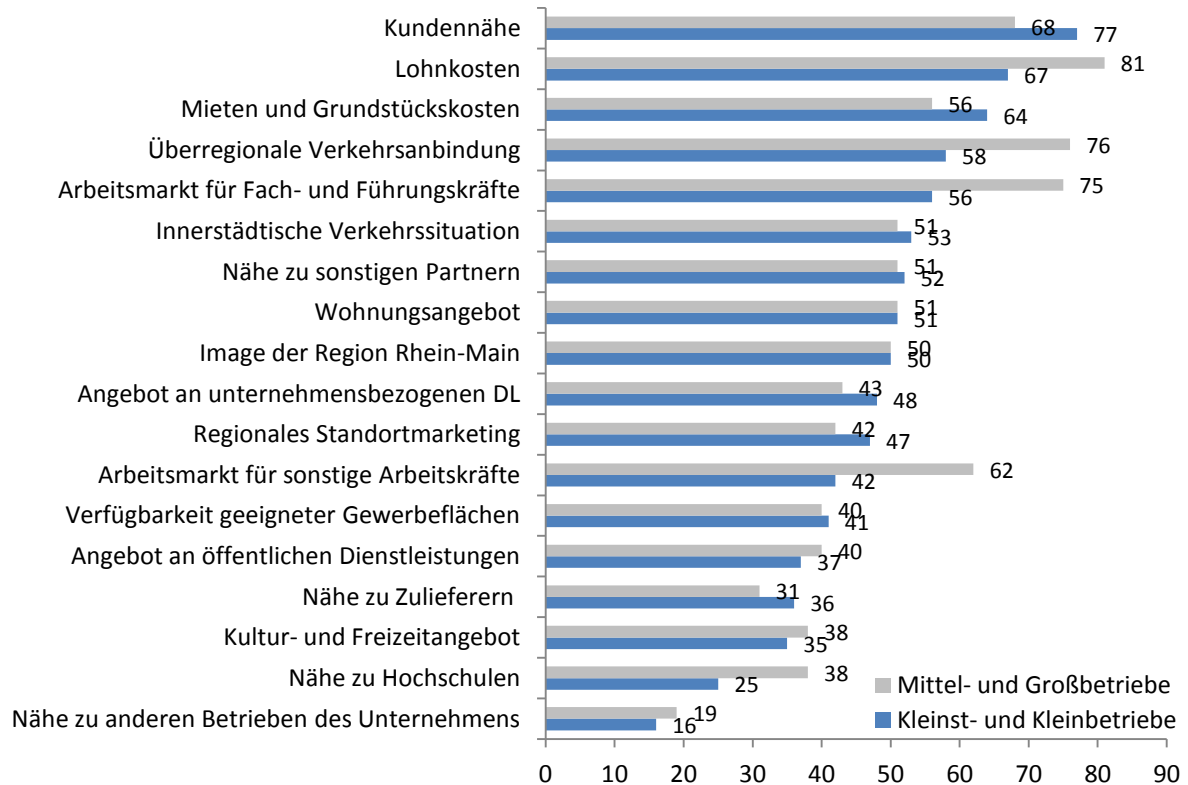
Abb. 2: Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Sektoren 2013, Angaben in Prozent (Kategorie „wichtig“, nur Privatwirtschaft)



Bedeutung der Standortfaktoren steigt tendenziell mit der Betriebsgröße

Bei einer Differenzierung nach Betriebsgrößenklassen zeigen sich meist geringe Differenzen. Das regionale Standortmarketing, die Mieten und Grundstückskosten sowie die Kundennähe werden von Kleinst- und Kleinbetrieben (bis 50 Beschäftigte) für bedeutsamer gehalten als von Mittel- und Großbetrieben (50 und mehr Beschäftigte); die räumliche Nähe und die Standortkosten sind demnach für die kleineren und häufiger ortsgebundenen Betriebe besonders wichtig.

Abb. 3: Bedeutung einzelner Standortfaktoren nach Betriebsgrößen 2013, Angaben in Prozent (Kategorie „wichtig“, nur Privatwirtschaft)



Bei den meisten anderen erfassten Faktoren geben die Mittel- und Großbetriebe häufiger an, dass diese von Bedeutung sind. Besonders groß sind die Differenzen bei der Bedeutung des Fach- und Arbeitskräftekräfteangebots und den Lohnkosten, also Arbeitsmarktaspekten, aber auch bei der überregionalen Verkehrsanbindung und der Nähe zu Forschungseinrichtungen bzw. Hochschulen. Hieraus wird deutlich, dass der Standort seitens der größeren Betriebe als größere regionale Einheit gesehen wird, der auch eine weiträumige Infrastruktur umfasst.

Bewertung unterschiedlicher Standortfaktoren

Ob ein Standortfaktor als wichtig oder eher unwichtig eingeschätzt wird, sagt noch nichts über seine tatsächliche Qualität aus. Wir haben die Betriebe daher gebeten, die genannten Standortfaktoren in Hinblick auf die Wettbewerbsfähigkeit ihres Betriebes in ihrer Qualität zu bewerten.

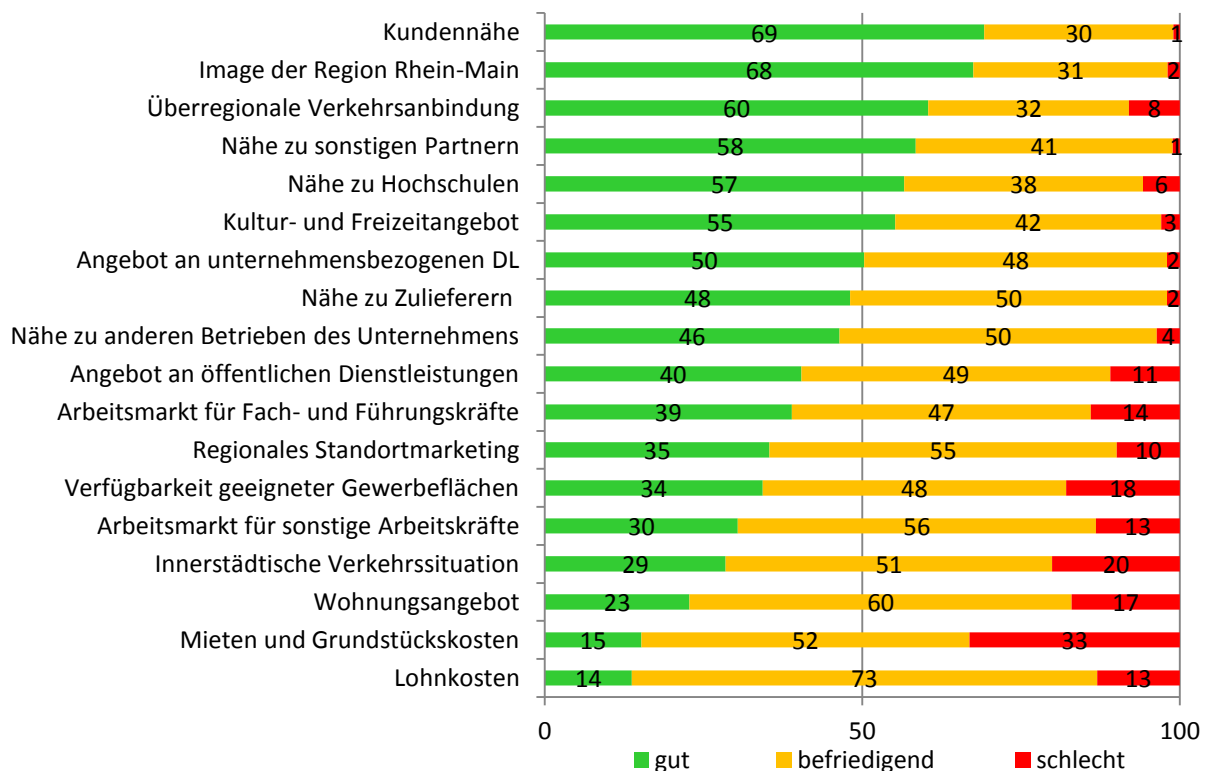
Kundennähe und Image der Region werden überdurchschnittlich gut bewertet

Die besten Zensuren bekamen dabei die Kundennähe, das Image der Region Rhein-Main, die überregionale Verkehrsanbindung, das Kultur- und Freizeitangebot sowie die Nähe zu Geschäftspartnern und Hochschulen. Neben der allgemeinen Einschätzung des Images sind es demnach vor allem die positiven Aspekte der räumlichen Verdichtung der Region, die hervorgehoben werden.

Diese Verdichtung hat jedoch aus Sicht der Betriebe auch ihre Kehrseite, denn relativ schlecht schnitten die Lohnkosten, die Mieten und Grundstückskosten, das Wohnungsangebot sowie die innerstädtische Verkehrssituation ab, die durchweg von weniger als einem Drittel der Betriebe als gut eingeschätzt werden.

Mittlere Zensuren werden hingegen für Arbeitsmarktaspekte und Dienstleistungsangebote vergeben und auch beim Kultur- und Freizeitangebot werden nur selten Defizite gesehen. Die Region wird demnach seitens der Betriebe mehrheitlich als attraktiv eingeschätzt.

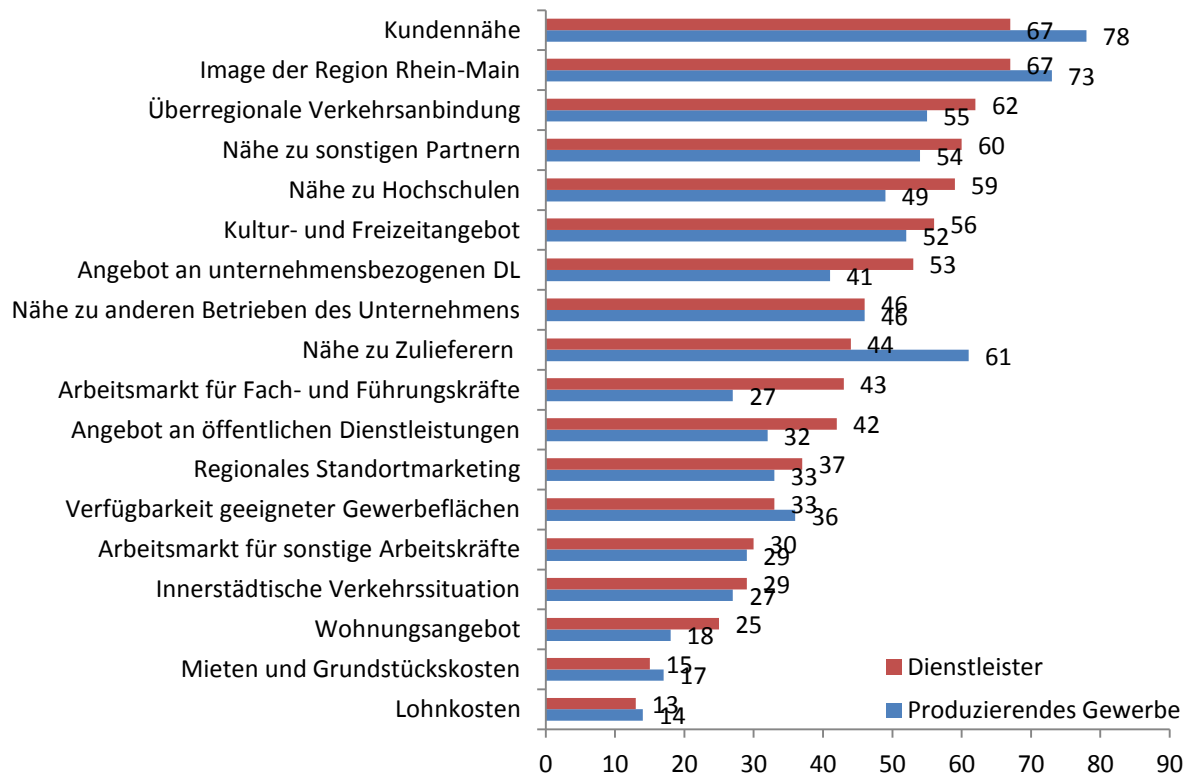
Abb. 4: Bewertung einzelner Standortfaktoren 2013, Angaben in Prozent (nur Privatwirtschaft)



Dienstleister bewerten Image und Kundenähe seltener gut

Der Vergleich zwischen den beiden privatwirtschaftlichen Sektoren zeigt bei einigen Standortfaktoren deutliche Unterschiede. Nimmt man nur die positiven Bewertungen, bewerten Dienstleistungsbetriebe insbesondere die Nähe zum Kunden und das Image der Region seltener gut, und auch die Nähe zu den Zulieferern wird kritischer gesehen. Ansonsten ist der Dienstleistungssektor aber in seiner Standortbewertung tendenziell positiver als das Produzierende Gewerbe; letzteres zeigt sich vor allem beim Dienstleistungsangebot, der Nähe zu Geschäftspartnern und Hochschulen und dem Fachkräftemarkt überdurchschnittlich kritisch.

Abb. 5: Bewertung einzelner Standortfaktoren nach Sektoren 2013, Angaben in Prozent (Kategorie „gut“, nur Privatwirtschaft)

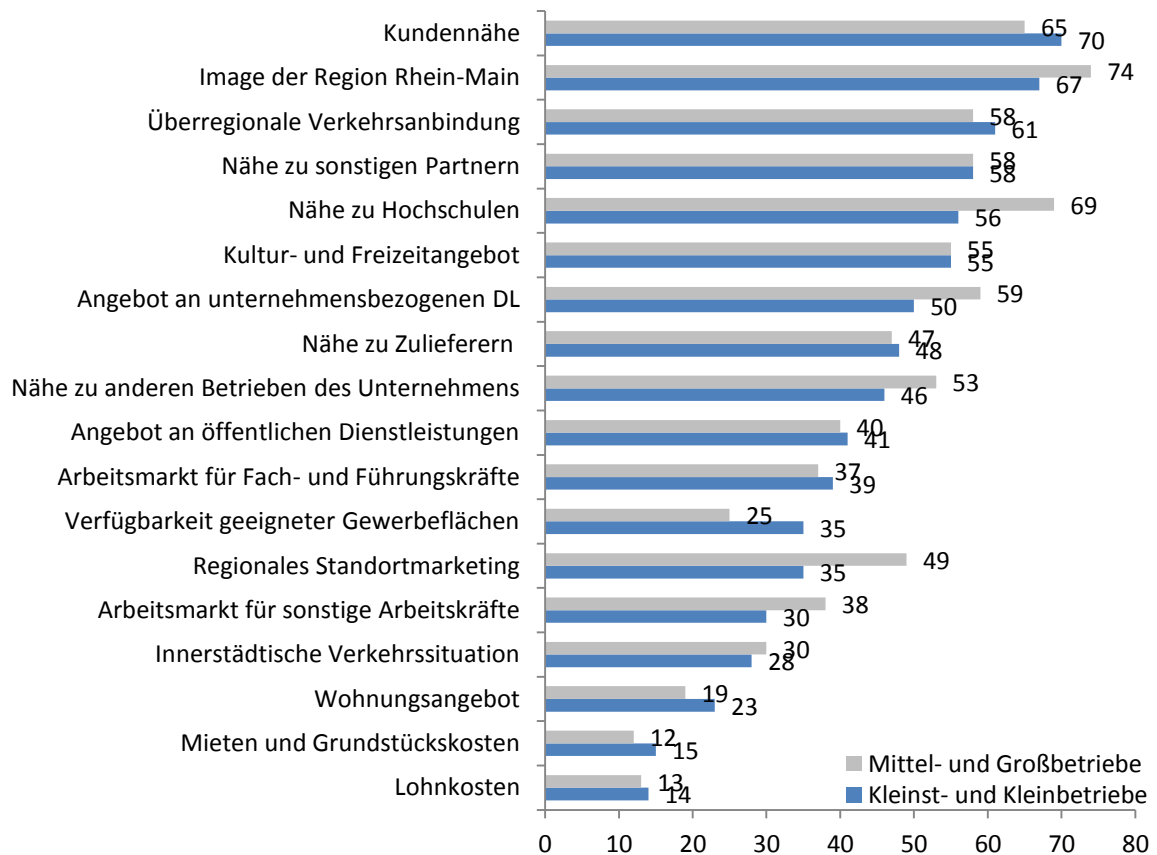


Es besteht somit ein differenziertes Bild der sektoralen Bewertung, wobei recht häufig jene Standortfaktoren weniger gut bewertet werden, die in dem jeweiligen Sektor auch eine geringere Rolle spielen, was für einen eher niedrigen Handlungsdruck spricht. Ausnahme bilden hier erneut die Lohn- und Grundstückskosten sowie das Wohnungsangebot, die sektorübergreifend negativ bewertet werden.

Mittel- und Großbetriebe sehen zentrale Faktoren positiver

Die Bewertung der einzelnen Faktoren unterscheidet sich zwischen Kleinst- und Kleinbetrieben sowie Mittel- und Großbetrieben zum Teil recht deutlich, wobei hier ein Muster auffällt: Die Mittel- und Großbetriebe sehen insbesondere jene Standortfaktoren positiver, die einen übergreifenden regionalen Fokus haben. Hierzu zählen das Image der Region, die Nähe zu Hochschulen, das Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen sowie das regionale Standortmarketing.

Abb. 6: Bewertung einzelner Standortfaktoren nach Betriebsgrößen 2013, Angaben in Prozent (Kategorie „gut“, nur Privatwirtschaft)



Bei den meisten anderen Faktoren sind die Unterschiede eher gering, wobei Kleinst- und Kleinbetriebe unter anderem die Kundennähe und die Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen positiver bewerten als die Mittel- und Großbetriebe.

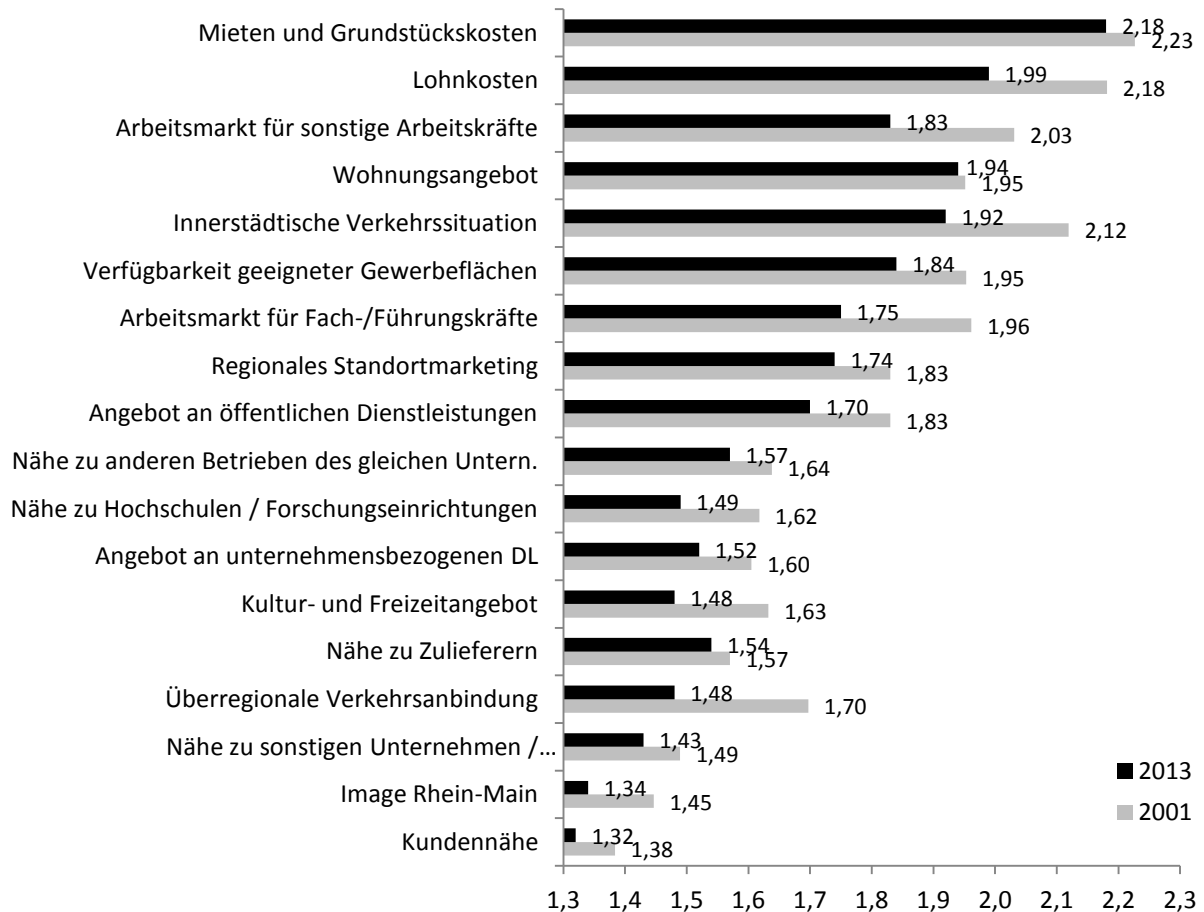
Alle Faktoren werden 2013 besser bewertet als im Jahr 2001

Die positive Bewertung des Standorts im Jahr 2013 wirft die Frage auf, ob die Region als Standort tendenziell positiver oder kritischer gesehen wird als zum Zeitpunkt der ersten Befragung 2001, oder ob einzelne Faktoren besser bewertet werden, andere aufgrund des größeren Wettbewerbs oder der stärkeren räumlichen Verdichtung hingegen schlechter.

Das Ergebnis ist hierbei durchaus überraschend, denn letzteres ist keineswegs der Fall: Alle erfassten Standortfaktoren werden seitens der Betriebe im Jahr 2013 besser bewertet als zwölf Jahre zuvor. Wenn man anhand der erfassten 3er-Skala (1=gut / 2=befriedigend / 3=schlecht) für alle Faktoren Mittelwerte bildet, ergeben sich Unterschiede von 0,01 bis zu 0,22. Dass hierbei bspw. das Kultur- und Freizeitangebot (0,15) oder das Image der Region (0,11) besser bewertet werden, ist zunächst wenig überraschend, da hier vielfältige Anstrengungen zur Verbesserung unternommen wurden, bspw. bei der regionalen Vermarktung durch den Planungsverband. Überraschend ist hingegen, dass die größten Verbesserungen bei der Innerstädtischen Verkehrssituation, der Überregionalen Verkehrsanbindung, dem Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte sowie dem Arbeitsmarkt für sonstige Arbeitskräfte zu beobachten sind – allesamt Bereiche, die in der regionalen öffentlichen Debatte als eher kritisch wahrgenommen werden. Inwieweit die Betriebe hier eine generell abweichende

Einschätzung haben, lässt sich mittels der Daten nicht klären; klar ist jedoch, dass speziell in diesen Bereichen aus Sicht der Wirtschaft Verbesserungen zu beobachten sind.

Abb. 7: Bewertung einzelner Standortfaktoren 2001 und 2013, Mittelwerte (3er-Skala, nur Privatwirtschaft)



Die geringsten Veränderungen weisen die Nähe zu Zulieferern, das Wohnungsangebot sowie die Mieten und Grundstückskosten auf. Bei den beiden letzteren ist dies insofern bemerkenswert, als man aufgrund der kritischen öffentlichen Wahrnehmung eher von einer Verschlechterung der Bewertung hätte ausgehen können; die weiterhin eher kritische Einschätzung verdeutlicht jedoch den nach wie vor bestehenden Handlungsdruck.

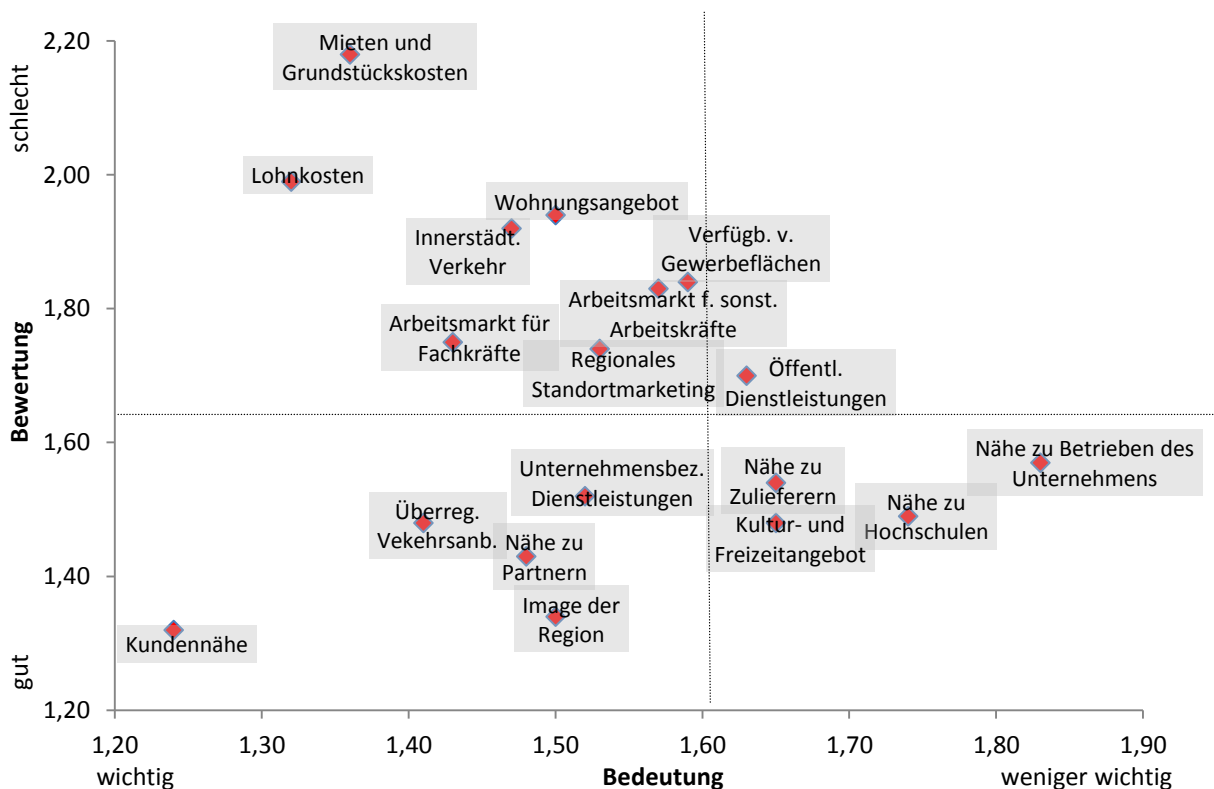
Vor allem Kostenaspekte sind zentrale Handlungsfelder

Die isolierte Betrachtung von Bedeutung oder Bewertung der Standortfaktoren gibt allerdings noch keinen eindeutigen Aufschluss über mögliche Handlungsfelder bzw. weiteren Verbesserungsbedarf. Ein Vergleich der verschiedenen Standortfaktoren untereinander allein anhand der Bewertung ist ohne die Berücksichtigung der (unterschiedlichen) Bedeutung der Faktoren demnach nur bedingt aussagekräftig. Eine schlechte Bewertung fällt schließlich umso mehr ins Gewicht, je bedeutsamer der Faktor eingeschätzt wird. Um Handlungsfelder aufzuzeigen ist es nötig, beide Aspekte - Bedeutung und Bewertung - gleichzeitig zu berücksichtigen. In der folgenden Graphik sind die durchschnittliche Bedeutung der Faktoren und ihre durchschnittliche Bewertung gegenübergestellt.

Hieraus ergibt sich eine Verteilung, für die folgende Regel gilt: Je weiter links oben sich die Faktoren in der Graphik befinden, desto problematischer sind sie anzusehen: Sie haben eine recht hohe Bedeutung und gleichzeitig eine schlechte Bewertung erhalten. Faktoren, die weit rechts unten liegen, sind dagegen eher unproblematisch: Sie haben vergleichsweise geringe Bedeutung und dazu noch eine gute Bewertung.

Letzteres gilt, wie die Grafik zeigt, für vier Faktoren: Für die Nähe zu den Hochschulen, Zulieferern und anderen Betrieben des Unternehmens sowie das Kultur- und Freizeitangebot in der Region. Dies kann demnach als relativ unproblematisch gesehen werden, zumal die oben genannte Verbesserung der Einschätzung zu berücksichtigen ist.

Abb. 8: Bedeutung und Bewertung der einzelnen Standortfaktoren 2013



Im links hiervon liegenden Abschnitt finden sich die „stärksten“ Standortfaktoren in Hessen, die eine gute Bewertung mit einer recht hohen Bedeutung vereinen. Mit Abstand am deutlichsten trifft dies auf die Kundennähe zu, aber auch das Image der Region, die Nähe zu Partnern, die überregionale Verkehrsanbindung sowie das Angebot an unternehmensbezogenen Dienstleistungen sind Aktivposten der Standortqualität.

Für die weiter oben zu findenden Standortfaktoren gilt, dass ihre ebenfalls hohe Bedeutung einer eher schlechten Bewertung gegenüber steht. Dies betrifft Arbeitsmarktaspekte, aber auch das regionale Standortmarketing, die innerstädtische Verkehrssituation und das Wohnungsangebot. Besonderer Handlungsbedarf besteht jedoch vor allem bei zwei Faktoren: Den Mieten und den Lohnkosten, also Kostenaspekten, die beide als bedeutsam eingeschätzt und schlecht bewertet werden. Hier besteht aus Sicht der Betriebe der höchste Verbesserungsbedarf.

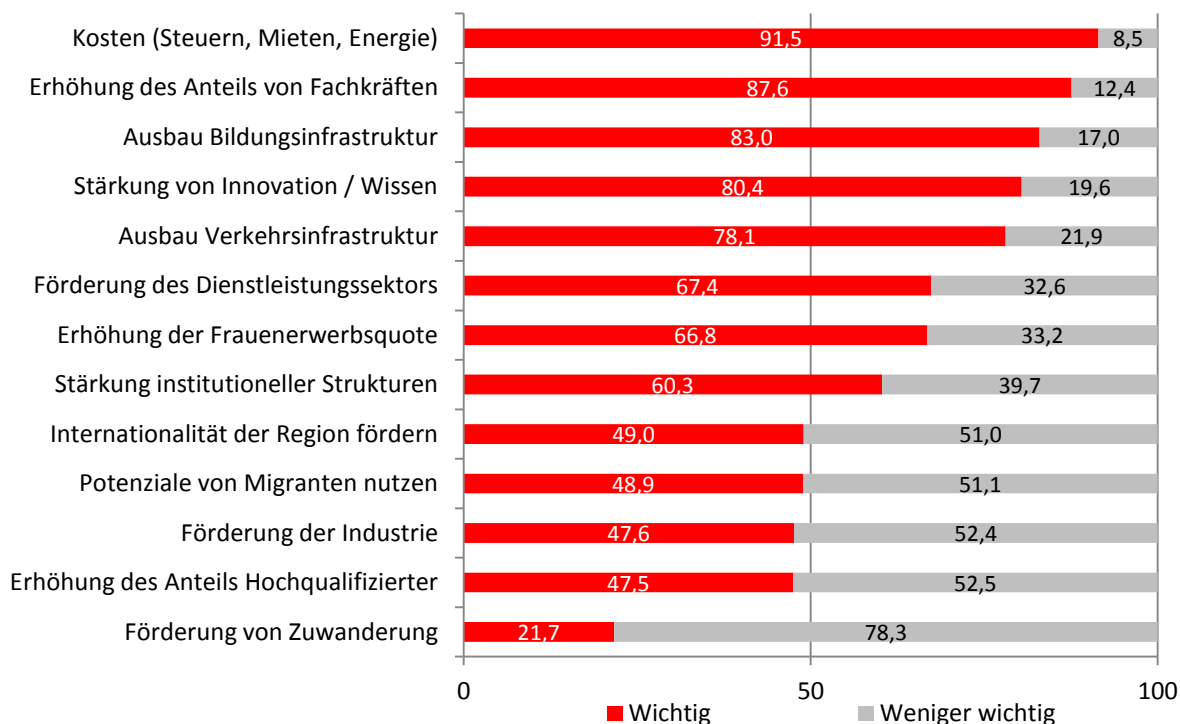
Aktivitäten zur Verbesserung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit

Die genannten Handlungsfelder werfen die Frage auf, mittels welcher konkreten Aktivitäten aus Sicht der Betriebe eine Verbesserung der Situation herbeigeführt werden könnte. Daher wurden diese abschließend gefragt, welche Bedeutung unterschiedliche regionalpolitische Maßnahmen zur Erhaltung oder Erhöhung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit besitzen.³

Priorität genießen Maßnahmen zur Kostensenkung und Fachkraftversorgung

Die oben genannten Handlungsfelder legen nahe, dass insbesondere Maßnahmen zur Kostendämpfung eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Dies ist auch der Fall: Mehr als neun von zehn Betrieben halten Aktivitäten bezüglich der Gewerbesteuern, Energiepreise und Mieten für wichtig. Fast ebenso hoch ist der Anteil allerdings auch bei den Aktivitäten zum Ausbau der Bildungsinfrastruktur und zur Erhöhung des Fachkräfteanteils. Da der Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte, wie oben gesehen, derzeit noch recht gut bewertet wird, lässt sich das als prospektiver Wunsch deuten, die Wettbewerbsfähigkeit der Region auch unter den Vorzeichen des demografischen Wandels zu erhalten.

Abb. 9: Bedeutung von Aktivitäten zur Wettbewerbsfähigkeit der Region 2013, Angaben in Prozent (nur Privatwirtschaft)



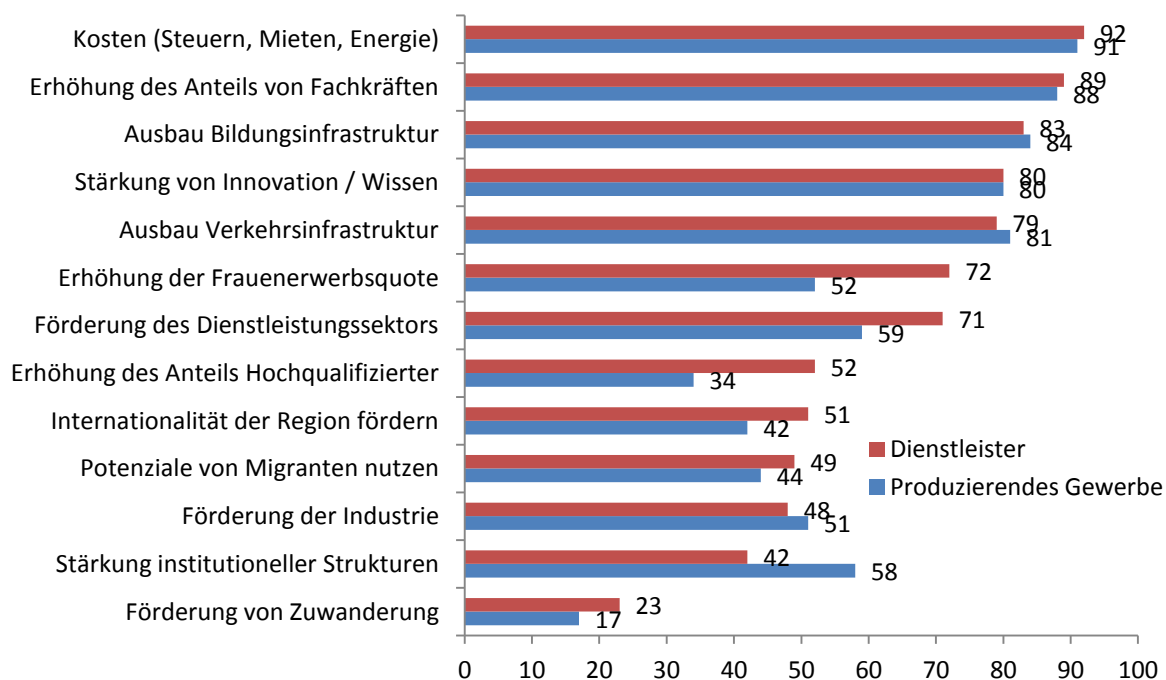
³ Vgl. hierzu auch Baden, C., Entorf, H., Neisen, V., Schmid, A., Sieger, P: Regionale Wettbewerbsfähigkeit der Metropolregionen FrankfurtRheinMain und Stuttgart im Vergleich, Frankfurt 2013, <http://www.iwak-frankfurt.de/documents/Wettbewerbsfaehigkeit.pdf>

Ebenfalls von einer deutlichen Mehrheit der Betriebe werden zudem die Stärkung von Wissen und Innovation und der weitere Ausbau der Verkehrsinfrastruktur gefordert. Da auch die Förderung der Industrie und des Dienstleistungssektors, die Erhöhung der Frauenerwerbsquote oder auch die Stärkung der Internationalität der Region von einem nennenswerten Teil der Betriebe gewünscht werden, lässt sich zusammenfassend festhalten, dass nahezu alle vorgeschlagenen Aktivitäten aus Sicht der Betriebe eine Bedeutung haben und die Anforderungen vielfältig sind. Einzig die Förderung von Zuwanderung fällt hier ab; über drei Viertel halten dies für weniger wichtig.

Vor allem der Dienstleistungssektor fordert Arbeitsmarkt- und Bildungsaktivitäten

Die Differenzen zwischen den Sektoren fallen hierbei bei den meisten Aktivitäten eher gering aus. Auffällig ist jedoch, dass insbesondere die Dienstleistungsbetriebe den Aktivitäten besonderes Gewicht geben, die zu einer Verbesserung der Bildungs- und Arbeitsmarktsituation beitragen. Hierzu zählen u.a. die Erhöhung der Frauenerwerbsquote, die Erhöhung des Anteils Hochqualifizierter sowie die Förderung der Internationalität und der Potenziale von Migranten.

Abb. 10: Bedeutung von Aktivitäten zur Wettbewerbsfähigkeit der Region nach Sektoren 2013, Angaben in Prozent (nur Privatwirtschaft)



Im Produzierenden Gewerbe sind eher Präferenzen struktureller Natur zu finden; überdurchschnittlich häufig werden die Stärkung der Verkehrsinfrastruktur und der institutionellen Strukturen generell gewünscht.

Eine Differenzierung nach den Betriebsgrößenklassen ergab bei den Präferenzen der regionalpolitischen Aktivitäten nur geringe Unterschiede; generell lässt sich festhalten, dass Großbetriebe den einzelnen Aktivitäten eine etwas höhere Bedeutung beimessen.

Zusammenfassung

Für die Beurteilung von Standortfaktoren der Region Rhein-Main sowie von Aktivitäten, die aus Sicht der Betriebe die Wettbewerbsfähigkeit beeinflussen, lassen sich folgende zentrale Befunde festhalten:

- Die Mehrzahl der erfassten Standortfaktoren wird seitens der Betriebe für wichtig gehalten. Besonders hohe **Bedeutung** haben die Kundennähe, Kostenaspekte (Mieten, Lohnkosten) und die Infrastruktur.
- Dienstleistungsbetriebe halten hierbei häufiger „weiche“ Standortfaktoren (Standortmarketing, Wohnungsangebot) für wichtig, während im Produzierenden Gewerbe vor allem die Nähe zu Kunden und Zulieferern von Bedeutung ist.
- Es zeigt sich zudem, dass mittelgroße und große Betriebe die meisten Faktoren tendenziell für wichtiger halten als Kleinst- und Kleinbetriebe, wobei vor allem Infrastruktur- und Arbeitsmarktaspekte betont werden.
- Bei der **Bewertung** der Faktoren sind ebenfalls große Differenzen zwischen den Faktoren zu beobachten. Positiv werden die Nähe zu Kunden, Partnern und Hochschulen, das Image der Region und die überregionale Verkehrsanbindung beurteilt; negativ das Wohnungsangebot, die Mieten und Lohnkosten.
- Alle erfassten Standortfaktoren wurden besser bewertet als bei der ersten Befragung im Jahr 2001. Insbesondere kritisch diskutierte Faktoren wie der Fachkräftemarkt oder die innerstädtische Verkehrssituation beurteilten die Betriebe deutlich positiver als vor zwölf Jahren.
- Nimmt man Bedeutung und Bewertung zusammen, zeigen sich Kostenaspekte (Löhne, Mieten und Grundstückskosten) als zentrale Handlungsfelder, bei denen eine hohe Bedeutung und eine eher schlechte Bewertung zusammenkommen.
- Folgerichtig wird **Aktivitäten** zur Kostensenkung auch die höchste Bedeutung zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit beigemessen.
- Fast ebenso wichtig sind nach Einschätzung der Betriebe jedoch auch Anstrengungen im Bildungs- und Arbeitsmarktbereich, vor allem aus Sicht des Dienstleistungssektors.

Der vorliegende sowie weitere IWAK-Reporte sind im Internet unter der Adresse www.iwak-frankfurt.de abrufbar.

Kontakt: ol.nuechter@em.uni-frankfurt.de