



Umfrage zur Standortloyalität und
Abwanderungsbereitschaft von
Gewerbebetrieben

Ergebnisbericht
für den Wirtschaftsstandort
Potsdam

unter Schirmherrschaft und
mit Unterstützung des



L·Q·M Marktforschung

19. Dezember 2014

Inhalt:

1. Hintergrund	2
2. Hauptergebnisse	5
3. Unternehmen im Fokus	8
4. Image der Kommune	12
5. Standortfaktoren	14
6. Leistungen der Kommune	19
7. Leistungen der Wirtschaftsförderung	21
8. Standortloyalität	25
9. Standortentwicklung	31
10. Benchmarking	35

Anhang

1. Hintergrund: Zielsetzung des GEWERBEMonitors 2014

Der GEWERBEMonitor 2014 misst Status und Entwicklung der Zufriedenheit der Potsdamer Unternehmen mit dem Standort und den Leistungen der Kommune.

Inhalte:

- Messung der Standortzufriedenheit und -loyalität der Potsdamer Unternehmen
- Ermittlung des Standortimages und Bewertung der Standortfaktoren aus Sicht der Gewerbebetriebe
- Analyse der wahrgenommenen Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandorts Potsdam
- Entwicklung der Standortzufriedenheit seit der letzten Befragung im Jahr 2012
- Vergleich der Befragungsergebnisse mit den anonymisierten Vergleichswerten aus anderen Kommunen und Landkreisen
- Aufnahme von Anmerkungen und Verbesserungsvorschlägen der Unternehmen an die Stadtverwaltung Potsdam und die Wirtschaftsförderung
- Erstellung von individualisierten Einzelberichten der Unternehmen (bei Zustimmung)
- Erhebung von Kontaktwünschen zu persönlichen Gesprächsterminen

1. Hintergrund: Methodik der Studie

Nach einem Ankündigungsschreiben durch die Landeshauptstadt Potsdam wurden die Unternehmen telefonisch befragt.

- Feldzeit: 16.06. - 04.07.2014
- Durchschnittliche Interviewdauer: 13 min.
- Der GEWERBEMonitor Potsdam 2014 fand als Wiederholungsstudie der Unternehmensbefragungen von 2008 und 2012 statt.
- Mit einem persönlichen Schreiben hat der Oberbürgermeister der Stadt Potsdam die Unternehmen zur Teilnahme an der Befragung eingeladen
- Circa eine Woche nach Versenden des Ankündigungsschreibens wurden die Interviews durch die L-Q-M Marktforschung GmbH telefonisch durchgeführt.
- Insgesamt enthielt der Fragebogen 23 geschlossene und 3 offene Fragen plus die Möglichkeit zur Individualisierung und Aufnahme eines Kontaktwunsches.
- Befragungsteilnehmer: 202 Führungskräfte von in Potsdam ansässigen Unternehmen
- Mit wenigen Ausnahmen wurden Unternehmen mit 10 oder mehr Mitarbeitern befragt.



1. Hintergrund: Interviewstatistik

Fast jedes zweite Unternehmen konnte zur Teilnahme an der Umfrage gewonnen werden.

Anzahl gelieferte Adressen	n = 424
<i>Falsche Telefonnummer/Ansagedienst/kein Anschluss/Nicht abgenommen/Umzug/besetzt</i>	<i>n = 36</i>
Anzahl bereinigte Adressen	n = 388
<i>Verweigerungen</i>	<i>n = 155</i>
<i>Ansprechpartner wurden kontaktiert, aber während der Befragungszeit nicht erreicht</i>	<i>n = 31</i>
Erfolgreiche Interviews	n = 202
<i>Davon Zustimmung zur Individualisierung</i>	<i>n = 70</i>
<i>Davon Anzahl Kontaktwünsche</i>	<i>n = 16</i>

Ziel der Studie war eine Vollerhebung aller Potsdamer Unternehmen mit 10 oder mehr Mitarbeitern; es wurde daher eine vollständige Liste dieser Unternehmen als Ausgangsstichprobe herangezogen.

Die befragte Stichprobe entspricht - auch in Bezug auf die vertretenen Branchen - der Gesamtheit der größeren Unternehmen in Potsdam.

Der vorliegende Ergebnisbericht der Unternehmensbefragung ist damit eine verlässliche Basis für die Bestandsanalyse und die Ableitung von Maßnahmen durch die Wirtschaftsförderung und Stadtverwaltung von Potsdam.

2. Hauptergebnisse (I)

- Potsdam zeigt sich erneut als zukunftsorientierter, wirtschaftsstarker Unternehmensstandort mit sehr hoher Lebensqualität. Im Vergleich zu den Vorjahren wird bezüglich der meisten Aspekte ein ohnehin schon hohes Zufriedenheitsniveau entweder gehalten oder nochmals verbessert. Es gibt aber auch einige Standortfaktoren, an denen die befragten Vertreterinnen und Vertreter von Potsdamer Unternehmen dieses Jahr etwas mehr Kritik äußern als noch 2012.
- Die Globalzufriedenheit mit dem Wirtschaftsstandort ist hoch – noch stärker als 2008 und 2012 assoziiert man mit Potsdam Attribute wie „sympathisch“ und „hohe Lebensqualität“, aber auch „zukunftsorientiert“ und „weltoffen“. Dazu passt die Beobachtung, dass noch mehr Befragte als in den Vorjahren der Meinung sind, dass es mit dem Standort aufwärts geht.
- Die Nähe zu den Kunden sowie zu Forschung und Wissenschaft gehört zu den Standortfaktoren von Potsdam, die bereits bei den früheren Untersuchungen besonders gut bewertet wurden. Auch der Zugang zu Business-Netzwerken und die allgemeine Wettbewerbssituation haben sich in der Bewertung der ortsansässigen Unternehmen verbessert. An den Preisen für Immobilien und an der Verfügbarkeit von Fachkräften, ohnehin zwei eher schwächeren Punkten, gibt es aber mehr Kritik als noch 2012. In den offenen Kommentaren werden von jeweils ungefähr einem Zehntel die Grundstückssituation und Einzelaspekte der Infrastruktur bemängelt.
- Stabil im Trend zeigt sich die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren, die sich dem Thema „Leben und Wohnen“ zuordnen lassen. Mit der Lebensqualität in Potsdam und ihren Einzelaspekten wie z.B. der Sicherheit und dem Kulturangebot ist man meist „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“. Es zeigt sich aber, dass gerade die Verfügbarkeit von Wohnraum den Erwartungen der meisten Befragten nicht entspricht.

2. Hauptergebnisse (II)

- Nicht ganz so gut wie das Image von Potsdam wurden in den Untersuchungen der Vorjahre die Leistungen von Kommune und Wirtschaftsförderung bewertet. Diese Differenz besteht zwar noch immer, konnte aber durch messbare Verbesserungen in der Bewertung der städtischen Angebote weiter reduziert werden.
- Zwar gibt es von einigen Befragten noch Kritik an einigen Leistungen der Kommune, gerade an der Transparenz von Genehmigungsverfahren. Aber insbesondere bei letzterer, ebenso wie bei den Öffnungszeiten und der Außendarstellung der Kommune, ist seit 2012 ein positiver Trend zu erkennen.
- Parallel dazu zeigt sich eine Verbesserung bei einigen Aspekten der Arbeit der Wirtschaftsförderung, insbesondere bei der Bereitstellung von Informationen, der allgemeinen Kompetenz der Ansprechpartner sowie bzgl. der Hilfe bei der Suche nach Betriebsgrundstücken. Die Erreichbarkeit und die allgemeine Kompetenz der Ansprechpartner bei der Wirtschaftsförderung werden etwas besser bewertet als die äquivalenten Aspekte hinsichtlich der Kommune allgemein. Befragte, deren Unternehmen in den letzten 12 Monaten Kontakt zur Wirtschaftsförderung hatte, haben von dieser im Durchschnitt eine deutlich bessere Meinung als Befragte ohne Kontakt.
- Die Loyalität zum Unternehmensstandort Potsdam ist insgesamt sehr hoch. 87 Prozent der Befragten bezeichnen sich als mit Potsdam verbunden, 76 Prozent würden den Standort weiterempfehlen. 74 Prozent betrachten den Standort zur Zielerreichung als bestens geeignet und 65 Prozent geben an, sich in Zukunft stärker engagieren zu wollen. Bezüglich der letzten beiden Punkte ist allerdings seit 2012 (auf hohem Niveau) ein Rückgang feststellbar. Befragte, deren Unternehmen Kontakt zur Wirtschaftsförderung hatte, zeigen sich dem Standort gegenüber loyaler als die Befragten aus Unternehmen, die keinen Kontakt hatten.

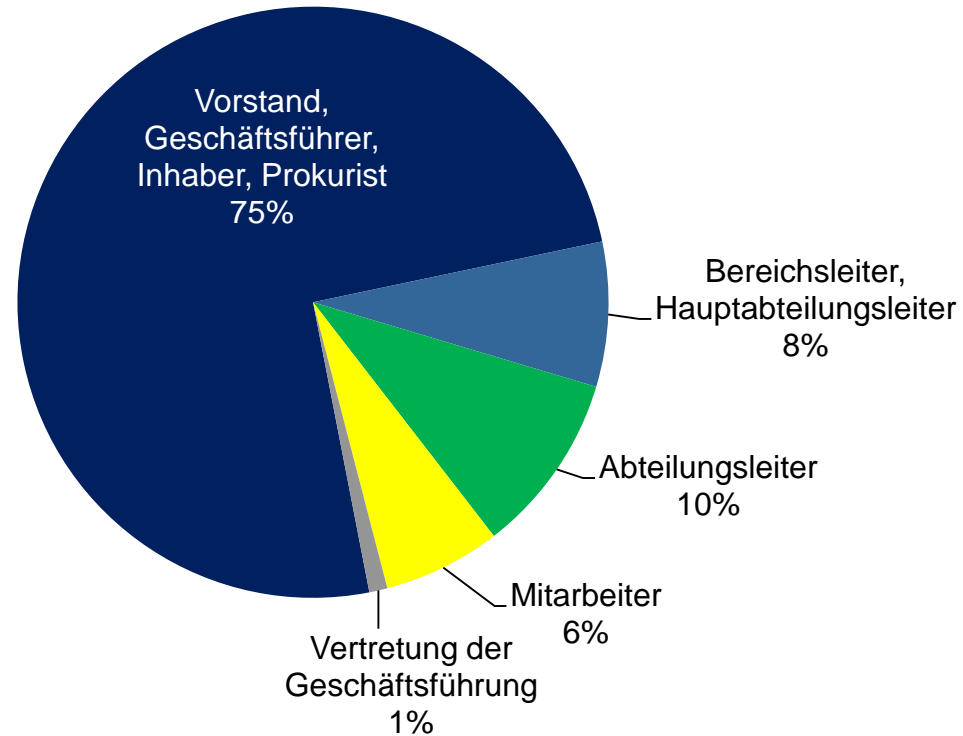
2. Fazit

- Die Landeshauptstadt Potsdam und damit auch der Wirtschaftsstandort befinden sich in vielerlei Hinsicht in einer sehr begünstigten Situation. Als attraktive Stadt direkt neben der Metropole Berlin gelegen, geprägt vom kulturellem Glanz der Vergangenheit und der florierenden Wirtschaft der Gegenwart ist es nicht überraschend, dass auch die Unternehmensbefragung mit positiven Bewertungen zum Standort aufwarten kann. Die Unternehmen schätzen die vielen Pluspunkte, das Image und das Lebensgefühl in der Stadt. Als Kehrseite des boomenden Standorts sind naturgemäß steigende Immobilienpreise und eine Verknappung der verfügbaren Flächen zu spüren, was von den Unternehmen kritisch beobachtet wird.
- Vor diesem Hintergrund wäre nicht unbedingt die positive Bewertung der Wirtschaftsförderung zu erwarten. Sie kann kaum bei der Suche nach Immobilien- und Erweiterungsflächen helfen und ist darüber hinaus Teil der bei Unternehmen oft ungeliebten regulierenden Verwaltung, was schwerlich Begeisterung wecken kann.
- Das Ergebnis der Umfrage zeigt das Gegenteil: Der Wirtschaftsförderung ist es gelungen, die Zufriedenheit der Unternehmen mit ihrem Unterstützungs- und Beratungsangebot seit 2008 kontinuierlich zu verbessern. Unternehmen, die Kontakt zur Wirtschaftsförderung hatten, sind nicht nur mit der Wirtschaftsförderung insgesamt zufriedener, sondern sie empfinden den Standort Potsdam insgesamt noch positiver, als die Unternehmen, die keinen Kontakt zur Stadt hatten. Es ist der Wirtschaftsförderung gelungen, die positive Grundstimmung bei den von ihnen betreuten Unternehmen aufzunehmen und im Sinne der Standort- und der Unternehmensentwicklung zu verstärken. Hier gilt es, nicht nachzulassen, das Leistungsangebot weiter auszubauen und die Wirtschaftsorientierung der Stadt weiterhin glaubhaft zu kommunizieren.

3. Unternehmen im Fokus: Position im Unternehmen

Es wurden überwiegend Interviews mit Führungskräften geführt.

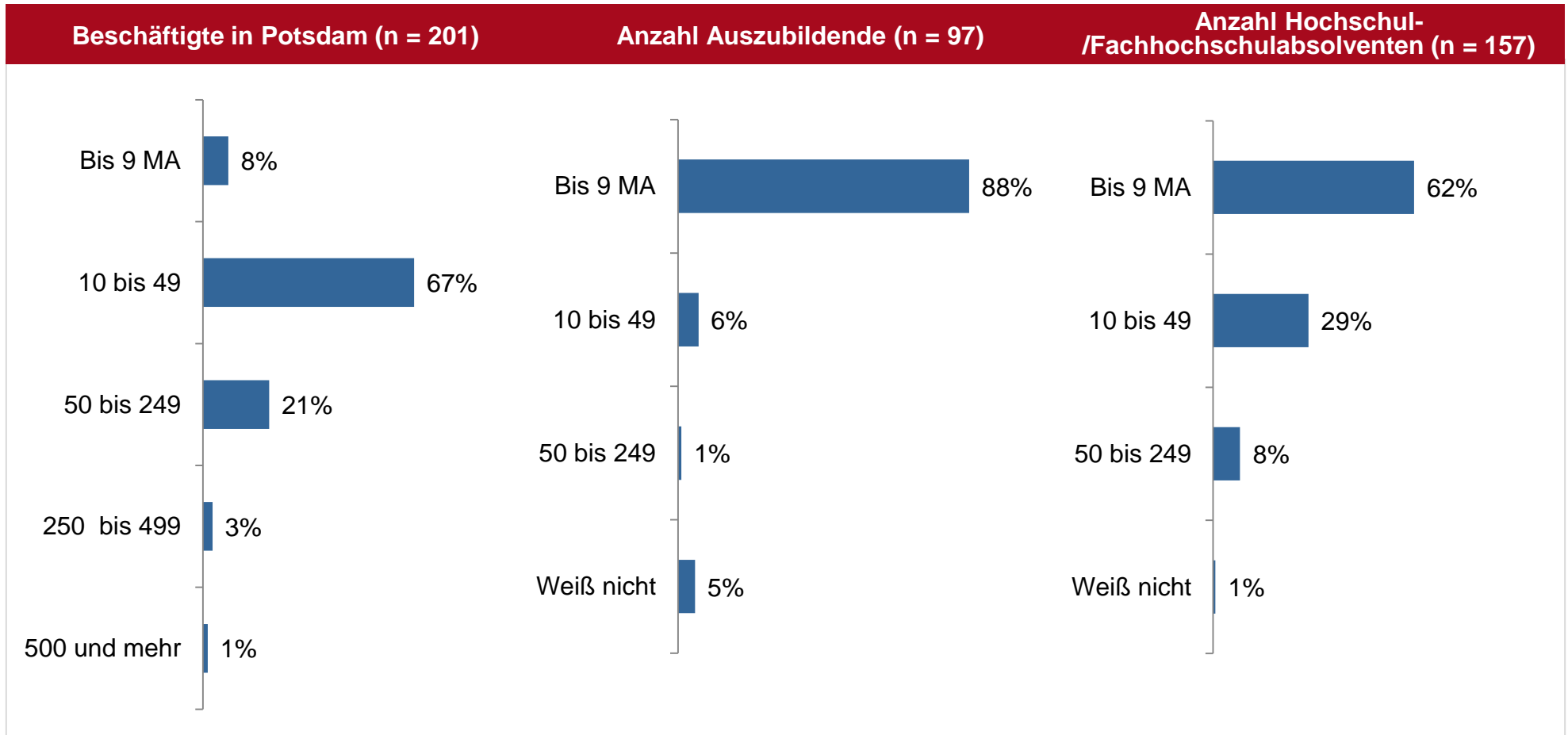
Position im Unternehmen (n = 202)



Frage 33: „Welche Position nehmen Sie in Ihrem Unternehmen ein?“

3. Unternehmen im Fokus: Anzahl Mitarbeiter

Die Mehrheit der Unternehmen in der Befragung beschäftigt mehr als 10 Mitarbeiter.



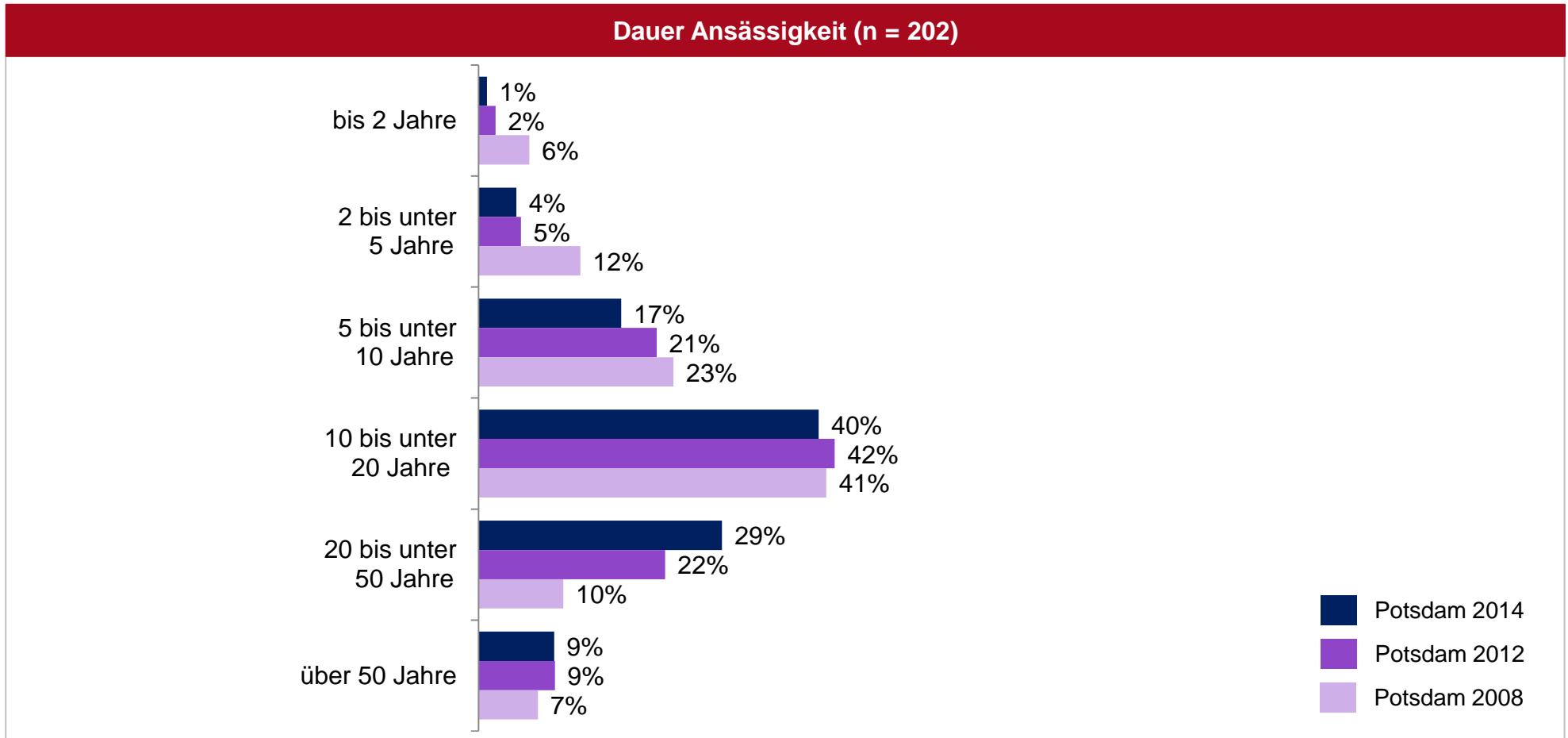
Frage 20: „Wie viele Beschäftigte, einschließlich Auszubildenden und Teilzeitkräften, hatte Ihr Unternehmen in Potsdam durchschnittlich in den letzten 12 Monaten?“

Frage 21: „Und wie viele davon waren Auszubildende?“

Frage 22: „Und wie viele davon waren Beschäftigte mit einem Hochschul- oder Fachhochschulabschluss?“

3. Unternehmen im Fokus: Dauer der Ansässigkeit

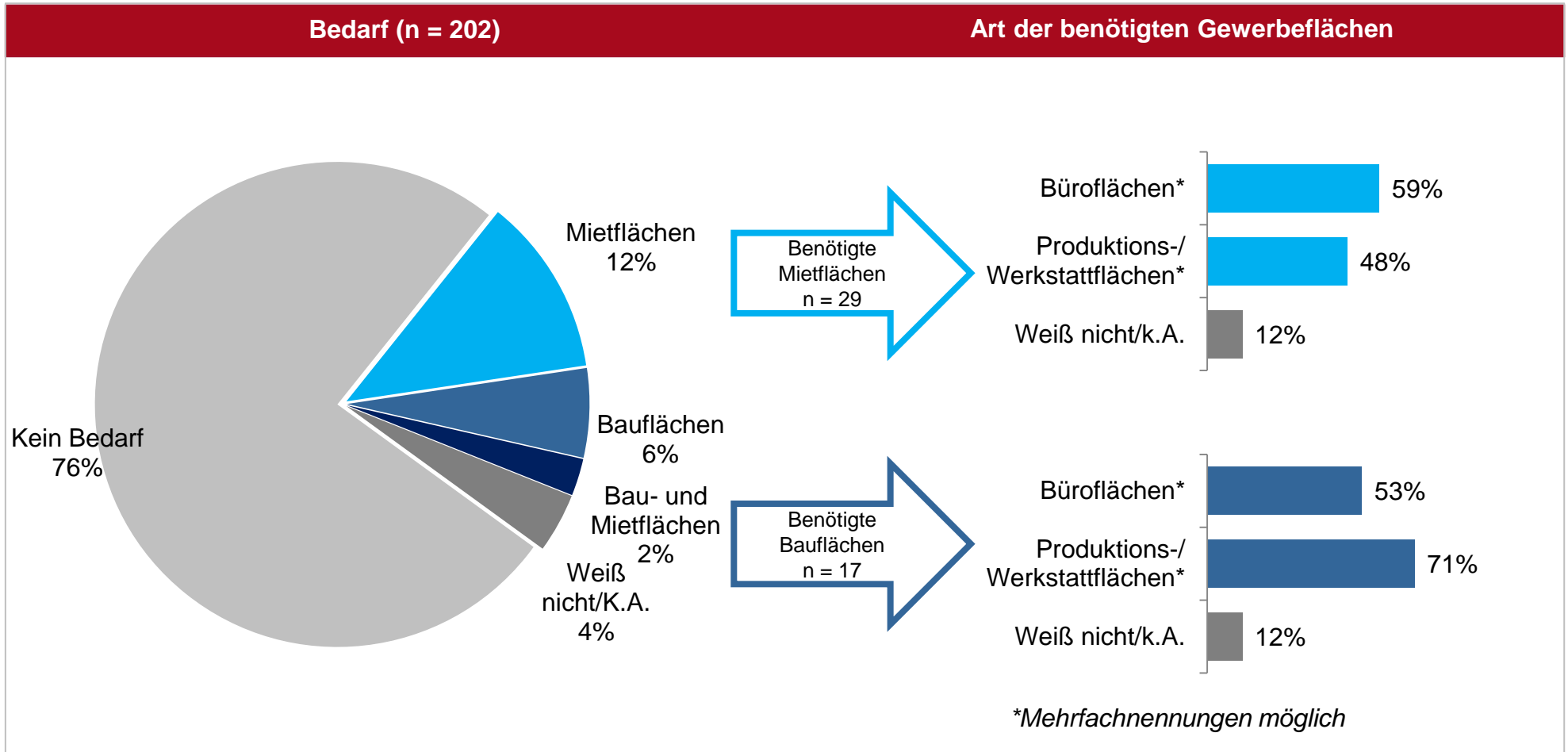
Etwa ein Viertel der befragten Unternehmen ist erst seit höchstens 10 Jahren in Potsdam angesiedelt. Eine ähnliche Verteilung hatte sich schon 2012 gezeigt.



Frage 3: „Wie lange ist Ihr Unternehmen schon in Potsdam ansässig?“

3. Unternehmen im Fokus: Bedarf an zusätzlichen Gewerbeflächen

Jedes vierte der befragten Unternehmen hat Bedarf an zusätzlichen Gewerbeflächen in Potsdam.

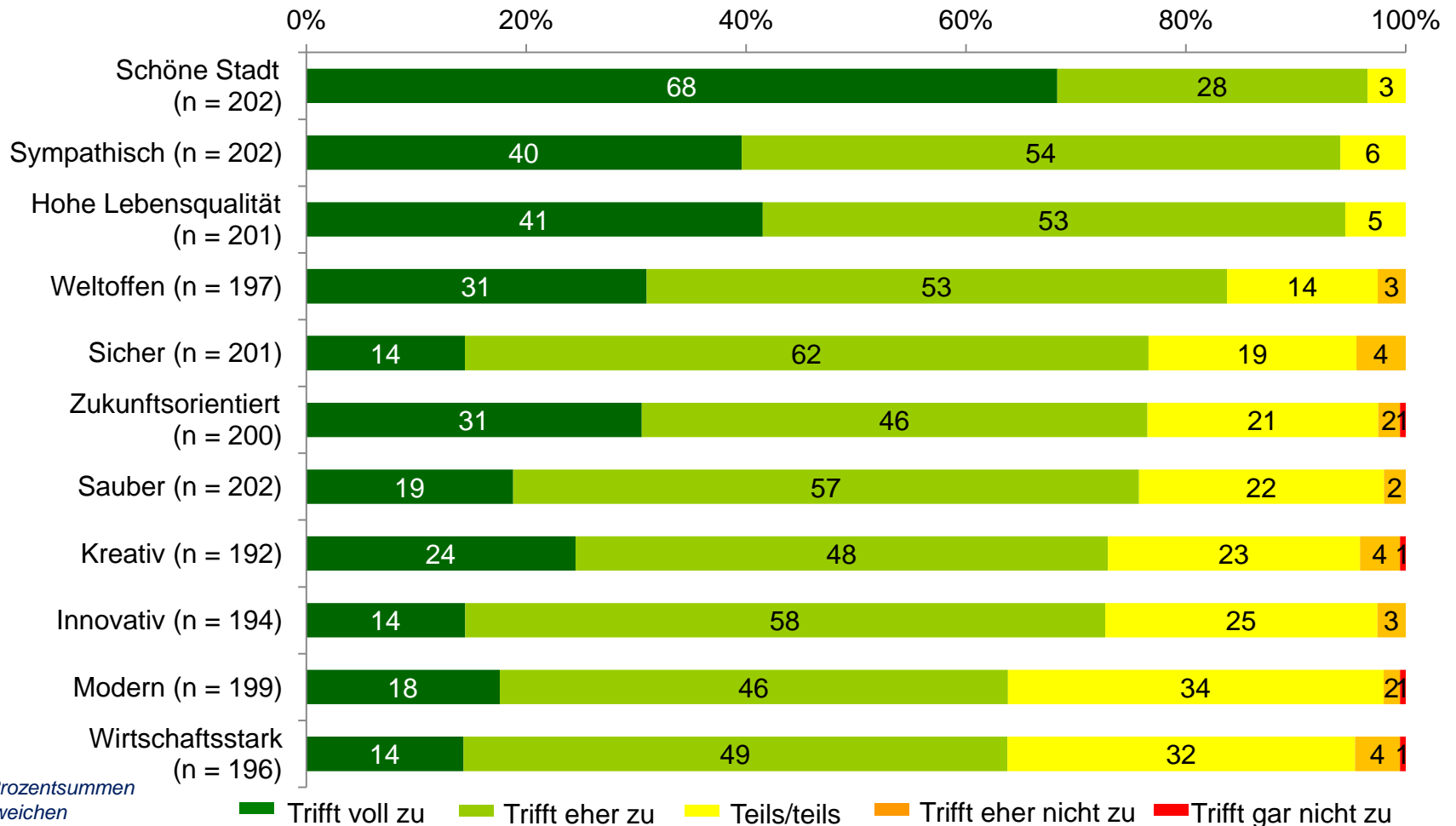


Frage 31: „Hat Ihr Unternehmen einen Bedarf an zusätzlichen Gewerbeflächen in Potsdam? Falls ja, würde es sich dabei um Bauflächen oder Mietflächen handeln?“ (Mehrfachantworten möglich; Anteil Ja-Antworten)

Frage 32: „Bei den zusätzlichen Gewerbeflächen – würde es sich dabei um Büroflächen oder um Produktions-/Werkstattflächen handeln?“ (Mehrfachantworten möglich; Anteil Ja-Antworten)

4. Image der Kommune

Besonders die hohe Lebensqualität und das schöne Stadtbild bestimmen die Wahrnehmung von Potsdam.

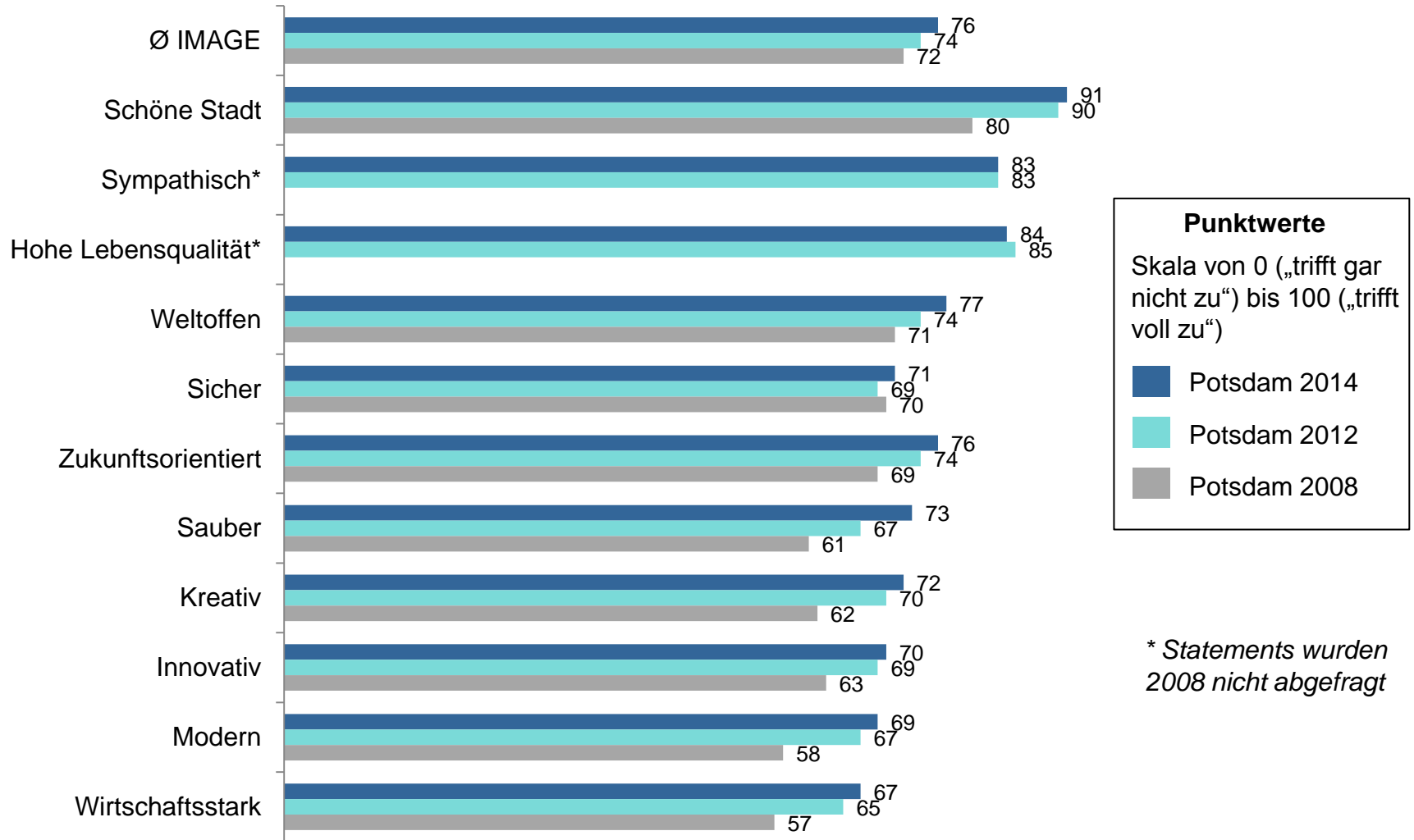


Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

Frage 12: „Jetzt ganz allgemein zu Potsdam. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf Potsdam zu?“

4. Image der Kommune im Zeitvergleich

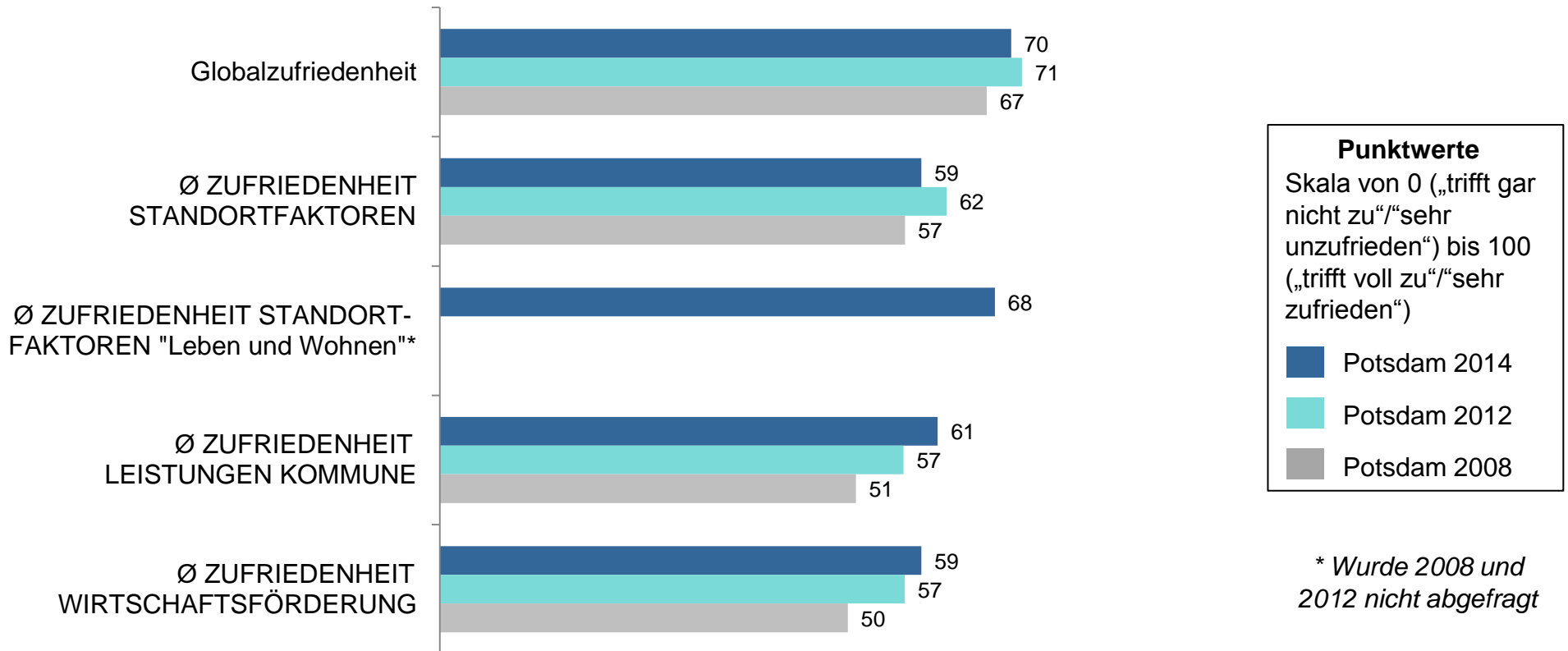
Das Image von Potsdam hat sich seit 2012 weiterhin verbessert.



Frage 12: „Jetzt ganz allgemein zu Potsdam. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf Potsdam zu?“

5. Standortfaktoren: Übersicht im Zeitvergleich

Die Bewertung der Standortfaktoren hat sich verschlechtert, die Globalzufriedenheit ist – möglicherweise wegen höherer Zufriedenheit mit der Verwaltung – konstant.



Globalzufriedenheit ->Fr. 1: „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschaftsstandort Potsdam?“

Ø Zufriedenheit Standortfaktoren ->Fr. 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Potsdam.“

Ø Zufriedenheit Standortfaktoren „Leben und Wohnen“ ->Fr. 6: „Wie bewerten Sie die folgenden Standortfaktoren in Potsdam, die sich alle auf das Thema „Leben und Wohnen“ beziehen.“

Ø Zufriedenheit Leistungen der Stadtverwaltung ->Fr. 9: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Stadtverwaltung Potsdam sprechen“

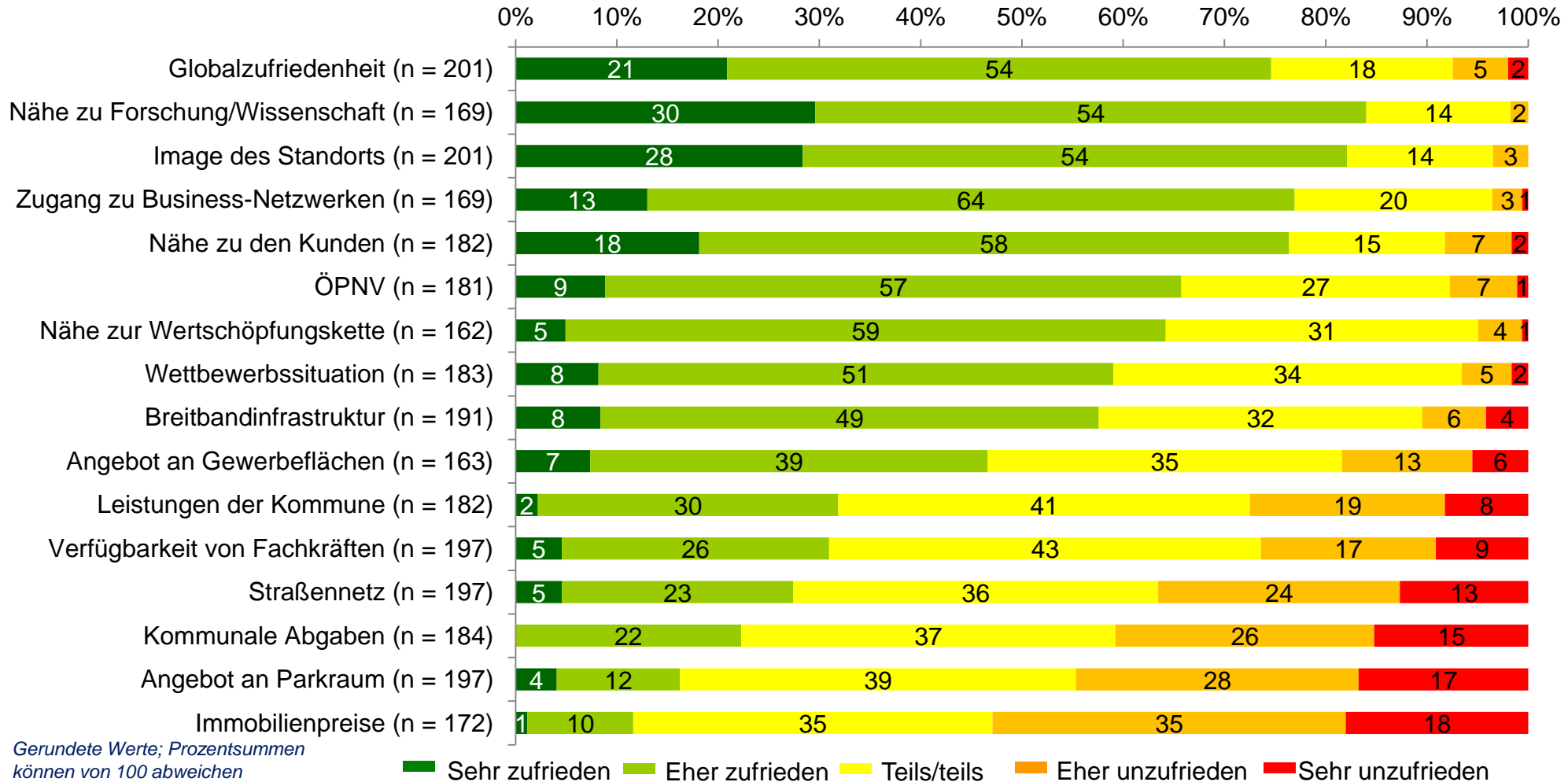
Ø Zufriedenheit Wirtschaftsförderung:

->Fr. 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

->Fr. 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

5. Standortfaktoren: Zufriedenheit

Am größten ist die Zufriedenheit mit der Nähe zu Forschung und Wissenschaft, mit dem Image sowie mit der Nähe zu den Kunden.



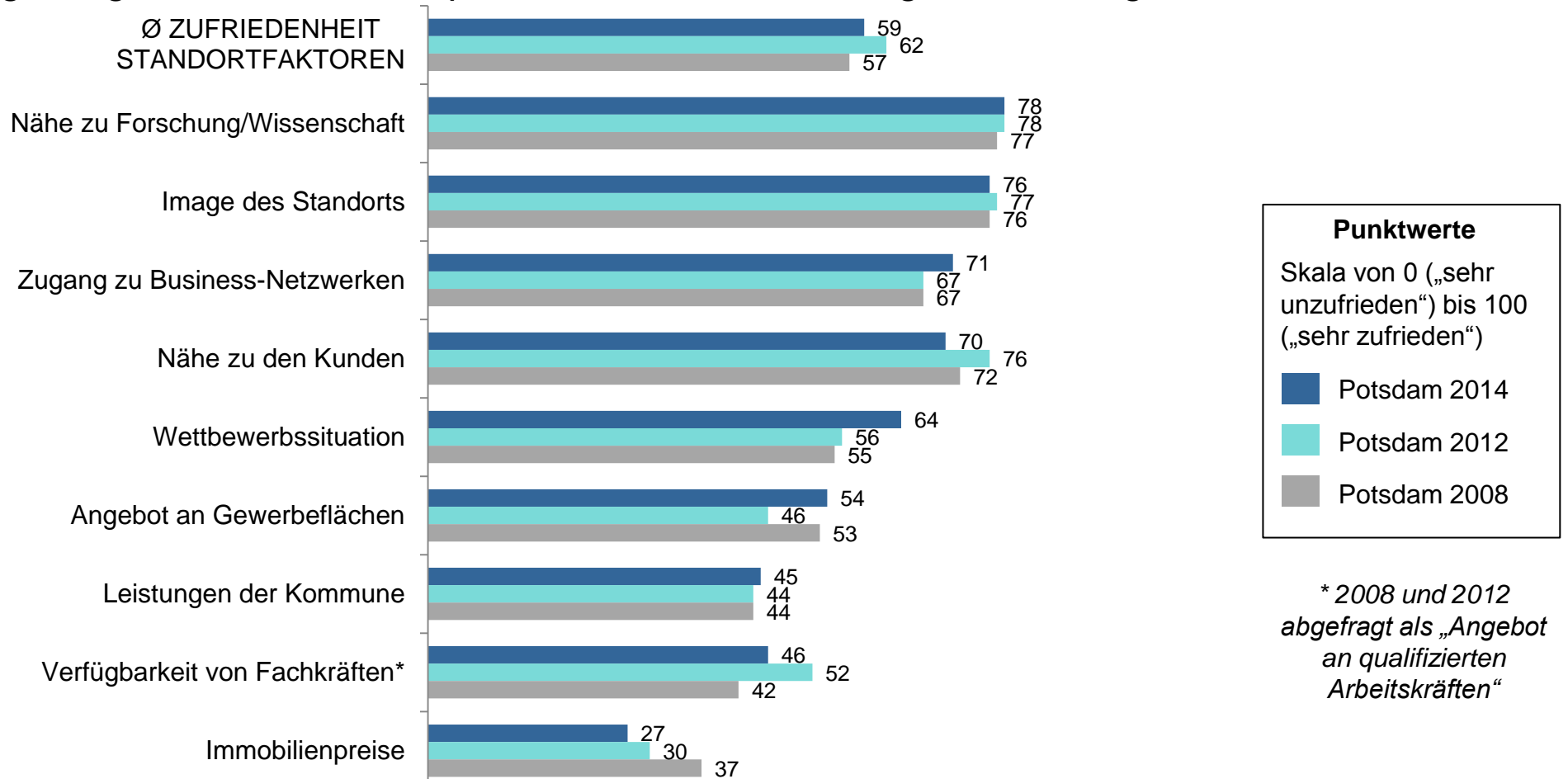
Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

Frage 1: „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschaftsstandort Potsdam?“

Frage 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Potsdam.“

5. Standortfaktoren: Zufriedenheit im Zeitvergleich

Die Zufriedenheit mit der Wettbewerbssituation und dem Gewerbeflächenangebot ist gestiegen, mit Immobilienpreisen und Fachkräfteangebot etwas gesunken.



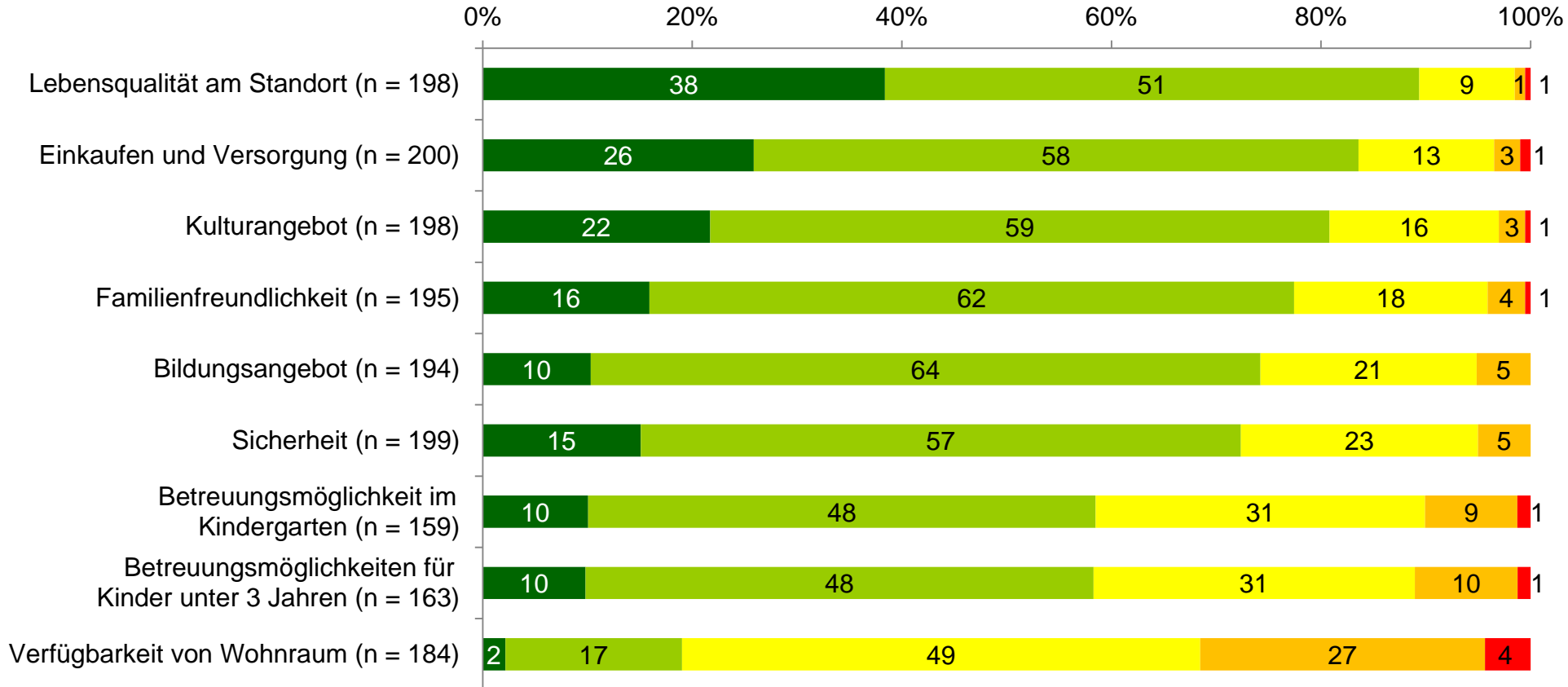
Keine Faktoren gelistet, zu denen Daten erst ab 2014 vorliegen: Straßennetz innerhalb Stadt, Parkraum, ÖPNV, Breitband, Nähe zur Wertschöpfungskette, kommunale Steuern/Abgaben/Gebühren

Frage 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Potsdam.“



5. Standortfaktoren zum Thema „Leben und Wohnen“: Zufriedenheit

Kaum einer bezweifelt die Lebensqualität am Standort – aber an der Verfügbarkeit von Wohnraum gibt es von vielen Kritik.



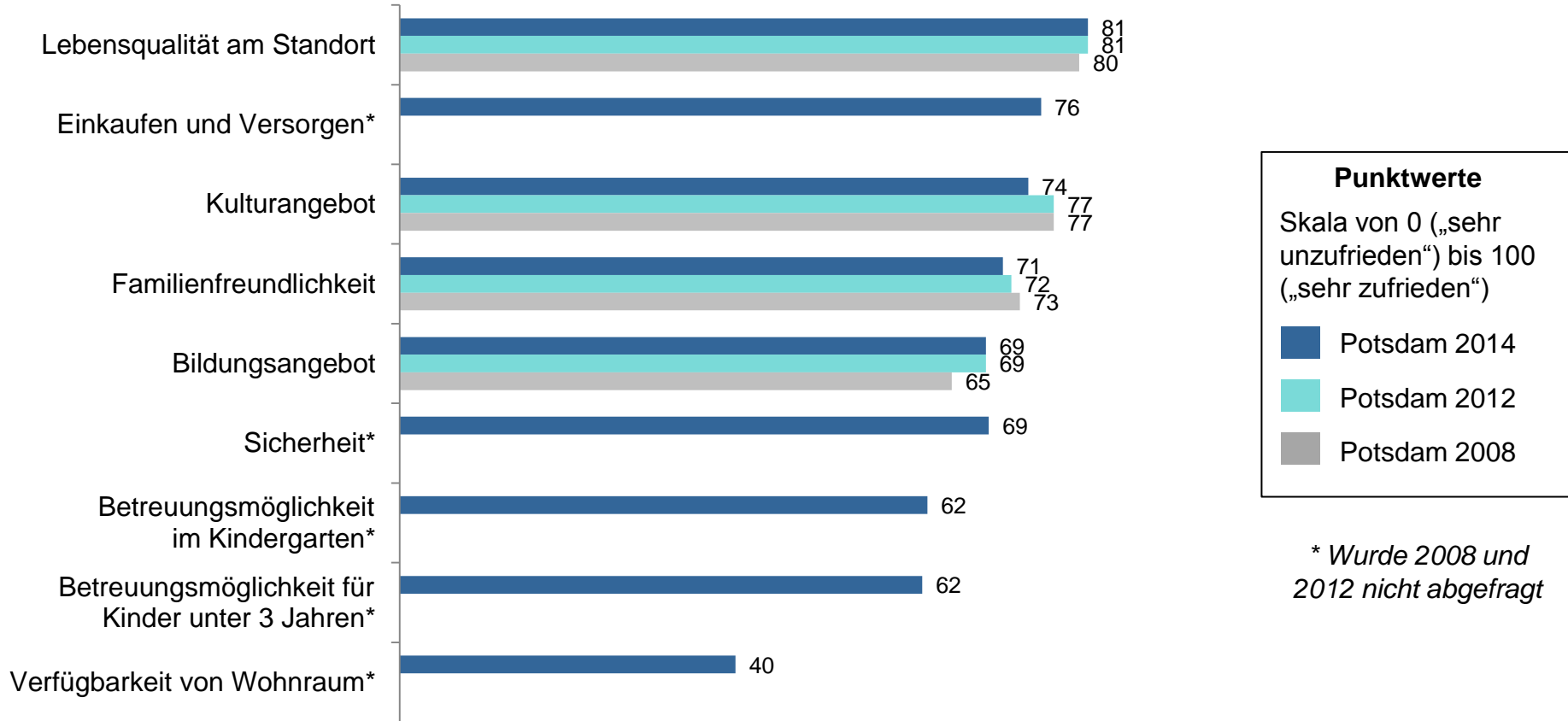
Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

■ Sehr zufrieden
 ■ Eher zufrieden
 ■ Teils/teils
 ■ Eher unzufrieden
 ■ Sehr unzufrieden

Frage 6: „Wie bewerten Sie die folgenden Standortfaktoren in Potsdam, die sich alle auf das Thema Leben und Wohnen beziehen?“

5. Standortfaktoren zum Thema „Leben und Wohnen“: Zufriedenheit im Zeitvergleich

Insgesamt scheinen die Einschätzungen stabil zu sein.



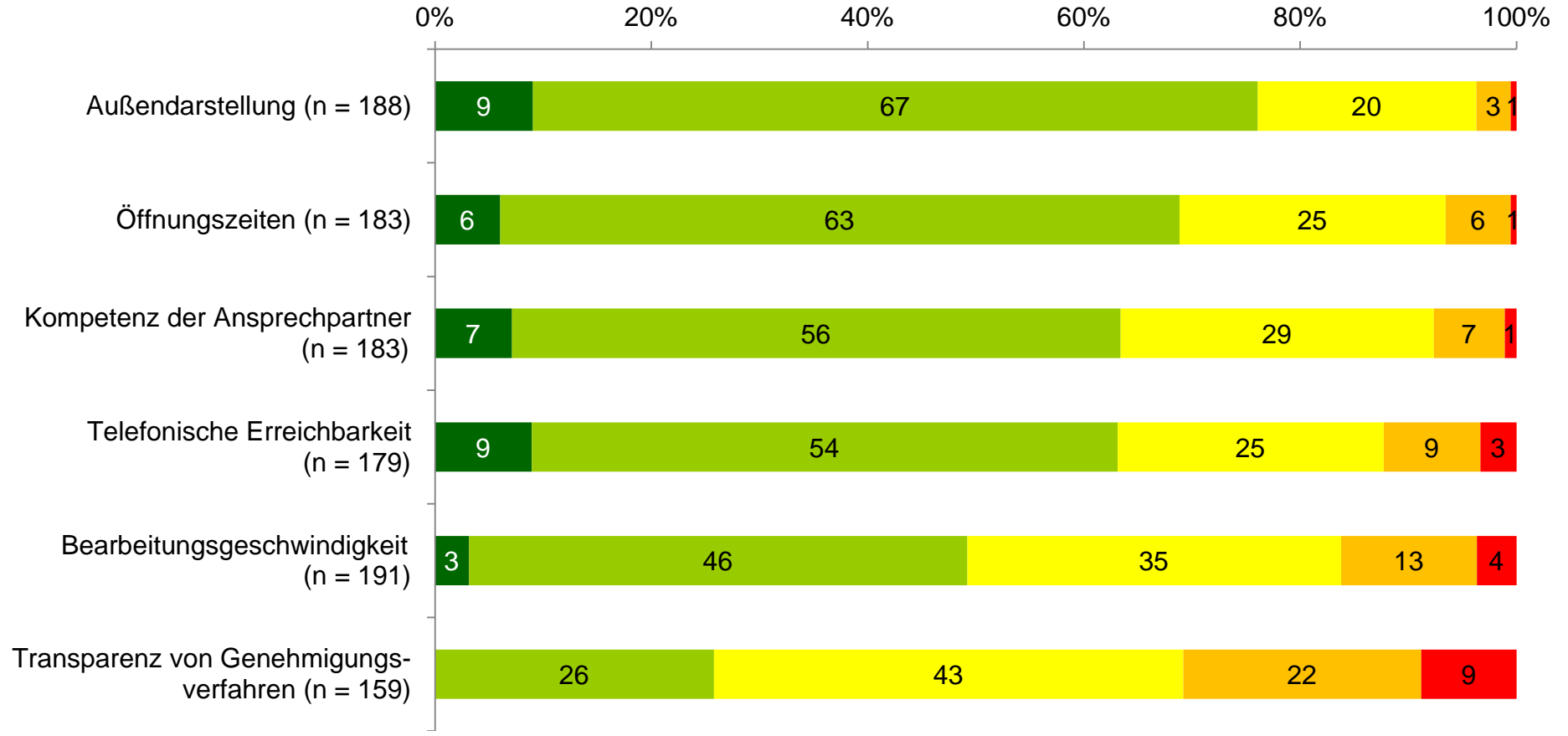
Keine Faktoren, zu denen Daten erst ab 2014 vorliegen: *Sicherheit, Verfügbarkeit Wohnraum, Einkaufen und Versorgung, Betreuungsmöglichkeiten*

Frage 6: „Wie bewerten Sie die folgenden Standortfaktoren in Potsdam, die sich alle auf das Thema Leben und Wohnen beziehen?“



6. Leistungen der Kommune: Zufriedenheit

Die Außendarstellung überzeugt die Meisten, die Transparenz der Genehmigungsverfahren ist für viele Unternehmen nicht gegeben.



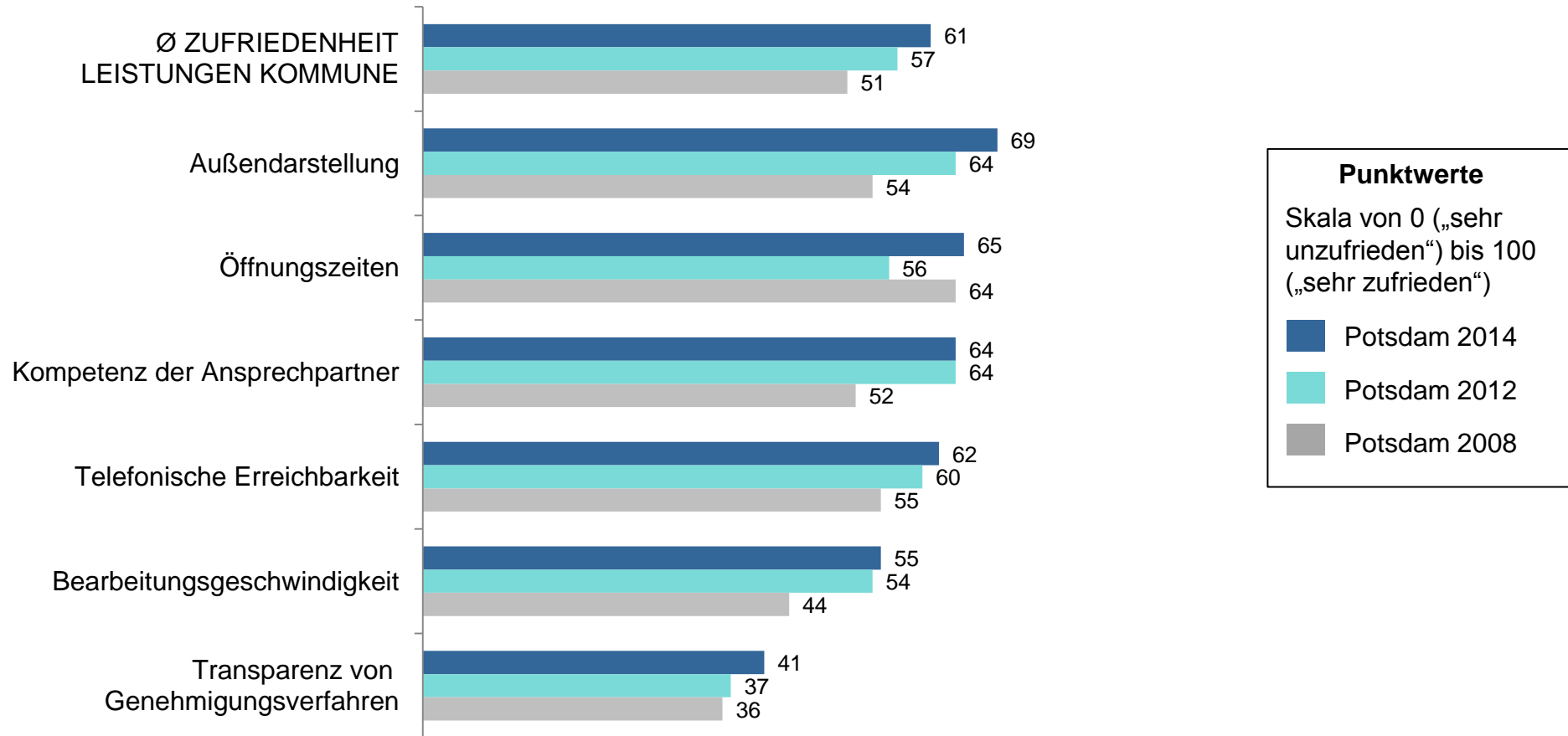
Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

■ Sehr zufrieden
 ■ Eher zufrieden
 ■ Teils/teils
 ■ Eher unzufrieden
 ■ Sehr unzufrieden

Frage 9: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Stadtverwaltung Potsdam sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

6. Leistungen der Kommune: Zufriedenheit im Zeitvergleich

Die Außendarstellung und Öffnungszeiten der Kommune werden besser bewertet als noch 2012.

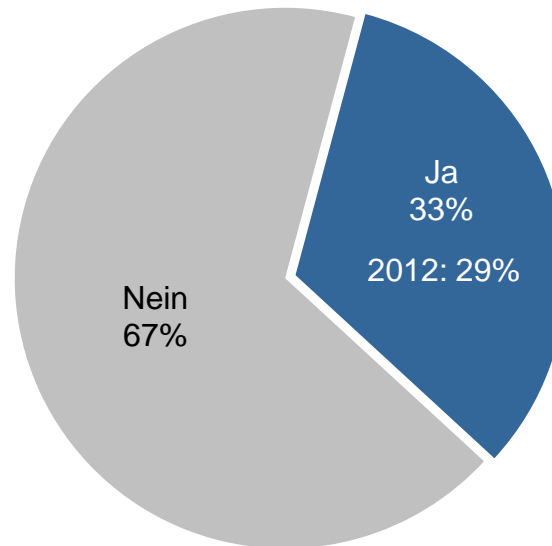


Frage 9: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Stadtverwaltung Potsdam sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

7. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Kontakt in den letzten 12 Monaten

Ein Drittel der befragten Unternehmen hatte Kontakt zur Wirtschaftsförderung.

Kontakt zur Wirtschaftsförderung (n = 202)

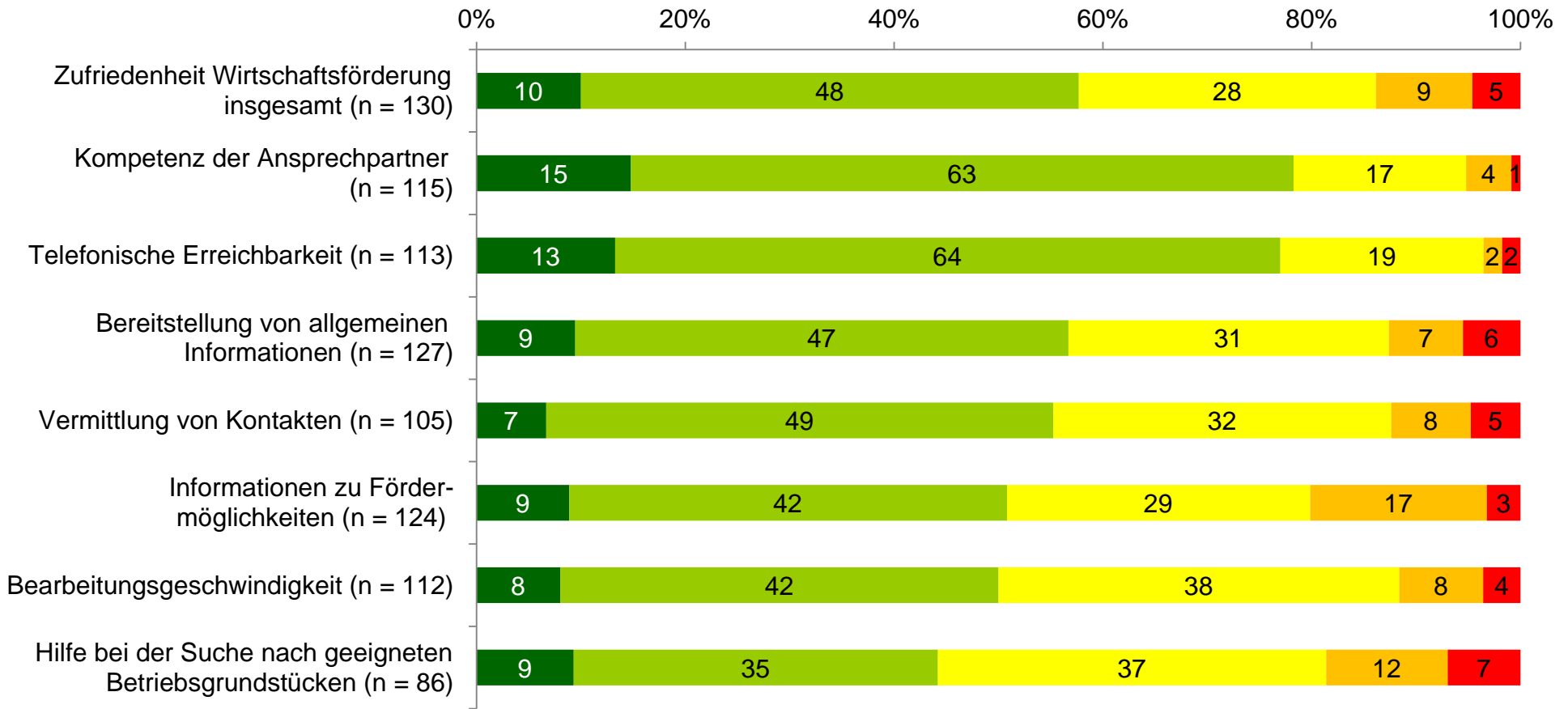


Frage Z9a: „Hatten Sie persönlich Kontakt, oder wissen Sie, ob Ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten Kontakt hatte zum Bereich der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung Potsdam?“



7. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit

Die Stärke der Wirtschaftsförderung ist ihre telefonische Erreichbarkeit und die Kompetenz der Ansprechpartner.



Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

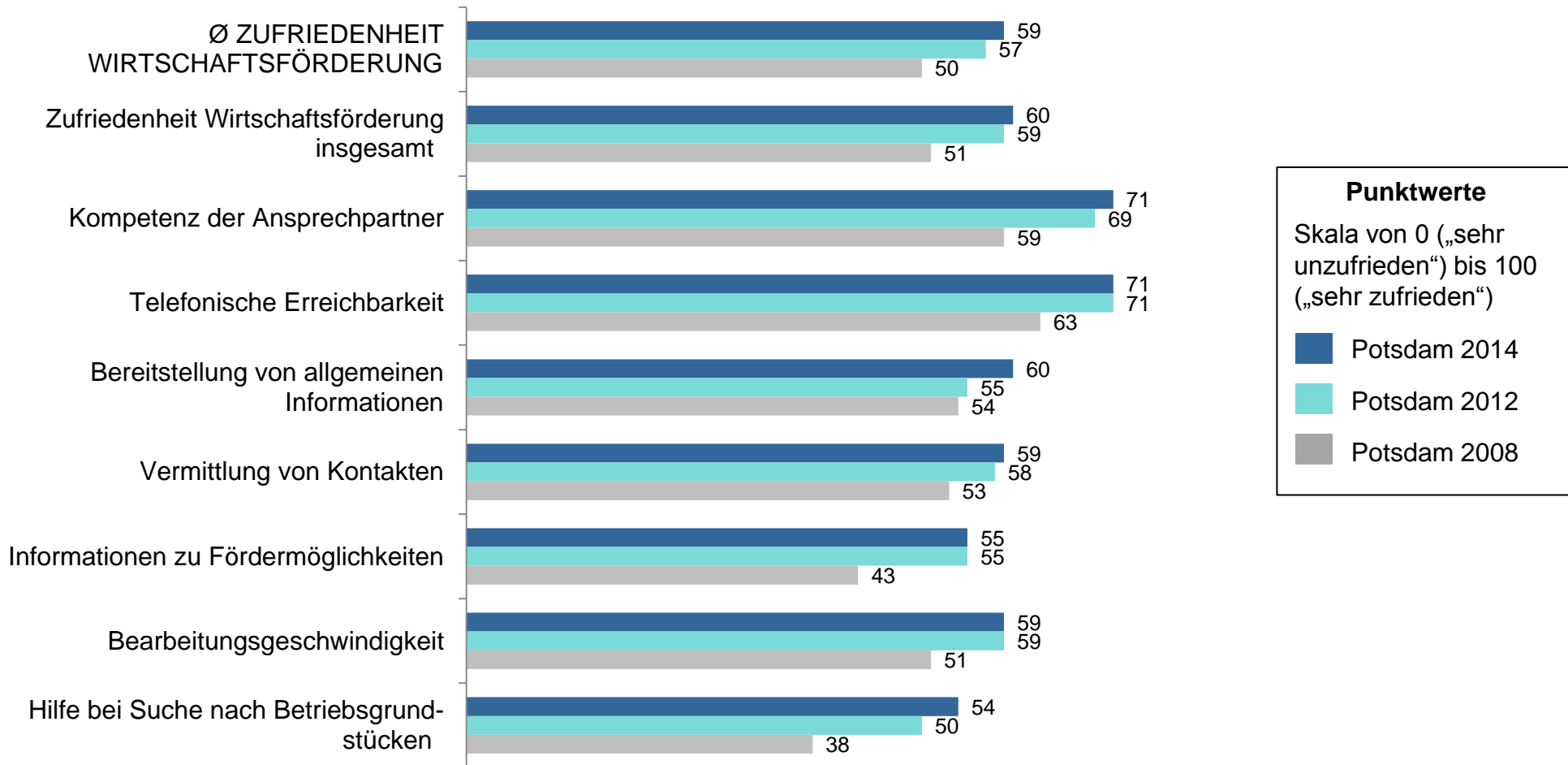
■ Sehr zufrieden
 ■ Eher zufrieden
 ■ Teils/teils
 ■ Eher unzufrieden
 ■ Sehr unzufrieden

Frage 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

Frage 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

7. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit im Zeitvergleich

Die Hilfe bei der Suche nach Betriebsgrundstücken konnte weiter spürbar verbessert werden.

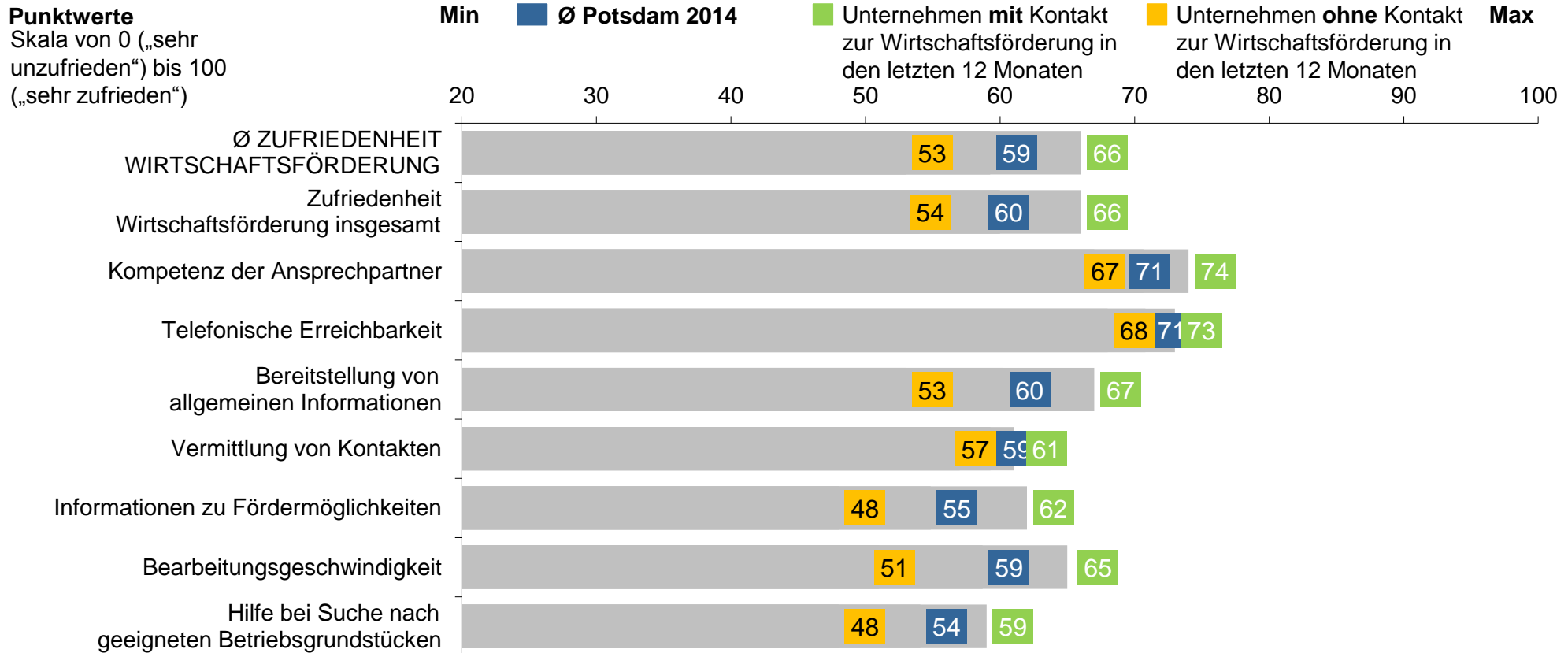


Frage 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

Frage 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

7. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit nach Kontakt in den letzten 12 Monaten

Befragte mit Kontakt zur Wirtschaftsförderung bewerten die Leistungen durchgängig viel besser.



Frage 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

Frage 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

Frage Z9a: „Hatten Sie persönlich Kontakt, oder wissen Sie, ob Ihr Unternehmen in den letzten 12 Monaten Kontakt hatte zum Bereich der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung Potsdam?“

Basis:

Gültige Antworten von n = 86 bis n = 130



8. Standortloyalität

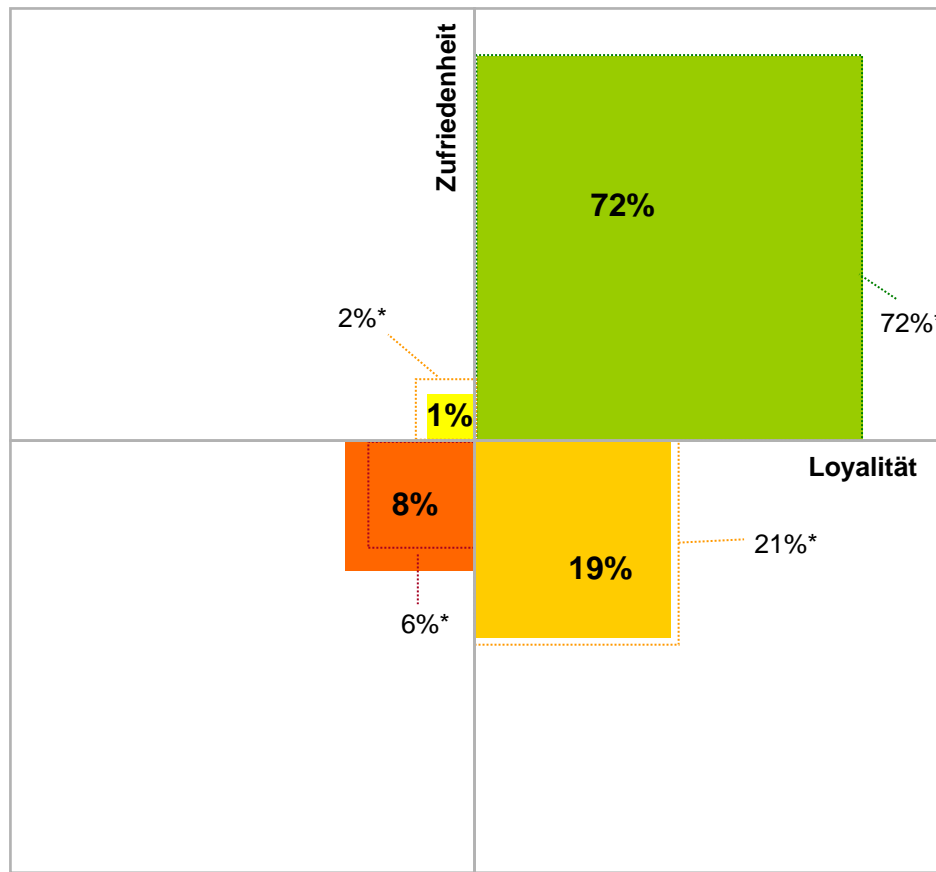
Die Standortloyalität ist auf hohem Niveau stabil.

■ Unternehmen mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber unterdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

■ Unternehmen mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit und unterdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

■ Unternehmen mit überdurchschnittlicher Zufriedenheit und überdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.

■ Unternehmen mit unterdurchschnittlicher Zufriedenheit, aber überdurchschnittlicher Loyalität zum Standort.



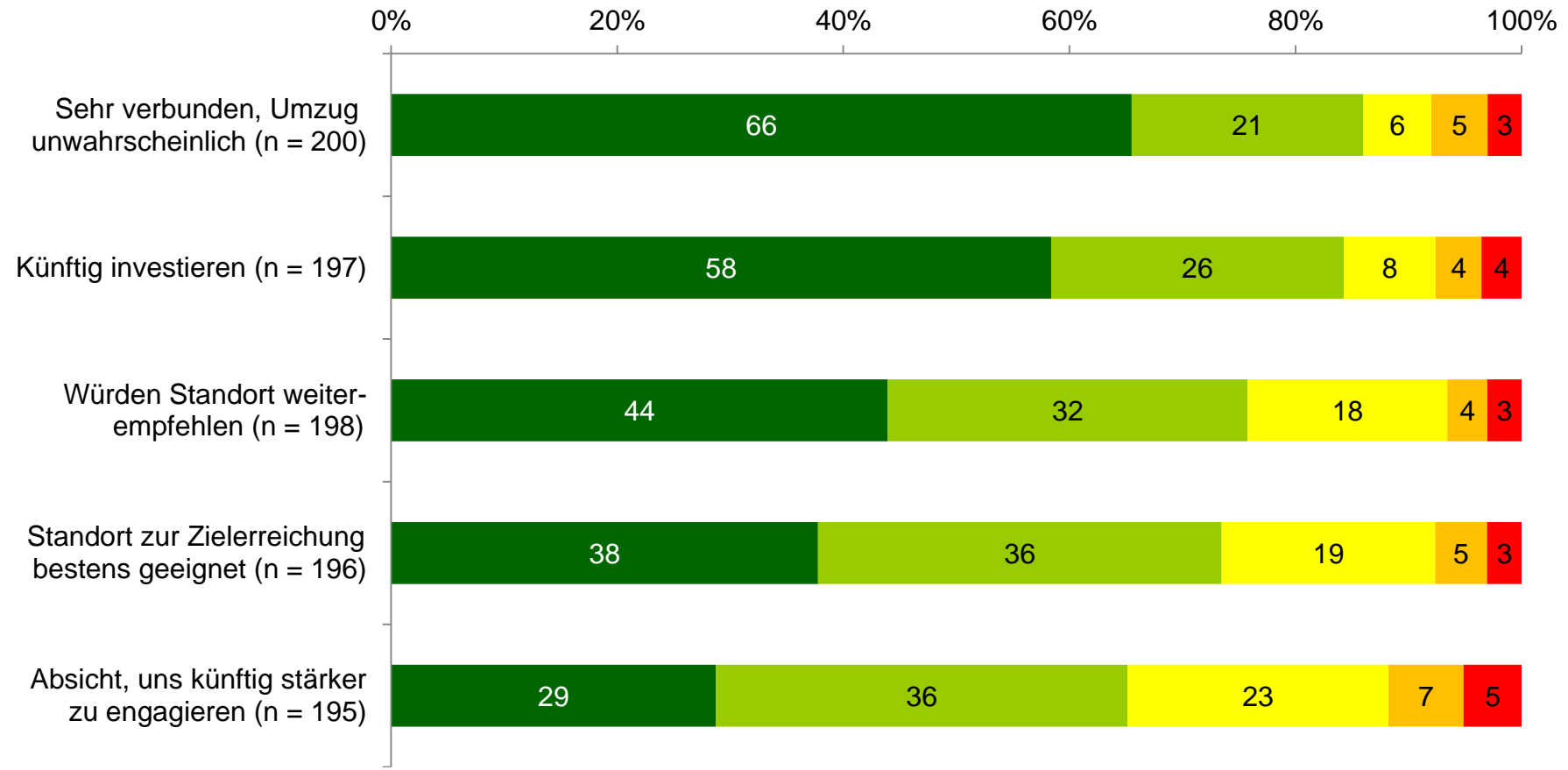
* 2012

Anmerkung zur Berechnung:
 Die Zufriedenheit bezieht sich auf die Zufriedenheit mit dem Standort Potsdam. Punktwerte ab 75 entsprechen „eher zufrieden“ bis „sehr zufrieden“. Die durchschnittliche Loyalität entspricht dem Mittelwert aller Loyalitätsfragen. Punktwerte ab 80 entsprechen „überdurchschnittlich loyal“. Die gepunkteten Linien entsprechen den Werten von 2012.



8. Standortloyalität: Zukunft

Die Verbundenheit der Unternehmen mit dem Standort Potsdam ist groß.



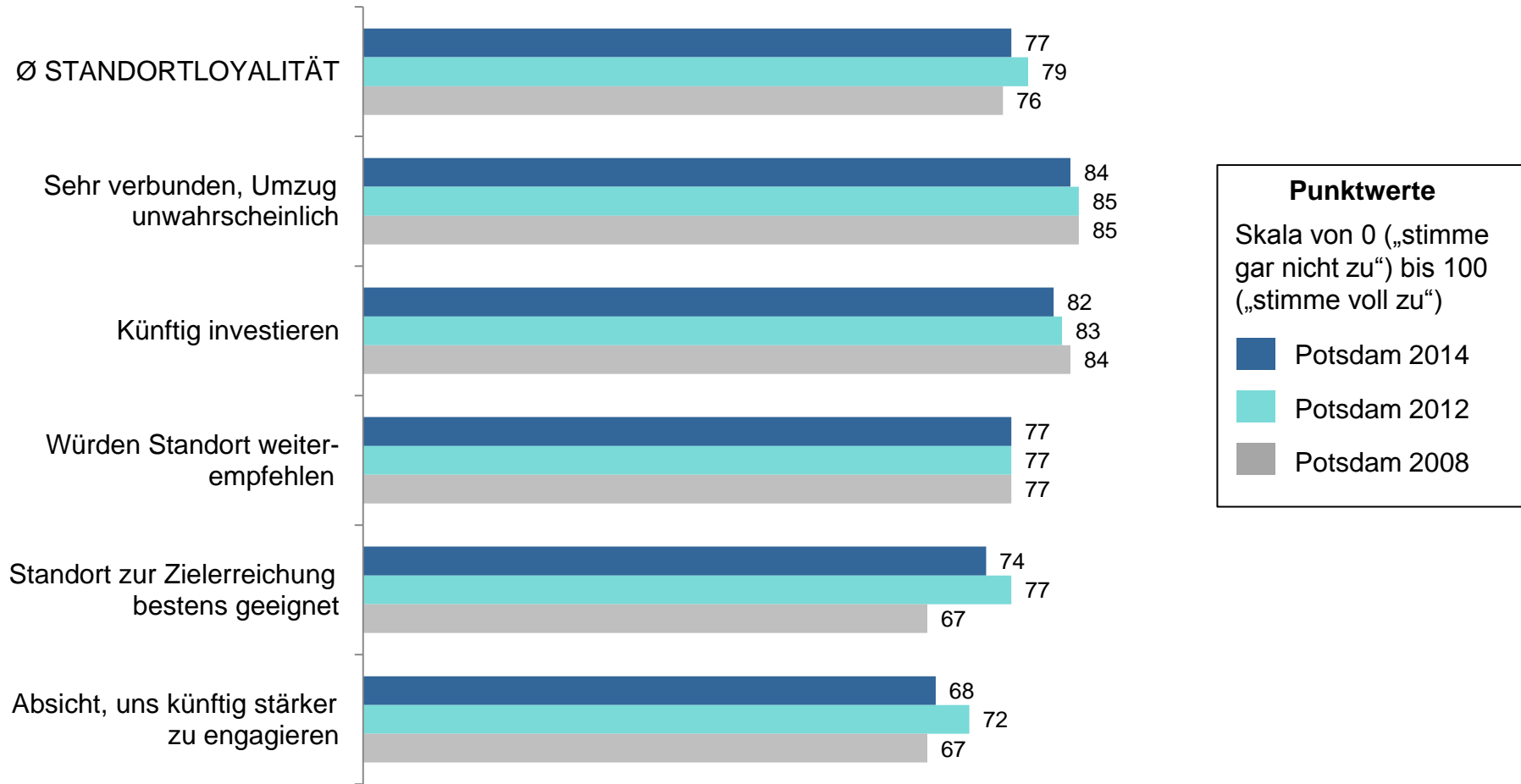
Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

■ Stimme voll zu
 ■ Stimme eher zu
 ■ Teils/teils
 ■ Stimme eher nicht zu
 ■ Stimme gar nicht zu

Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Potsdam vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

8. Standortloyalität: Zeitvergleich

Die Bereitschaft zu künftigem Engagement hat auf hohem Niveau abgenommen.



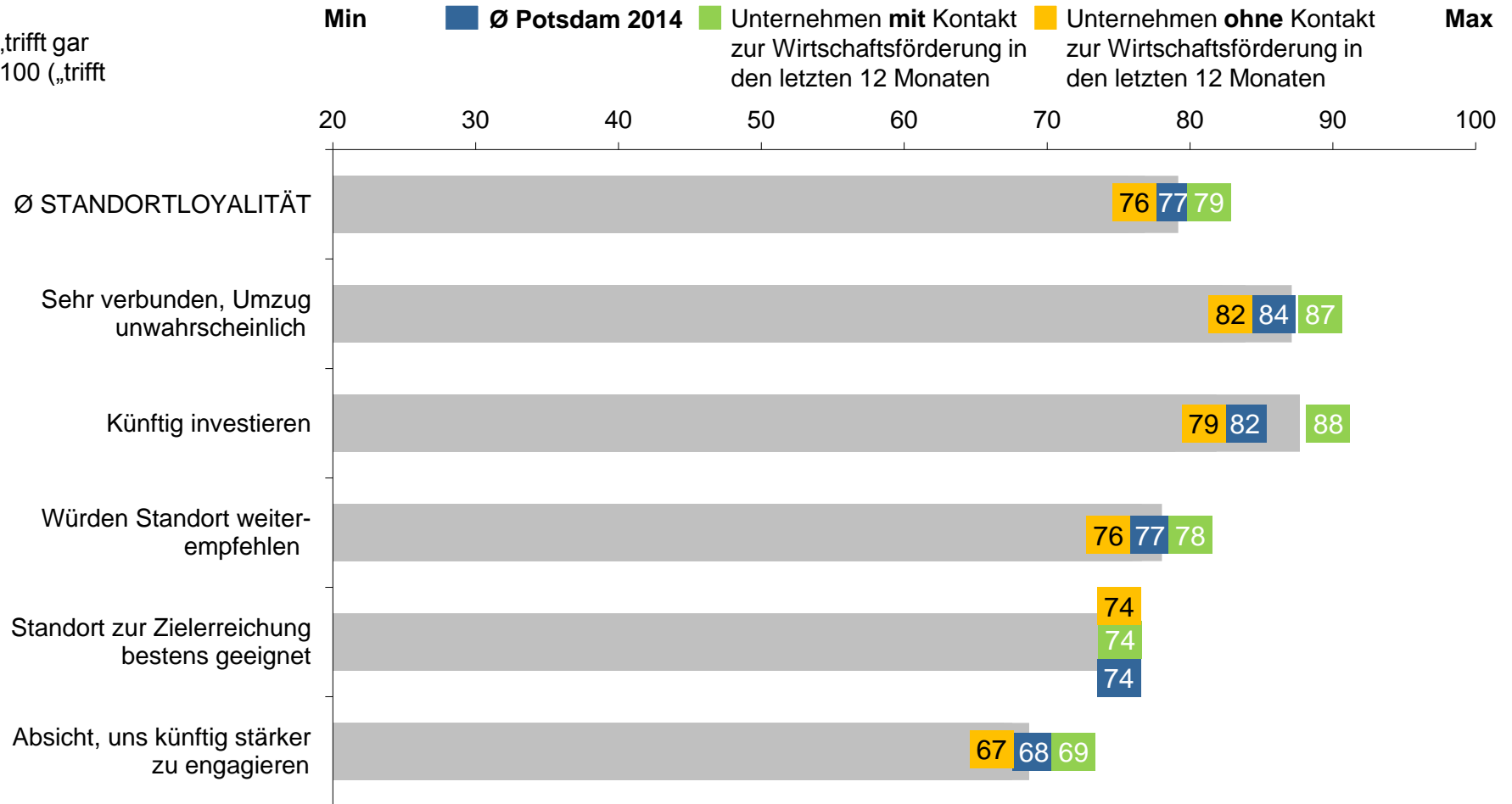
Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Potsdam vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

8. Standortloyalität: Zukunft nach Kontakt in letzten 12 Monaten

Unternehmen mit Kontakt zur Wirtschaftsförderung weisen im Durchschnitt eine etwas höhere Standortloyalität auf.

Punktwerte

Skala von 0 („trifft gar nicht zu“) bis 100 („trifft voll zu“)



Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Potsdam vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

Frage 3: „Wie lange ist Ihr Unternehmen schon in Potsdam ansässig?“

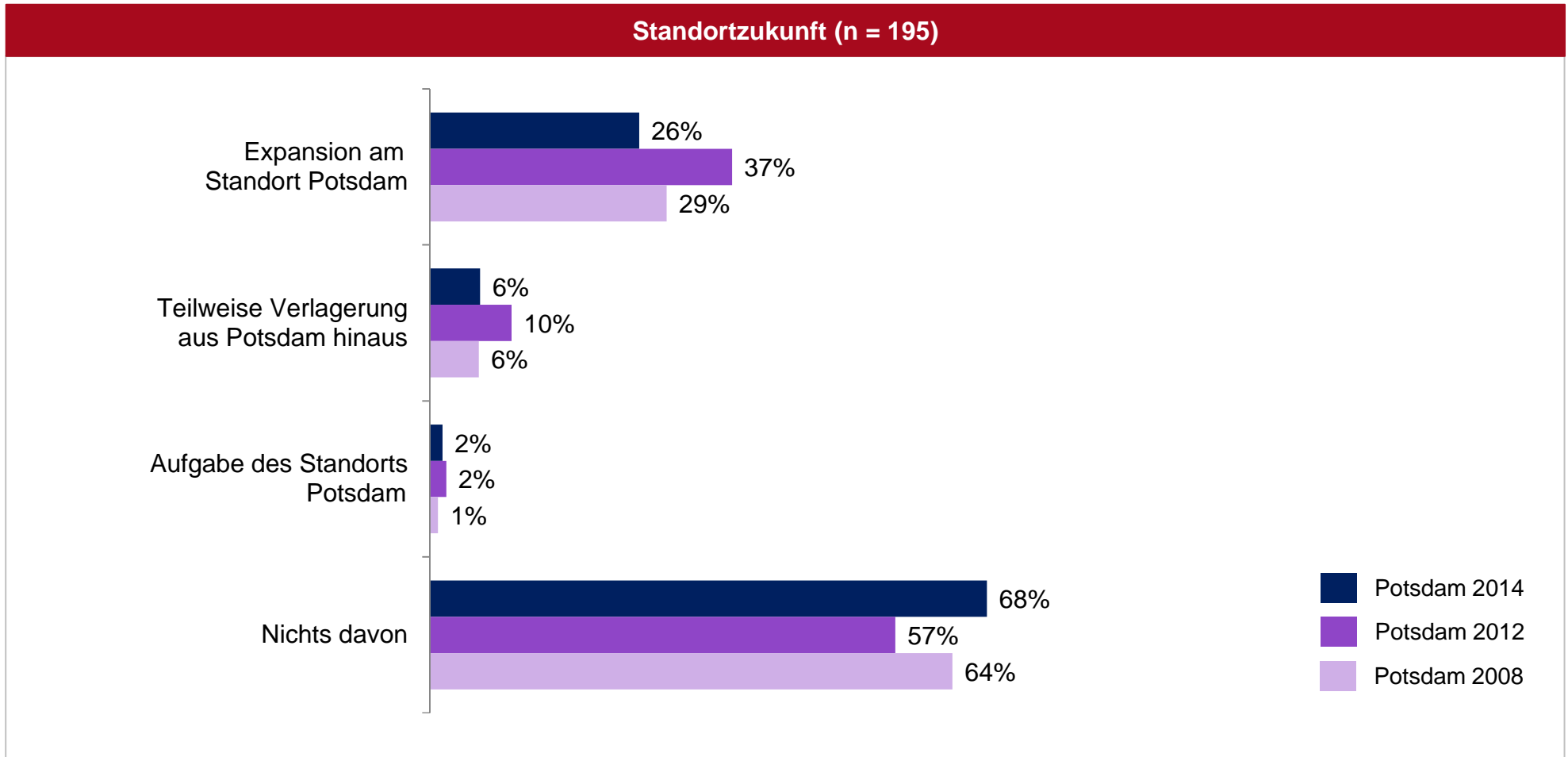
Basis:

Gültige Antworten von n = 195 bis n = 200



8. Standortloyalität: Zukunft

Über zwei Drittel planen keine Veränderung, immerhin jedes vierte Unternehmen berichtet von Expansionsabsichten am Standort.



Frage 26: „Wird Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren in Potsdam expandieren, Teile an andere Standorte verlagern oder den Standort ganz aufgeben?“ (Mehrfachantworten möglich)

8. Standortloyalität: Zukunft

Standortentscheidungen werden in der Regel in Potsdam und unabhängig von anderen Unternehmen getroffen.

Standortentscheidungen

n = 202

Die Standortentscheidungen werden zu 92% am Standort selbst getroffen.

n = 15

Weitere Orte für Standortentscheidungen:

- Auch in Potsdam
- Bei Jet in Hamburg
- Beim Bund in Berlin
- Edeka-Zentrale
- Emmerich
- Geschäftsleitung Berlin
- Hannover
- In Berlin (2x)
- In Dortmund
- Im Stammhaus in Niedersachsen
- In Schweden, aber in Zusammenarbeit mit Potsdam
- Konzernzentrale Düsseldorf
- Potsdam-Mittelmarkt
- Westdeutschland

n = 202

Die Entscheidung zur Expansion ist bei 88% der Potsdamer Unternehmen unabhängig von anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette.

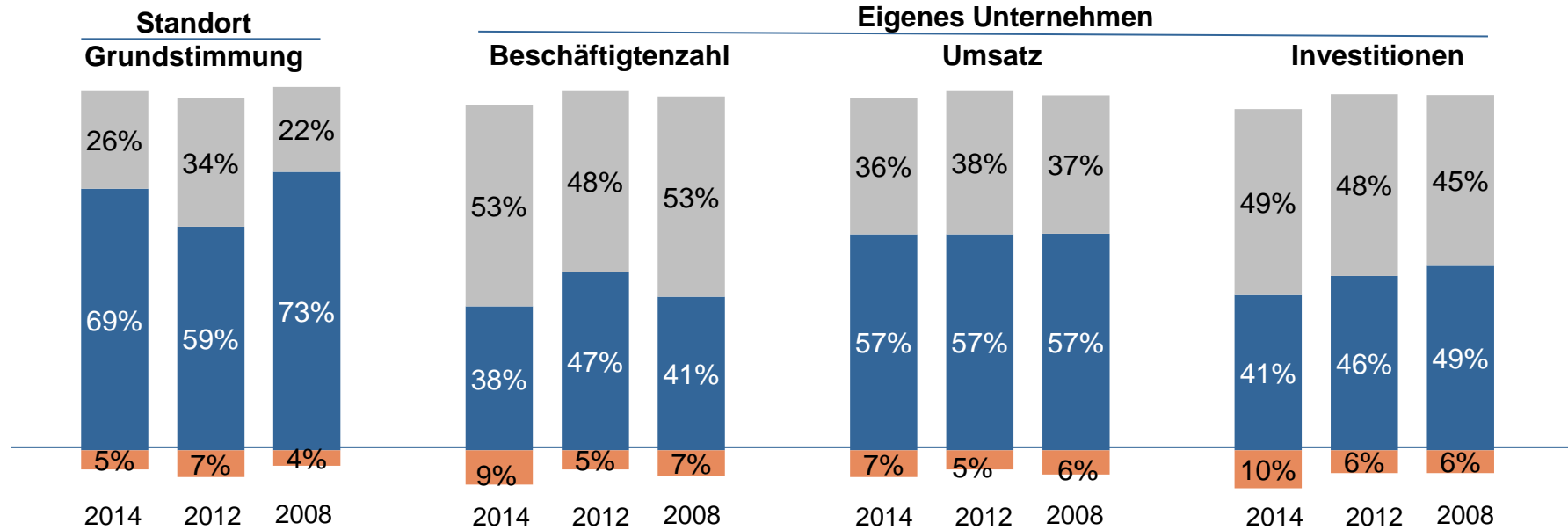
Frage 28: „Wo werden Standortentscheidungen getroffen, am Standort selbst oder woanders?“

Frage 29: [Nur wenn Standortentscheidungen nicht am Standort getroffen] „Wo?“

Frage 30: „Und ist eine Expansion oder Standortverlagerung abhängig von einem anderen Unternehmen an Ihrem Standort oder in dessen Umgebung?“

9. Standortentwicklung

Die Grundstimmung hat sich seit 2012 verbessert. Einem größeren geplanten Investitionswachstum steht ein etwas schwächerer erwarteter Anstieg der Beschäftigtenzahl entgegen.



■ Bleibt gleich ■ Geht aufwärts/steigt ■ Geht abwärts/sinkt

Gerundete Werte; Prozentsummen können von 100 abweichen

Frage 2: „Geht es denn Ihrer Meinung nach mit dem Wirtschaftsstandort Potsdam aufwärts oder abwärts?“

Frage 23: „Welche Unternehmensentwicklung erwarten Sie für die nächsten fünf Jahre? Wird die Anzahl der Beschäftigten in Potsdam gleich bleiben, sinken oder steigen?“

Frage 24: „Und der Umsatz, wird der in den nächsten fünf Jahren am Standort Potsdam gleich bleiben, sinken oder steigen?“

Frage 25: „Werden die Investitionen in den Unternehmensstandort am Standort Potsdam in den nächsten fünf Jahren gleich bleiben, abnehmen oder zunehmen?“

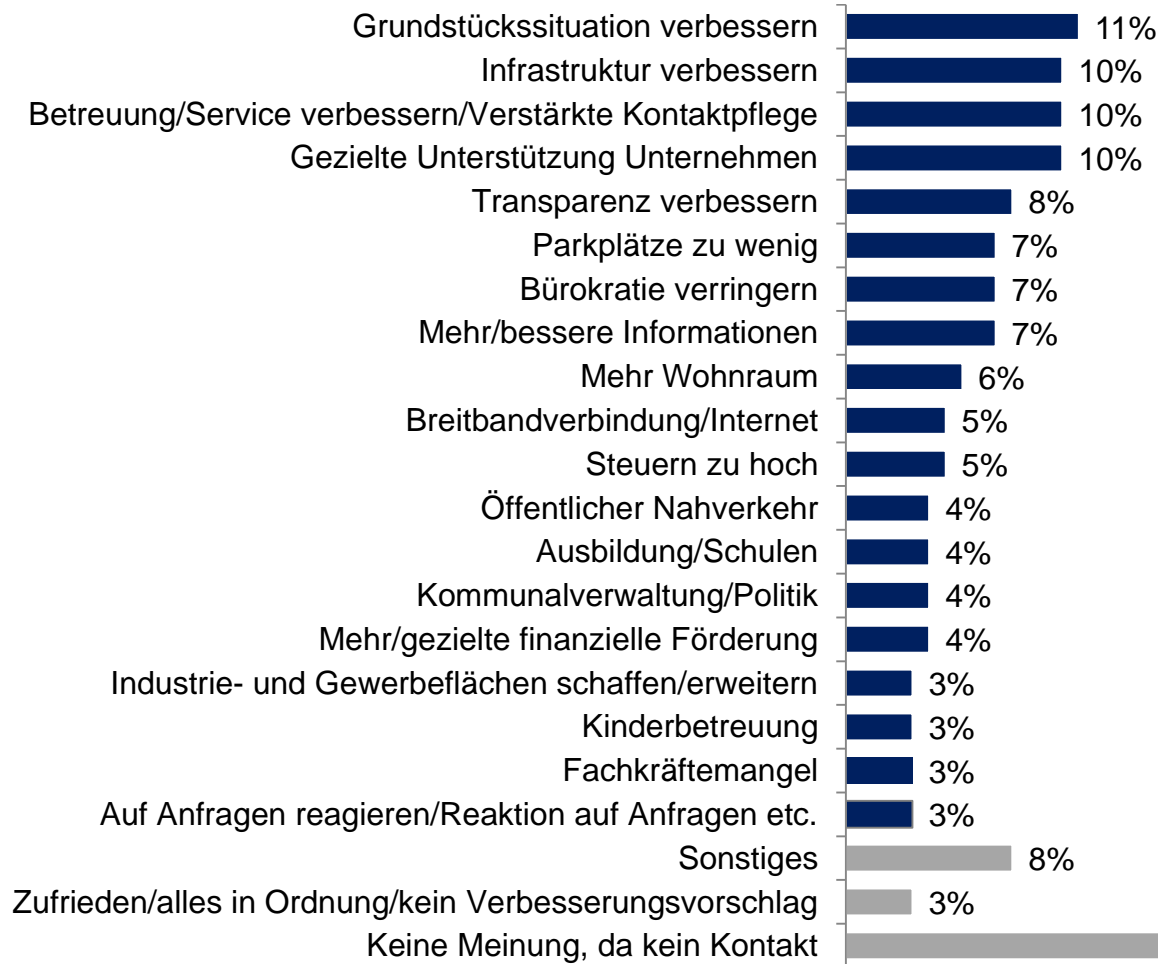
Basis:

Gültige Antworten von n = 189 bis n = 196



9. Standortentwicklung: Verbesserungswünsche

Man erhofft sich insbesondere eine Verbesserung von Grundstückssituation und Infrastruktur, sowie Proaktivität der Wirtschaftsförderung.



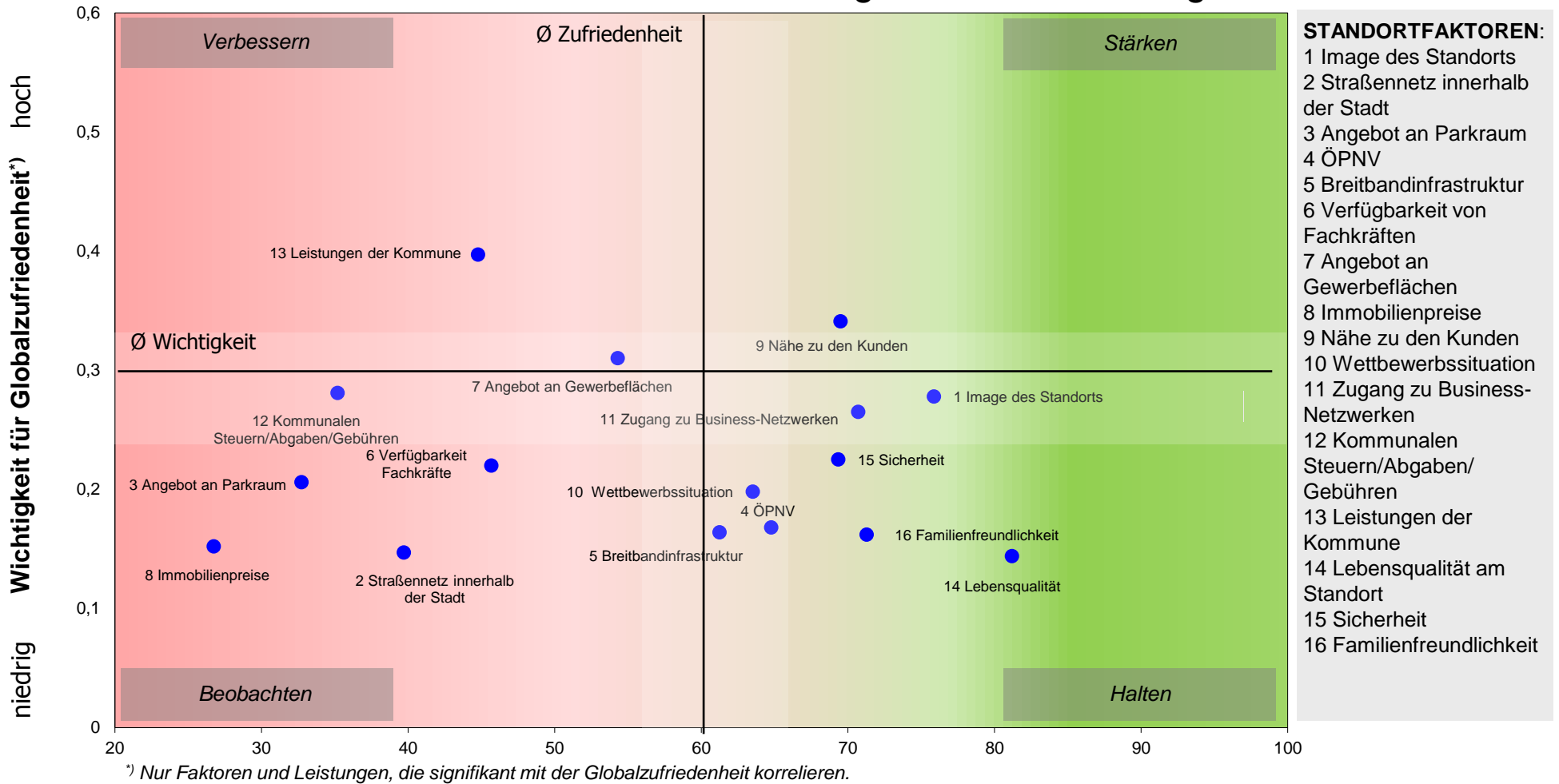
124 Befragte haben Verbesserungswünsche geäußert, Ø 1,6 Nennungen
Dargestellt wurden nur Nennungen >2%

Frage QKOM: „Zum Abschluss noch einmal ganz allgemein gefragt: Was könnte die Stadtverwaltung Potsdam bzw. die Wirtschaftsförderung der Stadtverwaltung aus Sicht Ihres Unternehmens besser machen?“



9. Standortentwicklung: Stärken und Verbesserungspotentiale

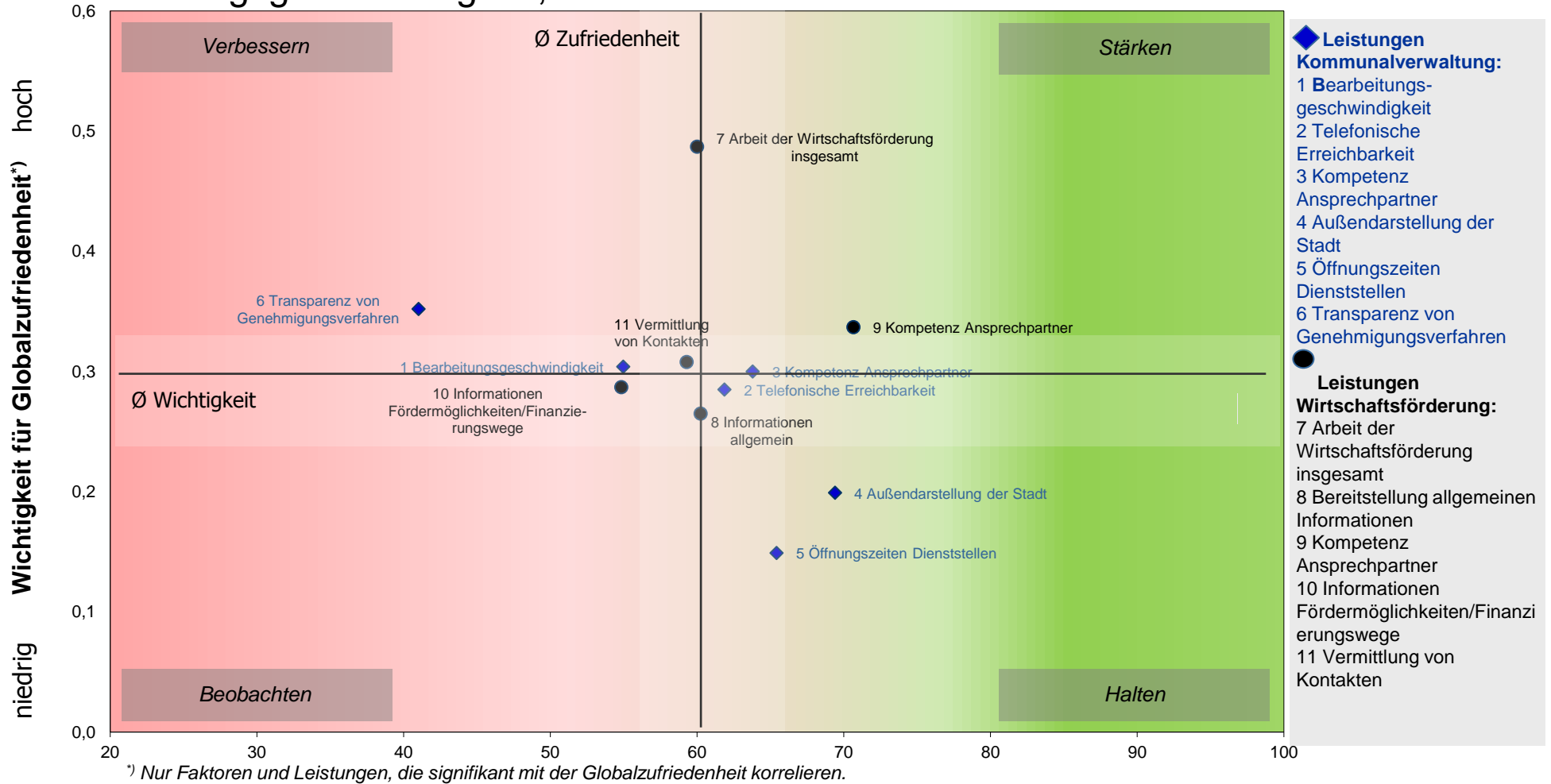
Hinsichtlich der Bedeutung der Leistungen der Stadtverwaltung und des Angebots an Gewerbeflächen für die Gesamtzufriedenheit liegt hier Verbesserungsbedarf vor.



Die tatsächliche Wichtigkeit der Standortfaktoren und Leistungen von Kommune und Wirtschaftsförderung ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Globalzufriedenheit und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Standortfaktoren und Leistungen. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

9. Standortentwicklung: Stärken und Verbesserungspotentiale

Handlungsbedarf besteht bei der Transparenz von Genehmigungsverfahren und Bearbeitungsgeschwindigkeit, beides hat Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit.



Die tatsächliche Wichtigkeit der Standortfaktoren und Leistungen von Kommune und Wirtschaftsförderung ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Globalzufriedenheit und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Standortfaktoren und Leistungen. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

10. Benchmarking: Teilnehmer des GEWERBEMonitors

Städte und Gemeinden:

bis unter 50.000 Einwohner

1. Ahrensburg
2. Babenhausen
3. Barnsdorf
4. Eschborn
5. Fredersdorf-Vogelsdorf
6. Friedberg (Hessen)
7. Friedrichsdorf
8. Gernsheim
9. Herbrechtingen
10. Karlsbad
11. Mörfelden-Walldorf
12. Neunkirchen
13. Niestetal
14. Pfullingen
15. Sachsenheim
16. Samtgemeinde Isenbüttel
17. Unterschleißheim

bis unter 100.000 Einwohner

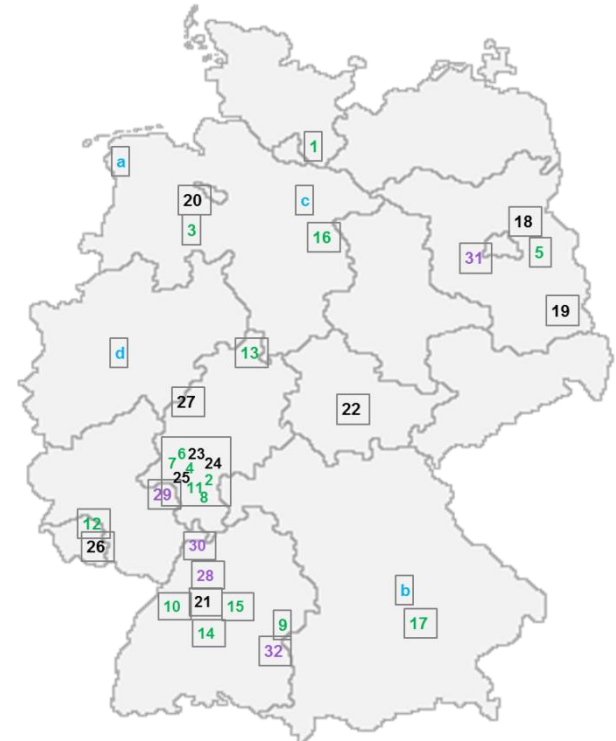
18. Bernau bei Berlin
19. Cottbus
20. Delmenhorst
21. Filderstadt
22. Gotha
23. Hanau
24. Langen
25. Rüsselsheim
26. St. Ingbert
27. Wetzlar

ab 100.000 Einwohner

28. Heilbronn
29. Mainz
30. Mannheim
31. Potsdam
32. Ulm

Landkreise:

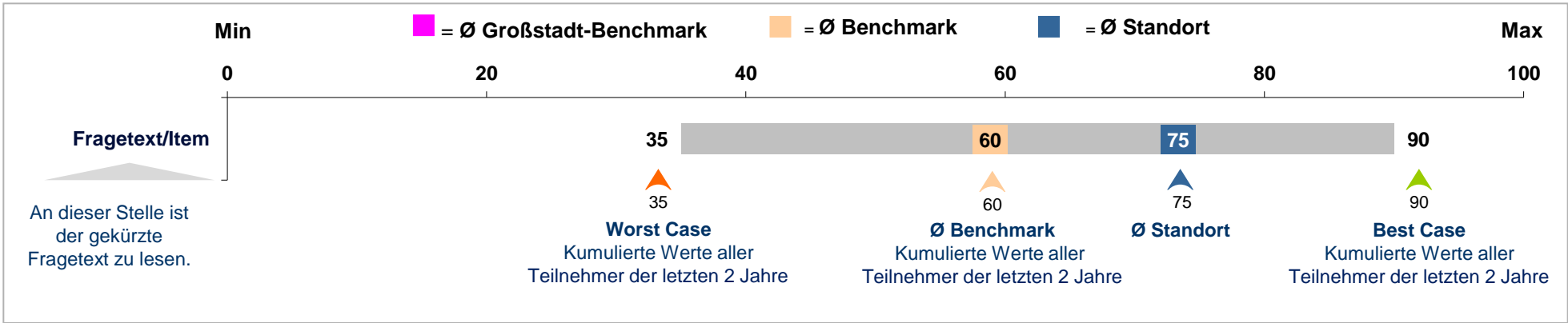
- a. Landkreis Leer
- b. Landkreis Pfaffenhofen
- c. Landkreis Uelzen
- d. Landkreis Unna





10. Benchmarking: Methodik der Auswertung

Für die meisten Fragen wurden aus den 5-er Skalen Punktwerte berechnet, um die Lesbarkeit zu erleichtern.



Die Skalen der Befragung (Schulnotensystem von 1 – 5) wurden in Punktwerte umgerechnet. Beispielsweise wurde die Bewertung *sehr zufrieden* (1) auf den Wert 100, *eher unzufrieden* (4) und *sehr unzufrieden* (5) auf den Wert 0 (etc.) umgerechnet. Die Berechnung der Punktwerte erleichtert die Lesbarkeit und Interpretation der Stärken und Schwächen.

Berechnung der Punktwerte

Punktwert Zufriedenheitsskala	
Sehr zufrieden (1)	100
Eher zufrieden (2)	75
Teils/teils (3)	50
Eher unzufrieden (4)	0
Sehr unzufrieden (5)	0

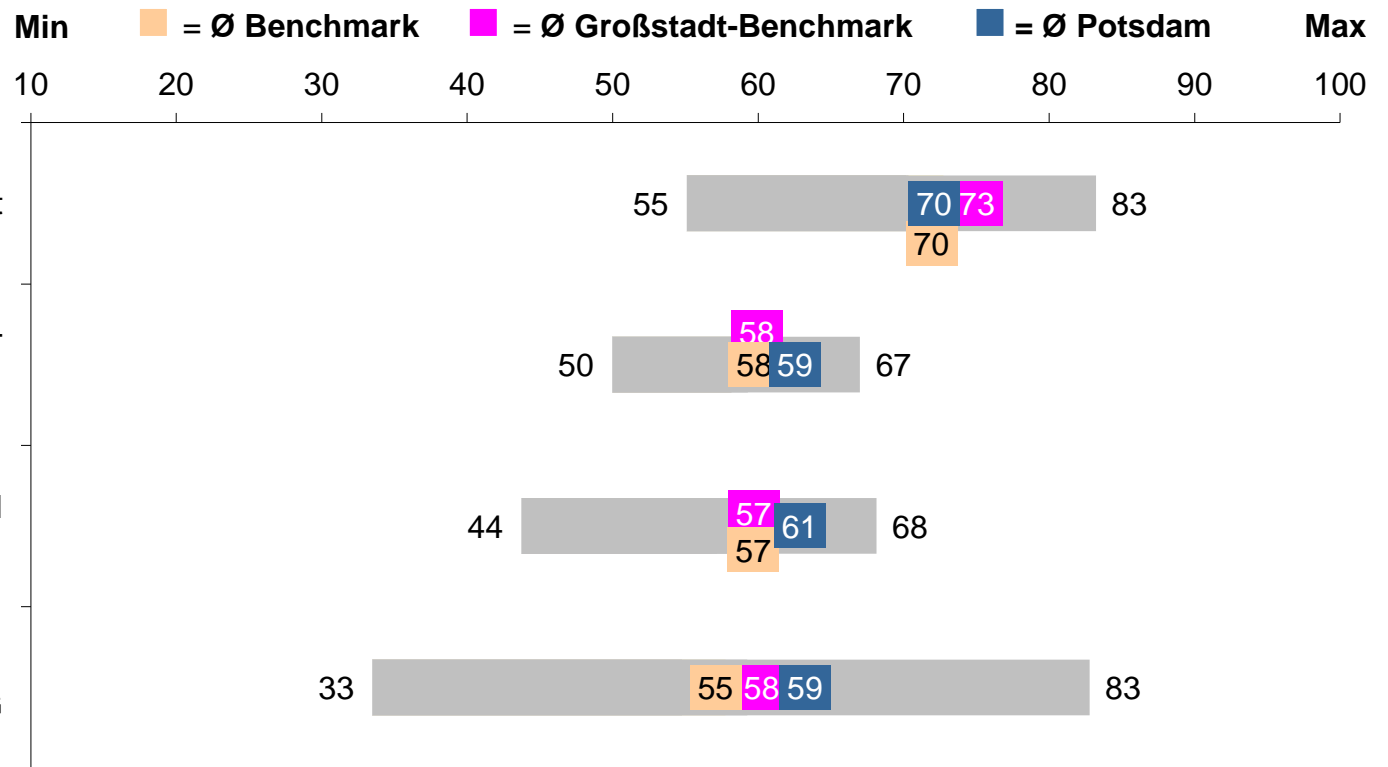
Punktwert Loyalitätsfragen-Skala, z.B. Weiterempfehlung	
Stimme voll zu (1)	100
Stimme eher zu (2)	75
Teils/teils (3)	50
Stimme eher nicht zu (4)	0
Stimme gar nicht zu (5)	0

Punktwert Imagefragen-Skala	
Trifft voll zu (1)	100
Trifft eher zu (2)	75
Teils/teils (3)	50
Trifft eher nicht zu (4)	0
Trifft gar nicht zu (5)	0

10. Benchmarking: Standortfaktoren: Übersicht

Insgesamt sind die Unternehmen in Potsdam mit ihrem Standort durchschnittlich zufrieden.

Punktwerte
Skala von 0 („sehr unzufrieden“) bis 100 („sehr zufrieden“)



Globalzufriedenheit ->Fr. 1: „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Wirtschaftsstandort Potsdam?“

Ø Zufriedenheit Standortfaktoren ->Fr. 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Potsdam.“

Ø Zufriedenheit Leistungen der Stadtverwaltung ->Fr. 9: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Stadtverwaltung Potsdam sprechen“

Ø Zufriedenheit Wirtschaftsförderung:

->Fr. 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

->Fr. 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“



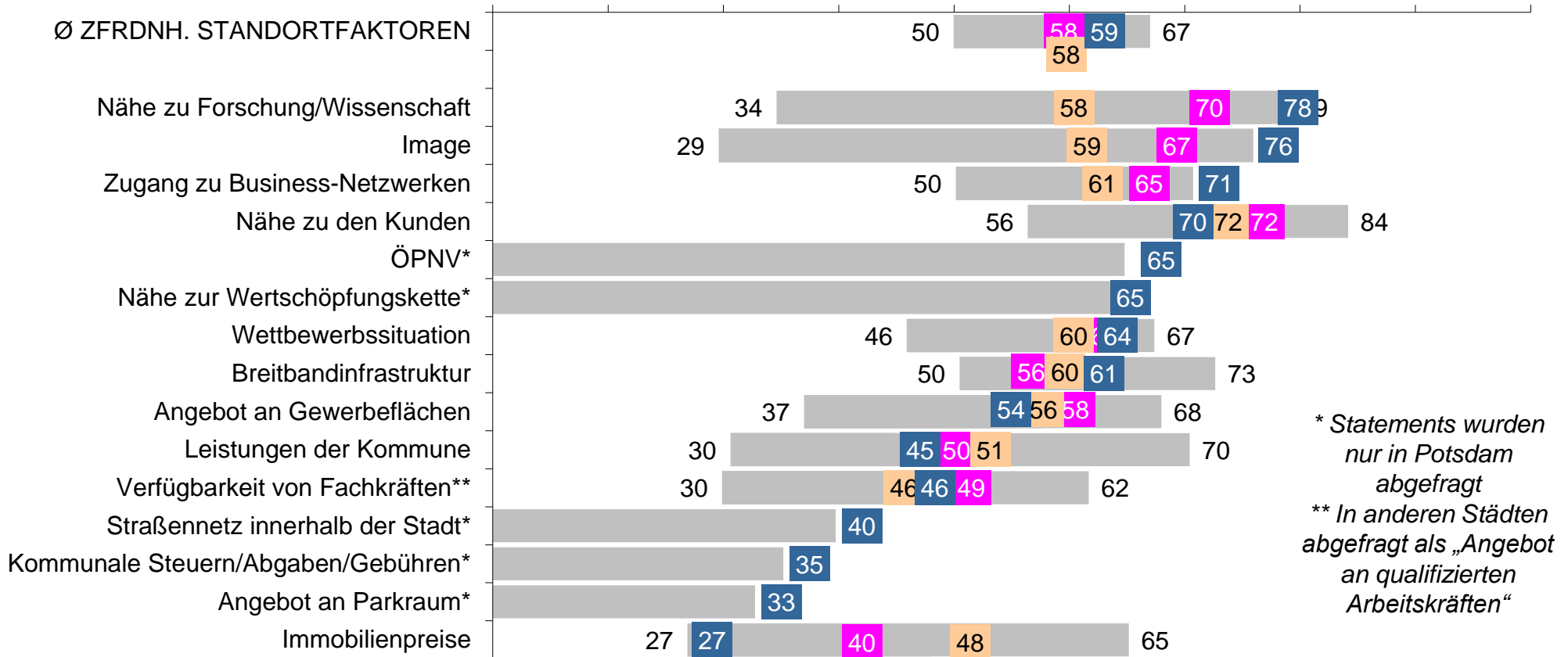
10. Benchmarking: Zufriedenheit Standortfaktoren

Image, Forschungsnähe und Zugang zu Business-Netzwerken sind herausragend, die Immobilienpreise drücken die Gesamtwertung.

Punktwerte
Skala von 0 („sehr unzufrieden“) bis 100 („sehr zufrieden“)

Min ■ = Ø Benchmark ■ = Ø Großstadt-Benchmark ■ = Ø Potsdam Max

Ø ZFRDNH. STANDORTFAKTOREN



* Statements wurden nur in Potsdam abgefragt
 ** In anderen Städten abgefragt als „Angebot an qualifizierten Arbeitskräften“

Frage 5: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Potsdam.“

Basis:
Gültige Antworten von n = 162 bis n = 201
© 2014 L-Q-M MARKTFORSCHUNG



10. Benchmarking: Zufriedenheit Leistungen der Kommune

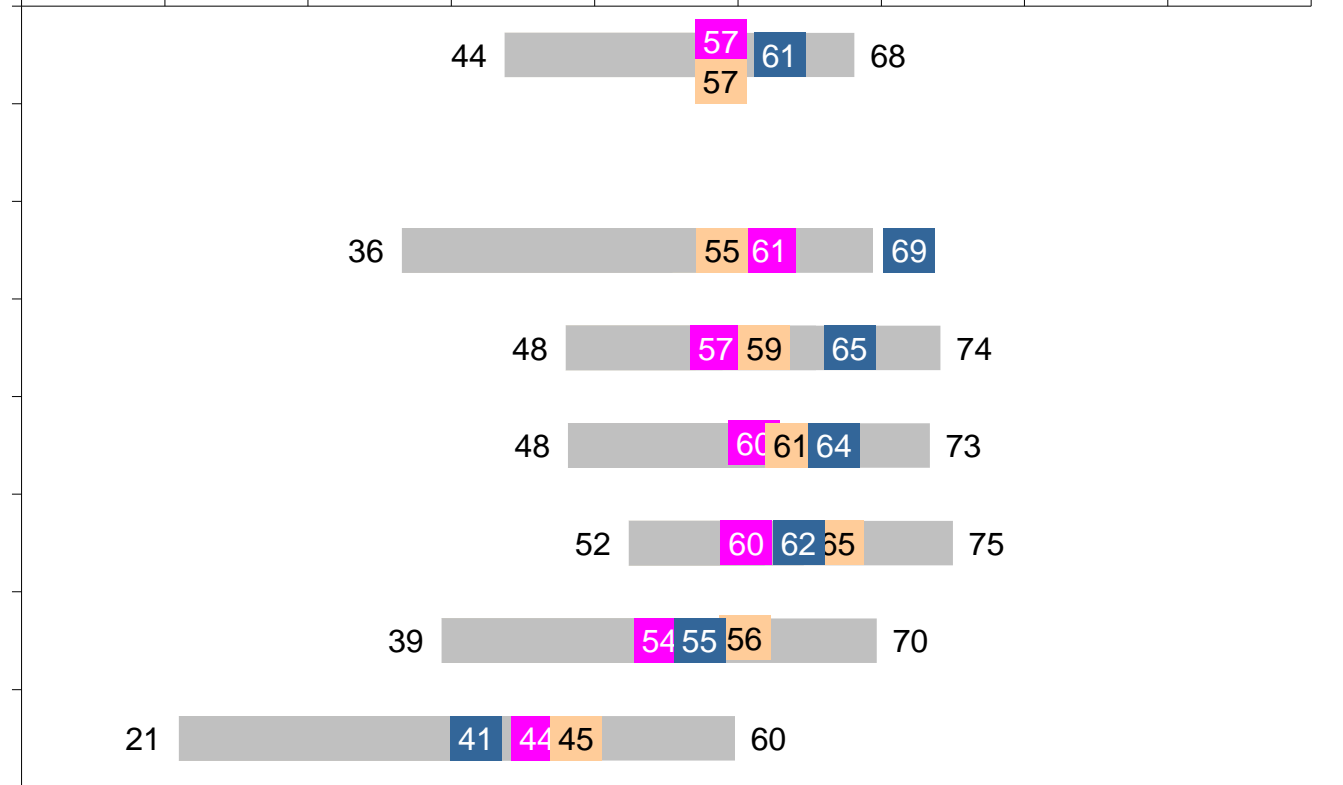
Insbesondere die Außendarstellung und Öffnungszeiten werden besser bewertet als in anderen Kommunen.

Punktwerte
Skala von 0 („sehr unzufrieden“) bis 100 („sehr zufrieden“)

Min **Max**
10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

■ = Ø Benchmark ■ = Ø Großstadt-Benchmark ■ = Ø Potsdam

- Ø ZUFRIEDENHEIT LEISTUNGEN DER KOMMUNE
- Außendarstellung der Kommune
- Öffnungszeiten kommunaler Dienststellen
- Kompetenz der Ansprechpartner
- Telefonische Erreichbarkeit
- Bearbeitungsgeschwindigkeit
- Transparenz von Genehmigungsverfahren



Frage 9: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Stadtverwaltung Potsdam sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten von
n = 159 bis n = 191



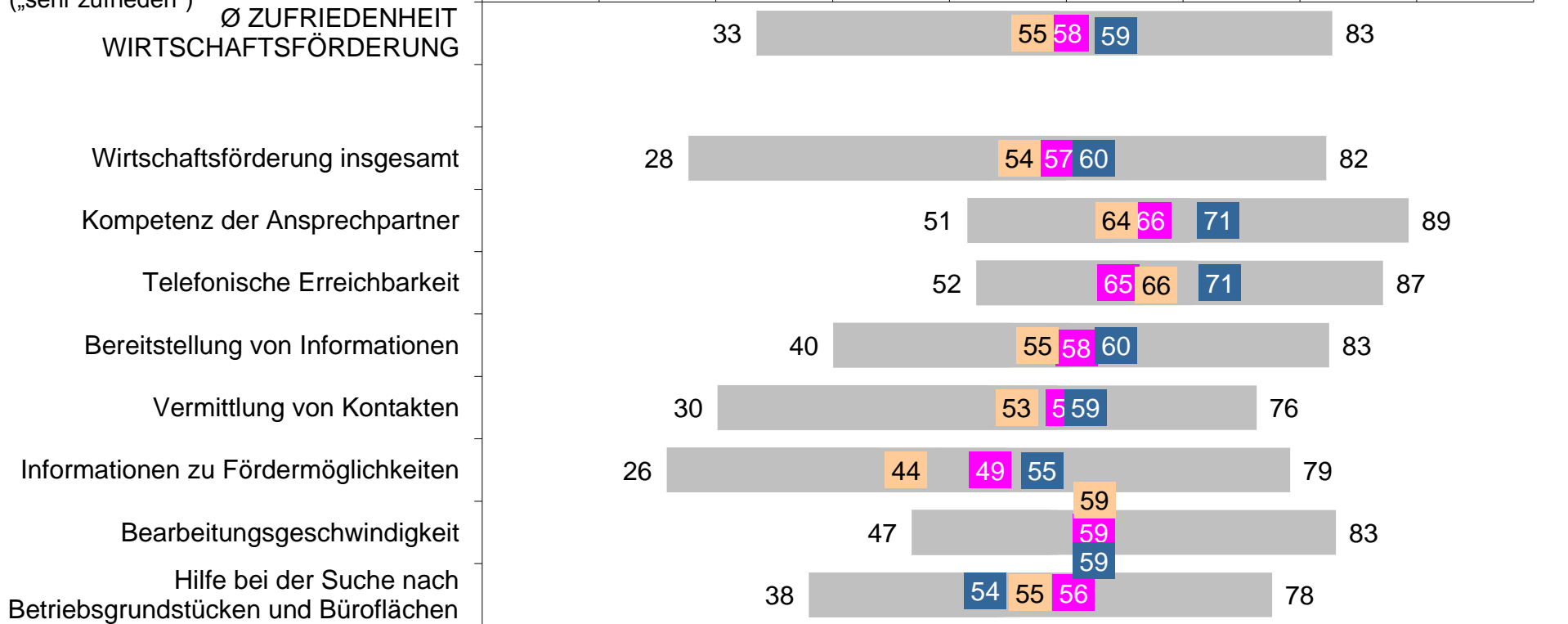
10. Benchmarking: Zufriedenheit Leistungen der Wirtschaftsförderung

Nahezu alle Bereiche, aber vor allem die telefonische Erreichbarkeit und Kompetenz der Ansprechpartner bei der Wirtschaftsförderung werden besser bewertet als in anderen Großstädten.

Punktwerte
Skala von 0 („sehr unzufrieden“) bis 100 („sehr zufrieden“)

Min **Max**
10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

■ = Ø Benchmark ■ = Ø Großstadt-Benchmark ■ = Ø Potsdam



Frage 10: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung insgesamt?“

Frage 11: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

Basis:

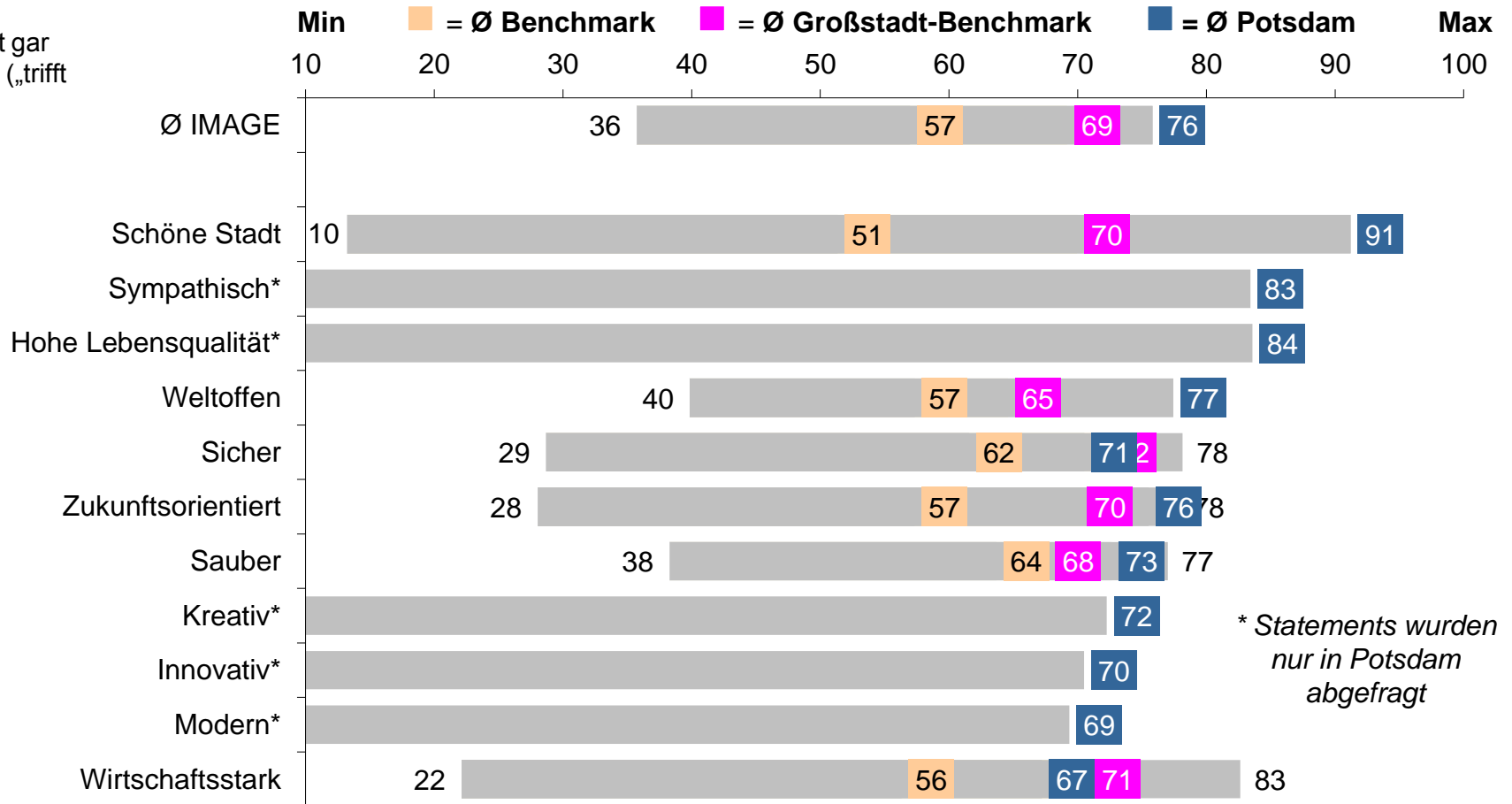
Gültige Antworten von
n = 86 bis n = 130

© 2014 L-Q-M MARKTFORSCHUNG

10. Benchmarking: Image der Kommune

Beim Image spielt Potsdam in einer anderen Liga.

Punktwerte
Skala von 0 („trifft gar nicht zu“) bis 100 („trifft voll zu“)



* Statements wurden nur in Potsdam abgefragt

Frage 12: „Jetzt ganz allgemein zu Potsdam. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf Potsdam zu?“

Basis:
Gültige Antworten von
n = 192 bis n = 202

10. Benchmarking: Standortloyalität

Die Standortloyalität der Unternehmen in Potsdam ist überdurchschnittlich.

Punktwerte

Skala von 0 („stimme gar nicht zu“) bis 100 („stimme voll zu“)

Min 10 ■ = Ø Benchmark ■ = Ø Großstadt-Benchmark ■ = Ø Potsdam Max 100

Ø STANDORTLOYALITÄT

58 ▬ 70 ■ 74 ■ 77 ▬ 82

Sehr verbunden,
Umzug unwahrscheinlich

64 ▬ 81 ■ 83 ■ 84 ▬ 91

Künftig investieren

71 ▬ 79 ■ 81 ■ 82 ▬ 88

Würden Standort
weiterempfehlen

46 ▬ 69 ■ 74 ■ 77 ▬ 83

Standort zur Zielerreichung
bestens geeignet

44 ▬ 63 ■ 68 ■ 74 ▬ 76

Absicht, uns künftig stärker
zu engagieren




39 ▬ 56 ■ 61 ■ 68




Frage 13: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Potsdam vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“




Basis:

Gültige Antworten von
n = 195 bis n = 200

Ihre Ansprechpersonen

 Ute Kerber
Geschäftsführerin
 L-Q-M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: ute.kerber@L-Q-M.de

 Barbara Heinrich
Senior Projektleiterin
 L-Q-M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-15
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: barbara.heinrich@L-Q-M.de

 Sonja Ertz
Junior Projektleiterin
 L-Q-M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-13
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: sonja.ertz@L-Q-M.de

www.L-Q-M.de