



L-Q-M Marktforschung

Ergebnisbericht



Unternehmensbefragung zur Situation und Zufriedenheit mit dem Unternehmensstandort Kreisstadt Neunkirchen

unter Schirmherrschaft und
mit Unterstützung des



25. April 2012

Inhalt:

- 1. Hintergrund**
- 2. Unternehmen im Fokus**
- 3. Globalzufriedenheit**
- 4. Standortfaktoren**
- 5. Leistungen der Kommune**
- 6. Leistungen der Wirtschaftsförderung und Verbesserungswünsche**
- 7. Image der Kommune**
- 8. Standortloyalität**
- 9. Zusammenfassung**

Anhang

1. Hintergrund: Teilnehmer GWERBEMonitor 2011 im Überblick



<u>Teilnehmer</u>	<u>Einwohnerzahl</u>
1 Barnstorf	5.864 Einwohner
2 Bernau	36.338 Einwohner
3 Cottbus	102.091 Einwohner
4 Gotha	45.593 Einwohner
5 Hanau	88.637 Einwohner
6 Isenbüttel	6.119 Einwohner
7 Lkr. Pfaffenhofen	117.454 Einwohner
8 St. Ingbert	37.195 Einwohner
9 Rüsselsheim	60.294 Einwohner
10 Babenhausen	15.958 Einwohner
11 Lkr. Uelzen	97.000 Einwohner
12 Neunkirchen	47.398 Einwohner

1. Hintergrund: Zielsetzung des GEWERBEMonitors

Der GEWERBEMonitor misst die Zufriedenheit der Unternehmen in der Kreisstadt Neunkirchen mit dem Standort und den Leistungen der Kommune.

Inhalte:

- Messung der Standortzufriedenheit und Loyalität der Unternehmen
- Ermittlung des Images der Kommune und Bewertung der Standortfaktoren aus Sicht der Gewerbebetriebe
- Erstellung von individualisierten Einzelberichten der Unternehmen
- Aufnahme von Anmerkungen und Verbesserungsvorschlägen der Unternehmen an die Kreisstadt Neunkirchen und die Wirtschaftsförderung
- Aufnahme von Kontaktwünschen der Unternehmen mit der Wirtschaftsförderung
- Analyse der wahrgenommenen Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandorts Neunkirchen
- Vergleich der Befragungsergebnisse mit den anonymisierten Vergleichswerten aus anderen Kommunen (Benchmark)

1. Hintergrund: Methodik der Studie

Nach einem Anschreiben durch die Wirtschaftsförderung wurden die Unternehmen telefonisch befragt.

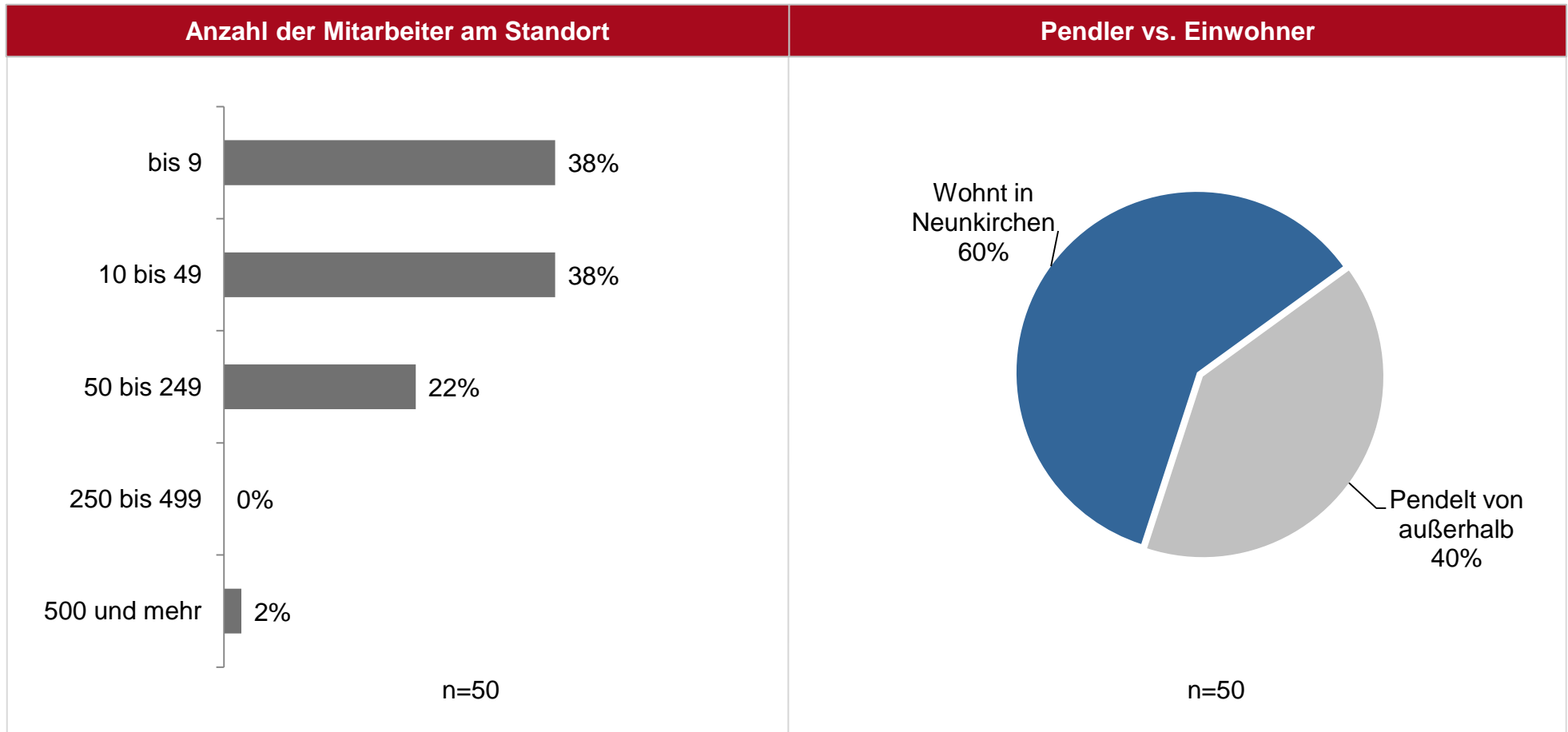
Methodik:



- Durch ein persönliches Anschreiben der Wirtschaftsförderung im November 2011 wurden die Unternehmen zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.
- Circa eine Woche nach Versenden der Anschreiben wurden die Interviews durch die L·Q·M Marktforschung GmbH telefonisch durchgeführt.
- Insgesamt enthielt der Fragebogen 43 geschlossene und 2 offene Fragen plus die Möglichkeit zur Individualisierung und Aufnahme eines Kontaktwunsches.
- Feldzeit: 28.11. - 07.12.2011
- Durchschnittliche Interviewdauer: 10 Minuten
- Befragungsteilnehmer:
50 Führungskräfte von Unternehmen mit dem Standort Neunkirchen

2. Unternehmen im Fokus: Anzahl der Mitarbeiter

Etwa ein Viertel der befragten Unternehmen beschäftigt 50 Mitarbeiter und mehr am Standort. Die meisten der befragten Führungskräfte wohnen auch in Neunkirchen.

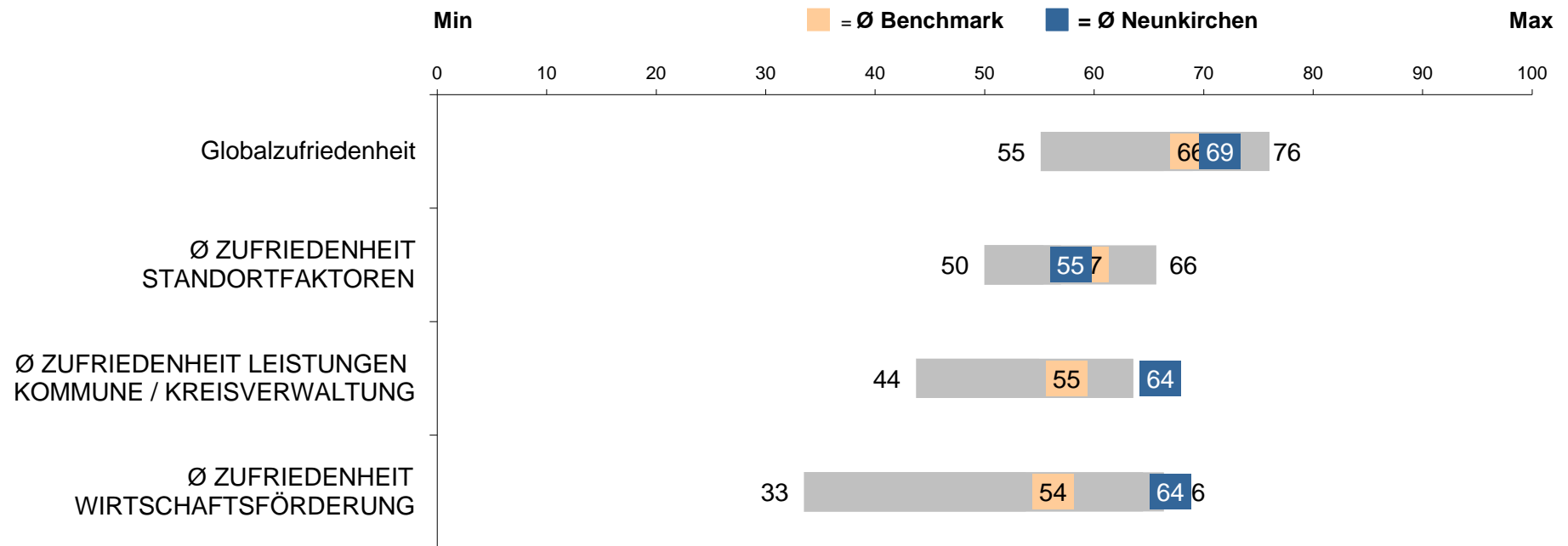


Frage 10: „Und wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen am Standort?“

Frage 8: „Wohnen Sie selbst in Neunkirchen oder pendeln Sie von außerhalb zu Ihrem Arbeitsplatz?“

3. Globalzufriedenheit: Übersicht

Die Neunkirchner Unternehmen sind eher zufrieden, leicht über dem kommunalen Durchschnitt. Vor allem die Leistungen der Stadt und der Wirtschaftsförderung bewertet man deutlich besser als anderswo.



Globalzufriedenheit ->Frage 1: „Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Ihrem Unternehmensstandort?“

Ø Zufriedenheit Standortfaktoren->Frage 2: „...Verkehrsanbindung / Qualifizierte Arbeitskräfte / Gewerbesteuerhebesatz ...“

Ø Zufriedenheit Leistungen der Kommune->Frage 3: „Bearbeitungsgeschwindigkeit / Telefonische Erreichbarkeit / Kompetenz der Ansprechpartner / Außendarstellung der Kommune / Öffnungszeiten Verwaltung / Transparenz von Genehmigungsverfahren“

Ø Zufriedenheit Wirtschaftsförderung:

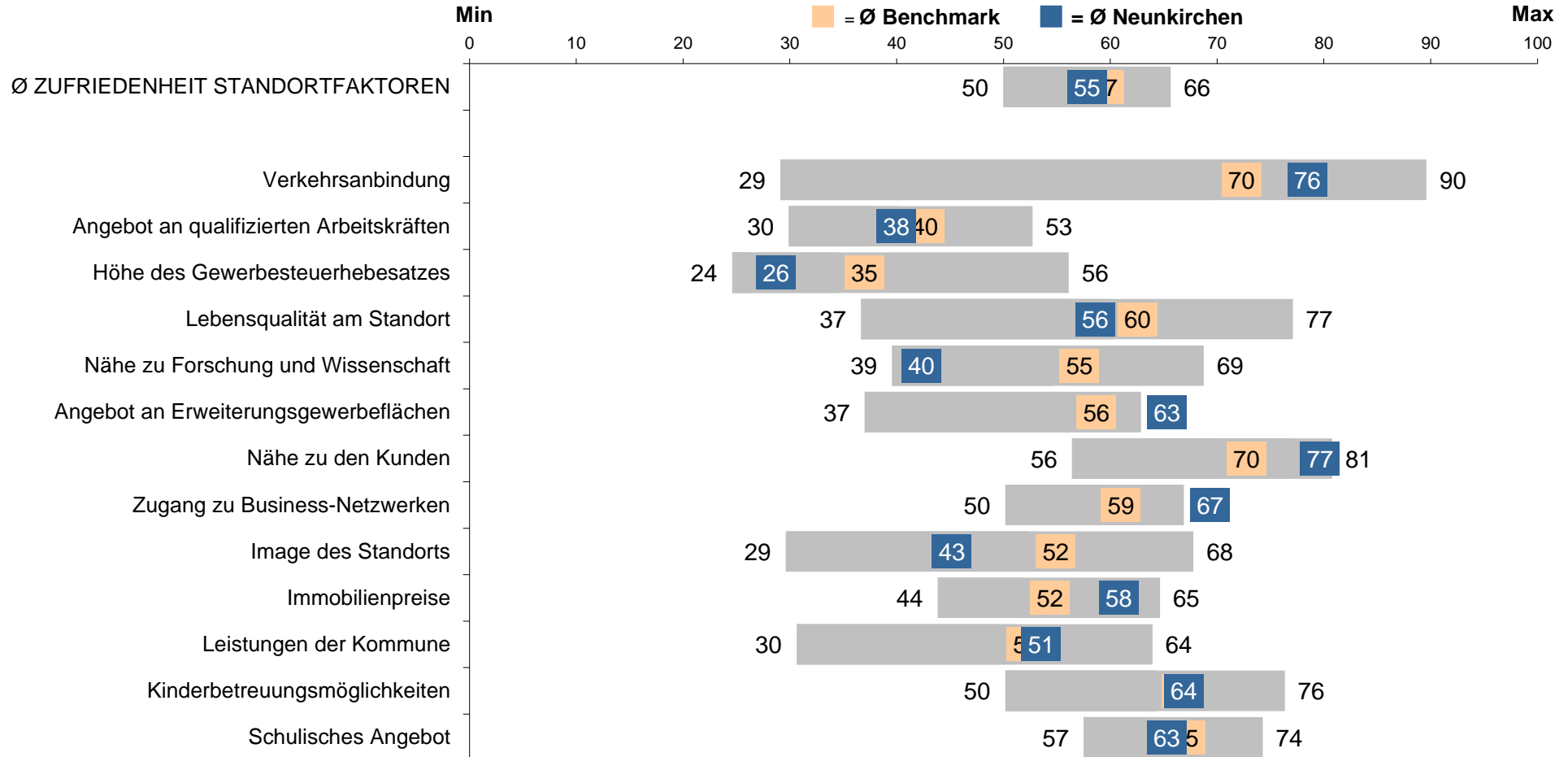
->Frage 4: „Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“

->Frage 5: „Bereitstellung von Informationen / Telefonische Erreichbarkeit / Kompetenz der Ansprechpartner / Informationen zu Fördermöglichkeiten / Hilfe bei der Suche nach Betriebsgrundstücken und Büroflächen / Vermittlung von Kontakten / Bearbeitungsgeschwindigkeit“

Basis:
Gültige Antworten von n=13 bis n=50

4. Standortfaktoren: Zufriedenheit (I)

Die Höhe des Gewerbesteueresatzes, das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften und die fehlende Nähe zu Forschung und Wissenschaft werden kritisch bewertet.

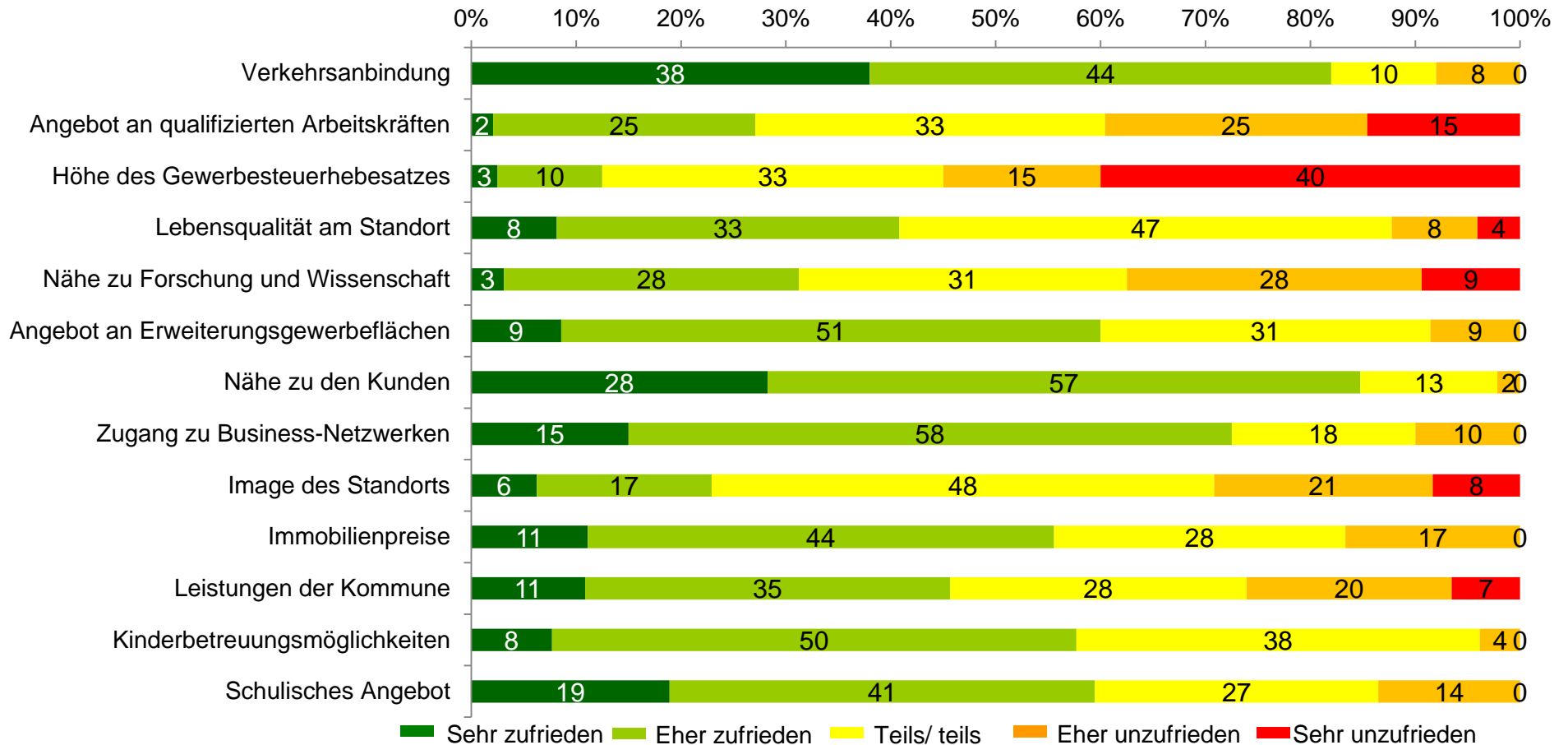


Frage 2: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Neunkirchen.“

Basis:
Gültige Antworten
von n=26 bis n=50

4. Standortfaktoren: Zufriedenheit (II)

Die gute Verkehrsanbindung und die Nähe zu den Kunden sind eindeutige Stärken des Standorts Neunkirchen.

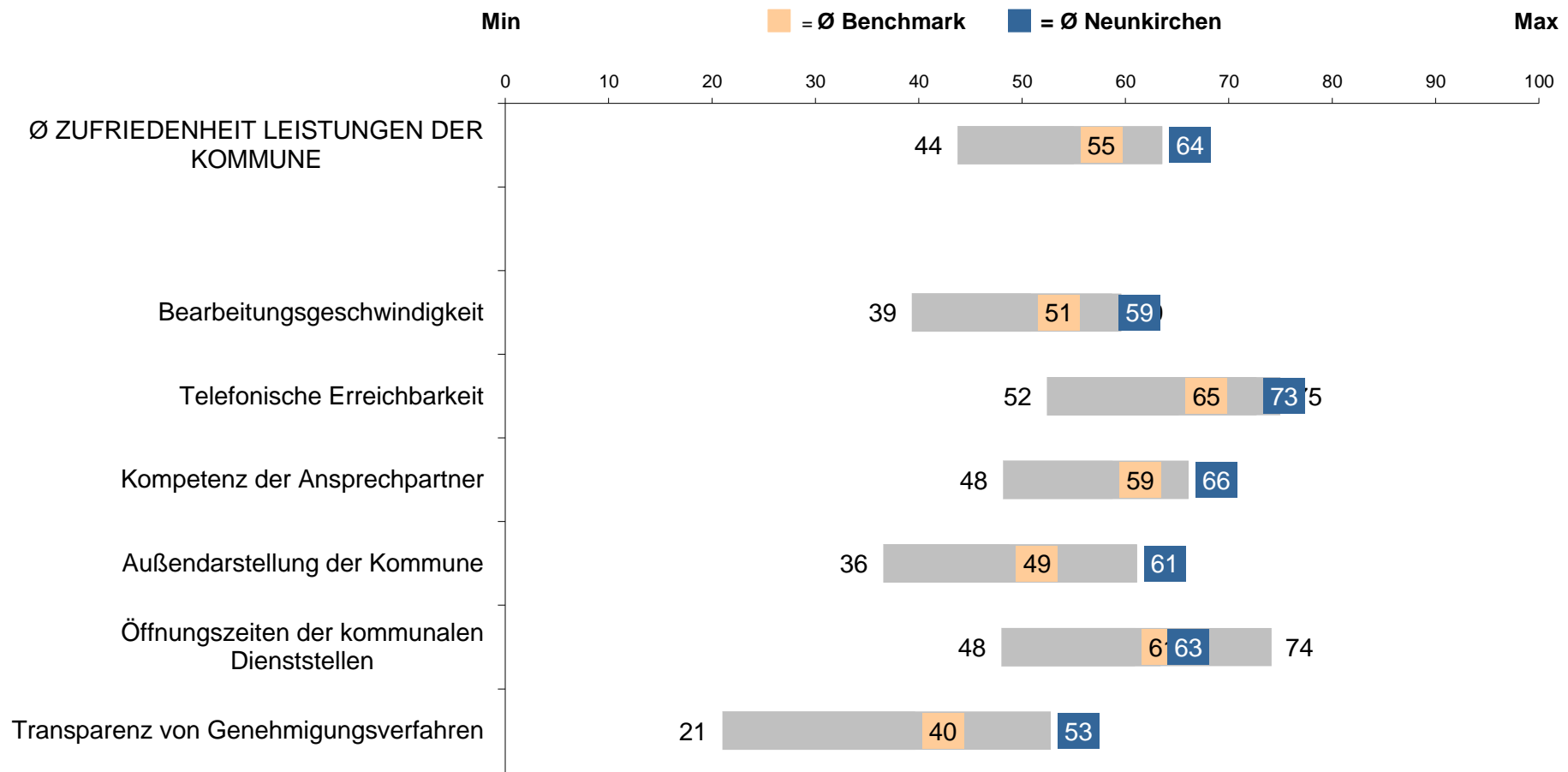


Frage 2: „Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Neunkirchen.“

Basis:
Gültige Antworten von
n=26 bis n=50

5. Leistungen der Kommune: Zufriedenheit (I)

Mit den Leistungen der Stadtverwaltung sind die Befragten vergleichsweise zufrieden. Die Transparenz von Genehmigungsverfahren entspricht in Neunkirchen durchaus den Erwartungen der Unternehmensvertreter.

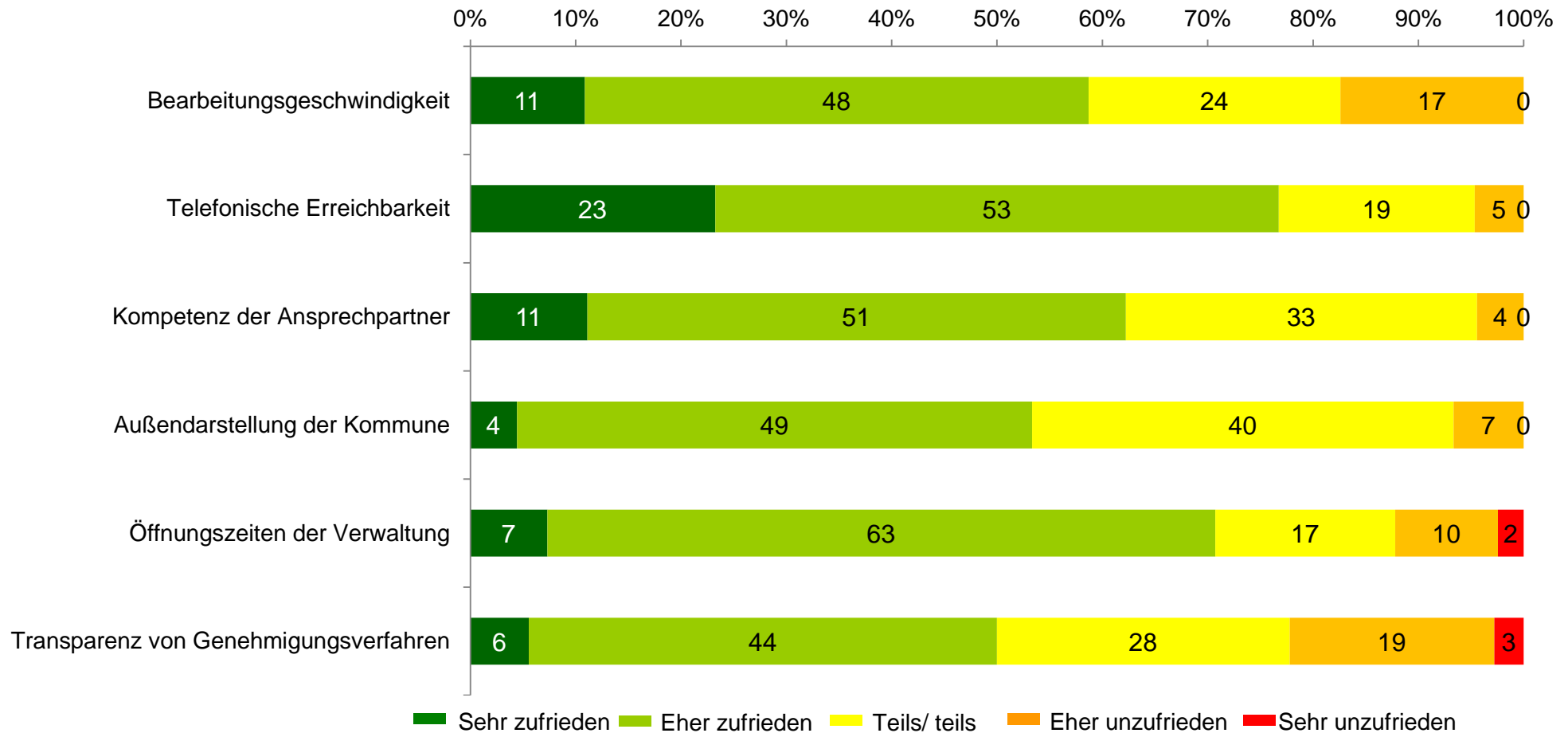


Frage 3: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Kommune sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten
von n=36 bis n=46

5. Leistungen der Kommune: Zufriedenheit (II)

Die Kommune kann besonders mit der telefonischen Erreichbarkeit bei den Unternehmen überzeugen. Auch die Kompetenz der Ansprechpartner wird honoriert.



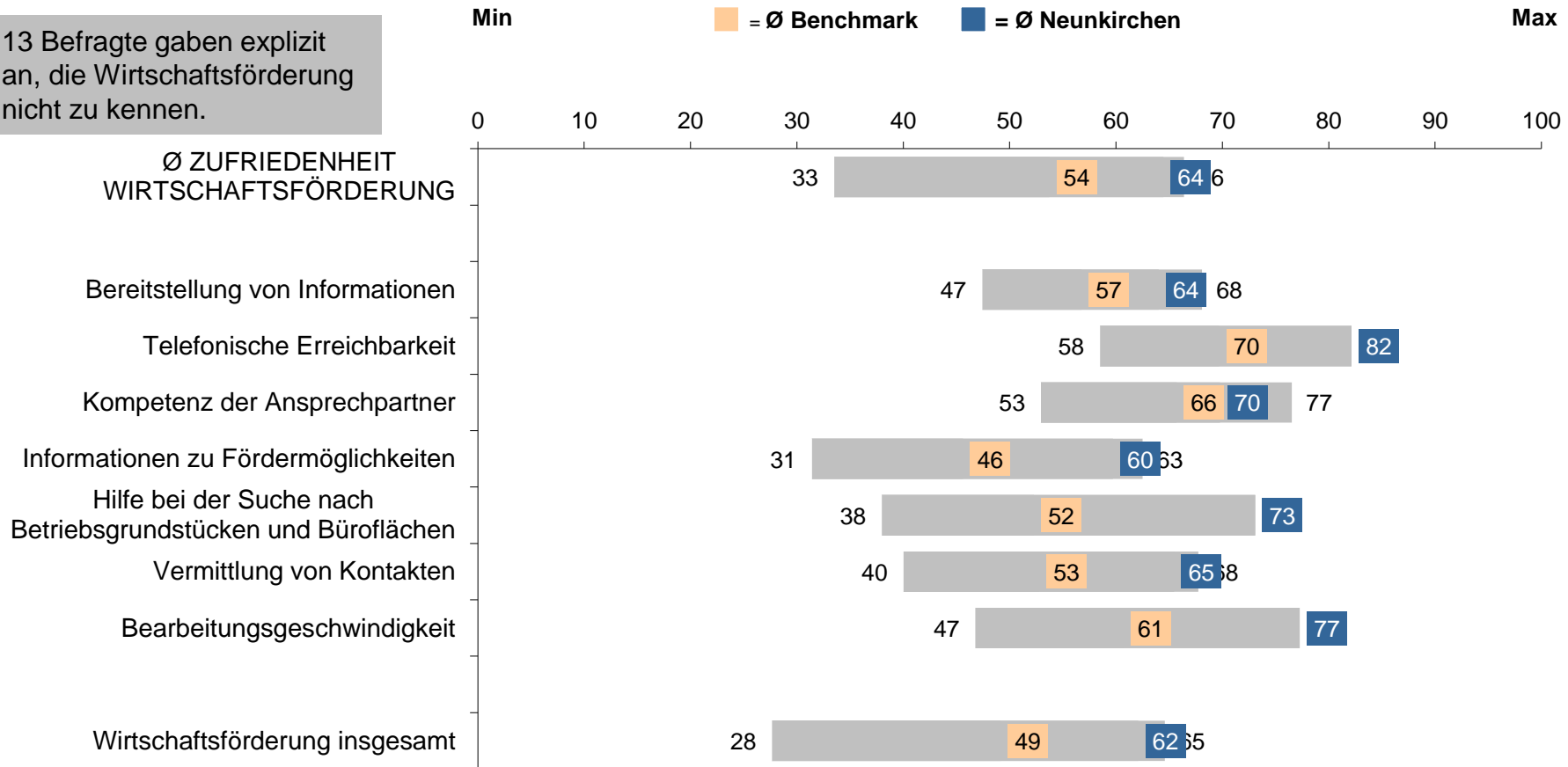
Frage 3: „Lassen Sie uns noch etwas genauer über die Leistungen der Kommune sprechen. Wie zufrieden sind Sie ...?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=36 bis n=46

6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit (I)

Die Wirtschaftsförderung in Neunkirchen erzielt überdurchschnittliche Zufriedenheit bei den Unternehmen, die sie kennen. Telefonische Erreichbarkeit und Bearbeitungsgeschwindigkeit werden sehr positiv wahrgenommen.

13 Befragte gaben explizit an, die Wirtschaftsförderung nicht zu kennen.

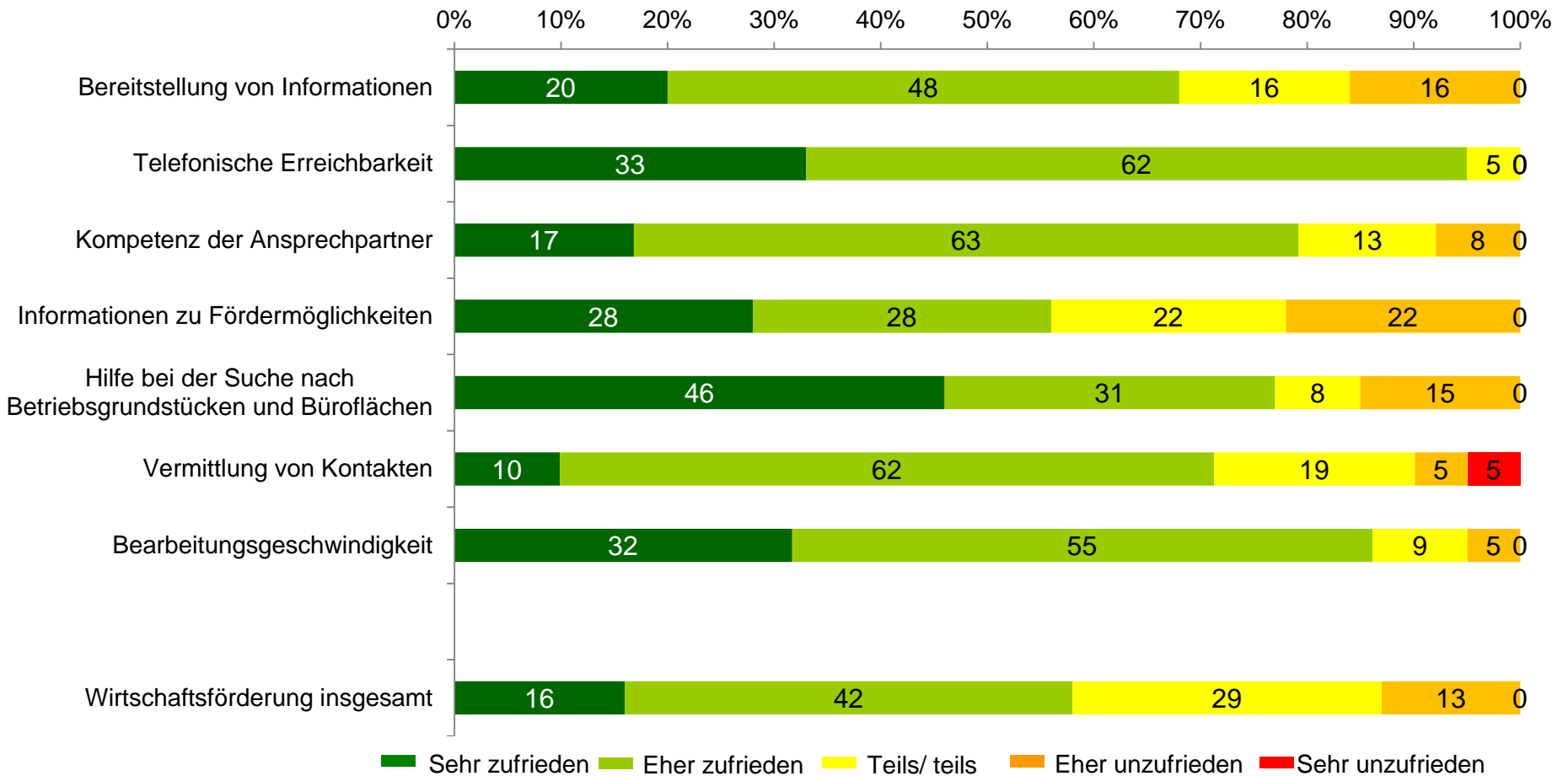


Frage 4: „Kommen wir nun zur Wirtschaftsförderung der Stadt Neunkirchen. Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“
Frage 5: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

Basis:
 Gültige Antworten von n=13 bis n=31

6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Zufriedenheit (II)

Potenzial wird in der Bereitstellung von Informationen zu Fördermöglichkeiten und bei der Vermittlung von Kontakten gesehen.



Frage 4: „Kommen wir nun zur Wirtschaftsförderung der Stadt Neunkirchen. Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung insgesamt?“

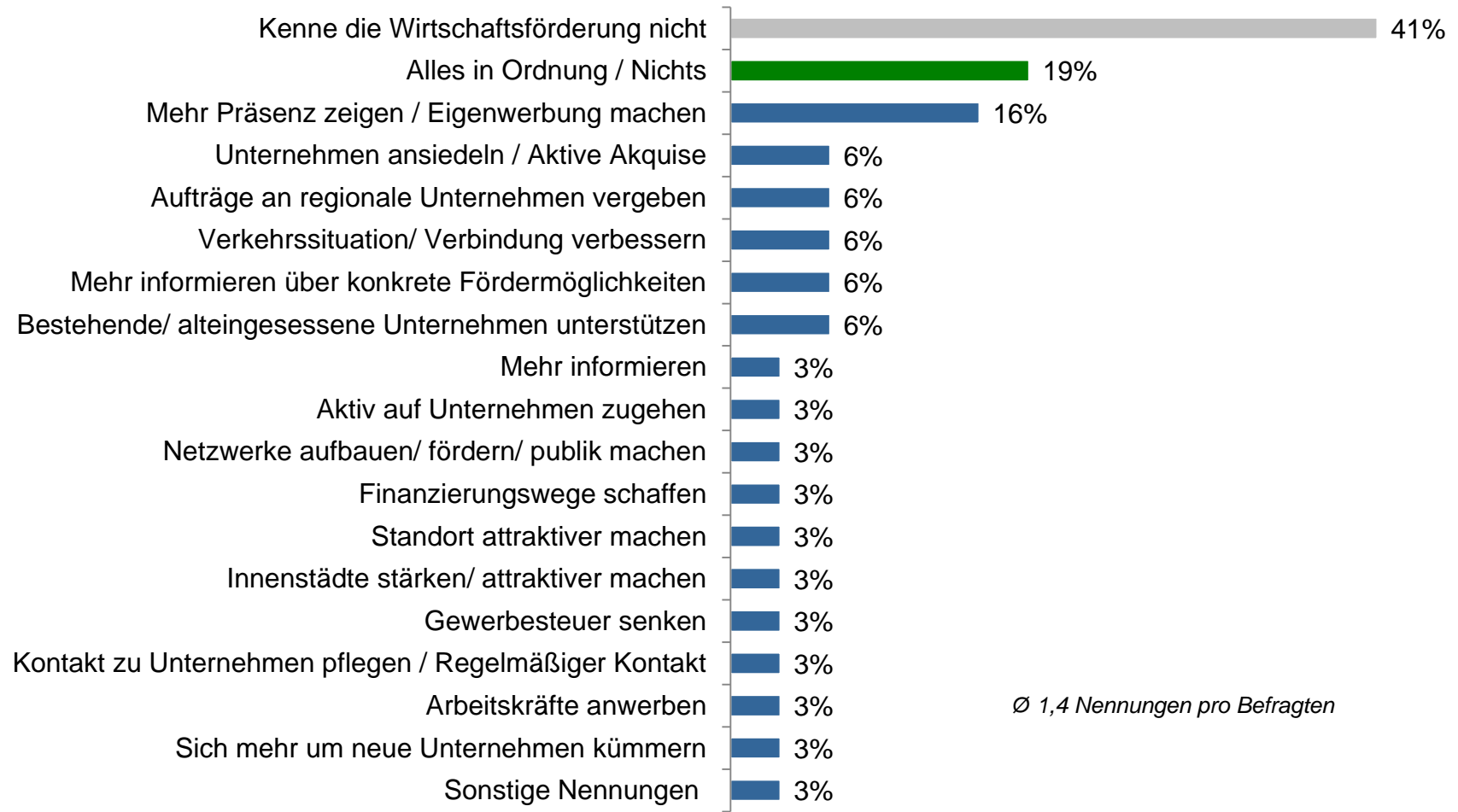
Frage 5: „Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Wirtschaftsförderung im Einzelnen?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=13 bis n=31



6. Leistungen der Wirtschaftsförderung: Verbesserungswünsche

Wenn Verbesserungsvorschläge geäußert werden, beziehen sich diese meistens auf eine höhere Präsenz der Neunkirchner Wirtschaftsförderung.



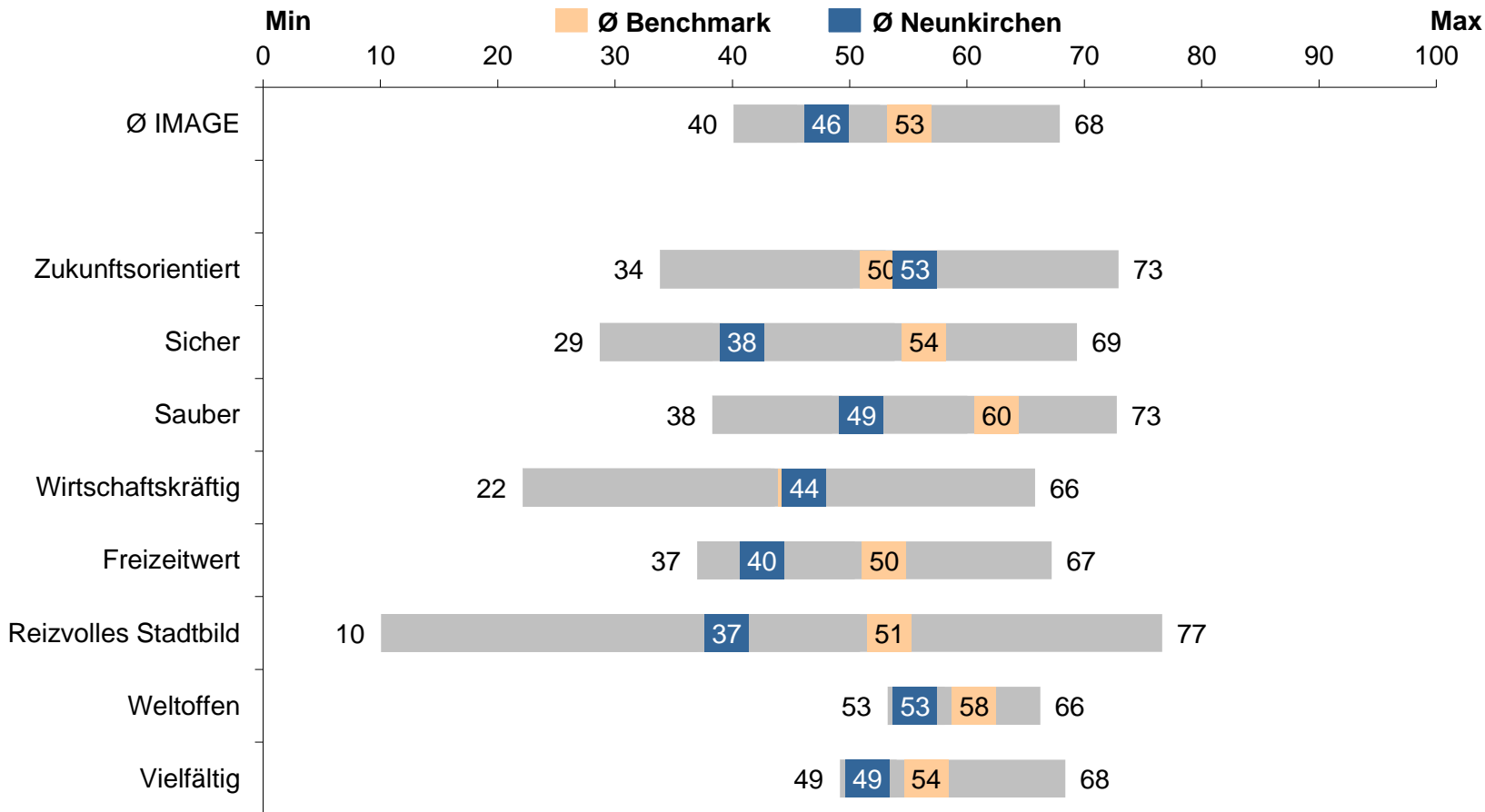
Frage 6: „Was könnte die Wirtschaftsförderung an Ihrem Standort besser machen?“

Basis:
Gültige Antworten
n=32



7. Image der Kommune (I)

Trotz relativer Zufriedenheit mit dem Standort wird das Image von Neunkirchen kritisch betrachtet. Bemängelt werden insbesondere Sicherheit, Stadtbild und Freizeitwert.

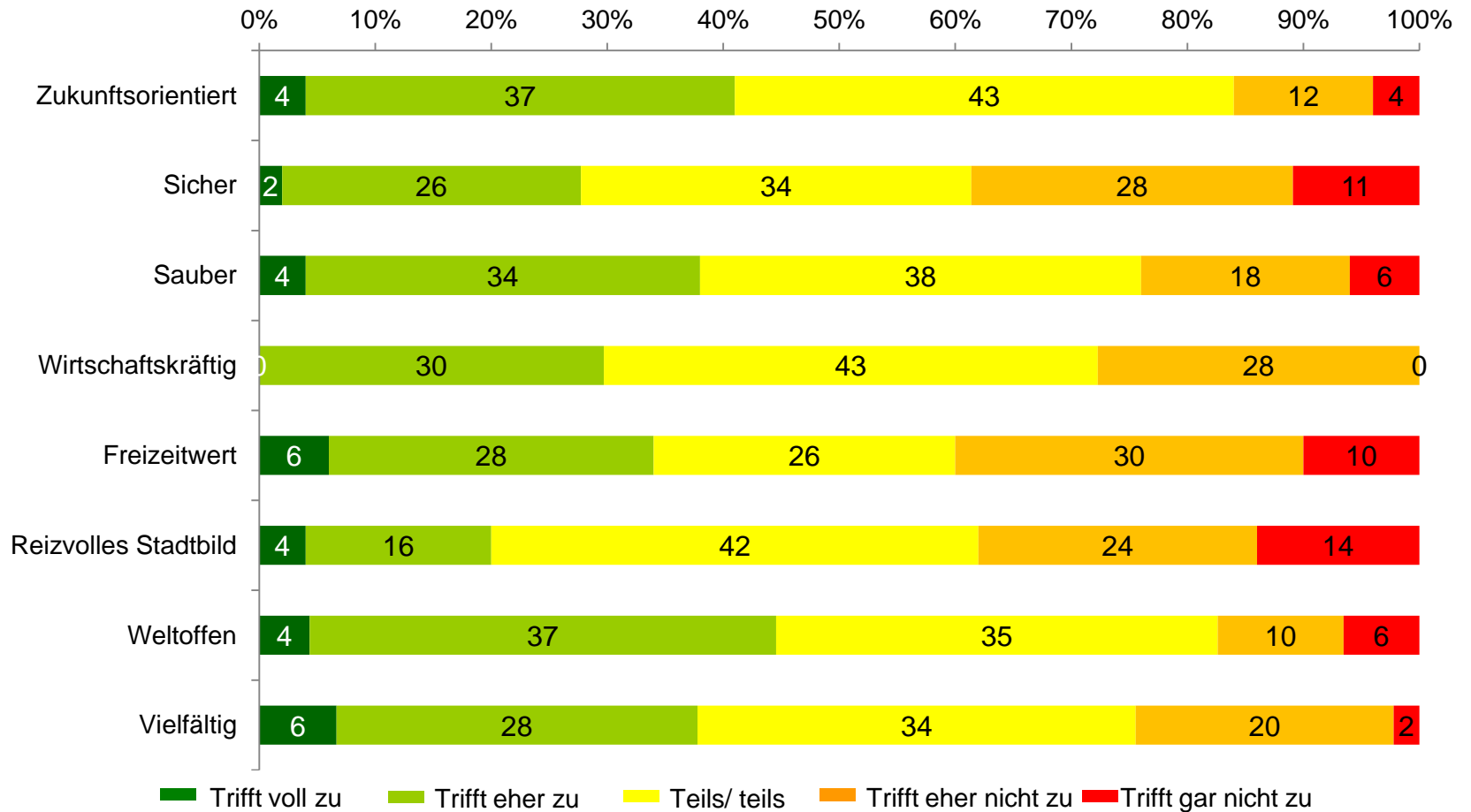


Frage 7: „Jetzt ganz allgemein zu Neunkirchen. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf Neunkirchen zu?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=47 bis n=50

7. Image der Kommunen (II)

Am wenigsten widersprechen die Unternehmen den Attributen „zukunftsorientiert“ und „weltoffen“.

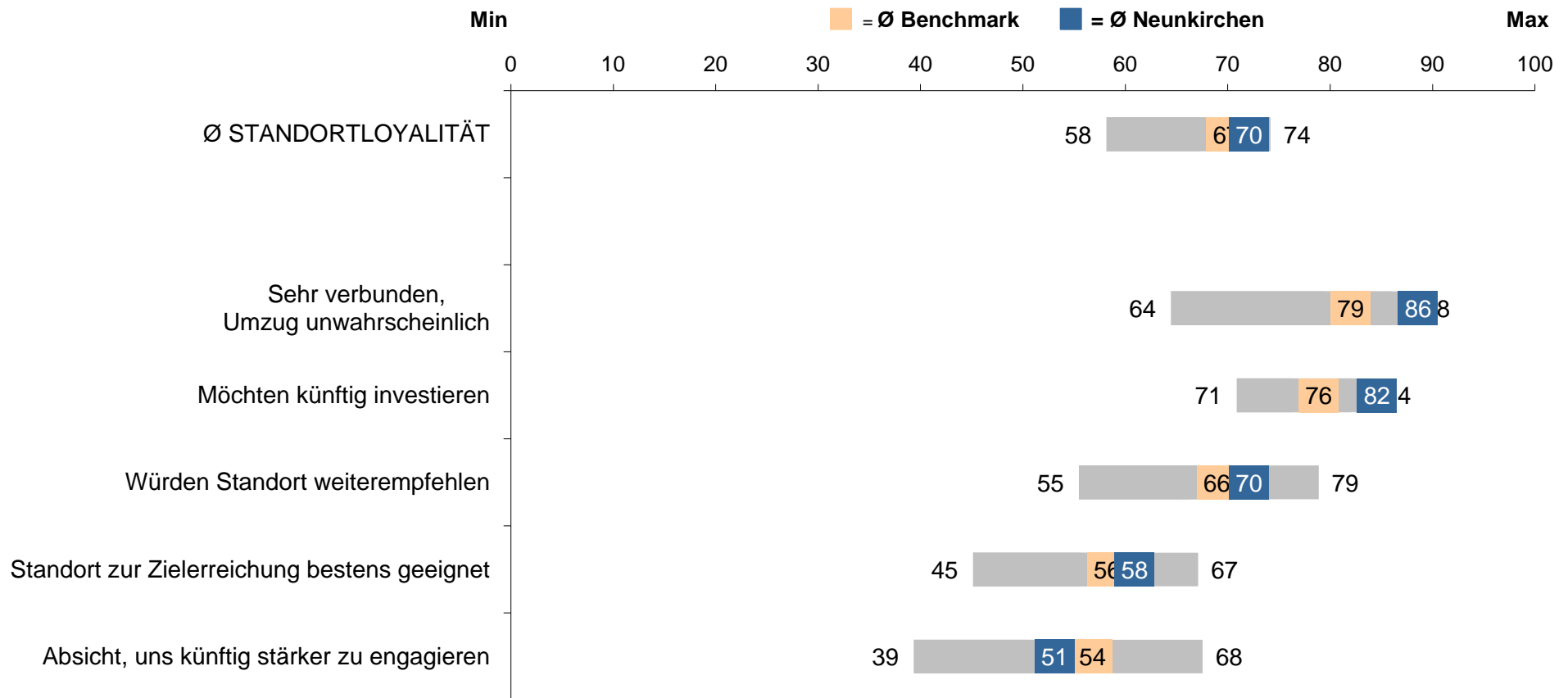


Frage 7: „Jetzt ganz allgemein zu Neunkirchen. Was würden Sie sagen, inwieweit treffen die folgenden Eigenschaften auf Neunkirchen zu?“

Basis:
Gültige Antworten von
n=47 bis n=50

8. Standortloyalität: Zukunft (I)

Trotz einiger Kritik ist die Loyalität zum Standort eher hoch, man fühlt sich dem Standort sehr verbunden.

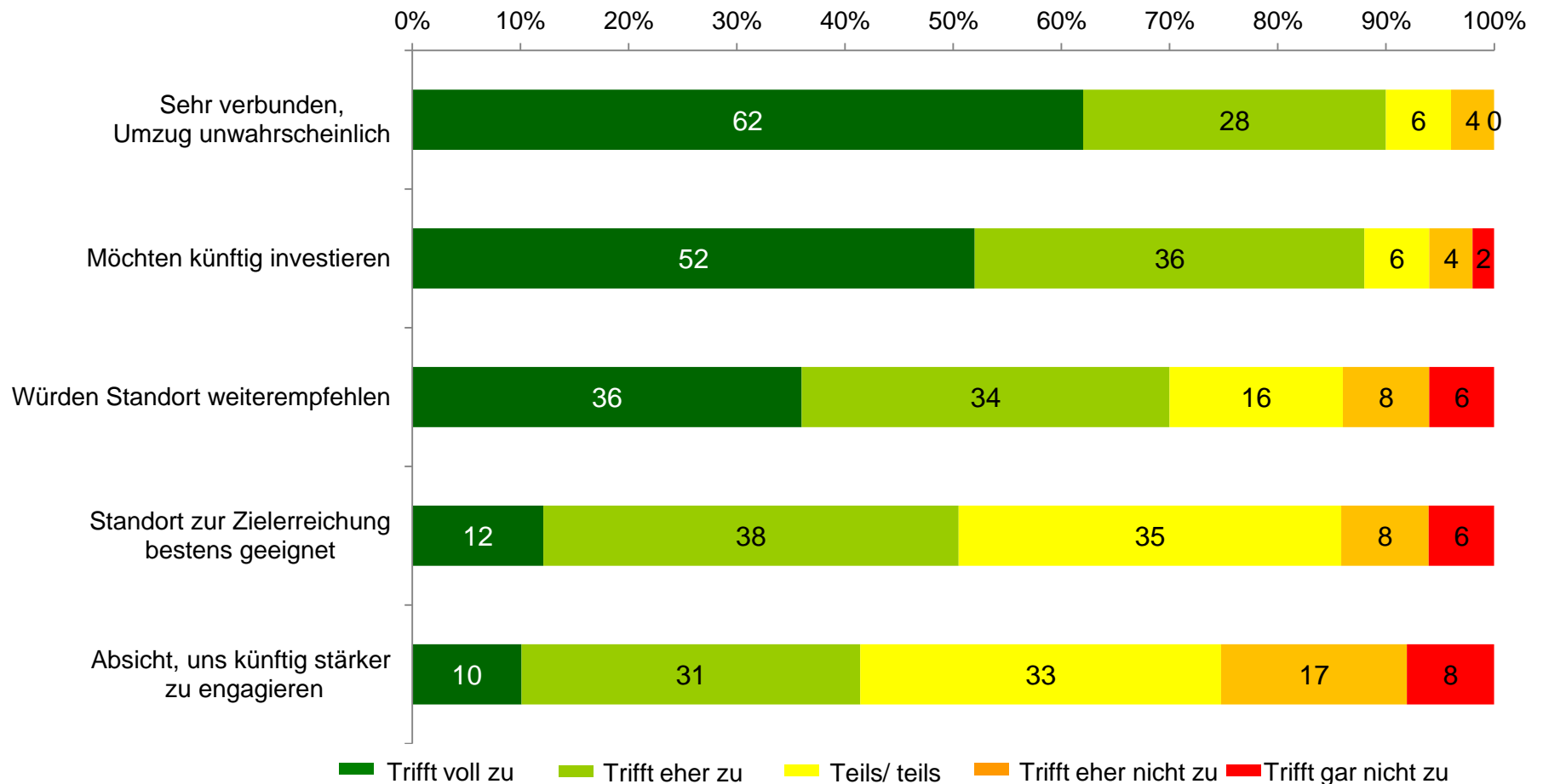


Frage 9: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Neunkirchen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“

Basis:
Gültige Antworten
von n=48 bis n=50

8. Standortloyalität: Zukunft (II)

9 von 10 Befragten halten zukünftige Investitionen ihres Unternehmens in den Standort Neunkirchen für eher oder sehr wahrscheinlich.






Frage 9: „Ich lese Ihnen jetzt mal ein paar Aussagen zu Neunkirchen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, inwieweit Sie ihr zustimmen.“




Basis:
Gültige Antworten von
n=48 bis n=50

9. Zusammenfassung

- Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung zeigen eine differenzierte Standortbewertung der befragten Unternehmen. Man fühlt sich der Kreisstadt Neunkirchen als Standort eng verbunden, auch wenn man sie in einigen Aspekten recht kritisch bewertet.
- Weniger zufrieden sind die Unternehmen mit der Höhe der Gewerbesteuer, dem Angebot an qualifizierten Arbeitskräften und der Nähe zu Forschung und Wissenschaft. Positiv wahrgenommen wird die gute Verkehrsanbindung und die Nähe zu Kunden, aber auch das Angebot an Erweiterungsflächen.
- Die Leistungen der Kommune, also in der Regel der Stadtverwaltung, erfüllen die Bedürfnisse der Unternehmen recht gut. Die Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit ist als eher zufriedenstellen zu werten und damit überdurchschnittlich hoch. Aber auch schwierige Themen, wie die Bearbeitungsgeschwindigkeit und die Transparenz von Genehmigungsverfahren, werden zufriedenstellender für die Unternehmen gehandhabt als in anderen Städten.
- Der wichtigste Kritikpunkt der Unternehmen ist das Image der Stadt Neunkirchen. Vor allem mangelnde Sicherheit und Attraktivität sowie der wahrgenommene niedrige Freizeitwert sind für die Unternehmen Hauptschwächen des Standorts. Hier gilt es, auch den Führungskräften der Unternehmen zu zeigen, was Neunkirchen zu bieten hat, um eine positivere Kommunikation allgemein zu schaffen.
- Trotz Unzufriedenheit mit dem Stadtimage und einigen Standortfaktoren würden 36% der Unternehmen Neunkirchen als Wirtschaftsstandort auf jeden Fall und weitere 34% eher weiterempfehlen. Auffallend ist auch die starke Verbundenheit mit dem Standort. Nur sehr wenige der befragten Unternehmen können sich vorstellen umzuziehen, die meisten wollen hier auch künftig investieren.

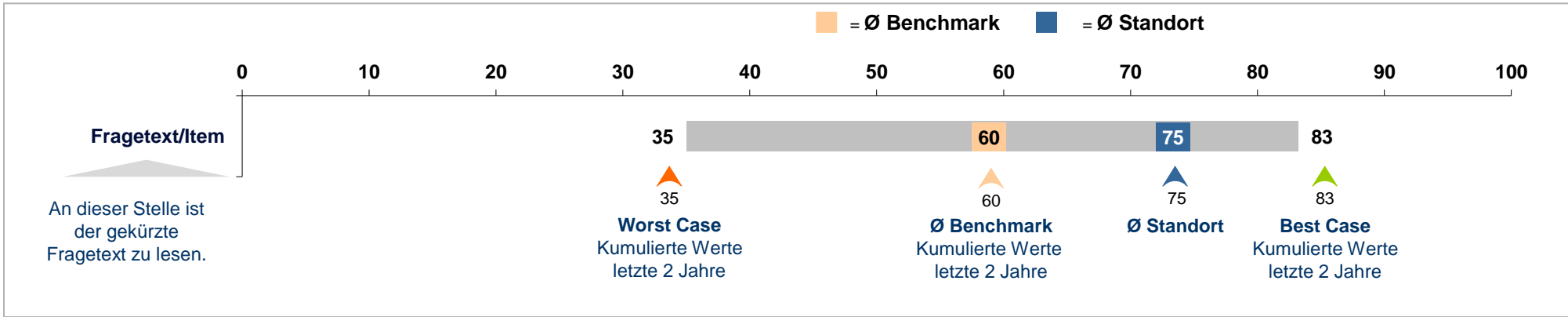
Ihre Ansprechpersonen

 Ute Kerber
Geschäftsführerin
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: ute.kerber@l-q-m.de

 Barbara Heinrich
Senior Research Consultant
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-15
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: barbara.heinrich@l-q-m.de

Anhang: 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		Punktwert Loyalitätsfragen-Skala, z.B. Weiterempfehlung		Punktwert Imagefragen-Skala	
	Sehr zufrieden (1)	100	Stimme voll zu (1)	100	Trifft voll zu (1)	100
	Eher zufrieden (2)	75	Stimme eher zu (2)	75	Trifft eher zu (2)	75
	Teils/ teils (3)	50	Teils/ teils (3)	50	Teils/ teils (3)	50
	Eher unzufrieden (4)	0	Stimme eher nicht zu (4)	0	Trifft eher nicht zu (4)	0
Sehr unzufrieden (5)	0	Stimme gar nicht zu (5)	0	Trifft gar nicht zu (5)	0	