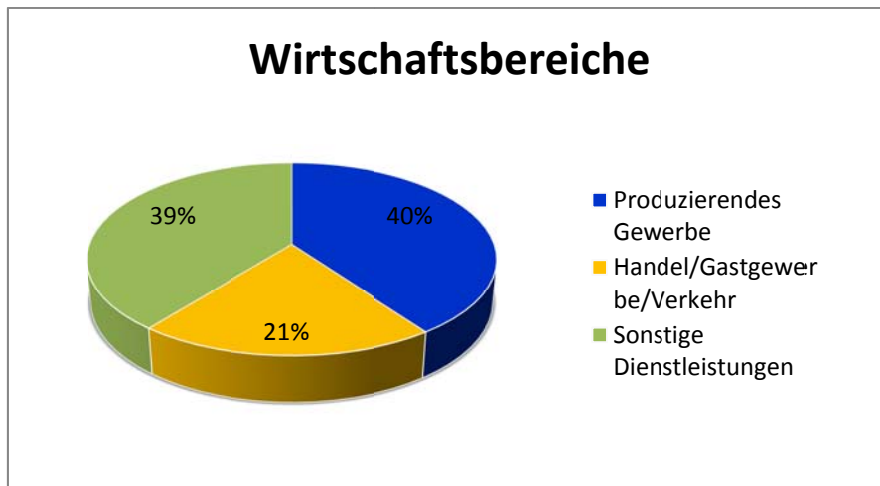


## Auswertung der Unternehmensbefragung

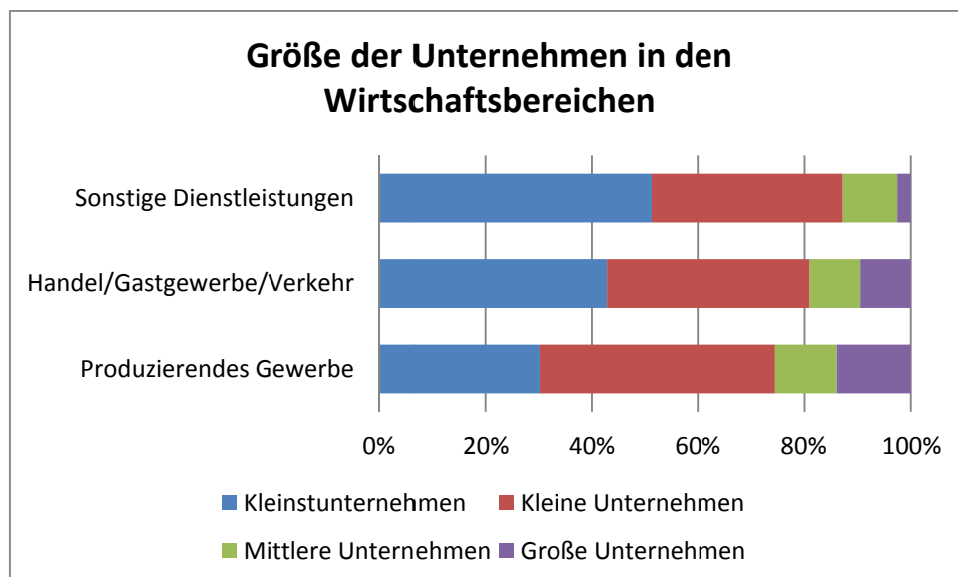
Im Dezember 2011 wurde die erste online Unternehmensbefragung in Göppingen durchgeführt. Es wurden 668 Unternehmen befragt. Die Wirtschaftsförderung bekam 128 Rückmeldungen, was eine 19%-ige Rücklaufquote ergibt. Hier möchten wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse dieser ersten Befragung darstellen.

### Strukturdaten

Die Unternehmen, die an der Befragung teilnahmen, verteilten sich wie folgt: 40% der Unternehmen gehörten zum produzierenden Gewerbe, 21% zu Handel, Gastgewerbe und Verkehr und 39% zu sonstigen Dienstleistungen.

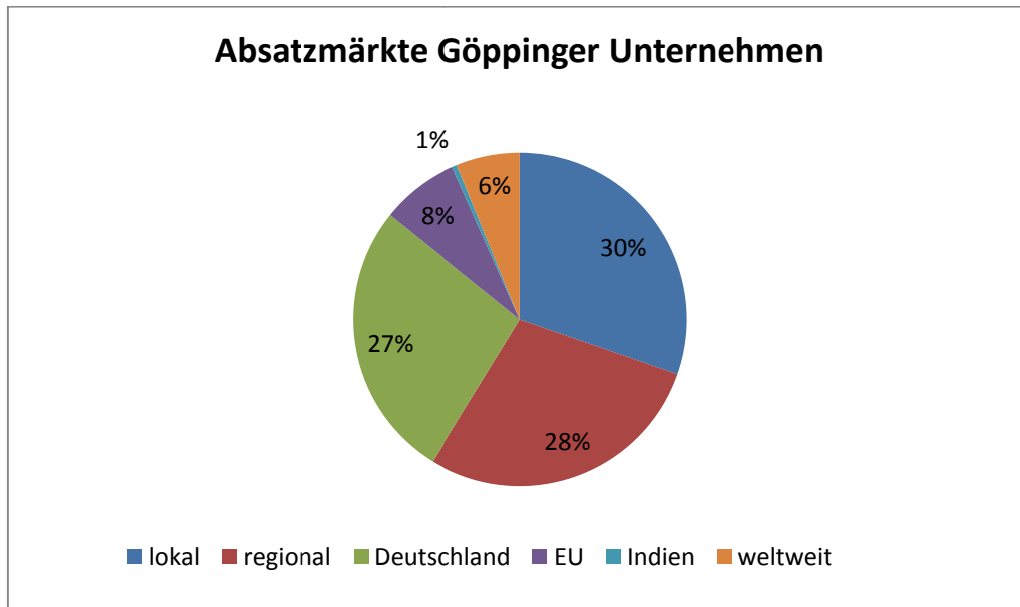


In allen Wirtschaftsbereichen überwiegen kleine und mittlere Unternehmen<sup>1</sup> (von 74% im produzierenden Gewerbe bis zu 96% in sonstigen Dienstleistungen). Traditionell die größten Unternehmen sind im produzierenden Gewerbe zu finden.

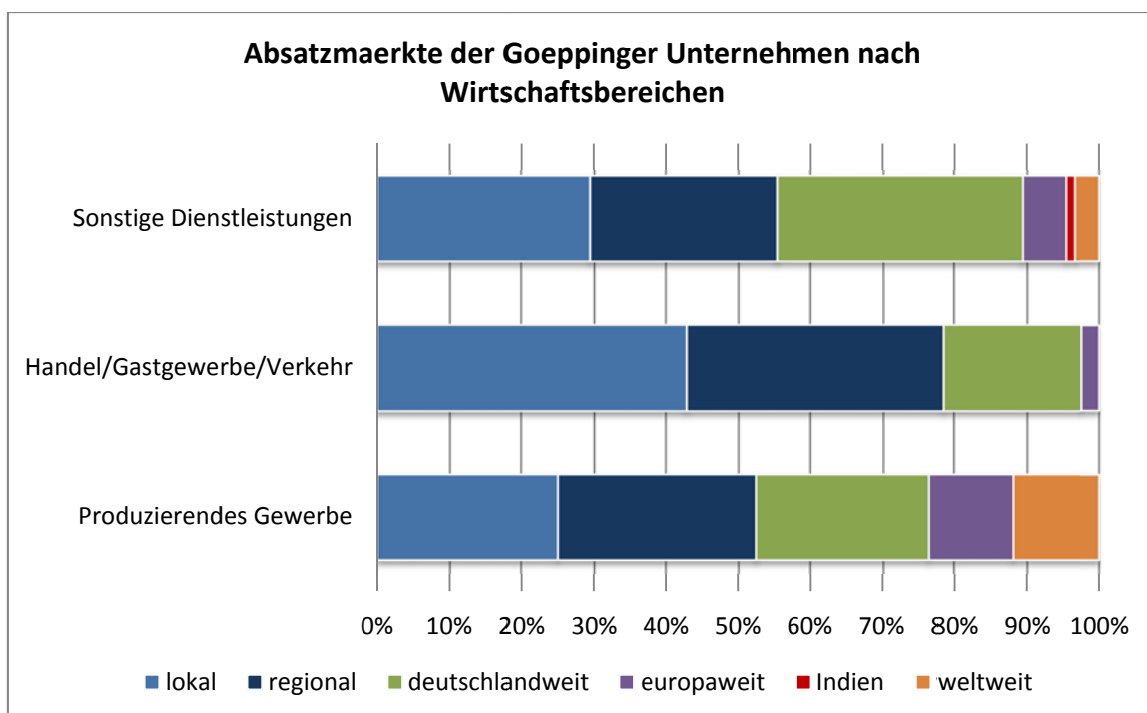


<sup>1</sup> Die Unternehmensgröße wurde in dieser Unternehmensbefragung anhand von Mitarbeiterzahlen festgelegt. Kleinstunternehmen beschäftigen bis 10 Mitarbeiter, kleine Unternehmen zwischen 10 und 49, mittlere Unternehmen zwischen 50 und 249 Mitarbeiter. Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeiter gehören zu der Gruppe große Unternehmen.

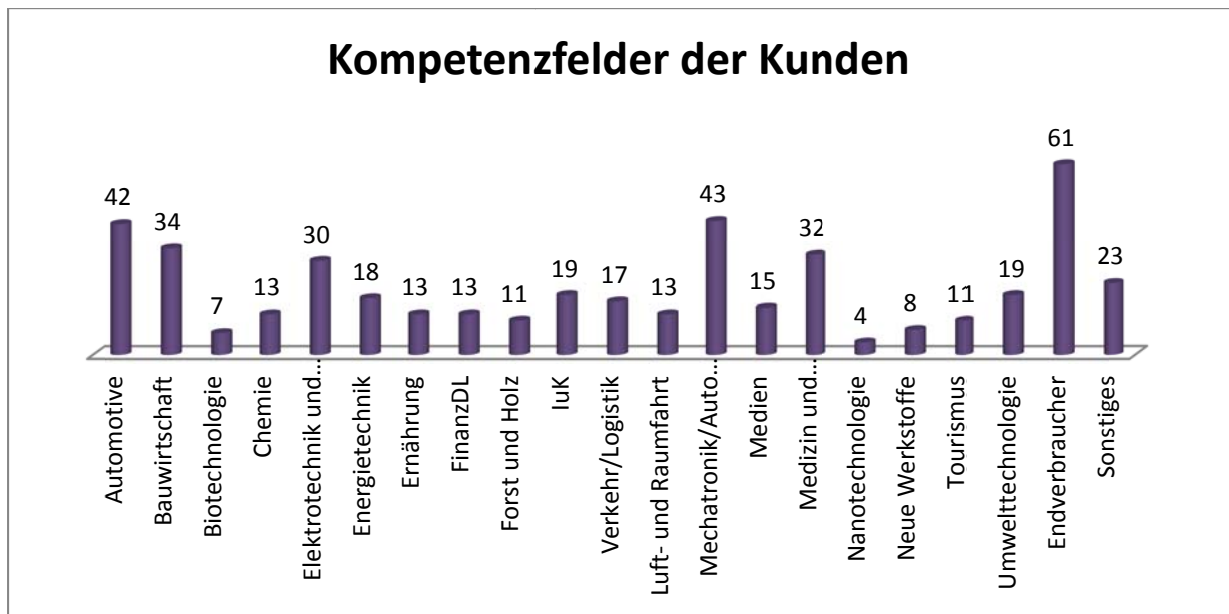
Der lokale, regionale und deutsche Markt macht insgesamt 85% der Absatzmärkte der Göppinger Unternehmen aus. Das liegt einerseits am hohen Anteil der Dienstleistungsbetriebe, andererseits an der großen Abhängigkeit von lokalen und regionalen Kunden. Der europäische Markt ist nur für 6% und der weltweite nur für rund 8% der Unternehmen interessant. In den internationalen Märkten liegt das Entwicklungspotenzial für die Göppinger Unternehmen.



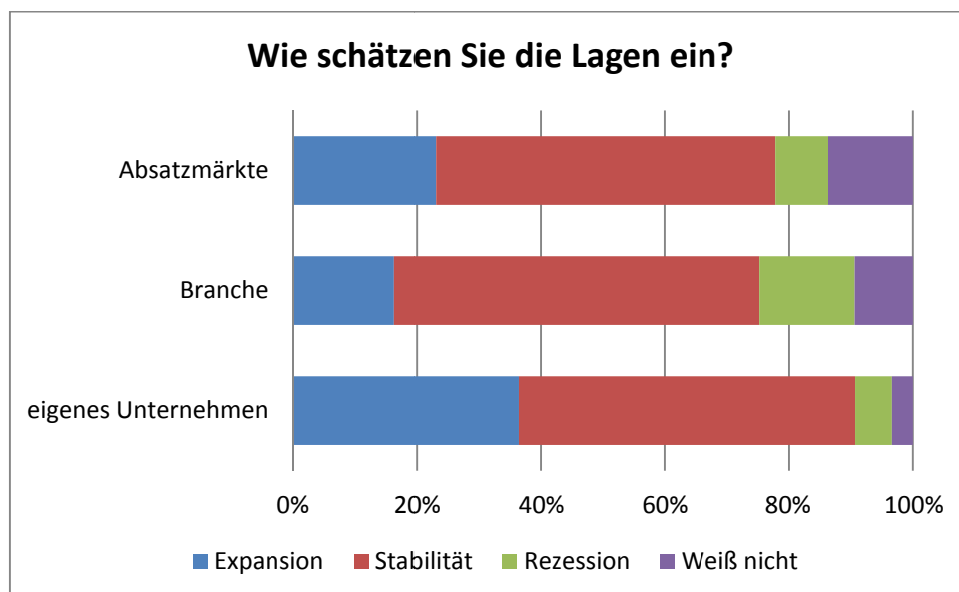
Wenn man sich die Aufteilung der Absatzmärkte nach Wirtschaftsbereichen anschaut, dann erkennt man schon die ersten Unterschiede. Den größten Anteil an lokalen und regionalen Märkten (knapp 80%) hat der Bereich „Handel/Gastgewerbe/Verkehr“. Dieser Wirtschaftsbereich hat einen sehr lokalen Bezug. Den größten Anteil an europäischen und weltweiten Absatzmärkten hat das produzierende Gewerbe.



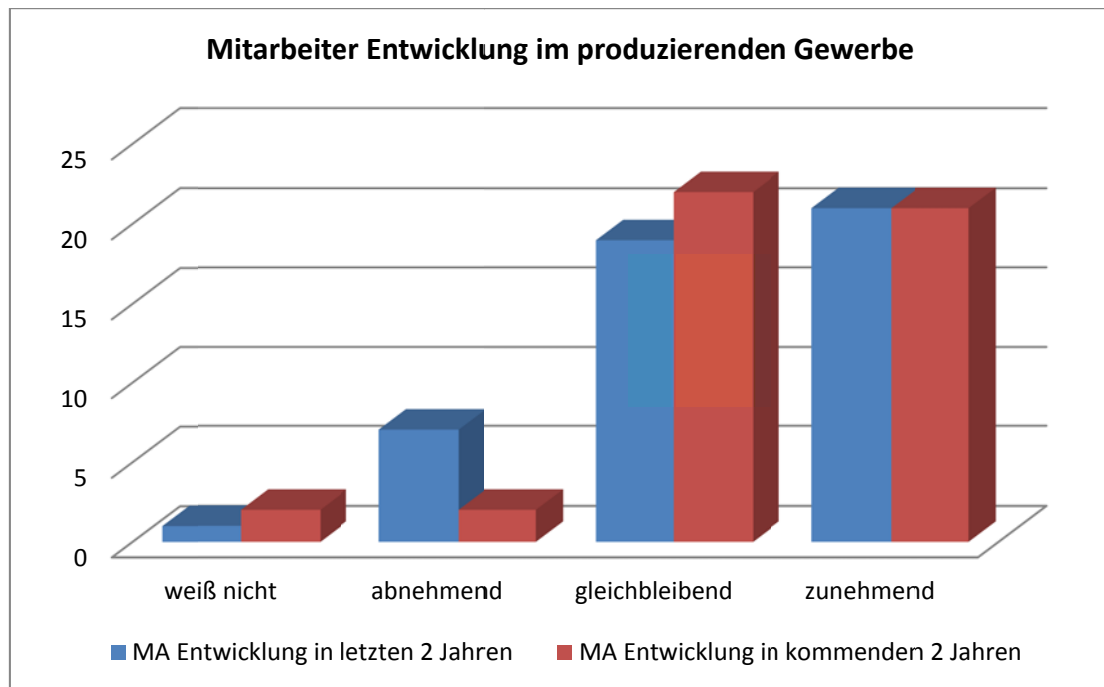
Der größte Abnehmer der Göppinger Produktion sind die Endverbraucher (14%), gefolgt von Mechatronik / Automation / Maschinenbau (10%) und Automotive (9%). Weitere Branchen werden ebenfalls von den Göppinger Firmen bedient, deren Anteile jedoch zwischen 2 und 4% liegen. Der große Anteil der Endverbraucher als Kunden ist auf die große Anzahl der Betriebe in den Bereichen Handel/Gastgewerbe/Verkehr und sonstige Dienstleistungen zurückzuführen. Deren Wertschöpfung wird in der Regel nicht weiterverarbeitet und somit landen die Produkte bzw. Dienstleistungen direkt beim Endverbraucher, egal ob Privatpersonen oder juristische Personen.



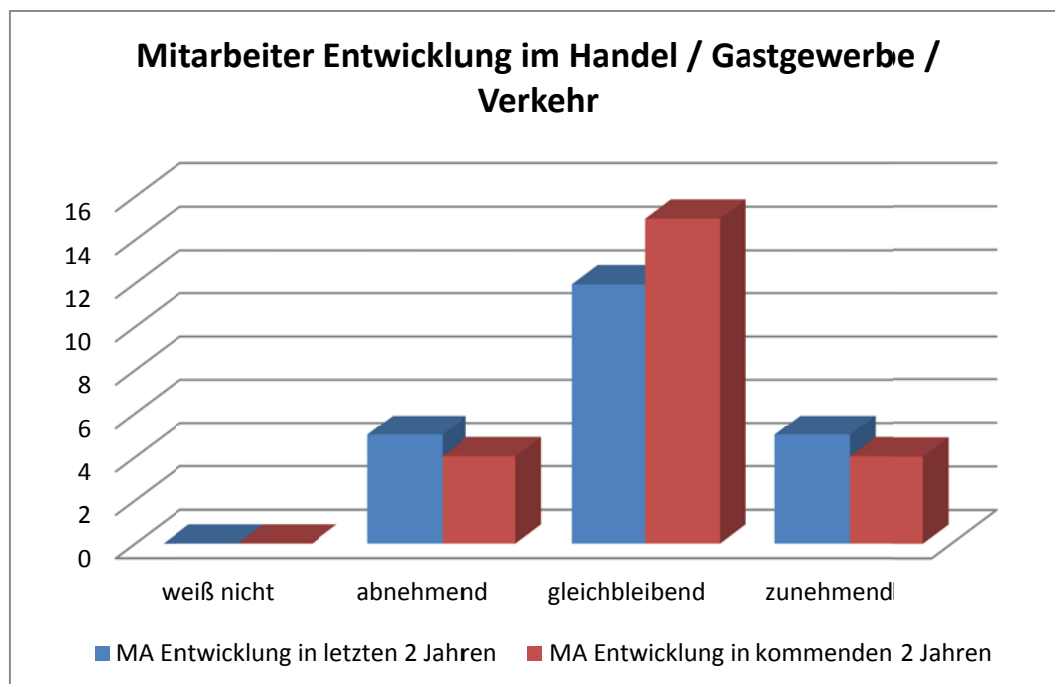
Die allgemeine Lage der eigenen Branche, der eigenen Absatzmärkte und des eigenen Unternehmens wird als stabil bzw. auf Expansion eingestuft (Stand Dezember 2011). Positiver wird das eigene Unternehmen eingeschätzt als eigene Branche oder die Absatzmärkte. Diese Einschätzung fällt allerdings gut für den Standort Göppingen, wenn man betrachtet, dass die wirtschaftlichen und konjunkturellen Meldungen viel Verunsicherung mit sich bringen.



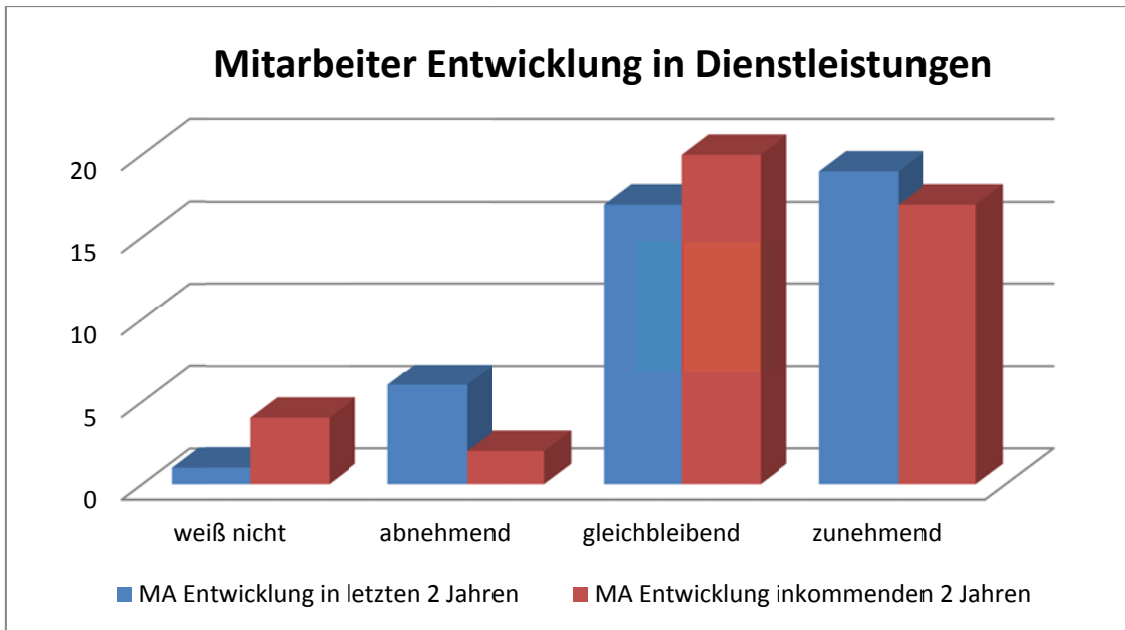
Über 70% aller Unternehmen schätzen die Beschäftigungsentwicklung im eigenen Betrieb positiv ein. Generell kann man sagen, dass die Unternehmen die kommenden zwei Jahre besser einschätzen als die vergangenen zwei.



Besonders gute Stimmung herrscht im produzierenden Gewerbe, in dem über 40% der Unternehmen mit der Zunahme an Arbeitsplätzen rechnet. Wenn man die 40% der Unternehmen dazu rechnet, die ihre Mitarbeiter halten wollen, stellt sich die Situation positiv dar.

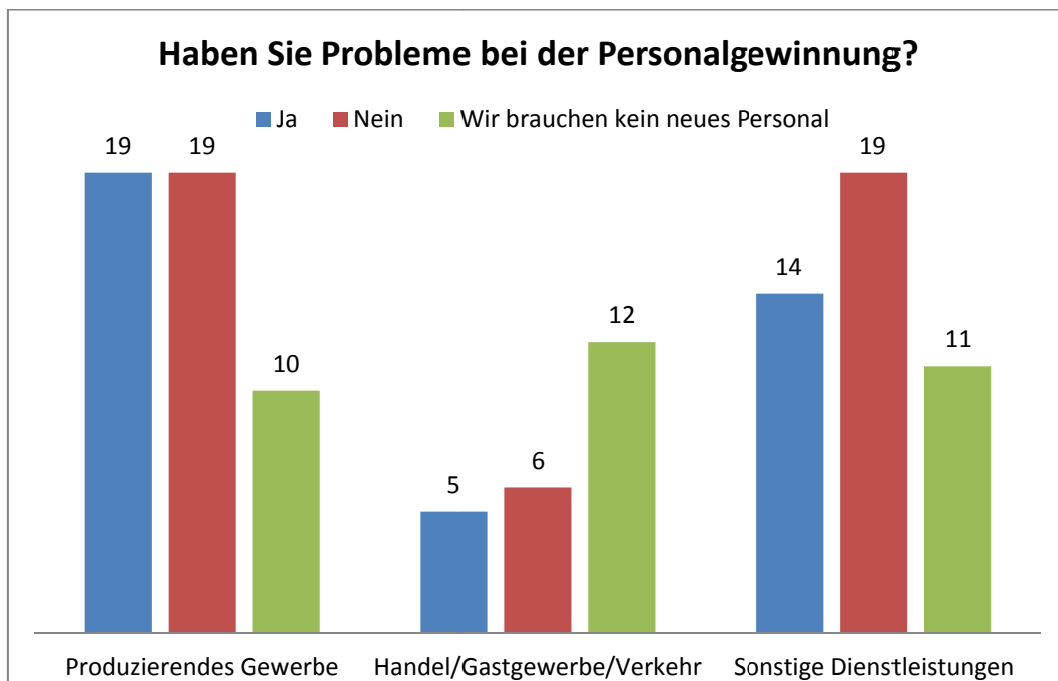


Dagegen glauben nur knapp 10% der Unternehmen im Handel und Gastgewerbe, dass die Beschäftigung steigt. Immerhin will die Mehrheit der Unternehmen ihre Mitarbeiterzahl auf dem konstanten Niveau halten.



Und auch im Bereich der sonstigen Dienstleistungen wird die Mitarbeiterentwicklung ähnlich wie im produzierenden Gewerbe eingeschätzt.

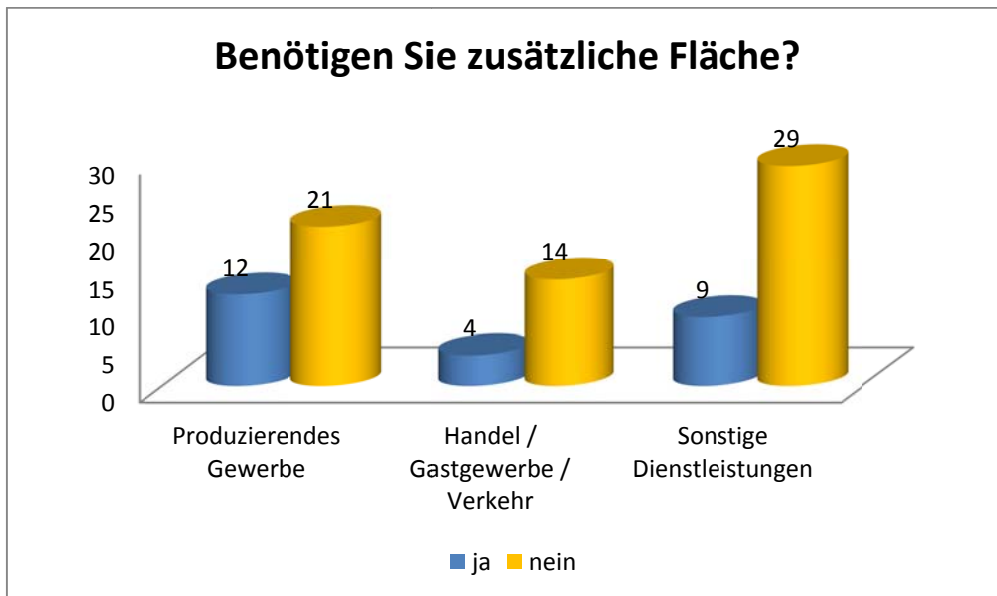
Gerade im Hinblick auf die Zunahme der Arbeitsplätze weisen die Unternehmen auf die Probleme mit der Fachkräfterekrutierung hin. Branchenabhängig fehlen zwischen 21% und 40% Arbeitskräfte bei den befragten Firmen. Zu den meisten Problemen bei der Personalbeschaffung laut der befragten Unternehmen gehören der Mangel an qualifiziertem Personal (Ingenieure, Techniker aber auch Fachpersonal), die fehlende Qualität und Kompetenz der Bewerber, sowie die Konkurrenzsituation gegenüber Großbetrieben im Raum Stuttgart.



Viele Betriebe versuchen durch die Weiterbildungsmöglichkeiten, Flexibilität bei der Arbeitszeitgestaltung, Familienfreundlichkeit und erfolgsabhängige Bezahlung die vorhandenen Mitarbeiter zu binden und die potenzielle Mitarbeiter anzulocken. Da es aber

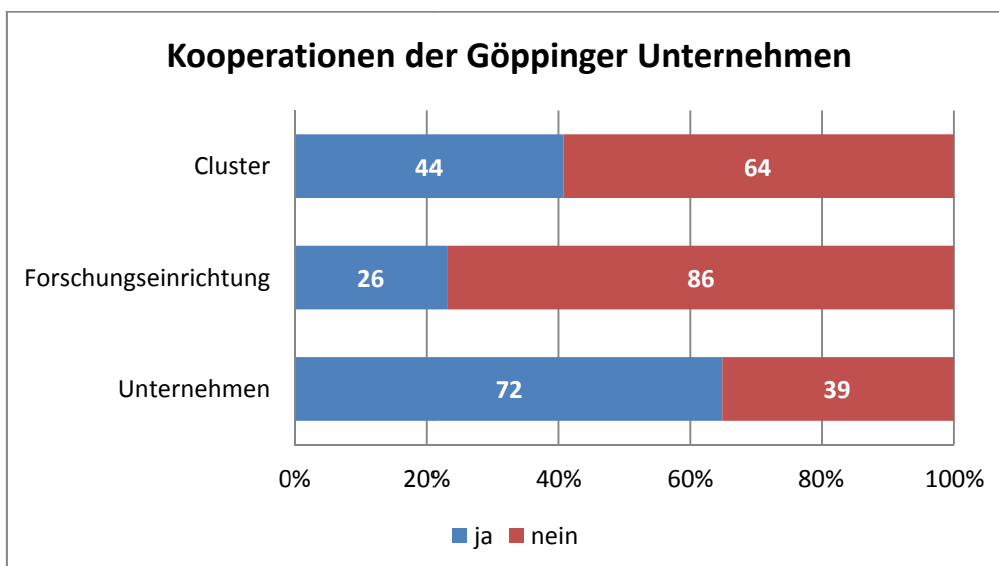
aufgrund der demografischen Entwicklung immer weniger Bewerber auf dem Markt vorhanden sind, reichen auch diese Maßnahmen nicht aus, um neue Mitarbeiter zu gewinnen.

Um den Bedarf an Gewerbeflächen in der nahen Zukunft zu ermitteln, haben wir bei den in Göppingen ansässigen Unternehmen abgefragt, ob zusätzliche Flächen benötigt werden. 25 Unternehmen haben gesagt, dass sie erweitern wollen. Der Bedarf an zusätzlichen Flächen wurde von den Unternehmen auf insgesamt 28 ha geschätzt, darunter zählen sowohl großflächige Gewerbegrundstücke wie auch Büro- und Lagerflächen.



Die Kooperationsbereitschaft der Göppinger Unternehmen ist gut, wenn man die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen betrachtet. Über 70% der befragten Firmen arbeiten mit anderen Firmen zusammen. Es sind vor allem Vertrieb und Produktion, unterschiedliche Dienstleistungen (u.a. auch sog. Outsourcing), weniger jedoch Forschung und Entwicklung oder innovative Kooperationsprojekte.

In einem Netzwerk oder Cluster wirkt bereits fast die Hälfte der Unternehmen. Allerdings über 60% der Unternehmen nutzt die Vorteile und Synergien der Netzwerkarbeit nicht.

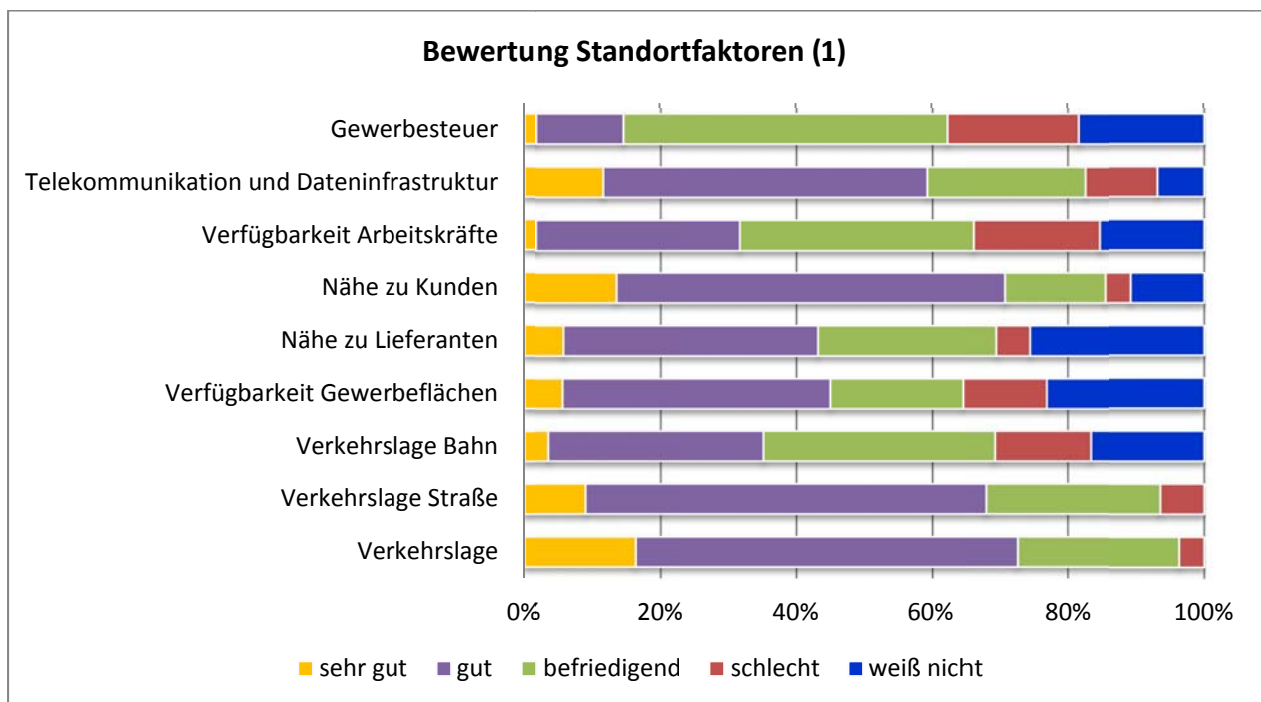


Leider arbeiten nur 26% der Unternehmen mit einer Hochschule oder Forschungseinrichtung zusammen. Das zeigt, dass der Technologietransfer und der Know-how-Austausch noch bei Göppinger Unternehmen ausgebaut werden kann. Das ist auch eine sehr wichtige Aufgabe, wenn es um die Zukunftsfähigkeit der Göppinger Wirtschaft geht.

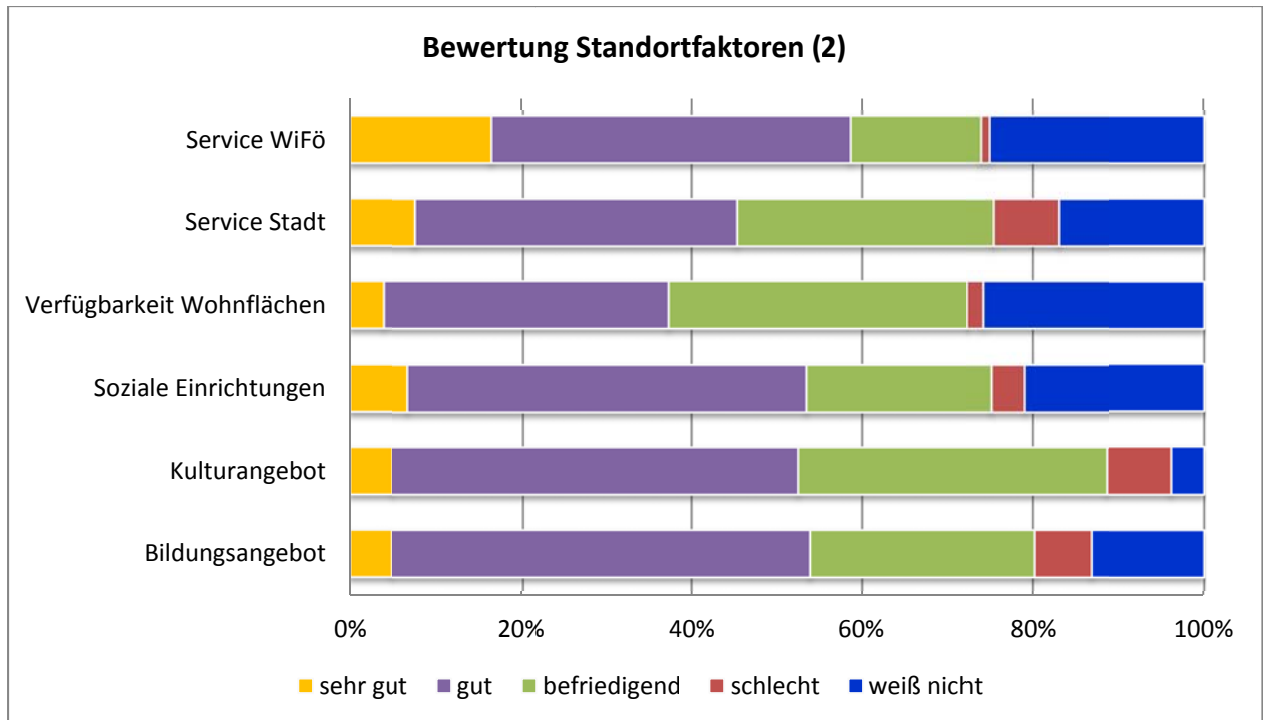
### Bewertung der Standortfaktoren

Auch die harten und weichen Standortfaktoren wurden bewertet. Allgemein lässt sich sagen, dass die Bewertungen „gut“ und „befriedigend“ in allen Kategorien überwiegen. Bewertet wurden die sogenannten harten Standortfaktoren, wie Verkehrslage (auf der Straße und Schiene), Verfügbarkeit der Gewerbeflächen, Nähe zu Lieferanten und Kunden, Gewerbesteuer, Telekommunikation und Dateninfrastruktur sowie die weichen Standortfaktoren, wie Service der Wirtschaftsförderung und der Stadt, Verfügbarkeit der Wohnflächen, Kultur- und Bildungsangebot.

Die besten Noten aus den harten Standortfaktoren erhalten von den Unternehmen die Verkehrslage im Allgemeinen und die Nähe zu Kunden (wenn man nur die Note „sehr gut“ betrachtet). Am schlechtesten werden Verfügbarkeit von Arbeitskräften, die Gewerbesteuer und die Verkehrslage auf der Schiene bewertet (nur die Note „schlecht“ betrachtend).



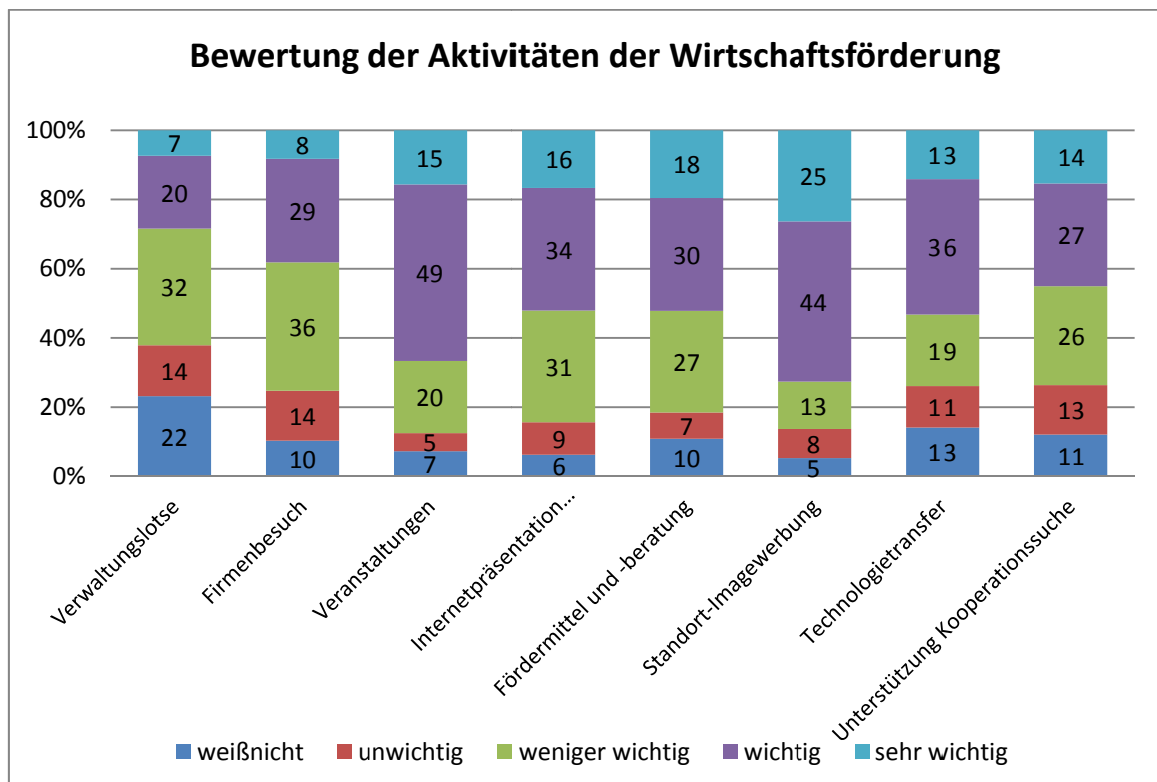
Die weichen Standortfaktoren werden überwiegend als „gut“ betrachtet.



## Anforderungen an den Standort

Die wichtigsten Aktivitäten der Wirtschaftsförderung aus Sicht der Unternehmen sind:

- Standort-Imagewerbung (26%)
- Fördermittel und -beratung (knapp 20%)
- Internetpräsentation „Wirtschaftsportal Göppingen“ und Veranstaltungen (beide rund 16%)





Das größte Interesse haben die Unternehmen an gemeinsamen Standortmarketing-Aktivitäten, Beratung und Förderprogrammen und innovativen Kooperationsprojekten. 48% der befragten Unternehmen beurteilt die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Verwaltung als gut, 12% wünscht sich eine Verbesserung dabei.

Stabsstelle Wirtschaftsförderung

Göppingen, im Mai 2012