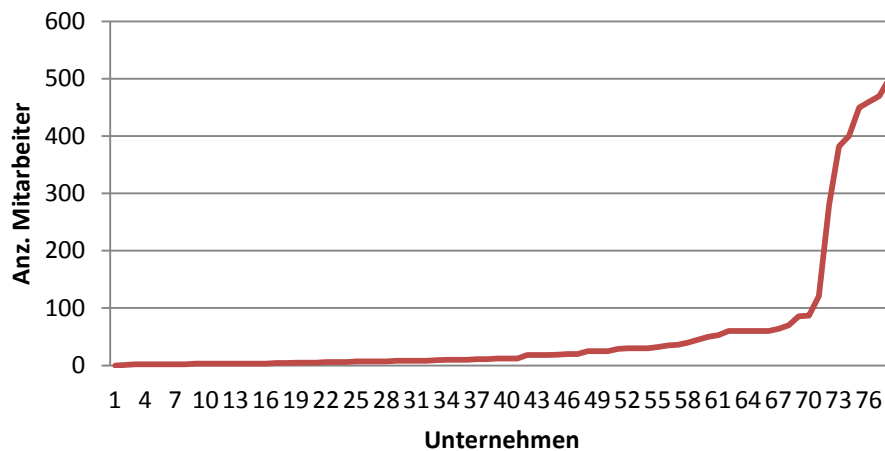


## Auswertung der Unternehmensbefragung 2015

Im Juli 2015 führte die Wirtschaftsförderung der Stadt Göppingen ihre zweite Unternehmensbefragung in Göppingen durch. Es wurden 533 Unternehmen befragt. Die Wirtschaftsförderung bekam 93 Rückmeldungen, was einer Rücklaufquote von 17,45 Prozent ergibt. Mit diesem Paper möchten wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragung mitteilen.

### Strukturdaten

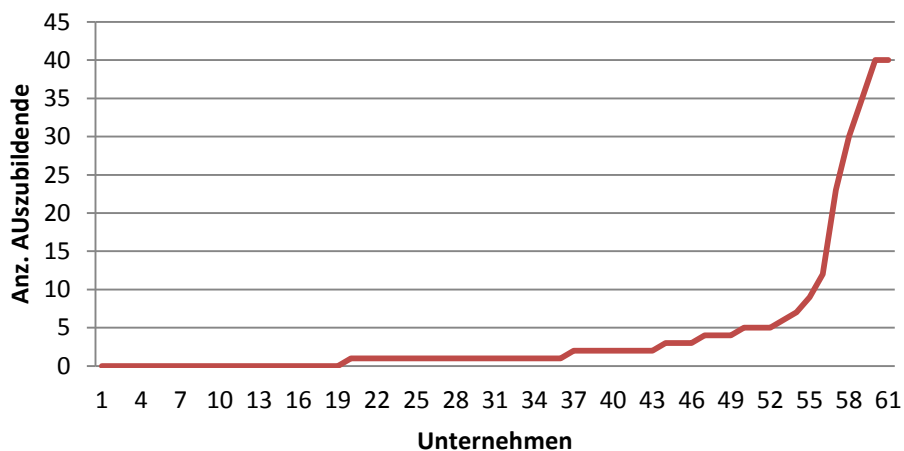
#### Verteilung der Mitarbeiter\*



1

Das durchschnittliche Göppinger Unternehmen hat 88 Mitarbeiter. Das 25%-Quantil beträgt fünf, während das 75%-Quantil den Wert 50 annimmt. Erst beim 87%-Quantil wird der Mittelwert erreicht, was einer starken, aber erwarteten Ungleichverteilung der Mitarbeiteranzahl entspricht.

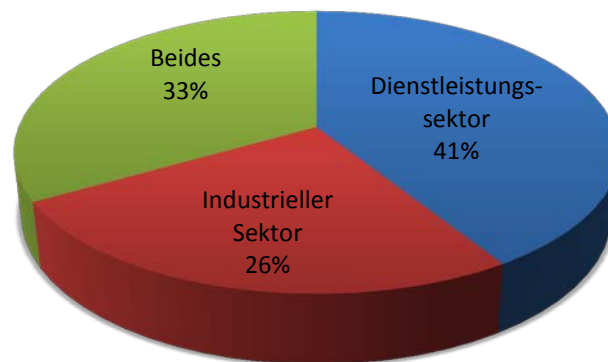
#### Verteilung der Auszubildenden\*



\* Bei beiden Grafiken ist der jeweils höchste Wert zwecks besserer Leserlichkeit unberücksichtigt geblieben: Ein Unternehmen mit 2445 Mitarbeitern, das 179 Auszubildenden.

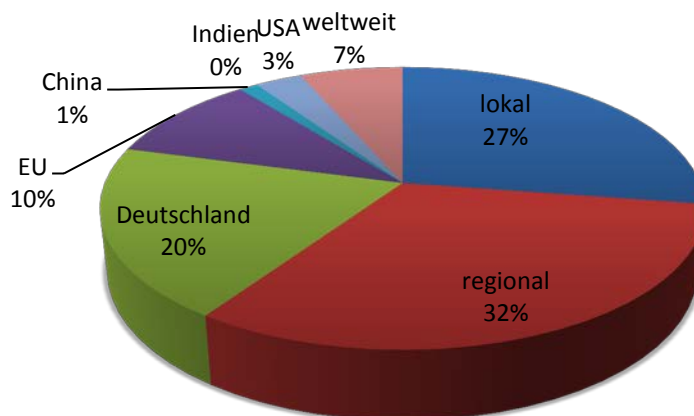
Im Schnitt finden sieben Auszubildende in einem Unternehmen Platz. Das 25%-Quantil beträgt null, während das 75%-Quantil den Wert vier annimmt. Auch hier herrscht also eine starke Ungleichverteilung und der Mittelwert wird ebenso beim 87%-Quantil erreicht. Es überrascht nicht, dass die Anzahl der Auszubildenden somit sehr stark mit der Verteilung der Mitarbeiter zusammenhängt.

## Wirtschaftssektoren



Von den Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, gehören 26 Prozent dem produzierenden Gewerbe, 41 Prozent dem Dienstleistungssektor, 33 Prozent beiden Sektoren und niemand dem Urproduktionssektor (Rohstoffgewinnung) an. Letzteres liegt u.a. daran, dass Landwirte nicht zur Zielgruppe dieser Befragung gehören.

## Absatzmärkte der Unternehmen

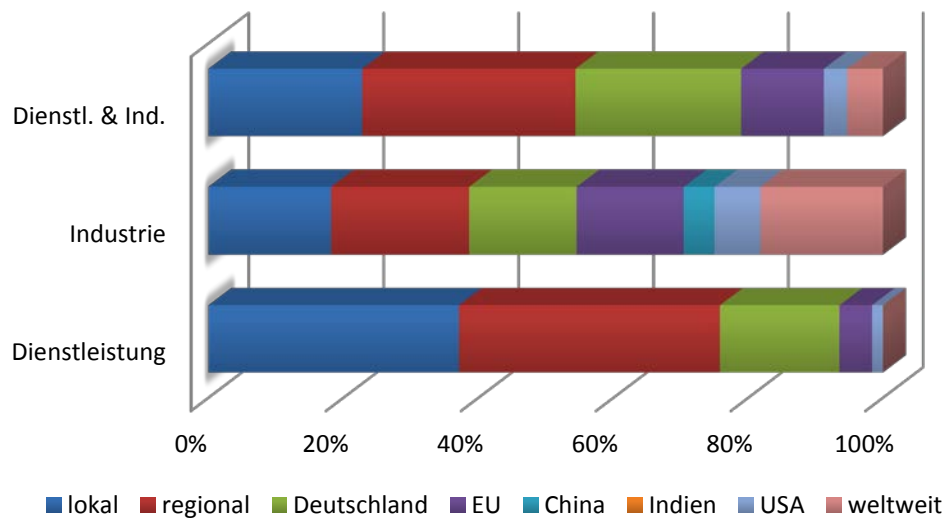


Der Markt innerhalb Deutschlands macht insgesamt 79 Prozent der Absatzmärkte der Göppinger Unternehmen aus und damit etwas weniger als bei der letzten Unternehmensbefragung im Jahr 2011 (85 Prozent). Als Ursache dafür ist v.a. die geringere Bedeutung des überregionalen Absatzmarktes in Deutschland, der von 27 auf 20 Prozent gesunken ist, zu identifizieren.

Der Anteil des internationalen Absatzmarktes ist dementsprechend von 15 auf 21 Prozent gestiegen. Unsere Prognose aus 2011, nach der das Entwicklungspotenzial für die Göppinger Unternehmen in den internationalen Märkten liege, könnte daher zutreffen.

China (ein Prozent) und Indien (0 Prozent) spielen für die Göppinger Unternehmen keine Rolle. Aufgrund der hohen Bevölkerungsanzahl – beide Länder stellen zusammen etwa ein Drittel der Weltbevölkerung – und des schnellen Wirtschaftswachstums (2014 jeweils 7,4 Prozent laut Auswärtiges Amt), besteht noch großes Entwicklungspotenzial für China und Indien als Absatzmärkte.

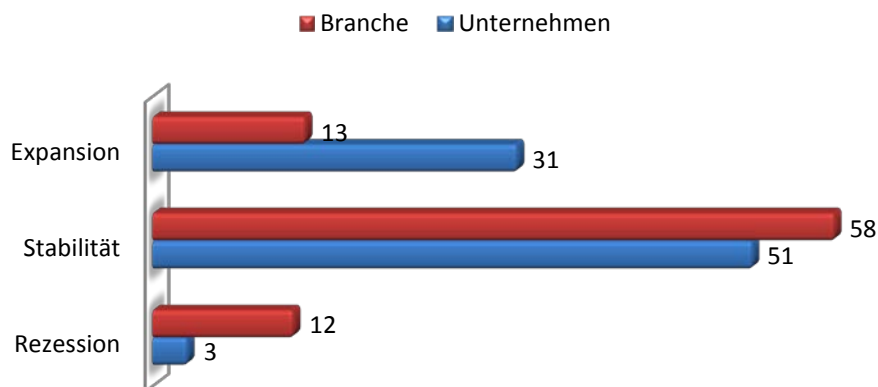
## Absatzmärkte nach Wirtschaftssektor



Wenn man sich die Aufteilung der Absatzmärkte nach Wirtschaftssektoren anschaut, dann lassen sich klare Unterschiede ausmachen: Der Dienstleistungssektor ist mit 76 Prozent besonders auf die lokalen und regionalen Märkte ausgerichtet, während der Industrielle Sektor, dessen Kunden zu 45 Prozent aus dem Ausland stammen, deutlich internationaler ausgerichtet ist.

Der Hybridsektor stellt erwartungsgemäß eine Mischung der beiden Einzelsektoren dar. Wer sowohl im Dienstleistungs-, als auch im industriellen Sektor tätig ist, hat mit 26 Prozent im Schnitt den größten deutschlandweiten Kundenkreis. Im Dienstleistungssektor kommen nur 18 Prozent der Kunden aus dem überregionalen Deutschland, im industriellen Sektor sind es 19 Prozent.

## Zukünftige Entwicklung d. wirtschaftl. Lage

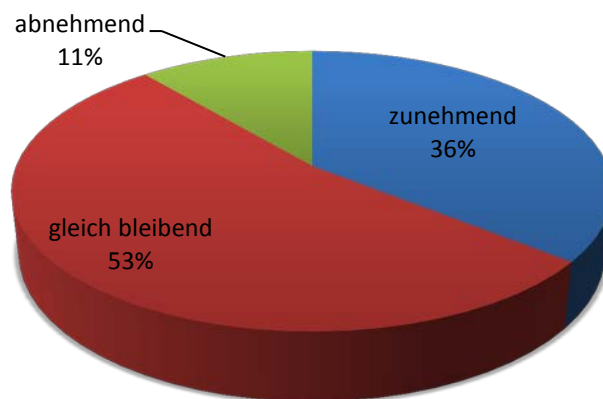


Das Gros der Umfrageteilnehmer erwartet keine signifikante Veränderung der wirtschaftlichen Lage, weder für das eigene Unternehmen (60 Prozent), noch die Branche (70 Prozent), in der sie tätig sind.

Auffällig ist jedoch, dass die Entwicklung des eigenen Unternehmens insgesamt besser als die der Branche eingeschätzt wird: Während über 36 Prozent eine positive Entwicklung ihres Unternehmens erwarten, glauben nur 16 Prozent daran, dass eine branchenweite Expansion stattfinden wird. Dagegen gehen weniger als vier Prozent von einer Verschlechterung der eigenen Geschäftslage aus, während immerhin 14 Prozent mit einer Rezession der Branche rechnen.

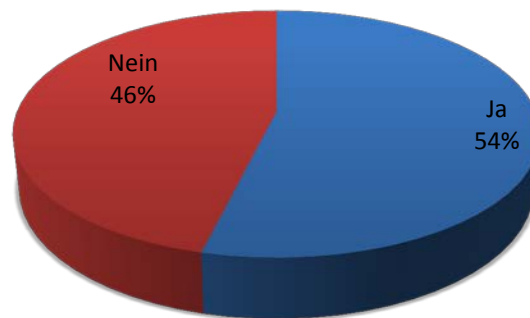
Die im Vergleich zum Branchenschnitt wohlwollende Selbsteinschätzung der Unternehmen, spricht für die Leistungsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Göppingen. Die Tatsache, dass mehr als zehn Mal so viele Unternehmen eine Erweiterung, anstatt einen Rückgang ihres Geschäftsbetriebs erwarten, legt einen steigenden Bedarf an Gewerbeflächen nahe.

## Beschäftigungsentwicklung



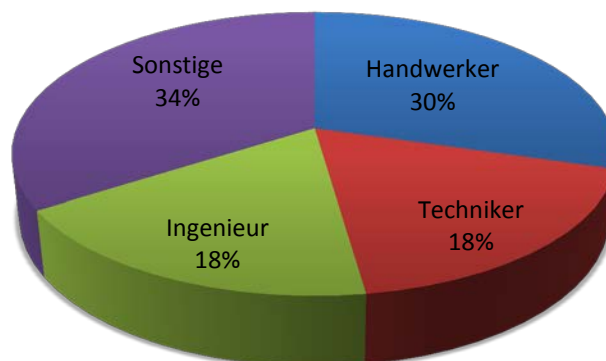
Die Beschäftigungsentwicklung in den kommenden zwei Jahren wird entsprechend der Entwicklung der wirtschaftlichen Lage beurteilt: 36 Prozent erwarten eine steigende Beschäftigung für das eigene Unternehmen, während nur elf Prozent mit einer zurückgehenden Beschäftigung rechnen. Etwas mehr als die Hälfte (53 Prozent) plant mit einer unveränderten Anzahl an Mitarbeitern.

## Probleme bei der Personalgewinnung



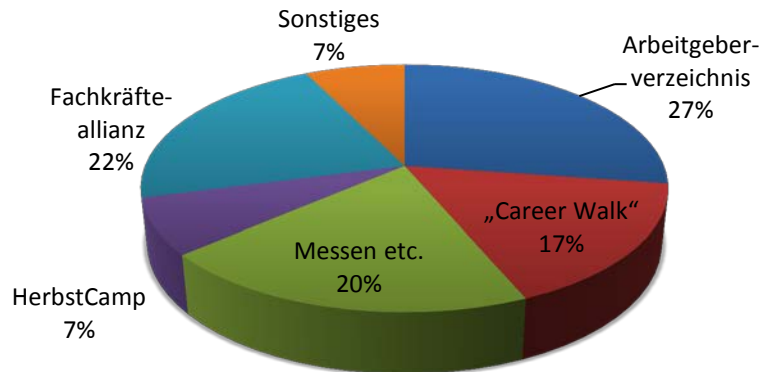
Mehr 50 Prozent der Unternehmen klagen über Probleme bei der Gewinnung von neuen Mitarbeitern. Nahezu alle begründen dies mit einem Mangel an ausreichend qualifiziertem Personal. Neben den üblichen Stellenanzeigen und der Agentur für Arbeit, versuchen die Unternehmen der Situation in erster Linie mit imagefördernden Maßnahmen, Messeauftritten und einer überdurchschnittlichen Bezahlung zu begegnen. 32 Prozent wünschen sich außerdem die Unterstützung der Wirtschaftsförderung bei der Fachkräftegewinnung. Um möglichst viele Mitarbeiter zu halten, werden Fortbildungen, ein gutes Betriebsklima (z.B. durch Firmenevents) und Familienfreundlichkeit groß geschrieben.

## Gesuchte Qualifikationen



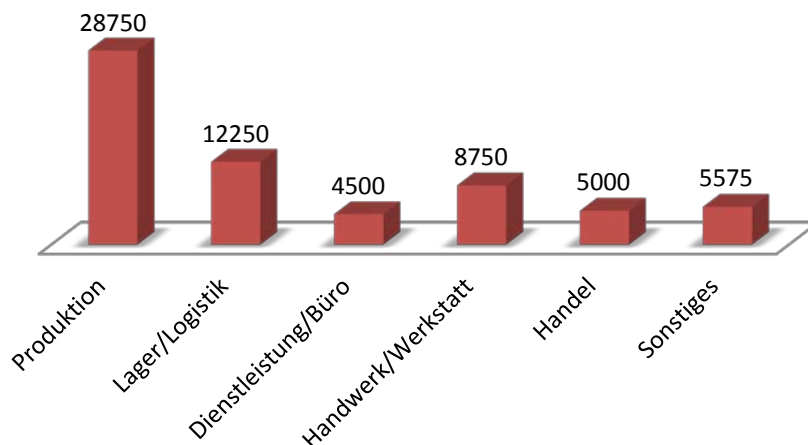
Annähernd zwei Drittel der gesuchten Qualifikationen sind dem technischen Bereich zuzuordnen. An Handwerkern mangelt es dabei mehr als an Ingenieuren und Technikern. Nur für gut ein Drittel der gesuchten Stellen werden nicht-technische Qualifikationen benötigt.

## gewünschte Unterstützung bei der Fachkräftegewinnung



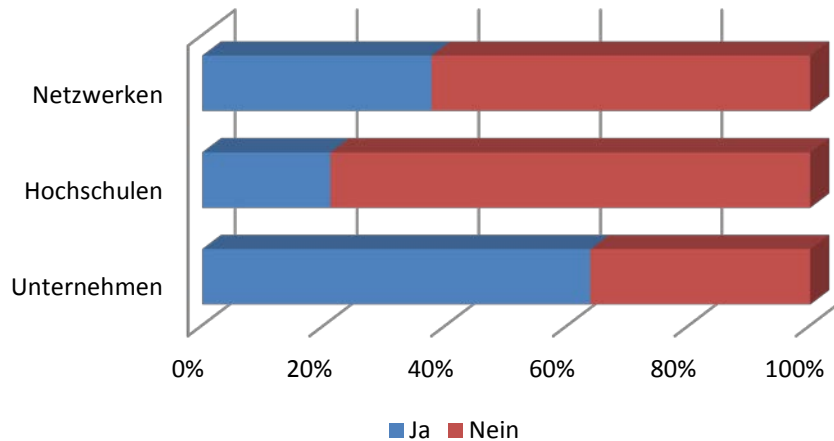
32 Prozent der Unternehmen wünschen sich die Unterstützung der Wirtschaftsförderung bei der Fachkräftegewinnung. Das Arbeitgeberverzeichnis der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (27 Prozent), die Fachkräfteallianz Landkreis Göppingen (22 Prozent), Ausbildungsmessen, gemeinsame Auftritte auf überregionalen Studien-/Schulmessen (20 Prozent) und ein „Career Walk“ auf unterschiedlichen Messen (17 Prozent) erhalten eine bessere Resonanz, als das HerbstCamp und sonstige Unterstützung (beide sieben Prozent).

## Benötigte Grundstücksflächen



24 Unternehmen haben uns ihre Erweiterungsabsicht mitgeteilt. Insgesamt beträgt der Bedarf an zusätzlichen Grundstücksflächen grob 65.000 Quadratmeter. Dass davon etwa 77 Prozent für eine industrielle Nutzung vorgesehen ist, ist keine Überraschung, da Göppingen zur industriestarken Region Stuttgart gehört.

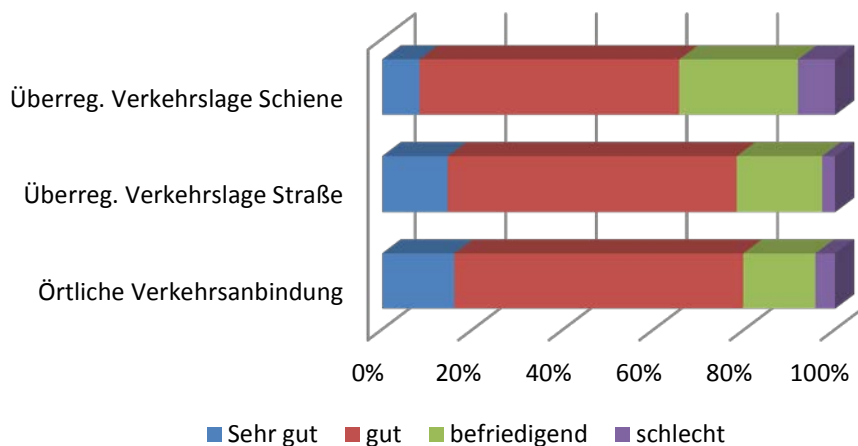
## Kooperationen mit...



Gut 60 Prozent der Göppinger Unternehmen gaben an, mit anderen Unternehmen zu kooperieren. Die Zusammenarbeit mit Hochschulen und Netzwerken erscheint auf den ersten Blick vergleichsweise enttäuschend: Nur 21 Prozent arbeiten mit Hochschulen und 38 Prozent über Netzwerke zusammen. Dabei gilt es aber zu beachten, dass viele Firmen kaum Synergien mit Hochschulen bilden können und nicht für jede Branche ein Netzwerk existiert oder sinnvoll ist. Nichtsdestotrotz sollte besonders der Technologietransfer zwischen Unternehmen und Hochschulen stärker in den Fokus rücken, um die Zukunftsfähigkeit der Göppinger Wirtschaft zu gewährleisten.

## Standortfaktoren

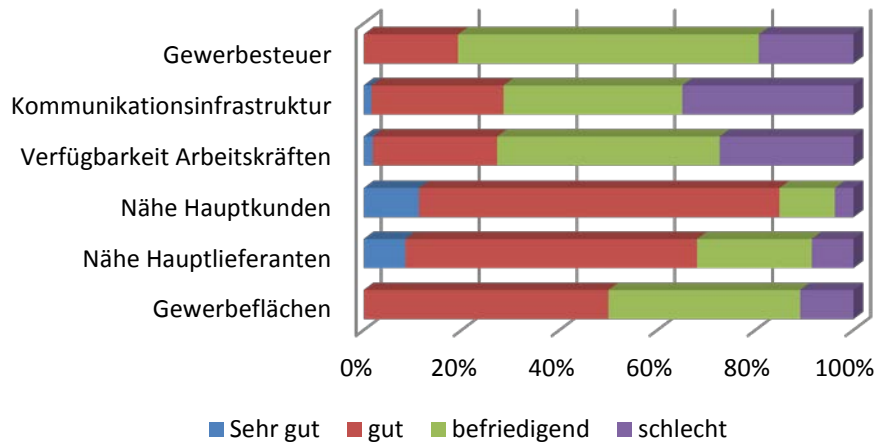
### Verkehrslage



Mit der Verkehrslage in und um Göppingen sind die Unternehmen zufrieden. Insbesondere die örtliche Verkehrsanbindung und die überregionale Straßenanbindung schneiden hervorragend ab. Das überregionale Schienennetz fällt im direkten Vergleich etwas ab, wird

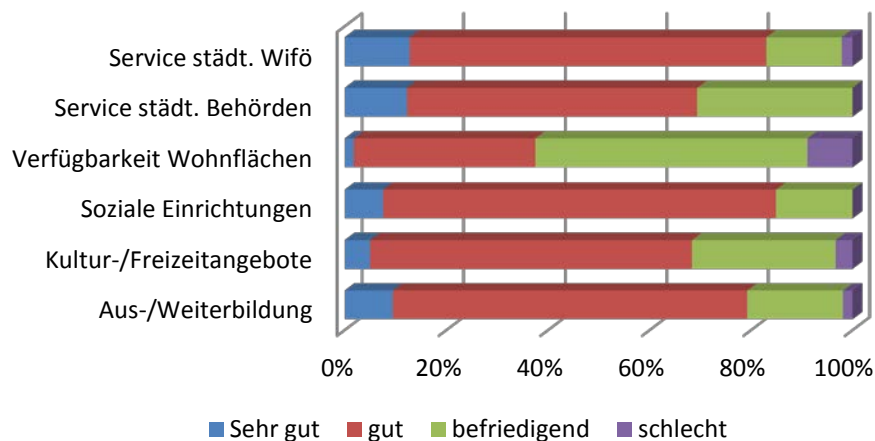
aber immer noch überdurchschnittlich bewertet. Der kommende S-Bahn-Anschluss nach Stuttgart könnte das überregionale Schienennetz jedoch bereits auf das Niveau der restlichen Verkehrslage aufwerten.

## Wirtschaftliche Faktoren



Die Zufriedenheit mit den wirtschaftlichen Faktoren fällt eher durchwachsen aus: Die Firmen halten die Gewerbesteuer, die Kommunikationsinfrastruktur (genauer: Breitband-/Telekommunikations-/Dateninfrastruktur) und die Verfügbarkeit von Arbeitskräften für verbesserungswürdig. Die Gewerbeflächen werden leicht unterdurchschnittlich bewertet, während die Nähe zu den Hauptlieferanten überdurchschnittlich abschneidet. Die Nähe zu den Hauptkunden überzeugt jedoch.

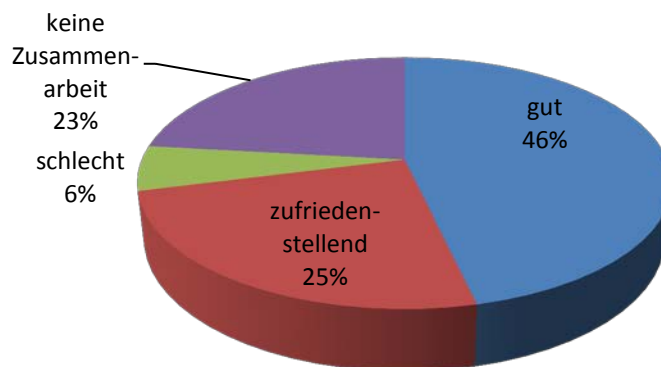
## Weiche Standortfaktoren



Die Bewertung der weichen Standortfaktoren fällt überwiegend positiv aus. Einzig bei der Verfügbarkeit von Wohnflächen überwiegt die Enttäuschung. Während schon bei den Kultur- und Freizeitangeboten die zufriedenen Stimmen überwiegen, fällt das Fazit beim Service der städtischen Wirtschaftsförderung und der städtischen Behörden, der sozialen Einrichtungen sowie der Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten ziemlich erfreulich aus.

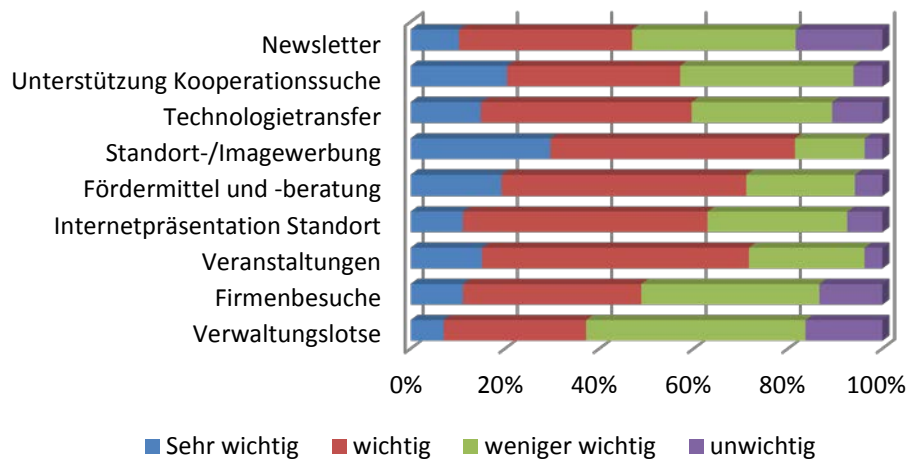


## Zusammenarbeit mit der öffentlichen Verwaltung



Ähnlich wie der Service der städtischen Behörden, wird auch die Zusammenarbeit mit der öffentlichen Verwaltung beurteilt. 60 Prozent derjenigen, die mit der öffentlichen Verwaltung zusammenarbeiten, sind zufrieden. Für 32 Prozent überwiegen weder Licht, noch Schatten, während acht Prozent unzufrieden sind. 23 Prozent der Unternehmen arbeiten mit der Stadtverwaltung nicht zusammen.

## Aktivitäten der städtischen Wifö



Die Aktivitäten der städtischen Wirtschaftsförderung werden überwiegend als wichtig eingestuft. Nur die Firmenbesuche, die Vermittlung an andere Verwaltungsstellen und das Senden eines regelmäßigen Newsletters fallen im Vergleich etwas ab. Die Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern und beim Technologietransfer sowie die Präsentation des Wirtschaftsstandorts auf [www.Goepingen.de](http://www.Goepingen.de) werden hingegen als relativ bedeutend bewertet, während die Beratung über Fördermittel, die Organisation von Veranstaltungen sowie die generelle Standort- und Imagewerbung als unabdingbar betrachtet werden.

Stabsstelle Wirtschaftsförderung

Göppingen, im Oktober 2015