



Industrie- und Handelskammer
zu Dortmund

Standortzufriedenheit in Kamen

Unternehmensbefragung und Analyse
der IHK zu Dortmund



Standortzufriedenheit in Kamen

Unternehmensbefragung und Analyse der IHK zu Dortmund

Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund
Märkische Str. 120
44141 Dortmund

Verfasser:

Dipl. oec. Stefan Peltzer, IHK zu Dortmund
Cand. rer. pol. Christian A. Oberst, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Anprechpartner für Anregungen und Fragen:

Stefan Peltzer, Tel. 0231 5417-146, s.peltzer@dortmund.ihk.de

Gestaltung und Druck:

Kemna Druck Kamen
Gutenbergstraße 6-8
59174 Kamen
www.kemna-druck.de

Mai 2007

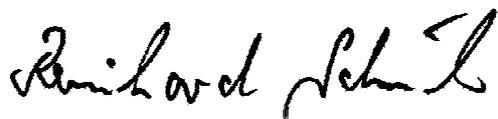
Vorwort

Die Themen Innovation und Internationalisierung führen bei den Unternehmen zu einem verschärften Wettbewerb. Auch die Standorte stehen in einem erhöhten Wettbewerb um Unternehmensansiedlungen. Darüber hinaus hinterfragen zunehmend die bereits ansässigen Unternehmen die Rahmenbedingungen.

Politik und Verwaltungen sind deshalb verstärkt gefordert, Voraussetzungen für unternehmerisches Handeln weiter zu verbessern. Die IHK zu Dortmund hat mit dieser Umfrage die Unternehmen aus der Stadt Kamen selbst zu Wort kommen lassen, um eine entsprechende Bewertung zu erhalten. Die durchgeführte Analyse hat die Stärken des Standortes herausgearbeitet. Diese Stärken sollen selbstbewusst nach außen kommuniziert werden. An den erkannten Schwächen sollte gemeinsam gearbeitet werden. Aus den Ergebnissen sind einige konkrete Empfehlungen abgeleitet worden. Sie geben den Verantwortlichen in der Stadt Kamen Hinweise, wo Handlungsbedarf besteht.

Wir bedanken uns bei allen Unternehmen für die Teilnahme an der Befragung.

Dortmund, im Mai 2007



Reinhard Schulz

Hauptgeschäftsführer

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	Seite II
Inhaltsverzeichnis	Seite III
1. Aufbau und Ablauf	Seite 1
2. Unternehmensstruktur am Standort Kamen	Seite 3
2.1. Regionale Zuordnung	Seite 3
2.2. Sektorale Zuordnung	Seite 4
2.3. Zuordnung nach Unternehmensgröße	Seite 5
3. Beurteilung der Gesamtzufriedenheit mit dem Standort Kamen	Seite 7
4. Beurteilung der einzelnen Standortfaktoren	Seite 10
4.1. Verkehrsanbindung	Seite 11
4.2. Standortkosten	Seite 15
4.3. Attraktivität des Wirtschaftsstandortes	Seite 18
4.4. Lebensqualität in Kamen	Seite 20
4.5. Standortklima/ -image	Seite 23
5. Gegenüberstellung der Standortfaktoren	Seite 25
6. Gegenüberstellung der Standortkriterien	Seite 27
7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	Seite 32
8. Anhang	Seite 38

1. Aufbau und Ablauf

Ziel der Befragung ist, ein Bild von der Zufriedenheit der Unternehmen in der Stadt Kamen zu erhalten. Daher wurden alle 1.616 Mitgliedsunternehmen (vgl. hierzu Anhang S. 39) auf Basis des IHK- Datenbestandes vom 9. Februar 2007 befragt. Die Ergebnisse sind daher als repräsentativ für den Unternehmensbestand in Kamen anzusehen.

Der Grad der Standortzufriedenheit wurde anhand verschiedener Kriterien erhoben. Erstens wurde die gefühlte Gesamtzufriedenheit mit dem Standort erfragt. Zweitens wurden 29 Einzelkriterien abgefragt (s. Fragebogen S. 41). Hierbei handelte es sich um eine Mischung aus harten und weichen Standortfaktoren. Um in der Auswertung eine Rangfolge festlegen zu können, wurde neben der Zufriedenheit auch die Wichtigkeit der einzelnen Kriterien erhoben.

Ergänzende Informationen über die Zufriedenheit innerhalb Kamens liefert eine Einzelbetrachtung von sieben Branchengruppen (vgl. Anhang S. 39) sowie der Stadtteile Kamen-Mitte, Kamen-Methler und Kamen-Heeren-Werve. Sie gibt Aufschluss, inwiefern einzelne Branchen oder Stadtteile unterschiedlich bewertet wurden.

Das Projekt umfasste von der Konzeption im Dezember 2006 bis zur Präsentation der Endergebnisse im Juni 2007 einen Zeitraum von 7 Monaten. Nach der Fragebogenerstellung im Januar 2007 wurde ein Probelauf mit ausgewählten Unternehmen durchgeführt. Der Versand erfolgte auf dem Postweg in den Monaten Februar und März, so dass die Datenerhebung am 30. März abgeschlossen werden konnte.

Insgesamt haben 420 Unternehmen geantwortet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 26%. Von den 420 Antworten konnten 38 Rückmeldungen nicht ausgewertet werden, weil beispielsweise das Gewerbe bereits abgemeldet gewesen ist. In die Auswertung sind damit 382 Fragebögen eingegangen. Sowohl die regionale als auch die sektorale Verteilung der Antworten zeigt, dass mit Ausnahme der Baubranche keine der befragten Gruppen über- oder unterproportional geantwortet hat (s. Tabelle 1 und 2). Ein Test hat für die Baubranche ergeben, dass eine Gewichtung, insbesondere aufgrund des geringen Gesamtanteils (= 11 Unternehmen) keinen Einfluss auf die Gesamtnoten hat. Insofern wurde zugunsten einer höheren Transparenz durchgängig auf eine Gewichtung verzichtet.

Die Verfasser verfolgen den Grundsatz der Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse. Im Anhang sind der Fragebogen, die getroffenen Annahmen sowie die Berechnungsmethoden veröffentlicht.

Die Umfrage gibt ein repräsentatives Abbild der gesamten Kamener Unternehmerschaft.

Tabelle 1: Regionale Verteilung der Antworten

Ort	Anteil Unternehmen pro Bezirk	Anteil der Antworten pro Bezirk
Mitte	58,8%	60,5%
Heeren-Werve	19,7%	19,6%
Methler	21,5%	19,9%

Tabelle 2: Sektorale Verteilung der Antworten

Branche	Anteil Unternehmen pro Sektor	Antwortquote
Gastgewerbe	8,4%	7,6%
Handel	44,7%	45,5%
Finanzen	7,7%	6,5%
Verkehr	3,7%	3,9%
Dienstleistung	31,3%	30,9%
Bau	1,4%	2,6%
Industrie	2,8%	2,9%

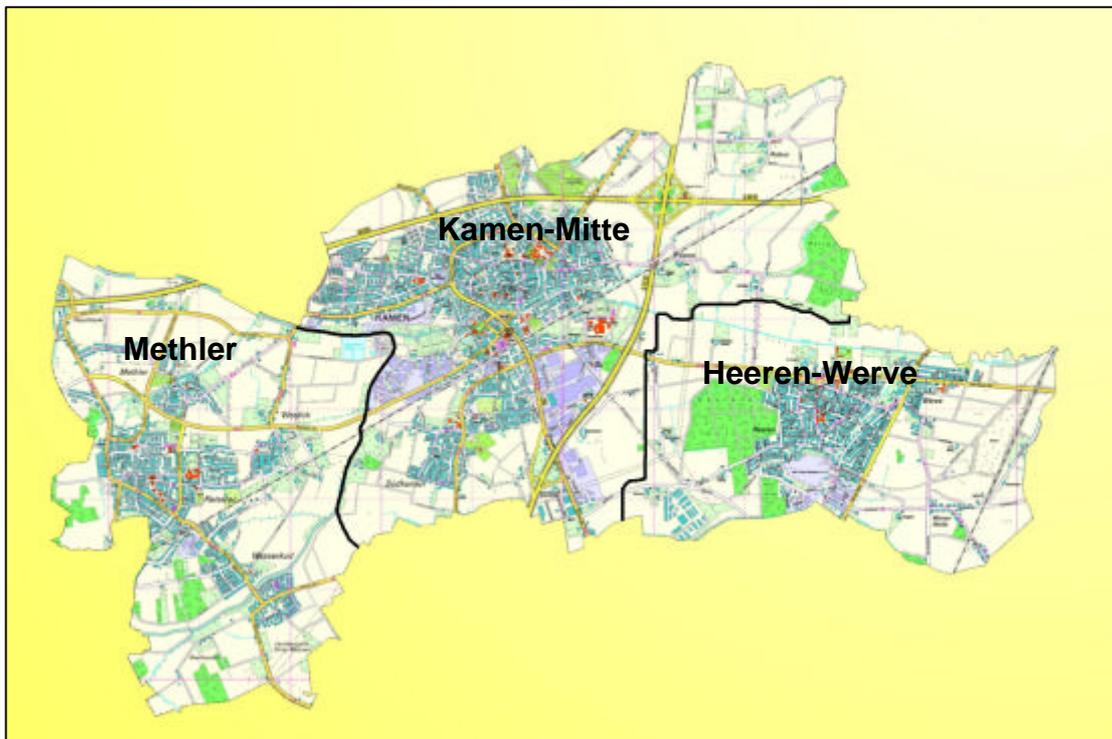
2. Unternehmensstruktur am Standort Kamen

Für die Untersuchung wurde auf den IHK-Datenbestand (Stichtag: 09.02.2007) zurückgegriffen, der alle bei der IHK gemeldeten Gewerbetreibenden erfasst.

2.1. Regionale Zuordnung

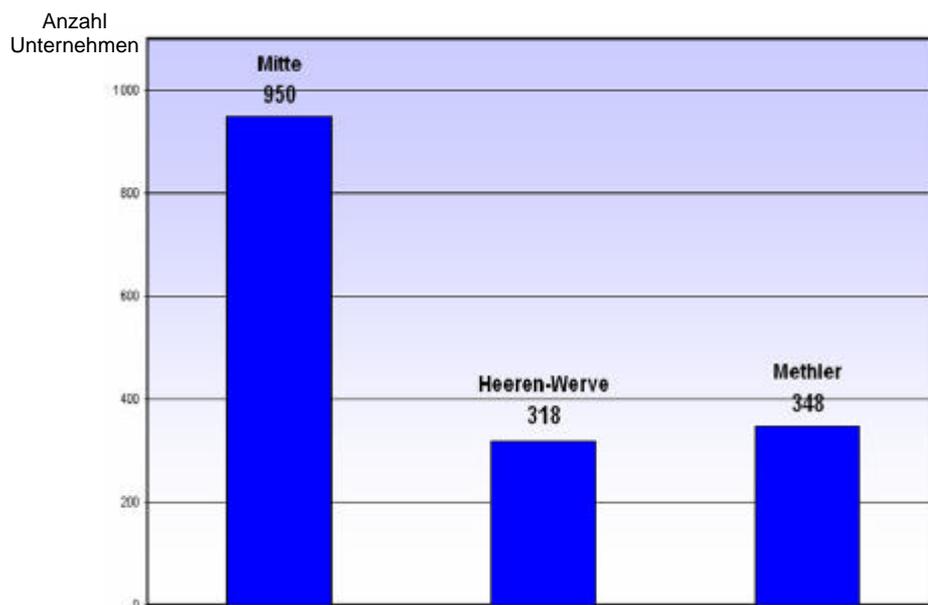
Für die nachfolgenden Analysen wurde der Stadtbezirk Kamen in 3 Teilbezirke unterteilt (s. Abbildung 1). Anhand der vorliegenden Unternehmensadressen ist eine eindeutige regionale Zuordnung möglich.

Abbildung 1: Regionale Aufteilung der Stadt Kamen



Die regionale Betrachtung (s. Abbildung 2) zeigt, dass 950 Betriebe (= 58,8%) im Bezirk Mitte vertreten sind. Hierzu gehören neben der Innenstadt auch die Gewerbegebiete Zollpost und Karree. Auf Heeren-Werve und Methler entfallen fast zu gleichen Teilen rund 20%.

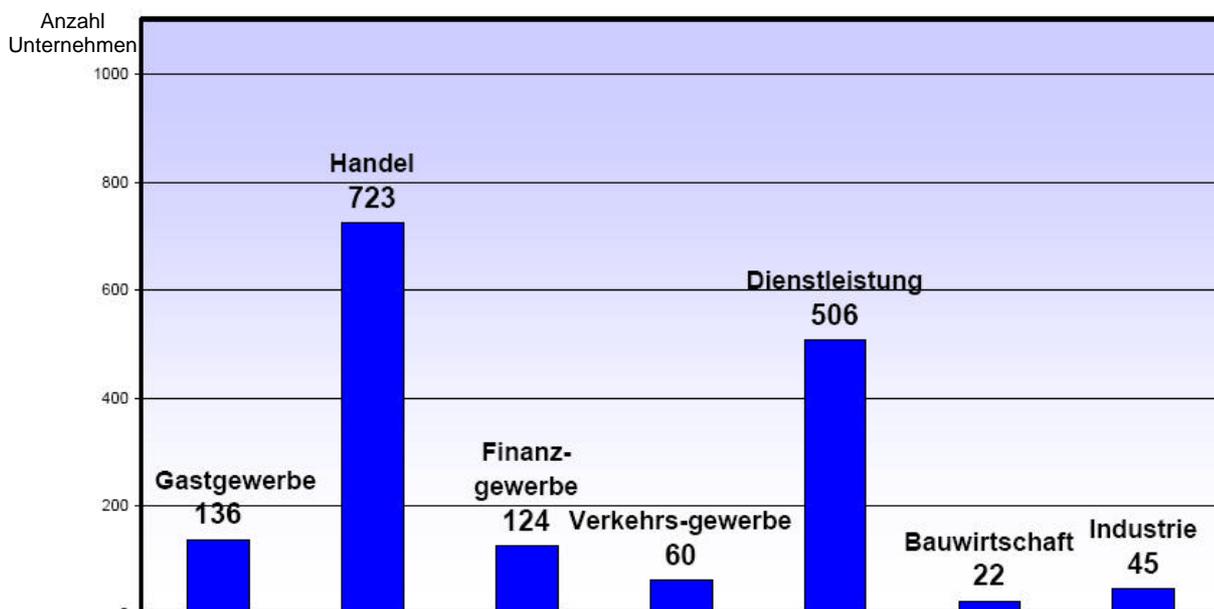
Abbildung 2: Regionale Verteilung der Unternehmen in Kamen



2.2. Sektorale Zuordnung

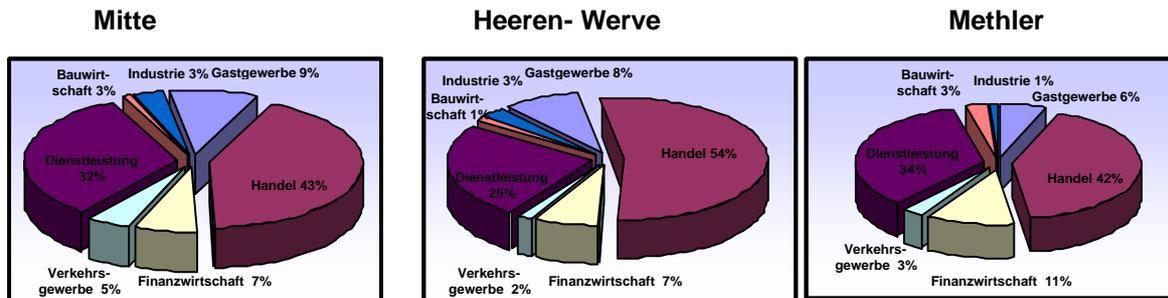
Bei der Untersuchung von branchenspezifischen Interessen ist ein Spagat zwischen der Ausweisung aller Gruppen mit möglicherweise unterschiedlichen Interessen und der Zusammenfassung von Interessengruppen zugunsten der Übersichtlichkeit und der Mindestgröße einer Gruppe zu bewerkstelligen. Somit weisen wir für die sektorale Betrachtung sieben Branchengruppen getrennt aus (s. Abbildung 3). Die Zuordnung ist über Branchenschlüssel aus der IHK-Datenbasis eindeutig möglich (für weitere Informationen zur Branchenzuordnung vgl. Anhang S. 39).

Abbildung 3: Branchenverteilung der Unternehmen in Kamen



Betrachtet man den Branchenmix in den einzelnen Stadtbezirken (s. Abbildung 4), findet man eine weitgehende Übereinstimmung. Obwohl man in Mitte eine größere Ballung des Handels vermuten würde, ist in Heeren-Werve mit 54% der größte Handelsanteil zulasten der Dienstleistung vertreten. In Methler findet sich nur ein unterdurchschnittlicher Industriebesatz im Vergleich zu den anderen Stadtbezirken.

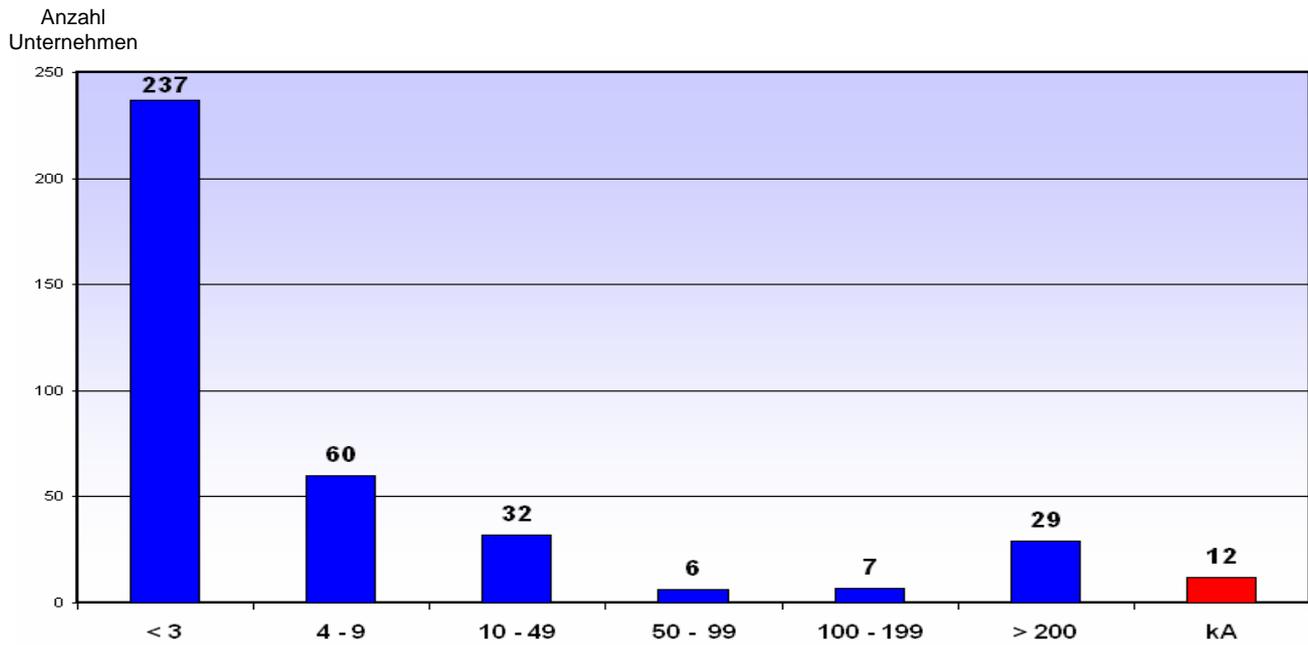
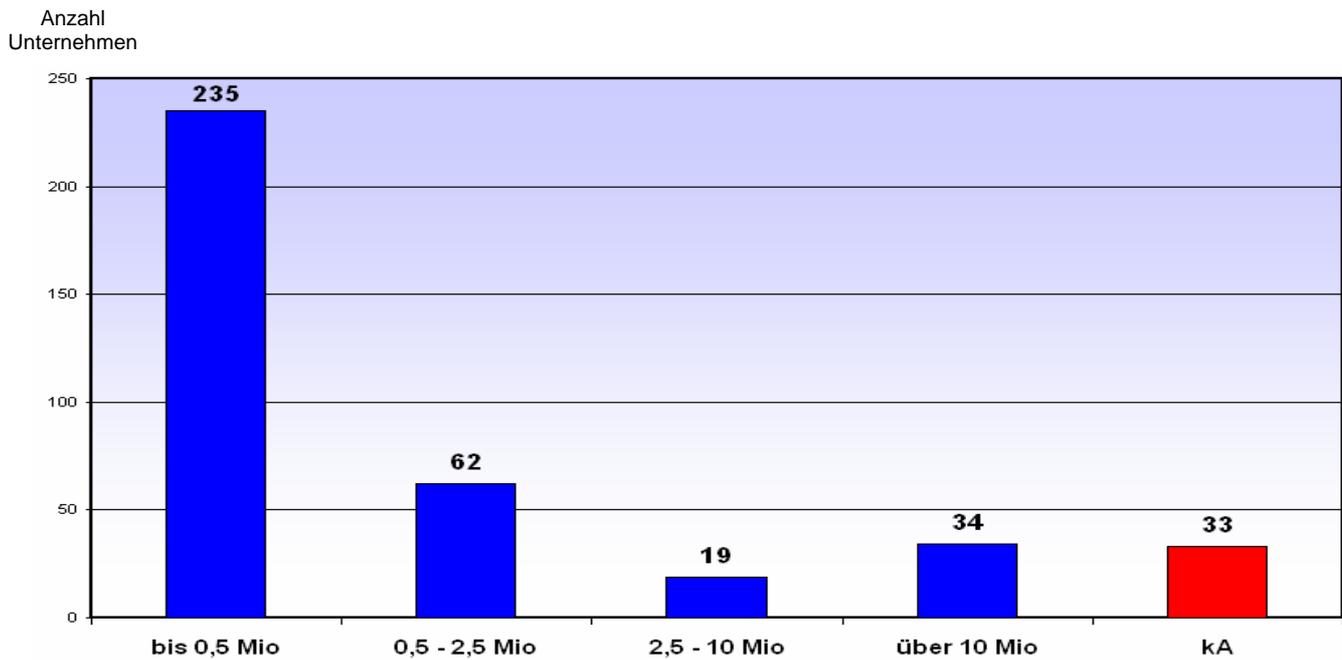
Abbildung 4: Aufteilung der Sektoren auf die Stadtbezirke



2.3. Zuordnung nach Unternehmensgröße

Als Kennzahlen für die Unternehmensgröße dienen die Mitarbeiterzahl und der Jahresumsatz.

Die Gegenüberstellung der beiden Kennzahlen zeigt den starken positiven Zusammenhang von Mitarbeiteranzahl und Jahresumsatz. Die Kleinbetriebe machen in Kamen über 60 % der Unternehmen aus. Weiterhin zeigen die Abbildungen 5 und 6, wie mit steigender Unternehmensgröße die Anzahl der vorhandenen Unternehmen (je Klasse) abnimmt. Eine Ausnahme bildet die Klasse ab 200 Mitarbeitern und über 10 Mio. Euro Jahresumsatz. Der Anstieg im Vergleich zur vorangehenden Klasse liegt hier allerdings im Fehlen weiterer Klassen für Großunternehmen begründet. Ab 200 Mitarbeitern bzw. über 10 Mio. Euro Jahresumsatz werden alle Unternehmen in dieser Klasse zusammengefasst.

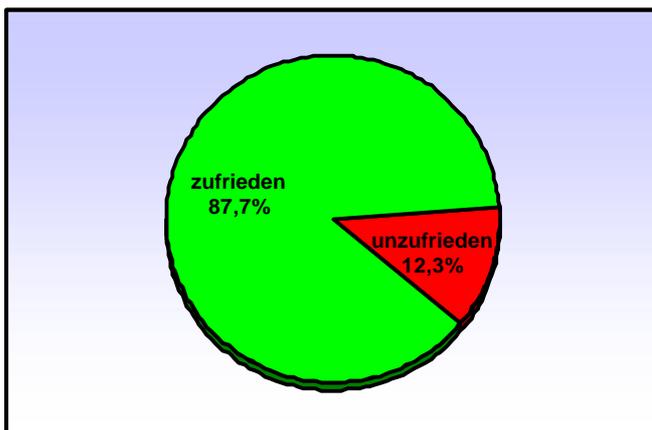
Abbildung 5: Verteilung der Unternehmensgröße nach Mitarbeiterklassen**Abbildung 6: Verteilung der Unternehmensgröße nach Umsatzklassen in Euro**

3. Beurteilung der Gesamtzufriedenheit mit dem Standort Kamen

Die befragten Unternehmen waren aufgefordert, eine Schulnote von 1 (= sehr gut) bis 6 (= ungenügend) als Gesamteinschätzung für den Standort Kamen zu vergeben, die als die „gefühlte“ Gesamtzufriedenheit gewertet werden kann. Interessanterweise hat sich fast 1/3 der Unternehmen kein Gesamturteil zugetraut und zu dieser Frage keine Angaben gemacht. Zum Vergleich haben zu einer ansonsten sensiblen Frage wie dem Jahresumsatz lediglich 8,5 % keine Angaben gemacht.

Die Bewertung nach Schulnoten lässt keine natürliche Mitte zu. Die Befragten müssen sich entscheiden, ob sie tendenziell zufrieden (1 – 3) oder tendenziell unzufrieden (4 – 6) sind. Mit dem Standort Kamen zeigen sich 87,7 % der Unternehmen zufrieden (s. Abbildung 7).

Abbildung 7: Gesamtzufriedenheit mit dem Standort Kamen

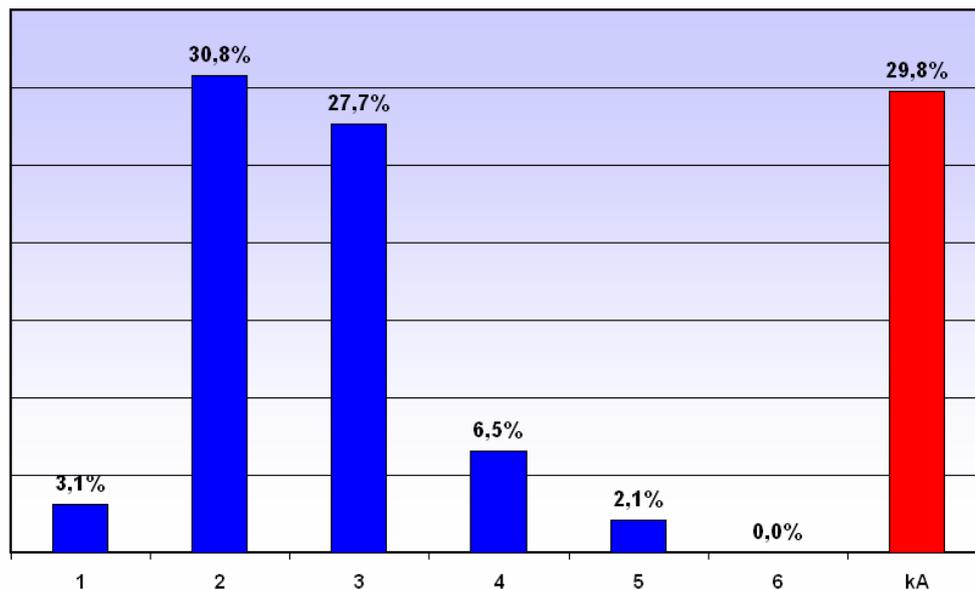


Keiner der Befragten hat ein ungenügend für den Standort vergeben (s. Abbildung 8). Es ist davon auszugehen, dass Unternehmen mit einer derartigen Einschätzung den Standort verlassen. Die durchschnittliche „gefühlte“ Zufriedenheit liegt bei einer Note von 2,6 und entspricht damit einem „voll befriedigend“.

Zwischenfazit:

Fast 90 % der Unternehmen sind mit dem Standort Kamen zufrieden.

Abbildung 8: Notenverteilung der Gesamtzufriedenheit



Neben der „gefühlten“ Zufriedenheit, die von den Unternehmen erfragt wurde, kann auch eine Durchschnittsnote aus den Bewertungen der fünf Standortfaktoren als gewichtetes arithmetisches Mittel (für die Berechnung siehe Anhang S.38) errechnet werden. Da hierbei konkrete Aspekte zu beurteilen waren und zudem die einzelnen Standortkriterien als weitere Hilfestellungen zur Verfügung standen, kann diese Gesamtnote als die „objektive“ Gesamtzufriedenheit bezeichnet werden. Die „objektive“ Gesamtzufriedenheit liegt bei 2,8.

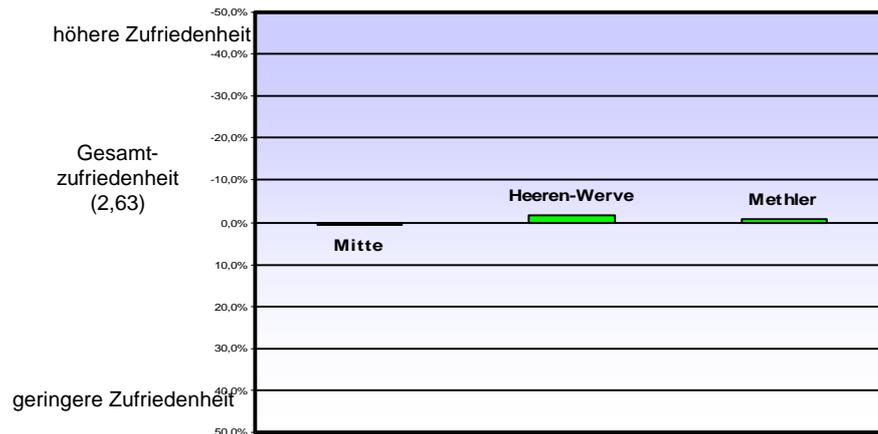
Damit ist die „gefühlte“ Zufriedenheit (2,6) in Kamen größer, als es die objektive Beurteilung der Sachlage erwarten lässt. Die chronische Nörgelei bzw. eine überkritische Wesensart wird vielfach als typisch deutsche Eigenschaft beschrieben. In Kamen scheint man dagegen optimistischer zu sein. Der Unterschied zwischen der „gefühlten“ und der „objektiven“ Zufriedenheit ist zwar eindeutig, aber nicht besonders stark ausgeprägt, so dass diese Beobachtung nicht überinterpretiert werden darf.

Zwischenfazit:

Die Unternehmen in Kamen sind besonders optimistisch.

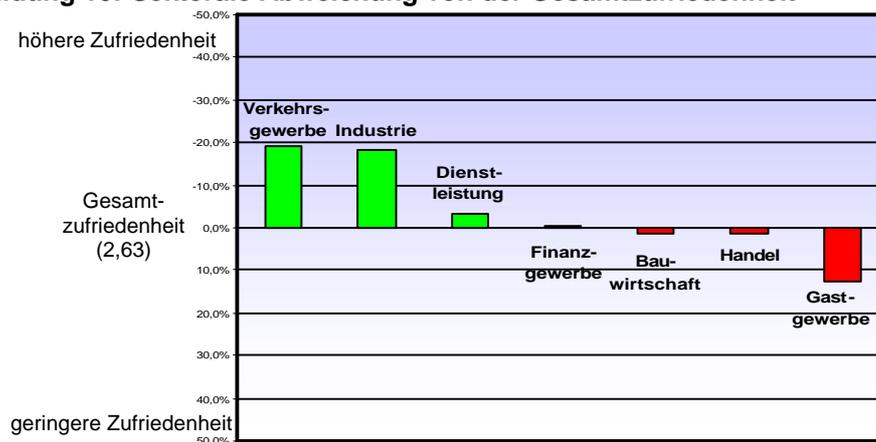
Die regionalen Unterschiede bei der Beurteilung der Gesamtzufriedenheit sind nur sehr schwach ausgeprägt. Abbildung 9 zeigt die prozentuale Abweichung eines Stadtbezirks von der „gefühlten“ Gesamtzufriedenheit in Kamen. In Heeren-Werve ist man mit 2,58 im Vergleich zu Mitte mit 2,65 geringfügig zufriedener. Auffällig ist lediglich die besonders homogene Meinung in Methler. Hier hat niemand eine 5 oder 6 vergeben. Dafür war man aber auch mit der Note 1 sparsam.

Abbildung 9: Regionale Abweichung von der Gesamtzufriedenheit



Bei der Betrachtung der sektoralen Verteilung in Abbildung 10 lassen sich im Gegensatz zur regionalen Verteilung merkbare Unterschiede bei der Bewertung der Gesamtzufriedenheit feststellen. In den Branchen Verkehr und Industrie ist man um nahezu 20 % zufriedener als der Durchschnitt. Im Gastgewerbe dagegen schlägt das Pendel um fast 13 % nach unten aus.

Abbildung 10: Sektoraler Abweichung von der Gesamtzufriedenheit



Zwischenfazit:

Die Gesamtzufriedenheit ist in den Branchen Verkehr und Industrie deutlich ausgeprägter.

Im Gastgewerbe dagegen ist man deutlich unzufriedener.

4. Beurteilung der einzelnen Standortfaktoren

Die Unternehmen wurden um eine Einschätzung zur Wichtigkeit der fünf Standortfaktoren

1. Verkehrsanbindung Ihres Standortes,
2. Standortkosten,
3. Attraktivität des Wirtschaftsstandortes,
4. Lebensqualität in Kamen,
5. Standortklima/-image,

und der persönlichen Zufriedenheit mit den einzelnen Faktoren gebeten. Eine Hilfestellung boten die 29 Einzelkriterien, die thematisch den fünf Standortfaktoren zugeordnet sind. Mit den Faktoren 1. und 2. wurden zwei „harte“ Standortfaktoren ausgewählt, mit den Faktoren 4. und 5. zwei weiche Standortfaktoren. Die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes (Faktor 3.) umfasst sowohl weiche als auch harte Einzelkriterien.

Mit Hilfe des arithmetischen Mittels aus den Einzelkriterien eines Standortfaktors wurde ein Plausibilitätstest durchgeführt. Alle Standortfaktoren werden in ausreichender Weise durch die Einzelkriterien beschrieben, so dass davon auszugehen ist, dass es keine wesentlichen weiteren Kriterien gibt, die nicht abgefragt wurden.

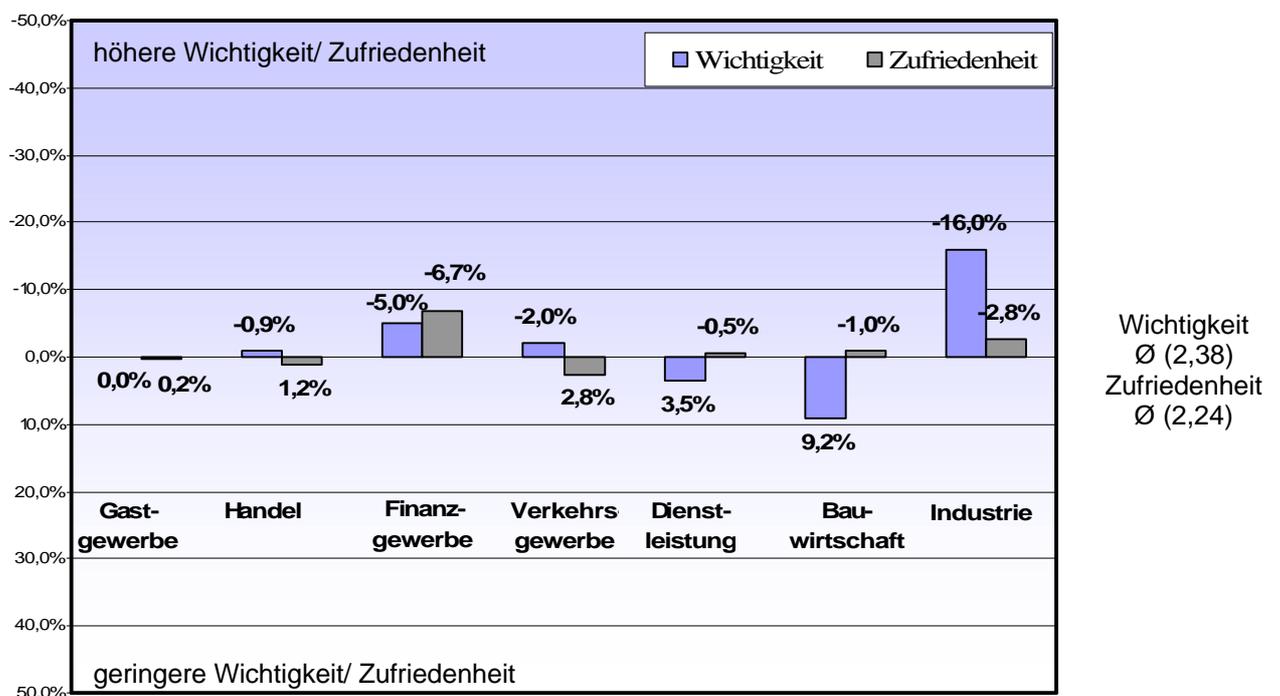
4.1. Verkehrsanbindung

Als Gesamtnote für die Verkehrsanbindung haben die Unternehmen durchschnittlich eine 2,38 für die Wichtigkeit und eine 2,24 für die Zufriedenheit vergeben. Keines der befragten Unternehmen hat eine 6 vergeben. Bei allen anderen Standortfaktoren wird die Notenskala dagegen voll ausgeschöpft.

Abbildung 11 stellt die Abweichung jeder Branche von den o.g. Gesamtnoten für die Verkehrsanbindung dar. Somit markiert eine Abweichung nach oben von der 0,0 %-Linie die überdurchschnittliche Wichtigkeit bzw. Zufriedenheit, eine Abweichung nach unten das entsprechende Gegenteil.

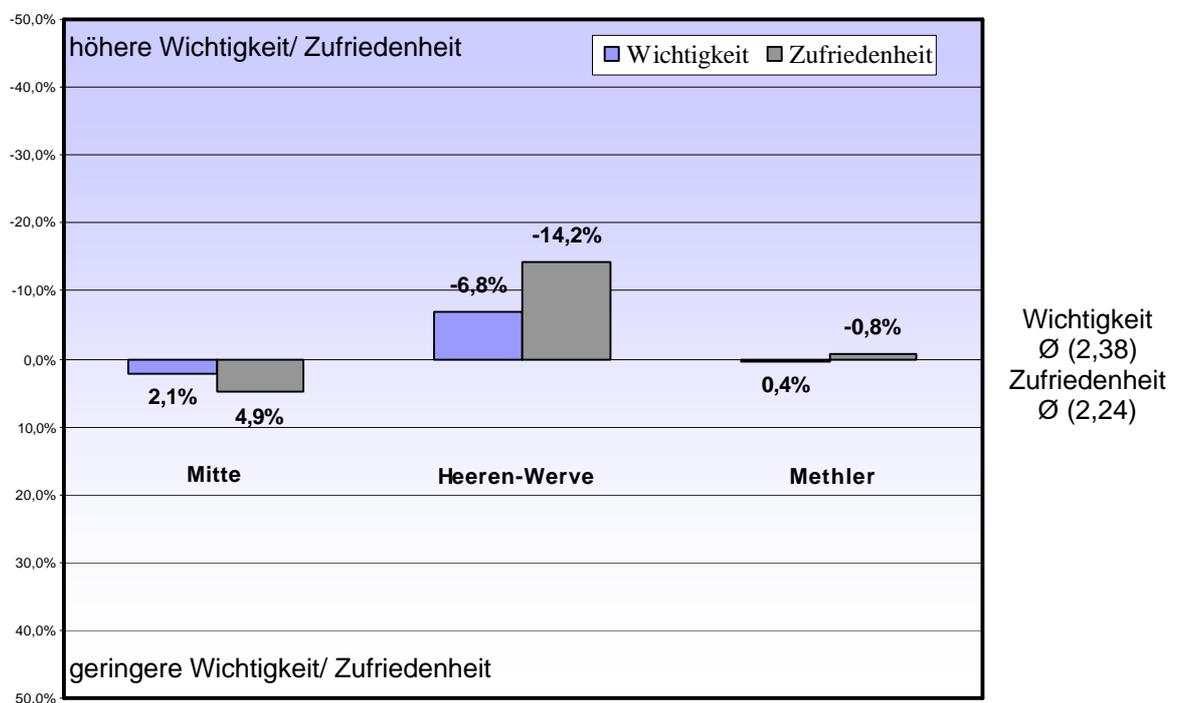
Der Blick in die Branchen zeigt, dass die Industrieunternehmen die Verkehrsanbindung deutlich wichtiger (16 %) ansehen als die übrigen Branchen. Ebenso messen die Unternehmen der Finanzbranche diesem Faktor eine um 5 % höhere Bedeutung bei. Dagegen beurteilt die Baubranche die Verkehrsanbindung nur als unterdurchschnittlich wichtig (- 9,2 %). Es überrascht, dass die Unternehmen des Verkehrsgewerbes der Verkehrsanbindung keine höhere Bedeutung beimessen. Die Zufriedenheit ist nur in der Finanzbranche überdurchschnittlich ausgeprägt und bewegt sich ansonsten in etwa im Rahmen der Gesamtnote für die Verkehrsanbindung.

Abbildung 11: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Verkehrsanbindung in den Branchen



Innerhalb des Stadtbezirkes Kamen ist in Heeren-Werve die Zufriedenheit mit der Verkehrsanbindung besonders stark ausgeprägt (s. Abbildung 12). Hier ist man um 14,2 % zufriedener als im Stadtgebiet insgesamt. Eine gegenteilige Auffassung ist in im Stadtteil Mitte zu finden. Bei der Wichtigkeit ist in Heeren-Werve ein Ausschlag um fast 7 % nach oben zu verzeichnen. Punkte, bei denen sowohl die Zufriedenheit als auch die Wichtigkeit besonders stark ausgeprägt sind, können als Standortvorteil angesehen werden. Für die Verkehrsanbindung ist das nach Meinung der Unternehmen besonders in Heeren-Werve der Fall.

Abbildung 12: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Verkehrsanbindung in den Stadtteilen



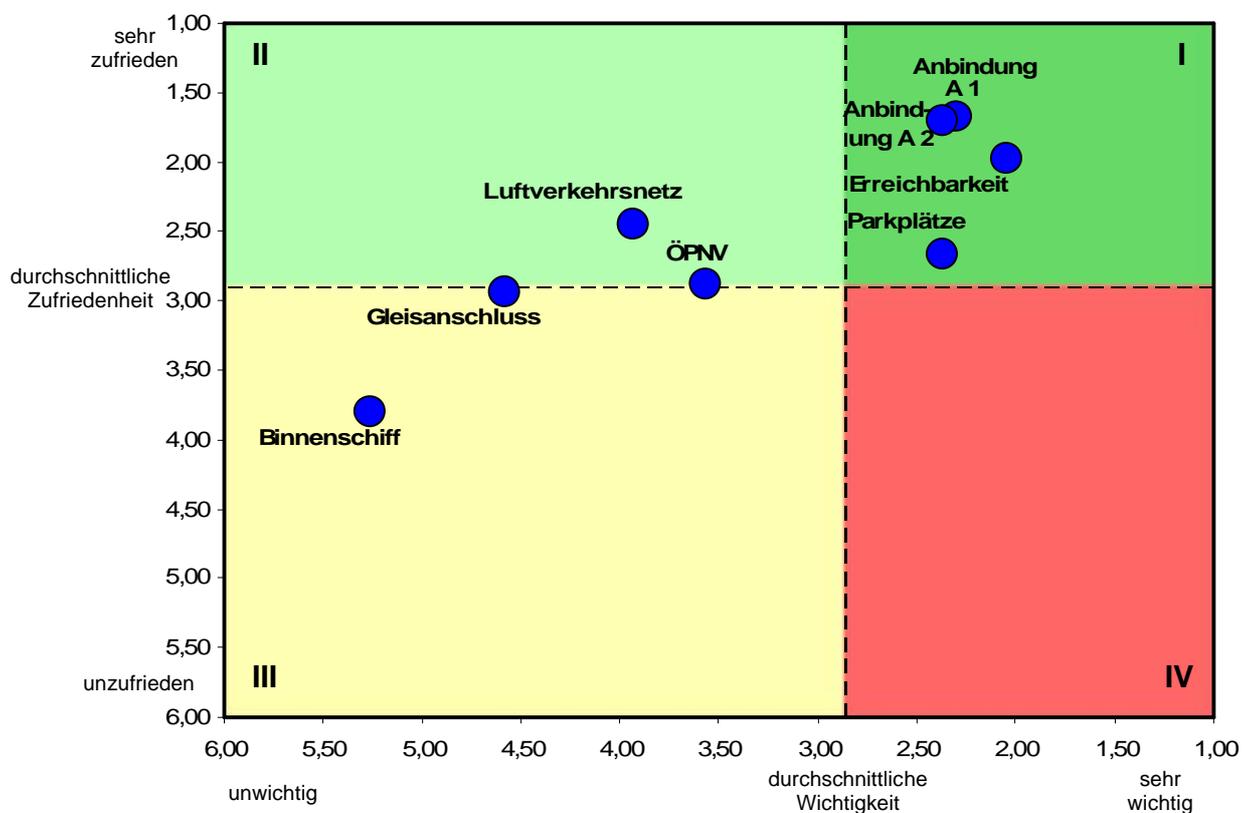
Zwischenfazit:

Im Branchenvergleich hat die Verkehrsanbindung besonders für die Industrie eine hohe Bedeutung. Innerhalb Kamens wird vor allem in Heeren-Werve die Verkehrsanbindung als Standortvorteil empfunden.

Die Bewertung der Einzelkriterien ist in Abbildung 13 dargestellt. Dort werden Noten für die Wichtigkeit auf der rechten Achse und für die Zufriedenheit auf der Hochachse abgetragen. Die gestrichelten Linien für die durchschnittliche Wichtigkeit und durchschnittliche Zufriedenheit teilen das Feld in vier Quadranten auf.

- In Quadrant I (dunkelgrün) finden sich die TOP- Kriterien mit besonders hoher Wichtigkeit und gleichzeitig auch besonders hoher Zufriedenheit.
- In Quadrant IV (hellgrün) ist man zwar noch überdurchschnittlich zufrieden. Dafür werden die Punkte als nicht mehr besonders wichtig wahrgenommen.
- In Quadrant III (gelb) ist die Wichtigkeit weiterhin unterdurchschnittlich. Hier ist aber bereits genauer hinzuschauen, weil die Unternehmen nur noch unterdurchschnittlich zufrieden sind.
- In Quadrant II (rot) werden die Standortnachteile abgetragen, bei denen eine besondere Unzufriedenheit festzustellen ist, obwohl die Punkte als besonders wichtig empfunden werden.

Abbildung 13: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Einzelkriterien der Verkehrsanbindung



Zu den TOP- Kriterien innerhalb des Gesamtfaktors Verkehrsanbindung zählen die befragten Unternehmen die Anbindung an die A 1, an die A 2, die Erreichbarkeit des Unternehmens für Kunden und Lieferanten sowie die Parkplatzsituation für das eigene Unternehmen (s. Abbildung 13). Keines der

Kriterien befindet sich in Quadrant IV mit besonders ausgeprägter Unzufriedenheit. In Quadrant II fällt insbesondere die hohe Zufriedenheit mit der Anbindung an das Luftverkehrsnetz auf. Die Anbindung an das Binnenschiff wird mit Abstand als das unwichtigste Kriterium im Standortfaktor Verkehr gesehen.

Die Antworten erscheinen insgesamt plausibel. Die überregionale Erreichbarkeit des Unternehmens wird insbesondere durch die in Kamen sehr gute Anbindung an die beiden Autobahnen gewährleistet. Die untergeordnete Bedeutung von Binnenschiff und Güterbahn entspricht auch dem geringen Anteil dieser Verkehrsträger an der gesamtdeutschen Transportleistung (Binnenschiff: rund 11 %, Eisenbahn rund 16 % in 2006). Zusätzlich werden Unternehmen mit besonderer Affinität zum Binnenschiff vermutlich einen Standort in Hamm, Dortmund oder Lünen mit entsprechendem Hafenanschluss wählen und sind somit kaum in Kamen zu finden. Übertragen lässt sich diese Vermutung auch auf die Anbindung an das Luftverkehrsnetz. Dass die Zufriedenheit dennoch überdurchschnittlich hoch ausfällt, mag an den guten Erfahrungen bei der privaten Nutzung des Dortmund Airport liegen.

Bei der Parkplatzsituation liegt die Vermutung nahe, dass die Branchen oder die Stadtteile unterschiedliche Noten vergeben, je nachdem ob ausreichend öffentlicher Parkraum z. B. für Handel und Dienstleistung am Standort zur Verfügung steht oder nicht. Dennoch war keine überproportionale Streuung bei den Ergebnissen festzustellen. Auch der Branchenvergleich zeigt keine signifikanten Unterschiede. Lediglich die Betrachtung der Stadtteile weist eine überdurchschnittliche Zufriedenheit in Heeren-Werve auf. Insgesamt gibt demnach die Gesamtnote zur Parkplatzsituation (Wichtigkeit: 2,67, Zufriedenheit: 2,37) die Einschätzung der Kamener Wirtschaft gut wieder.

Zwischenfazit:

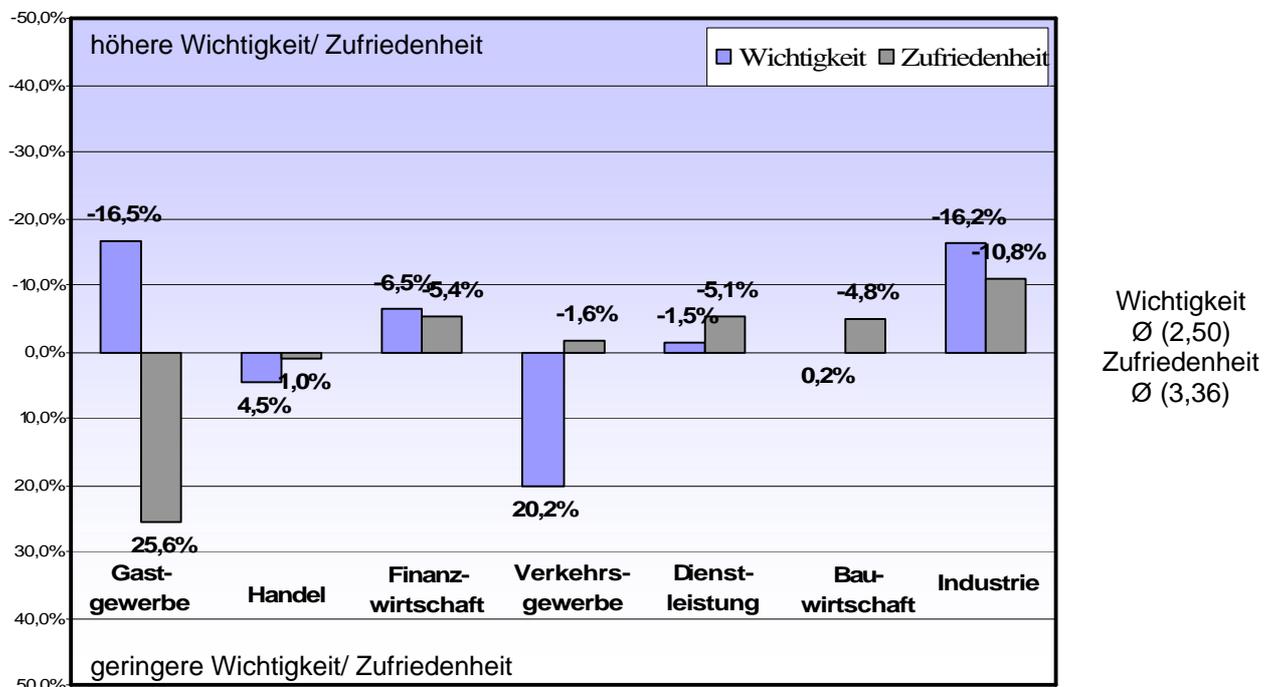
Die überregionale Erreichbarkeit und die Anbindung an die A 1 und die A 2 sind die entscheidenden Kriterien für den Faktor Verkehrsanbindung.

4.2. Standortkosten

Die Gesamtnote für die Standortkosten beträgt nach Einschätzung der Kamener Unternehmen 2,5 für die Wichtigkeit und 3,4 für die Zufriedenheit. Das arithmetische Mittel für die Zufriedenheit von 3,4 wird auch durch die weitere statistische Auswertung bestätigt (s. Anhang S. 38). Der Median (s. Anhang S. 38) liegt bei 3 und das obere Quantil bei 4.

Die prozentuale Abweichung jeder Branche von den o. g. Gesamtnoten, wie in Abbildung 14 dargestellt, weist eine überdurchschnittliche Wichtigkeit der Standortkosten für das Gastgewerbe und die Industrie (jeweils +16 %) aus. Das Verkehrsgewerbe sieht die Standortkosten als unterdurchschnittlich wichtig an. Hier spielen wahrscheinlich andere Kostenfaktoren wie die Kfz-Steuer oder die Treibstoffpreise die dominierende Rolle. Die Zufriedenheit mit den Standortkosten in Kamen ist besonders im Gastgewerbe gering ausgeprägt. Der Blick auf die einzelnen Kriterien für die Standortkosten (s. Abbildung 16) gibt allerdings keine Anhaltspunkte, an welcher Stelle das Gastgewerbe höhere Kosten zu tragen hat als andere Branchen.

Abbildung 14: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Standortkosten in den Branchen

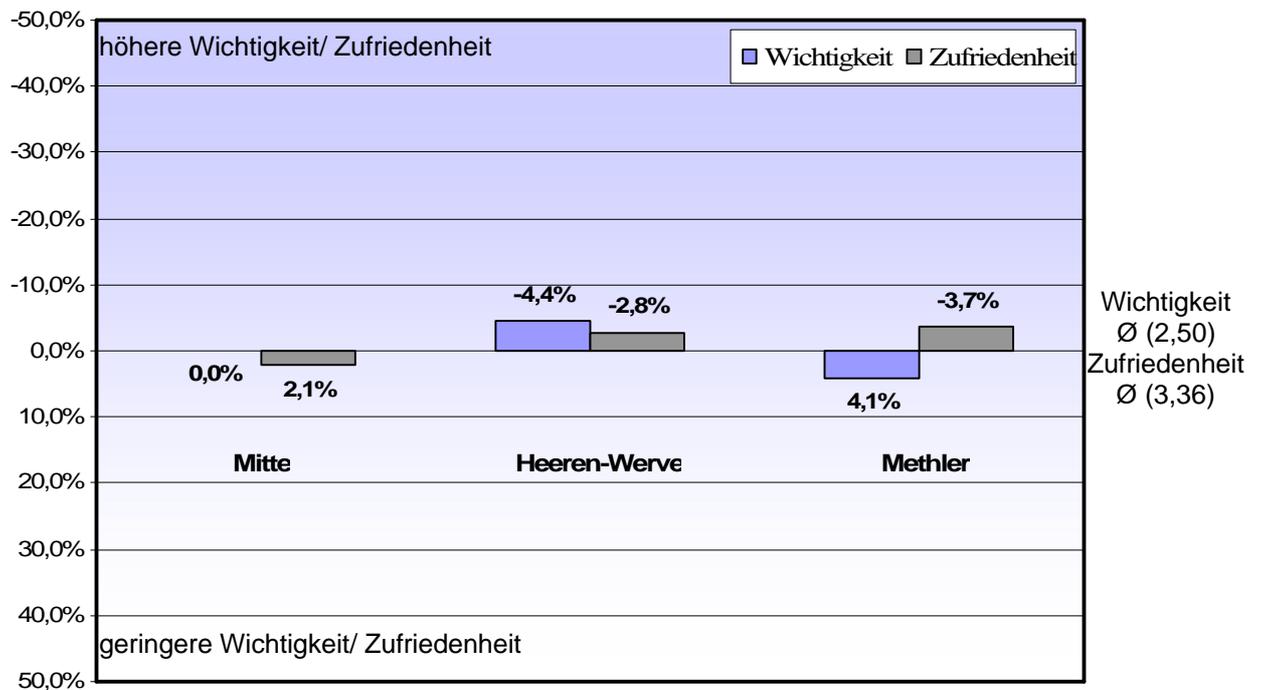


Zwischenfazit:

**Das Gastgewerbe ist mit den Standortkosten besonders unzufrieden.
Für das Verkehrsgewerbe dominieren andere Kostenfaktoren.**

Die Betrachtung der Stadtbezirke (s. Abbildung 15) zeigt keine großen regionalen Unterschiede. Lediglich in Heeren-Werve ist man ebenso wie mit der Verkehrsanbindung auch mit den Standortkosten tendenziell ein wenig zufriedener.

Abbildung 15: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Standortkosten in den Stadtteilen

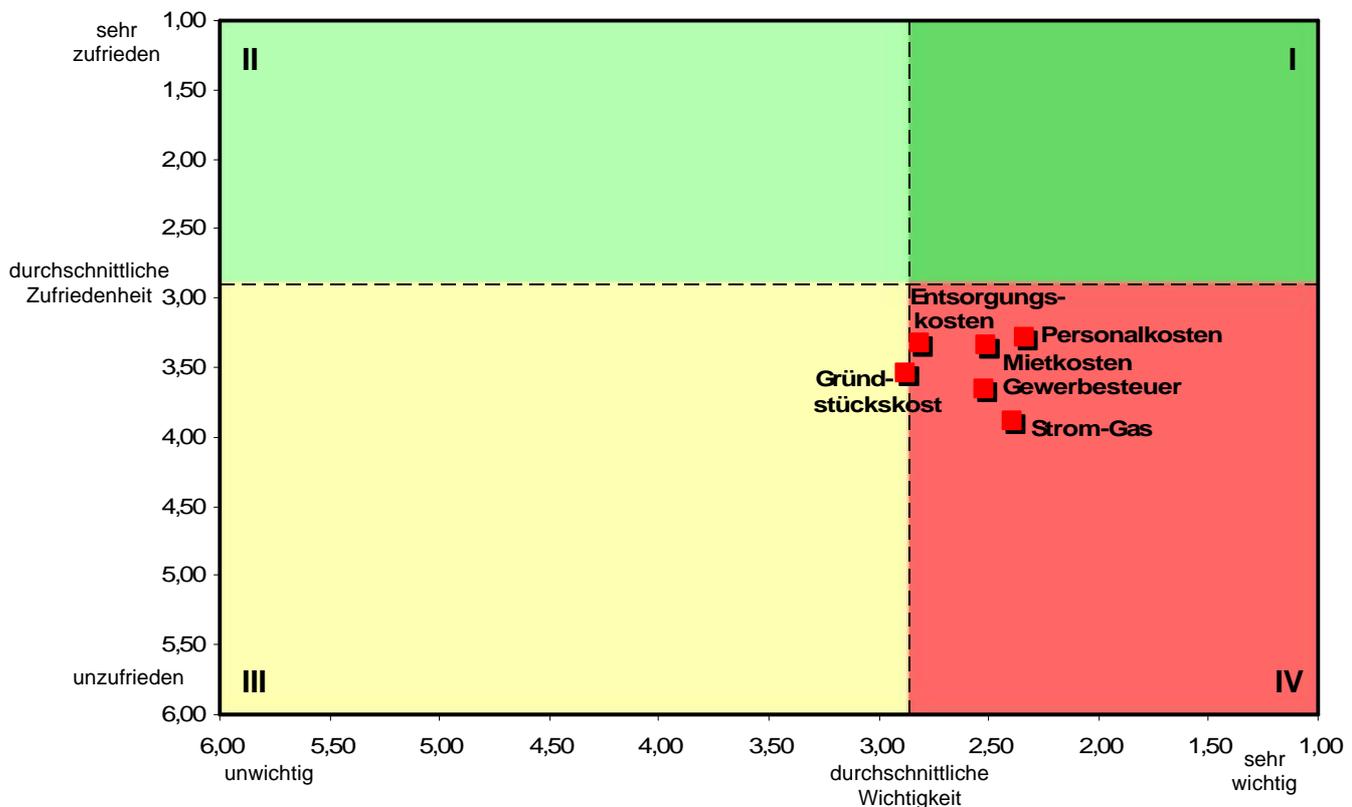


Für die Beurteilung der Standortkosten wurden in dieser Befragung 6 Einzelkriterien herausgegriffen, die in allen Branchen und Stadtteilen zu tragen sind. Eine Ausnahme bilden lediglich Händler und Dienstleister ohne eigenes Ladenlokal oder Lager. Diese sind beispielsweise von den Miet- bzw. Grundstückskosten nicht betroffen.

Bei der Bewertung der Einzelkriterien für die Standortkosten werden die Personalkosten vor den Strom- /Gaspreisen als wichtigste Kriterien genannt. Die Entsorgungsgebühren und die Grundstückskosten bilden die Schlusslichter bei der Wichtigkeit. Besonders unzufrieden sind die Unternehmen mit den Strom- /Gaspreisen sowie der Gewerbesteuer.

Abbildung 16 setzt die beiden Beurteilungsmaßstäbe Wichtigkeit und Zufriedenheit ins Verhältnis zueinander. Für eine weitere Erläuterung der Darstellungsform siehe auch Seite 13. Alle Kriterien fallen in Quadrant IV zu den Standortnachteilen. Lediglich die Grundstückskosten liegen an der Grenze zu Quadrant III. Es ist nur bedingt möglich, beispielsweise die Strom-/Gaspreise zu den Standortnachteilen zu zählen, da die Unzufriedenheit nicht spezifisch auf den Standort Kamen zurückzuführen ist, sondern der bundesweite Anstieg bzw. die absolute Höhe im internationalen Vergleich für Unmut sorgt.

Abbildung 16: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Einzelkriterien der Standortkosten



Zwischenfazit:

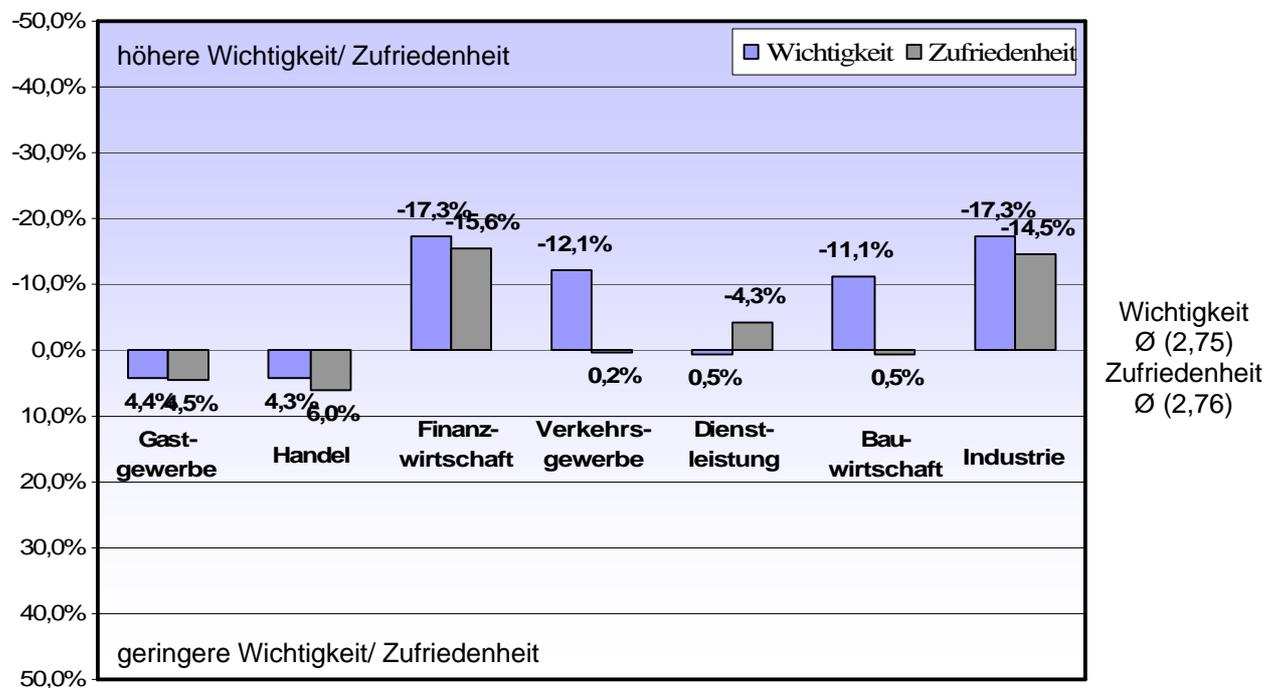
Besonders unzufrieden zeigen sich die Unternehmen mit den Strom-/Gaspreisen sowie der Gewerbesteuer.

4.3. Attraktivität des Wirtschaftsstandortes

Die Gesamtnote für die Wichtigkeit der Standortattraktivität liegt bei 2,7, für die Zufriedenheit mit der Standortattraktivität bei 2,8.

Die sektorale Betrachtung zeigt eine besondere Wichtigkeit der Standortattraktivität für die Finanzwirtschaft (+17,3 %) und die Industrie. Dagegen beurteilen Gastgewerbe (-4,4 %) und Handel die Standortattraktivität als nicht überdurchschnittlich wichtig. Finanzwirtschaft und Industrie sind gleichzeitig auch ganz besonders zufrieden mit der Attraktivität des Standortes, so dass dieser Punkt von beiden Branchen als Standortvorteil wahrgenommen wird.

Abbildung 17: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Standortattraktivität in den Branchen



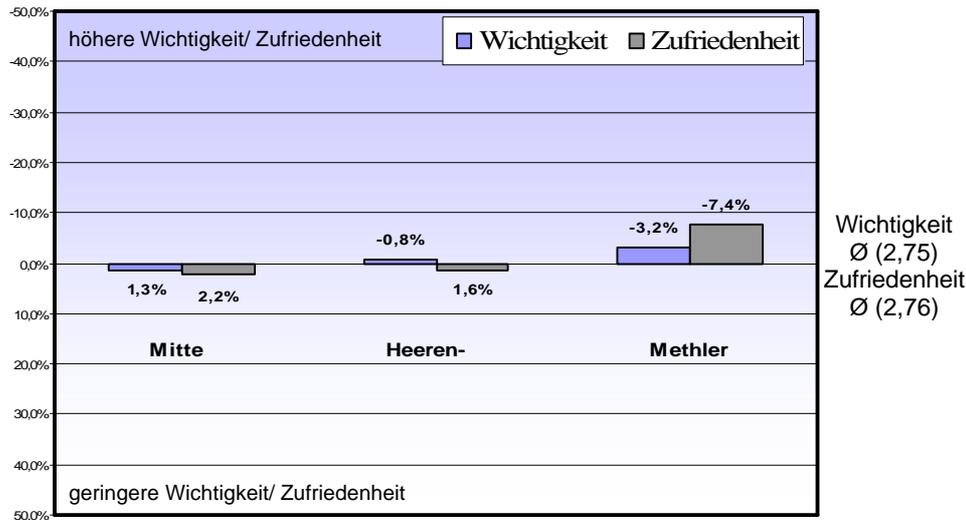
Der Vergleich zwischen den Stadtbezirken ergibt lediglich für Methler eine leicht überdurchschnittliche Zufriedenheit (s. Abbildung 18).

Die Nähe zu den regionalen Kunden ist eindeutig das wichtigste Kriterium der Standortattraktivität (2,35) und ein ausgeprägter Standortvorteil. Die Unternehmen bewerten die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen hingegen als relativ unwichtig (3,55) bei leicht unterdurchschnittlicher Zufriedenheit.

Zwischenfazit:

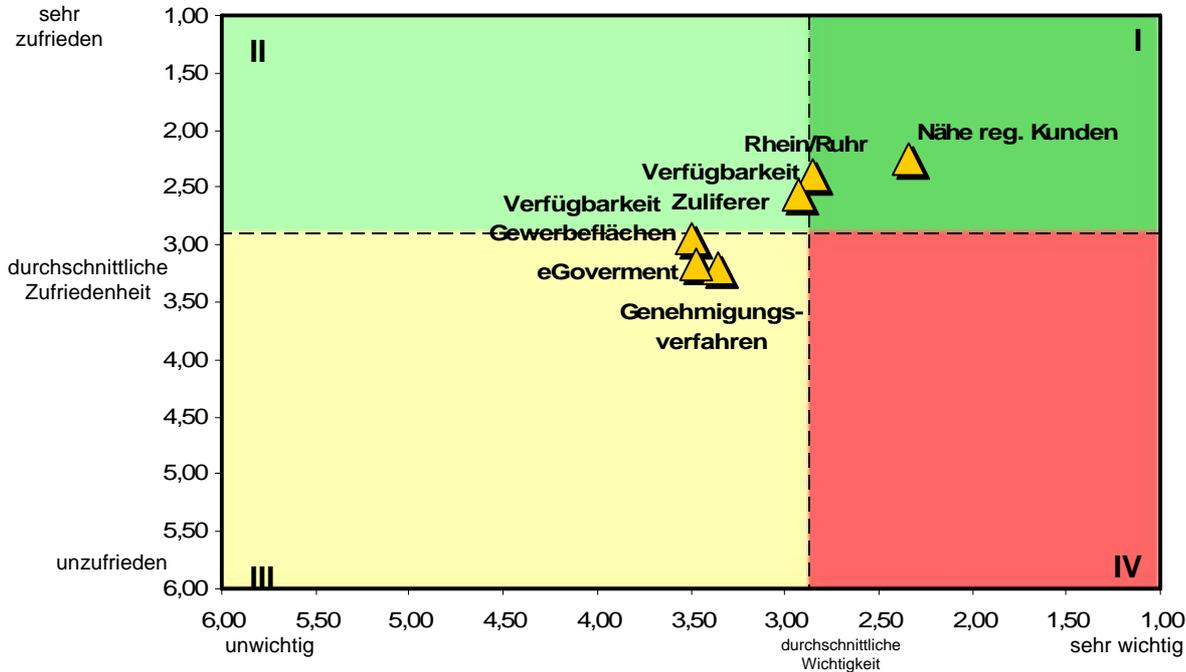
Finanzwirtschaft und Industrie nehmen die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Kamen als Standortvorteil wahr. In Methler ist man überdurchschnittlich zufrieden mit der Standortattraktivität.

Abbildung 18: Abweichung von Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Standortattraktivität in den Stadtteilen



Eine besonders hohe Zufriedenheit findet sich bei der Nähe zum Ballungsraum Rhein-Ruhr (2,37) und der Verfügbarkeit von Zulieferern. Die übrigen Kriterien befinden sich in Quadrant III mit unterdurchschnittlicher Wichtigkeit und Zufriedenheit.

Abbildung 19: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Einzelkriterien der Standortattraktivität



Zwischenfazit:

Die Nähe zu den regionalen Kunden ist ein ausgeprägter Standortvorteil für den Wirtschaftsstandort Kamen.

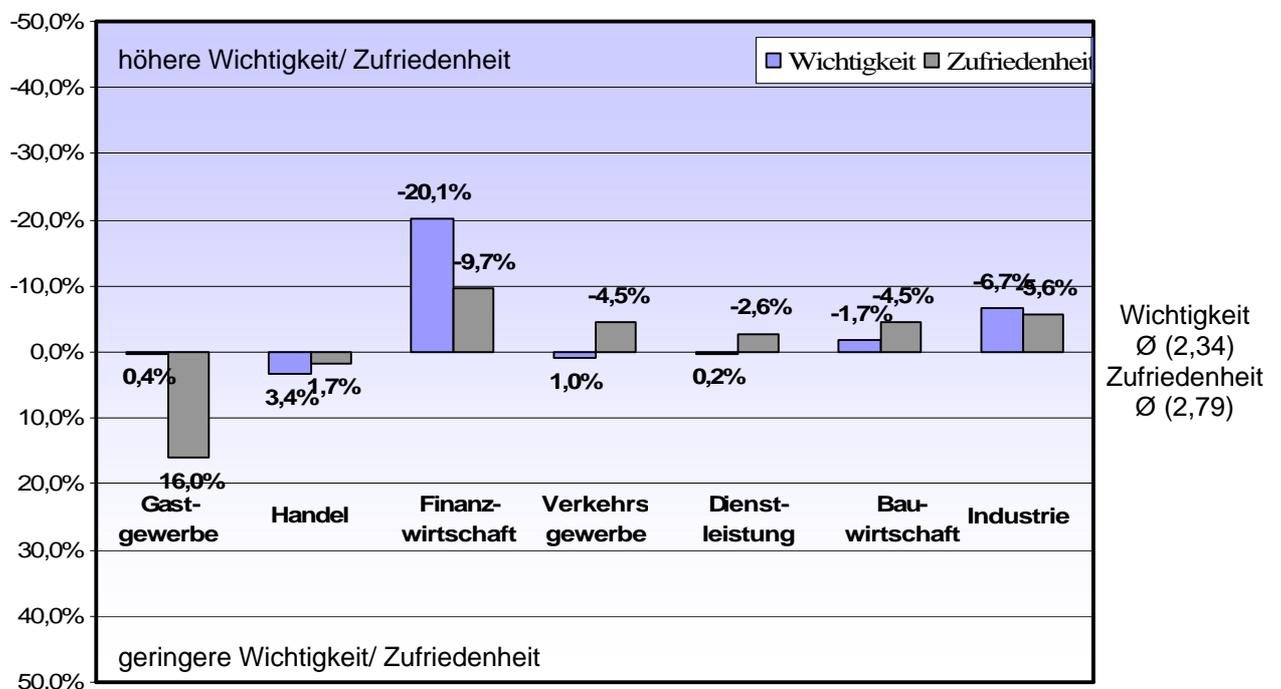
4.4. Lebensqualität in Kamen

Die Unternehmen haben als Gesamtnote für die Lebensqualität in Kamen eine 2,3 für die Wichtigkeit und eine 2,8 für die Zufriedenheit vergeben. Auch der Median (s. Anhang S. 38) liegt auf der Note 2 und bestätigt die Wichtigkeit der Lebensqualität für die Unternehmen.

Vorrangig sollten die Fragen für den Wohnsitz, alternativ für den Unternehmensstandort beantwortet werden. Um eine eindeutige regionale Zuordnung zu gewährleisten, wurde abgefragt, für welchen Stadtteil die Fragen beantwortet wurden.

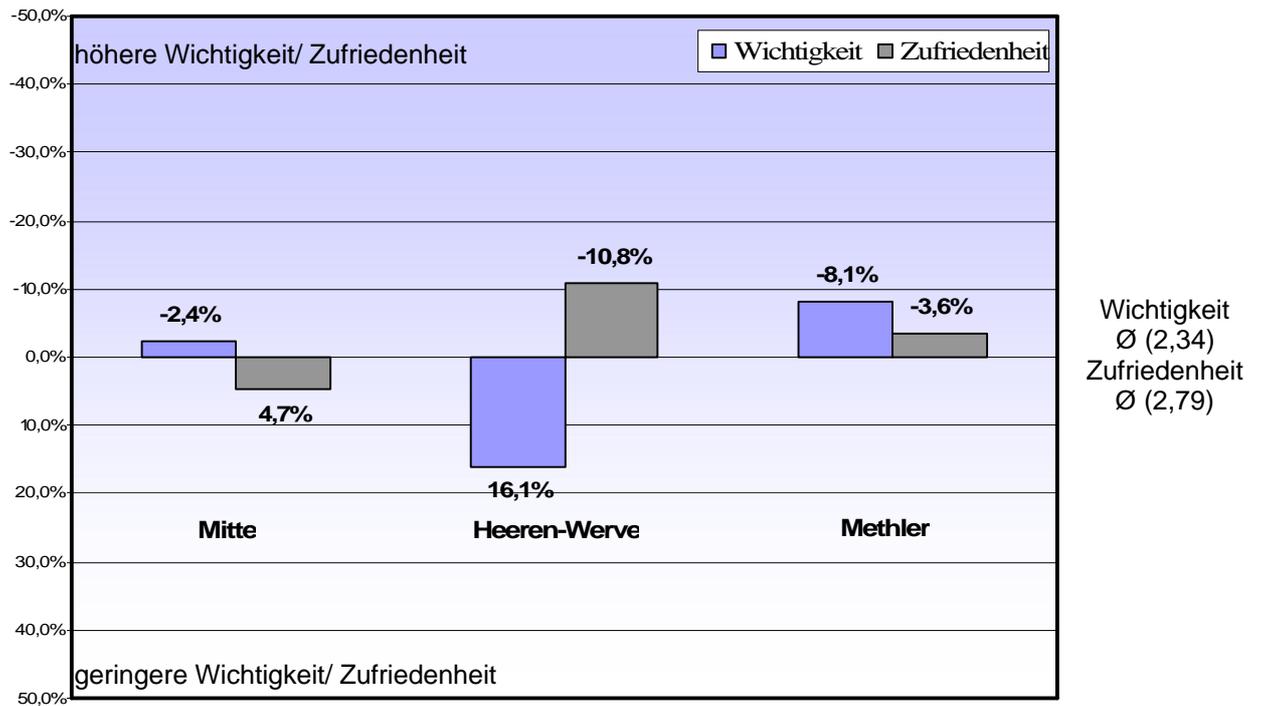
Der Branchenvergleich (s. Abbildung 20) weist wiederum für die Finanzwirtschaft eine deutlich höhere Wichtigkeit als für andere Branchen aus. Auch bei der Betrachtung der Zufriedenheit befindet sich die Finanzwirtschaft an der Spitze der Bewertungsskala, so dass sie in der Lebensqualität neben der Attraktivität des Standortes (vgl. Kapitel 4.3.) einen weiteren Standortvorteil vorfindet. Ganz entgegengesetzt bewertet das Gastgewerbe die Zufriedenheit. Hier ist man im Vergleich zu den anderen Branchen erheblich unzufriedener.

Abbildung 20: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Lebensqualität nach Branchen



In Herren-Werve ist man mit der Lebensqualität zufriedener als in den übrigen Stadtbezirken (s. Abbildung 21). Allerdings fällt die Wichtigkeit hinter die anderen Stadtbezirke zurück. Da alle Noten besser als 3,0 sind, kann man insgesamt aber von einer ausgeprägten Zufriedenheit bei gleichzeitig hoher Wertschätzung des Standortfaktors Lebensqualität ausgehen.

Abbildung 21: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit der Lebensqualität in den Stadtteilen

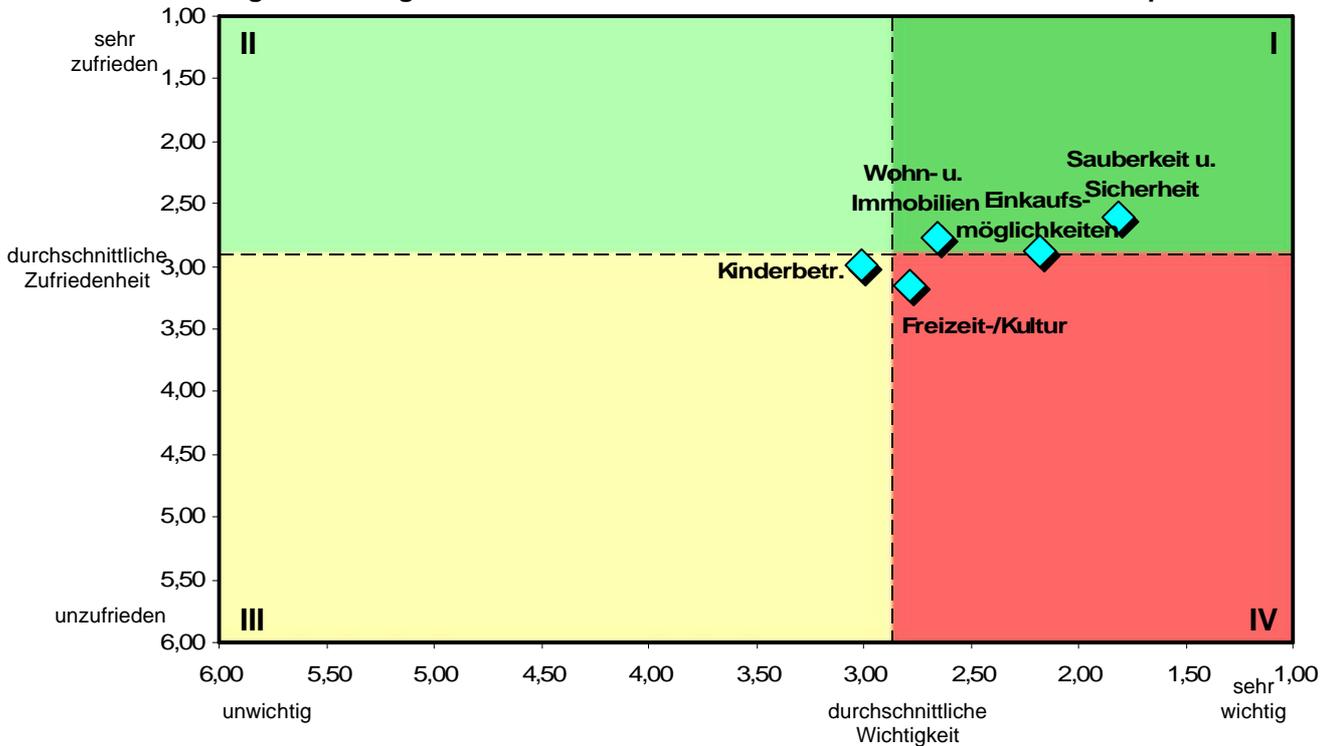


Zwischenfazit:

Die Lebensqualität in ganz Kamen genießt eine hohe Wertschätzung bei den Unternehmern. Die Finanzwirtschaft misst der Lebensqualität eine vergleichsweise hohe Bedeutung zu.

Ergänzend zur Gesamteinschätzung wurden fünf Einzelkriterien zur Lebensqualität bewertet. Die Sauberkeit und Sicherheit bildet hier mit Abstand (1,89) das wichtigste Kriterium innerhalb der Lebensqualität. Das Schlusslicht bei der Wichtigkeit ist die Verfügbarkeit von Kindertagesbetreuung und Schulangeboten (3,06). Da auch die Zufriedenheit mit der Sauberkeit und Sicherheit überdurchschnittlich hoch ist, handelt es sich hierbei um das TOP-Standortkriterium bei der Lebensqualität (s. Abbildung 19). Das Freizeit- und Kulturangebot wird von den Unternehmern als Standortnachteil wahrgenommen. Hier besteht offenbar Handlungsbedarf.

Abbildung 22: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Einzelkriterien der Lebensqualität



Zwischenfazit:

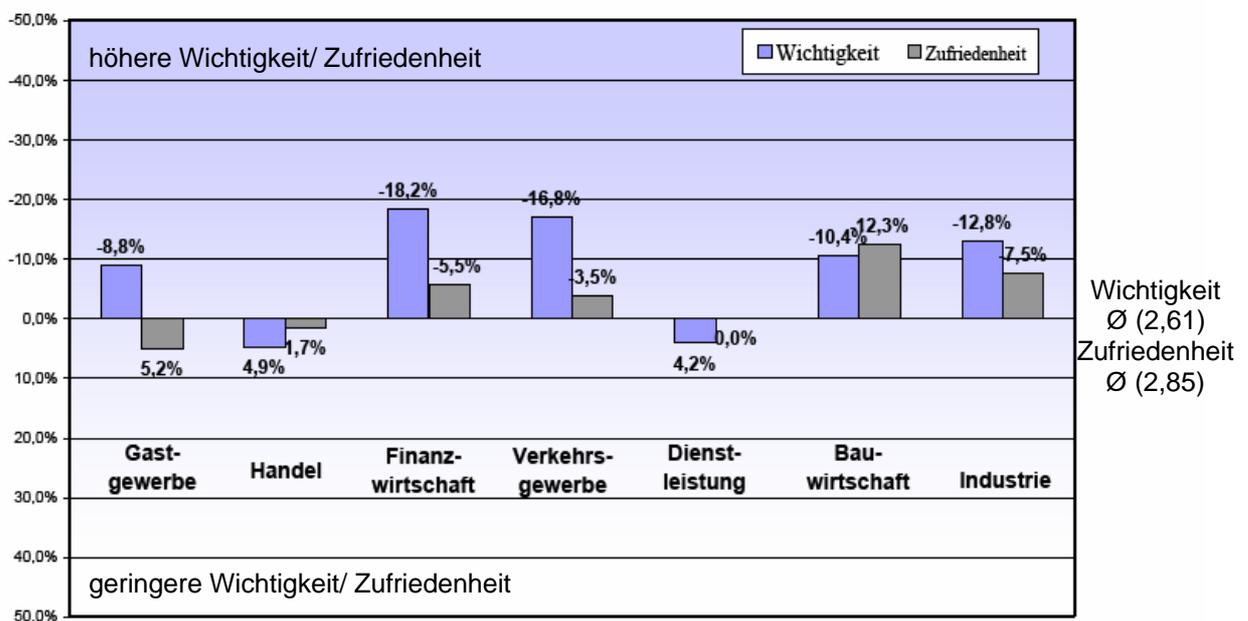
Die Sauberkeit und Sicherheit ist nach Einschätzung der Unternehmer das TOP- Standortkriterium im Bereich der Lebensqualität.

4.5. Standortklima/-image

Die durchschnittliche Gesamtnote beträgt für die Wichtigkeit 2,61 und für die Zufriedenheit 2,85.

Eine sektoral differenzierte Betrachtung (s. Abbildung 23) zeigt, dass vor allem für die Finanzwirtschaft und das Verkehrsgewerbe das Standortklima überdurchschnittlich wichtig ist. Besonders zufrieden mit dem Standortklima ist die Bauwirtschaft.

Abbildung 23: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit dem Standortklima/-image, getrennt nach Branchen



Bei der regionalen Betrachtung (s. Abbildung 24) zeigt sich, dass man vor allem in Heeren-Werve, ganz im Gegensatz zu Methler das Standortklima als unwichtig ansieht.

Für die Detailbetrachtung des Standortklimas in Kamen wurden vier Einzelkriterien erhoben (s. Abbildung 24). Hervorzuheben ist die Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung. Hierauf legen die Unternehmen großen Wert und sind gleichzeitig mit der Verwaltung in Kamen ausgesprochen zufrieden. Die Einbindung in regionale Netzwerke fällt dagegen sowohl bei Wichtigkeit als auch Zufriedenheit deutlich ab.

Abbildung 24: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit dem Standortklima/-image in den Stadtteilen

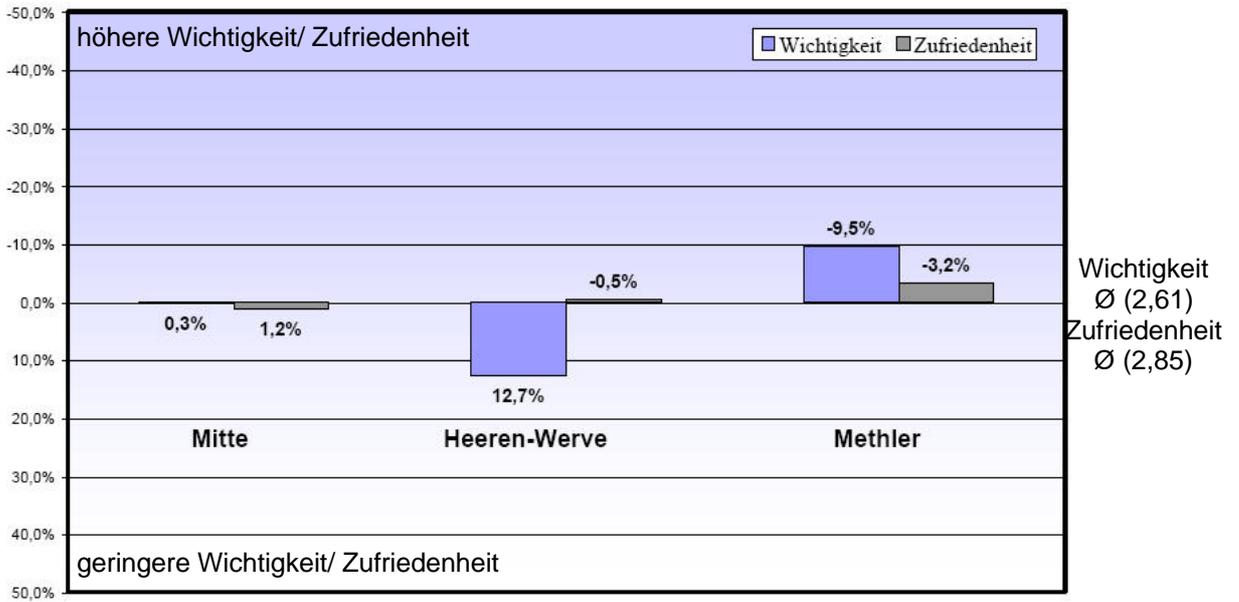
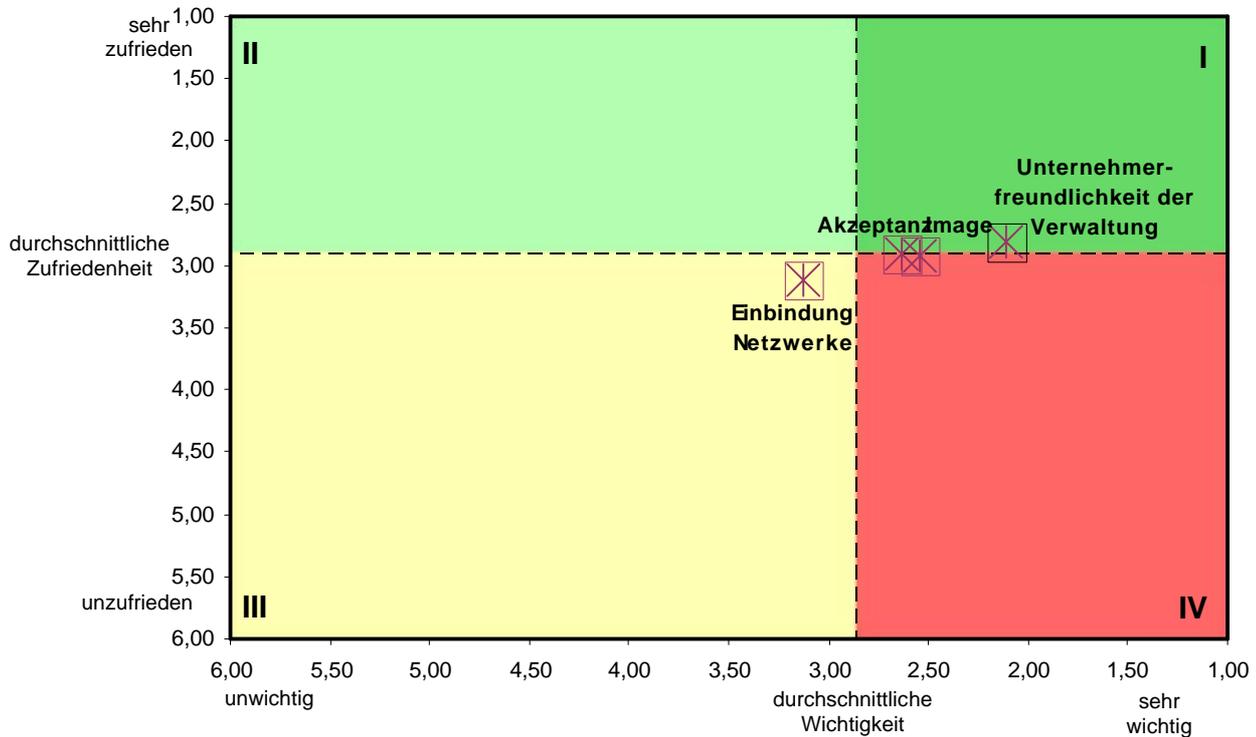


Abbildung 25: Wichtigkeit und Zufriedenheit mit den Einzelkriterien des Standortklimas/-image



Zwischenfazit:

Die Finanz- und Verkehrswirtschaft nimmt das Standortklima als Vorteil wahr. Als wichtigstes Einzelkriterium beim Standortklima wird die unternehmensfreundliche Verwaltung angesehen.

5. Gegenüberstellung der Standortfaktoren

Die Gegenüberstellung der Noten erlaubt nun auch faktorübergreifende Aussagen, welche Faktoren im Vergleich zu anderen bei den Unternehmen Priorität genießen. In Kapitel 4 wurden nur Aussagen zur Wichtigkeit und Zufriedenheit innerhalb eines Standortfaktors vorgenommen. Tabelle 3 zeigt noch einmal die Benotung für die einzelnen Standortfaktoren.

Tabelle 3: Beurteilung der Standortfaktoren im Überblick

Standortfaktor	Wichtigkeit	Zufriedenheit
Verkehrsanbindung	2,4	2,2
Standortkosten	2,5	3,4
Attraktivität	2,7	2,8
Lebensqualität	2,3	2,8
Standortklima	2,6	2,9

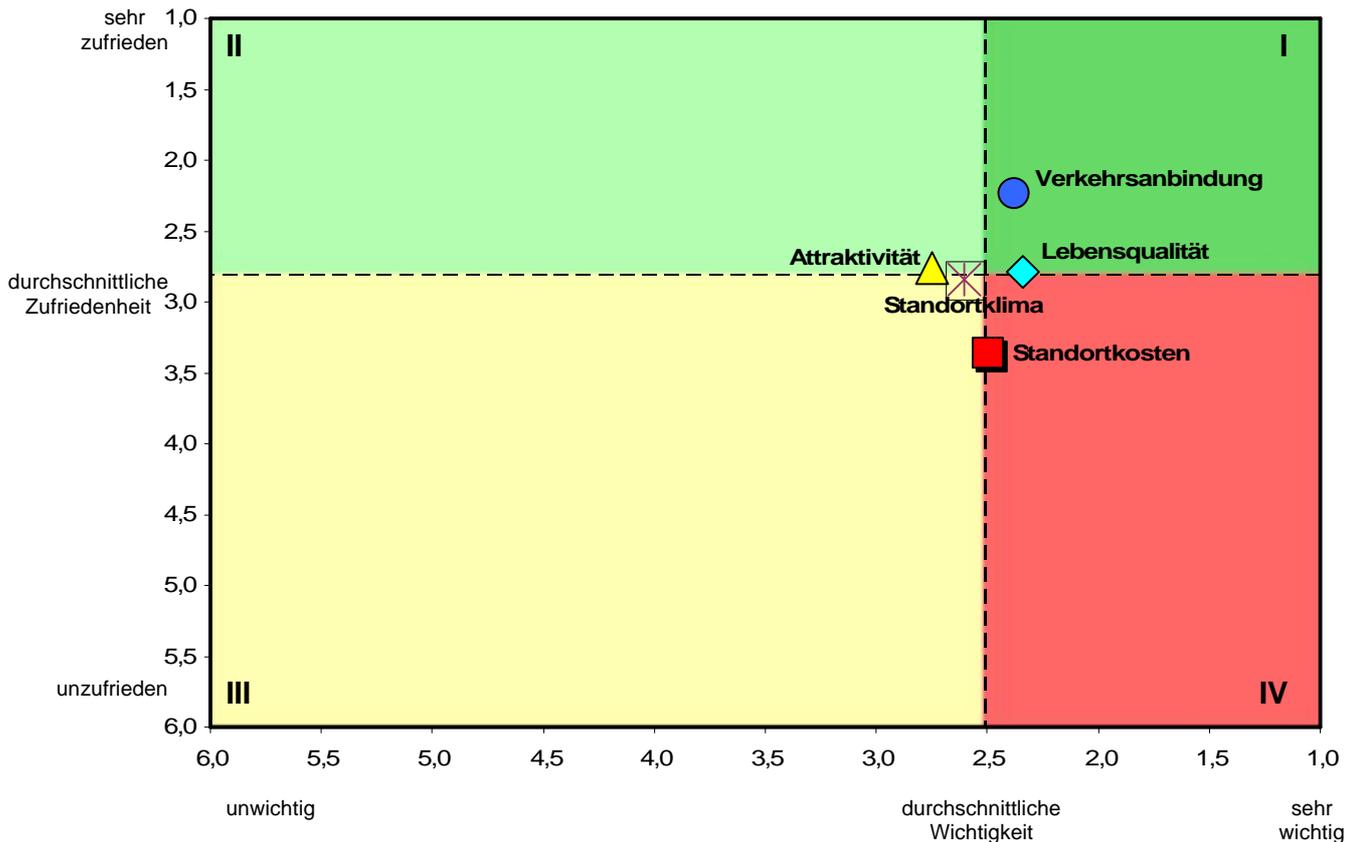
Die Lebensqualität ist für die Unternehmer in Kamen das Standortkriterium mit der höchsten Wichtigkeit, noch vor der Verkehrsanbindung und den Standortkosten. Dies mag überraschen, da einer der „weichen“ Standortfaktoren damit bei der Wertigkeit der Unternehmen an der Spitze steht. Der Grund liegt vermutlich in der hohen Anzahl kleiner, inhabergeführter Unternehmen, die als Privatperson wie als Unternehmer mit „Leib und Seele“ Kamener sind.

Bei der Zufriedenheit mit den Standortfaktoren dominiert eindeutig die Verkehrsanbindung mit 2,2 vor der Attraktivität des Wirtschaftsstandortes und der Lebensqualität mit jeweils 2,8.

Abbildung 26 setzt die Wichtigkeit und die Zufriedenheit ins Verhältnis zueinander. Alle Faktoren in Quadrant I (dunkelgrün) stellen einen Standortvorteil dar. In Quadrant IV (rot) finden sich die Standortnachteile. Dort besteht Handlungsbedarf, sowie möglicherweise auch in Quadrant III (gelb). Aufgrund der reduzierten Wichtigkeit ist keine Dringlichkeit festzustellen. Für eine genauere Erläuterung der Darstellungsform siehe Seite 13.

Somit ist die Verkehrsanbindung der TOP-Standortfaktor für Kamen. Bei überdurchschnittlicher Wichtigkeit bewerten die Unternehmen die Situation in Kamen als ausgesprochen zufriedenstellend. Die Lebensqualität befindet sich auf der Grenze zwischen einem Standortvorteil und einem Standortnachteil. Den Standortnachteilen ist die Kostensituation zuzuordnen. Hier besteht nach Meinung der befragten Unternehmen Handlungsbedarf.

Abbildung 26: Beurteilung der Standortfaktoren im Überblick



Zwischenfazit:

**Die Verkehrsanbindung ist der TOP- Standortfaktor für Kamen.
Bei den Standortkosten wird insgesamt der größte Handlungsbedarf
gesehen.**

6. Gegenüberstellung der Standortkriterien

Ebenso wie die Gegenüberstellung der Standortfaktoren in Kapitel 5 eine faktorübergreifende Aussage zulässt, soll in diesem Kapitel eine Rangreihung aller 29 Einzelkriterien vorgenommen werden, um die TOP- Kriterien zu identifizieren.

Die Abbildungen 27 und 28 sind eine Auflistung aller Standortkriterien sortiert nach Note, wobei die Kriterien mit der höchsten Wichtigkeit bzw. Zufriedenheit oben zu finden sind.

Die größte Wichtigkeit (s. Abbildung 27) wird der Sauberkeit und Sicherheit (1,8), gefolgt von der Erreichbarkeit des Unternehmens für Kunden/Lieferanten (2,0) sowie der unternehmensfreundlichen Verwaltung (2,1) beigemessen. Es zeigt sich damit ein heterogenes Bild von Kriterien aus verschiedenen Bereichen an der Spitze der Wichtigkeit. Das Schlusslicht bildet mit einigem Abstand die Anbindung Binnenschiff (5,3). Insgesamt fallen nur acht Standortkriterien in den Bereich der tendenziellen Unwichtigkeit ($> 3,0$). Auffällig ist die Spreizung bei den Kriterien aus dem Bereich Verkehrsanbindung. Diese nehmen einerseits die letzten vier Ranglistenplätze bei der Wichtigkeit ein und sind andererseits auch unter den wichtigsten fünf Kriterien zweimal vertreten.

Bei der Zufriedenheit (s. Abbildung 28) ist das Bild deutlich homogener als bei der Wichtigkeit. Hier sind Kriterien des Bereiches Verkehrsanbindung auf den ersten drei Ranglistenplätzen zu finden. Die höchste Zufriedenheit wird der Anbindung an die A 1 und die A 2 (jeweils 1,7) gefolgt von der Erreichbarkeit für Kunden/Lieferanten (2,0) und zwei Kriterien des Bereiches Standortattraktivität beigemessen. Tendenziell unzufrieden ($>3,0$) sind die Unternehmen mit 12 von 29 Standortkriterien. Mit Ausnahme der Anbindung an das Binnenschiff finden sich ausschließlich Kriterien des Bereiches Standortkosten auf den letzten Ranglistenplätzen. Bezüglich der Zufriedenheit geben die Unternehmen ein eindeutiges Votum PRO Verkehrsanbindung und CONTRA Standortkosten ab.

Abbildung 27: Rangfolge aller Standortkriterien nach Wichtigkeit

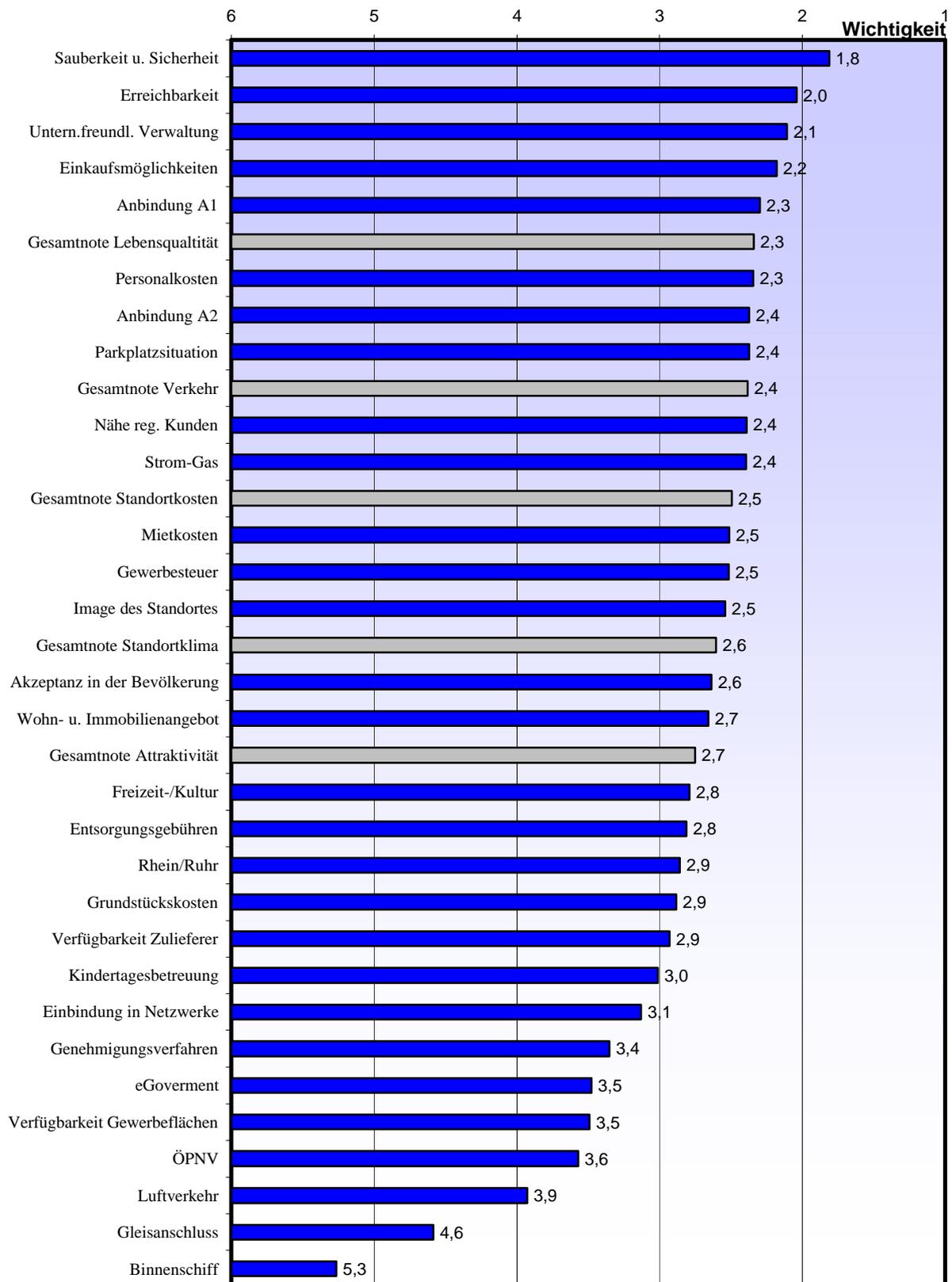
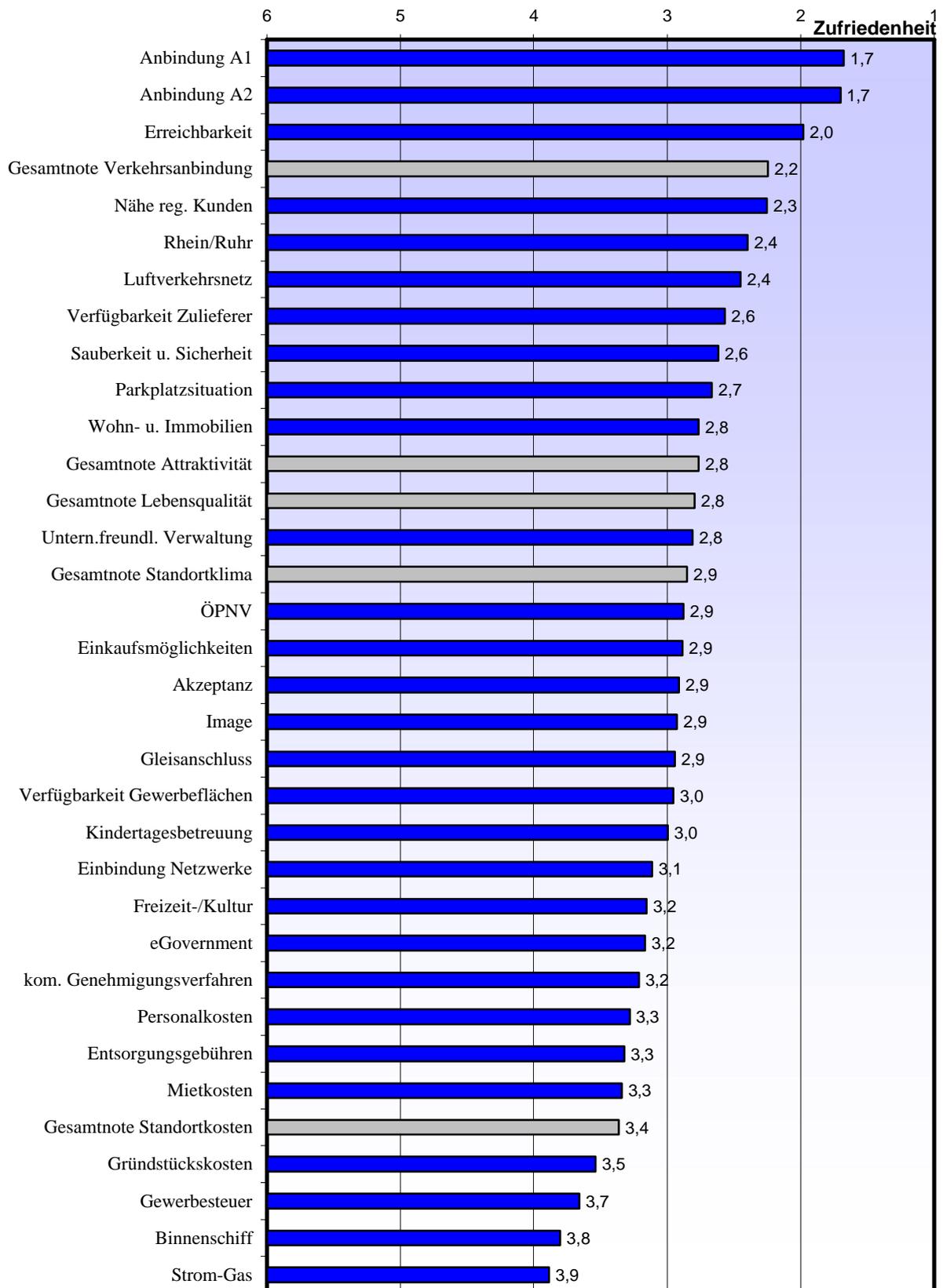
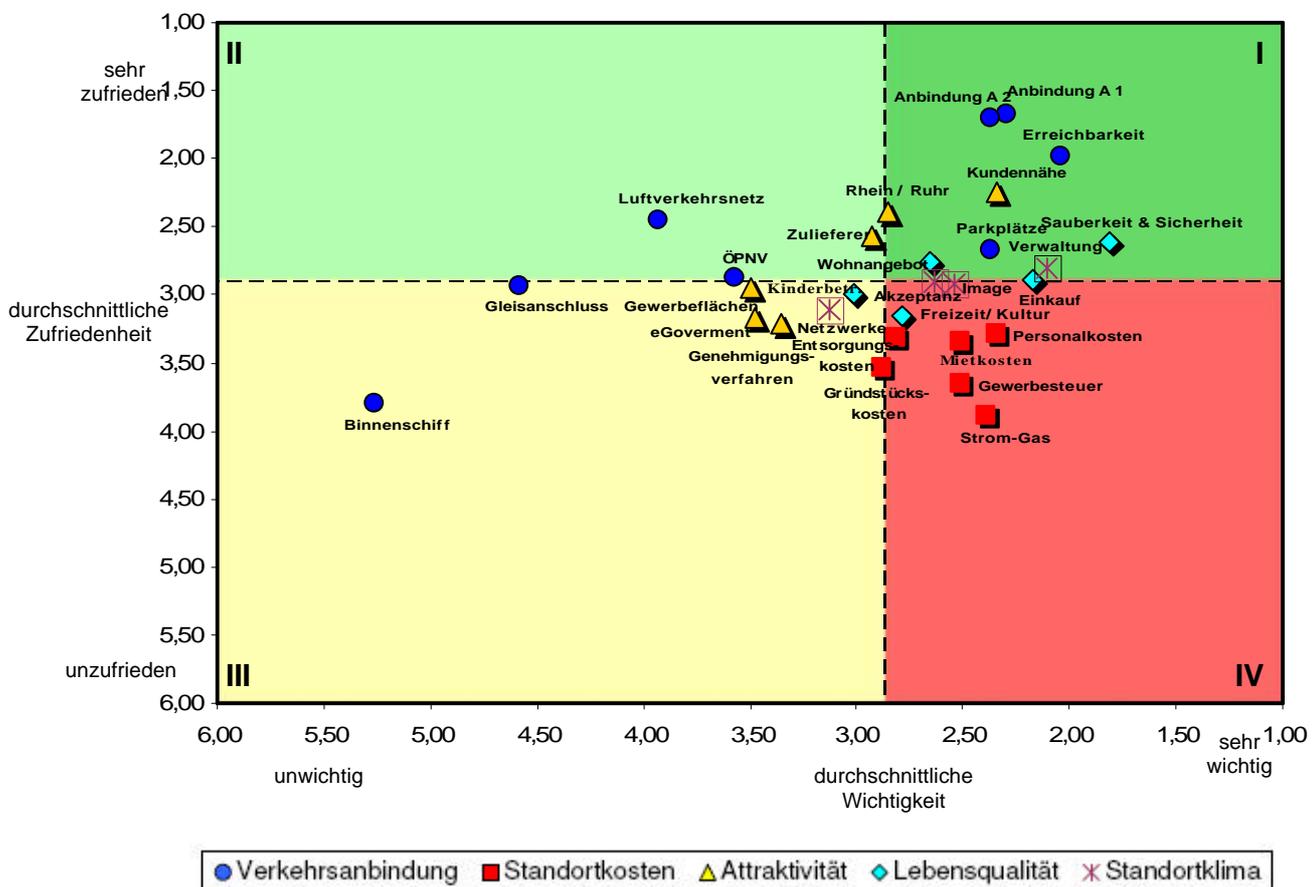


Abbildung 28: Rangfolge aller Standortkriterien nach Zufriedenheit



Wie bereits erläutert (vgl. S. 13) stellt Abbildung 29 die Standortvorteile in Quadrant I (dunkelgrün) und die Standortnachteile in Quadrant IV (rot) dar. Insgesamt bestätigt sich dort die Einschätzung der besonders großen Spreizung im Standortfaktor Verkehr (blaue Punkte) vom Binnenschiff bis zur Anbindung an die A 1. Ebenso sind die Kriterien des Faktors Standortattraktivität (gelbe Dreiecke) über drei Quadranten verteilt. Keines der einzelnen Kriterien der Verkehrsanbindung oder der Standortattraktivität ist in Quadrant IV bei den Standortnachteilen zu finden. Hier ballen sich die roten Quadrate der Standortkosten. Die Kriterien der Lebensqualität und des Standortklimas /-images sind sowohl bei den Standortvorteilen als auch bei den Standortnachteilen zu finden.

Abbildung 29: Beurteilung der Standortkriterien im Überblick



Um die Rangfolge der Standortkriterien zu ermitteln, wurde ein mathematisches Verfahren angewendet (s. Anhang S. 38). Der Leser kann das Ergebnis auch grafisch überprüfen. Hierzu wird im Quadrant I eine Gerade im 45°-Winkel zu den beiden Achsen angelegt. Verschiebt man diese Gerade von oben rechts nach links unten, trifft man auf die Punkte der einzelnen Standortkriterien. Die Reihenfolge, in der die Punkte tangiert werden, markiert den Ranglistenplatz. Zugunsten einer eindeutigen Aussage wurden diejenigen Kriterien ausgenommen, die sich auf der Grenze zwischen zwei Quadranten befinden.

Abbildung 30: Rangfolge der Standortvorteile im Überblick

<u>Standortvorteile</u>	
1. Anbindung an die A 1	(Verkehrsanbindung)
2. Erreichbarkeit für Kunden/ Lieferanten	(Verkehrsanbindung)
3. Anbindung an die A 2	(Verkehrsanbindung)
4. Sauberkeit und Sicherheit	(Lebensqualität)
5. Nähe zu regionalen Kunden	(Attraktivität des Wirtschaftsstandortes)
6. Unternehmensfreundliche Verwaltung	(Standortklima/ -image)
7. Parkplatzsituation	(Verkehrsanbindung)
8. Wohn-/Immobilienangebot	(Lebensqualität)

Abbildung 31: Rangfolge der Standortnachteile im Überblick

<u>Standortnachteile</u>	
1. Strom/ -gaspreise	(Standortkosten)
2. Gewerbesteuer	(Standortkosten)
3. Personalkosten	(Standortkosten)
4. Mietkosten	(Standortkosten)
5. Image des Standortes bei Auswärtigen	(Standortklima/ -image)
6. Entsorgungskosten	(Standortkosten)
7. Freizeit-/ Kulturangebot	(Lebensqualität)
8. Akzeptanz für Gewerbetreibende, Wirtschaftsverkehr in der Bevölkerung	(Standortklima/ -image)

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

7.1. Zusammenfassung

Die IHK hat alle 1.616 Mitgliedsunternehmen in Kamen (s. Anhang S. 43) in die Untersuchung einbezogen, 420 Unternehmen haben geantwortet. Regionale Unterschiede zwischen Kamen-Mitte, Methler und Heeren-Werve konnten aufgezeigt werden. Ebenso wurde eine Teilbetrachtung für sieben einzelne Branchen vorgenommen. Die Unternehmen sind überwiegend in den Bereichen Handel und Dienstleistungen (s. Kap. 2.2.) aktiv. In der Industrie sind 2.800 Personen beschäftigt. Im Vergleich zum Handel und zu den Dienstleistungen ist dieser Anteil überdurchschnittlich hoch. 60% aller Unternehmen sind im Stadtteil Mitte ansässig; die übrigen verteilen sich zu gleichen Teilen auf Methler und Heeren-Werve.

Fast 90% der befragten Unternehmen sind mit dem Wirtschaftsstandort Kamen grundsätzlich zufrieden (s. Kap. 3.). Besonders zufrieden sind die Branchen Verkehr und Industrie. Das Gastgewerbe zeigt sich deutlich unzufriedener als die übrigen Branchen.

Der Wirtschaftsstandort punktet bei den Unternehmen vor allem mit der guten Verkehrsanbindung. Dies ist der TOP-Standortfaktor für Kamen (s. Kap. 5.). Die Anbindung an die Autobahnen und demzufolge die gute Erreichbarkeit für Kunden und Lieferanten werden besonders herausgestellt (s. Kap. 2.1.). Negativ werden die Standortkosten gesehen, insbesondere die Strom-/Gaspreise sowie die Gewerbesteuer. Die Lebensqualität wird als der wichtigste Standortfaktor eingeschätzt, wichtiger noch als die „harten“ Faktoren Verkehrsanbindung und Standortkosten. Die Sauberkeit und Sicherheit in Kamen als Bestandteil der Lebensqualität wurde als das wichtigste Einzelkriterium bewertet.

Aus der Liste der 29 Einzelkriterien stellen sich acht als Standortvorteile und acht als Standortnachteile dar (s. Abb. 30 und 31). Bei den Standortvorteilen dominieren Kriterien aus dem Bereich Verkehrsanbindung. Weiterhin wird die Sauberkeit und Sicherheit, die Nähe zu den regionalen Kunden, die unternehmensfreundliche Verwaltung sowie das Wohn-/ Immobilienangebot als Standortvorteil eingeschätzt.

In der Liste der acht Standortnachteile wird das Thema Standortkosten fünf Mal genannt. Außerdem weisen die befragten Unternehmen darauf hin, dass das Image des Standortes, das Freizeit- und Kulturangebot sowie die Akzeptanz für Gewerbetreibende und den Wirtschaftsverkehr verbessert werden müsste.

Der Branchenvergleich zeigt, dass die Finanzbranche im Vergleich zu anderen Branchen einen besonders hohen Wert auf die Lebensqualität und die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes legt. Die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes wird auch von den Industrieunternehmen als Standortvorteil wahrgenommen.

Die lokalen Unterschiede sind überwiegend schwach ausgeprägt. Allerdings ist man in Heeren-Werve deutlich zufriedener mit der Verkehrsanbindung als in Mitte oder Methler. Dafür ist man in Methler überdurchschnittlich zufrieden mit der Standortattraktivität.

Die Breite, in der man insgesamt mit dem Standort Kamen zufrieden ist (87,7%), spricht für ein gesundes Wirtschaftsklima und bietet eine gute Ausgangslage für die Zukunft. Die besondere Zufriedenheit der Industrie und auch des Verkehrsgewerbes spiegeln zweifelsohne auch die gute Geschäftslage und optimistischen Aussichten wider, die flächendeckend in den beiden Branchen zu finden sind.

Die Straßenverkehrsanbindung, insbesondere die Anbindung an die beiden Autobahnen A 1 und A 2, ist nach Meinung der Unternehmen der TOP-Standortfaktor für Kamen. Das Kamener Kreuz macht die Stadt deutschlandweit bekannt. Ein Standortvorteil erwächst aber nur aus diesem Markenzeichen, wenn der Verkehr auch wirklich fließen kann. Die notwendigen Voraussetzungen wurden geschaffen. Die Ertüchtigung des AK Kamen sowie der sechsspurige Ausbau der A 1 und der A 2 laufen, oder sind bereits abgeschlossen.

7.2. Schlussfolgerungen

- ***Das örtliche und überörtliche Straßennetz ist weiter zu ertüchtigen.***
- ***Die IHK fordert die Realisierung der L663n und der Ortsumgehung Kamen-Heeren-Werve.***

Die optimale Erreichbarkeit für Kunden und Lieferanten kann nur gewährleistet werden, wenn auch das örtliche und überörtliche Verkehrsnetz die entsprechende Leistungsfähigkeit aufweisen. Angesichts des stetig wachsenden Lkw-Verkehrs müssen Straßenbaumaßnahmen zügig umgesetzt werden, aber auch der Erhaltung des kommunalen Straßennetzes oberste Priorität eingeräumt werden.

Aus Sicht der IHK sind die Bundesstraßen L663n vom Kamen-Karree über Unna bis nach Dortmund mit Anschluss an die OWIIIa sowie die Ortsumgehung Kamen-Heeren-Werve (L 665) von besonderer Bedeutung. Bei der Aufstellung des Landesstraßenbedarfsplanes hat sich die IHK gegenüber der Bezirksregierung bereits für die beiden Strecken eingesetzt. Der vorrangige Bedarf der L 663n wurde anerkannt. Die L 665 genießt keine Priorität. Die Verantwortung tragenden Kräfte müssen sich für eine Priorisierung einsetzen.

- ***Die Ausstattung mit Parkplätzen in der Innenstadt ist gut.***
- ***Finger weg von einer Parkraumbewirtschaftung.***

Die Parkplatzsituation ist bei den Standortvorteilen auf Rang 7 zu finden. Einerseits ist Kamen mit über 3.000 Stellplätzen in der Innenstadt im Vergleich zum übrigen Kreis Unna gut ausgestattet. Andererseits kommt in dem Urteil der Unternehmen positiv zum Ausdruck, dass die Parkplätze kostenlos bereitgestellt werden. Aus Sicht der IHK kann die Stadt Kamen nur nachhaltig unterstützt werden, die Parkplätze auch weiterhin kostenlos bereitzustellen.

- ***Die Standortkosten sind für die Unternehmen unbefriedigend, allerdings aus kommunaler Sicht kaum zu beeinflussen.***
- ***Alle indirekten Möglichkeiten zur Verbesserung der Kostensituation müssen genutzt werden.***

Von den acht Standortnachteilen stammen fünf aus dem Bereich der Standortkosten. Hier besteht also dringender Handlungsbedarf aus Sicht der befragten Unternehmen. Leider ist aus kommunaler oder regionaler Sicht weder bei den Punkten Strom- und Gaspreise, den Personalkosten noch den Mietkosten oder den Entsorgungskosten eine direkte Einflussnahme möglich. Es ist nur ein geringer

Trost, dass diese Kostenstrukturen auch im größeren Umkreis gelten und damit kein spezifischer Nachteil für Kamen sind. Daher sollten die regionalen Akteure auf indirektem Wege für eine Entlastung bei den Standortkosten sorgen.

- ***Beteiligung der Stadt Kamen am Trianel-Kraftwerksprojekt schafft mehr Unabhängigkeit. Kostenersparnisse müssen an die Wirtschaft weitergegeben werden.***
- ***Die IHK unterstützt beim effizienten Umgang mit Energie.***

Beim Thema Energie ist es besonders deutlich, dass der Unmut nicht auf die besondere Situation in Kamen zurückzuführen ist, sondern auf die im internationalen Vergleich zu hohen Energiepreise. Mit der Beteiligung der Stadt Kamen an einem Kraftwerksprojekt (Trianel) in Hamm-Uentrop sichert und erweitert die GSW die Wertschöpfungskette.

Darüber hinaus sind in vielen Betrieben die Potenziale zur Energieeinsparung noch längst nicht erschöpft. Die IHK informiert über verschiedene Methoden und Technologien, beispielsweise mit der Veranstaltungsreihe der Energiesymposien.

- ***Mit Aus- und Weiterbildung Wachstumschancen wahrnehmen.***

Die Höhe der Personalkosten ist nur zu einem geringen Anteil von regionalen Einflussfaktoren abhängig. Sie wird von den bundesweit einheitlichen Lohnnebenkosten und i.d.R. dem jeweiligen Tarifvertrag bestimmt. Darüber hinaus beeinflussen Angebot und Nachfrage am Arbeitsmarkt den Preis, insbesondere wenn das Angebot qualifizierter Arbeitskräfte knapp ist. Bereits heute ist in einigen Wirtschaftszweigen ein Personalmangel festzustellen, der tendenziell für höhere Löhne und Gehälter sorgt. Aufgrund des demografischen Wandels wird sich diese Entwicklung weiter verschärfen. Eine qualifizierte Berufsausbildung und eine praxisorientierte Weiterbildung sind Garanten für ein ausreichendes Potenzial gut qualifizierter Arbeitskräfte. Dies ist ein wesentlicher Beitrag für die Wirtschaft, um Wachstumspotenziale voll ausschöpfen zu können.

- ***Spitzenstellung bei der Gewerbesteuer.***

Die Gewerbesteuer ist der einzige Kostenfaktor, auf den die Stadt Kamen einen direkten Einfluss hat. Beim Vergleich der Gewerbesteuer-Hebesätze zum übrigen Kreis Unna nimmt Kamen nach Lünen tatsächlich eine Spitzenstellung ein (s. Tabelle 4). Auch die Städte Dortmund und Hamm weisen geringere Hebesätze auf.

Zwar ist der Gewerbesteuer-Hebesatz in Kamen über die letzten Jahre konstant geblieben, aber die Stadt Kamen könnte mit einer Senkung ein positives Signal setzen.

Tabelle 4: Gewerbesteuer- Hebesätze 2007

	Gewerbesteuer-Hebesatz nach Ertrag	Abweichung vom Kreisdurchschnitt (= 448)
Lünen	470	+ 22%
Kamen	460	+ 12%
Schwerte	450	+ 2%
Unna	450	+ 2%
Bergkamen	450	+ 2%
Werne	445	- 3%
Bönen	445	- 3%
Holzwickede	445	- 3%
Selm	440	- 8%
Fröndenberg	420	- 28%
Kreis Unna	448	
Dortmund	450	
Hamm	450	

- **Kamen bietet eine hohe Lebensqualität. Kamen hat hier bereits in die Zukunft investiert, weitere Anstrengungen sind allerdings zu unternehmen.**

Die Kamener Unternehmen messen der Lebensqualität in Kamen einen besonders hohen Stellenwert bei. Der demografische Wandel forciert den überregionalen Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Unternehmen und Städte, die neben sicheren Arbeitsplätzen und angemessenen Gehältern auch ein attraktives Lebensumfeld bieten können, sind im Vorteil.

Kamen punktet darüber hinaus nach Meinung der befragten Unternehmen mit der Sauberkeit und Sicherheit sowie dem Wohn-/Immobilienangebot. Die Bereitstellung von Bauflächen durch die Kommune wird von den Unternehmern positiv anerkannt. Auch die Neugestaltung der Innenstadt ist als eine Zukunftsinvestition zu beurteilen.

Das Freizeit- und Kulturangebot wird von den befragten Unternehmen als Standortnachteil beurteilt.

- ***Lob für die unternehmensfreundliche Politik und Verwaltung.***
- ***In der Bevölkerung fühlen sich die Unternehmer nicht ausreichend verstanden.***

Die Kamener Wirtschaft stellt Politik und Verwaltung eine besonders gute Note aus.

Dafür gibt es Nachholbedarf bei der Akzeptanz für Wirtschaftsthemen in der Bevölkerung. Möglicherweise fühlen sich Unternehmen abgeschreckt, in welchem Umfang sich beispielsweise der Widerstand gegen die Unternehmensansiedlung an der Lüner Höhe organisiert hat. Auch die DHL-Ansiedlung in Unna wurde von vielen kritischen Tönen begleitet, anstatt die positiven Effekte herauszustellen. Diese öffentlichen Botschaften schaden einer engagierten Standortpolitik.

Eine aktives Wirtschaftsleben und die damit verbundenen Produktions- und Transportprozesse werden auch in Zukunft nicht ohne Beeinträchtigungen für Mensch und Umwelt zu haben sein. Trotzdem sollten die Gewerbetreibenden in der Bevölkerung die bestmögliche Unterstützung erfahren. Schließlich geht es um das gemeinsame Ziel, Wohlstand und Beschäftigung zu verbessern.

8. Anhang

Formeln und Methodik:

? Arithmetisches Mittel: $\frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n x_i$; (kA geht nicht mit in die Rechnung ein)

? Median: Note, die in der Mitte einer geordneten aufsteigenden Reihe liegt. Das heißt, die eine Hälfte der Noten hat Werte, die kleiner als sind als der Median, und die andere Hälfte hat Werte, die größer sind als der Median.

? Varianz: $\frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$, mit \bar{x} = Mittelwert

Bei der gewählten Notenskala liegt die Varianz zwischen 0 und 6,25, die Standardabweichung zwischen 0 (keine Streuung) und 2,5.

? kA-Quote: beantwortete Fragen/ n.

? Korrelation: $r_{x,y} = \frac{Cov(X,Y)}{s_x \cdot s_y}$; mit $-1 \leq r_{x,y} \leq 1 \wedge Cov(X,Y) = \frac{1}{n} \cdot \sum_{i=1}^n (x_i - m_x) \cdot (y_i - m_y)$

? Pearsonschen Korrelationskoeffizient: $r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$

(Wertebereich -1,0 = r = 1,0)

? Überprüfung der Gesamtzufriedenheit:

Verwendung eines gewichteten arithmetischen Mittels aus der Wichtigkeit und der Zufriedenheit mit den 5 Standortfaktoren verwendet: $\bar{x}_w = \sum_{i=1}^n w_i \cdot x_i$

Dabei stehen die Gewichte „w“ für die Noten, die für die Wichtigkeit vergeben wurden und x für die Durchschnittsnote eines Standortfaktors. Die Höhe der Note steht allerdings im reziproken Verhältnis zu ihrer Bedeutung. Für eine korrekte Gewichtung mit Wichtigkeit muss die Notenskala umgekehrt werden. Diese Transformation geschieht durch: $(7 - w_i)$. Die so transformierten Gewichte werden mit der jeweiligen Zufriedenheit multipliziert und aufsummiert (siehe nachfolgende Tabelle), multipliziert und zum nach der Wichtigkeit gewichteten arithmetischen Mittel aufaddiert (s. Rechenbeispiel in der unten aufgeführten Tabelle). Das Ergebnis von rund 2,8 ist ziemlich robust. Man erhält sowohl bei einer Durchschnittswertbildung ohne Gewichtung als auch bei einer Potenzierung der Gewichte einen Wert von 2,8.

Wichtigkeit	transformierte Wichtigkeit	Gewicht	Zufriedenheit	wi * xi
2,38	4,62	0,2061	2,24	0,4615879
2,50	4,50	0,2007	3,36	0,6743979
2,75	4,25	0,1896	2,76	0,5231936
2,34	4,66	0,2079	2,79	0,5799019
2,61	4,39	0,1958	2,85	0,5580508
	22,42	1		2,797132

Branchenzuordnung:

1. Gastgewerbe: Gaststätten, Hotels.
2. Handel: Groß- und Einzelhandel inkl. KFZ, Handelsvermittlung, Apotheken.
3. Finanzwirtschaft: Kredit- und Versicherungsgewerbe inkl. Finanzvermittler
4. Verkehrsgewerbe: Transportunternehmen, Speditionen.
5. Dienstleistung: sonst Dienstleistungen (außer 1. – 4.), insbesondere Architekten, Beratung, Bauträger, Software, Vermietung, Werbung.
6. Bauwirtschaft: Baugewerbe
7. Industrie: Herstellung und Bearbeitung sämtlicher Erzeugnisse, Recycling.

Getroffene Annahmen bei der Auswertung:

- ? Als Mitgliedsunternehmen im Sinne dieser Untersuchung zählt die IHK- Mitgliedsdatei mit dem Stichtag 9. Februar 2007. Hier sind sowohl natürliche als auch juristische Personen erfasst. Bei den juristischen Personen wurden die Komplementärgesellschaften insbesondere einer „GmbH & Co KG“ eliminiert.
- ? Doppelt zurückgeschickte Fragebögen gehen mit dem aktuelleren Bogen ein.
- ? Fehlerhaft ausgefüllte Teilfragen gehen als keine Angaben (kA) ein.
- ? Der Kommentar „keine Mitarbeiter“ und „kein Umsatz“ wird als Klasse 1 gewertet.
- ? Fehlt bei Frage 2.4. das Ortskennzeichen, wird eine Antwort für den Firmensitz angenommen.

Übersicht Einzelkriterien (gesamt):

	Erreichbarkeit		Anbindung A1		Anbindung A2		Anbindung Luftverkehr		Schieneanb. Güterverkehr		Anbindung Binnenschiff		Anbindung ÖPNV		Parkplatzsituation		Gesamtmote Verkehr	
	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z
Mittelwert	2,05	1,96	2,31	1,67	2,39	1,69	3,92	2,44	4,59	2,95	5,26	3,77	3,58	2,87	2,38	2,63	2,41	2,24
Median	2	2	2	2	2	2	4	2	5	3	6	4	3	3	2	2	2	2
Varianz	1,80	0,82	2,07	0,58	2,06	0,61	3,07	1,49	2,55	1,63	1,37	2,19	2,77	1,48	2,28	1,91	1,18	0,63

	Entsorgungsgebühren		Gewerbesteuer		Strom-Gaspreis		Grundstücks-Immo.kosten		Mietskosten		Personalkosten		Gesamtmote Standortkosten	
	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z
Mittelwert	2,84	3,29	2,50	3,62	2,41	3,87	2,89	3,52	2,53	3,33	2,36	3,27	2,50	3,34
Median	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3
Varianz	1,86	0,97	1,65	1,23	1,53	1,26	2,16	1,04	2,25	1,22	2,24	1,03	1,10	0,76

	Nähe Rhein/Ruhr		Nähe Regionale Kunden		PVerfügbarkeit Zulieferer		Verfügbarkeit Gewerbeflächen		Dauer Genehmigungen		eGovernment		Gesamtmote Attraktivität	
	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z
Mittelwert	2,82	2,37	2,35	2,24	2,97	2,57	3,55	2,94	3,42	3,20	3,51	3,17	2,76	2,75
Median	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Varianz	2,14	0,89	1,71	0,65	2,24	0,90	2,46	1,12	2,56	1,45	2,14	1,18	1,22	0,66

	Sauberkeit u. Sicherheit		Einkaufsmöglichkeiten		Immobilienangebot		Freizeit-/Kulturangebot		Kindertagesbet. U. Schulangebot		Gesamtmote Lebensqualität	
	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z
Mittelwert	1,82	2,58	2,20	2,90	2,67	2,75	2,81	3,16	3,06	2,98	2,35	2,80
Median	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3
Varianz	0,74	1,05	1,31	1,50	1,54	0,87	1,86	1,27	2,76	1,16	0,72	0,70

	Unternehmensfreundl. Verwaltung		Image des Standortes		pers. Einbindung in regio.		Akzeptanz		Gesamtmote Standortklima	
	w	z	w	z	w	z	w	z	w	z
Mittelwert	2,15	2,83	2,57	2,94	3,15	3,10	2,67	2,92	2,65	2,87
Median	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3
Varianz	1,13	1,15	1,56	0,94	2,06	1,08	1,54	0,70	0,97	0,54

Frage 1 Gesamt- zufriedenheit
2,62
3
0,69

Übersicht Gesamtnoten der Standortfaktoren

	Gesamt	Regionale Unterscheidung			Sektorale Unterscheidung							
		Mitte	Heeren	Methler	Gast-gewerbe	Handel	Finanzen	Verkehr	Dienst-leistung	Bau	Industrie	
n	382	231	75	76	29	174	25	15	118	10	11	
Gesamtzufriedenheit												
Mittelwert	2,63	2,65	2,58	2,60	2,96	2,67	2,61	2,13	2,53	2,67	2,14	
kA-Quote	29,8%	28,6%	40,0%	23,7%	10,3%	27,0%	28,0%	46,7%	38,1%	10,0%	36,4%	
Streuung	0,83	0,88	0,86	0,64	0,76	0,88	0,68	0,93	0,78	0,67	0,35	
Gesamtnote Wichtigkeit Verkehrsanbindung ihres Standortes												
Mittelwert	2,38	2,43	2,22	2,39	2,38	2,36	2,26	2,33	2,46	2,60	2,00	
kA-Quote	8,4%	9,5%	8,0%	5,3%	27,6%	5,2%	8,0%	20,0%	8,5%	0,0%	0,0%	
Streuung	1,09	1,03	1,34	0,94	1,36	1,07	0,90	0,75	1,12	1,43	0,64	
Gesamtnote Zufriedenheit Verkehrsanbindung ihres Standortes												
Mittelwert	2,24	2,35	1,93	2,23	2,25	2,27	2,10	2,31	2,23	2,22	2,18	
kA-Quote	11,3%	10,8%	10,7%	13,2%	31,0%	9,2%	16,0%	13,3%	9,3%	10,0%	0,0%	
Streuung	0,81	0,75	0,94	0,77	0,83	0,84	0,61	0,72	0,85	0,79	0,39	
Gesamtnote Wichtigkeit Standortkosten												
Mittelwert	2,50	2,50	2,38	2,60	2,08	2,61	2,33	3,00	2,46	2,50	2,09	
kA-Quote	11,8%	13,4%	13,3%	5,3%	17,2%	14,9%	4,0%	26,7%	7,6%	0,0%	0,0%	
Streuung	1,05	1,07	0,99	1,04	1,11	1,08	1,11	1,04	0,97	0,81	0,67	
Gesamtnote Zufriedenheit Standortkosten												
Mittelwert	3,36	3,43	3,27	3,24	4,22	3,39	3,18	3,31	3,19	3,20	3,00	
kA-Quote	11,0%	10,8%	10,7%	11,8%	6,9%	12,6%	12,0%	13,3%	11,0%	0,0%	0,0%	
Streuung	0,89	0,94	0,80	0,79	1,23	0,78	1,07	0,91	0,82	0,40	0,60	
Gesamtnote Wichtigkeit Attraktivität												
Mittelwert	2,75	2,79	2,73	2,66	2,87	2,87	2,27	2,42	2,76	2,44	2,27	
kA-Quote	11,3%	11,3%	12,0%	10,5%	20,7%	12,6%	12,0%	20,0%	6,8%	10,0%	0,0%	
Streuung	1,08	1,11	1,05	1,04	1,30	1,05	0,81	0,76	1,17	0,50	0,62	
Gesamtnote Zufriedenheit Attraktivität												
Mittelwert	2,76	2,82	2,81	2,56	2,89	2,93	2,33	2,77	2,65	2,78	2,36	
kA-Quote	18,1%	14,3%	37,3%	10,5%	37,9%	18,4%	4,0%	13,3%	18,6%	10,0%	0,0%	
Streuung	0,80	0,84	0,70	0,72	0,74	0,83	0,75	0,80	0,76	0,63	0,48	
Gesamtnote Wichtigkeit Lebensqualität												
Mittelwert	2,34	2,28	2,72	2,15	2,35	2,42	1,87	2,36	2,34	2,30	2,18	
kA-Quote	12,0%	13,3%	11,8%	8,6%	20,7%	12,1%	8,0%	26,7%	11,0%	0,0%	0,0%	
Streuung	0,86	0,88	0,81	0,78	0,87	0,90	0,61	0,88	0,79	1,27	0,72	
Gesamtnote Zufriedenheit Lebensqualität												
Mittelwert	2,79	2,93	2,49	2,69	3,24	2,84	2,52	2,67	2,72	2,67	2,64	
kA-Quote	11,3%	10,7%	17,1%	7,4%	13,8%	12,6%	8,0%	20,0%	9,3%	10,0%	0,0%	
Streuung	0,84	0,83	0,79	0,80	0,99	0,87	0,65	0,94	0,75	0,82	0,48	
Gesamtnote Wichtigkeit Standortklima/-image												
Mittelwert	2,61	2,61	2,93	2,36	2,38	2,73	2,13	2,17	2,71	2,33	2,27	
kA-Quote	19,1%	15,2%	38,7%	11,8%	17,2%	20,1%	8,0%	20,0%	22,9%	10,0%	0,0%	
Streuung	0,96	0,94	1,15	0,79	0,95	1,02	0,74	0,69	0,92	0,82	0,62	
Gesamtnote Zufriedenheit Standortklima/-image												
Mittelwert	2,85	2,88	2,84	2,76	3,00	2,90	2,70	2,75	2,85	2,50	2,64	
kA-Quote	19,1%	13,9%	42,7%	11,8%	20,7%	20,7%	8,0%	20,0%	20,3%	20,0%	0,0%	
Streuung	0,74	0,72	0,53	0,88	0,66	0,74	0,86	0,60	0,74	0,50	0,64	



Fragebogen Standortzufriedenheit Kamen

Bitte bis zum **1. März** zurücksenden an:

Fax-Nr: 0231 5417 - 341

Alternativ per Post an:

IHK zu Dortmund
Referat Verkehr und Logistik
Märkische Straße 120
44141 Dortmund

«IDNR»

Datenschutz: Ihre Angaben werden nur für die statistische Auswertung verwendet und nicht an Dritte weitergegeben.

1. Welche Schulnote geben Sie insgesamt dem Standort Kamen?

1	sehr gut	3	befriedigend	5	mangelhaft
2	gut	4	ausreichend	6	ungenügend

2. Bitte bewerten Sie folgende Einzelkriterien

a) nach ihrer Wichtigkeit für Sie und Ihr Unternehmen (1 = sehr wichtig ; 6 = total unwichtig)

b) wie zufrieden Sie mit dem Kriterium in Kamen sind (1 = sehr zufrieden ; 6 = total unzufrieden)

Kreuze bitte in die Kästchen

2.1. Verkehrsanbindung Ihres Standortes:

	a) Wichtigkeit						b) Zufriedenheit					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Erreichbarkeit Ihres Unternehmens für Kunden und Lieferanten												
Anbindung an die A 1												
Anbindung an die A 2												
Anbindung an das Luftverkehrsnetz												
Schiienenanbindung Güterverkehr												
Anbindung Binnenschiff/ Häfen												
Anbindung OPNV												
Parkplatzsituation für Ihr Unternehmen												
Gesamtnote für die Verkehrsanbindung												

2.2. Standortkosten:

	a) Wichtigkeit						b) Zufriedenheit					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Entsorgungsgebühren												
Gewerbesteuer												
Strom-/ Gaspreise												
Grundstücks-/ Immobilienkosten												
Mietkosten												
Personalkosten												
Gesamtnote für die Standortkosten												

2.3. Attraktivität des Wirtschaftsstandortes:

	a) Wichtigkeit						b) Zufriedenheit					
Nähe zum Ballungsraum Rhein/ Ruhr	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Nähe zu regionalen Kunden	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Verfügbarkeit Zulieferer/ unternehmensnahe Dienstleister	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Verfügbarkeit Gewerbeflächen	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Dauer kommunale Genehmigungsverfahren	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
eGovernment (z.B. Onlineabfragen und -anträge bei der öffentlichen Verwaltung)	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Gesamtnote für die Attraktivität	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

2.4. Lebensqualität in Kamen (nach Stadtteilen):*(Wohnort oder alternativ Unternehmensstandort)*

Ich beantworte die Fragen für

- Kamen- Mitte (inkl. Südkamen, Rottum und Derne)
 Kamen- Methler
 Kamen- Heeren-Werve

	a) Wichtigkeit						b) Zufriedenheit					
Sauberkeit und Sicherheitssituation	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Einkaufsmöglichkeiten	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Wohn-/ Immobilienangebot	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Freizeit-/ Kulturangebot (in Kamen insgesamt)	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Verfügbarkeit Kindertagesbetreuung und Schulangebot	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Gesamtnote für die Lebensqualität	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

2.5. Standortklima/ -image:

	a) Wichtigkeit						b) Zufriedenheit					
Unternehmensfreundlichkeit der Verwaltung	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Image des Standortes bei Auswärtigen	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Ihre persönliche Einbindung in regionale (Unternehmer-) Netzwerke	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Akzeptanz für Gewerbebetriebe, Wirtschaftsverkehr usw. in der Bevölkerung	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
Gesamtnote für das Standortklima/ -image	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

3. Welche Betriebsgröße hat Ihr Unternehmen?

- 1 – 3 Mitarbeiter 10 – 49 Mitarbeiter 100 – 199 Mitarbeiter
 4 – 9 Mitarbeiter 50 – 99 Mitarbeiter über 200 Mitarbeiter

4. Welche Umsatzgröße hat Ihr Unternehmen?

- bis 0,5 Mio. Euro 2,5 – 10 Mio. Euro
 0,5 – 2,5 Mio. Euro über 10 Mio. Euro

5. Wo sehen Sie besonderen Handlungsbedarf/ gib es Anregungen?

Stempel / Unterschrift: _____

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit

