



*Sehr verehrte Damen,
sehr geehrte Herren !*

Damit wir, die Verantwortlichen im Rathaus, im Interesse von Wirtschaft und Arbeitsplätzen die richtigen Entscheidungen treffen können, müssen wir die Probleme und Wünsche der Wirtschaft kennen, und zwar möglichst aus erster Hand. Vor diesem Hintergrund habe ich 2005 eine umfassende Firmenumfrage initiiert.

Die dadurch gewonnenen Informationen sind in der Wirtschaftsförderung eine wichtige Voraussetzung, sowohl für die Sicherung der Entwicklungsmöglichkeiten ansässiger Unternehmen, als auch für bedarfsgerechte struktur- und wirtschaftspolitische Initiativen. Gerade in der jetzigen nicht einfachen wirtschaftlichen Situation ist es dringend erforderlich, die am Standort notwendige Unterstützung von Seiten der Stadtverwaltung zu bieten.

Diese Umfrage bei über 12.000 Nürnberger Unternehmen hat uns hierzu interessante Erkenntnisse geliefert. Anregungen wurden zum Teil schon in wirtschaftspolitische Maßnahmen umgesetzt. Konkrete Probleme konnten in vielen Fällen gelöst werden.

Die wichtigsten Erkenntnisse dieser Umfrage sind in der vorliegenden Broschüre zusammengefasst. Sie gibt ein Stimmungsbild der Nürnberger Wirtschaft wieder und stellt darüber hinaus wertvolle Daten für die zukünftige Wirtschaftspolitik der Stadt Nürnberg zur Verfügung.

Ich bedanke mich bei allen Unternehmen, die sich an der Umfrage beteiligt haben. Mein Dank gilt auch dem Amt für Wirtschaft und dem Amt für Stadtforschung und Statistik, die mit der Organisation der Umfrage betraut waren, sowie der eigens für die Auswertung und Betreuung der antwortenden Unternehmen eingesetzten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie alle haben zu dem Erfolg dieses umfangreichen Projekts maßgeblich beigetragen.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roland Fleck'. The signature is stylized and fluid, with a long horizontal stroke at the end.

Dr. Roland Fleck

*Berufsmäßiger Stadtrat und
Wirtschaftsreferent der Stadt Nürnberg*

FIRMENUMFRAGE 2005

WIRTSCHAFTSREFERAT DER STADT NÜRNBERG

Seite

A	PROJEKTDESCHEIBUNG	
1.1	Notwendigkeit und Ziele der Firmenumfrage	3
1.2	Organisation der Firmenumfrage	3
1.3	Versand und Rücklaufquote	4
B	AUSWERTUNG DER FIRMENUMFRAGE 2005	
1	TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN	5
1.1	Branchenzugehörigkeit der antwortenden Unternehmen	5
1.2	Mitarbeiterzahl der Unternehmen	6
1.3	Ort der strategischen Entscheidungen	6
1.4	Absatzmärkte	7
1.5	Branchenzugehörigkeit der Hauptkunden	7
2	DIENSTLEISTUNGSANGEBOT DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG	8
2.1	Bekanntheitsgrad der städtischen Angebote für die Wirtschaft	8
2.2	Erwartungen an die Wirtschaftsförderung	9
2.3	Bekanntheit des Internetangebots der Wirtschaftsförderung	10
2.4	Kontakt und Zufriedenheit mit der städtischen Wirtschaftsförderung	11
3	ERWARTETE ENTWICKLUNGEN DER NÜRNBERGER BETRIEBE	12
3.1	Übersicht über die Entwicklungserwartungen	12
3.2	Erwartete Personalveränderungen	13
3.3	Vergleich der Entwicklungserwartungen zur Firmenumfrage 1997	15
4	PROBLEME DER BETRIEBE	16
4.1	Die häufigsten standortbezogenen Probleme in der Übersicht	16
4.2	Finanzierung	18
4.3	Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter	19

4.4	Beeinträchtigungen durch Verkehrsprobleme	20
4.5	Beeinträchtigungen durch planungs- und baurechtliche Beschränkungen	21
4.6	Fehlende Erweiterungsflächen	22
4.7	Beeinträchtigungen durch Umweltauflagen	23
4.8	Konflikte mit der Nachbarschaft	24
4.9	Vermarktung von Gebäudeteilen bzw. leeren Flächen	25
4.10	Vergleich der aktuellen Standortprobleme mit der Firmenumfrage 1997	26
5	BEURTEILUNG DER STANDORTFAKTOREN	27
5.1	Standortfaktoren nach Wichtigkeit für die Unternehmen	27
5.2	Grad der Zufriedenheit mit Nürnbergs Standortfaktoren	28
6	AUSWIRKUNGEN DER GLOBALISIERUNG	30
6.1	Erwartete Auswirkungen der EU-Osterweiterung	30
6.2	Strategien im Zusammenhang mit der EU-Osterweiterung	31
6.3	Planung von neuen internationalen Aktivitäten	32
6.4	Internationale Wirtschaftsbeziehungen	34
6.5	Mögliche Probleme bei der Markterschließung von neuen internationalen Märkten	34
6.6	Unterstützungsmaßnahmen zur Chancennutzung der EU-Osterweiterung	35
7	TECHNOLOGIE	36
7.1	Bekanntheit der Kompetenzinitiativen	36
7.2	Schlüsseltechnologien als Impulsgeber	38
8	PERSONALBESCHAFFUNG UND AUSBILDUNG	40
8.1	Qualifikationsdefizite am Standort Nürnberg	40
8.2	Probleme qualifiziertes Personal nach Nürnberg zu holen	42
8.3	Ausbildung	44
9	KOMMUNALE WIRTSCHAFTSPOLITIK	46
9.1	Vorteile am Wirtschaftsstandort Nürnberg	46
9.2	Probleme am Wirtschaftsstandort Nürnberg	47
9.3	Gewünschte Schwerpunkte der Wirtschaftspolitik	49
C	ANHANG	
	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	53
	Karte der Stadtteile	56
	Fragebogen	57

A. PROJEKTBSCHREIBUNG FIRMENUMFRAGE 2005

Wie erstmalig 1997, führte das Wirtschaftsreferat im Jahr 2005 wieder eine Firmenumfrage durch. Von den rund 20.000 in Nürnberg ansässigen Unternehmen wurden die 12.900 Betriebe, die mehr als einen Beschäftigten haben, im Frühjahr 2005 mit Fragebögen angeschrieben. Neben allgemeinen Angaben zu ihrem Betrieb wurden die Unternehmen gebeten, u.a. Aussagen über ihre Standortzufriedenheit, die Entwicklung ihres Betriebes, die standortbezogenen Probleme sowie ihre Strategien im Zusammenhang mit der EU-Osterweiterung zu machen und schließlich ihre Erwartungen an die kommunale Wirtschaftspolitik mitzuteilen.

Nach 8 Jahren wieder eine große Firmenbefragung

1 Notwendigkeit und Ziele der Firmenumfrage

Trotz laufender Betreuung ist dem Amt für Wirtschaft nur der Kontakt zu einem Teil der ca. 20.000 Nürnberger Betriebe möglich. Umfassende und systematische Informationen über Veränderungen und Probleme aller Betriebe liegen damit der Stadtverwaltung nicht vor. Derartige Informationen sind in der Wirtschaftsförderung jedoch eine wichtige Voraussetzung, sowohl für die Sicherung der Entwicklungsmöglichkeiten ansässiger Unternehmen, als auch für bedarfsgerechte struktur- und wirtschaftspolitische Maßnahmenplanung. Gerade in der jetzigen schwierigen wirtschaftlichen Situation ist es dringend erforderlich, die am Standort notwendige Unterstützung von Seiten der Stadtverwaltung zu bieten.

Firmenumfrage zur Unterstützung der Unternehmen am Standort Nürnberg

Die Firmenumfrage sollte im Einzelnen Erkenntnisse über Erwartungen der Unternehmen an die kommunale Wirtschaftspolitik liefern, um zukünftige Wirtschaftsförderungsprojekte und -initiativen zielgerichteter und effizienter am tatsächlichen Bedarf der Wirtschaft orientieren zu können. Außerdem sollten mit Hilfe der aus der Firmenumfrage gewonnenen Erkenntnisse die richtigen Stellgrößen für die Verbesserung der lokalen Standortfaktoren aufgezeigt und die Auswirkungen der zunehmenden Globalisierung auf die lokale Wirtschaft besser abschätzbar gemacht werden. Zusätzlich wurden die Verbesserung des Kenntnisstandes über die Strukturen der lokalen Wirtschaft und die gezielte Unterstützung der Unternehmen bei Problemen am Standort oder bei Erweiterungsabsichten durch das Team der Wirtschaftsförderung angestrebt.

Ein positiver Nebeneffekt dieser Befragung war die Aktualisierung und Verbesserung der Firmendatei der Wirtschaftsförderung.

2 Organisation der Firmenumfrage

Die befragten Unternehmen konnten sich mit Hilfe der Firmenumfrage auf einfache Weise mit konkreten Wünschen und Problemen an die Stadtverwaltung wenden.

Hilfe durch zusätzliches temporäres Personal und Amt für Stadtforschung und Statistik

Wegen hoher Kapazitätsauslastung war es der Wirtschaftsförderung nicht möglich die Umfrage neben dem Tagesgeschäft zu erledigen. Sie wurde daher projektorientiert mit zusätzlichem temporärem Personal abgewickelt. Personalrat und Amt für Organisation und Informationsverarbeitung hatten dafür der Einrichtung von drei Einsatzstellen im Zusammenhang mit beruflicher Integration in Kooperation mit der NOA Noris-Arbeit gGmbH zugestimmt (sogenannte „Ein-Euro-Jobs“). Für das Wirtschaftsreferat entstanden durch diese temporären Mitarbeiter keine zusätzlichen Personalkosten.

Das Projekt wurde vom Amt für Wirtschaft geleitet. Für die Organisation des Versands, die Datenerfassung und statistische Auswertung wurde das Amt für Stadtforschung und Statistik als Dienstleister einbezogen.

3 Versand und Rücklaufquote

Zielgruppe der Firmenumfrage 2005 waren alle Nürnberger Unternehmen mit mehr als einem Beschäftigten. Ein-Personen-Unternehmen konnten aus erhebungstechnischen Gründen nicht berücksichtigt werden.

Insgesamt erhielten 12.846 Unternehmen den Fragebogen zugestellt (Infobogen siehe Anhang). 1.607 Unternehmen nahmen das Angebot an, sich mittels der Firmenumfrage auf einfache Weise mit konkreten Wünschen, Anregungen und Problemen an die Stadtverwaltung wenden zu können und schickten ihren Fragebogen ausgefüllt zurück. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 12,5%.

Die Teilnahme an der Befragung war ausdrücklich freiwillig. Auf eine Nachfassaktion wurde bewusst verzichtet.

Der Fragebogen wurde im Mai 2005 versandt, im Herbst war der Rücklauf weitgehend abgeschlossen. Parallel zum Rücklauf nahm sich die Betriebsbetreuungseinheit Rathaus Direkt der dringlichsten Probleme und Anregungen der antwortenden Unternehmen an. Erste Auswertungsergebnisse der Umfrage wurden dem Ausschuss für Recht, Wirtschaft und Arbeit bereits am 14.9.2005 vorgelegt.

Über 1.600 antwortende Unternehmen. Rücklaufquote von 12,5%

Teilnahme rein freiwillig

B. AUSWERTUNG DER FIRMENUMFRAGE 2005

1. TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN

Das Amt für Stadtforschung und Statistik ermittelte durch Strukturdatenvergleiche, dass der Fragebogenrücklauf die Wirtschaftsstruktur Nürnbergs im Wesentlichen widerspiegelt. Dank dieses Umstands lassen sich daher in vielen Bereichen Rückschlüsse für die Gesamtheit der Nürnberger Wirtschaft ableiten. Die Erkenntnisse daraus liefern Ansatzpunkte für die kommunale Wirtschaftspolitik. Aus Datenschutzgründen werden ausschließlich summarische Daten veröffentlicht.

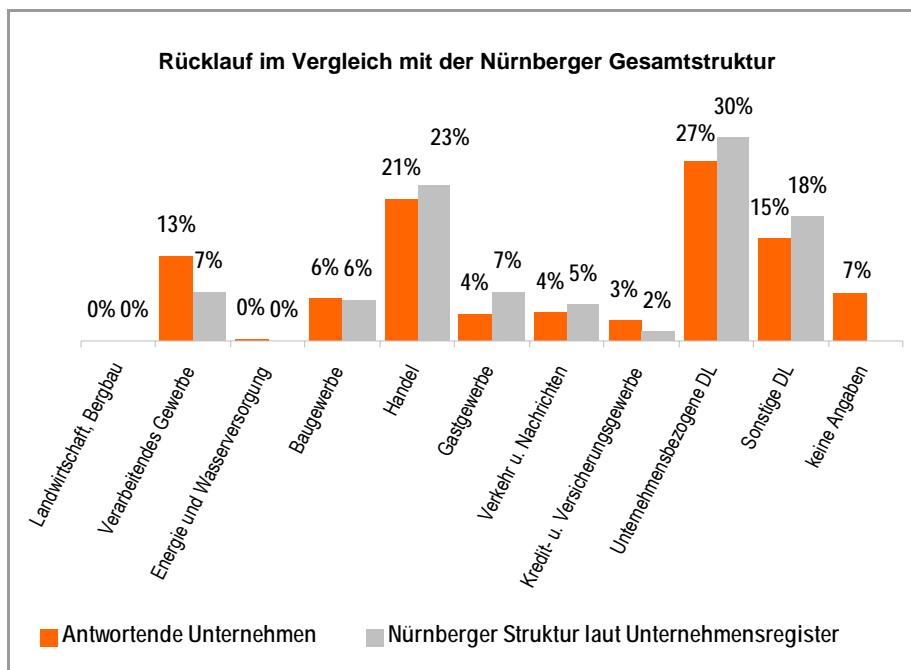
Rücklauf spiegelt Wirtschaftsstruktur Nürnbergs im Wesentlichen wider

1.1 Branchenzugehörigkeit der antwortenden Unternehmen

Bei der Branchenzusammensetzung der antwortenden Unternehmen gibt es einen sehr hohen Übereinstimmungsgrad mit der Grundgesamtheit¹⁾. Die Mehrzahl der antwortenden Unternehmen gehören Branchen aus den Bereichen unternehmensbezogene Dienstleistungen, Handel, sonstige Dienstleistungen und dem verarbeitenden Gewerbe an. Abweichungen zwischen Fragebogenrücklauf und der Gesamtstruktur Nürnbergs ergeben sich am ehesten bei Unternehmen des Gastgewerbes, die etwas unter- und bei Betrieben des verarbeitenden Gewerbes, die etwas überrepräsentativ geantwortet haben.

Großteil der teilnehmende Unternehmen aus dem Bereich unternehmensbezogene Dienstleistungen

Abb. 1: Antwortende Unternehmen nach Branchenzugehörigkeit im Vergleich



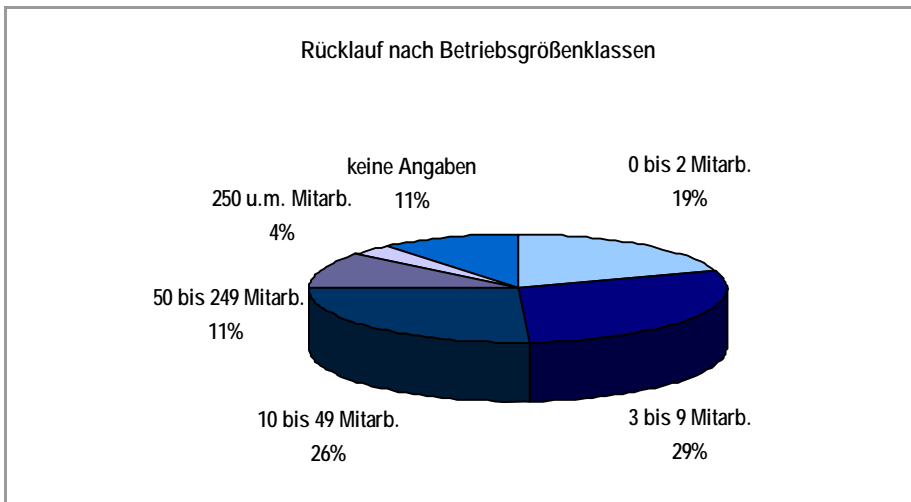
¹⁾ Grundgesamtheit sind alle rd. 20.000 in Nürnberg ansässige Unternehmen

1.2 Mitarbeiterzahlen der Unternehmen

Die nachfolgende Grafik zeigt, welchen Betriebsgrößenklassen die antwortenden Unternehmen zuzurechnen sind. Ein Vergleich dieser Betriebsgrößenstruktur mit der Gesamtheit der Nürnberger Betriebe, den das Amt für Stadtforschung und Statistik anstellte, ergibt, dass die kleinen Betriebe im Rücklauf etwas unterrepräsentiert sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass „Ein-Personen-Unternehmen“ aus Kapazitätsgründen nicht angeschrieben worden waren.

Betriebe mit mehr als zwei bis über 500 Beschäftigten

Abb. 2: Antwortende Unternehmen nach Betriebsgrößenklassen

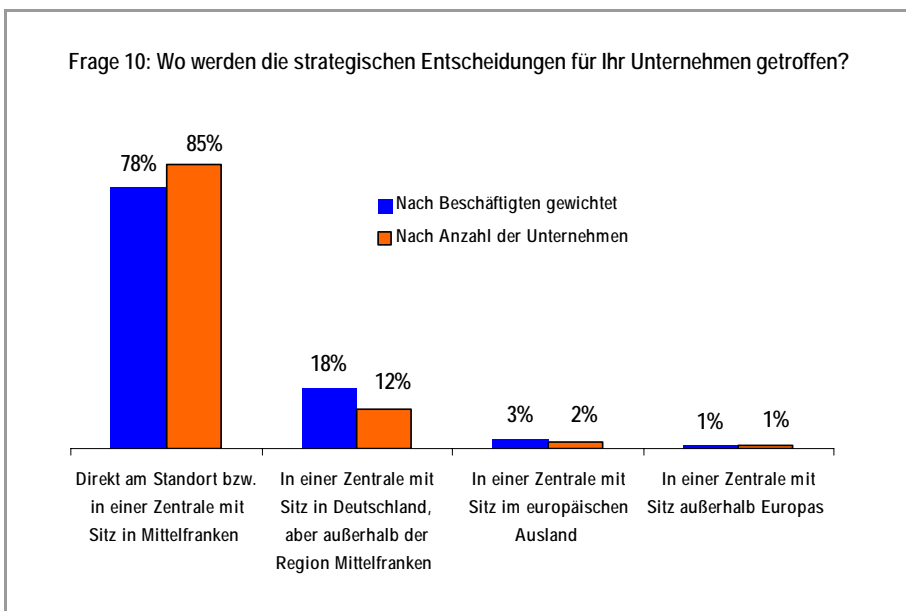


Insgesamt sind mindestens 92.210 Menschen bei den antwortenden Unternehmen beschäftigt. Auf die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bezogen entspricht dies einem Anteil von 36,5% an der Gesamtbeschäftigung am Standort Nürnberg. Hinzurechnen ist noch eine unbekannte Zahl an Beschäftigten in 171 Unternehmen, die keine Angaben über ihre Mitarbeiterstände machten.

Rücklauf repräsentiert mindestens 36,5% aller Nürnberger Beschäftigten

1.3 Ort der strategischen Entscheidungen

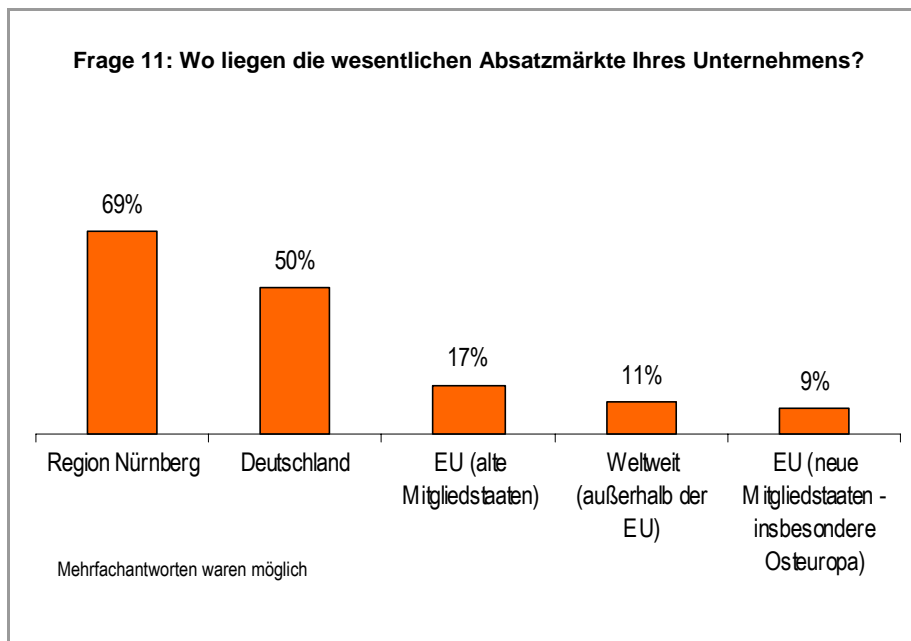
Abb. 3: Grad der Fremdbestimmung



Bei 1.356 der antwortenden Unternehmen werden die strategischen Unternehmensentscheidungen direkt in Nürnberg oder in einer Zentrale mit Sitz in Mittelfranken getroffen. Über rund 3% der Unternehmen wird in Zentralen außerhalb Deutschlands entschieden. Gemessen an der Zahl der Beschäftigten ist der Anteil der fremdbestimmten Unternehmen höher und liegt bei insgesamt 21% wovon 4%-Punkte auf ausländische Unternehmen entfallen.

1.4 Absatzmärkte

Abb. 4: Lage der wesentlichen Absatzmärkte



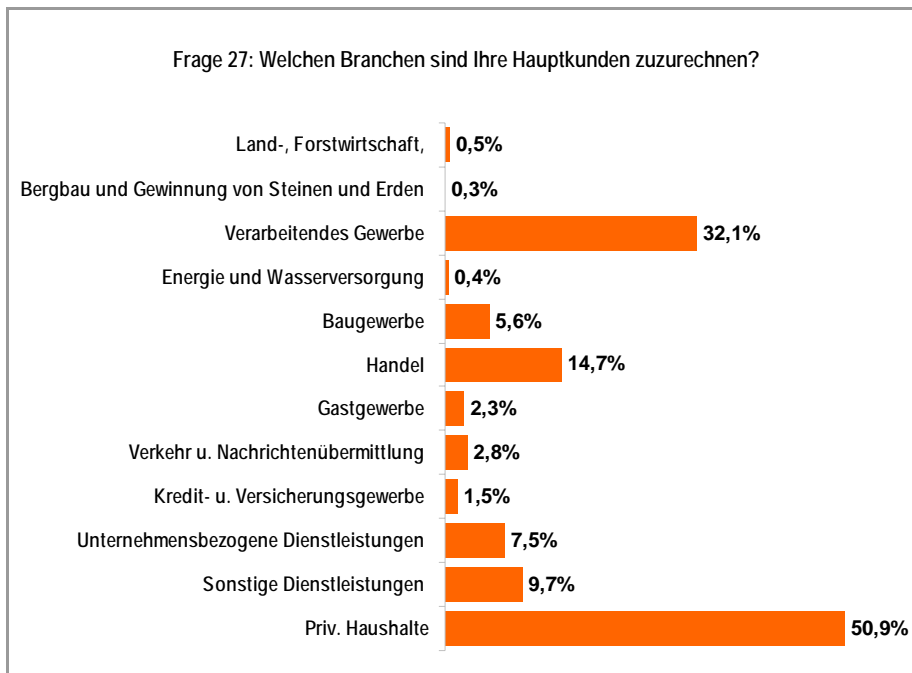
Mehr als 2/3 der Unternehmen sehen ihre wichtigsten Absatzmärkte innerhalb der Region Nürnberg. Die Hälfte vertreibt ihre Produkte deutschlandweit. Im internationalen Geschäft stellen immer noch die alten Mitgliedstaaten der EU die wichtigsten Abnehmerländer dar. In die neuen EU-Mitgliedstaaten exportieren immerhin bereits 139 (9%) der antwortenden Nürnberger Betriebe zu einem wesentlichen Teil ihre Produkte und Dienstleistungen.

Wesentlicher Absatzmarkt ist die Region selbst

1.5 Branchenzugehörigkeit der Hauptkunden

Über die Hälfte der Unternehmen sieht ihren Hauptkundenkreis bei den privaten Endabnehmern. Als zweit wichtigster Kunde werden bereits die Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes genannt. 32% der teilnehmenden Unternehmen geben an, in diesem produzierenden Bereich ihre wichtigsten Abnehmer zu haben. Damit wird deutlich, welche hohe Bedeutung das verarbeitende Gewerbe nach wie vor für den Standort Nürnberg hat - nicht nur als Beschäftigungsträger, sondern eben auch als Abnehmer der Nürnberger Erzeugnisse und Dienstleistungen.

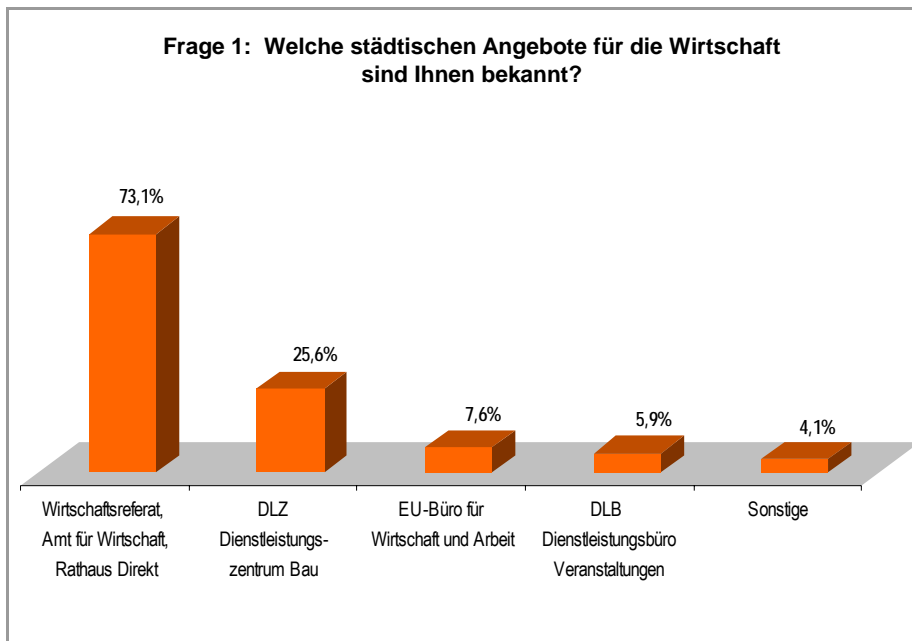
Abb. 5: Die wichtigsten Kunden der Nürnberger Betriebe



2. DIENSTLEISTUNGSANGEBOT DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

2.1 Bekanntheitsgrad der städtischen Angebote für die Wirtschaft

Abb. 6: Bekanntheit der städtischen Angebote zur Wirtschaftsförderung



Die Dienststellen der Wirtschaftsförderung weisen eine gute bis sehr gute Bekanntheitsquote auf. Rund drei Viertel (73,1%) der antwortenden Unternehmen geben an Wirtschaftsreferat, Amt für Wirtschaft oder RATHAUS DIREKT zu kennen. Aufgrund des hohen Bekanntheitsgrades kann davon ausgegangen werden, dass die Nürnberger Unternehmen wissen, wohin sie sich wenden können, wenn sie Unterstützung von Seiten der Wirtschaftsförderung wünschen.

Wirtschaftsförderung hat hohen Bekanntheitsgrad

2.2 Erwartungen an die Wirtschaftsförderung

Das Angebot der Wirtschaftsförderung korrespondiert erfreulich stark mit den Erwartungen der Unternehmen. Die fortwährende Anpassung des Angebotsspektrums der Wirtschaftsförderung an die Bedürfnisse der Unternehmen scheint Früchte zu tragen. Hilfe bei Genehmigungen bzw. Verwaltungsverfahren, Fördermittelberatung, Informationen und Daten zum Wirtschaftsstandort sowie Werbung für den Standort Nürnberg wurden von den Unternehmen besonders häufig als für sie wichtiges oder sehr wichtiges Angebot der Wirtschaftsförderung genannt. Diese Dienstleistungen werden bereits heute in großem Umfang durch die Nürnberger Wirtschaftsförderung erbracht.

Erwartungen bezüglich der Wirtschaftsförderung werden erfüllt

Abb. 7: Die wichtigsten Dienstleistungsangebote der Wirtschaftsförderung



Hilfe bei Genehmigungen bzw. Verwaltungsverfahren und die Beratung zu Förderprogrammen werden sowohl von großen als auch kleinen Unternehmen übereinstimmend als wichtigste Dienstleistungsangebote für die Wirtschaft genannt. Von ähnlicher Wichtigkeit ist den beschäftigungsstarken Betrieben auch die Versorgung mit Daten und Informationen zum Wirtschaftsstandort und Maßnahmen der Standortwerbung. Relativ höhere Bedeutung wird Angeboten zur Betreuung in Krisenfällen mit 79% der Nennungen, zur Existenzgründerberatung (63%) und zur Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern (58%) von kleinen und mittleren Betrieben beigemessen.

Hilfe bei Genehmigungsverfahren als wichtigste Erwartung an Wirtschaftsförderung

2.3 Bekanntheit des Internetangebots der Wirtschaftsförderung

Das Internetangebot der Wirtschaftsförderung unter www.wirtschaft.nuernberg.de wird von knapp einem Viertel der Betriebe vor Ort wahrgenommen. Dies entspricht der Tatsache, dass Internet als Informationsmedium umso stärker genutzt wird, je weiter das Unternehmen entfernt ist. 78% der befragten Unternehmen geben an, die Internetseiten noch nicht besucht zu haben. Über 60% derjenigen, die die Nürnberger Wirtschaftsseiten bereits besucht hatten, gaben an, nutzenbringende Informationen daraus ziehen zu können. Der Informationsnutzen des Internetangebots muss deshalb bei den lokalen Unternehmen noch stärker bekannt gemacht werden.

Internetangebot nützlich aber zu wenig bekannt

Abb. 8: Besuch der Homepage [wirtschaft.nuernberg.de](http://www.wirtschaft.nuernberg.de) nach Betriebsklassen

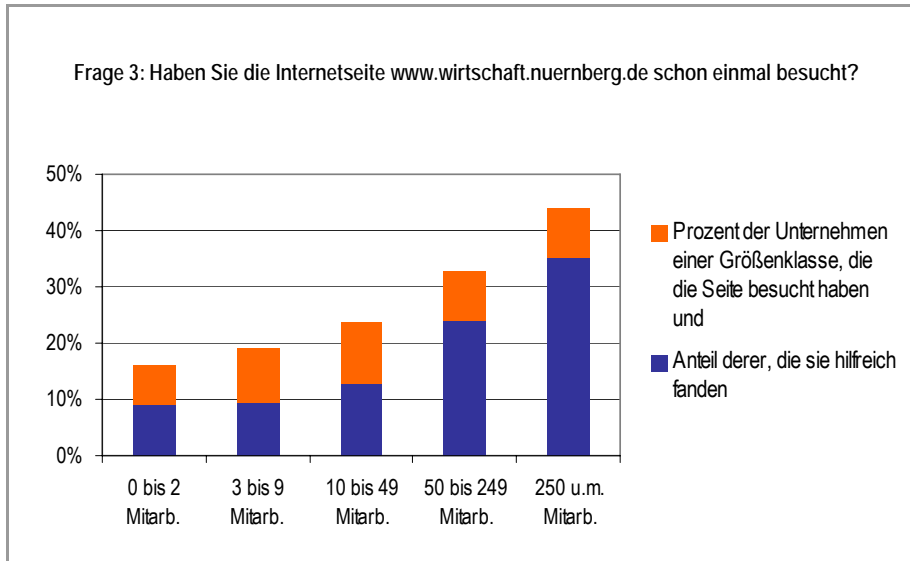
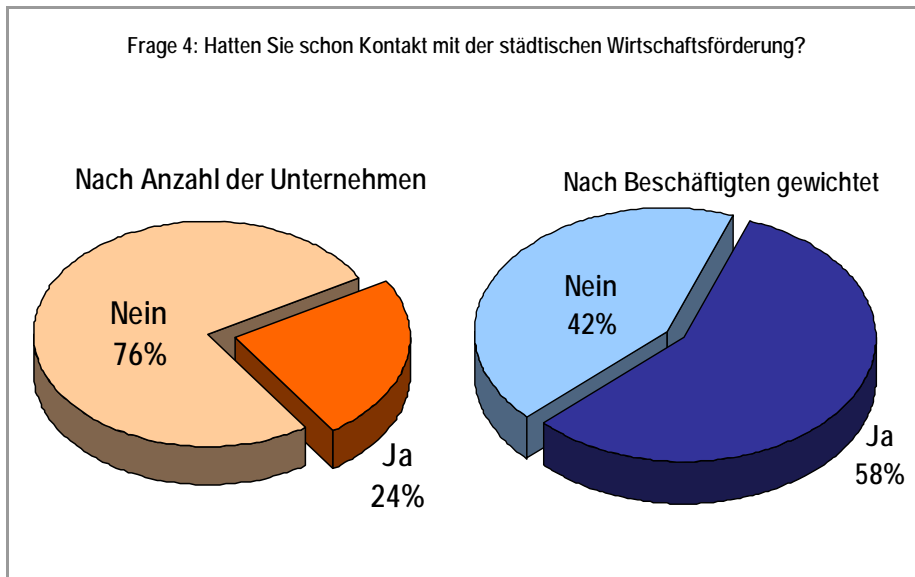


Abb. 8 zeigt, dass größere Unternehmen öfter das Informationsangebot der Wirtschaftsförderung im Internet nutzen. Während bisher lediglich 16% der Betriebe mit bis zu 2 Beschäftigten den Internetauftritt besuchten, ist dieser Anteil bei den Betrieben mit mindestens 250 Mitarbeitern mehr als doppelt so hoch. Mit zunehmender Betriebsgröße wächst auch der empfundene Nutzengehalt der Internetinformationen. Während Kleinbetriebe zu rund 60% Nutzen im Besuch der Internetseiten sehen, geben 80% der großen Unternehmen an, dass ihnen die unter www.wirtschaft.nuernberg.de gefundenen Informationen weitergeholfen haben.

größere Unternehmen profitieren stärker vom Informationsangebot im Internet

2.4 Kontakt und Zufriedenheit mit der städtischen Wirtschaftsförderung

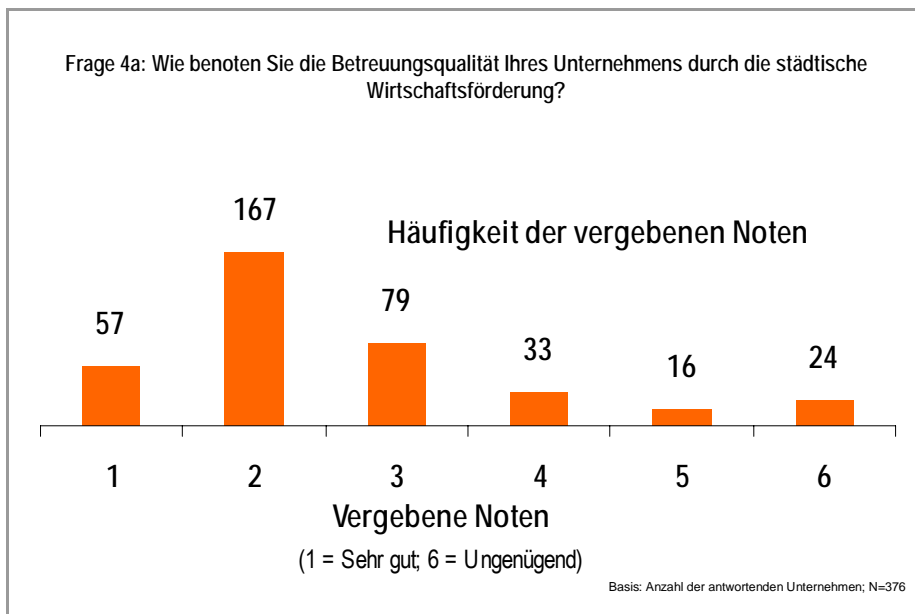
Abb. 9: Kontakt mit der städtischen Wirtschaftsförderung



374 Unternehmen (24%) geben an, schon Kontakt zur Wirtschaftsförderung gehabt zu haben. Diese Unternehmen umfassen allerdings 58% der Arbeitsplätze. D.h. größere Unternehmen wenden sich eher an die Wirtschaftsförderung als kleinere Betriebe.

Größere Unternehmen suchen eher Kontakt zur Wirtschaftsförderung

Abb. 10: Beurteilung der Betreuungsqualität der Wirtschaftsförderung



Die Betreuungsqualität durch die Wirtschaftsförderung wird im Durchschnitt mit der Schulnote 2,6 bewertet, was bei der zum Zeitpunkt der Befragung gegebenen schwierigen Wirtschaftslage als zufriedenstellendes Ergebnis zu werten ist. 60% der benotenden Unternehmen werten die Betreuungsgüte jedoch mit „gut“ oder „sehr gut“. Dennoch lässt sich an der Zahl ablesen, dass sich das Wirtschaftsklima etwas verschärft hat. Die Wirtschaftsförderung hat zwischenzeitlich bei einigen Unternehm-

Unternehmen sind mit Betreuungsgüte der Wirtschaftsförderung zufrieden

men, die mit der Note 5 oder 6 gewertet hatten, Gründe für die negative Benotung erfragt. Viele der schlechten Noten sind auf eine enttäuschte Erwartungshaltung, wie z.B. dem Nichterhalt von Fördermitteln, fehlende Unterstützung bei finanziellen Problemen, entgangene städtische Aufträge oder die Ablehnung von Genehmigungen, zurückzuführen. In den meisten Fällen lagen die Entscheidungen nicht im Verantwortungsbereich der Wirtschaftsförderung, zum Teil war die erwartete Unterstützung objektiv nicht möglich.

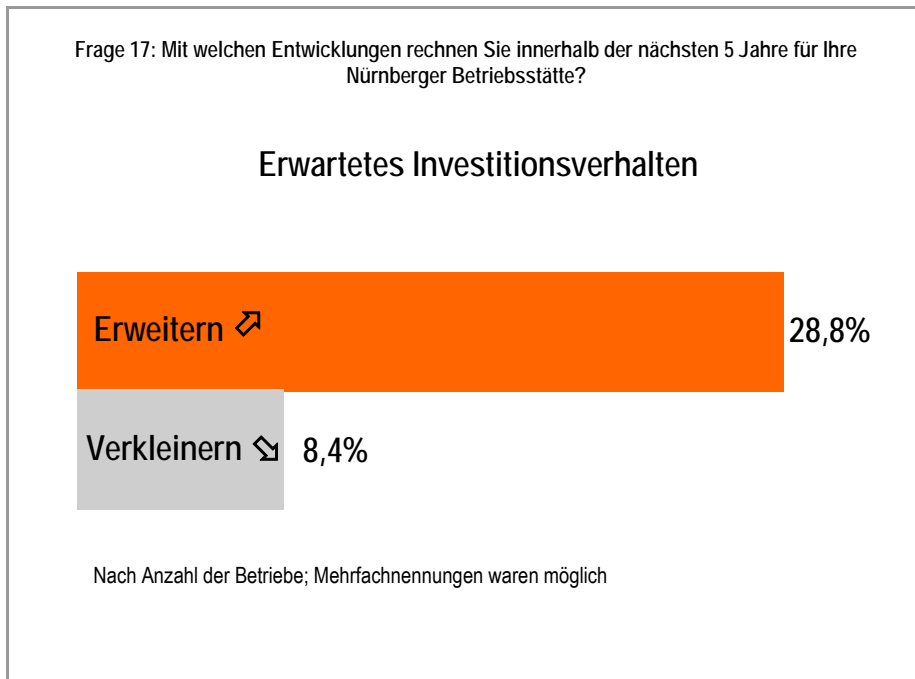
3. ERWARTETE ENTWICKLUNGEN DER NÜRNBERGER BETRIEBE

3.1 Übersicht über die Entwicklungserwartungen

Mitte 2005, als die Unternehmen die Fragebögen ausfüllten, überwog bei den Nürnberg Betrieben wieder eine positive Zukunftserwartung.

29% gehen davon aus, dass sie in den nächsten fünf Jahren Erweiterungsinvestitionen tätigen werden. 8% rechnen dagegen eher mit einer Reduzierung der Geschäftstätigkeit am Standort Nürnberg.

Abb. 11: Voraussichtliches Investitionsverhalten am Standort Nürnberg

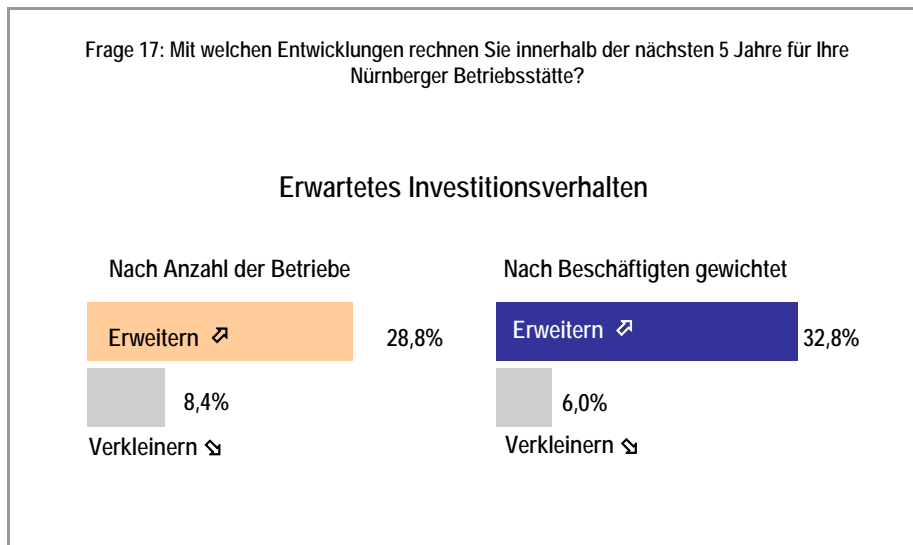


Optimismus überwiegt

Etwas stärker ausgeprägt sind die positiven Zukunftserwartungen bei größeren Betrieben. Gewichtet nach der Zahl der Beschäftigten zeigt sich eine Spanne von 33% positiver Erwartungen zu 6% pessimistischer Investitionsneigung. Die kleinen Unternehmen sind demnach etwas vorsichtiger in ihrer Einschätzung

Kleinere Unternehmen vorsichtiger

Abb. 12: Voraussichtliches Investitionsverhalten - gewichtet



Als weitere Entwicklungstendenzen in den nächsten fünf Jahren wurden genannt:

- ⇒ Die Übergabe des Betriebes an einen Nachfolger von 10,5 % (168 Betriebe, überwiegend kleine und mittlere Unternehmen)
- ⇒ Die Aufgabe des Betriebes von 6,3% (100 Firmen, überwiegend Kleinbetriebe)
- ⇒ Die Verlagerung von Aktivitäten von 5,4% (87 Betriebe aller Größenklassen)

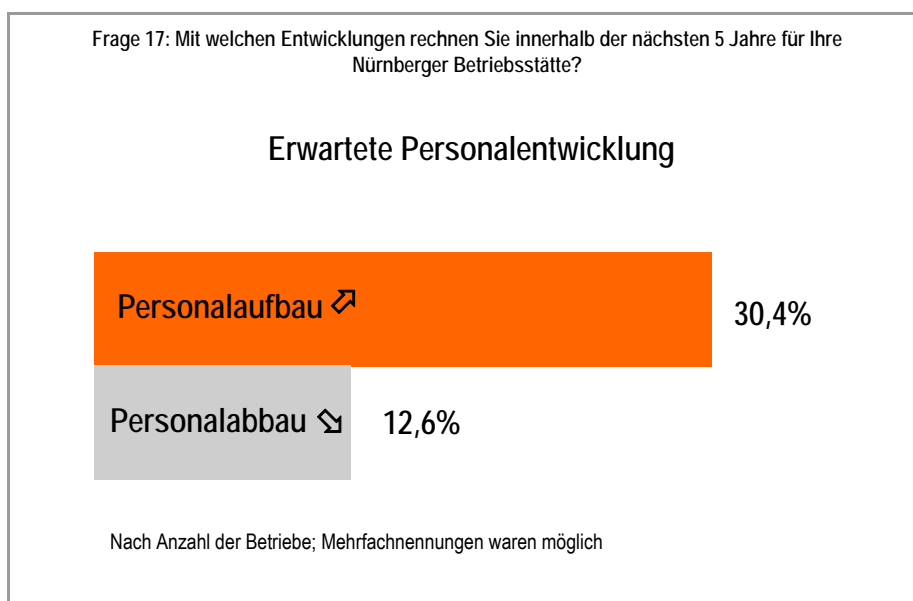
Rund 40% der Unternehmen gehen davon aus, dass sich für sie in naher Zukunft keine Veränderungen ergeben.

3.2 Erwartete Personalveränderungen

Von Interesse sind die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Analog zu den optimistischen Investitionsplänen überwiegen die Firmen, die in den nächsten Jahren mit Personalaufbau rechnen (30%) gegenüber denen, die einen Abbau befürchten (13%).

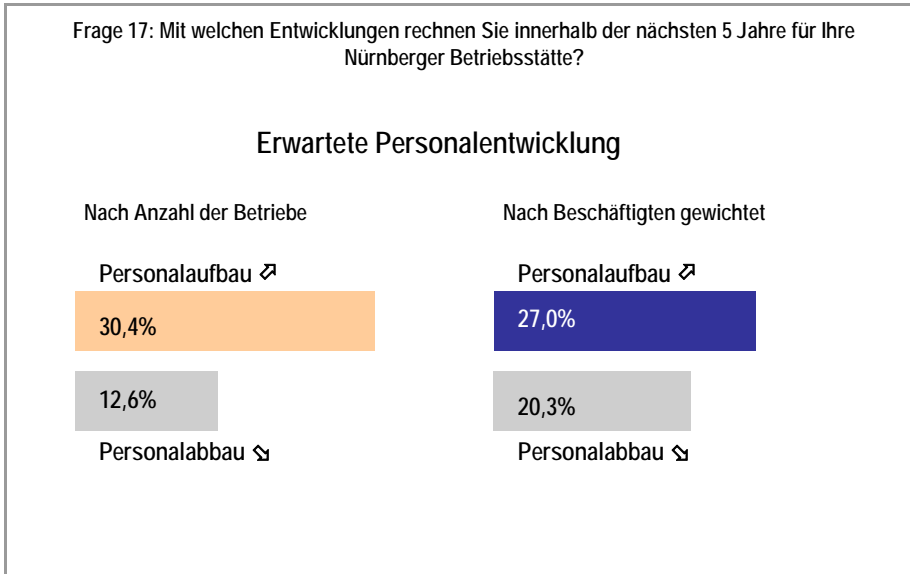
Positive Erwartungen überwiegen am Arbeitsmarkt

Abb. 13: Voraussichtliche Personalentwicklung am Standort Nürnberg



Gewichtet nach Größe zeigt sich bei größeren Betrieben zwar auch "Optimismusüberhang", aber ein größerer Anteil solcher, die Personalabbau prognostizieren. Das bedeutet, dass größere Betriebe eher in der Lage sind, Erweiterungsinvestitionen mit Rationalisierungsinvestitionen und entsprechenden Personaleinsparungen zu verbinden.

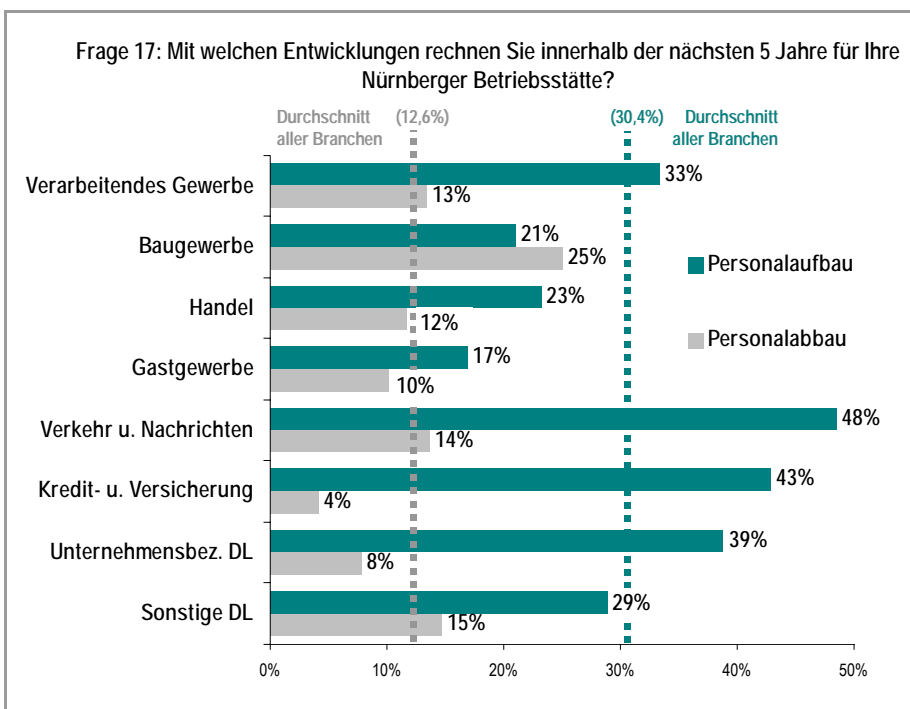
Abb. 14: Voraussichtliche Personalentwicklung - gewichtet



Ein Blick über die Branchen hinweg zeigt, dass die Erwartung positiver Personalentwicklung nahezu überall deutlich überwiegt. Ein wenig verhaltener antworteten lediglich Betriebe aus Handel und Gastronomie. Einzige Ausnahme bildet die Bauwirtschaft, die noch immer an den Auswirkungen einer seit Jahren anhaltenden Branchenrezession leidet.

Arbeitsmarkterwartung nach Branchen

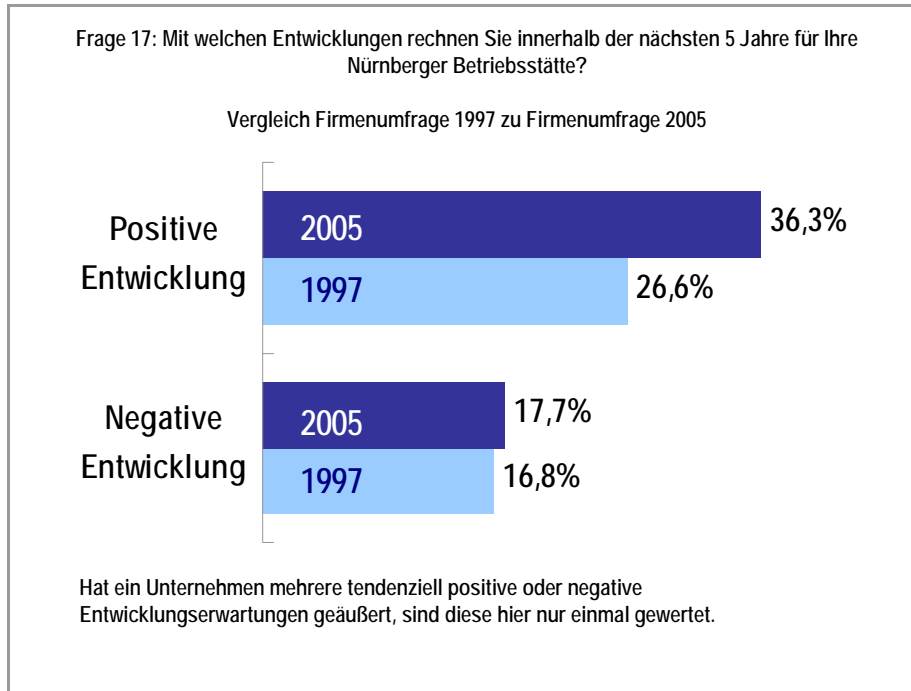
Abb. 15: Erwartete Beschäftigtenentwicklung innerhalb der Branchen



3.3 Vergleich der Entwicklungserwartungen zur Firmenumfrage 1997

Bereits in der Firmenumfrage aus dem Jahr 1997 waren die Betriebe um eine Einschätzung gebeten worden, wie sich deren Betriebsstätten voraussichtlich innerhalb der nächsten 5 Jahre entwickeln würden.

Abb. 16: Erwartete betriebliche Entwicklungen im Vergleich zur Befragung 1997



Bei der aktuellen Befragung ist augenfällig, dass die Unternehmen offenbar einen größeren Wandlungsprozess vor sich sehen als vor acht Jahren. Der Anteil, der Unternehmen, die damit rechnen, den Betrieb in Nürnberg auszubauen, ist mit 36% erheblich größer geworden als noch 1997. Damals erwarteten lediglich 26,6% der Betriebe eine Erweiterung ihrer Betriebsstätten. 2005 hat jedoch im Vergleich zu 1997 auch der Anteil der Betriebe etwas zugenommen, die davon ausgehen, dass sie mittelfristig nur noch mit einem verkleinerten Engagement am Standort Nürnberg präsent sein werden. Die auch vor acht Jahren überwiegenden positiven Entwicklungserwartungen bestätigten sich in den Folgejahren, und die Nürnberger Wirtschaft erlebte einige Wachstumsjahre.

4. PROBLEME DER BETRIEBE

Sowohl für die Unterstützung in Einzelfällen, als auch zur richtigen wirtschaftspolitischen Weichenstellung, ist es notwendig zu wissen, welche Hemmnisse oder Probleme die Unternehmen bei der Entfaltung ihrer Geschäfte behindern. Deshalb wurden die Firmen gebeten dem Wirtschaftsreferat mitzuteilen, wo sich für ihren Betriebsstandort Probleme ergeben. Dadurch soll innerhalb der Stadtverwaltung ein besserer Kenntnisstand über die konkreten Belange der Unternehmen, deren wesentliche Wünsche und wichtige Verbesserungspotenziale geschaffen werden.

4.1 Die häufigsten standortbezogenen Probleme in der Übersicht

Abb. 17: Standortbezogene Probleme nach der Anzahl der Betriebe

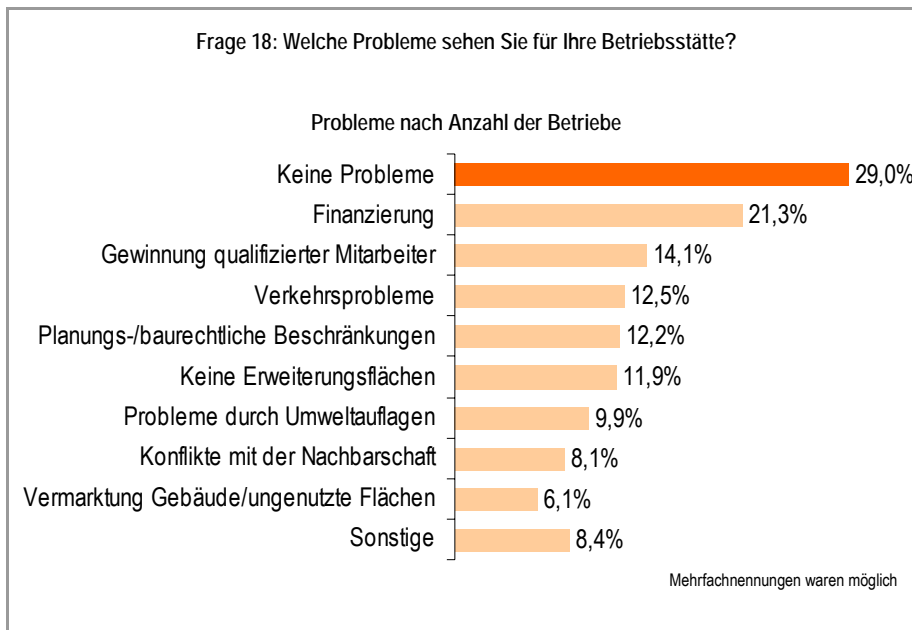
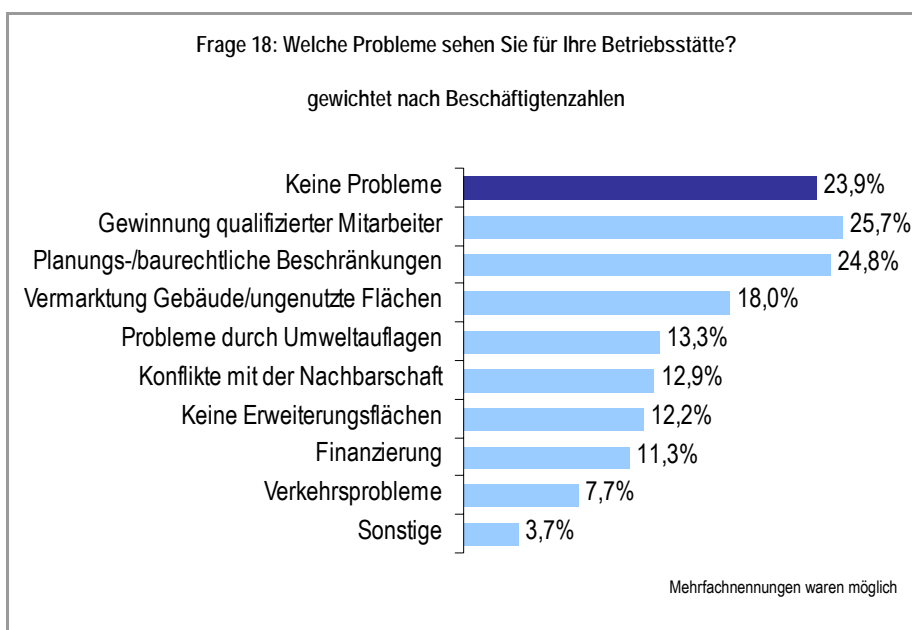


Abb. 18: Standortbezogene Probleme gewichtet nach Beschäftigtenzahl



Auf die Frage 18 „Welche standortbezogenen Probleme sehen Sie für Ihre Betriebsstätte“ gaben 464 Unternehmen (29%) an, derzeit keine Probleme für Ihren Betrieb zu sehen. Wenn Probleme benannt wurden, wiesen die Firmen am häufigsten auf das Thema Unternehmensfinanzierung hin. 21,3 % der Unternehmen gaben an, durch diese Finanzierungsprobleme beeinträchtigt zu sein. Durch die Gewichtung mit den Mitarbeiterzahlen verschiebt sich die Problemlage. Bei großen Unternehmen stehen weniger die Finanzierung, sondern eher Probleme bei der „Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter“ und „Baurechtliche Beschränkungen“ im Vordergrund. Die Vermarktung von Gebäudeteilen und ungenutzten Grundstücksflächen stellte ebenfalls eher für größere Unternehmen ein Problem dar.

Größtes standortbezogenes Problem liegt in der Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter

In enger Kooperation mit den zuständigen Dienststellen, insbesondere aus dem Baureferat, wurde versucht, im Rahmen der anschließenden Firmenbetreuung Lösungen im Sinne der betroffenen Unternehmen zu finden. Einige Probleme konnten durch das Projekt gelöst werden. Dies war allerdings nur in den Fällen möglich, in denen keine verbindlichen Rechtsvorschriften (z.B. Bau- und Umweltrecht) dem entgegenstanden.

Auf den folgenden Seiten sind die unterschiedlichen Problemfelder in Abhängigkeit von den Betriebsgrößen, der Branchenzugehörigkeit und der Lage im Stadtgebiet dargestellt. Dabei ergaben sich teilweise signifikante Unterschiede.

Zunehmend signalisieren die Unternehmen auch in Gesprächen, dass die Verfügbarkeit qualifizierten Personals für sie Standortfaktor Nummer 1 ist. Aus diesem Grund entwickelt das Wirtschaftsreferat verschiedene Qualifizierungsprojekte mit Partnern aus der Wirtschaft, um im Rahmen von Unternehmensnetzwerken gemeinsame Fachkräftesicherung zu betreiben. Zu nennen sind hier etwa die Projekte „Qualifizierungsoffensive Call Center“ und „JOBaktiv50plus“ im Call Center-Bereich. Ein weiteres Qualifizierungsprojekt wurde in Kooperation mit der Feinwerkinnung und Qpunkt im Bereich des Formenbaus und der Kunststoffbearbeitungsbranche in Mittelfranken entwickelt, bei dem es um den Erwerb von Vertriebs-Know-how geht. Im Rahmen der Initiative Perspektive 50plus des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales hat die ARGE Nürnberg gemeinsam mit verschiedenen Partnern, darunter auch die NoA gGmbH, die FH Nürnberg und CQN e.V. verschiedene Projekte konzipiert, um die Beschäftigungsfähigkeit und Integration älterer Arbeitsloser ALG-II-Empfänger zu stärken. Neben der Initiierung von Qualifizierungsprojekten sind Aktivitäten im Bereich Aufbau von Unternehmensnetzwerken wie IFKAM - Initiative der Formenbauer und Kunststoffbearbeiter aktiv in Mittelfranken e.V. zu nennen oder beispielsweise der Förderkreis Ingenieurstudium e.V., welcher die Sicherung von ausreichenden Nachwuchskräften im Bereich ingenieur- und naturwissenschaftliche Studiengänge fördert.

Wirtschaftsreferat entwickelt verschiedene Qualifizierungsprojekte

4.2 Finanzierung

Abb. 19: Finanzierungsprobleme innerhalb der Betriebsgrößenklassen

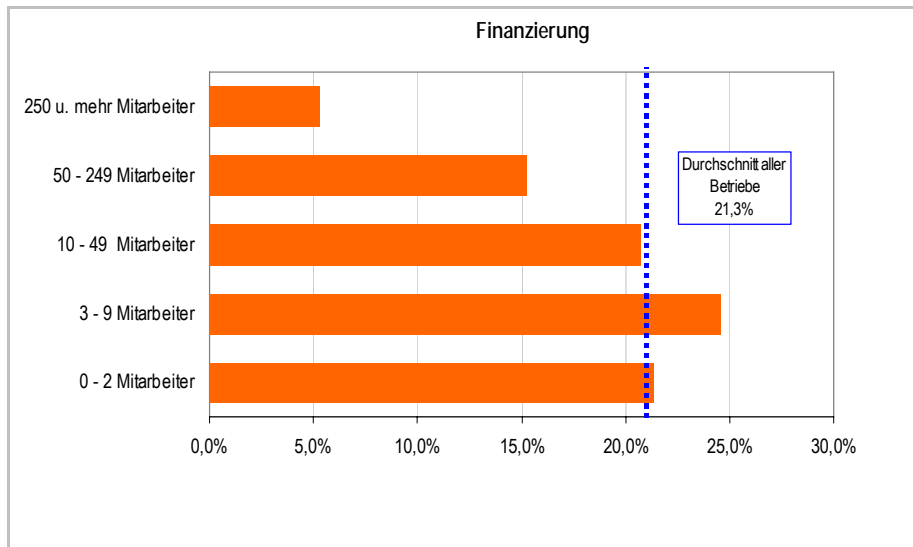


Abb. 20: Finanzierungsprobleme innerhalb der Branchen

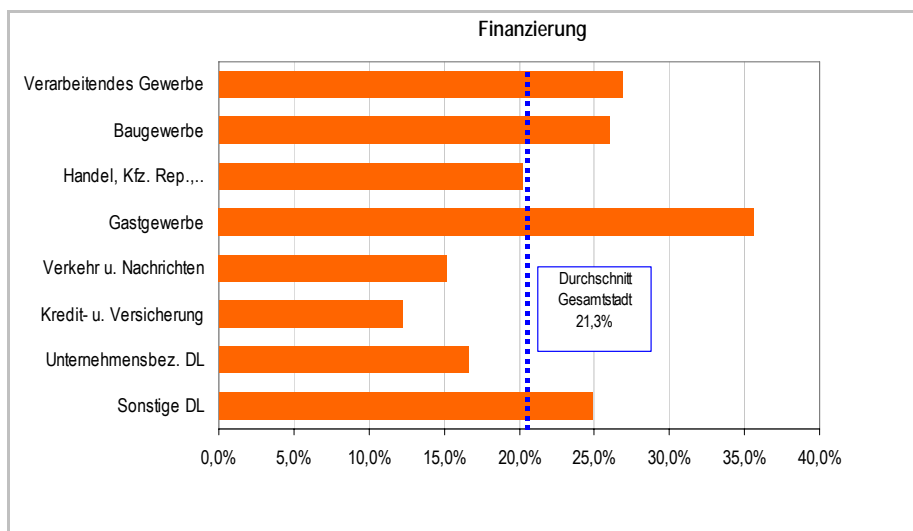
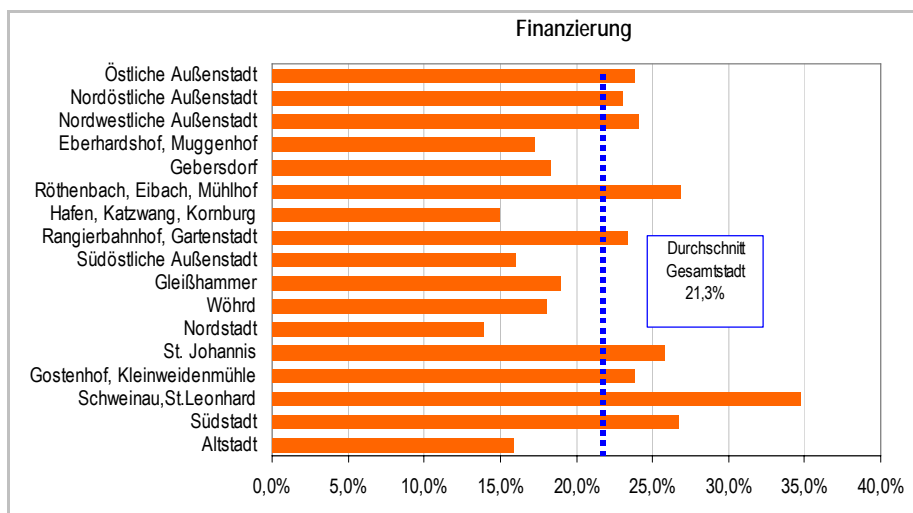


Abb. 21: Finanzierungsprobleme in den Stadtgebieten



4.3 Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter

Abb. 22: Ausprägung des Problems innerhalb der Betriebsgrößenklassen

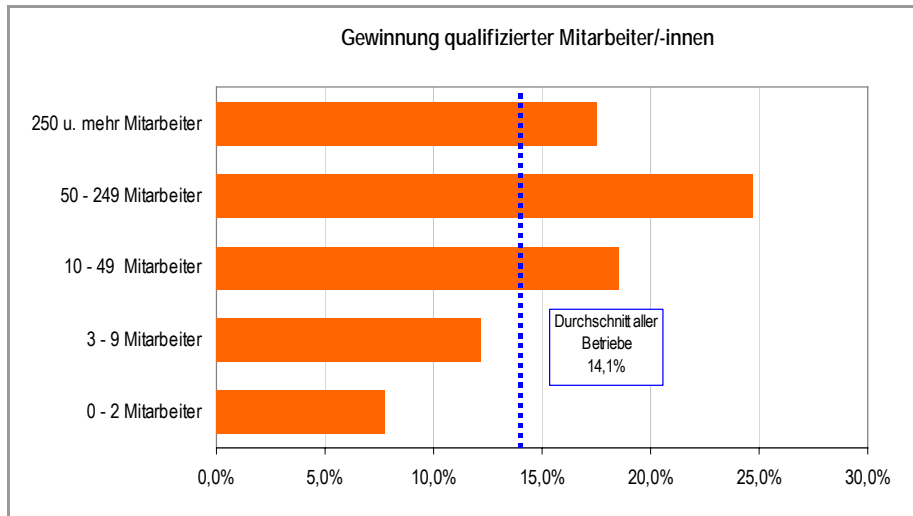


Abb. 23: Probleme bei der Mitarbeitergewinnung je Branchen

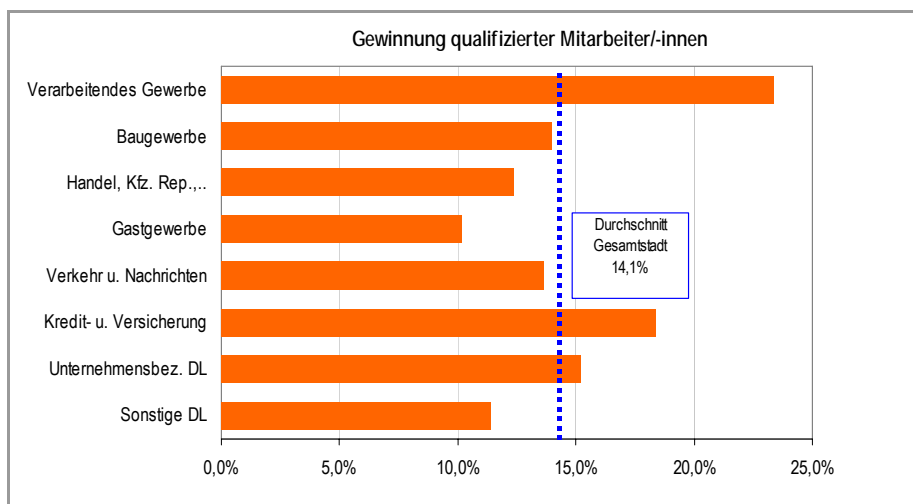
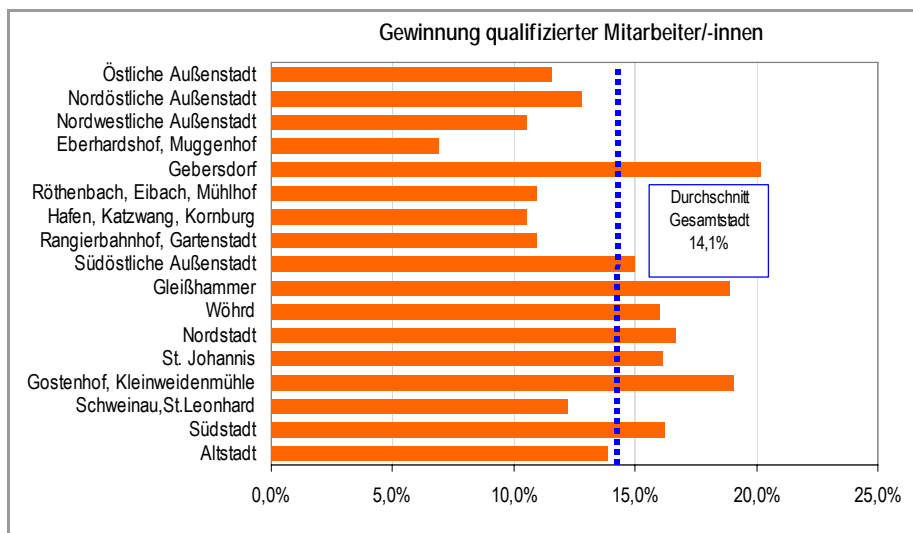


Abb. 24: Verteilung des Problems innerhalb der Stadtgebiete



4.4 Beeinträchtigungen durch Verkehrsprobleme

Abb. 25: Beeinträchtigungen nach Betriebsgrößen

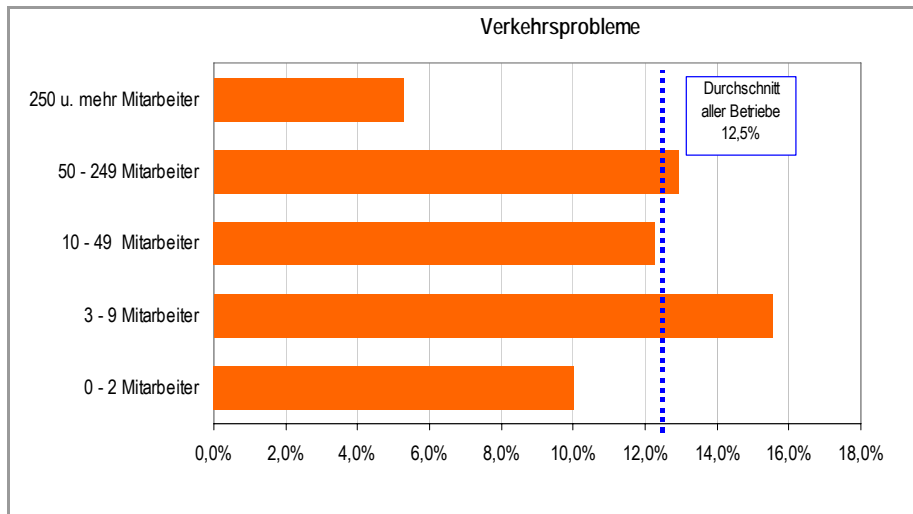


Abb. 26: Beeinträchtigungen nach Branchen

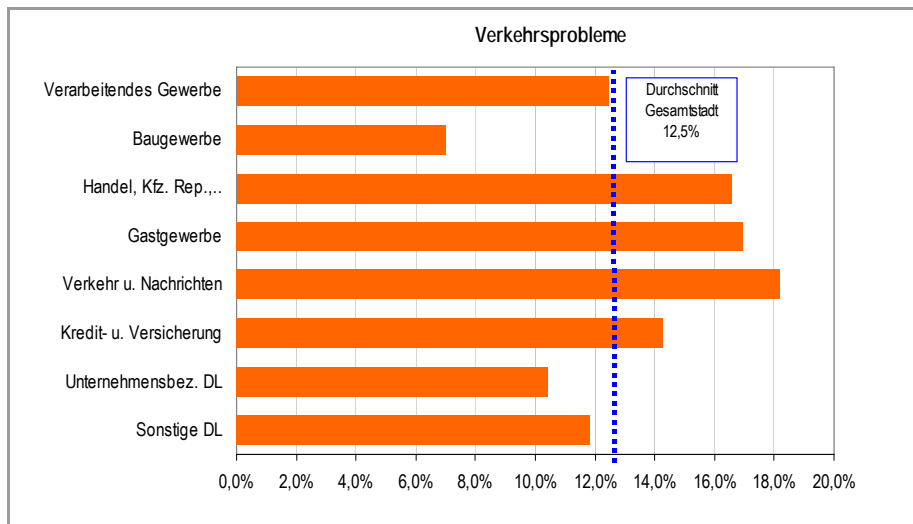
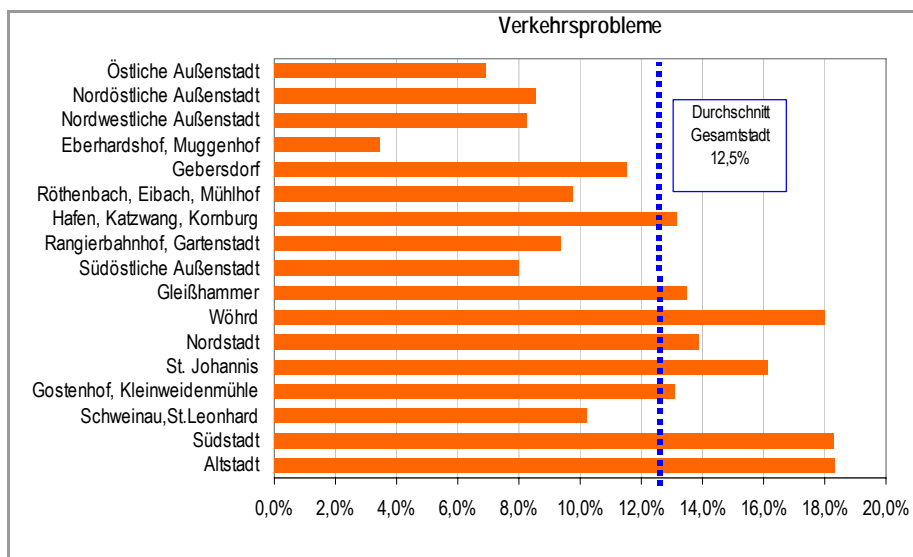


Abb. 27: Beeinträchtigungen nach Lage im Stadtgebiet



4.5 Beeinträchtigungen durch planungs- und baurechtliche Beschränkungen

Abb. 28: ...in Abhängigkeit von der Betriebsgröße

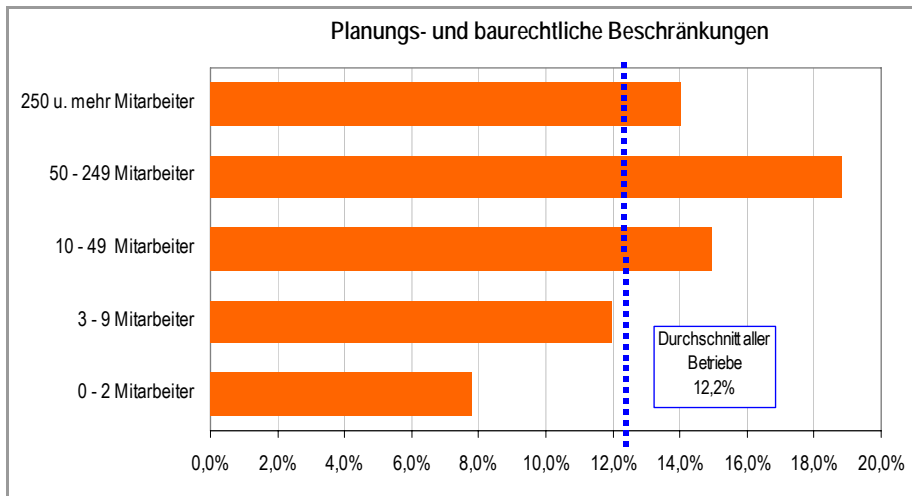


Abb. 29: ... nach Branchenzugehörigkeit

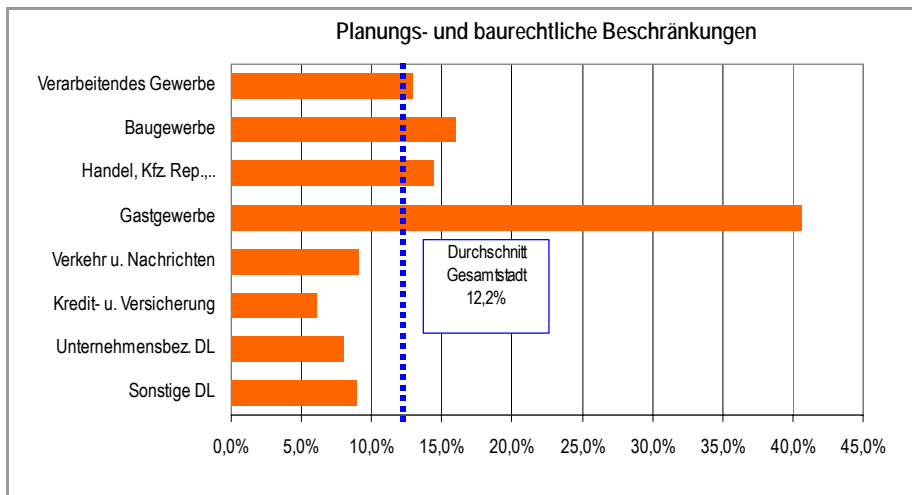
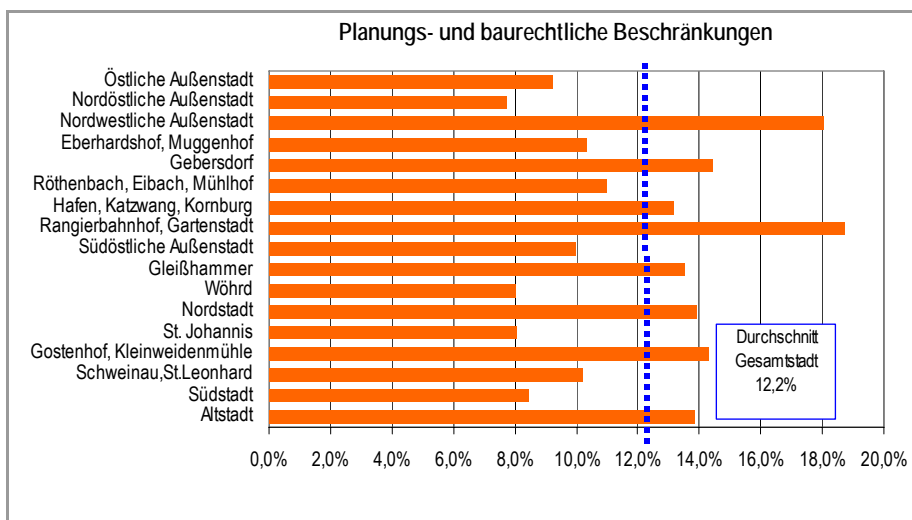


Abb. 30: ... nach Stadtteilen



4.6 Fehlende Erweiterungsflächen

Abb. 31: ... nach Betriebsgrößen

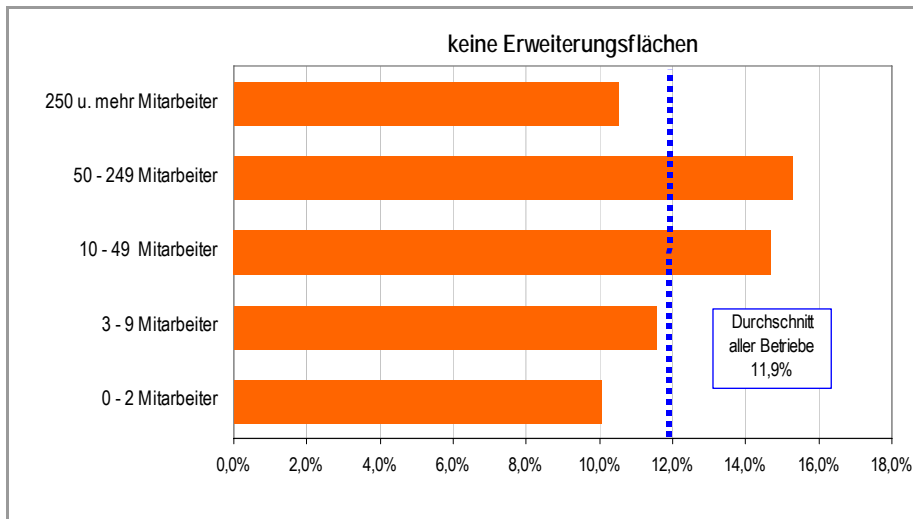


Abb. 32: ... nach Branchen

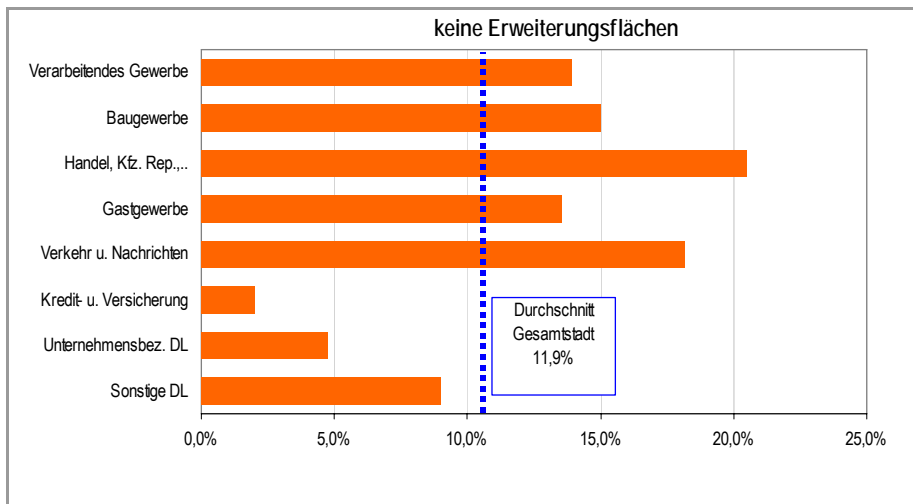
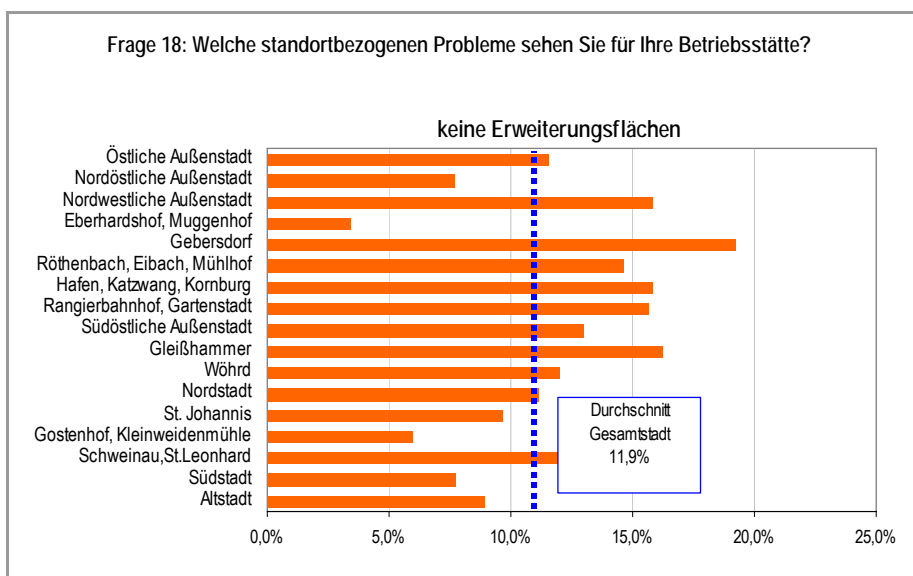


Abb. 33: ... nach Lage im Stadtgebiet



4.7 Beeinträchtigungen durch Umweltauflagen

Abb. 34: ... nach Betriebsgrößen

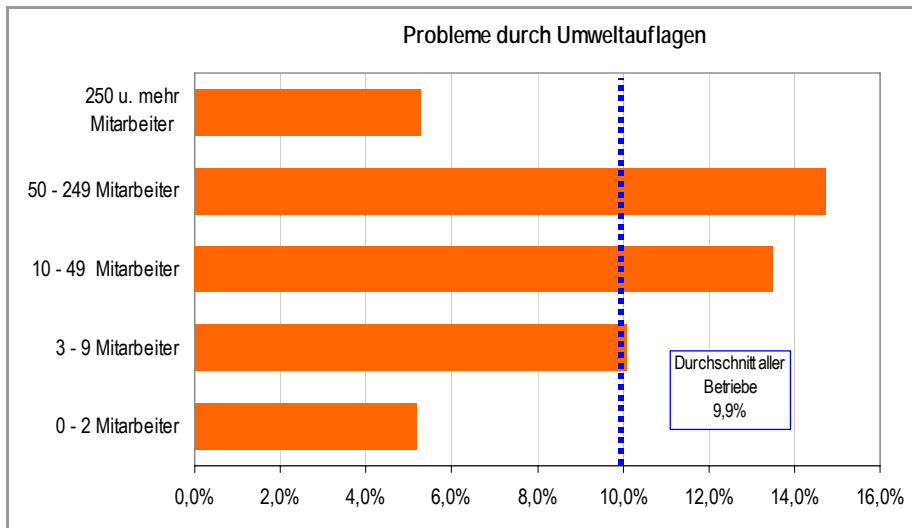


Abb. 35: ... nach Branchen

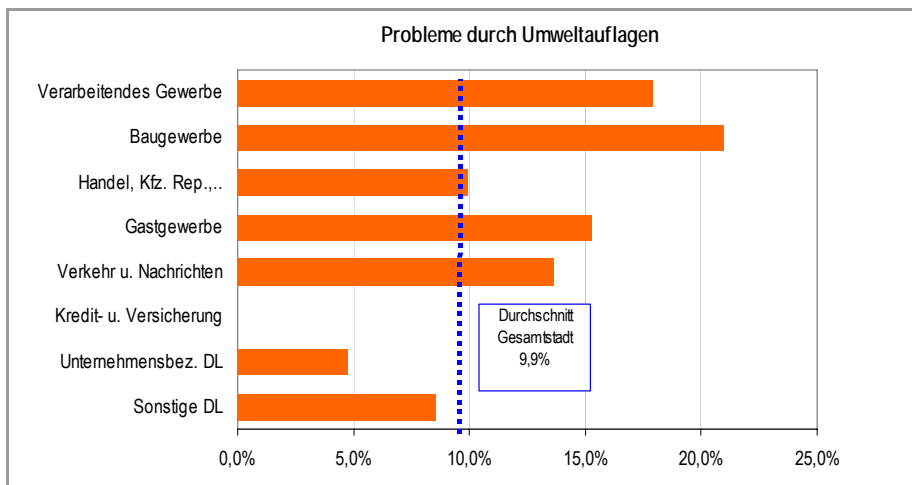
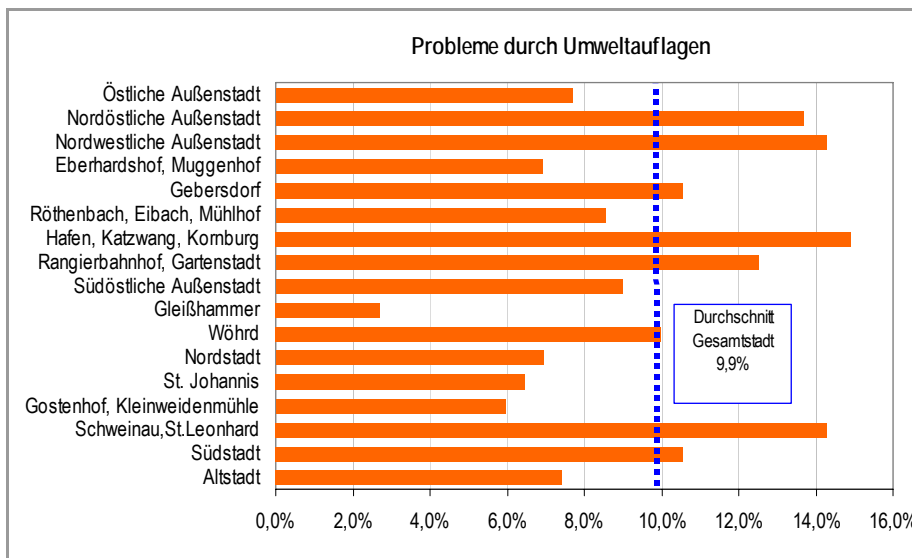


Abb. 36: ... nach Lage im Stadtgebiet



4.8 Konflikte mit der Nachbarschaft

Abb. 37: ...in Abhängigkeit von der Betriebsgröße

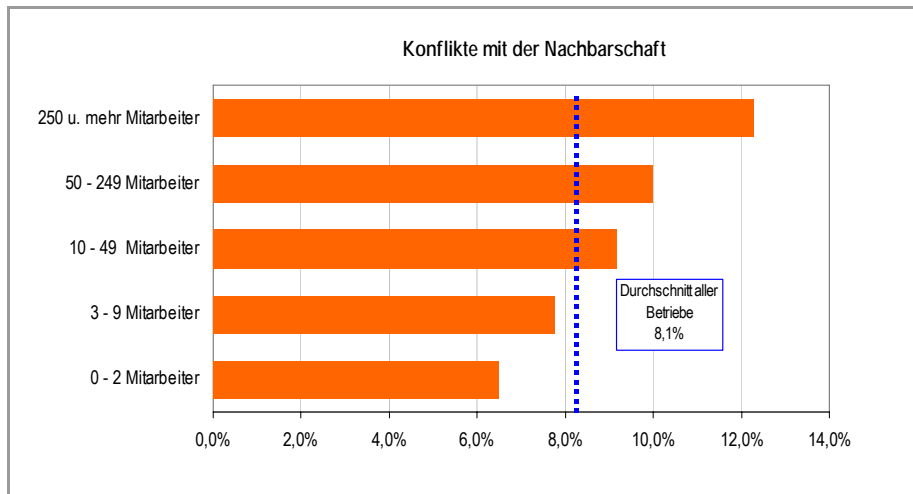


Abb. 38: ... nach Branchen

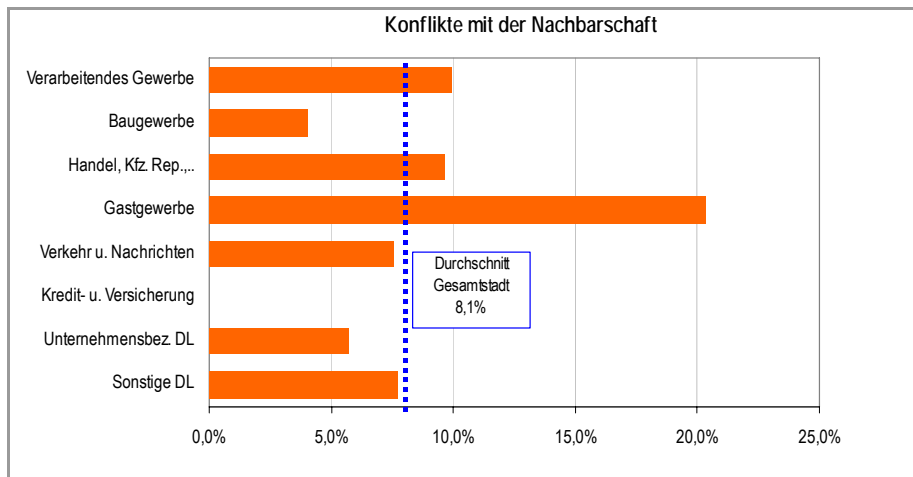
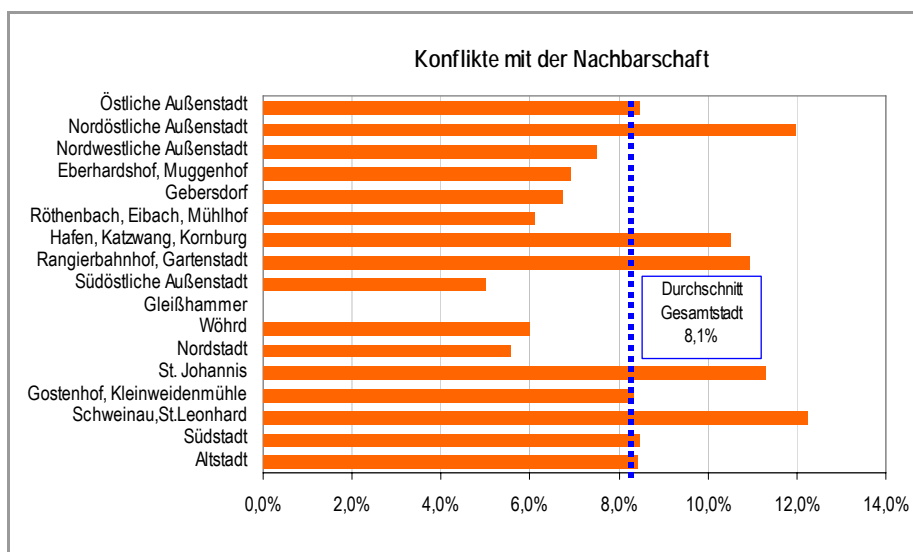


Abb. 39: ... nach Lage im Stadtgebiet



4.9 Vermarktung von Gebäudeteilen bzw. leeren Flächen

Abb. 40: ... nach Betriebsgrößen

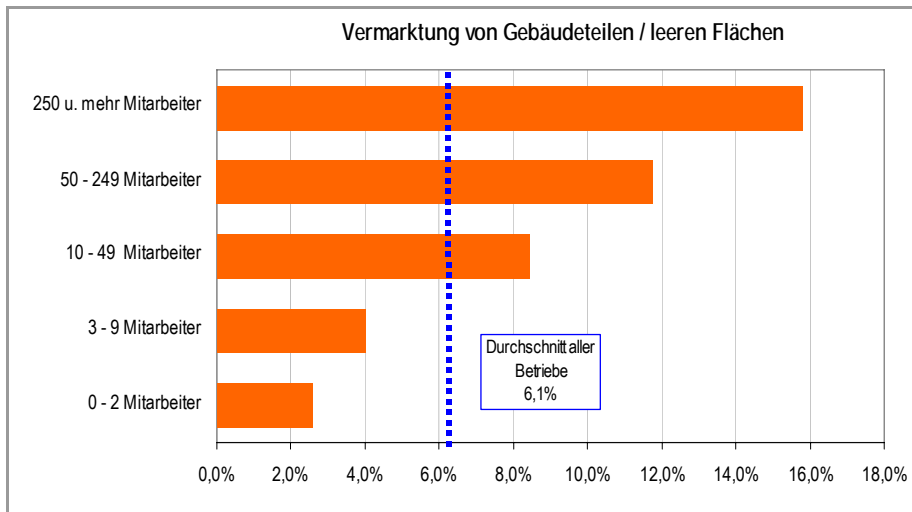


Abb. 41: ... nach Branchen

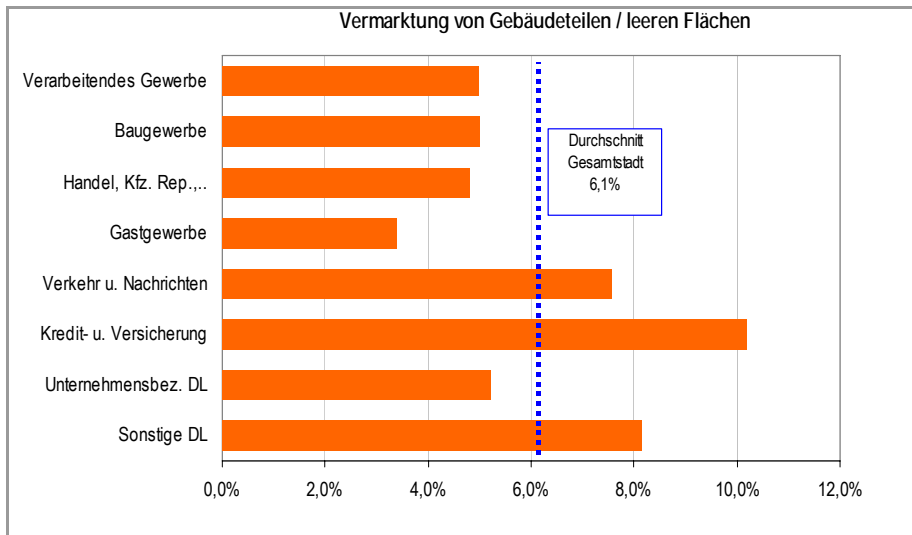
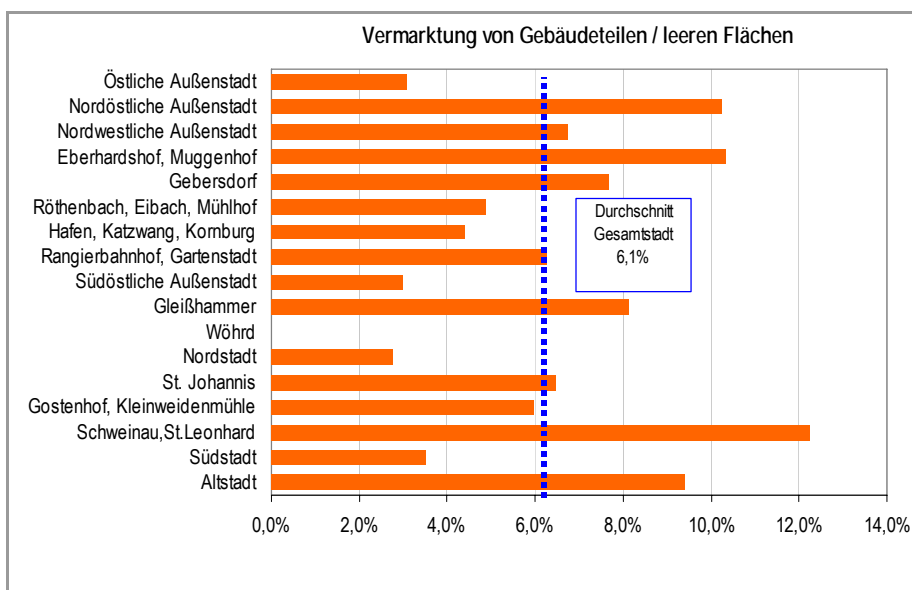
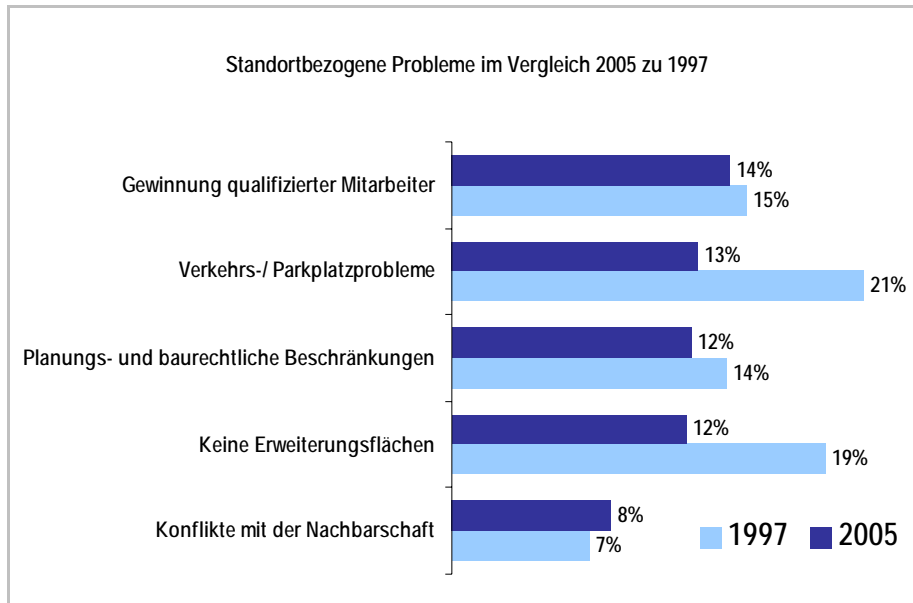


Abb. 42: ... nach Lage im Stadtgebiet



4.10 Vergleich der aktuellen Standortprobleme mit der Firmenumfrage 1997

Abb. 43: Veränderung der aktuellen Problemlage zur Umfrage 1997



Die Grafik zeigt, wie sich die Probleme der Unternehmen im Vergleich zur Befragung von 1997 verändert haben. Deutlich wird, dass Verkehrsprobleme und Probleme durch fehlende Erweiterungsflächen an Relevanz für die Betriebe verloren haben. Aktuell stehen Finanzierungsprobleme und Schwierigkeiten bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern im Vordergrund.

Vergleich zur Firmenumfrage 1997

5. BEURTEILUNG DER STANDORTFAKTOREN DURCH DIE NÜRNBERGER UNTERNEHMEN

Die Unternehmen wurden gebeten, 31 verschiedene Standortfaktoren danach zu bewerten, welche Bedeutung sie für das jeweilige Unternehmen haben, und wie zufrieden die Unternehmen damit am Standort Nürnberg sind. Die Prozentwerte in den Tabellen beziehen sich jeweils auf die Summen der Antworten mit „wichtig“ und „sehr wichtig“ oder „zufrieden“ und „sehr zufrieden“. Im Umkehrschluss kann davon ausgegangen werden, dass die Unternehmen den jeweiligen Standortfaktor für weniger wichtig halten oder sie weniger zufrieden damit sind.

In den folgenden zwei Tabellen sind jeweils die gleichen zu bewertenden Standortfaktoren aufgelistet. Tabelle 1 zeigt die 31 Standortfaktoren nach ihrer Wichtigkeit für die Unternehmen geordnet. In Tabelle 2 sind die Ergebnisse nach dem Grad der Zufriedenheit sortiert.

5.1 Standortfaktoren nach Wichtigkeit für die Unternehmen

Tab. 1: Die Standortfaktoren in der Reihenfolge ihrer Bedeutung für die Nürnberger Unternehmen

	Wichtig / Sehr wichtig in %
Sortiert nach Wichtigkeit	
1 Straßenanbindung im Stadtgebiet	93,7 %
2 Lebenshaltungskosten	93,3 %
3 Schul- und Bildungsangebot	92,1 %
4 Autobahnanbindung	91,2 %
5 Image der Region	89,3 %
6 Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr	87,6 %
7 Einkaufsmöglichkeiten	87,6 %
8 Freizeit- und Kulturangebot /Erholungswert	86,2 %
9 Arbeitsweise der Stadtverwaltung	85,2 %
10 Gewerbesteuerhebesatz	82,7 %
11 Lohn- und Gehaltsniveau	82,6 %
12 Tarife für Ver- und Entsorgung	80,5 %
13 Grundstückspreise / Gewerbemieten	78,2 %
14 Angebot an Facharbeitern	76,3 %
15 Gastronomisches Angebot / Angebot an Hotels	76,3 %
16 Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung	75,9 %
17 Preise für Wohnraum	73,4 %
18 Gewährung von staatl. Förderprogrammen	72,8 %
19 Lage zu Absatzmärkten	72,6 %
20 Grundsteuerhebesatz	71,2 %
21 Flugverbindungen	70,1 %
22 Angebot an unternehmensnahen Dienstleistern	67,7 %
23 Schienenanbindung - überregional	64,7 %
24 Angebot an Gewerbe- / Büroflächen	64,5 %
25 Lage zu Bildungs- und Forschungseinrichtungen	56,5 %
26 Verfügbarkeit von Wohnimmobilien (Mietobjekte)	56,2 %
27 Angebot an Führungskräften	55,2 %
28 Verfügbarkeit v. Wohnimmobilien (Eigentumsobj.)	51,1 %
29 Nähe zu wirtschaftsnahen Institutionen/Verbänden	45,7 %
30 Nähe zu Unternehmen der eigenen Branche	38,5 %
31 Angebot an ungelerten Arbeitskräften	22,9 %

5.2 Grad der Zufriedenheit mit Nürnbergs Standortfaktoren

Tab. 2: Rangfolge der Standortfaktoren nach Zufriedenheitsgrad

	Zufrieden / Sehr zufrieden in %
Sortiert nach Zufriedenheit	
1 Autobahnanbindung	93,5 %
2 Einkaufsmöglichkeiten	89,4 %
3 Gastronomisches Angebot / Angebot an Hotels	87,8 %
4 Schienenanbindung - überregional	85,8 %
5 Freizeit- und Kulturangebot /Erholungswert	85,1 %
6 Lage zu Bildungs- und Forschungseinrichtungen	83,9 %
7 Flugverbindungen	82,2 %
8 Angebot an unternehmensnahen Dienstleistern	81,9 %
9 Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr	81,8 %
10 Nähe zu Unternehmen der eigenen Branche	81,5 %
11 Angebot an Gewerbe- / Büroflächen	80,3 %
12 Nähe zu wirtschaftsnahen Institutionen/Verbänden	77,3 %
13 Angebot an ungelernten Arbeitskräften	76,9 %
14 Lage zu Absatzmärkten	76,2 %
15 Verfügbarkeit v. Wohnimmobilien (Eigentumsobj.)	75,4 %
16 Straßenanbindung im Stadtgebiet	74,5 %
17 Schul- und Bildungsangebot	74,4 %
18 Lebenshaltungskosten	73,7 %
19 Verfügbarkeit von Wohnimmobilien (Mietobjekte)	72,0 %
20 Lohn- und Gehaltsniveau	71,5 %
21 Angebot an Führungskräften	66,5 %
22 Angebot an Facharbeitern	65,1 %
23 Preise für Wohnraum	61,1 %
24 Image der Region	60,1 %
25 Grundstückspreise / Gewerbemieten	55,0 %
26 Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung	54,5 %
27 Arbeitsweise der Stadtverwaltung	51,0 %
28 Gewährung von staatl. Förderprogrammen	38,3 %
29 Tarife für Ver- und Entsorgung	33,7 %
30 Grundsteuerhebesatz	30,2 %
31 Gewerbesteuerhebesatz	25,0 %

Aus beiden vorhergehenden Tabellen 1 und 2 wird die große Bedeutung sowohl der Verkehrsanbindungen als auch allgemein der Lebensqualität für die Unternehmen ersichtlich. Gleichzeitig zeigt sich der sehr hohe Grad an Zufriedenheit mit diesen Standortfaktoren in Nürnberg. Auch weitere Lagevorteile Nürnbergs, wie die Nähe zu Bildungs- und Forschungseinrichtungen oder Nähe und Angebot von unternehmensnahen Dienstleistungen, werden von den Betrieben sehr positiv beurteilt.

große Bedeutung und hohe Zufriedenheit mit Verkehrsanbindungen und Lebensqualität

Bei 27 der 31 abgefragten Standortfaktoren überwiegen - zum Teil deutlich - die positiven Zufriedenheitswerte. Das gibt Aufschluss darüber, welche hohe Gütequalität der Wirtschaftsstandort Nürnberg nach Ansicht der ansässigen Betriebe aufweist. In vier der 31 Bereiche haben die Unternehmen allerdings mehrheitlich weniger Zufriedenheit zum Ausdruck gebracht: bei der Gewerbe- und der Grundsteuer, den Ver- und Entsorgungspreisen sowie bei den staatlichen Förderprogrammen.

hohe Gütequalität des Wirtschaftsstandorts wird deutlich

Direkt kostenverursachende Faktoren drücken die Firmen im Preiswettbewerb besonders. Daher ist aus unternehmerischer Sicht verständlich, dass für die meisten Betriebe die kommunalen Steuersätze (Gewerbe- und Grundsteuer) und die Kosten für Ver- und Entsorgungsleistungen von Belang sind. Bei objektiver Betrachtung steht Nürnberg im Kostenvergleich mit den anderen großen deutschen Städten aber relativ gut da: Der Gewerbesteuerhebesatz ist seit 1989 unverändert und liegt im unteren Drittel der 20 größten deutschen Städte. Auch im Vergleich der Versorgungspreise sowohl für Gas als auch für Strom braucht sich Nürnberg nicht verstecken, sondern hat mit der „N-ERGIE“ deutschlandweit einen der günstigsten Energieversorger vor Ort. Dies ermittelte der Heidelberger Informationsdienstleister Verivox GmbH im Januar 2006 in einem großen Energieanbietervergleich. Da aus finanziellen Gründen kaum ein kommunaler Handlungsspielraum zur Abgabensenkung besteht, wird die Stadt die Unternehmen mittelfristig kaum weiter finanziell entlasten können.

kostenverursachende Faktoren erhalten nur geringe Zufriedenheitswerte

deutschlandweit einen der günstigsten Energieversorger vor Ort

Die Gewährung staatlicher Förderprogramme ist nur eingeschränkt von städtischer Seite beeinflussbar. Dort wo möglich, unterstützt das Wirtschaftsreferat die Nürnberger Unternehmen bereits nach Kräften und wird dies auch weiter tun; sowohl durch Information über die verschiedenen Fördermöglichkeiten als auch durch die Kontaktvermittlung zu den Beratungsstellen.

Ein Ansatz, den das Wirtschaftsreferat bereits seit längerem verfolgt, ist die Verbesserung der Kundenbeziehungen zu den Unternehmen. Dies wird auch weiterhin eines der wichtigen gesamtstädtischen Aufgabenfelder darstellen. Die Ungleichheit von Wichtigkeit zu Zufriedenheit bei der Beurteilung der Arbeitsweise der Stadtverwaltung und in abgeschwächter Form auch der des Dienstleistungsangebots der Wirtschaftsförderung verdeutlicht, dass die Unternehmen hier noch weiteres Verbesserungspotenzial sehen. Die Einrichtung der Dienstleistungszentren DLZ-Bau und Dienstleistungsbüro Veranstaltungen oder die Etablierung der Betriebsbetreuungseinheit Rathaus Direkt im Amt für Wirtschaft weisen in die richtige Richtung. Es wird weiterhin daran zu arbeiten sein, unnötige Auflagen zu identifizieren und abzuschaffen und Bearbeitungszeiten zu minimieren. Zentrales Anliegen bleibt die Verbesserung der Kommunikation zwischen der Stadtverwaltung und den Unternehmen, z.B. durch verständliche Erklärung bei ablehnenden Bescheiden, Vorabinformation bei Maßnahmen, die Unternehmen beeinträchtigen usw..

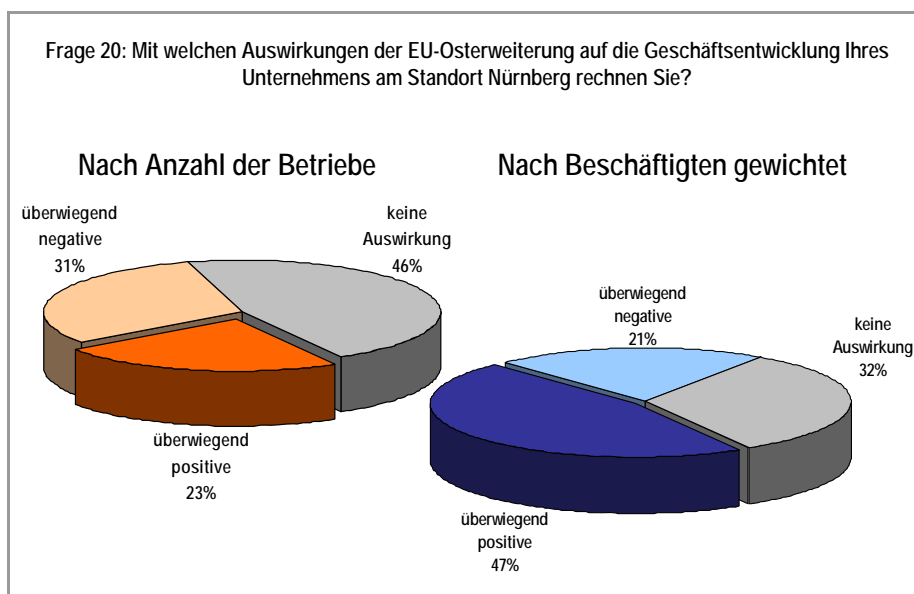
Verbesserung der Kundenbeziehungen wichtiges gesamtstädtisches Aufgabenfeld

6. AUSWIRKUNGEN DER GLOBALISIERUNG

Vor dem Hintergrund der zum Start der Befragung gerade in Kraft getretenen EU-Osterweiterung und der fortschreitenden Globalisierung ist von Interesse, von den Unternehmen zu erfahren, wie sie sich in diesem Kontext verhalten werden. Ziel war es, besser abschätzen zu können, welche Auswirkungen die zunehmende Internationalisierung für die Nürnberger Betriebsstätten haben wird und ob seitens der Stadt Hilfestellungen erfolgen können.

6.1 Erwartete Auswirkungen der EU-Osterweiterung

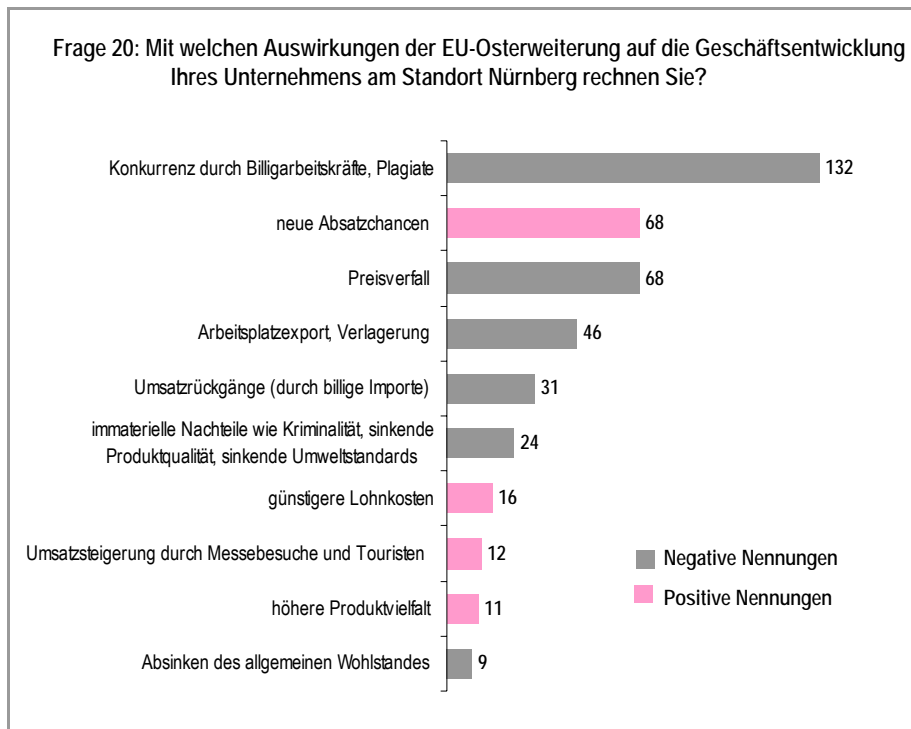
Abb. 44: Erwartete Auswirkungen der EU-Osterweiterung



Von den 1.508 Unternehmen, die diese Frage beantwortet haben, erwarten 694 bzw. 46% keine Auswirkungen auf ihre Geschäftsentwicklungen durch die EU-Osterweiterung. 31% der antwortenden Unternehmen rechnen eher mit negativen und 23% der Betriebe eher mit positiven Auswirkungen. Bei Gewichtung mit der Anzahl der Beschäftigten zeigt sich, dass positive Erwartungen mit steigender Betriebsgröße zunehmen. Nach Mitarbeiterzahlen gewichtet sind mit 47% fast die Hälfte der Beschäftigten am Standort Nürnberg für Unternehmen tätig, die sich in erster Linie Vorteile durch die EU-Osterweiterung für ihre Geschäftsentwicklung versprechen.

Größere Unternehmen sehen vor allem Chancen für ihre Geschäftsentwicklung durch die EU-Osterweiterung

Abb. 45: Positive und negative Auswirkungen der EU-Osterweiterung



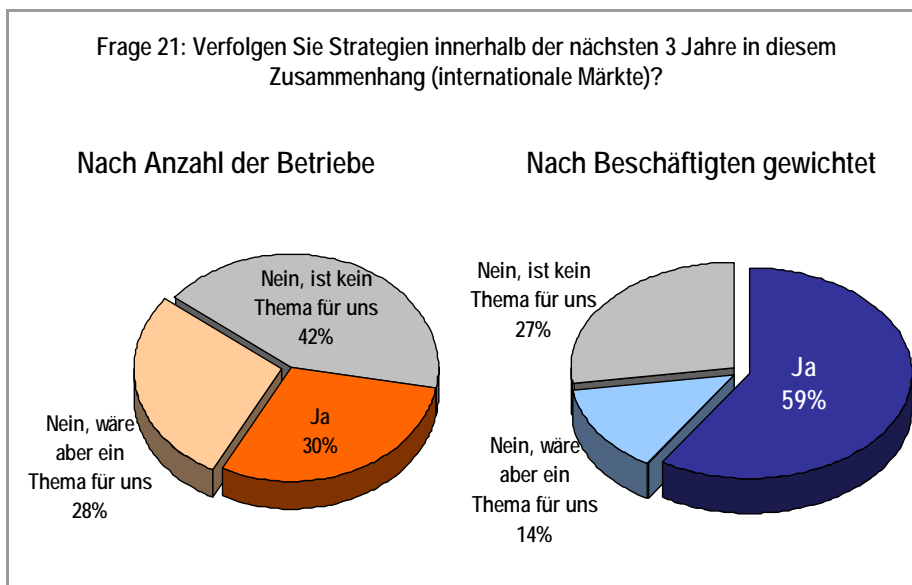
Als negative Auswirkungen durch die EU-Osterweiterung werden die zunehmende Konkurrenz durch Billiganbieter, der inländische Preisdruck und die Verlagerung von Arbeitsplätzen und Produktionskapazitäten gesehen. Als positive Auswirkungen der EU-Osterweiterung werden vor allem neue Absatzchancen, günstige Löhne und Produkte sowie steigende Übernachtungszahlen genannt.

Unternehmen erwarten zunehmende Konkurrenz

6.2 Strategien im Zusammenhang mit der EU-Osterweiterung

Zu dieser Thematik haben 1.429 Unternehmen Angaben gemacht. Unternehmen geben verständlicherweise ungern über ihre Strategien Auskünfte. Wenn sie in diesem Zusammenhang den Kontakt zur Wirtschaftsförderung suchen, dann wird in der Regel Vertraulichkeit vereinbart und eingehalten. Dennoch wurde mit der Firmenumfrage auch der Versuch unternommen, ein wenig mehr Licht in die bevorstehenden Konsequenzen für den Standort Nürnberg durch die EU-Osterweiterung zu bringen. Die Ergebnisse der untersuchten Strategien sollten jedoch nicht überinterpretiert werden, da auf diese Fragen nicht selten taktische Antworten, teils um zu drohen, teils um geheim zu halten, gegeben wurden.

Abb. 46: Strategien für die zusammenwachsenden Märkte

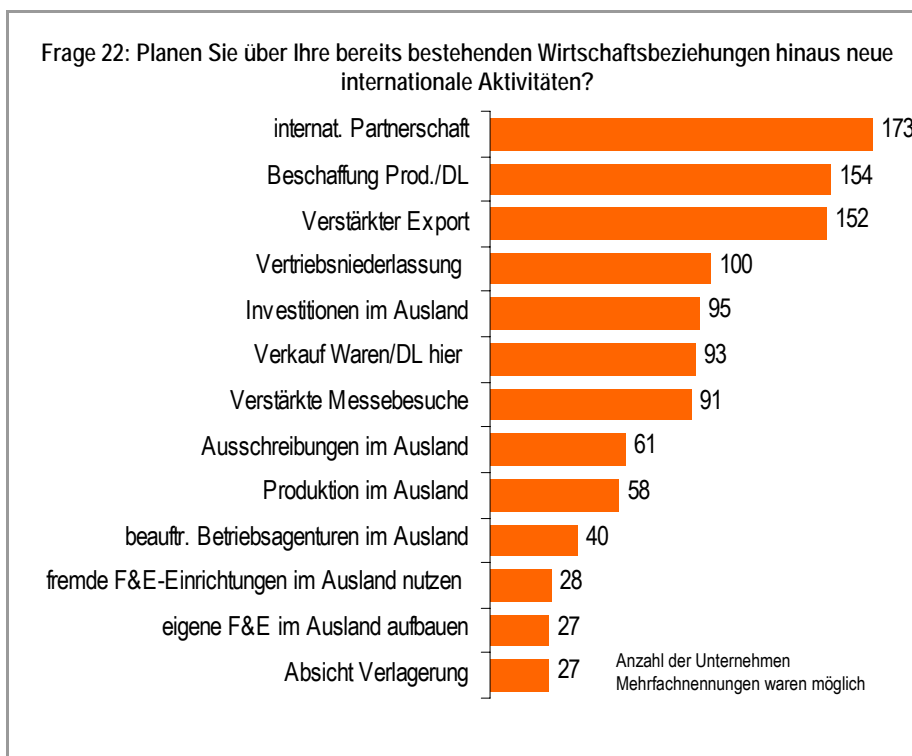


30% der Betriebe mit immerhin knapp 60% der Beschäftigten geben an, konkrete Planungen zu verfolgen. Für 42% der Unternehmen ist die EU-Osterweiterung nach eigenen Angaben kein Thema; 14% der Unternehmen sind zwar der Überzeugung, dass die größer gewordene EU und die damit verbundene Durchlässigkeit der Grenzen zwar sehr wohl einen Einfluss auf ihre Geschäftsfelder haben werde, einer eigenen Strategie ermangele es jedoch noch.

für 42% der Unternehmen kein Thema

6.3 Planung von neuen internationalen Aktivitäten

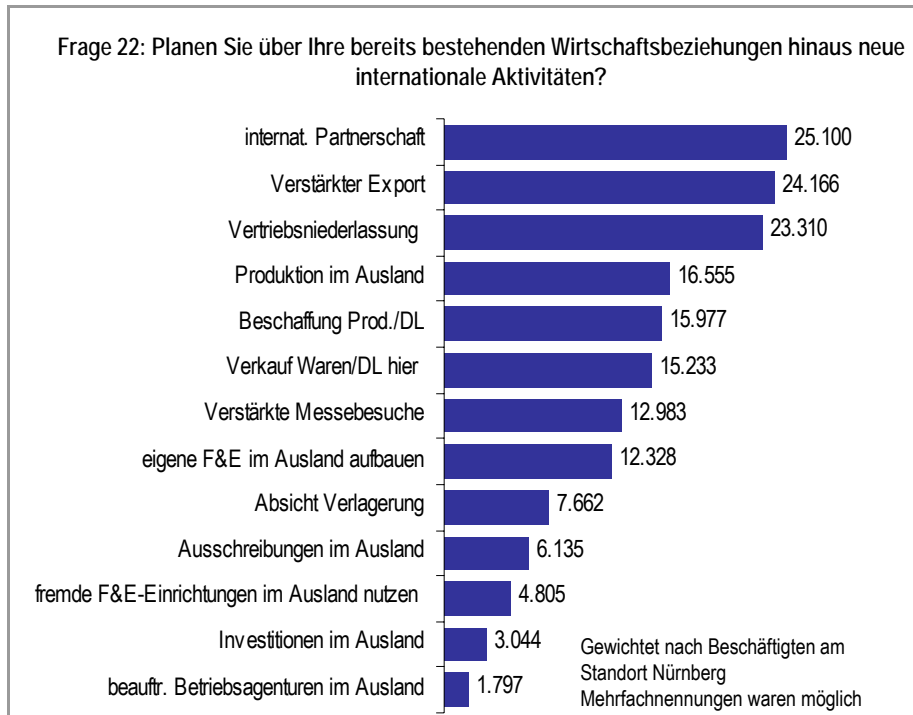
Abb. 47: Geplante internationale Aktivitäten



Direkt zu ihren Planungen äußerten sich 385 Betriebe. Die häufigst genannten geplanten Aktivitäten sind das Eingehen internationaler Partnerschaften sowie die Ausweitung der Import- und Export-Aktivitäten. Die Planungen zeigen, dass sowohl standortbegünstigende Aktivitäten (Export, Partnerschaften, Vertriebsniederlassungen) als auch standortbeeinträchtigende Maßnahmen (Verlagerung) auf der Agenda der Nürnberger Unternehmen stehen. Es ist ersichtlich, dass die negativen Effekte nicht das ursprünglich befürchtete Ausmaß haben.

Internationale Partnerschaften geplant

Abb. 48: Geplante internationale Aktivitäten nach Beschäftigten



Von den 1.600 an der Befragung teilnehmenden Unternehmen gaben 27 an, eine Abwanderung ins Ausland zu erwägen. Neun mal wird dabei als mögliches Zielland Tschechien genannt, gefolgt von den Ländern Polen und China, bei denen jeweils sieben mal die Überlegung geäußert wird, dorthin zu verlagern. 58 Unternehmen haben vor, eine eigene Produktion im Ausland aufzubauen. Hierbei sind wiederum die Länder Tschechien, China und Polen am häufigsten genannt. Eine eigene Entwicklungsabteilung streben 27 der teilnehmenden Unternehmen an. Diese wollen in 2/3 der Fälle ihre FuE-Abteilung in China, Tschechien oder Polen aufbauen.

58 Unternehmen planen eine eigene Produktionsstätte im Ausland

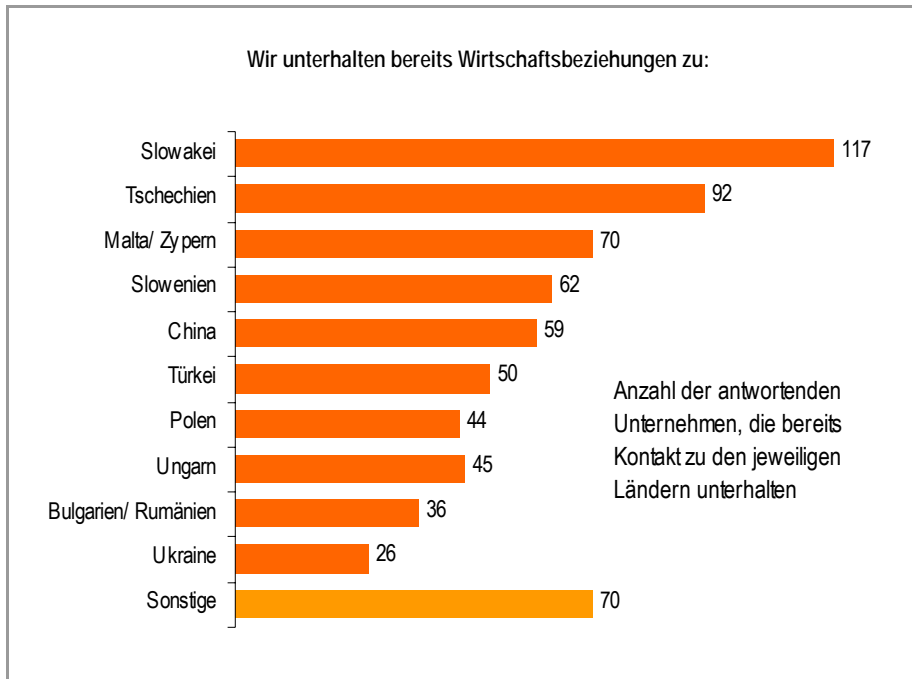
Tab. 3: Potenzielle Länder für Betriebsverlegungen

	Nennungen der Unternehmen*)
Tschechien	9
Polen	7
China	7
Rumänien	6
Ungarn	3
Türkei	3
Sonstige	6
	41

*) Mehrfachnennungen waren möglich – 41 Länder-Nennungen von 27 Unternehmen

6.4 Internationale Wirtschaftsbeziehungen

Abb. 49: Länder, in die bereits Wirtschaftsbeziehungen bestehen



Die antwortenden Unternehmen unterhalten bereits Wirtschaftsbeziehungen zu den in der darüber liegenden Graphik abgebildeten Ländern. Die häufigsten Beziehungen bestehen mit Unternehmen aus der Slowakei und aus Tschechien.

Die meisten bestehenden Wirtschaftsbeziehungen zur Slowakei und Tschechien

6.5 Mögliche Probleme bei der Markterschließung von neuen internationalen Märkten

Abb. 50: Die größten Probleme bei der Erschließung internationaler Märkte



6.6 Unterstützungsmaßnahmen zur Chancennutzung der EU-Osterweiterung

Als mögliche Wirtschaftsförderungsmaßnahmen zur Chancennutzung der EU-Osterweiterung würden die Unternehmen am häufigsten Unterstützung bei der Kontaktaufnahme begrüßen. Weitere Maßnahmen von Seiten der Wirtschaftsförderung werden in Form von Bereitstellung von Beratungs- und Informationsmaterial als hilfreich empfunden. Außerdem nannten einige Unternehmen die Werbeunterstützung auf Messen als geeignete Maßnahme. Der Wunsch nach Unterstützungsmaßnahmen wird überwiegend von Unternehmen geäußert, die weniger als 50 Mitarbeiter/innen beschäftigen.

Hilfe bei Kontaktknüpfung als häufigste Unterstützungsmaßnahme

Tab. 4: Unterstützungsmaßnahmen zur Chancennutzung der EU-Osterweiterung

Nennungen	Vorgeschlagene Unterstützungsmaßnahmen
86	Unterstützung bei Kontaktaufnahme <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Datenbank erstellen (Kooperationsplattformen) ⇒ Joint Venture mit einheimischen Unternehmen ⇒ Unternehmerreisen organisieren ⇒ Kontaktmessen an Universitäten ⇒ Nutzung der Städtepartnerschaften
44	Beratung und Info-Material <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Informationen zur Landeskunde ⇒ Informationen (rechtl. und steuerlich) ⇒ Unterstützung vor Ort
39	Chancengleichheit herstellen / Löhne anpassen <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Steuerharmonisierung ⇒ keine bürokratischen Hindernisse schaffen ⇒ bessere Kontrollen auf Baustellen (Schwarzarbeit) ⇒ Vereinfachung der Zollverfahren ⇒ Auflagen für Beitrittsländer ⇒ Internationalisierung des Arbeitsmarktes ⇒ Standards zur Qualitätssicherung festlegen ⇒ Reduzierung von Wirtschaftsfreizonen
28	Werbung (Messe, sonstiges...) <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Firmenpräsentation bei Veranstaltungen ⇒ touristische Fördermaßnahmen
15	finanzielle Fördermaßnahmen <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Fördermittel für Austauschprogramme
10	Unterstützung bei Sprachproblemen <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Vermittlung von Fremdsprachenbüros ⇒ Sprachkurse für Personal

7. TECHNOLOGIE

Ein Schwerpunkt der kommunalen Innovationsförderung ist es, ein innovationspolitisches Profil mit international anerkannten Clustern in ausgewählten Innovationsfeldern zu schaffen und dieses entsprechend zu vermarkten.

Kommunale Wirtschaftsförderung setzt auf Clusterpolitik

Die Wirtschaftspolitik konzentriert sich dabei auf die Kompetenzfelder

- ⇒ Energie und Umwelt
- ⇒ Information und Kommunikation
- ⇒ Verkehr und Logistik
- ⇒ Medizin und Gesundheit
- ⇒ Neue Materialien
- ⇒ Automation und Produktionstechnik
- ⇒ Innovative Dienstleistungen.

7.1 Bekanntheit der Kompetenzinitiativen

Basis funktionierender Cluster sind Plattformen, die Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Hochschulen an einen Tisch bringen, intensive Kooperation ermöglichen und so Innovationspotenziale erschließen.

Plattformen für Cluster

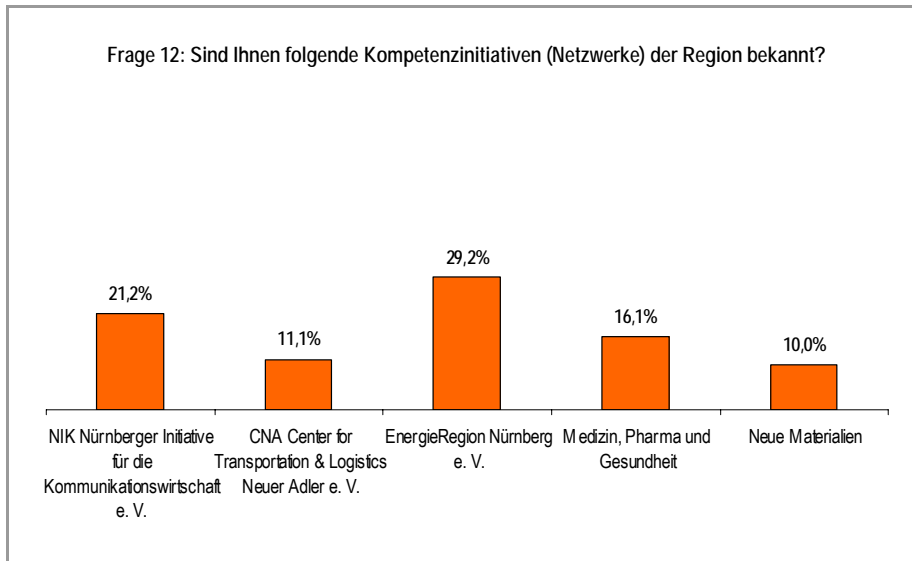
In Stadt und Region Nürnberg wurden in den vergangenen Jahren Plattformen für fünf Kompetenzfelder aufgebaut. Dies sind:

- ⇒ EnergieRegion Nürnberg e.V. (für Energie und Umwelt)
- ⇒ Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft e.V. (für Information und Kommunikation)
- ⇒ CNA Center for Transportation & Logistics Neuer Adler e.V. (für Verkehr und Logistik)
- ⇒ Kompetenzinitiative Medizin-Pharma-Gesundheit (für Medizin und Gesundheit)
- ⇒ Kompetenzinitiative Neue Materialien (für Neue Materialien).

Die Befragung zeigt, dass alle Kompetenzinitiativen bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad erreicht haben. Den größten Bekanntheitsgrad hat die EnergieRegion Nürnberg e.V., gefolgt von der Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft. Immerhin knapp 30 % aller Unternehmen kennen die EnergieRegion, 21 % die NIK, 16 % die Kompetenzinitiative Medizin-Pharma-Gesundheit. Nur noch etwa 10 % haben bereits von dem Verkehrsverein CNA oder der Kompetenzinitiative Neue Materialien gehört.

EnergieRegion und NIK sind die bekanntesten Kompetenzinitiativen

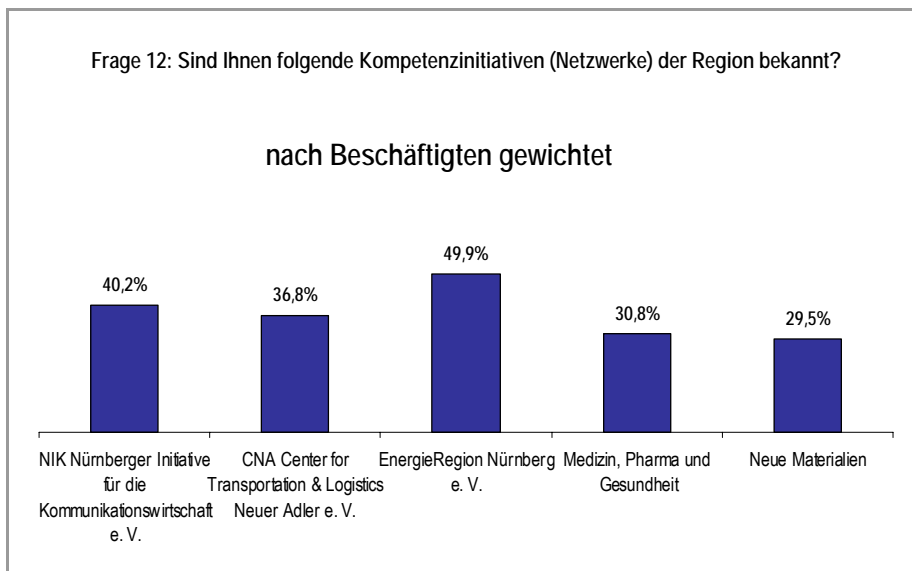
Abb. 51: Bekanntheitsgrad der Kompetenzinitiativen



Gewichtet man das Ergebnis nach der Anzahl der Beschäftigten, zeigt sich ein etwas anderes Bild. Wenn auch hier die EnergieRegion und die NIK wieder die Nase vorn haben und Bekanntheitswerte von 50 % und 40 % erreichen, so erzielt der Verkehrsverein CNA mit knapp 37 % ein erfreuliches Ergebnis. Hier zeigt sich deutlich, dass der Bekanntheitsgrad mit der Größe der Unternehmen steigt. Dies lässt andererseits den Schluss zu, dass gerade bei vielen klein- und mittelständischen Unternehmen die Netzwerke in der Region zu wenig bekannt sind.

Bekanntheitsgrad steigt mit der Unternehmensgröße

Abb. 52: Bekanntheitsgrad der Kompetenzinitiativen – gewichtet nach Beschäftigten



Erfreulich ist daher, dass viele Unternehmen ihr Interesse an den Kompetenzinitiativen bekundet haben. Diesen Unternehmen (insgesamt 318 Anfragen) wurde bereits Informationsmaterial über die Kompetenzinitiativen zugesandt.

318 Anfragen nach Informationsmaterial zu den Kompetenzinitiativen

7.2 Schlüsseltechnologien als Impulsgeber

Von den Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK-Technologien) erwarten sich die Unternehmen in den nächsten Jahren die entscheidendsten Impulse für ihr Geschäft. 118 Nennungen von insgesamt 284, das sind über 40 % aller Nennungen, bezogen sich auf IuK-Technologien. Die wichtigsten sind die Informationstechnologie, das Internet und die Nachrichtentechnik. Häufig genannte Einzeltechnologien sind die Digitalisierung von Audio- und Videogeräten sowie der gesamte Mobilfunkbereich.

Informations- und Kommunikationstechnologien sind die Schlüsseltechnologien der Zukunft

An zweiter Stelle rangiert der Bereich Energie und Umwelt. 45 Unternehmen, das sind knapp 16 %, nannten Technologien aus diesem Bereich als die Zukunftstechnologien, von denen sie sich in den nächsten Jahren entscheidende Impulse bzw. Innovationen für ihr Geschäft erwarten. Häufig genannt wurden Energietechniken, allen voran die Brennstoffzellentechnik, und die regenerativen Energien, hier insbesondere die Solartechnologie.

Energietechnologie ist Innovationstreiber

42 Nennungen und damit fast 15 % aller Nennungen bezogen sich auf Schlüsseltechnologien aus dem Bereich Medizin und Gesundheit. Der Medizintechnik kommt dabei die größte Bedeutung zu, gefolgt von der Bio- und Gentechnologie.

Medizintechnik ist bedeutende Schlüsseltechnologie

23 Nennungen, etwa 8 %, lassen sich dem Bereich Verkehr und Logistik zuordnen. Häufigste Einzelnennung war die Antriebstechnik.

Antriebstechnik ist Zukunftstechnologie

Automatisierungstechniken wurden 17 Mal genannt. Das entspricht einem Anteil von 6 %.

11 Nennungen (rund 4 %) bezogen sich auf den Bereich Neue Materialien.

Zu erwähnen sind weiter die drei Querschnittstechnologien optische Technologien, RFID (Radio Frequency Identification) und Mikro- bzw. Nanotechnik. Diese Technologien wurden mit je 10 bzw. 8 Einzelnennungen auffallend oft genannt.

Große Bedeutung der Querschnittstechnologien

Optische Technologien spielen eine bedeutende Rolle in zahlreichen Zukunftsmärkten wie Medizin, Mikroelektronik, Informations- und Beleuchtungstechnik bis hin zur Fertigungstechnik. Ein Beispiel ist die Halbleiterfertigung: Jeder Mikrochip wird heute unter Anwendung optischer Technologien hergestellt. Als Fertigungswerkzeug und hochpräzises Mess- bzw. Überwachungsgerät haben sich Laser längst etabliert. Laser finden Einsatz im Automobilbau, im Maschinenbau und in der Elektronik. In der Kommunikationstechnik werden die vielfältigen Lichteigenschaften für Datenübertragungen und -speicherung genutzt. Der zunehmende Einsatz der langlebigen Lichtemitter-Dioden (LED) ersetzt sukzessive die alte Glühlampe in Fahrzeugen und in der Verkehrsleittechnik.

RFID – Radio Frequency Identification ist eine berührungslose Ident-Technologie, die Daten mit Hilfe elektromagnetischer Wechselfelder überträgt. Grundsätzlich geht es bei RFID um die Kennzeichnung von verschiedensten Objekten mit dem Ziel, über die Aufzeichnung von mit dem Objekt verbundenen Daten die Steuerung und Optimierung von Prozessen zu erleichtern und effizienter zu gestalten. Führende Bereiche in der Anwendung sind dabei die Logistik, die Automobilindustrie, der Handel, aber auch Luftfahrt und der produzierende Bereich.

Die Nanotechnologie ist heute noch primär FuE-getrieben und wird künftig immer mehr die Technikfelder und Märkte der heutigen Mikrotechnologien besetzen. Derzeit erkennbare Schwerpunktfelder sind die Nanoelektronik, die Nanomaterialien, die Nanooptik, die Nanofabrikation, die Nanochemie, die Nanobiotechnologie sowie die Nanoanalytik. Das langfristige Marktpotenzial der Nanotechnologie als Querschnittstechnologie wird als mindestens so hoch wie das der Mikrotechnologie eingeschätzt.

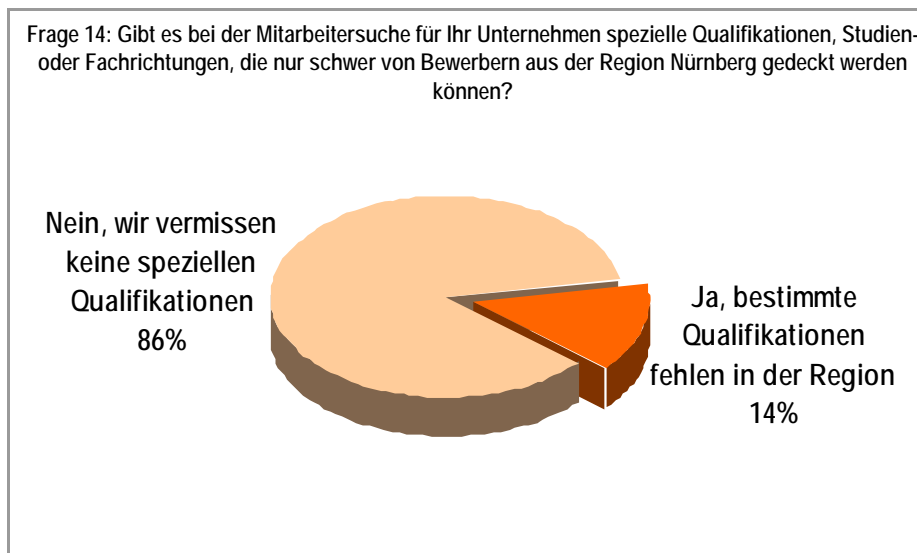
Tabelle 5: Die häufigst genannten Schlüsseltechnologien

Kompetenzfelder	Nennung absolut und in %	und die am häufigsten genannten Schlüsseltechnologien
Information und Kommunikation	118 (41 %)	Informationstechnik Internet Nachrichtentechnik
Energie und Umwelt	45 (16 %)	innovative Energietechniken regenerative Energietechniken
Medizin und Gesundheit	42 (15 %)	Medizintechnik Biotechnologie
Verkehr und Logistik	23 (8 %)	Antriebstechnik
Automation und Produktionstechnik	17 (6 %)	Automatisierungstechnik
Neue Materialien	11 (4 %)	Materialwissenschaft
Querschnittstechnologien	28 (10 %)	optische Technologien RFID Mikro- bzw. Nanotechnik

8. PERSONALBESCHAFFUNG UND AUSBILDUNG

8.1 Qualifikationsdefizite am Standort Nürnberg

Abb. 53: Qualifikationsvielfalt in der Region



Die Frage nach speziellen Qualifikationen, die lokal nur schwer gefunden werden, wird von 86% der antwortenden Unternehmen verneint. Der überwiegende Teil der Betriebe findet demnach seine Qualifikationsanforderungen gut durch den Nürnberger Arbeitsmarkt abgedeckt. 14% der Betriebe haben jedoch Qualifikationsanforderungen, die nach eigenen Angaben nur schwer innerhalb der Region Nürnberg zu decken seien. Am häufigsten wird nach Mitarbeitern aus den in der folgenden Tabelle angegebenen Berufsgruppen gesucht:

Geringer Mangel an speziellen Qualifikationen in der Region Nürnberg

Tabelle 6: Am Standort Nürnberg schwer zu findende Qualifikationen

Nennungen	Berufsgruppen	Nennungen	Qualifikationen
31	Ingenieure	10	Elektroingenieure
		8	Maschinenbauingenieure
		5	Nachrichten- und Hochfrequenzingenieure
		3	Verfahrenstechnik Ingenieure
		2	Wirtschaftsingenieure
		1	Ingenieur allgemein
		1	Verpackungsingenieur
		1	Vertriebsingenieur im Elektobereich
18	Informatiker	10	allgemeine Informatiker
		7	Programmierer
		1	Informatik-Techniker
12	Betriebswirte	5	Betriebswirt der Logistik
		4	Führungskraft Verkauf/ Vertrieb
		3	Betriebswirte allgemein

Nennungen	Berufsgruppen	Nennungen	Qualifikationen
12	Facharbeiter	3	Chemie-Facharbeiter
		2	Facharbeiter Haustechnik
		2	Facharbeiter Baugewerbe
		2	Spezialisten für Verkehrstechnik
		2	CNC-Facharbeiter
		1	Fachkraft mit sehr guten Sprachkenntnissen
8	Techniker	2	Verkehrstechnik
		2	Versorgungstechnik
		2	Lichttechnik, Phyrotechnik
		1	Fahrzeugtechnik
		1	Landtechnik

6% der teilnehmenden Unternehmen vermissen bestimmte Studiengänge bzw. Forschungseinrichtungen. Genannt werden speziellen Studiengänge in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften, Technik, Architektur, Tourismus und Medizin.

Nürnberg bietet die wesentlichen Studiengänge

Tabelle 7: Vermisste Studiengänge und Fachrichtungen am Standort Nürnberg

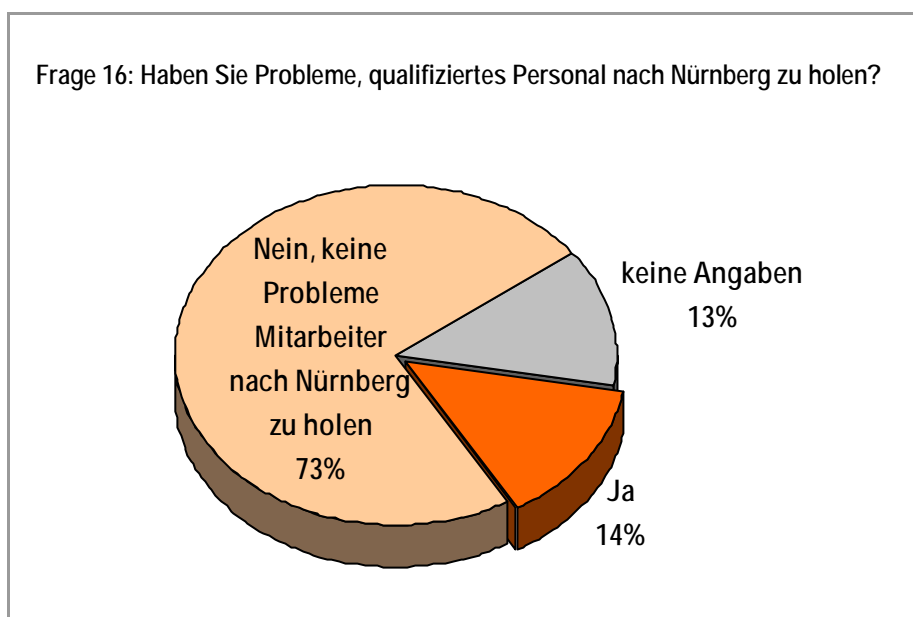
Nennungen	Studiengang	Nennungen	Fachrichtung
19	Wirtschaftswissenschaften	6	Immobilienökonomie
		5	BWL-Allrounder für Klein- und Mittelstand
		3	Betriebswirt der Logistik
		2	Multimedia
		1	Kulturmarketing
		1	Wirtschaftspsychologie (FH)
		1	Networkmarketing und BWL
17	Technik und Forschung	3	Fahrzeugtechnik
		2	Verkehrstechnik
		2	Energietechnik
		2	Medizintechnik
		1	KFZ-Technik
		1	Automatisierungstechnik
		1	Raumfahrt
		1	Flugzeugtechnik
		1	Lebensmitteltechnologie
		1	ADHS Forschung
		1	Lasertechnik
		1	(zerstörungsfreie) Prüftechnik

Nennungen	Studiengang	Nennungen	Fachrichtung
7	Architektur	4	Innenarchitektur
		2	Wohnen und Architektur
		1	Landschaftsarchitektur
6	Tourismus	6	Touristik
2	Medizin	1	Diplom Ergotherapeut
		1	alternative Medizin, Naturheilkunde
6	Sonstige	2	Zusatzangebote für Selbstständige
		1	Humanismus
		1	Musikproduktion
		1	Schmuck- und Edelsteinkunde
		1	Fraunhoferinstitut gründen

8.2 Probleme qualifiziertes Personal nach Nürnberg zu holen

3% der Unternehmen haben keine Probleme, gegebenenfalls qualifiziertes Personal nach Nürnberg zu holen. 222 Betriebe (14%) allerdings geben an, dass es sich für sie mitunter schwierig erweist, Mitarbeiter von außerhalb für ihren Betrieb in Nürnberg zu gewinnen.

Abb. 54: Probleme bei der Mitarbeitergewinnung für Nürnberg



Die Probleme bei der Personalbeschaffung für den Standort Nürnberg können in standortbezogene und arbeitnehmerbezogene Problemfelder aufgeteilt werden. Die meisten Gründe, aus denen es aus Sicht der Firmen schwierig ist, Mitarbeiter für Nürnberg zu gewinnen, sind in den beiden folgenden Tabellen zusammengestellt:

Hierbei wird deutlich, dass weiter an der Verbesserung der Außendarstellung Nürnbergs gearbeitet werden sollte, da hierin ein wesentlicher Grund für die Problematik der Mitarbeitergewinnung gesehen wird.

Tabelle 8: Standortbezogene Probleme der Mitarbeitergewinnung

Nennungen	Problemfelder	Nennungen	Einzelprobleme
79	Imageproblem Nürnberg	37	Problematische Außenwahrnehmung
		23	unattraktive Region
		10	Abwanderung nach München
		4	kein Freizeitangebot mit "Niveau"
		2	Integrationsproblem "Franken"
		1	Probleme mit Freizeitangebot
		1	kein Investitionsstandort
		1	keine Medienstadt
23	Standortfaktoren	9	Lebenshaltung zu teuer
		5	Mietpreise
		4	Wohnungsmangel
		2	Erschwerung durch Bürokratie
		2	keine Unterstützung durch Bundesagentur für Arbeit
		1	Arbeitsgenehmigung
5	Branchenprobleme	2	keine branchengleichen Unternehmen ansässig
		1	Arbeitnehmer bevorzugen Großkonzerne
		1	sehr starker Wettbewerb um gute Mitarbeiter
		1	Abwanderung in fremde Berufe
16	Sonstige Einzelnennungen		

Tabelle 9: Arbeitnehmerbezogene Probleme der Mitarbeitergewinnung

Nennungen	Problemfelder	Nennungen	Einzelprobleme
56	Flexibilität der Mitarbeiter	18	hohe Gehaltsforderungen
		15	motivierte, leistungswillige MA fehlen
		12	Bereitschaft zum Umzug fehlt
		5	Anreisekosten
		4	im (Bäcker) Handwerk will niemand arbeiten
		2	mangelnde Bereitschaft zur Schichtarbeit
17	Ausbildung der AN	12	geeignete Fachkräfte sind selten
		5	schlecht ausgebildetes Personal

8.3 Ausbildung

Die Frage, ob die Unternehmen am Standort Nürnberg ausbilden und wenn nicht, „warum nicht?“, beantworteten insgesamt 1.122 Betriebe. 398 davon geben an, bereits am Standort Nürnberg auszubilden. Ein Viertel (24,9%) der an die Firmenumfrage teilnehmenden Unternehmen bildet somit aus. Diese etwas geringe Anzahl relativiert sich, berücksichtigt man, dass in diesen Betrieben mehr als dreiviertel (76,6%) aller Beschäftigten tätig sind. Es sind also überwiegend die größeren Unternehmen, die die Ausbildungsaufgaben in Nürnberg übernehmen.

Überwiegend große Unternehmen bilden in Nürnberg aus

Abb. 55: Anteil der Ausbildungsbetriebe

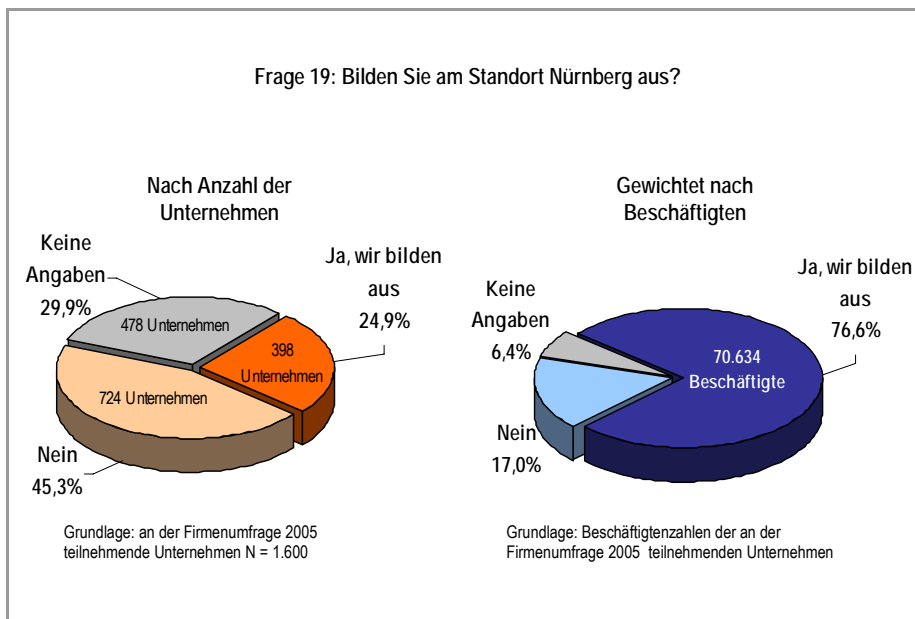
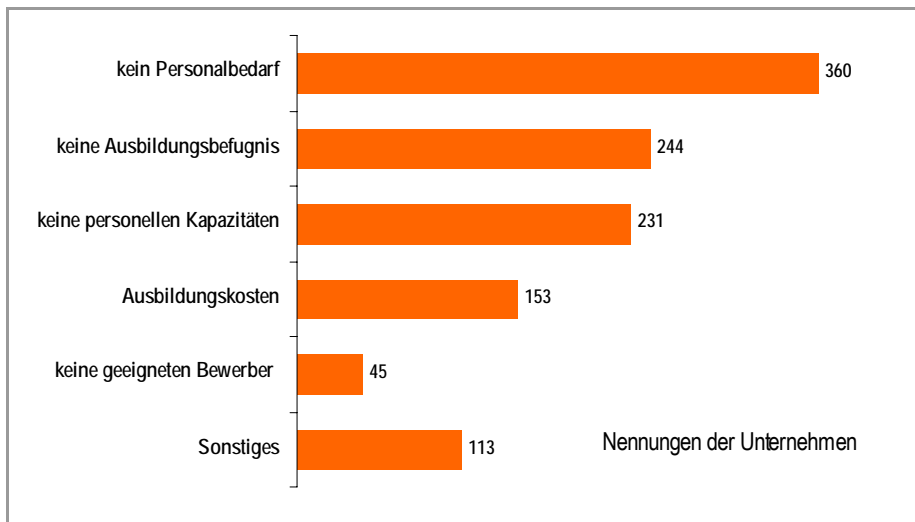


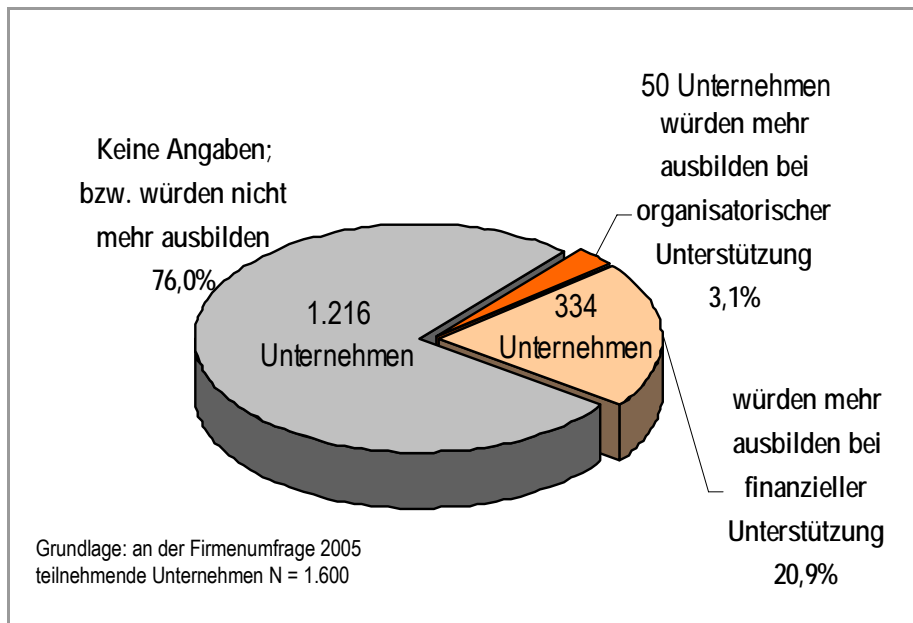
Abb. 56: Gründe nicht auszubilden



In den meisten Fällen wird das Nicht-Ausbilden mit mangelndem Personalbedarf begründet. Fehlende Ausbildungsbefugnisse und fehlende personelle Betreuungskapazitäten sind die nächsthäufig genannten Gründe, die Unternehmen dafür angeben, weshalb sie gegenwärtig keine Auszubildenden haben.

Meist mangelnder Personalbedarf als Hauptgrund für Nichtausbildung

Abb. 57: Unter welchen Bedingungen würden die Unternehmen zusätzlich ausbilden



Rund ein viertel - vornehmlich kleinere - Unternehmen geben an, dass sie bereit wären (mehr) auszubilden, wenn sie entweder finanziell entlastet würden oder organisatorische Unterstützung erhielten. Auf die Ausbildungsbereitschaft des Großteils der Unternehmen hätten diese Unterstützungsmaßnahmen allerdings keinen Einfluss.

9. KOMMUNALE WIRTSCHAFTSPOLITIK

9.1 Vorteile am Wirtschaftsstandort Nürnberg

Auf die Frage „Was halten Sie für den größten Vorteil des Wirtschaftsstandorts Nürnberg?“ werden 1.654 Antworten gegeben. Als größte Vorteile stechen die gute Infrastruktur Nürnbergs und seine zentrale Lage hervor. Darüber hinaus sind sich die Unternehmen der hohen Lebensqualität zu vernünftigen Preisen und allgemein, der Attraktivität und Schönheit Nürnbergs bewusst.

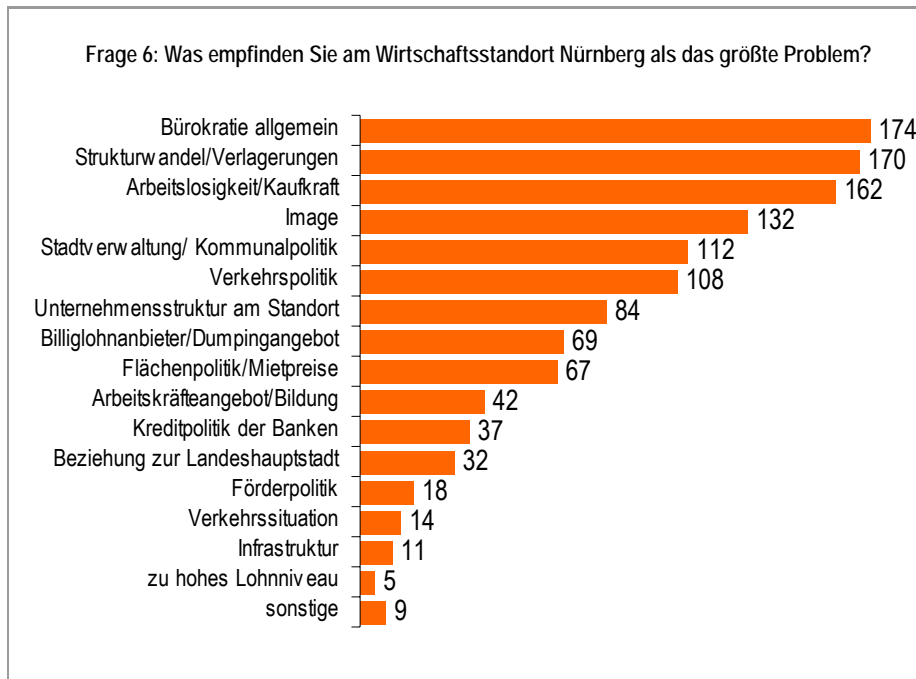
Infrastruktur und zentrale Lage als größter Vorteil für den Wirtschaftsstandort Nürnberg

Tabelle 10: Die größten Vorteile am Standort Nürnberg

Nennungen	Vorteile	Beispiele für einzelne Nennungen (Anzahl)
457	gute Infrastruktur (davon rund 2/3 Verkehr)	gute Infrastruktur (131) ● Messestandort (24), ● Autobahnnetz / Bahnverbindungen / Verkehrslage (244) ● Flughafen (34) ● Flughafenanbindung (6), ● öffentlicher Nahverkehr (6) ● Güterverkehrszentrum (9), ● Hafengesellschaft Nürnberg-Roth (3)
417	gute Lage	(zentrale) Lage (394), ● Nähe zu Osteuropa (23)
221	hohe Lebensqualität	(geringe) Lebenshaltungskosten (108) ● hohe Lebensqualität (56), ● niedrige Mietkosten (23), ● kulturelles Angebot (16), ● attraktive Innenstadt (7) ● gutes Klima (5), ● das Opernhaus (2), ● Nachtflugverbot (2), ● höchste Brauereidichte (Umland) (2)
147	attraktive Stadt	Stadtgröße (63) ● Tradition der Stadt (20), ● Stadtbild (Burg etc.) (17), ● Bekanntheitsgrad (17), ● gutes Image (15), ● guter Tourismus- standort (6), ● "Nürnberger" Spezialitäten ● Fränkische Mentalität (2), ● Nebeneinander von Alt und Neu
122	gute Region	attraktives Umland (40), ● Einbindung in Ballungsraum Nbg/Er/Fü (31), ● großes Einzugsgebiet (22), ● Metropolregion (21), ● Zugehörigkeit zum Land Bayern (6), ● Nähe zum Kunden (2)
87	gute Qualifizierung	qualifiziertes Personal (Arbeitskräfte) (45), ● Uni-Erlangen / FH Nürn- berg (35), ● gutes Angebot an gewerblichen Arbeitnehmern (7)
79	gute Wirtschaftsstruktur	Unternehmensvielfalt und Diversifikation (30), ● gesunder Mittelstand (19), ● Konsumkraft (11), ● zahlreiche Zulieferer (7), ● traditionsreiche Industrie (5), ● starkes Dienstleistungsgewerbe (3), ● Wirtschaftskraft (3), ● gute Handelsstruktur
23	Kompetenzbranchen	Kompetenz im Technologiebereich (16), ● Kompetenzinitiativen (4), ● Telekomindustrie (1), ● Potenzial im Bereich Schienenlogistik (1), ● Branchennetzwerke (1)
21	gute Zukunftsaussichten	Entwicklungspotenzial (18), ● gute Marktchancen (2), ● Exportorientierung der Region
10	gute öffentliche Unterstützung	Arbeit der Stadtverwaltung (7), ● Nähe zu IHK, Zoll, Behörden (3)
10	Verfügbarkeit von Flächen	ausreichend Gewerbeflächen (7), ● Industriesondergebiete, ● Gewerbe- und Büroflächen mit zentraler Lage
9	Gute Sozialstruktur	geringe Kriminalität (8) ● keine Ghettobildung in der Stadt

9.2 Probleme am Wirtschaftsstandort Nürnberg

Abb. 58: Die größten Probleme am Standort Nürnberg



Neben dem zu hohen Bürokratieaufwand im Allgemeinen werden der sich vollziehende Strukturwandel und die Gefahr von Unternehmensabwanderungen in die neuen EU-Länder als die größten Probleme am Standort Nürnberg empfunden. Begründet wird dies mit dem Rückgang des produzierenden Gewerbes bzw. dem Wegfall der Industrie. Ein weiteres großes Problem stellt die hohe Arbeitslosigkeit dar. Die damit einhergehenden Einkommenseinbußen und Liquiditätsprobleme von Kunden führen nach Ansicht vieler Unternehmen zu einem Rückgang der Kaufkraft.

Sehr wichtig ist den Firmen auch eine funktionierende Kooperation mit Stadtverwaltung und Kommunalpolitik. Die Stadt hat in den letzten Jahren viel zur Verbesserung der Kundenbeziehung zu den Unternehmen unternommen wie z.B. der Einrichtung der Dienstleistungszentren DLZ-Bau und Dienstleistungsbüro Veranstaltungen oder die Etablierung der Betriebsbetreuungseinheit Rathaus Direkt im Amt für Wirtschaft. Es zeigt sich, dass der vom Wirtschaftsreferat verfolgte Ansatz zur Verbesserung der Kundenbeziehung weiterhin ein wichtiges Aufgabenfeld darstellt und noch Verbesserungspotenzial birgt.

In der folgenden Tabelle sind typische Beispiele dafür aufgeführt, was die Unternehmen als Probleme benennen.

Bürokratie im Allgemeinen und Strukturwandel sind die größten Standortprobleme

Verbesserung der Kundenbeziehung weiterhin wichtiges Aufgabenfeld

Tabelle 11: Die größten Probleme am Standort Nürnberg - Beispiele

zusammengefasste Problemfelder	Beispiele für einzelne Nennungen
Bürokratie allgemein	Bürokratieaufwand zu hoch, gesetzliche Hemmnisse, zu wenig Werbefreiheit, zu hohe Umweltauflagen, Bürokratie der Arbeitsagentur, Zwangsmitgliedschaft IHK, Verbot großflächiger Werbung auf Gebäude
Strukturwandel/ Verlagerungen	Rückgang der produzierenden Betriebe, Wegfall der Industrie, Abwanderung in neue EU-Länder, deutscher Mittelstand schwindet
hohe Arbeitslosigkeit/ geringe Kaufkraft	Gehalt zu gering, Sozialstruktur der Bevölkerung (zunehmende Verarmung der Bevölkerung), Liquiditätsprobleme vieler Kunden durch Arbeitslosigkeit
Image	Bekanntheitsgrad gering, überwiegend ältere Touristen, Fränkische Mentalität, Image als Industriestadt, schlechtes Wirtschaftsklima, Nürnberg schlägt sich unter Wert, kein gutes Marketing der Region-Darstellung
Kritik an der Stadtverwaltung und Politik	fehlende Werbung für Mittelstand, keine Zusammenarbeit Handel und Stadt, mangelndes Interesse an Gewerbebetrieben
Verkehrspolitik	Verkehrspolitik allgemein, Frankenschnellweg (Rampen), Parkplätze, zu geringe Investitionen in Verkehrsinfrastruktur
Unternehmensstruktur am Standort	Überangebot Einzelhandel, fehlende Großbetriebe, fehlende innovative Betriebe, wenig internationale Konzerne
Konkurrenz durch Billiglohnanbieter und Dumpingangebote	Auftragsvergaben an externe Anbieter, Konkurrenz durch Ketten/ Großkonzerne, Vergabe öffentlicher Aufträge an Billiganbieter, Konkurrenz durch öffentliche und gemeinnützige Institutionen
Flächenpolitik/ Mietpreise	Ausweisung von Gewerbeflächen, Überangebot an Gewerbeflächen, Gewerbeflächenstruktur, Betriebe werden aus Mischgebieten vertrieben, keine preiswerten Büroflächen, Überangebot an Büroflächen, Leerstände von Immobilien
Arbeitskräfteangebot/ Bildung	Mangel an Fachkräften, Bildungsniveau, Bildungsangebot, hohe Zahl ungelerner Arbeitskräfte, Ausbildungsstruktur nicht akzeptabel
Kreditpolitik der Banken	Beziehungen zu Kreditinstituten, geringe Investitionen
Beziehung zur Landeshauptstadt München	Landespolitik und Verhältnis zu München
Förderpolitik	Zuschüsse/ Subventionen an unrentable Unternehmen, Investitionen überwiegend in Großprojekte, Ausgaben für wenige, damit Verzicht für viele
Verkehrssituation	gesperrte Straßen/ Innenstadt, schlechte Straßen, Verkehrsanbindung des Industriegebietes am Hafen, Verkehrsanbindung Innenstadt, Verkehrsanbindung Flughafen
Infrastruktur	öffentliche Toiletten, Flugverbindung zu Städten
zu hohes Lohnniveau	Lohnniveau zu hoch in Nürnberg
sonstige	Macht der Gewerkschaften, Einstellung Bevölkerung hinsichtlich Finanzdienstleister, Öffnungszeiten, Events oft zur falschen Zeit (Wetter/Touristen) z.B. Blaue Nacht

9.3 Gewünschte Schwerpunkte der Wirtschaftspolitik

Die Unternehmen waren in Frage Nr. 5 gebeten worden mitzuteilen, in welchen Bereichen ihrer Meinung nach wirtschaftspolitische Schwerpunkte auf Kommunal-ebene gesetzt werden sollten. Auf diese Frage antworteten 858 Unternehmen. Insgesamt wurden 1.169 Nennungen zu diesem Thema abgegeben.

An erster Stelle, mit 193 Nennungen, wird die Förderung der ansässigen Unternehmen gefordert, wobei hier besonders die kleinen und mittleren Betriebe genannt werden. Als zweiter wirtschaftspolitischer Schwerpunkt wird die Weiterarbeit an der Verbesserung des Standortimages gewünscht. 144 Unternehmen fordern - an dritter Stelle genannt - die Stadt auf, verstärkt Maßnahmen zur Deregulierung und zum Bürokratieabbau zu unternehmen. Aus nachfolgender Tabelle ist ersichtlich, wo Prioritäten gesehen werden.

Förderung der KMU wichtiger Schwerpunkt aus Unternehmenssicht

Tabelle 12: Gewünschte Schwerpunkte der städtischen Wirtschaftspolitik

Schwerpunkte	Nennungen Anzahl
1 Förderung von kleinen und mittleren Betrieben	193
2 Standortattraktivität, Standortimage, Imagewerbung	147
3 Abbau Bürokratie, Verwaltung, Auflagen, Deregulierung, Flexibilität	144
4 Firmenabwanderung stoppen, Firmenumzüge, Akquisition von Firmen	112
5 Arbeitslosigkeit / -markt	55
6 Gemeinsame Anstrengungen / Kooperation /Zusammenarbeit	54
7 Verkehrspolitik (Straßenverkehr allgemein; Parkplätze)	48
8 Auftragsvergabe an Klein- und Mittelbetriebe	46
9 Steuererleichterungen, Kapitalzuschüsse, Risikokapital	43
10 Infrastruktur	43
11 Forschung und Entwicklung, Innovationen	29
12 Flächenpolitik Gewerbe	24
13 Stadtteilentwicklung (Altstadt, Südstadt, Innenstadt)	23
14 Dienstleistungsbranche stärken	18
15 Existenzgründung	16
16 Industrie / produzierendes Gewerbe stärken	16
17 Aus- und Fortbildung, Lehrstellen	10
18 Fremdenverkehr / Tourismus	10
19 Förderung von Investitionen, Investitionsklima	9
20 Kommunikationswirtschaft	9
21 Handwerk stärken	9
22 Umweltpolitik	8
23 Flächenpolitik Wohnen	8
24 Großkonzerne und Großprojekte (z.B. Einzelhandel) einschränken	6
25 Großprojekte (z.B. Einzelhandel, Gewerbeparks) fördern	6
26 Energiepolitik	5
27 neue Großveranstaltungen, Freizeitgroßbetriebe (z.B. Musical)	4
28 Abfallentsorgung	4
29 Privatisierung, Outsourcing	3
30 Abbau städtischer Dienstleistungen	3
Sonstige	37

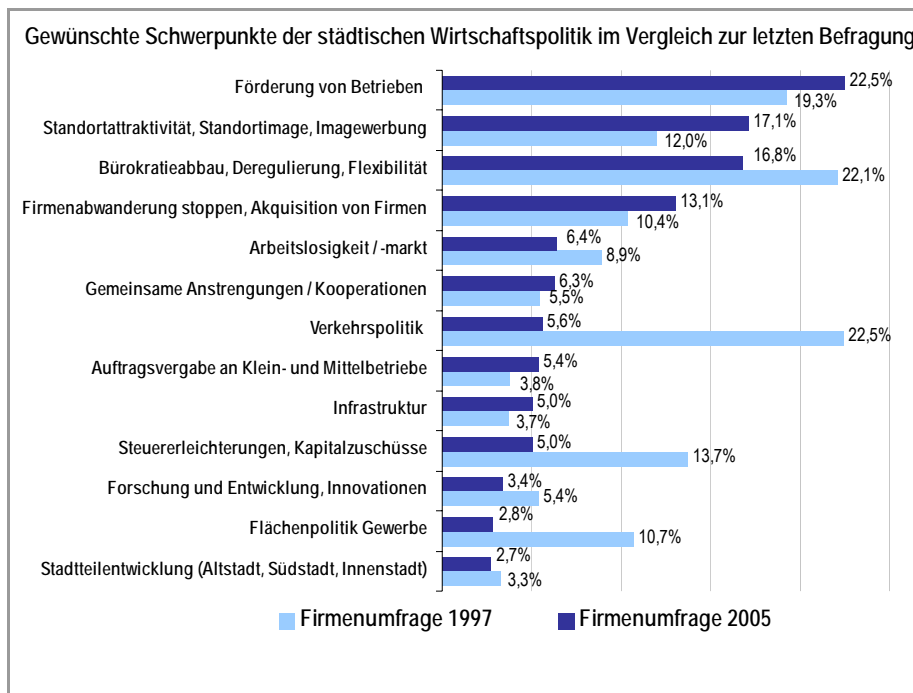
In der folgenden Tabelle sind Beispiele für einzelne Nennungen der Unternehmen zu den gewünschten Schwerpunkten der kommunalen Wirtschaftspolitik aufgeführt:

Tabelle 13: Gewünschte Schwerpunkte der städtischen Wirtschaftspolitik - einige Originaltöne:

Schwerpunkt-Oberbegriffe	Beispiele für einzelne Nennungen
Förderung von Betrieben (insbesondere kleine und mittlere Unternehmen)	Den Mittelstand bewahren● Unternehmensförderungen und Genehmigungen● Förderung nicht nur von großen Unternehmen, sondern auch von kleineren Mittelständlern● Unterstützung von ortsansässigen inhabergeführten und ortsgebundenen Geschäften (Einzelhandel, Handwerk etc.) bei dem das Geld auch in der Region verbleibt.● Unternehmensförderung● Förderung bereits etablierter Firmen● Förderung der kleinen Unternehmen● Unterstützung mittelständischer/kleinerer Unternehmen● Förderung kleinerer Unternehmen (speziell Handel) um die Stadt lebendig zu halten...
Standortattraktivität, Standortimage, Imagewerbung	Positives Image als Wirtschaftsstandort hervorheben● Es sollte mehr für Nürnberg geworben werden, auch international● Attraktivität für produzierendes Gewerbe bieten● Attraktivität für Großinvestoren herausstellen - Magnetwirkung für Industrie● Standortvorteile für High-Tech-Industrie sowie Dienstleistungen herausstellen● Klares Image der Stadt der Menschenrechte, weg vom Bratwurst- und Lebkuchenimage● Standort-Marketing, Werbung; Standortdarstellung, Standorttransparenz● Werbung● Imagewerbung für die Stadt, die auch ankommt Ziel: Ansiedlung neuer Unternehmen● Image der Stadt fördern● Mehr Anziehungskraft für ausländische Investoren...
Bürokratie, Verwaltung, Auflagen, Deregulierung, Flexibilität	schnelle und flexible Entscheidungen bei Baumaßnahmen● Abbau von Bürokratie und anderen hemmenden Verfahren● Vereinfachungen von Genehmigungsverfahren● Abbau d. Bürokratie / einfache und schnelle Verwaltungswege und -verfahren● Hilfe bei Genehmigungen● Schnelligkeit der Bearbeitung● Unterstützung, Vereinfachung und Beschleunigung von Genehmigungen und Verwaltungsverfahren● Flexible und schnelle Genehmigungsverfahren● weniger Auflagen beim Ausbau eines schon bestehenden Firmenstandortes● Freiheiten für Unternehmer● Für Bau-Einsatzfahrzeuge bessere Einfahrt/Durchfahrt- und Parkmöglichkeiten ohne aufwändige + kostenpflichtige Sondergenehmigungen● Freigabe/Aufgabe von Veränderungssperren / Erleichterte Nutzungsänderung von Immobilien● Bürokratieabbau - Abbau von städtischen Regelungen...
Firmenabwanderung, Firmenumzüge, Akquisition/Anwerbung von Firmen	Ansiedlung von Unternehmen fördern● Erhalt bestehender Unternehmen und Arbeitsplätze● Maßnahmen gegen Abwanderung von Unternehmen● Ansiedlung von produktiven Firmen zwecks Arbeitsplätze● Ansiedlung von Betrieben, die echte Wertschöpfung betreiben (Industrie, Produktion)● mehr Ansiedlungen von produzierenden Firmen, weniger Handelsriesen auf der grünen Wiese● Firmenzentralen zu halten, anzusiedeln● Ansiedlung von Gewerbe + Industrie● Firmenzentralen sollten gehalten werden● Stopp der Abwanderung von Betrieben aus Nürnberg● Neuansiedlung von Firmen● Das Halten von Produktionsbetrieben in Nürnberg● Firmenverlegung (nach Nürnberg)● Personalintensive Betriebe am Standort Nürnberg halten...
Arbeitslosigkeit / -markt	Erhaltung/Schaffung von Arbeitsplätzen● Beschäftigungspolitik● Arbeitsmarkt, Abbau Arbeitslosigkeit● Arbeitspolitik● Hilfe bei der Suche nach Arbeitskräften
Gemeinsame Anstrengungen / Kooperation /Zusammenarbeit	Kooperationsplattform schaffen● Förderung der Kontakte zu neuen EU-Mitgliedern● Förderung regionaler Verbindungen und Kreisläufe● im Internet unter Stadt Nbg. Eine Plattform für den Handel einrichten (nach Fachrichtungen) Einkaufen in Nürnberg. (WM 2006)● Metropolregion● Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern...
Verkehrspolitik (ca. 2/3 Straßenverkehr allgemein; ca. 1/3 Parkplätze)	besser fließender Straßenverkehr● Verkehr; Verkehrspolitik● <i>eine Verkehrsführung, welche einem sagt - mach einen großen Bogen um Nürnberg</i> ● Verkehrsanbindungen verbessern● Verkehrsanbindung, Entlastungsstraßen● mehr Parkplätze in der Innenstadt● Verkehrspolitik: weniger zu Lasten des Privat-Kfz / sollten in der Innenstadt willkommen sein; z.B. 3500 kostenlose Parkplätze● mehr Parkplatzangebote im Citybereich...
Auftragsvergabe an Klein- und Mittelbetriebe	Verstärkte Einbeziehung regionaler Unternehmen, auch Dienstleister, bei der Vergabe öffentlicher Aufträge● Auftragsvergabe: bevorzugt regionale Firmen beauftragen...
Steuererleichterungen, Kapitalzuschüsse, Risikokapital	Steuersenkung● Verringerung der Steuerbelastung● Moderate Steuerbelastung● die total überhöhte - im Vergleich zu Nachbarregionen - Gewerbesteuer● Senkung der Gew. Steuer● niedrigere Gewerbesteuern● Für kleine 1-Mann-Betriebe mit Umsätzen unter 5000 € Halbierung der Mehrwertsteuer...
Infrastruktur	Verbesserung der Infrastruktur● Infrastruktur - um ein Abwandern in die umliegenden Dörfer + Kleinstädte zu verhindern.● Ausbau der Infrastruktur; Ausbau des Messestandortes● Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel● Verkehrstechnik und Ausbau als Verkehrsknotenpunkt● Verbesserung der Flugverbindungen; Förderung des Flughafens...

Die Frage, nach den wirtschaftspolitischen Schwerpunkten war auch in der Firmenumfrage 1997 gestellt worden. Aus der folgenden Grafik sind die Verlagerungen der Prioritäten abzusehen, die seit den letzten 8 Jahren stattgefunden haben. War 1997, am häufigst genannt, noch die Verbesserung der Verkehrspolitik, eine der dringlichsten zu lösenden Aufgaben, rangiert die Thematik mittlerweile nur noch an sechster Stelle. Die vielen, auf die 97'er Firmenumfrage folgenden Maßnahmen zur Verkehrsverbesserung (z.B. Aufhebung von Innenstadtsperren, Einrichtung des dynamischen Verkehrsleitsystem etc.) haben offenbar Früchte getragen. Deutlich zugenommen hat dagegen der Wunsch nach gezielter Unterstützung und Förderung der Unternehmen und der Auftrag an die Stadtverwaltung, das Image Nürnberg besser nach außen zu transportieren.

Abb. 59: Änderung des wirtschaftspolitischen Auftrags 1997 zu 2005



C. ANHANG

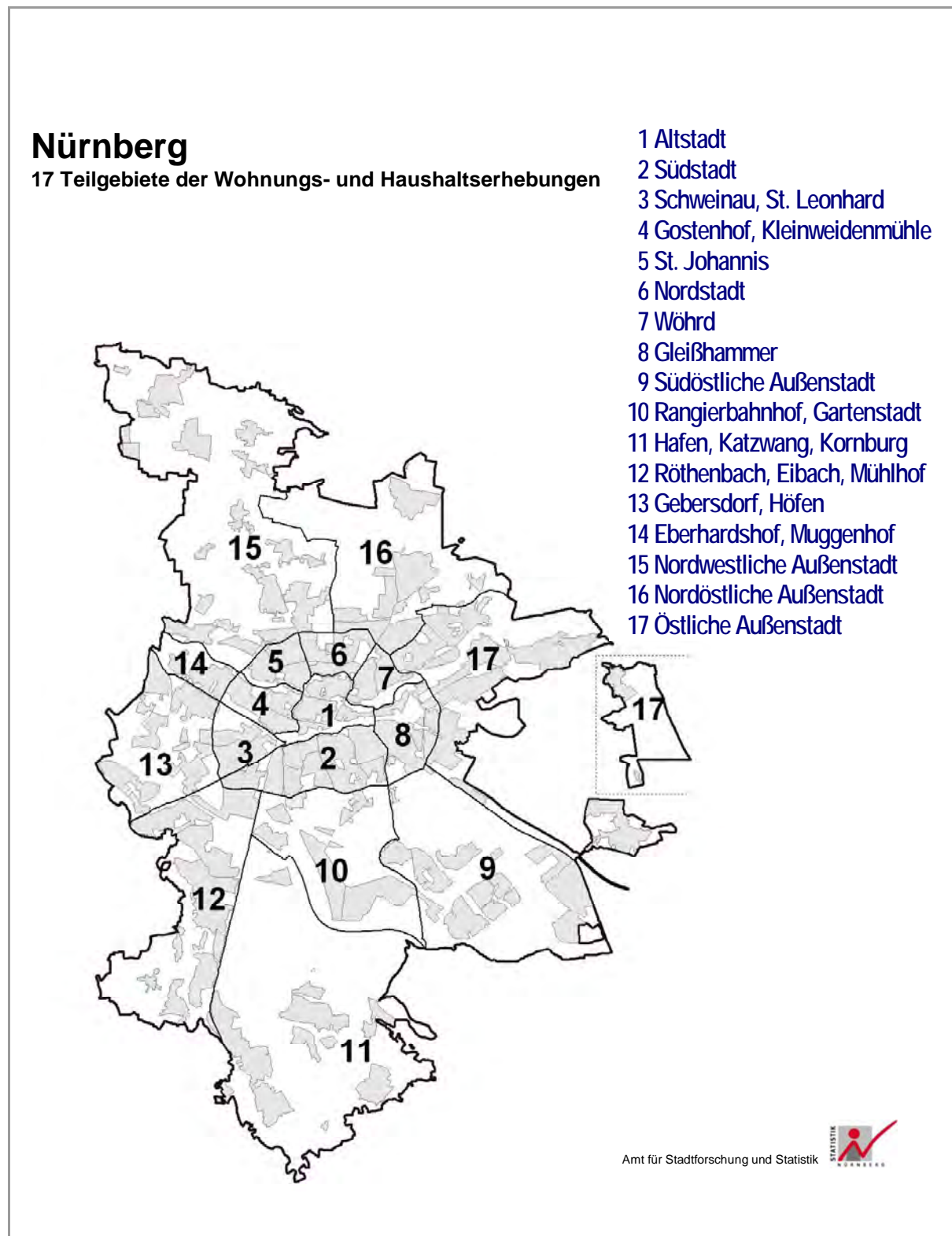
1. Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 1: Antwortende Unternehmen nach Branchenzugehörigkeit im Vergleich	5
Abb. 2: Antwortende Unternehmen nach Betriebsgrößenklassen	6
Abb. 3: Grad der Fremdbestimmung	6
Abb. 4: Lage der wesentlichen Absatzmärkte	7
Abb. 5: Die wichtigsten Kunden der Nürnberger Betriebe	8
Abb. 6: Bekanntheit der städtischen Angebote zur Wirtschaftsförderung	8
Abb. 7: Die wichtigsten Dienstleistungsangebote der Wirtschaftsförderung	9
Abb. 8: Besuch der Homepage wirtschaft.nuernberg.de nach Betriebsklassen	10
Abb. 9: Kontakt mit der städtischen Wirtschaftsförderung	11
Abb. 10: Beurteilung der Betreuungsqualität der Wirtschaftsförderung	11
Abb. 11: Voraussichtliches Investitionsverhalten am Standort Nürnberg	12
Abb. 12: Voraussichtliches Investitionsverhalten - gewichtet	13
Abb. 13: Voraussichtliche Personalentwicklung am Standort Nürnberg	13
Abb. 14: Voraussichtliche Personalentwicklung - gewichtet	14
Abb. 15: Erwartete Beschäftigtenentwicklung innerhalb der Branchen	14
Abb. 16: Erwartete betriebliche Entwicklungen im Vergleich zur Befragung 1997	15
Abb. 17: Standortbezogene Probleme nach der Anzahl der Betriebe	16
Abb. 18: Standortbezogene Probleme gewichtet nach Beschäftigtenzahl	16
Abb. 19: Finanzierungsprobleme innerhalb der Betriebsgrößenklassen	18
Abb. 20: Finanzierungsprobleme innerhalb der Branchen	18
Abb. 21: Finanzierungsprobleme in den Stadtgebieten	18
Abb. 22: Ausprägung des Problems innerhalb der Betriebsgrößenklassen	19
Abb. 23: Probleme bei der Mitarbeitergewinnung je Branchen	19
Abb. 24: Verteilung des Problems innerhalb der Stadtgebiete	19
Abb. 25: Beeinträchtigung der Betriebsgrößenklassen durch Verkehrsprobleme	20
Abb. 26: Beeinträchtigungen durch Verkehrsprobleme nach Branchen	20
Abb. 27: Beeinträchtigungen durch Verkehrsprobleme in den Stadtgebieten	20
Abb. 28: Ausprägung der Beschränkungen je Betriebsgrößenklasse	21

Abbildungsverzeichnis	Seite
Abb. 29: Ausprägung der Beschränkungen nach Branchenzugehörigkeit	21
Abb. 30: Ausprägung der Beschränkungen in den Stadtteilen	21
Abb. 31: Probleme durch fehlende Flächen in den einzelnen Betriebsgrößen	22
Abb. 32: Ausprägung der Flächenproblematik je Branche	22
Abb. 33: Fehlende Erweiterungsflächen nach Lage im Stadtgebiet	22
Abb. 34: Verteilung der Probleme durch Umweltauflagen nach Betriebsgrößen	23
Abb. 35: Unterschiedliche Betroffenheit durch Umweltauflagen je Branche	23
Abb. 36: Verteilung der Umweltauflagenproblematik nach Lage im Stadtgebiet	23
Abb. 37: Häufigkeit der Konflikte je Betriebsgrößenklasse	24
Abb. 38: Nachbarschaftskonflikte innerhalb der Wirtschaftsklassen	24
Abb. 39: Nachbarschaftskonflikte nach Lage im Stadtgebiet	24
Abb. 40: Problematik zu vermarktender Flächen je Betriebsgrößenklasse	25
Abb. 41: Problematik zu vermarktender Flächen je Branchenklasse	25
Abb. 42: Probleme durch Flächenüberbestand in den Stadtgebieten	25
Abb. 43: Veränderung der aktuellen Problemlage zur Umfrage 1997	26
Abb. 44: Erwartete Auswirkungen der EU-Osterweiterung	30
Abb. 45: Positive und negative Auswirkungen der EU-Osterweiterung	31
Abb. 46: Strategien für die zusammenwachsenden Märkte	32
Abb. 47: Geplante internationale Aktivitäten	32
Abb. 48: Geplante internationale Aktivitäten - nach Beschäftigten	33
Abb. 49: Länder mit denen bereits Wirtschaftsbeziehungen bestehen	34
Abb. 50: Die größten Probleme bei der Erschließung int. Märkte	34
Abb. 51: Bekanntheitsgrad der Kompetenzinitiativen	37
Abb. 52: Bekanntheitsgrad der Kompetenzinitiativen – gewichtet nach Beschäftigten	37
Abb. 53: Qualifikationsvielfalt in der Region	40
Abb. 54: Probleme bei der Mitarbeitergewinnung für Nürnberg	42
Abb. 55: Anteil der Ausbildungsbetriebe	44
Abb. 56: Gründe nicht auszubilden	44
Abb. 57: Unter welchen Bedingungen würden die Betriebe zusätzlich ausbilden	45
Abb. 58: Probleme am Standort Nürnberg	47
Abb. 59: Änderung des wirtschaftspolitischen Auftrags 1997 zu 2005	51

Tabellenverzeichnis		Seite
Tab. 1:	Die Standortfaktoren in der Reihenfolge ihrer Bedeutung für die Nürnberger Unternehmen	27
Tab. 2:	Rangfolge der Standortfaktoren nach Zufriedenheitsgrad	28
Tab. 3:	Potenzielle Verlagerungsländer	33
Tab. 4:	Unterstützungsmaßnahmen zur Chancennutzung der EU-Osterweiterung	35
Tab. 5:	Die häufigst genannten Schlüsseltechnologien	39
Tab. 6:	Am Standort Nürnberg schwer zu findende Qualifikationen	40
Tab. 7:	Vermisste Studiengänge und Fachrichtungen am Standort Nürnberg	41
Tab. 8:	Standortbezogene Probleme der Mitarbeitergewinnung	43
Tab. 9:	Arbeitnehmerbezogene Probleme der Mitarbeitergewinnung	43
Tab. 10:	Die größten Vorteile am Standort Nürnberg	46
Tab. 11:	Probleme am Standort Nürnberg – Beispiele	48
Tab. 12:	Gewünschte Schwerpunkte der städtischen Wirtschaftspolitik	49
Tab. 13:	Gewünschte Schwerpunkte der städtischen Wirtschaftspolitik – einige Originaltöne:	50

2. Übersichtskarte der Stadtteilgebiete



3. Exemplar des Fragebogens



Interne Bearbeitungsmerkmale:

Pr Ad Co Sc **Nürnberger Firmenumfrage 2005**

Senden Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen innerhalb von zwei Wochen mit dem beigefügten Umschlag an uns zurück!

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihre Angaben sind freiwillig. Trotzdem bitten wir Sie um eine möglichst vollständige Teilnahme. Aber auch ein nur halb ausgefüllter Fragebogen ist wertvoll und hilfreich. Fragen, die Sie nicht beantworten wollen oder können, lassen Sie daher einfach frei.

Die Daten werden beim Amt für Wirtschaft für die Ziele der Wirtschaftsförderung und Firmenbetreuung gespeichert. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben. Bei der Erfassung und Auswertung der Daten werden wir vom Amt für Stadtforschung und Statistik unterstützt, das auf die Beachtung des Datengeheimnisses strengstens verpflichtet ist.

Und noch eine Bitte: Der Fragebogen wird mit der modernen Scanner-Technik erfasst. Bitte verwenden Sie daher nur einen schwarzen oder blauen Kugelschreiber und achten Sie darauf, dass Ihre Eintragungen innerhalb der vorgesehenen Kästchen bleiben. **Wenn Sie eine Frage nicht ausfüllen möchten oder diese für Sie nicht zutreffend ist, dann bitte einfach frei lassen und nicht durchstreichen.** Für zusätzliche Anmerkungen verwenden Sie bitte ein gesondertes Blatt. Vielen Dank!

Wir haben für Sie beim Amt für Wirtschaft eine Telefon-Hotline eingerichtet. Unter der **Telefonnummer 0911/ 231 57 98** stehen Ihnen unsere Mitarbeiter gerne für Ihre Fragen oder Anregungen im Zusammenhang mit dieser Firmenumfrage zur Verfügung.

1. Welche städtischen Angebote für die Wirtschaft sind Ihnen bekannt?

- Wirtschaftsreferat, Amt für Wirtschaft, Rathaus Direkt
- EU-Büro für Wirtschaft und Arbeit
- DLZ Dienstleistungszentrum Bau
- DLB Dienstleistungsbüro Veranstaltungen
- Sonstige: _____

dieses Feld bitte freilassen ⇒

--	--	--

2. Was erwarten Sie von der Wirtschaftsförderung der Stadt Nürnberg?

Bitte kreuzen Sie die jeweiligen für Sie zutreffenden Felder an

	nicht wichtig	wichtig	sehr wichtig
Hilfe bei Genehmigungen bzw. Verwaltungsverfahren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmenbesuche durch Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationen und Daten zum Wirtschaftsstandort Nürnberg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vermittlung von Gewerbeflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informationsveranstaltungen zu aktuellen Themen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Suche nach Arbeitskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung und Information zu Forschung bzw. Technologietransfer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beratung und Information über Förderprogramme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existenzgründerberatung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standortwerbung für Nürnberg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreuung in Krisenfällen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstiges: _____			

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--

3. Haben Sie die Internetseite www.wirtschaft.nuernberg.de schon einmal besucht?

- Ja, wir haben die Seiten besucht, die Informationen darin waren für uns von Nutzen
- Ja, wir haben die Seiten besucht, die Informationen haben uns aber nicht geholfen
- Nein, wir haben die Seiten noch nicht besucht

Evtl. Bemerkungen dazu: _____

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--	--	--

4. Hatten Sie schon Kontakt mit der städtischen Wirtschaftsförderung?

(Wirtschaftsreferat, Amt für Wirtschaft oder Rathaus Direkt)

Ja

Nein

Falls Sie bereits Kontakt hatten: Wie benoten Sie die Betreuungsqualität Ihres Unternehmens durch die städtische Wirtschaftsförderung?

Bitte vergeben Sie eine Schulnote von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)

Note 1 2 3 4 5 6

Evtl. Bemerkungen dazu: _____

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--

5. In welchen Bereichen der städtischen Wirtschaftspolitik sollten Ihrer Meinung nach Schwerpunkte gesetzt werden?

diese Felder bitte freilassen ⇒

6. Was empfinden Sie am Wirtschaftsstandort Nürnberg als das größte Problem?

1. _____

2. _____

3. _____

diese Felder bitte freilassen ⇒

7. Was halten Sie für den größten Vorteil des Wirtschaftsstandorts Nürnberg?

1. _____

2. _____

3. _____

diese Felder bitte freilassen ⇒

8. Wie wichtig sind die unten genannten Standortfaktoren für Ihr Unternehmen und wie zufrieden sind Sie damit am Standort Nürnberg?

	Note Wichtigkeit				Note Zufriedenheit			
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
Arbeitsmarkt								
Angebot an Facharbeitern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an Führungskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an ungelernten Arbeitskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lohn- und Gehaltsniveau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Noch zu Frage 8

	Note Wichtigkeit				Note Zufriedenheit			
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	un- wichtig	sehr zu- frieden	zufrie- den	weniger zu- frieden	unzu- frieden
Steuern / Gebühren								
Gewerbesteuerhebesatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grundsteuerhebesatz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarife für Ver- und Entsorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Immobilien								
Angebot an Gewerbe- / Büroflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grundstückspreise / Gewerbemieten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit v. Wohnimmobilien (Eigentumsobj.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit von Wohnimmobilien (Mietobjekte)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preise für Wohnraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkehr								
Straßenanbindung im Stadtgebiet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autobahnanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schienanbindung - überregional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flugverbindungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wirtschaftsklima								
Arbeitsweise der Stadtverwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dienstleistungsangebot der Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gewährung von staatl. Förderprogrammen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lagevorteile								
Lage zu Absatzmärkten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Unternehmen der eigenen Branche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebot an unternehmensnahen Dienstleistern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lage zu Bildungs- und Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu wirtschaftsnahen Institutionen/Verbänden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Noch zu Frage 8

	Note Wichtigkeit				Note Zufriedenheit			
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
Weiche Standortfaktoren								
Lebenshaltungskosten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schul- und Bildungsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freizeit- und Kulturangebot / Erholungswert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomisches Angebot / Angebot an Hotels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Welche Funktionen werden von Ihrem Unternehmen am Standort Nürnberg wahrgenommen?

- | | |
|--|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Geschäftsleitung | <input type="checkbox"/> Beschaffung |
| <input type="checkbox"/> Forschung und Entwicklung | <input type="checkbox"/> Marketing |
| <input type="checkbox"/> Produktion | <input type="checkbox"/> Verkauf |
| <input type="checkbox"/> Verwaltung | <input type="checkbox"/> Logistik |

10. Wo werden die strategischen Entscheidungen für Ihr Unternehmen getroffen?

- Hier, direkt am Standort bzw. in einer Zentrale mit Sitz in Mittelfranken
- In einer Zentrale mit Sitz in Deutschland, aber außerhalb der Region Mittelfranken
- In einer Zentrale mit Sitz im europäischen Ausland
- In einer Zentrale mit Sitz außerhalb Europas

11. Wo liegen die wesentlichen Absatzmärkte Ihres Unternehmens?

(Mehrfachnennungen möglich)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Region Nürnberg | <input type="checkbox"/> EU (alte Mitgliedstaaten) |
| <input type="checkbox"/> Deutschland | <input type="checkbox"/> EU (neue Mitgliedstaaten - insbesondere Osteuropa) |
| <input type="checkbox"/> Weltweit (außerhalb der EU): _____ | |

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--

12. Sind Ihnen folgende Kompetenzinitiativen (Netzwerke) der Region bekannt?

	Ist mir bekannt	Ich habe Interesse an Informationen	Ist mir nicht bekannt
NIK Nürnberger Initiative für die Kommunikationswirtschaft e. V.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
CNA Center for Transportation & Logistics Neuer Adler e. V.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EnergieRegion Nürnberg e. V.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medizin, Pharma und Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neue Materialien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Gibt es Schlüsseltechnologien, von denen Sie sich in den nächsten Jahren entscheidende Impulse bzw. Innovationen für Ihr Geschäft erwarten? Wenn ja, welche?

Ja, folgende: _____

Nein

diese Felder bitte freilassen ⇨

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

14. Gibt es bei der Mitarbeitersuche für Ihr Unternehmen spezielle Qualifikationen, Studien- oder Fachrichtungen, die nur schwer von Bewerbern aus der Region Nürnberg gedeckt werden können?

Ja, folgende: _____

Nein

diese Felder bitte freilassen ⇨

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

15. Vermissen Sie bestimmte Studiengänge im Hochschulangebot oder Schwerpunkte von Forschungseinrichtungen der Region?

Ja, folgende: _____

Nein

diese Felder bitte freilassen ⇨

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

16. Haben Sie Probleme, qualifiziertes Personal nach Nürnberg zu holen? Falls "Ja", worin sehen Sie die Gründe dafür?

Nein, keine Probleme

Ja, aus folgenden Gründen: _____

diese Felder bitte freilassen ⇨

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

17. Mit welchen Entwicklungen rechnen Sie innerhalb der nächsten 5 Jahre für Ihre Nürnberger Betriebsstätte?

keine Veränderungen erwartet

Erweiterung des Standortes Nürnberg

Verkleinerung des Standortes Nürnberg

Verlagerung

Sonstiges: _____

Personalaufbau

Personalabbau

Betriebsübergabe an Nachfolger

Betriebsaufgabe

diese Felder bitte freilassen ⇨

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

18. Welche standortbezogenen Probleme sehen Sie für Ihre Betriebsstätte?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Keine Erweiterungsflächen | <input type="checkbox"/> Probleme durch Umweltauflagen |
| <input type="checkbox"/> Planungs- und baurechtliche Beschränkungen | <input type="checkbox"/> Konflikte mit der Nachbarschaft |
| <input type="checkbox"/> Vermarktung von Gebäudeteilen / leeren Flächen | <input type="checkbox"/> Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter/-innen |
| <input type="checkbox"/> Verkehrsprobleme, und zwar: | <input type="checkbox"/> Finanzierung |

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--

- Sonstige: _____
- Keine

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--

19. Bilden Sie am Standort Nürnberg aus?

Ja, wir haben

--	--	--

 (Anzahl) Auszubildende

Nein, hauptsächlich aus folgenden Gründen:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> wegen der Ausbildungskosten | <input type="checkbox"/> können keine geeigneten Bewerber finden |
| <input type="checkbox"/> haben keinen Personalbedarf | <input type="checkbox"/> haben keine personellen Kapazitäten |
| <input type="checkbox"/> haben keine Ausbildungsbefugnis | |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____ | |

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--

- Wir würden (mehr) ausbilden, wenn wir organisatorische Ausbildungsunterstützung erhielten
- Wir würden (mehr) ausbilden, wenn wir finanzielle Ausbildungsunterstützung erhielten

Die Märkte mit anderen Staaten wachsen stärker zusammen.**20. Mit welchen Auswirkungen der EU-Osterweiterung auf die Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens am Standort Nürnberg rechnen Sie?**

- überwiegend positive Auswirkungen keine Auswirkungen überwiegend negative Auswirkungen

Evtl. welche? _____

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--

21. Verfolgen Sie Strategien innerhalb der nächsten 3 Jahre in diesem Zusammenhang?

- Ja
- Nein, wir haben keine Planungen, obwohl dies für uns ein Thema ist (bitte überspringen Sie die Frage 22)
- Nein, Globalisierung ist für uns generell kein Thema (bitte überspringen Sie die Fragen 22 - 25)

22. Planen Sie über Ihre bereits bestehenden Wirtschaftsbeziehungen hinaus neue internationale Aktivitäten? Bitte kreuzen Sie das Zutreffende an

	Baltische Staaten	Polen	Tschechien	Slowakei	Slowenien	Ungarn	Malta/ Zypern	Ukraine	Bulgarien/ Rumänien	Türkei	China
Verstärkung der Messeaktivitäten in ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verstärkte Beschaffung von Produkten / Dienstleistungen aus ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkauf von Waren und Dienstleistungen aus ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verstärkter Export nach ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beauftragung von Betriebsagenturen in ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investitionen in ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nutzung von F&E-Einrichtungen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigene Produktion auf-/ausbauen in ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigene Niederlassung Vertrieb auf-/ausbauen ..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigene Entwicklungsabteilung auf-/ausbauen ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Partnerschaften mit Unternehmen aus ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir beabsichtigen dorthin zu verlagern ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beteiligung an Ausschreibungen in ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir unterhalten bereits Wirtschaftsbeziehungen zu:												
..... <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Welche Probleme sehen Sie für Ihr Unternehmen bei der Markterschließung der neuen internationalen Märkte?

Ja, folgende: _____

- keine Probleme
- kein Thema für uns

diese Felder bitte freilassen ⇒

--	--	--	--	--	--	--	--

--

24. Welche Unterstützungsmaßnahmen zur Nutzung der Chancen der EU-Osterweiterung könnten Sie sich vorstellen?

diese Felder bitte freilassen ⇨	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>						

25. Zu welchen Ländern (weltweit) sind künftig Kontakte bzw. Geschäftsbeziehungen für Ihr Unternehmen von besonderem Interesse?

diese Felder bitte freilassen ⇨	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>								

26. Welcher Branche ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?

dieses Feld bitte freilassen ⇨	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>				

27. Welchen Branchen sind Ihre Hauptkunden zuzuordnen?
(Bitte nur ausfüllen, falls Sie sich auf bestimmte Branchen spezialisieren)

diese Felder bitte freilassen ⇨	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>										

28. Wieviele Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) beschäftigen Sie am Standort Nürnberg, d. h. im Stadtgebiet?

<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> <td style="width: 20px; height: 20px;"></td> </tr> </table>							Mitarbeiter/-innen (notfalls genügt ein Schätzwert)

29. Wie lautet der Firmenname und die Anschrift Ihres Betriebes in Nürnberg?

Firmenname: _____	
Straße: _____	
Tel./Fax: _____	
E-Mail: _____	Web-Site: _____
Ansprechpartner/-in: _____	

Die Angaben zum Ansprechpartner/-in werden nicht elektronisch gespeichert und dienen nur für evtl. Rückfragen zum Fragebogen.

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen mit dem beigefügten Umschlag an uns zurück!

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Herausgeber:

Stadt Nürnberg


Wirtschaftsreferat

Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg

Redaktion:

Amt für Wirtschaft

Theresienstraße 9, 90403 Nürnberg

 0911/231-29 98 oder -28 03

Fax: 0911/231-27 62


e-mail: wirtschaft@stadt.nuernberg.de

Internet:

www.wirtschaft.nuernberg.de


Ansprechpartner:

Frank Thyroff (Leiter des Amtes für Wirtschaft)

 0911/231-29 98

Fax: 0911/231-27 62

Bernd Schostok

 0911/231-62 60

Fax: 0911/231-27 62

Umschlagentwurf: Amt für Wirtschaft

Umschlagfotos:

Lucent Technologies Network Systems GmbH

Siemens AG

Verkehrsleitsystem Nürnberg

Amt für Wirtschaft der Stadt Nürnberg

Juni 2006

Druck: Osterchrist Druck und Medien GmbH

Informationen:

Telefon: +49 (0) 911 / 231- 62 61

Fax: +49 (0) 911 / 231- 27 62

Amt für Wirtschaft
Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

e-mail: wirtschaft@stadt.nuernberg.de
<http://www.wirtschaft.nuremberg.de>



metropolregion nürnberg

KOMMEN. STAUNEN. BLEIBEN.