

Unternehmensbefragung 2019 im Rhein-Neckar-Kreis

.....

Stand 30.01.2020

Bearbeiter:

Dr. Ulrich Dewald
Christian Worm
Michael Hauschild



Rhein-Neckar-Kreis



GEFAK

Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH
Ockershäuser Allee 40b · 35037 Marburg
Tel.: +49 6421 1728-0 · Fax: +49 6421 1728-28
info@gefak.de · www.gefak.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	4
1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung	5
1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung	5
1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz	6
2 Struktur der befragten Unternehmen	8
2.1 Wirtschaftsbereiche	8
2.2 Kompetenzfelder	9
3 Regionale Vernetzung, Forschung und Entwicklung	12
3.1 Kooperationen in bestehenden Unternehmensnetzwerken	12
3.2 Forschung und Entwicklung, Hochschulkontakte	14
4 Standortbewertung der Unternehmen	15
4.1 Standortzufriedenheit im Landkreis Rhein-Neckar-Kreis	15
4.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren im Rhein-Neckar-Kreis	19
4.2.1 Wichtigkeit der Standortfaktoren	19
4.2.2 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren	20
4.2.3 Standortstärken und -schwächen	21
4.3 Standortzufriedenheit im Vergleich	22
5 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf	24
5.1 Beschäftigtenstruktur	24
5.2 Arbeitskräftebedarf	25
5.3 Stellenbesetzungsprobleme	26
5.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung	28
6 Entwicklungspläne und Standortanforderungen	31
6.1 Mittelfristige Entwicklungspläne	31
6.2 Gewerbeflächenbedarf	32
6.3 Digitalisierung	35
6.4 Mobilitätswende	36
7 Wirtschaft und Wirtschaftsförderung	38
7.1 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung	38
8 Handlungsempfehlungen	42
8.1 Handlungsfeld Fachkräfte	42
8.2 Handlungsfeld Bestandspflege	44
8.3 Handlungsfeld Vernetzung	45
8.4 Handlungsfeld Gewerbeflächen	46
8.5 Handlungsfeld Digitalisierung	48
8.6 Handlungsfeld Nachhaltigkeit und Klimaschutz	51
8.7 Handlungsfeld Fördermittelberatung	52
8.8 Handlungsfeld Unternehmensnachfolge	52
9 Anhang	53
9.1 Anschreiben	53
9.2 Fragebogen	54

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen	8
Abbildung 2	Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik	9
Abbildung 3	Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern	10
Abbildung 4	Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial	12
Abbildung 5	Kontakte zu bestehenden Unternehmensnetzwerken in der Region	13
Abbildung 6	Interesse an Kontakten zu bestehenden Unternehmensnetzwerken in der Region	13
Abbildung 7	Forschung und Entwicklung am Unternehmensstandort	14
Abbildung 8	Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte)	15
Abbildung 9	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)	16
Abbildung 10	Standortbewertung nach Betriebsgröße	17
Abbildung 11	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren	18
Abbildung 12	Wichtigkeit der Standortfaktoren	19
Abbildung 13	Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte) – alle Betriebe	20
Abbildung 14	Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)	21
Abbildung 15	Lage der Vergleichslandkreise	22
Abbildung 16	Standortbewertung im Landkreisvergleich: Rhein-Neckar-Kreis und Landkreis Calw	23
Abbildung 17	Standortbewertung im Landkreisvergleich: Rhein-Neckar-Kreis und Landkreis München	23
Abbildung 18	Betriebe mit Arbeitskräftebedarf	25
Abbildung 19	Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung	26
Abbildung 20	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei qualifizierten Arbeitskräften	27
Abbildung 21	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden	27
Abbildung 22	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Hochschulabsolventen, Meistern und leitend Tätigen	28
Abbildung 23	Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung	29
Abbildung 24	Betriebe mit Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung	30
Abbildung 25	Unternehmensplanungen bis 2022	31
Abbildung 26	Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf	32
Abbildung 27	Flächenerweiterung am Unternehmensstandort grundsätzlich möglich	33
Abbildung 28	Betriebsverlagerung erforderlich	34
Abbildung 29	Inanspruchnahme einer digitalen Dienstleistung	35
Abbildung 30	Herausforderungen der Digitalisierung aus Sicht der Unternehmen	35
Abbildung 31	Maßnahmen zur Mobilitätswende	36
Abbildung 32	Interesse an Maßnahmen zur Mobilitätswende	37
Abbildung 33	Wichtigkeit von Wirtschaftsförderungsaktivitäten	38
Abbildung 34	Aktuell eigener Bedarf an Wirtschaftsförderungsaktivitäten	39
Abbildung 35	Kontakt mit Wirtschaftsförderung	40
Abbildung 36	Wirtschaftsförderung bekannt durch	40
Abbildung 37	Zufriedenheit mit Angeboten der Wirtschaftsförderung	41
Abbildung 38	Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen	47
Abbildung 39	Zufriedenheit mit der Breitbandversorgung	49
Abbildung 40	Zufriedenheit mit der Mobilfunkversorgung	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Verteilung des Rücklaufs nach Betriebsgrößenklassen der antwortenden Betriebe	7
Tabelle 2	Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen	8
Tabelle 3	Kompetenzfelder: Betriebe, Beschäftigte und größte Betriebe	11
Tabelle 4	Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen	24
Tabelle 5	Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate	25
Tabelle 6	Gewerblich genutzte Fläche und zukünftiger Bedarf	32
Tabelle 7	Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf mit Zeitpunkt	33

1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung

1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung

Landkreise und Regionen in ganz Deutschland sehen sich einem starken Standortwettbewerb ausgesetzt. Bei diesem Wettbewerb geht es um eine hohe Lebensqualität, die den jeweiligen Standort für Bevölkerung und Unternehmen attraktiv macht. Mit Blick auf ihre wirtschaftliche Entwicklung sind dabei insbesondere Verdichtungsräume mit zunehmenden Engpässen konfrontiert, etwa bei der Fachkräftesicherung, bei der (Gewerbe-)Flächenentwicklung und der Mobilität. Auf diese Herausforderungen gilt es, regionale Antworten zu finden, die nicht nur in ökonomischer, sondern auch in sozialer und ökologischer Hinsicht nachhaltig sind und die globale Zusammenhänge beachten. Der Rhein-Neckar-Kreis steht mit seinen rund 550.000 Einwohnern in 54 Landkreisgemeinden als wirtschaftsstarker Standort in der Metropolregion Rhein-Neckar diesen Herausforderungen in besonderer Weise gegenüber: Eine seit Jahren boomende Wirtschaft, eine starke Bevölkerungszunahme und enorme Pendlerverflechtungen führen zu ganz unterschiedlichen Ansprüchen an die Regionalentwicklung. Strategien, die innovative und nachhaltige Wege aufzeigen, können nur im Dialog und in Zusammenarbeit mit den Akteuren der Wirtschaft entwickelt werden.

Mit der hier beschriebenen Unternehmensbefragung hat der Rhein-Neckar-Kreis einer Vielzahl von Unternehmen in seinem Landkreis die Möglichkeit gegeben, von Betroffenen zu Beteiligten zu werden. Die aktuellen Standortbewertungen der ansässigen Unternehmen, deren Entwicklungspläne und ihre daraus erwachsenden Standortanforderungen sind von großer Bedeutung für die strategische Ausrichtung der Kreisentwicklung und der Wirtschaftsförderung im Rhein-Neckar-Kreis. Darüber hinaus hat das Landratsamt mit der Unternehmensbefragung Themen in die Unternehmerschaft hinein platzieren können, die für eine nachhaltige Regionalentwicklung wichtig sind. Dadurch sind Pionierunternehmen in Zukunftsfragen sichtbar geworden, die als Vorreiter für eine Weiterentwicklung der Unternehmenslandschaft von besonderer Bedeutung sein können.

Mit der Unternehmensbefragung hat der Rhein-Neckar-Kreis im September 2019 die GEFAK Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH (Marburg) beauftragt. In einer Telefonkonferenz zur Konzeption der Befragung wurden unter Mitwirkung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Stabstelle Wirtschaftsförderung folgende Handlungsfelder von Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung als Themen für den Fragebogen erarbeitet:

Standortzufriedenheit: Bewertung der allgemeinen Standortzufriedenheit, aber auch einzelner Standortbedingungen. Dabei wird die Zufriedenheit in Korrelation zur Wichtigkeit der jeweiligen Standortfaktoren betrachtet.

Fachkräfte: Ermittlung des Bedarfs an Fachkräften, bestehender und künftiger Stellenbesetzungsprobleme, der Betroffenheit vom Fachkräftemangel sowie vorhandener bzw. geplanter Maßnahmen zur Begrenzung des Fachkräftemangels.

Gewerbeflächen: Ermittlung des Bedarfs an Gewerbegrundstücken, aber auch an gewerblicher Nutzfläche in Bestandsimmobilien sowie eventuell vorhandener Flächenüberkapazitäten.

Strategische Unternehmensentwicklung: Ermittlung der betrieblichen Entwicklungsplanungen und der Erwartungen der Wirtschaft in Bezug auf Zukunftsthemen (Digitalisierung, Kooperationspotenziale/Netzwerke, Entwicklungsplanungen der Betriebe, Mobilität etc.).

Qualitätsmanagement: Ermittlung der Anforderungen der Wirtschaft an Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung.

Kontaktmanagement: Aufbau einer Datenbank für die zielgruppengerechte – und datenschutzkonforme – Ansprache der Unternehmen.

Ende September 2019 wurde ein Anschreiben (siehe Anhang 9.2) an die Unternehmen verschickt, in dem für jedes Unternehmen ein individualisiertes Passwort für den Zugang zum Online-Fragebogen gedruckt war.

Um die praktische Verwertbarkeit der Befragungsergebnisse zu gewährleisten, wurde die Befragung in nicht-anonymisierter Form durchgeführt. Im Anschluss an die Befragung wurden die Befragungsergebnisse mit allen einzelbetrieblich zur Verfügung stehenden Informationen aufbereitet und an die Wirtschaftsförderung des Landratsamtes übergeben. Damit steht nun – über die statistischen Auswertungen hinaus – eine aktuelle und umfassende Datengrundlage für die tägliche Arbeit zur Verfügung. Zur Verwertung der Befragungsergebnisse hat die Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises die Befragungsergebnisse in das CRM-System KWIS (Kommunales Wirtschafts-Informationssystem) eingespielt. Durch die Übertragung sämtlicher Unternehmensdaten und der Befragungsergebnisse in diese Software kann das Landratsamt nun gezielt und bedarfsgerecht auf die Unternehmen im Landkreis zugehen. Damit ist gewährleistet, dass die mit der Befragung verbundenen strategischen Ziele auch im Rahmen der operativen Wirtschaftsförderung weiterverfolgt und konkretisiert werden können.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der Befragung dargestellt und einer ersten Analyse unterzogen. Die GEFAK hat in jüngster Vergangenheit ähnliche Untersuchungen durchgeführt, unter anderem in den Landkreisen Calw, Nürnberger Land im Landkreis München. Aufgrund der identischen Methodik werden die Ergebnisse dieser Befragungen zur Interpretation einzelner Befragungsaspekte herangezogen.

1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz

Der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises war es wichtig, möglichst viele relevante Betriebe mit einzubeziehen. Letztlich wurden 1.468 Betriebe angeschrieben, von denen 70 nicht zustellbar waren. Bis zum Redaktionsschluss für die statistische Auswertung haben Betriebe den Fragebogen online ausgefüllt. Bezogen auf alle zugestellten Betriebe entspricht das einer für diese Art von Befragung und der weit gefassten Zielgruppe sehr guten Rücklaufquote von rund 27 Prozent.

Wenn sich im Folgenden bei der Darstellung der Ergebnisse zu einzelnen Fragen niedrigere Summen als 398 Betriebe ergeben, dann ist dies darauf zurückzuführen, dass nicht jedes Unternehmen alle Fragen vollständig bzw. eindeutig beantwortet hat.

Über 40 Prozent der Fragebögen stammen von Kleinbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten, weitere 14 Prozent von Betrieben mit zehn bis unter 20 Beschäftigten (vgl. Tabelle 1). Zusammen kommen demnach knapp 58 Prozent der Antworten von Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten. Unter den übrigen Betrieben ab 20 Beschäftigte befinden sich 39 Großbetriebe mit mindestens 100 Beschäftigten.

Tabelle 1 Verteilung des Rücklaufs nach Betriebsgrößenklassen der antwortenden Betriebe

Betriebsgröße*	Rücklauf	
	Unternehmen	Anteil
1 - 4 Beschäftigte	103	25,88%
5 - 9 Beschäftigte	70	17,59%
10 - 19 Beschäftigte	57	14,32%
20 - 49 Beschäftigte	65	16,33%
50 - 99 Beschäftigte	32	8,04%
100 und mehr Beschäftigte	39	9,80%
Ohne Angabe	32	8,04%
Summe	398	100,00%

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019

* Beschäftigte am Standort

Die mit dieser Befragung erreichten Betriebe hatten zum 30.06.2019 insgesamt 32.609 Beschäftigte am angeschriebenen Standort im Landkreis. Der Arbeitskreis Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder weist für den Rhein-Neckar-Kreis für das Jahr 2016 rund 275.000 Erwerbstätige aus. Damit beziehen sich die Ergebnisse der Unternehmensbefragung auf fast jeden zehnten Arbeitsplatz im Landkreis. Die Mitwirkung der 39 Großbetriebe mit mindestens 100 Beschäftigten signalisiert, dass auch diese für die Region wichtigen Arbeitgeber am Dialog zur strategischen Weiterentwicklung des Landkreises als Wirtschaftsstandort interessiert sind.

2 Struktur der befragten Unternehmen

2.1 Wirtschaftsbereiche

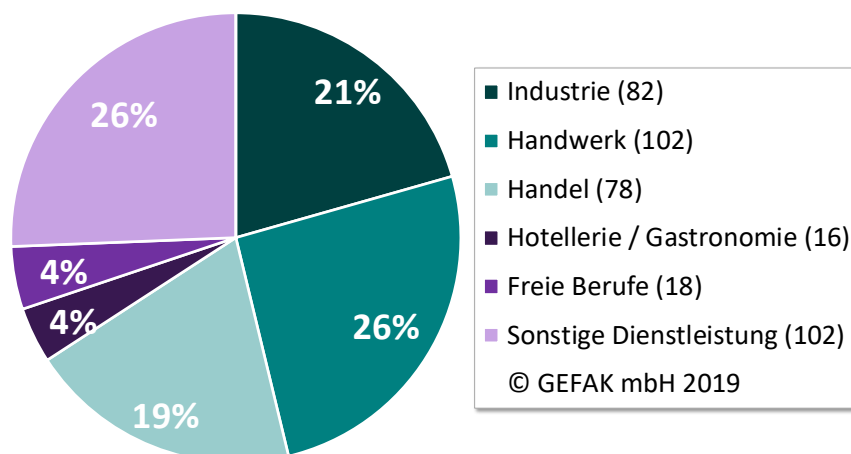
Aus der Zuordnung der antwortenden Betriebe zu einem Unternehmensschwerpunkt lassen sich Aussagen über das Gewicht der Wirtschaftsbereiche an den Befragungsergebnissen ableiten. Bezogen auf die antwortenden Unternehmen haben das Handwerk und die Sonstigen Dienstleistungen mit jeweils 25,6 Prozent den größten Anteil am Rücklauf. Es folgen die Industrie und der Handel mit 20,6 bzw. 19,6 Prozent. Freie Berufe sowie Hotellerie / Gastronomie liegen unter fünf Prozent (vgl. Tabelle 2 bzw. Abbildung 1).

Tabelle 2 Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen

Sektor	Unternehmen	
	Anzahl	Anteil
Industrie	82	20,6 %
Handwerk	102	25,6 %
Handel	78	19,6 %
Hotellerie / Gastronomie	16	4,0 %
Freie Berufe	18	4,5 %
Sonstige Dienstleistung	102	25,6 %
Summe	398	100,0 %

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398)

Abbildung 1 Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen

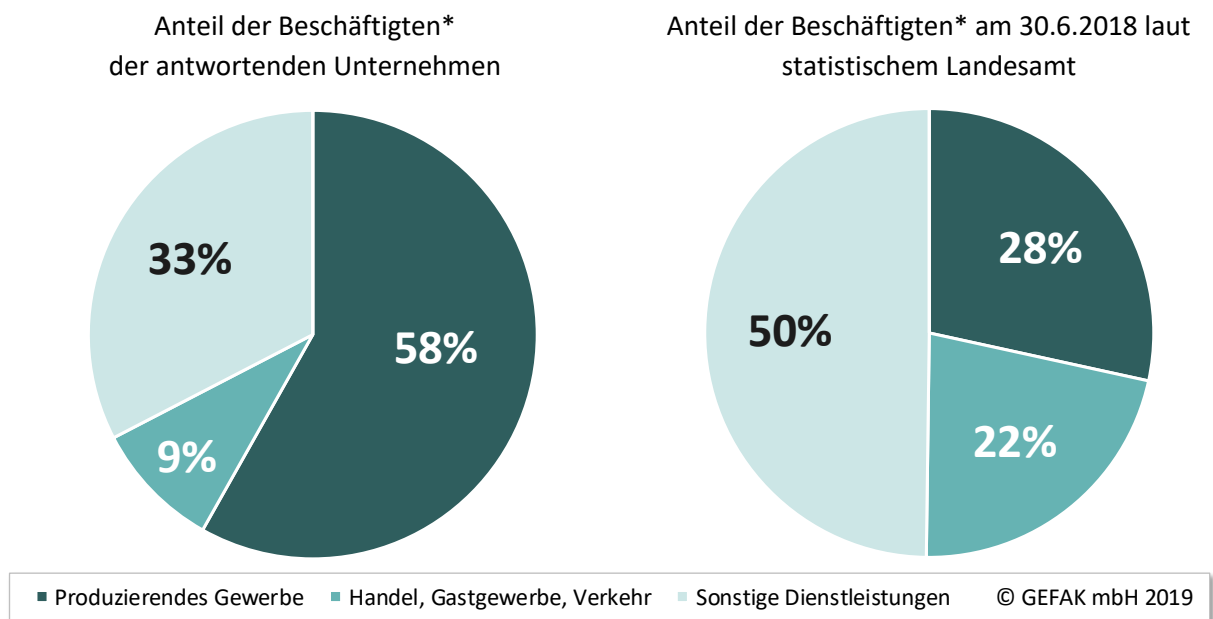


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398)

Fasst man die acht abgefragten Unternehmensschwerpunkte zu den drei großen Wirtschaftsbereichen der amtlichen Statistik Produzierendes Gewerbe, Handel/Gastgewerbe/Verkehr sowie Sonstige Dienstleistungen zusammen und wertet für diese den Anteil der Beschäftigten (am Standort) der antwortenden

Unternehmen aus, so zeigt sich, dass das Produzierende Gewerbe mit 58 Prozent in der Befragung deutlich überrepräsentiert ist. Dementsprechend sind Handel/Gastgewerbe/Verkehr sowie die Dienstleistungsbranchen in der Befragung unterrepräsentiert (Abbildung 2).

Abbildung 2 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik



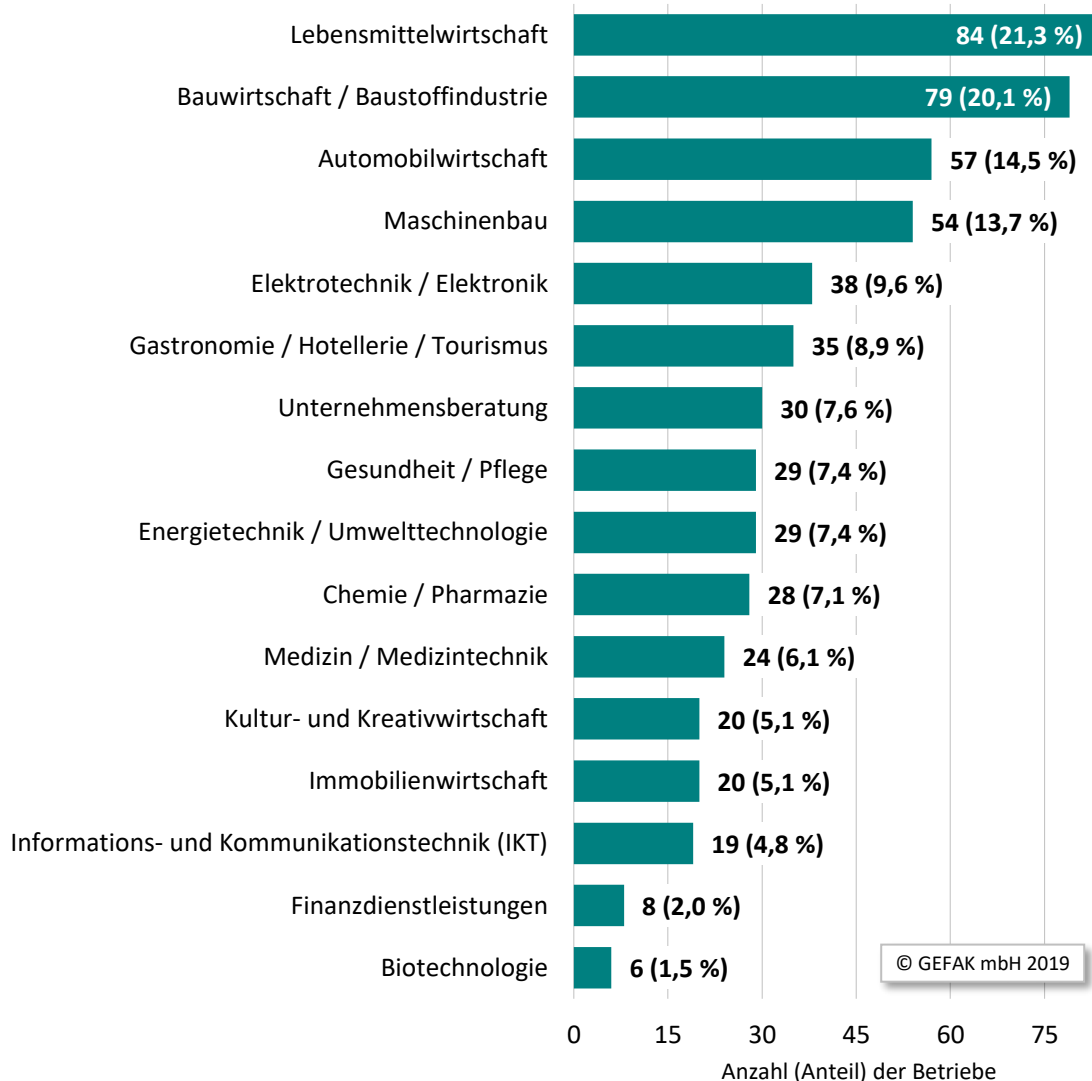
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 366; ohne Land- und Forstwirtschaft) & Statistischem Landesamt

* Unternehmensschwerpunkte und Beschäftigte am Standort

2.2 Kompetenzfelder

Zur Ermittlung der regionalen Branchen- bzw. Kompetenzstruktur wurden die Unternehmen gebeten, sich zu 18 ausgewählten Kompetenzfeldern zuzuordnen, wobei Mehrfachzuordnungen möglich waren. Diese Zuordnung ist für die Wirtschaftsförderung deshalb von Interesse, weil sie nicht der üblichen Einordnung eines Unternehmens zu einem Wirtschaftszweig entspricht, denn diese sagt oftmals wenig über die fachliche Ausrichtung des Unternehmens aus. Die hier vorgenommene Zuordnung ermöglicht demgegenüber einen Einblick in bestehende – oder aber auch potenzielle – Bausteine einer Wertschöpfungskette innerhalb der Wirtschaftsregion.

Mit 84 Nennungen wird die Lebensmittelwirtschaft am häufigsten genannt, gefolgt von Bauwirtschaft / Baustoffindustrie (79), Automobilwirtschaft (57) sowie der Maschinenbau (54). Alle weiteren Kompetenzfelder haben weniger als 50 Nennungen (vgl. Abbildung 3). 103 Unternehmen und damit knapp ein Viertel der antwortenden Betriebe konnten sich keinem der vorgegebenen Kompetenzfelder zuordnen. Dies spricht insgesamt für eine diversifizierte Branchenstruktur im Rhein-Neckar-Kreis.

Abbildung 3 Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 394; Mehrfachantworten)

Die reine Anzahl der Betriebe, die sich einem Kompetenzfeld zuordnen, ist hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Region allein noch nicht aussagekräftig. Ob es sich um ein wichtiges Kompetenzfeld handelt, lässt sich schon eher an der Anzahl der Beschäftigten ablesen.

Tabelle 3 zeigt zum Beispiel, dass die vielen Betriebe, die sich der Bauwirtschaft zugeordnet haben, mit 8.060 Beschäftigten am Standort ein offensichtlich weniger gewichtigeres Kompetenzfeld darstellen als etwa Medizin / Medizintechnik. Hier beschäftigen deutlich weniger Betriebe nahezu doppelt so viele Mitarbeiter.

In der Tabelle sind außerdem für jedes Kompetenzfeld die Beschäftigten im größten zugeordneten Betrieb ausgewiesen. Das Vorhandensein solcher größeren Betriebe begünstigt die Entwicklung eines Kompetenzfeldes, denn diese können als „Ankerbetriebe“, etwa beim Aufbau von Netzwerken oder bei der gezielten Anwerbung von Investoren zur Ergänzung der Wertschöpfungskette, angesehen werden.

Bei dieser Darstellung ist zu beachten, dass sich einige Betriebe mehreren Kompetenzfeldern zugeordnet haben. Mangels genauerer Daten wurden sämtliche Beschäftigte dieser Betriebe jedem angekreuzten

Kompetenzfeld – also mehrfach – zugeordnet. Außerdem ist mit Blick auf die Bedeutung der Kompetenzfelder für die Region zu beachten, dass sich auch zahlreiche große Unternehmen nicht beteiligt haben.

Tabelle 3 Kompetenzfelder: Betriebe, Beschäftigte und größte Betriebe

Kompetenzfelder	Zuordnungen*		Beschäftigte im größten Betrieb
	Anzahl Betriebe	Beschäftigte am Standort	
Chemie / Pharmazie	28	14.796	6.000
Medizin / Medizintechnik	24	14.562	6.000
Automobilwirtschaft	57	14.230	6.000
Maschinenbau	54	12.191	6.000
Lebensmittelwirtschaft	84	8.094	2.200
Bauwirtschaft / Baustoffindustrie	79	8.060	6.000
Sonstiges	103	7.251	3.100
Gesundheit / Pflege	29	4.199	3.100
Immobilienwirtschaft	20	1.557	1.200
Elektrotechnik / Elektronik	38	1.110	155
Finanzdienstleistungen	8	932	850
Energietechnik / Umwelttechnologie	29	773	120
Biotechnologie	6	679	600
Gastronomie / Hotellerie / Tourismus	35	655	120
Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)	19	363	72
Kultur- und Kreativwirtschaft	20	226	103
Unternehmensberatung	30	215	40

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 394; Mehrfachantworten)

* Achtung: Zuordnung zu mehreren Kompetenzfeldern war möglich!

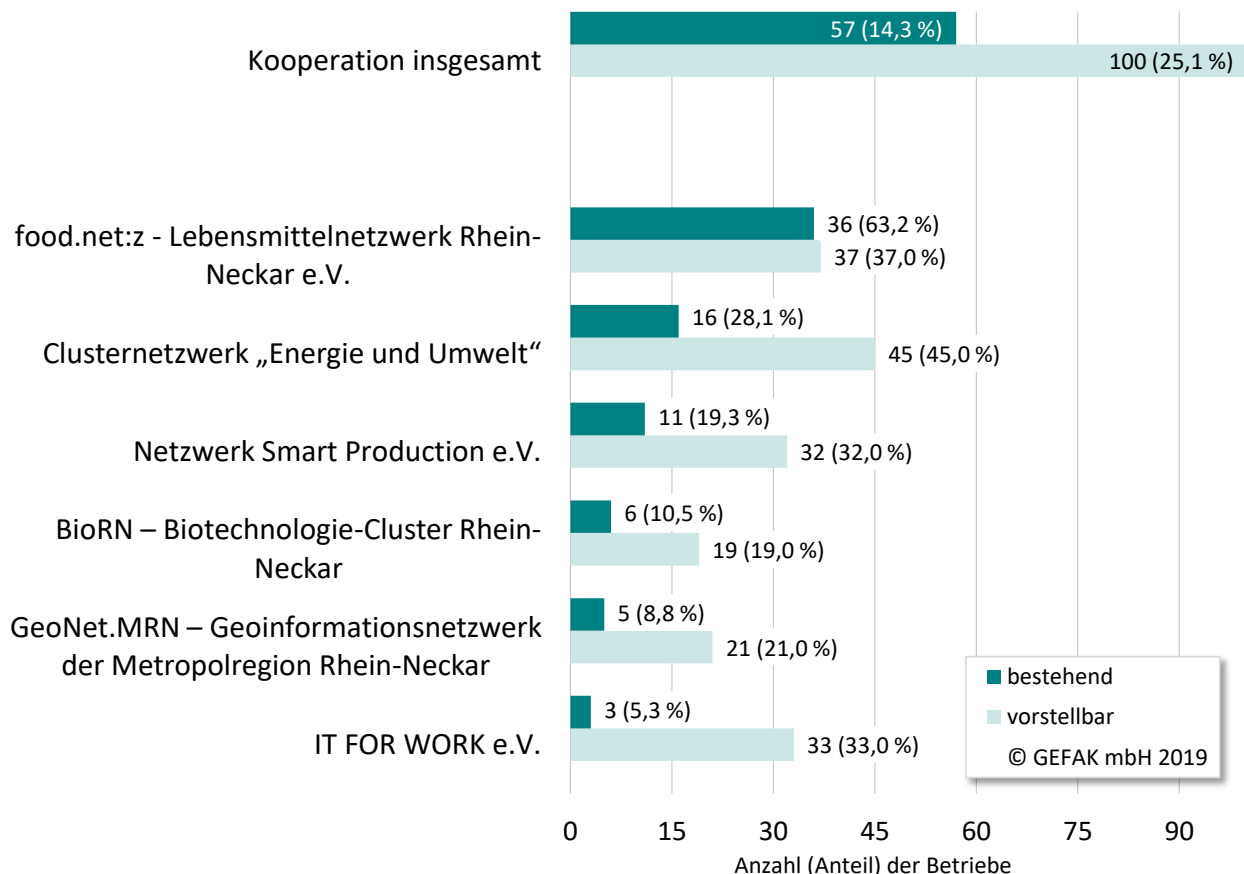
3 Regionale Vernetzung, Forschung und Entwicklung

3.1 Kooperationen in bestehenden Unternehmensnetzwerken

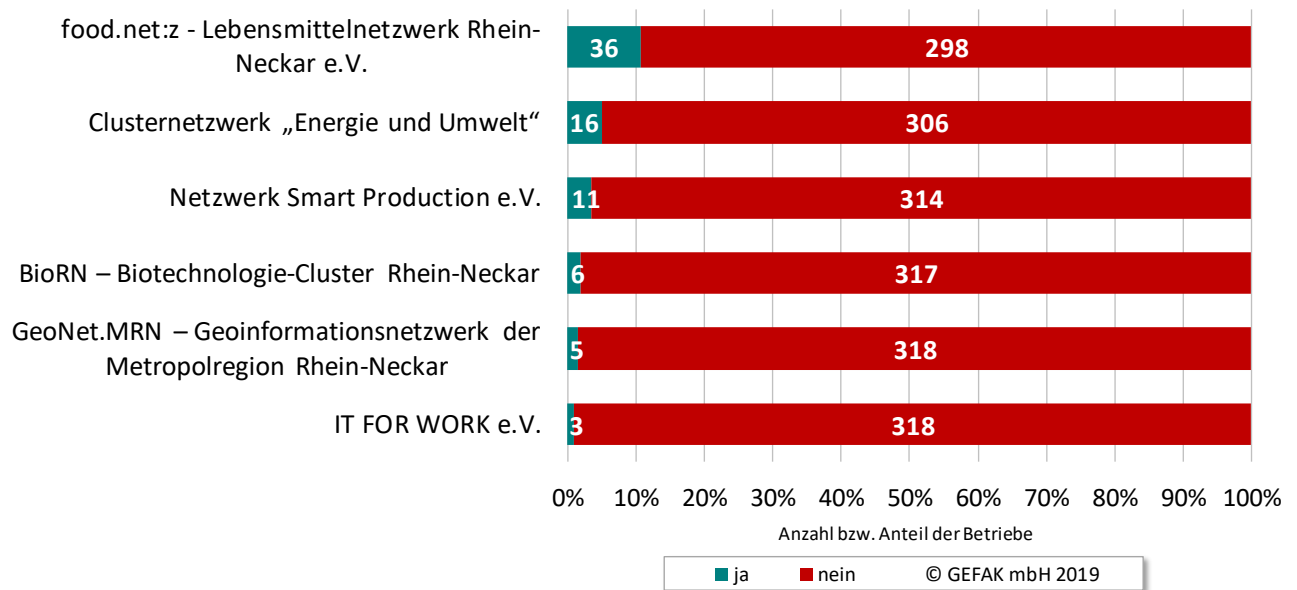
Lediglich ein Siebtel der antwortenden Betriebe hat bereits Kontakte zu bestehenden Unternehmensnetzwerken im Rhein-Neckar-Kreis. Die meisten Nennungen entfallen auf das food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V. (36 Nennungen) gefolgt vom Clusternetzwerk „Energie und Umwelt“ (16) und dem Netzwerk Smart Production e.V. (11).

Ein Viertel der antwortenden Unternehmen hat Interesse an den bestehenden Unternehmensnetzwerken des Rhein-Neckar-Kreises. Darunter befinden sich 82 Unternehmen, die bislang noch gar keine Kontakte zu diesen Netzwerken haben. Die größten Potenziale weisen das Clusternetzwerk „Energie und Umwelt“ (45 Nennungen), das food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V. (37), IT FOR WORK e.V. (33) und das Netzwerk Smart Production e.V. (32) auf, zu denen bisher jeweils eine vergleichsweise geringe Zahl an Unternehmen bereits Kontakte hat. Auffällig ist die zumeist erheblich höhere Anzahl Interessierter gegenüber solchen Unternehmen, die bereits Kontakte zu den bestehenden Netzwerken haben.

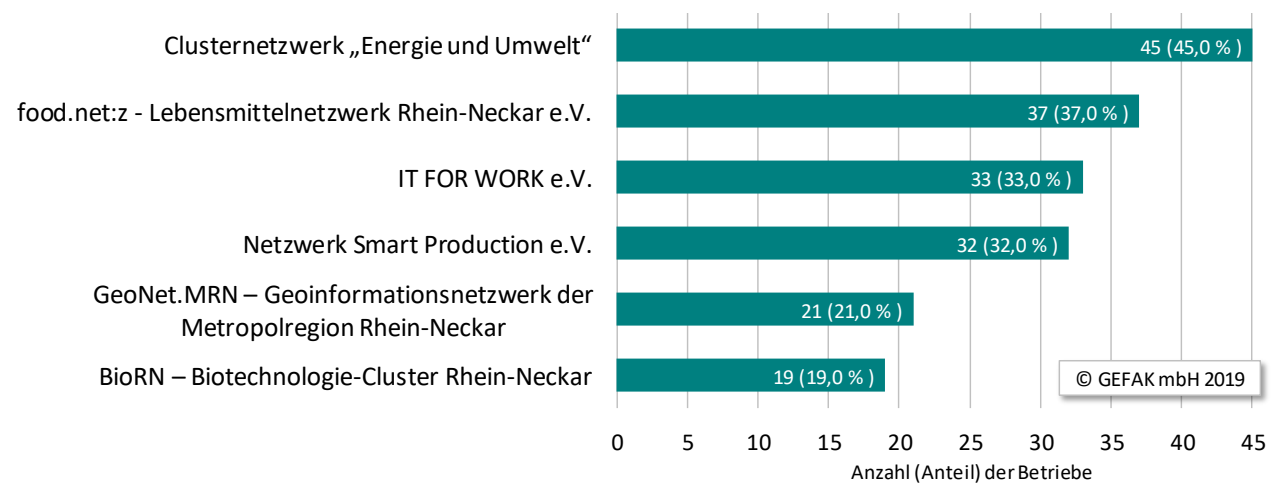
Abbildung 4 Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398; Mehrfachantworten)

Abbildung 5 Kontakte zu bestehenden Unternehmensnetzwerken in der Region

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 341; Mehrfachantworten)

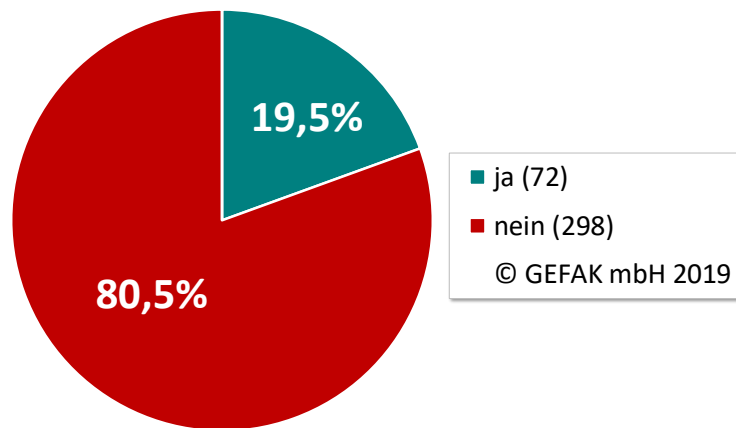
Abbildung 6 Interesse an Kontakten zu bestehenden Unternehmensnetzwerken in der Region

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 100; Mehrfachantworten)

3.2 Forschung und Entwicklung, Hochschulkontakte

Darüber hinaus wurden die Unternehmen gefragt, ob sie am Standort Forschung und Entwicklung durchführen. Dies bejahten 72 und damit knapp 20 Prozent der befragten Unternehmen.

Abbildung 7 Forschung und Entwicklung am Unternehmensstandort



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 370)

In einer weiteren Frage wurde nach bestehenden Kontakten zu Hochschulen und Forschungs- bzw. Transfereinrichtungen gefragt. Dazu gaben 125 Unternehmen und damit ein Drittel an, über solche Kontakte zu verfügen. Weitere 64 Unternehmen gaben an, Interesse an solchen Kontakten zu haben.

Zusammen zeigen die Ergebnisse der Kapitel 3.1 und 3.2 ein erhebliches Potenzial zum Ausbau der Vernetzung mit anderen Unternehmen und auch zu Institutionen der Forschungslandschaft.

4 Standortbewertung der Unternehmen

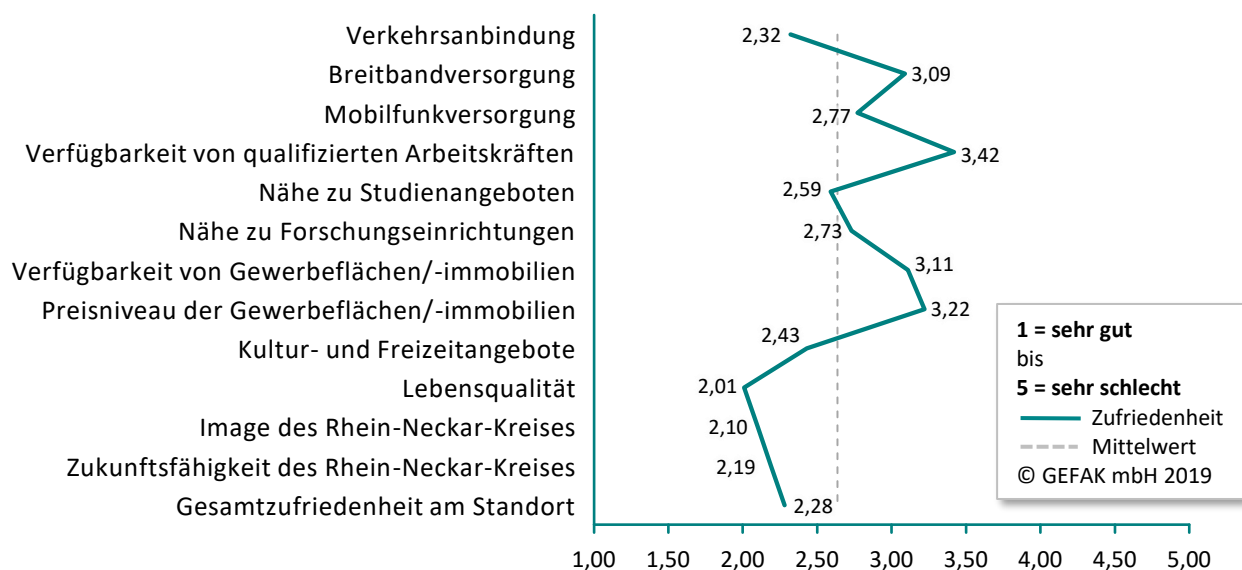
4.1 Standortzufriedenheit im Landkreis Rhein-Neckar-Kreis

Zur Bewertung des Landkreises Rhein-Neckar-Kreis wurden die Betriebe gebeten, ihre Einschätzung zu 13 einzelnen Standortfaktoren auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) abzugeben. Die Mittelwerte dieser Noten schwanken je nach Standortfaktor zwischen 2,0 und 3,4. Damit verfügt der Landkreis ebenso über Standortstärken wie Standortschwächen. Die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort wird mit 2,2 als gut bewertet.

Den besten Wert aller abgefragten Standortfaktoren erhält mit 2,0 die Lebensqualität, gefolgt von Image (2,1) und Zukunftsfähigkeit des Rhein-Neckar-Kreises (2,2) und der Verkehrsanbindung (2,3).

Am kritischsten werden die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften (3,4), das Preisniveau als auch die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen (3,2 bzw. 3,1) und die Breitbandversorgung gesehen (3,1) (vgl. Abbildung 8).

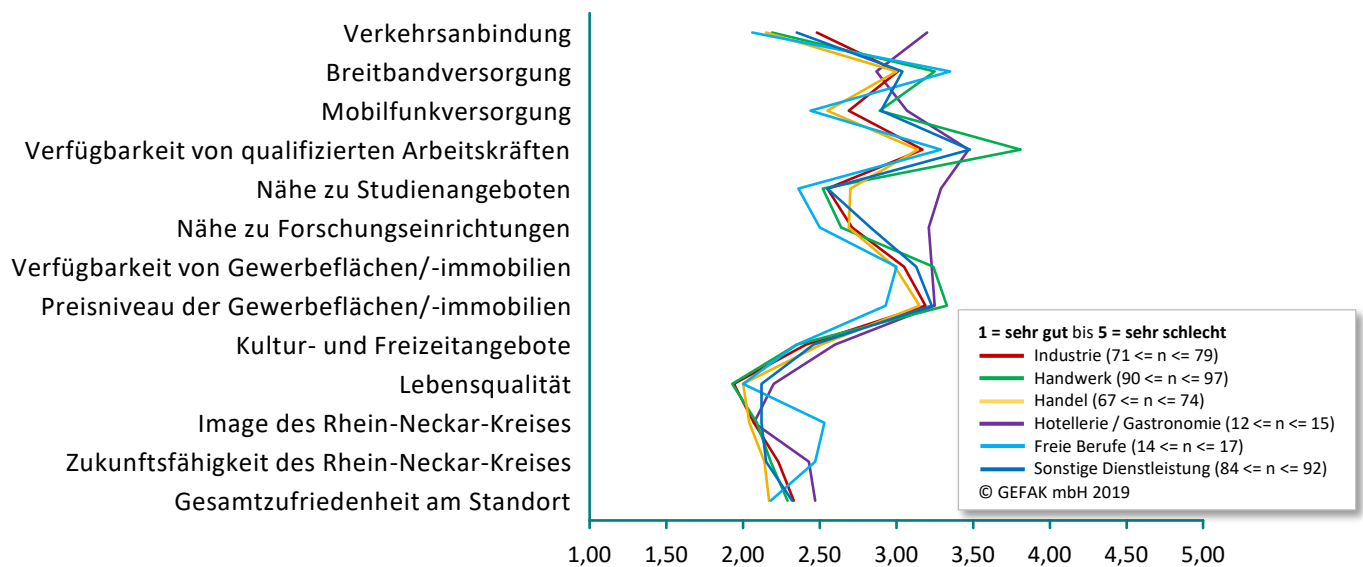
Abbildung 8 Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 341 <= n <= 374)

Eine nach den Wirtschaftsbereichen differenzierte Betrachtung zeigt sowohl Übereinstimmungen als auch Unterschiede auf (vgl. Abbildung 9). Unterschiedlich wird etwa die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften bewertet. Die Bewertungen durch die Handwerksbetriebe fallen hier deutlich schlechter aus als in der Industrie und im Handel. Deutlich schlechter, jedoch auch wenig überraschend, bewerten die Betriebe der Hotellerie / des Gastgewerbes die Verkehrsanbindung im Vergleich zu den anderen Wirtschaftsbereichen.

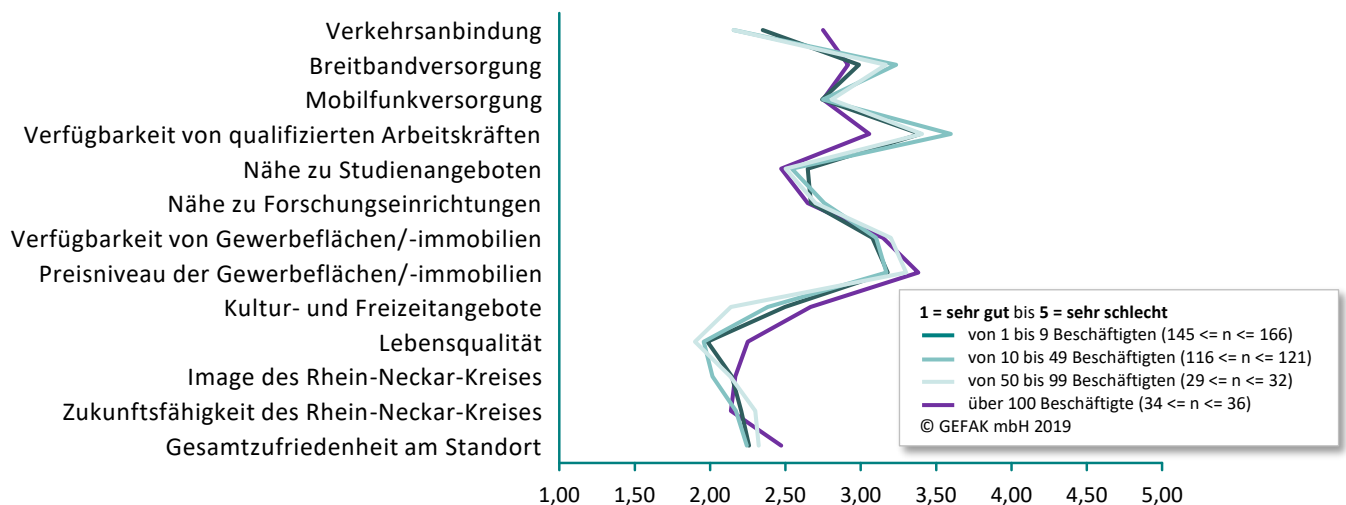
Abbildung 9 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398)

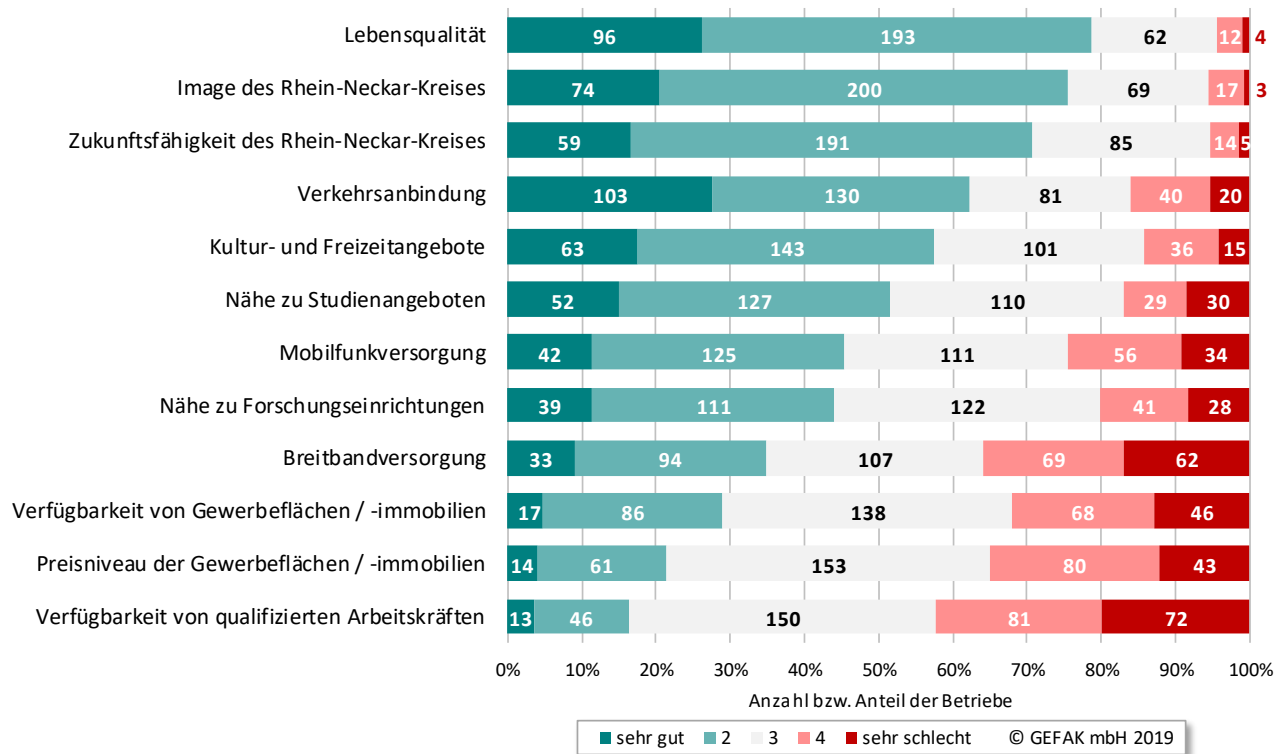
Eine Differenzierung der Standortzufriedenheit nach Betriebsgrößenklassen offenbart wiederum einige Unterschiede. Auffällig ist zunächst, dass die Großbetriebe (ab 100 Mitarbeiter) ihre Verkehrsanbindung deutlich schlechter bewerten als die Betriebe der übrigen Größenklassen. Umgekehrt fällt auf, dass die Großbetriebe die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften deutlich besser bewerten als die restlichen Betriebe. Schlechter wiederum bewerten die Großbetriebe hingegen die Kultur- und Freizeitangebote als auch die Lebensqualität. Die Gesamtzufriedenheit am Standort fällt bei den Großbetrieben leicht schlechter aus als bei den Betrieben der anderen Größenklassen (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10 Standortbewertung nach Betriebsgröße



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019

Neben den Mittelwerten ist es sinnvoll, auch die Anzahl der absoluten Nennungen zu betrachten, um die für einzelne Unternehmen besonders kritischen Standortfaktoren erkennen zu können. Die Befragungsergebnisse stehen der Wirtschaftsförderung einzelbetrieblich zur Verfügung. Dadurch ist es möglich, unzufriedene Unternehmen zu identifizieren und gezielt anzusprechen (vgl. Abbildung 11). Ebenfalls kann auf der Grundlage ermittelt werden, wo die Standorte der unzufriedenen Betriebe liegen. So kann ggf. auf Ebene der Gemeinden an der Verbesserung einzelner Standortfaktoren angesetzt werden.

Abbildung 11 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren

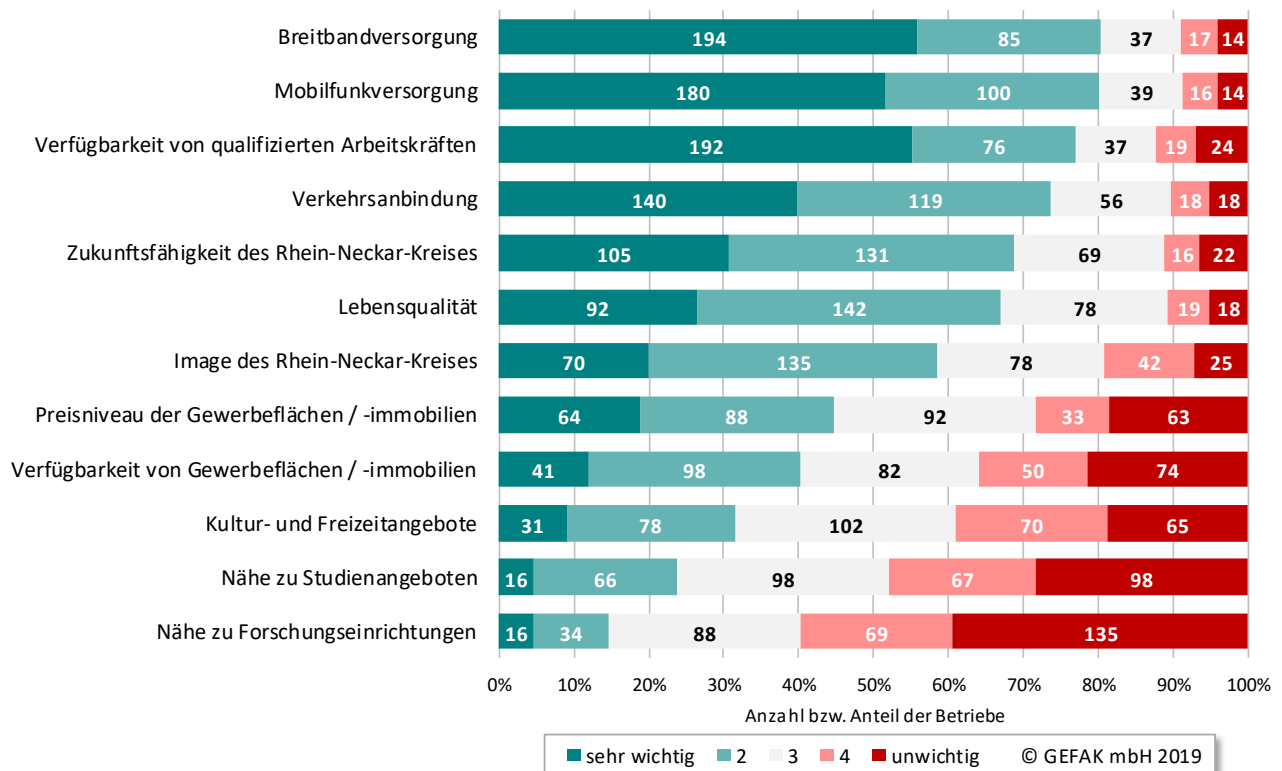
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 341 <= n <= 374) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

4.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren im Rhein-Neckar-Kreis

4.2.1 Wichtigkeit der Standortfaktoren

Ob die Zufriedenheit oder Unzufriedenheit der Betriebe mit einem Standortfaktor Konsequenzen für die Wirtschaftsförderung haben sollte, hängt nicht zuletzt davon ab, wie wichtig dieser Standortfaktor für die Betriebe ist. Abbildung 12 zeigt, dass die mit Abstand wichtigsten Standortfaktoren die Breitband- und die Mobilfunkversorgung sowie die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften sind. Neben diesen Standortfaktoren halten auch die Verkehrsanbindung jeweils über 70 Prozent der antwortenden Betriebe für sehr wichtig oder wichtig. Unter den sechs wichtigsten Standortfaktoren finden sich die Zukunftsfähigkeit des Rhein-Neckar-Kreises sowie die Lebensqualität.

Abbildung 12 Wichtigkeit der Standortfaktoren



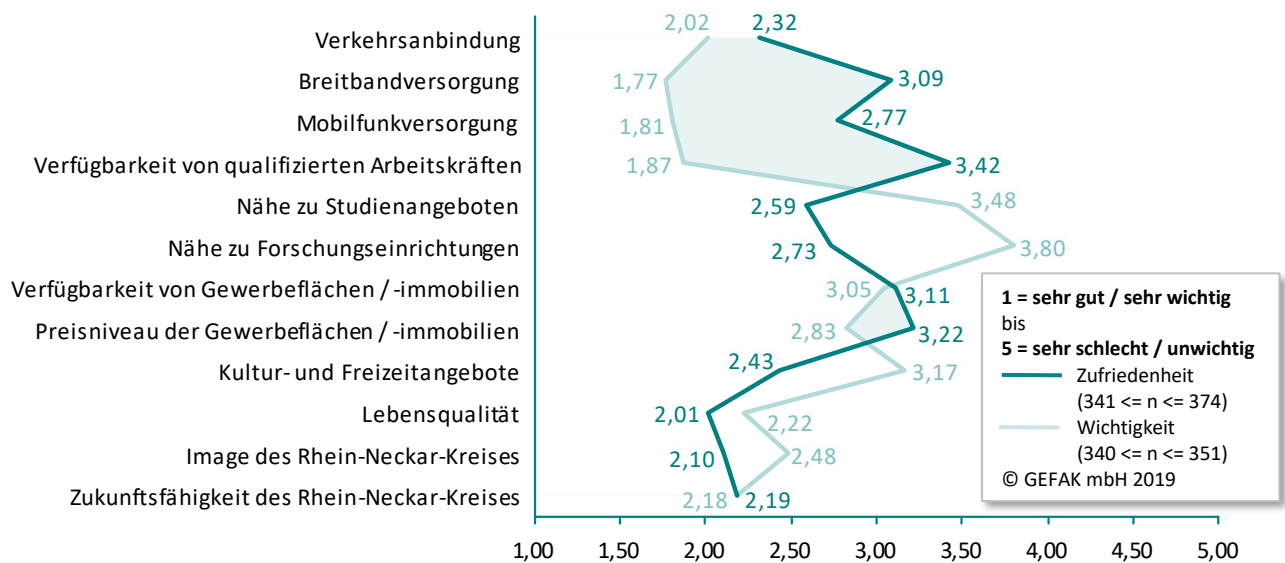
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 340 <= n <= 351) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

Erstaunlich geringe Bedeutung hat für eine große Zahl an Betrieben die Nähe zu Forschungseinrichtungen. Annähernd 60 Prozent der antwortenden Betriebe gaben hier an, dass dieser Standortfaktor weniger wichtig oder unwichtig für sie ist. Knapp 50 Prozent der Betriebe halten auch die Nähe zu Studienangeboten für einen weniger wichtigen oder unwichtigen Standortfaktor.

4.2.2 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren

Eine Gegenüberstellung der Wichtigkeit mit den Zufriedenheitswerten der Standortfaktoren (vgl. Abbildung 13) zeigt, dass es bei einigen Faktoren eine große Diskrepanz gibt. Bei den Standortfaktoren, wo die Wichtigkeit deutlich höher ist als die Zufriedenheit, ist ein Handlungsbedarf zu vermuten. Das trifft besonders deutlich für die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte, die Breitband- und auch für die Mobilfunkversorgung zu. Schwach ausgeprägt, aber immer noch sichtbar, ist die Diskrepanz bei den Aspekten Verkehrsanbindung, Preisniveau und Verfügbarkeit von Gewerbeflächen / -immobilien.

Abbildung 13 Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte) – alle Betriebe



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019

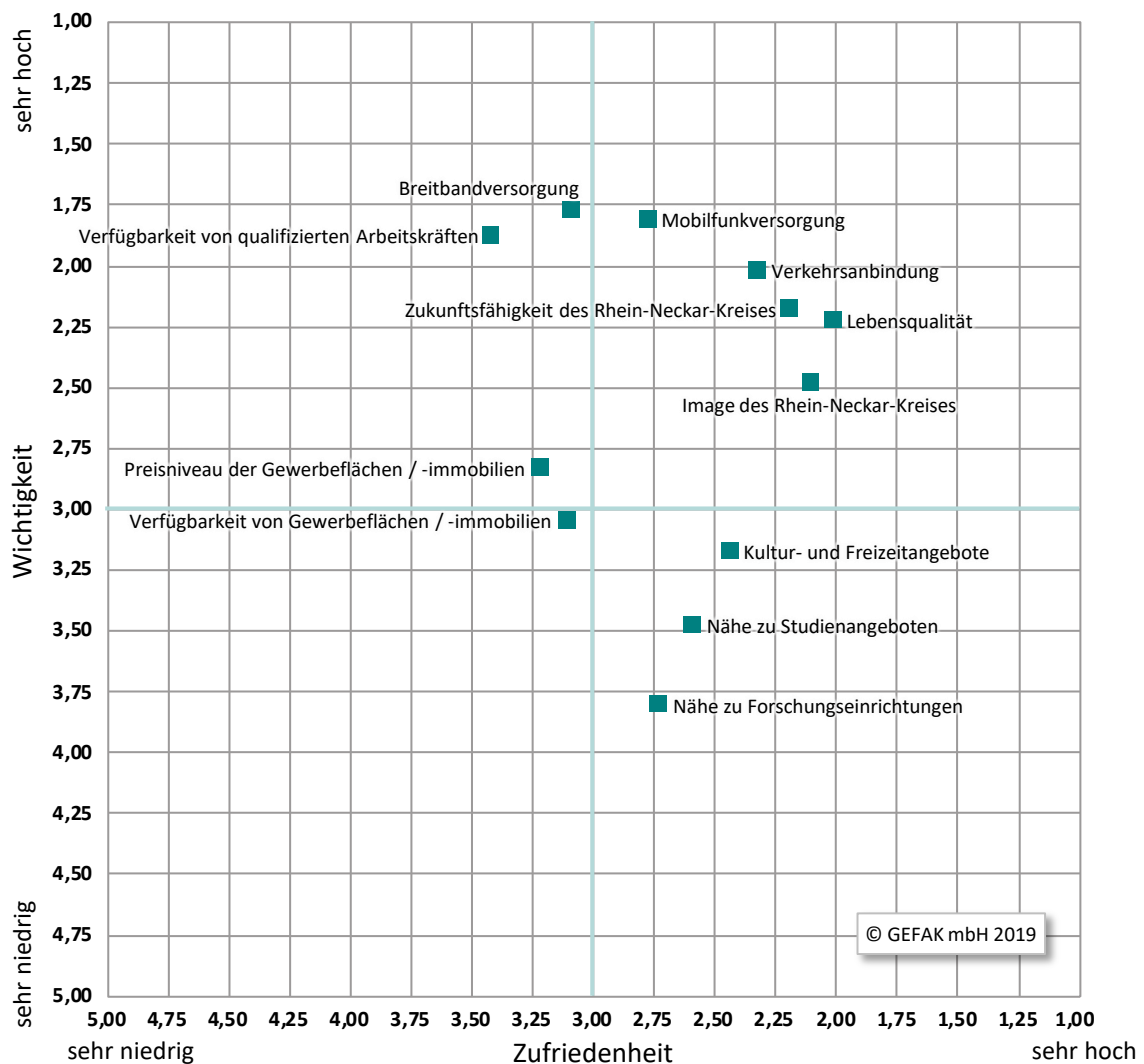
Umgekehrt gibt es einige Standortfaktoren, wo die Zufriedenheit einen höheren Wert erhält als die Wichtigkeit. Dies trifft auf die Nähe zu Studienangeboten sowie die Nähe zu Forschungseinrichtungen zu und relativiert die schlechten Zufriedenheitswerte für diese Standortfaktoren. Hier wäre interessant, gezielt nach Betrieben zu suchen, die die Nähe zu Forschungseinrichtungen wichtig finden, jedoch unzufrieden mit diesem Standortfaktor sind, um gezielt nach deren Bedarfen zu fragen.

4.2.3 Standortstärken und -schwächen

In Abbildung 14 sind Zufriedenheit und Wichtigkeit in anderer Weise dargestellt. In der oberen Hälfte stehen die wichtigeren Standortfaktoren. Dabei sind im linken oberen Quadranten (wichtig/geringere Zufriedenheit) neben der Breitbandversorgung und der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften als die größten Herausforderungen für die wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises auch das Thema Preisniveau von Gewerbeflächen / -immobilien ablesbar.

Der rechte obere Quadrant zeigt die wichtigen und besser als 3,0 bewerteten Standortfaktoren.

Abbildung 14 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)

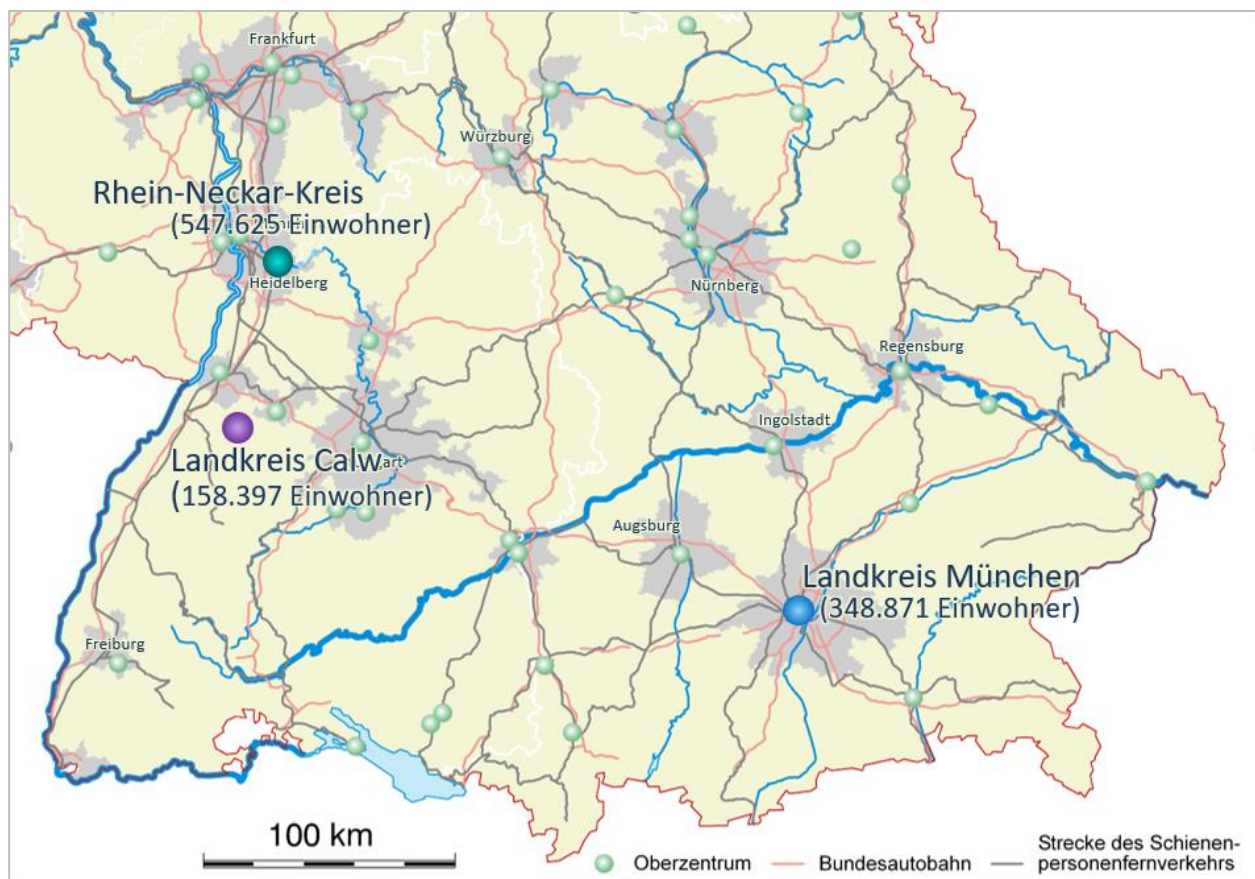


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (341 ≤ n ≤ 374 für die Zufriedenheit und 340 ≤ n ≤ 351 für die Wichtigkeit)

4.3 Standortzufriedenheit im Vergleich

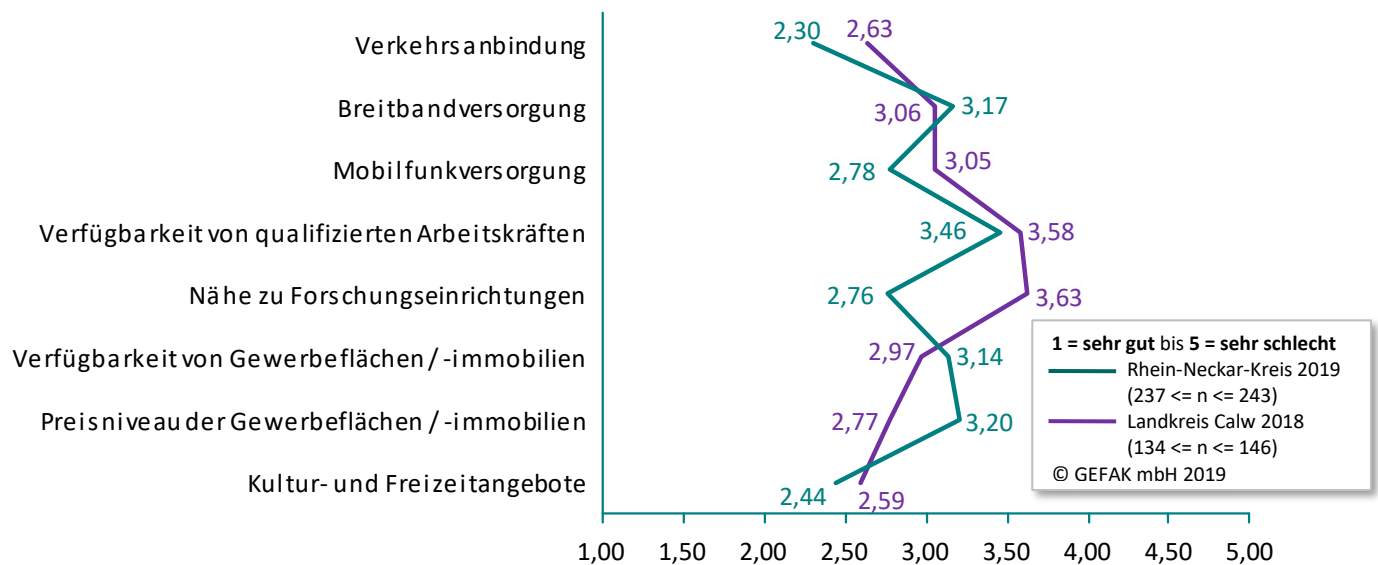
Im Folgenden werden die Standorteinschätzungen der Unternehmen im Landkreis Rhein-Neckar-Kreis mit den von der GEFAK mit identischer Methodik ermittelten Ergebnissen in anderen Landkreisen verglichen. Die Auswahl der Vergleichsregionen erfolgt vor allem danach, dass es sich um Momentaufnahmen handelt, die zeitlich nah an der Befragung im Rhein-Neckar-Kreis durchgeführt wurden. Bei den Vergleichen geht es primär darum, Charakteristika des Rhein-Neckar-Kreises als Wirtschaftsstandort herauszuarbeiten. Deshalb bezieht sich der Vergleich einerseits auf den raumstrukturell ganz anders gearteten Landkreis Calw und andererseits auf den Landkreis München, der – wie der Rhein-Neckar-Kreis – im direkten Umfeld einer Großstadt liegt und Teil einer Metropolregion ist.

Abbildung 15 Lage der Vergleichslandkreise



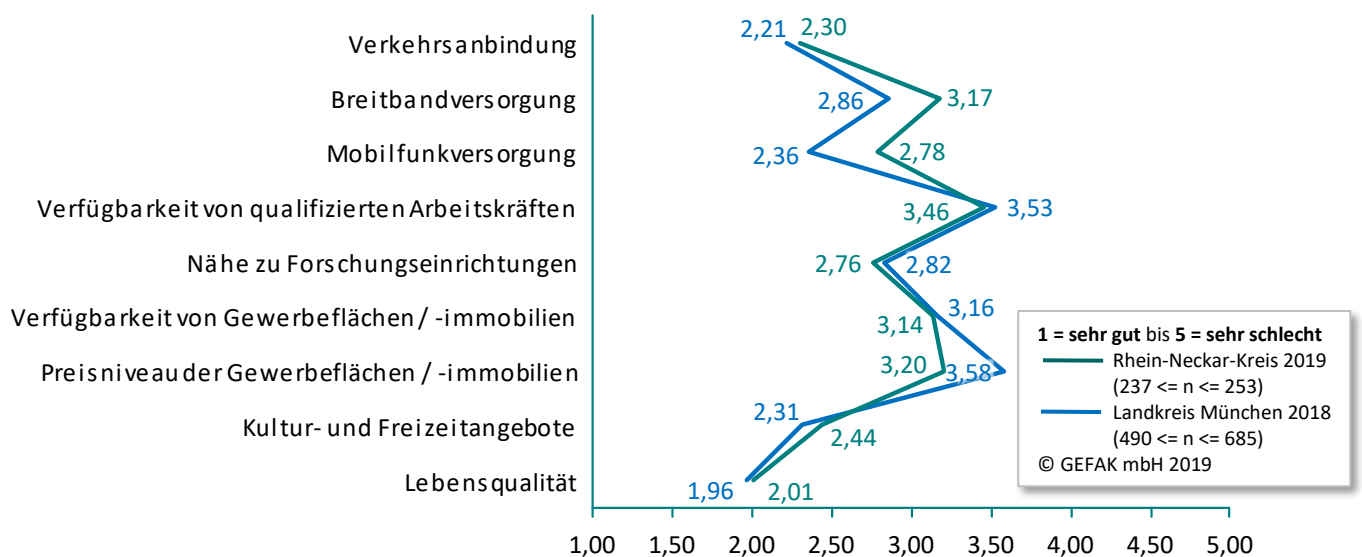
Quelle: ROB 2000, verändert; Einwohnerzahlen: Wikipedia, Stand 31.12.2018, Zugriff 29.11.2019

Abbildung 16 zeigt zunächst den Vergleich der Standortbewertung der Betriebe im Landkreis Rhein-Neckar-Kreis mit den Werten aus dem Landkreis Calw. Den auffälligsten Unterschied stellt die im Rhein-Neckar-Kreis besser bewertete Nähe zu Forschungseinrichtungen als auch die bessere Verkehrsanbindung dar. Jeweils schlechter bewertet werden die Verfügbarkeit als auch das Preisniveau von Gewerbeflächen bzw. -immobilien. Die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften wird im Rhein-Neckar-Kreis etwas besser bewertet.

Abbildung 16 Standortbewertung im Landkreisvergleich: Rhein-Neckar-Kreis und Landkreis Calw

Quelle: Unternehmensbefragungen Landkreise Rhein-Neckar-Kreis und Calw
 * nur Betriebe mit über 4 und unter 1.000 Beschäftigten

Erwartungsgemäß zeigen sich im Vergleich des Rhein-Neckar-Kreises mit dem Landkreis München einige Übereinstimmungen (vgl. Abbildung 17). Etwas schlechtere Bewertungen erhält der Rhein-Neckar-Kreis bei den Standortfaktoren Breitband- und Mobilfunkversorgung. Bei der Verkehrsanbindung, der Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte, der Nähe zu Forschungseinrichtungen und der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen /-immobilien fallen die Bewertungen annähernd gleich aus. Hingegen wird das Preisniveau der Gewerbeflächen /-immobilien im Rhein-Neckar-Kreis weniger schlecht bewertet als im Landkreis München. Auch bei den Standortfaktoren Kultur- und Freizeitangebote als auch Lebensqualität fallen die Bewertungen annähernd gleich aus.

Abbildung 17 Standortbewertung im Landkreisvergleich: Rhein-Neckar-Kreis und Landkreis München

Quelle: Unternehmensbefragungen Rhein-Neckar-Kreis und Landkreis Rhein-Neckar-Kreis und München
 * nur Betriebe mit über 4 und unter 1.000 Beschäftigten

5 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf

5.1 Beschäftigtenstruktur

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die 373 Betriebe mit detaillierten Beschäftigtenangaben. Diese Daten eignen sich zwar aufgrund der eingeschränkten und nicht repräsentativen Datenbasis kaum für eine statistische Analyse, sie liefern aber dennoch wichtige Anhaltspunkte, die mit einem Abgleich mit den amtlichen Daten des Statistischen Landesamt Baden-Württemberg bzw. der Bundesagentur für Arbeit vertieft werden sollten.

Die hier erfassten Betriebe boten zum Stichtag 30.06.2019 an der angeschriebenen Betriebsstätte 32.609 Arbeitsplätze (einschließlich Auszubildende).

Unter den 373 Betrieben mit Angaben zu ihrer Gesamtbeschäftigtenzahl waren Mitte dieses Jahres in 137 Unternehmen insgesamt 1.089 Auszubildende beschäftigt. Damit bilden knapp 37 Prozent der befragten Betriebe aus. Die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung in den einzelnen Wirtschaftsbereichen zeigt Tabelle 4.

Tabelle 4 Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen

	Ausbildungs- betriebe	Anteil*	Auszubildende pro Ausbildungsbetrieb	Anteil Azubis an allen Be- schäftigten des Sektors
Industrie (n = 77)	30	39,0%	18,5	5,4 %
Handwerk (n = 99)	50	50,5%	3,1	8,3 %
Handel (n = 76)	12	15,8%	4,7	4,0 %
Hotellerie / Gastronomie (n = 15)	5	33,3%	6,8	9,3 %
Freie Berufe (n = 17)	4	23,5%	1,8	4,3 %
Sonstige Dienstleistung (n = 89)	36	40,4%	7,8	6,4 %
Summe gesamt:	137	36,7%	7,9	5,9 %

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 373 $\pm$ Betriebe mit Angabe „Beschäftigte am Standort“)

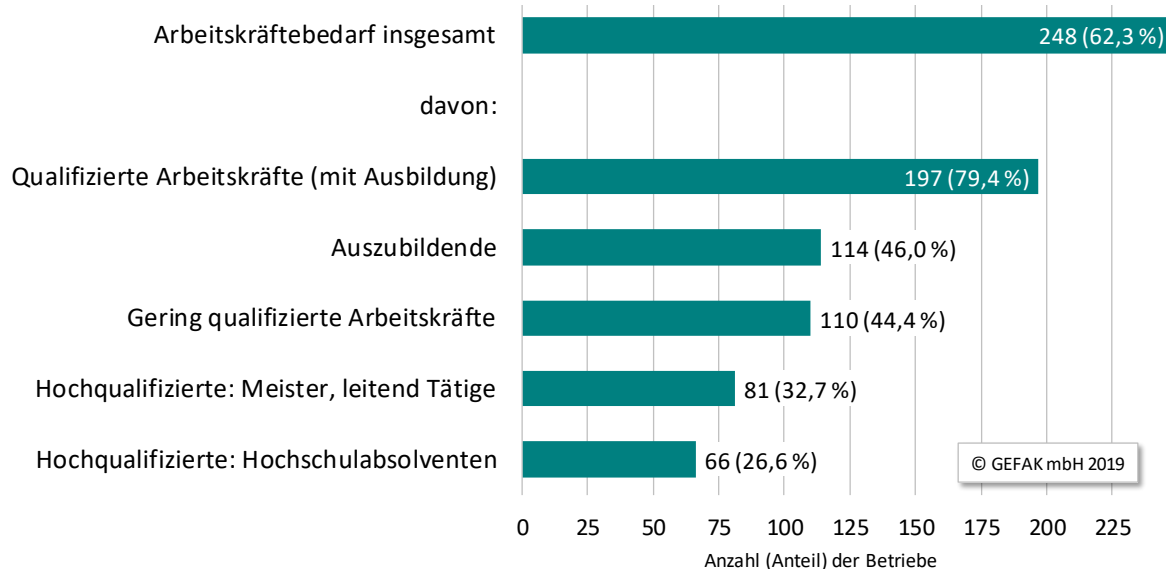
* Anteil der Ausbildungsbetriebe an allen Betrieben des jeweiligen Wirtschaftsbereichs mit Beschäftigtenangaben

Der Anteil der Auszubildenden an allen Beschäftigten der antwortenden Betriebe liegt bei 5,9 Prozent. Allerdings gibt es auch hier deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sektoren. Die höchste Ausbildungsquote haben mit über neun Prozent Hotellerie / Gastronomie. Der Anteil in den anderen Sektoren liegt z. T. deutlich niedriger. Aufgrund der Menge an ausbildenden Betrieben sind das Handwerk und die Industrie dennoch von besonderer Bedeutung für die Ausbildung.

5.2 Arbeitskräftebedarf

248 Betriebe, das sind knapp zwei Drittel aller antwortenden Unternehmen, haben in den nächsten zwölf Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften. Von diesen benötigen nahezu 80 Prozent qualifizierte Arbeitskräfte mit Ausbildung. Jeweils nahezu die Hälfte der Betriebe benötigt Auszubildende bzw. gering qualifizierte Arbeitskräfte, ca. je ein Drittel der Betriebe sucht Hochqualifizierte, seien es Meister bzw. leitend tätige Personen oder einfach Hochschulabsolventen (vgl. Abbildung 18).

Abbildung 18 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398; Mehrfachantworten)

Die 193 Betriebe, die ihren Arbeitskräftebedarf für die nächsten zwölf Monate quantifiziert haben, wollen insgesamt 1.215 zusätzliche Stellen besetzen. Mit einem Bedarf von 481 Personen haben qualifizierte Arbeitskräfte (mit Ausbildung) den größten Anteil daran, es folgen Auszubildende und gering Qualifizierte mit 218 bzw. 217 Personen (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5 Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate

Arbeitskräfte	Unternehmen mit Bedarf	Unternehmen, die den Bedarf quantifiziert haben	Summierter Arbeitskräftebedarf
Hochqualifizierte: Hochschulabsolventen	66	51	156
Hochqualifizierte: Meister, leitend Tätige	81	63	143
Qualifizierte Arbeitskräfte (mit Ausbildung)	197	156	481
Gering qualifizierte Arbeitskräfte	110	72	217
Auszubildende	114	80	218
Summe:	248*	193*	1.215

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019

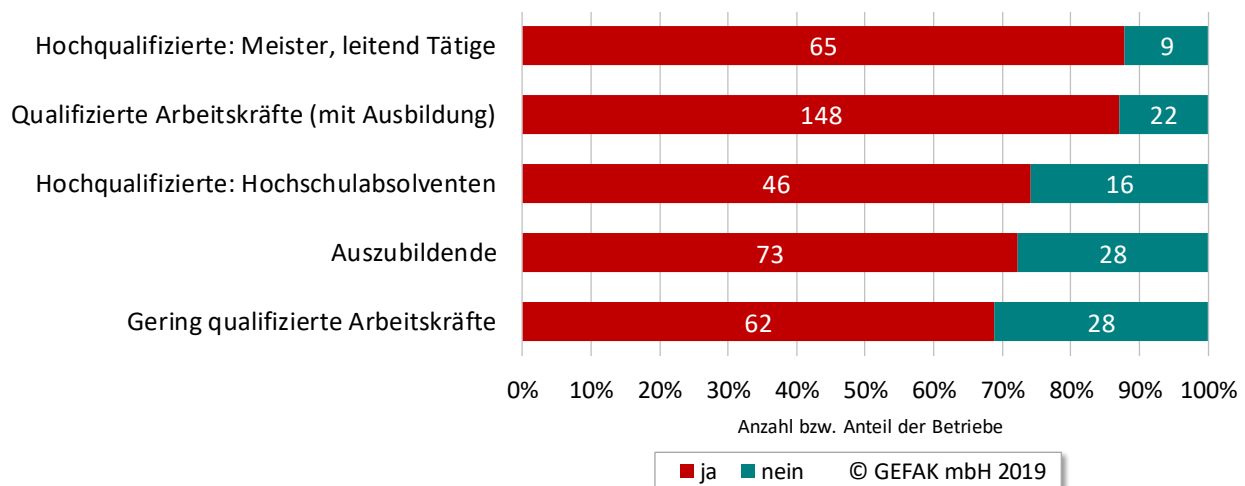
* überschneidungsfrei

Deutlich wird, dass somit in allen Qualifizierungsstufen ein hoher Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften besteht.

5.3 Stellenbesetzungsprobleme

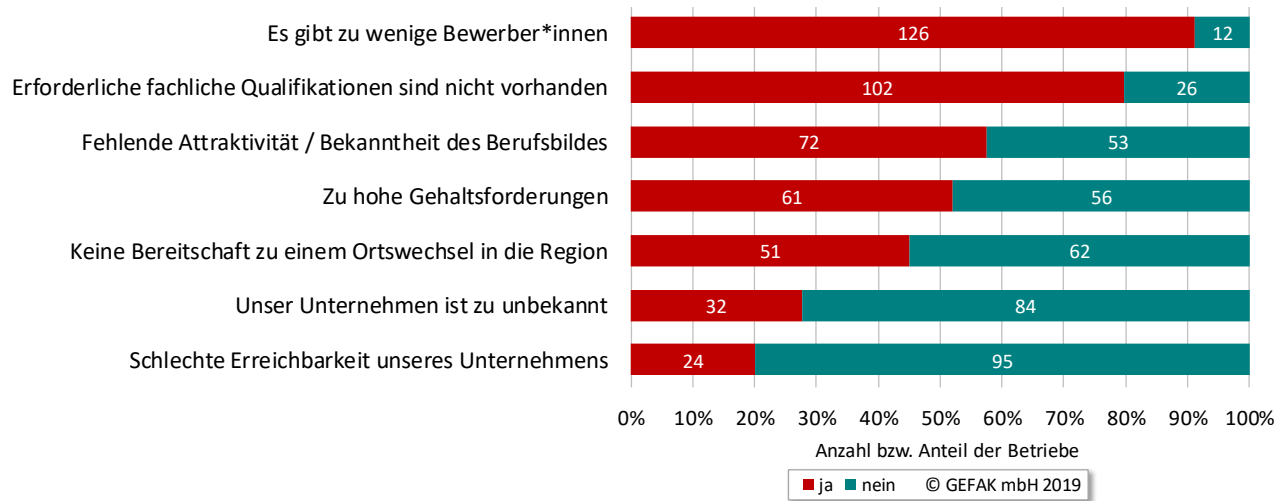
Für die Zukunft erwarten 213 Betriebe bei der Besetzung der geplanten Stellen Probleme. Das sind 86 Prozent der Betriebe mit Arbeitskräftebedarf. Die meisten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung werden bei Hochqualifizierten (Meistern, leitend Tätigen) erwartet, da hier knapp 88 Prozent der antwortenden Betriebe Probleme erwarten. Abbildung 19 zeigt, dass die Unternehmen auch bei der Besetzung von Stellen in den anderen Berufsgruppen in der Mehrheit mit Schwierigkeiten rechnen.

Abbildung 19 Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung



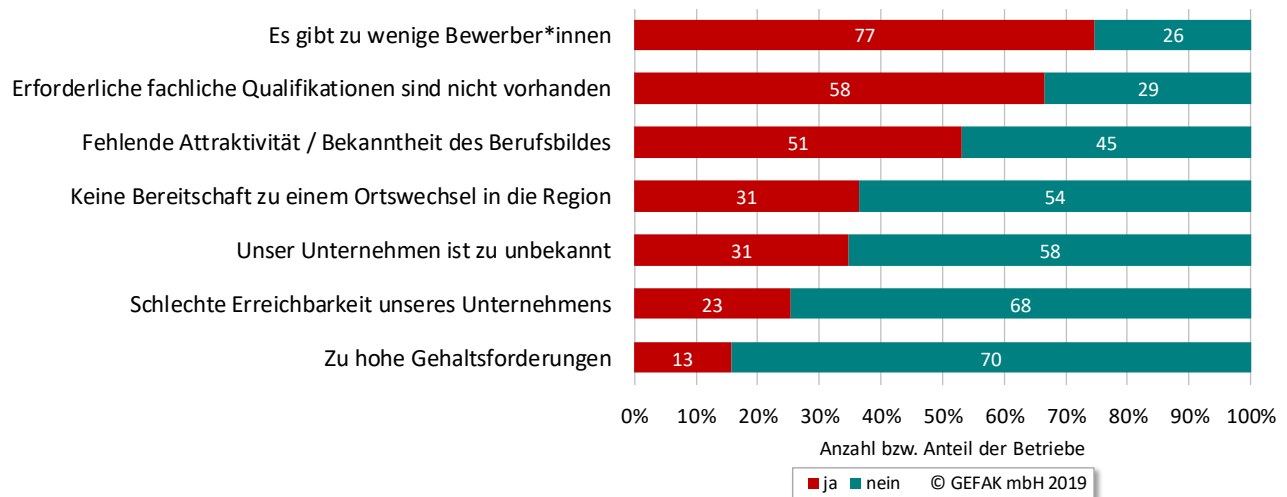
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 213; Mehrfachantworten)

Als größtes Problem bei der Rekrutierung von qualifizierten Arbeitskräften führen über 90 Prozent der antwortenden Betriebe den Mangel an Bewerbern an. Für weitere knapp 80 Prozent ist die fehlende fachliche Qualifikation ein Einstellungshemmnis. Jeweils über 50 Prozent sehen in fehlender Attraktivität bzw. Bekanntheit des Berufsbildes und zu hohen Gehaltsforderungen relevante Ursachen. Die Bereitschaft zu einem Ortswechsel in die Region ist bei vergleichsweise geringen 40 Prozent der Befragten eine Ursache für Stellenbesetzungsprobleme. Eine untergeordnete Rolle spielen die Bekanntheit des Unternehmens und die schlechte Erreichbarkeit der Unternehmen.

Abbildung 20 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei qualifizierten Arbeitskräften

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 142; Mehrfachantworten)

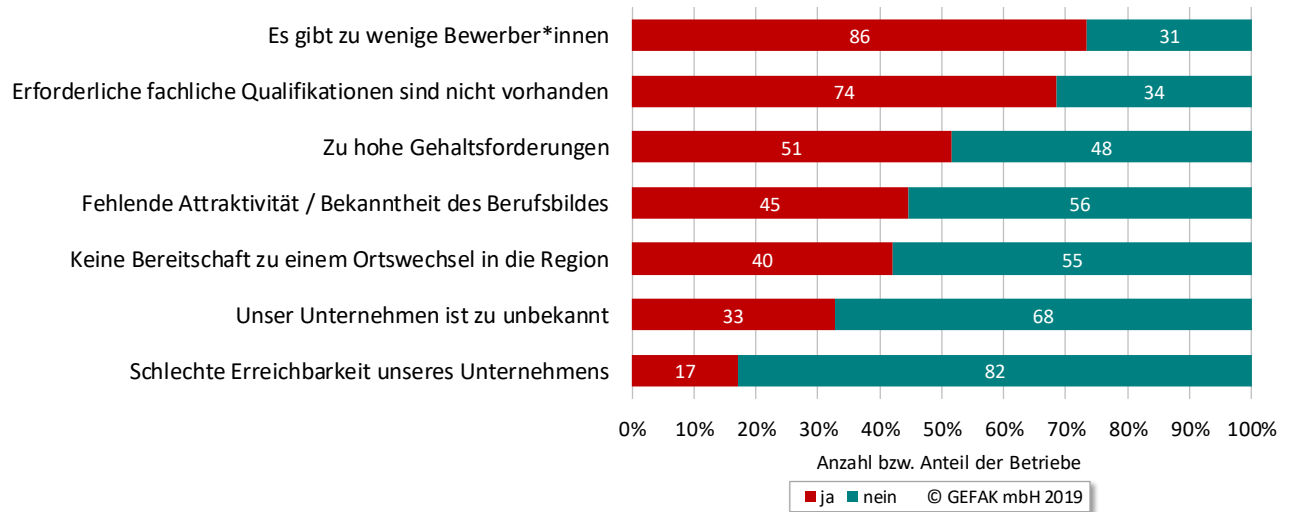
Auch bei der Suche nach Auszubildenden sind der Mangel an Bewerbern und die fehlende fachliche Qualifikation die häufigsten Ursachen für Stellenbesetzungsprobleme. Andere Gründe folgen mit deutlichem Abstand (vgl. Abbildung 21).

Abbildung 21 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 109; Mehrfachantworten)

Bei den Hochqualifizierte (Hochschulabsolventen / Meistern, leitend Tätigen) zeigt sich ein vergleichbares Bild, wobei hier – wenn auch mit Abstand – als dritthäufigste Ursache zu hohe Gehaltsvorstellungen für nicht besetzte Stellen verantwortlich sind (vgl. Abbildung 22.).

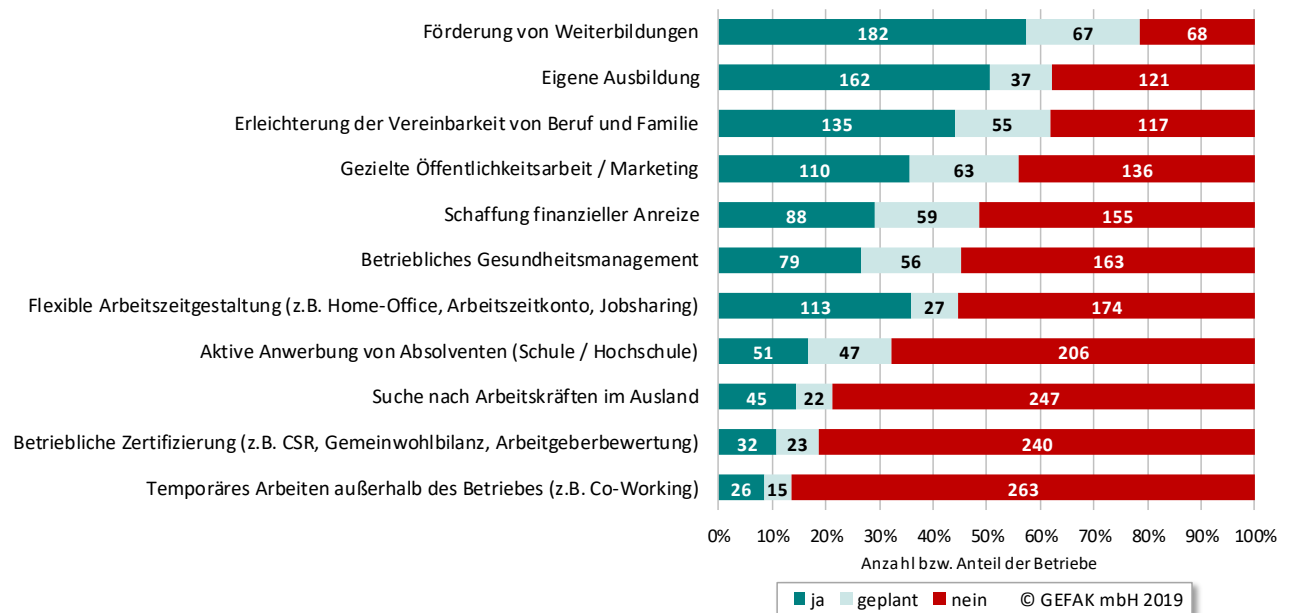
Abbildung 22 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Hochschulabsolventen, Meistern und leitend Tätigen



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 120; Mehrfachantworten)

5.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

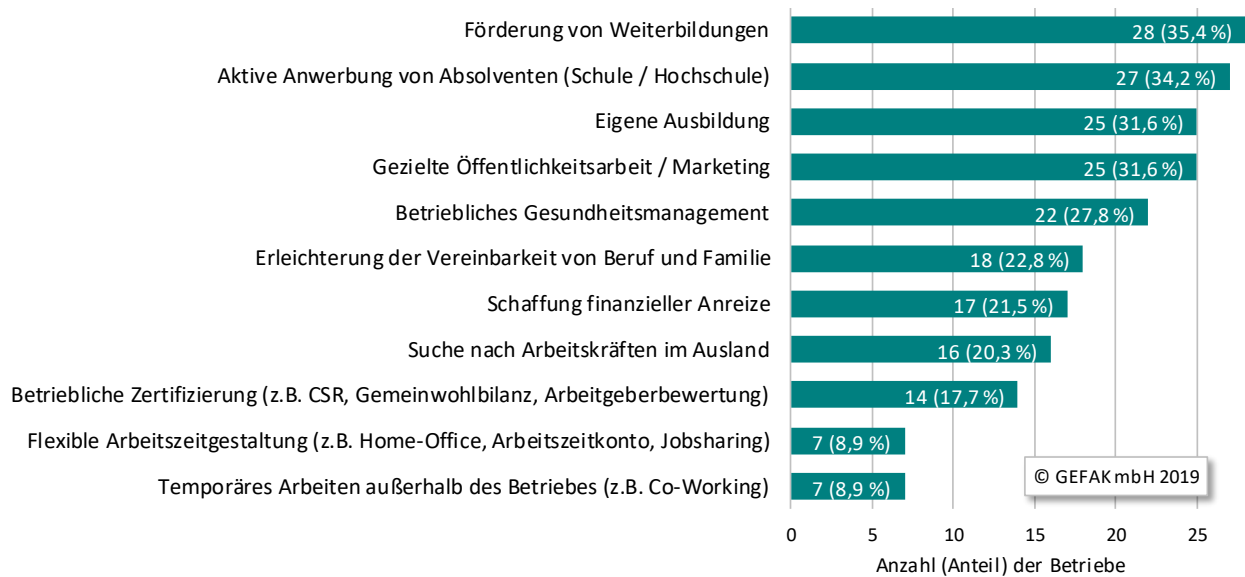
Aufgrund der großen Wichtigkeit der Verfügbarkeit von Fachkräften und den dargestellten Problemen sind die betrieblichen Maßnahmen zur Fachkräftesicherung von besonderer Bedeutung. Die am häufigsten genannte betriebliche Maßnahme ist die Förderung von Weiterbildungen. Fast 80 Prozent der Betriebe setzen bereits auf diese Maßnahme oder planen sie für die Zukunft. Mehr als die Hälfte der Betriebe setzt auf eigene Ausbildung, Erleichterung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder auf gezielte Öffentlichkeitsarbeit / Marketing. Auch einige innovativere Maßnahmen wie das betriebliche Gesundheitsmanagement oder die flexible Arbeitszeitgestaltung werden in der Unternehmenschaft bereits vielfach angewendet. Jeweils etwa 20 Prozent der Unternehmen suchen bereits nach Arbeitskräften im Ausland oder führen betriebliche Zertifizierungen durch. Deutlich weniger Unternehmen, knapp 15 Prozent, nutzen bereits neue Arbeitsformen wie das temporäre Arbeiten außerhalb des Betriebes. (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 337; Mehrfachantworten)

Mit der Befragung konnten zahlreiche Betriebe identifiziert werden, die Interesse an für sie neuen Maßnahmen zur Fachkräftesicherung haben. Davon nennen 28 Betriebe die Förderung von Weiterbildungen, 27 die aktive Anwerbung von Schul- bzw. Hochschulabsolventen, je 25 interessieren sich für das Thema eigene Ausbildung und gezielte Öffentlichkeitsarbeit / Marketing und immer noch über 20 für betriebliches Gesundheitsmanagement (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24 Betriebe mit Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 79; Mehrfachantworten)

6 Entwicklungspläne und Standortanforderungen

6.1 Mittelfristige Entwicklungspläne

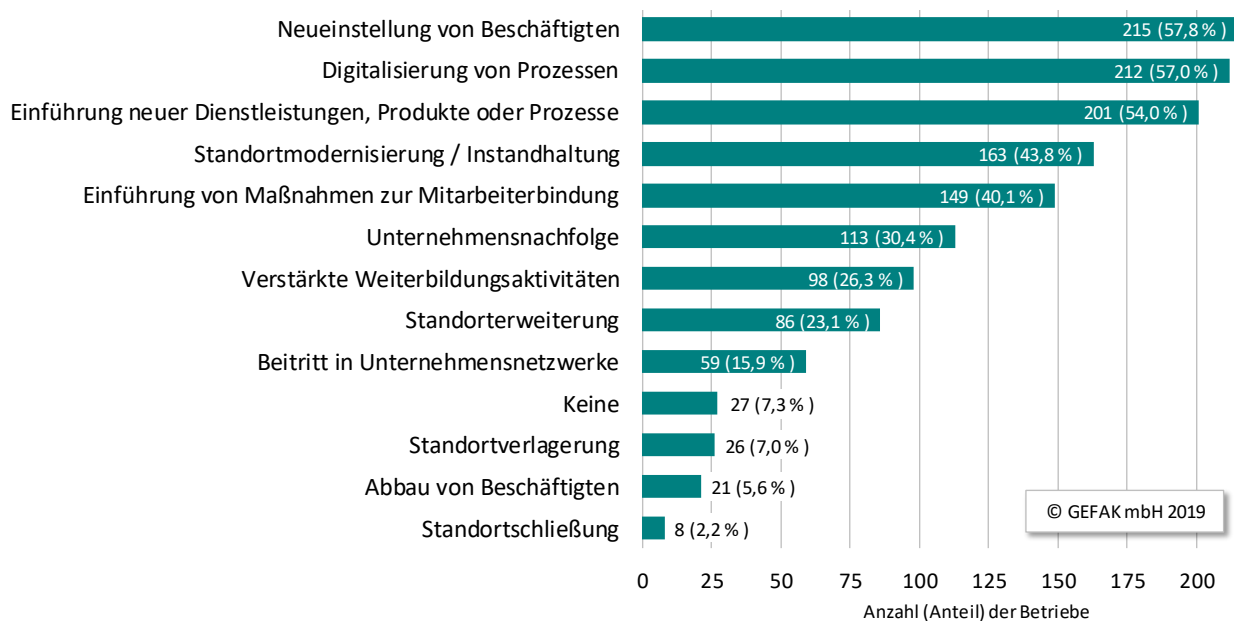
Die mittelfristigen Entwicklungsabsichten der Unternehmen im Rhein-Neckar-Kreis sind insgesamt sehr dynamisch. Es gibt deutlich mehr Unternehmen mit expansiven Entwicklungsplänen in den kommenden drei Jahren als Unternehmen, die in diesem Zeitraum Schrumpfungsmaßnahmen planen. Weil im Rahmen der Befragung keine genauen Angaben (z.B. Investitionsvolumen, Anzahl geplanter Entlassungen etc.) möglich waren, können aus den vorliegenden Zahlen keine „Nettoeffekte“ berechnet werden. Außerdem ist zu beachten, dass diese sensible Frage nicht alle Befragten beantwortet haben. Die folgenden prozentualen Angaben beziehen sich also auf eine kleinere Teilmenge.

58 Prozent der hier antwortenden Unternehmen beabsichtigen die Neueinstellung von Beschäftigten, 57 Prozent die Digitalisierung von Prozessen und 54 Prozent die Einführung neuer Dienstleistungen, Produkte oder Prozesse. Des Weiteren planen 163 Betriebe die Modernisierung bzw. Instandhaltung ihres Standortes (44 Prozent) sowie 149 die Einführung von Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung (40 Prozent) (vgl. Abbildung 25).

Den 215 Betrieben, die Neueinstellungen planen, stehen 21 Betriebe mit zusammen 6.027 Beschäftigten gegenüber, welche einen Personalabbau vorsehen. Sechs dieser Betriebe mit insgesamt 315 Beschäftigten stehen offensichtlich vor einer Umstrukturierung, denn sie planen parallel zum Personalabbau auch Neueinstellungen.

86 Betriebe mit 5.356 Beschäftigten planen eine Standorterweiterung. Eine Standortschließung kündigen acht Betriebe mit zusammen 50 Beschäftigten an, drei dieser Betriebe sind unter den 113, die eine Unternehmensnachfolge erwägen. Somit zeigt sich eine sehr hohe Zahl an Unternehmen, für die innerhalb der nächsten drei Jahre das Thema Unternehmensnachfolge von Bedeutung ist.

Abbildung 25 Unternehmensplanungen bis 2022



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 372; Mehrfachantworten)

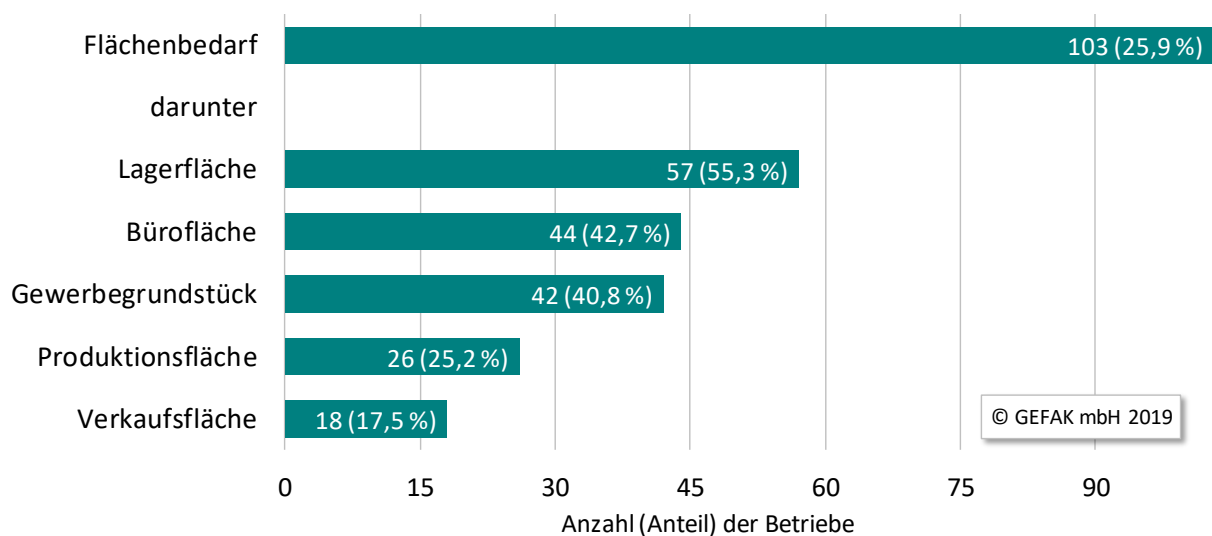
27 Betriebe gaben an, keine Entwicklungsabsichten zu haben.

Aufgrund der Befragung in nicht-anonymer Form und der Übertragung der Daten in KWIS sind der Wirtschaftsförderung die jeweiligen Betriebe bekannt, sodass eine gezielte Ansprache möglich ist.

6.2 Gewerbeflächenbedarf

Mit 94 Betrieben meldet knapp ein Viertel der antwortenden Betriebe zusätzlichen Flächenbedarf in den kommenden Jahren an (vgl. Abbildung 26). 36 dieser Betriebe mit Flächenbedarf bemängeln die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen als schlecht oder gar sehr schlecht (vgl. Kapitel 3).

Abbildung 26 Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 398; Mehrfachantworten)

Die 32 Betriebe, die ihren Bedarf an einem Gewerbegrundstück quantifiziert haben, benötigen insgesamt gut 12 Hektar. Von den übrigen Flächenarten werden ebenfalls rund 12 Hektar benötigt (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6 Gewerblich genutzte Fläche und zukünftiger Bedarf

Art des Flächenbedarfs	Betriebe mit Bedarf	Betriebe mit quantifiziertem Bedarf	insgesamt Umfang in m ²
1. Gewerbegrundstück	42	32	125.950
Gebäudeflächen			
2. Bürofläche	44	29	10.510
3. Lagerfläche	57	39	85.985
4. Produktionsfläche	26	17	22.180
5. Verkaufsfläche	18	13	4.945
Summe 2. - 5.	87*	59*	123.620
Summen	103*	69*	249.570

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019

* überschneidungsfrei

Tabelle 7 zeigt die zeitliche Verteilung des geäußerten Gewerbeflächenbedarfs. Der Grundstücksbedarf ist überwiegend kurz- oder langfristig, der Gebäudeflächenbedarf überwiegend mittelfristig.

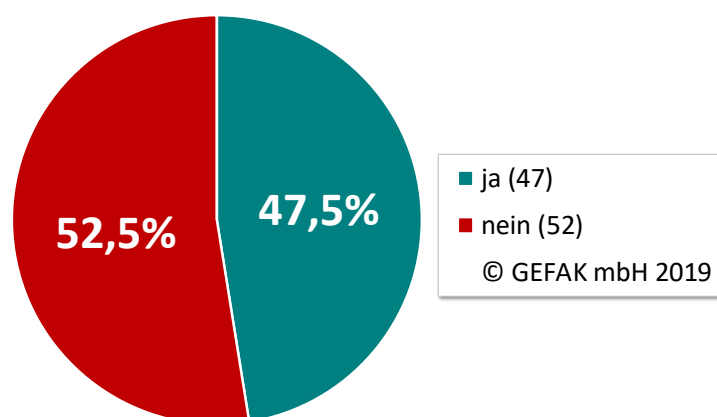
Tabelle 7 Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf mit Zeitpunkt

Art des Flächenbedarfs	2019/2020		2021		Bedarf ab 2022 (oder ohne Zeitangabe)	
	Anzahl	Umfang in m ²	Anzahl	Umfang in m ²	Anzahl	Umfang in m ²
1. Gewerbegrundstück	16	61.400	5	14.500	11	50.050
Gebäudeflächen						
2. Büroflächen	19	5.940	5	3.000	5	1.570
3. Lagerfläche	23	21.190	6	48.025	10	16.770
4. Produktionsfläche	9	7.880	3	10.500	5	3.800
5. Verkaufsfläche	8	2.245	0	0	5	2.700
Summe 2. – 5.:		37.255		61.525		24.840

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 69)

Anhand dieser Zahlen zeigt sich, dass der hohe Bedarf an Gewerbegrundstücken als auch an Gebäudeflächen ein möglicher Engpassfaktor für expansionswillige Betriebe darstellen kann. Jedoch kann immerhin fast die Hälfte der Betriebe mit Flächenbedarf noch am Unternehmensstandort expandieren, wie folgende Abbildung 27 zeigt.

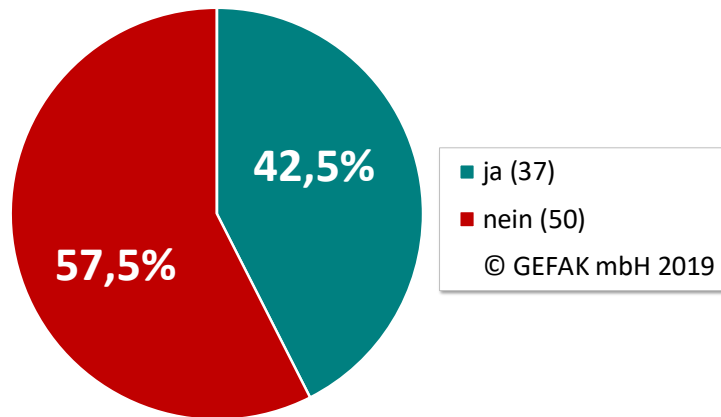
Abbildung 27 Flächenerweiterung am Unternehmensstandort grundsätzlich möglich



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 99)

Umgekehrt geben über 40 Prozent der Betriebe mit Flächenbedarf an, dass eine Betriebsverlagerung erforderlich ist.

Abbildung 28 Betriebsverlagerung erforderlich

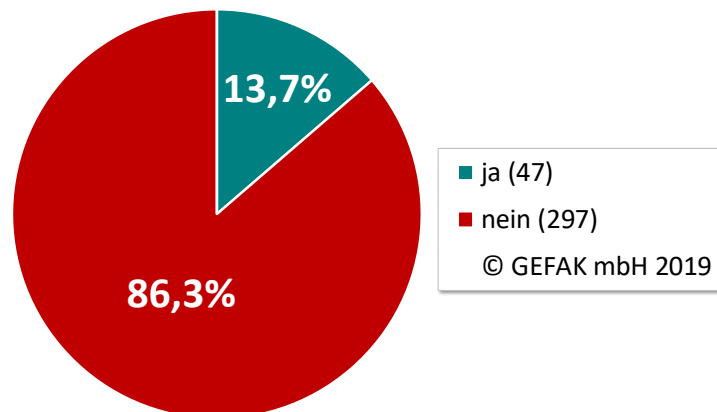


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 87)

6.3 Digitalisierung

Die Digitalisierung wird gegenwärtig als eine große Herausforderung für Unternehmen wahrgenommen. Zunächst wurde gefragt, ob die Betriebe bereits einmal eine digitale Dienstleistung des Rhein-Neckar-Kreises in Anspruch genommen haben. Dies bejahten 47 Unternehmen und damit knapp 14 Prozent der befragten Unternehmen.

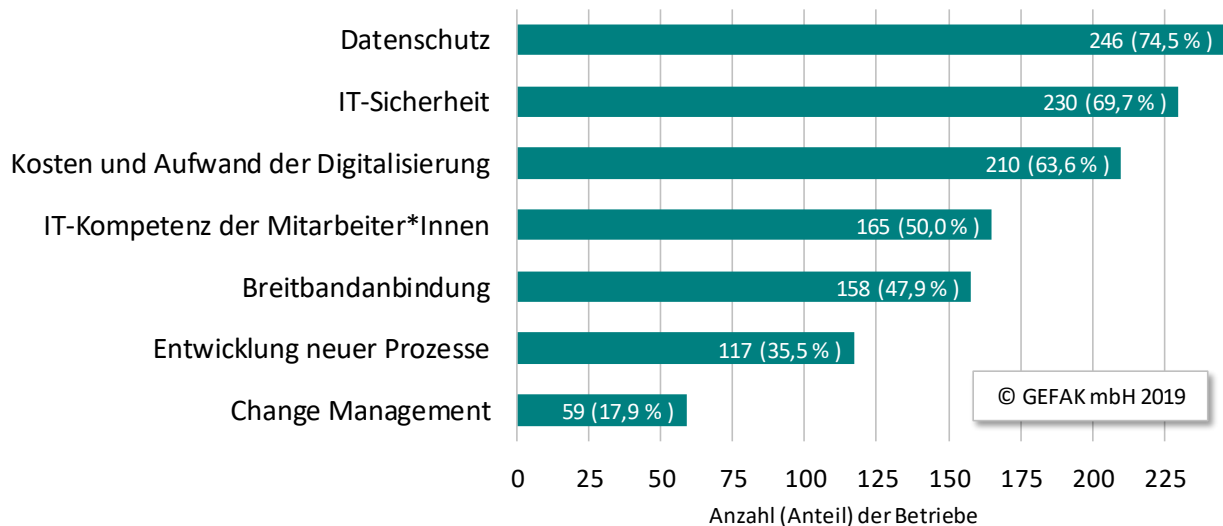
Abbildung 29 Inanspruchnahme einer digitalen Dienstleistung



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 344)

Weiterhin wurde gefragt, worin die Unternehmen die größten Herausforderungen der Digitalisierung sehen. Diese sehen die antwortenden Betriebe im Datenschutz (75 Prozent), in der IT-Sicherheit (70 Prozent) und in Kosten und Aufwand der Digitalisierung (64 Prozent). Mit etwas Abstand folgen die IT-Kompetenz der Mitarbeitenden (50 Prozent) und die Breitbandanbindung (48 Prozent). Die Entwicklung neuer Prozesse erkennen gut ein Drittel als Herausforderung, während der Punkt Change Management mit 17,9 Prozent eine untergeordnete Rolle zu spielen scheint.

Abbildung 30 Herausforderungen der Digitalisierung aus Sicht der Unternehmen

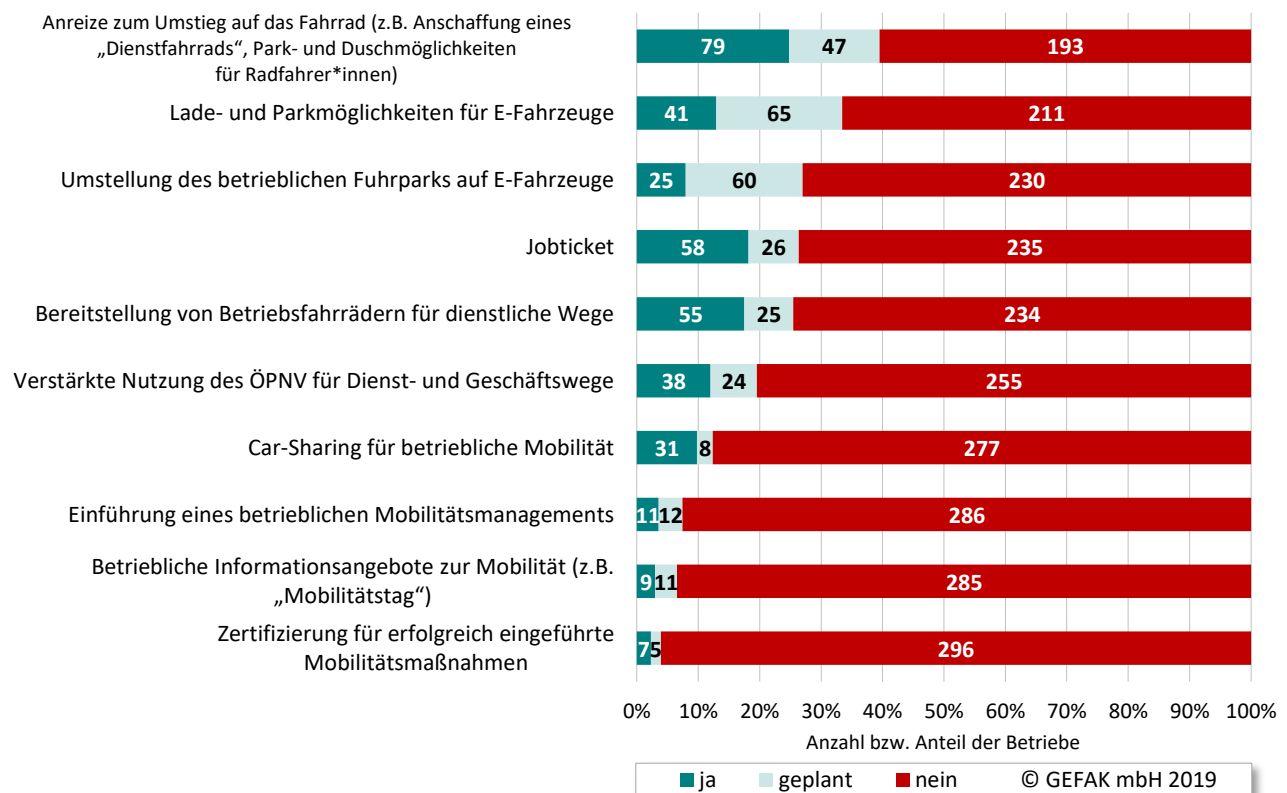


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 330; Mehrfachantworten)

6.4 Mobilitätswende

Im Rahmen einer nachhaltigkeitsorientierten Ausrichtung der Wirtschaftsförderung ist das Themenfeld der betrieblichen Mobilität von besonderer Bedeutung. Daher wurden die Teilnehmer der Befragung gebeten, zu verschiedenen Maßnahmen zur Mobilitätswende anzugeben, ob diese bereits durchgeführt oder aber geplant werden.

Abbildung 31 Maßnahmen zur Mobilitätswende

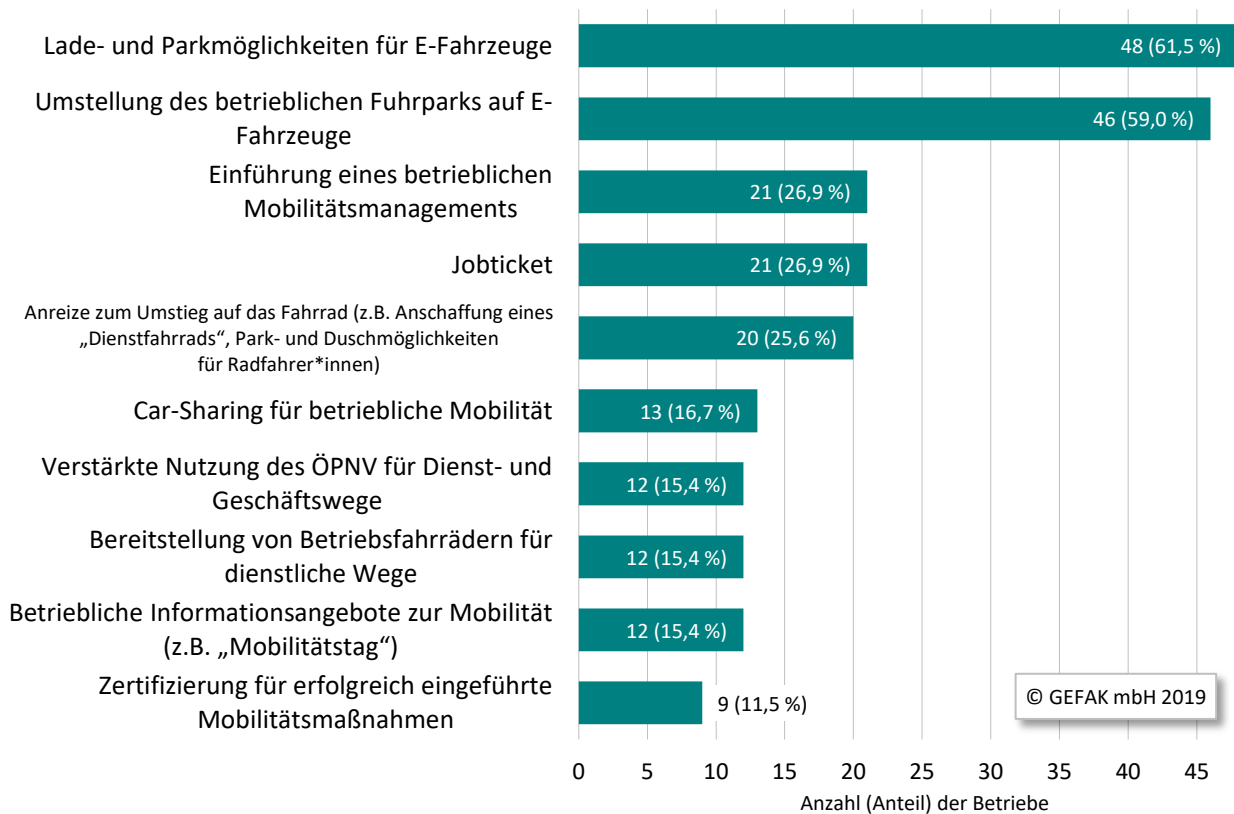


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 335)

Dabei zeigt sich zunächst, dass viele Maßnahmen von vielen Betrieben noch gar nicht durchgeführt werden oder geplant sind. Denn 60 Prozent bis zu 95 Prozent der Betriebe verneinten dies. Die häufigste bereits durchgeführte bzw. geplante Maßnahme stellen Anreize zum Umstieg auf das Fahrrad dar, wo immerhin 25 Prozent der Befragten bereits aktiv sind und weitere 15 Prozent Maßnahmen planen. Es folgen Lade- und Parkmöglichkeiten für E-Autos, die Umstellung des betrieblichen Fuhrparks auf E-Fahrzeuge, das Jobticket und die Bereitstellung von Betriebsfahrrädern für dienstliche Wege, wo jeweils 25 bis über 30 Prozent der Unternehmen angaben, bereits Maßnahmen durchzuführen oder diese zu planen. Mit jeweils deutlich unter 10 Prozent führen vergleichsweise wenig Betriebe bereits ein betriebliches Mobilitätsmanagement ein, halten betriebliche Informationsangebote zur Mobilität vor, oder zertifizieren ihre Mobilitätsmaßnahmen. Dennoch gibt es bei all diesen Maßnahmen offensichtlich Vorreiterbetriebe, die bei gezielten Maßnahmen zur Förderung der betrieblichen Mobilität ggf. als Multiplikatoren wirken können.

Gefragt nach dem Interesse an Maßnahmen (vgl. Abbildung 32) ergeben sich für viele der genannten Maßnahmen jeweils hohe Zahlen an interessierten Betrieben, so dass mögliche Angebote der Wirtschaftsförderung oder weiterer Akteure passgenau beworben werden können. Das höchste Interesse besteht dabei bei Lade- und Parkmöglichkeiten für E-Fahrzeuge (48 Unternehmen) und bei der Umstellung des betrieblichen Fuhrparks auf E-Fahrzeuge (46 Unternehmen). Mit Abstand folgen die Einführung eines betrieblichen Mobilitätsmanagements und das Jobticket (jeweils 21 Unternehmen) und Anreize zum Umstieg auf das Fahrrad (20 Unternehmen).

Abbildung 32 Interesse an Maßnahmen zur Mobilitätswende



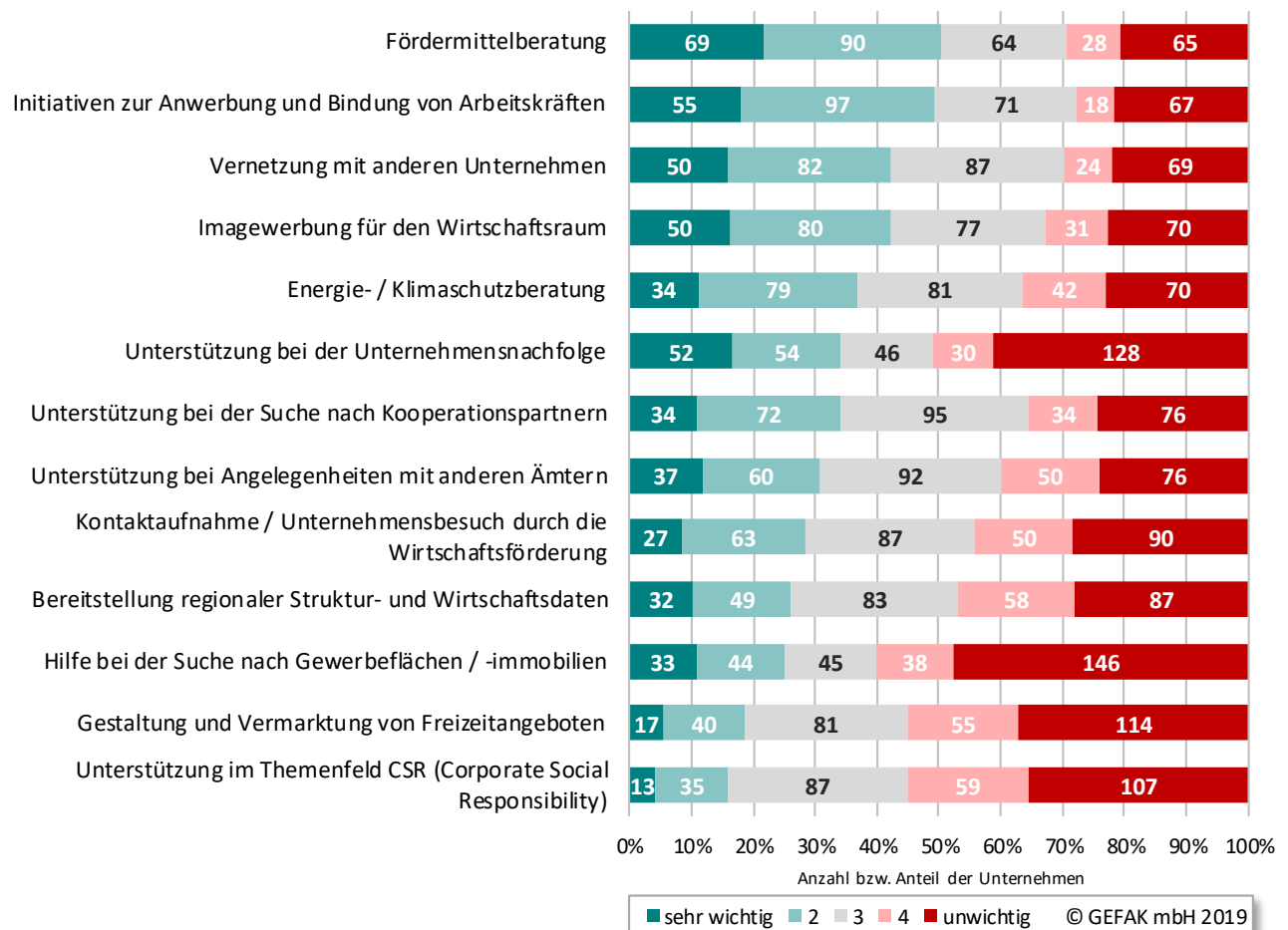
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 78)

7 Wirtschaft und Wirtschaftsförderung

7.1 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Zur bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Serviceangebote der Wirtschaftsförderung im Landkreis wurden die Betriebe gefragt, wie wichtig ihnen in Zukunft welche Angebote sind (vgl. Abbildung 33). Die Hälfte der hier antwortenden Betriebe sehen in der Fördermittelberatung und in Initiativen zur Anwerbung und Bindung von Arbeitskräften die wichtigsten Aufgabengebiete der Wirtschaftsförderung. Es folgen die Vernetzung mit anderen Unternehmen und die Imagewerbung für den Wirtschaftsraum, die je ca. 42 Prozent der Unternehmen als wichtig oder sehr wichtig betrachten. Ebenfalls wichtig für eine hohen Anteil sind aus Sicht der Betriebe die Energie- und Klimaschutzberatung (ca. 38 Prozent), die Unterstützung bei der Betriebsnachfolge (34 Prozent) und die Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern.

Abbildung 33 Wichtigkeit von Wirtschaftsförderungsaktivitäten

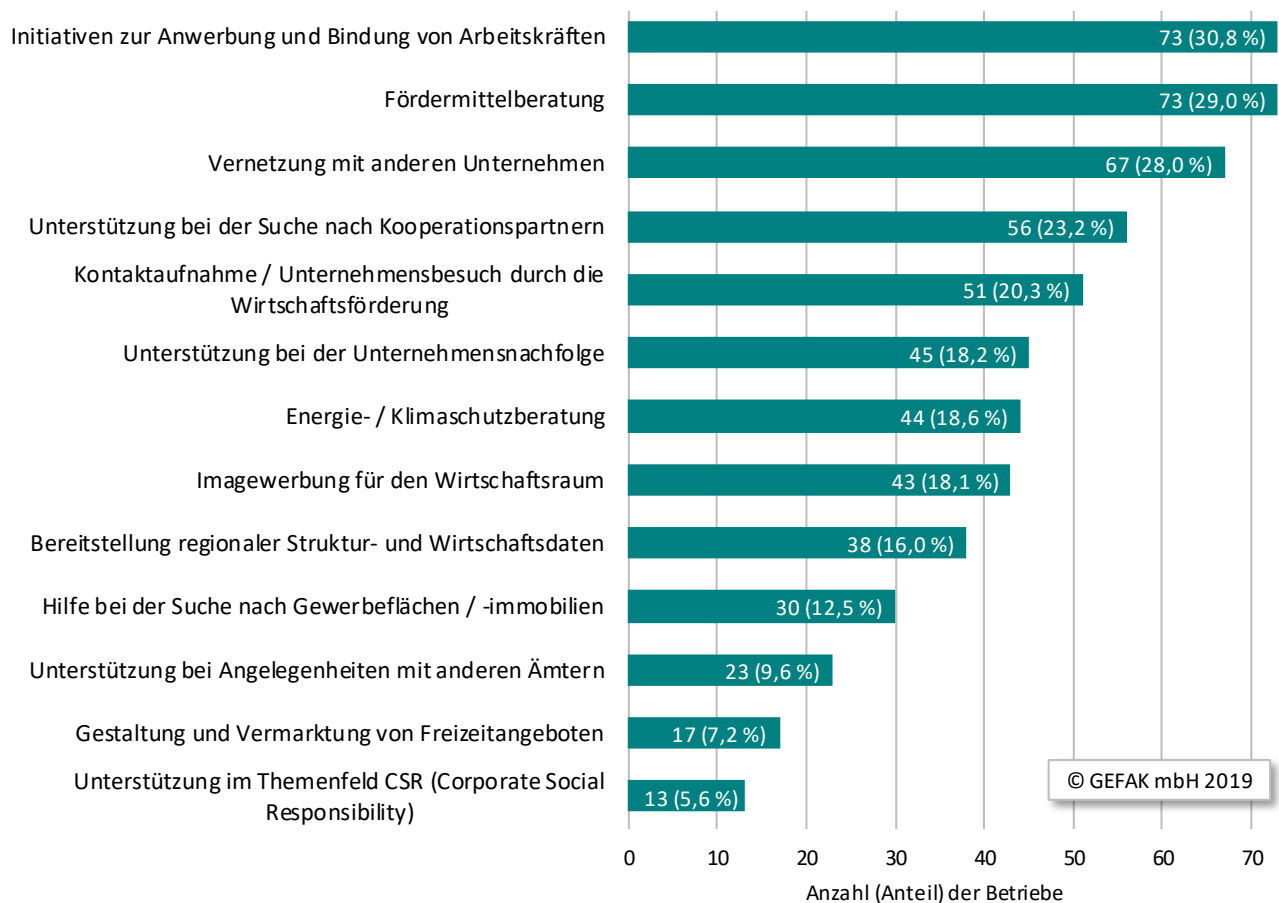


Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 335; Mehrfachantworten) - Sortierung nach Summe aus 1 + 2

Der konkrete und aktuelle Bedarf der Betriebe an Serviceangeboten der Wirtschaftsförderung geht aus Abbildung 34 hervor. Die häufigsten Nennungen entfallen ebenfalls auf Initiativen zur Anwerbung und Bindung von Arbeitskräften und die Fördermittelberatung, mit etwas Abstand folgt die Vernetzung mit

anderen Unternehmen, mit deutlicherem Abstand die Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern und ebenfalls noch mehr als 50 Nennungen entfallen auf eine/n Kontaktaufnahme / Unternehmensbesuch durch die Wirtschaftsförderung. Der geringste Bedarf wird in der Unterstützung im Themenfeld CSR (Corporate Social Responsibility) gesehen.

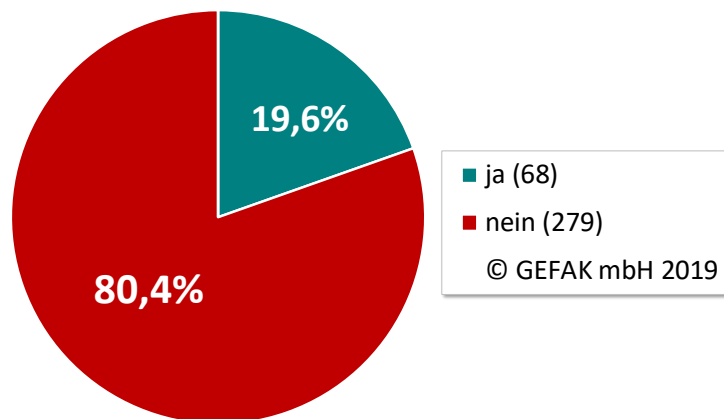
Abbildung 34 Aktuell eigener Bedarf an Wirtschaftsförderungsaktivitäten



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 279; Mehrfachantworten)

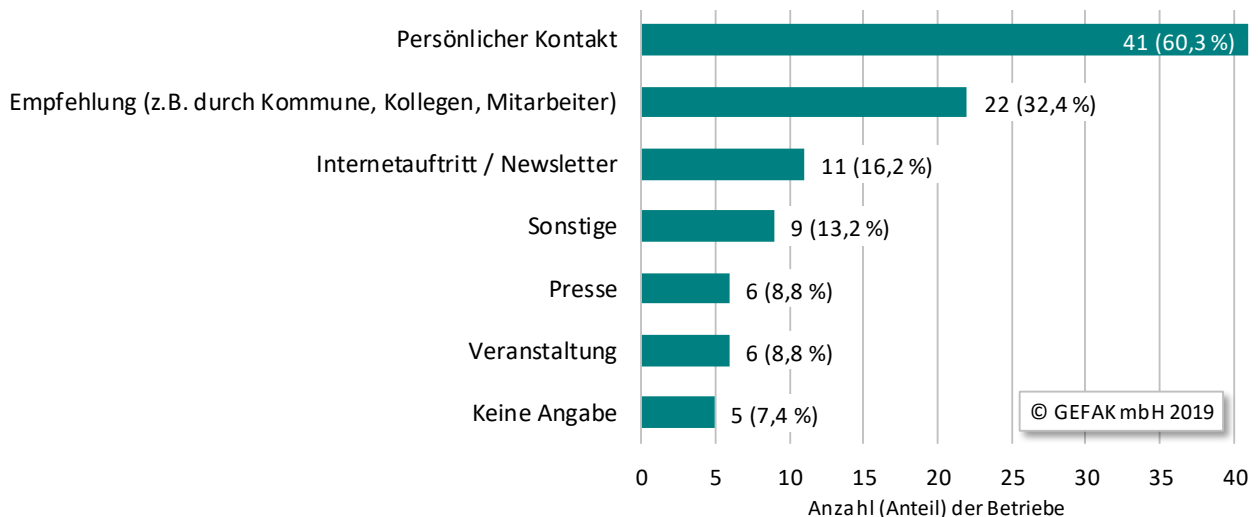
Diese Angaben geben wichtige Impulse für die zukünftige Ausrichtung der konkreten Arbeit der Wirtschaftsförderung. Sie ermöglichen sowohl die Priorisierung der genannten Maßnahmen gemäß des quantifizierten Bedarfs als auch die passgenaue Ansprache der Unternehmen entsprechend des geäußerten eigenen aktuellen Bedarfs.

Darüber hinaus wurde gefragt, inwieweit überhaupt bereits einmal ein Unternehmen Kontakt mit der Wirtschaftsförderung hatte. Dabei zeigte sich, dass bisher knapp 20 Prozent der Unternehmen bereits Kontakt mit der Wirtschaftsförderung hatten.

Abbildung 35 Kontakt mit Wirtschaftsförderung

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 347)

Diese wurden wiederum gefragt, wie sie auf die Wirtschaftsförderung aufmerksam geworden sind. Von den 68 antwortenden Betrieben gaben 41 an, durch einen persönlichen Kontakt auf die Wirtschaftsförderung aufmerksam geworden zu sein, gefolgt durch 22 Unternehmen, denen die Wirtschaftsförderung empfohlen wurde. Vergleichsweise wenige Nennungen entfallen auf den Internetauftritt / Newsletter (11 Unternehmen), auf die Presse (6 Unternehmen) oder eine Veranstaltung (6 Unternehmen).

Abbildung 36 Wirtschaftsförderung bekannt durch

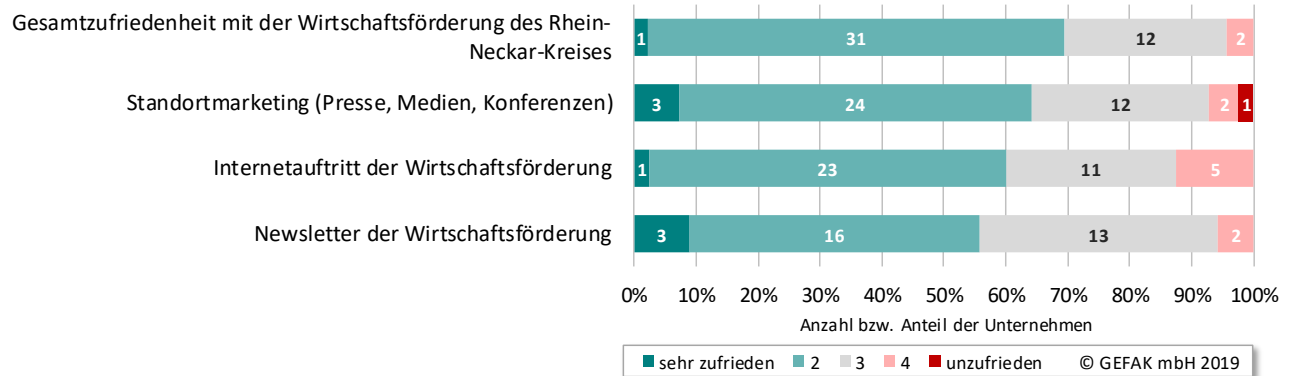
Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 68)

Im Umkehrschluss wird deutlich, dass viele Unternehmen erst über diese Befragung erstmalig in Kontakt mit der Wirtschaftsförderung getreten sind.

Weiterhin wurden die Unternehmen nach ihrer Zufriedenheit mit den Angeboten der Wirtschaftsförderung befragt. Über 55 bis knapp 70 Prozent der antwortenden 50 Betriebe war mit den Angeboten jeweils

sehr zufrieden oder zufrieden, wobei nur vereinzelt Unternehmen sehr zufrieden angegeben haben. Unzufrieden waren 5 Unternehmen mit dem Internetauftritt der Wirtschaftsförderung. Insgesamt kann eine hohe Zufriedenheit festgestellt werden.

Abbildung 37 Zufriedenheit mit Angeboten der Wirtschaftsförderung



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019 (n = 50)

8 Handlungsempfehlungen

Die folgenden Handlungsempfehlungen zeigen, dass viele Aufgaben nur in der Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises mit weiteren Akteuren bzw. Organisationen umzusetzen sind. Eine wichtige Herausforderung besteht daher darin, die relevanten Ergebnisse den übrigen Akteuren der kommunalen und regionalen Entwicklung (v.a. den relevanten Dienststellen innerhalb des Landratsamtes und den Standortgemeinden, aber auch den übrigen Kooperationspartnern in der Region) zu kommunizieren und mit diesen gemeinsam arbeitsteilige Lösungsstrategien zu vereinbaren.

Bei der Unternehmensbefragung handelt es sich um eine Momentaufnahme der Meinungen und Stimmungen in der Wirtschaft. Kritische Standortbewertungen geben also die Wahrnehmung der Befragten wieder. Dabei ist die schlechte Bewertung eines Standortfaktors nicht zwangsläufig auf ein objektiv schlechtes Angebot zurückzuführen. So kann zum Beispiel im Einzelfall auch das fehlende Wissen der Befragten ausschlaggebend für ihr Urteil sein. Bei vielen Handlungsfeldern wird es daher Aufgabe der Wirtschaftsförderung sein, bereits bestehende Angebote noch besser zu kommunizieren.

Die hier aufgeführten Handlungsfelder basieren auf folgenden Grundlagen. Zunächst fließen die Ergebnisse zur Standortzufriedenheit ein, bei denen klar wurde, dass die Themenkomplexe *Fachkräftesicherung* und *Digitalisierung* gegenwärtig besonders drängende Probleme aus Sicht der Unternehmen darstellen. Darüber hinaus basieren die Handlungsfelder auf dem von den Unternehmen ausgewiesenen aktuellen Bedarf an Wirtschaftsförderungsaktivitäten, der explizit abgefragt wurde (vgl. Abbildung 34). Die Themen mit den meisten Nennungen werden in den Handlungsempfehlungen aufgegriffen. Die jeweils aufgeführten Handlungsempfehlungen greifen auch die Diskussion der Befragungsergebnisse im Rahmen des Strategie-Workshops der Stabsstelle Wirtschaftsförderung am 12. Dezember 2019 in Wiesenbach auf. Als besonders wichtig für die zukünftige Arbeit der Wirtschaftsförderung wurden dort die Handlungsfelder Fachkräfte, Bestandspflege und Vernetzung eingeschätzt. Als weitere wichtige Themen wurden die Fördermittelberatung, Energie/Klimaschutz/Nachhaltigkeit, Gewerbeflächen, Digitalisierung und Unternehmensnachfolge bewertet. Diese Handlungsfelder werden im Folgenden vertieft betrachtet und - wo möglich - mit der Anfang 2018 verabschiedeten Strategie der Wirtschaftsförderung abgeglichen.

8.1 Handlungsfeld Fachkräfte

Grundsätzlich brachte die Befragung viele Hinweise dafür, dass der Fachkräftemangel das derzeit bedeutendste Entwicklungshemmnis der Betriebe darstellt und damit von überragender strategischer Bedeutung für die Mehrheit der Betriebe ist. Im Hinblick auf die Ansiedlungspolitik innerhalb der regionalen Wirtschaftsförderungsstrategie sollte die bisherige bestandsorientierte Strategie beibehalten werden. Diese sieht vor, Standortanfragen professionell zu begleiten (durch gezielte Weiterleitung der Anfragen an die Kommunen, Vernetzung, Standortvermarktung im Rahmen der Imagebildung und -festigung), sie setzt jedoch nicht auf eine offensive Ansiedlungswerbung außerhalb der Region.

Bei der Fachkräftegewinnung sind zunächst die verschiedenen Fachkräftereservoirs in den Blick zu nehmen. Ein wichtiges Reservoir stellen die Auszubildenden dar. Die Befragung ergab, dass immerhin 37 Betriebe und somit fast jedes zehnte der befragten Unternehmen plant, die Ausbildung als betriebliche Maßnahme der Fachkräftesicherung einzuführen. Von diesen haben 25 Betriebe konkretes Interesse an der Ausbildung als Maßnahme der Fachkräftesicherung geäußert. Durch die nicht-anonymisierte Befragung stehen die einzelbetrieblichen Nennungen zur Verfügung, so dass hier zunächst stichprobenartig der konkrete Unterstützungsbedarf erhoben werden könnte. Sollte sich zeigen, dass die Mehrzahl der Betriebe

auf Hilfe angewiesen ist, könnte gemeinsam mit den berufsständischen bzw. für die Ausbildung zuständigen Institutionen die weitere Vorgehensweise abgestimmt werden, um dann den Unternehmen die für sie relevanten Unterstützungsmaßnahmen anbieten zu können.

Die Region Rhein-Neckar ist Standort vieler attraktiver Unternehmen und bietet auch bei den weichen Standortfaktoren sehr gute Bedingungen, was durch die gute Bewertung etwa der Standortfaktoren Lebensqualität und Zukunftsfähigkeit des Rhein-Neckar-Kreises untermauert wurde. Im Standortwettbewerb der Regionen ist es dennoch wichtig, über die Außenwerbung den Wirtschaftsraum – etwa auf Bundesebene – bekannt zu machen und auch als attraktiven Lebensraum zu bewerben. Wenngleich bereits durch die Strahlkraft auch international bekannter und attraktiver Betriebe viele Hochqualifizierte angezogen werden, haben dennoch fast 90 Prozent der Betriebe Schwierigkeiten bei der Suche nach Hochqualifizierten. Die in der Strategie Wirtschaftsförderung 2018 beschlossenen Maßnahmen zum Standortmarketing sind daher auf den Prüfstand zu stellen. In diesem Zuge sollte auch eine verbesserte Sichtbarkeit der zahlreichen Hidden Champions im Rhein-Neckar-Kreis – auf internationaler Ebene – in den Blick genommen werden. Denn immerhin 22 Betriebe signalisierten Interesse an der Suche nach Arbeitskräften im Ausland. Zunächst sollten die Interessen als auch Ideen der Betriebe bezüglich dieser Maßnahme genauer erhoben werden, um dann zu überlegen, ob gemeinsame Maßnahmen entwickelt werden sollten. Dabei wäre auch zu überprüfen, inwieweit eine solche Werbung der Wirtschaftsregion im Ausland bereits durch die Metropolregion Rhein-Neckar oder andere Institutionen geleistet wird. Weiterhin ist zu beachten, dass hier bereits auf regionaler Ebene ein Welcome Center Rhein-Neckar (WCRN) betrieben wird, das maßgeblich von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises betreut wird. Operativ fokussiert das WCRN besonders die Betreuung bereits in der Region ansässiger internationaler Fachkräfte und führt Maßnahmen zur Schaffung einer Willkommenskultur durch. Hingegen gehört die Anwerbung internationaler Fachkräfte vor Ort aufgrund fehlender Ressourcen nicht zum derzeitigen Arbeitsumfang. Diese bestehenden Angebote sollten den interessierten Betrieben kommuniziert werden. Vor dem Hintergrund der Befragungsergebnisse ist zu überlegen, inwieweit der Aufgabenzuschnitt des WCRN anzupassen wäre.

Von besonderer Bedeutung sind Maßnahmen, die noch gezielter die bereits verfügbaren und räumlich stärker gebundenen Arbeitskräftereservoirs in der Region in den Blick nehmen. Zu überprüfen wären solche Angebote, die auf potenzielle Arbeitnehmer wie Schulabgänger oder auf ältere Arbeitnehmer ausgerichtet sind. Bezüglich der Schulabgänger könnte insbesondere bei den Gymnasien noch Potenzial für eine bessere Verknüpfung von potenziellen Nachfragern und den Anbietern bestehen, etwa im Rahmen von Aktionswochen der Betriebe oder vergleichbaren Kampagnen, bei denen Betriebe den Kontakt zu den zukünftigen Schulabgängern suchen. Neben den Schulabgängern sind die Studierenden an den regional ansässigen Hochschulen potenzielle Arbeitskräfte der Betriebe. Hier wäre zu prüfen, inwieweit Unternehmen im Landkreis bereits Zugang zu Veranstaltungen an Universitäten oder Hochschulen haben und ob hier unterstützende Maßnahmen des Landkreises erforderlich sind. Im Rahmen des Seminars „International Students Welcome“ wird bereits ein Format angeboten, mit dem internationale Studierende zu den beruflichen Möglichkeiten und administrativen Bedingungen beraten werden. Neuerdings nehmen sich Unternehmen auch der Zielgruppe der Studienabbrecher an. Auch hier könnten bestehende Angebote und Interessen der Unternehmen erhoben werden. Ein häufig noch nicht ausgeschöpftes Arbeitskräftepotenzial besteht auch bei Eltern, die zum Teil gerne mehr arbeiten würden, sofern die Betreuungssituation dies zulässt. Immer mehr Betriebe schaffen hier selbst Angebote, in dem sie mit den Anbietern von Betreuungsdienstleistungen kooperieren oder selbst Betreuungsangebote schaffen. Räumlich nahe gelegene Betriebe könnten hier kooperieren. Zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf wurde ein hohes Inte-

resse der Unternehmen signalisiert, so dass hier vertiefend die genauen Bedarfe bzw. Interessen der Betriebe erhoben werden könnten. Anzumerken ist dabei, dass die Stabsstelle Wirtschaftsförderung bereits seit 2016 mit der Kontaktstelle Frau und Beruf in Mannheim kooperiert und seitdem ein flächendeckendes Beratungsangebot bereithält. Ebenfalls immer wichtiger wird die Ausrichtung der Betriebe auf die Bedürfnisse älterer Arbeitnehmer und die Schaffung von Angeboten für Mitarbeiter, die Angehörige pflegen. Befragungen in anderen Regionen ergeben regelmäßig, dass auch in diesen Bereichen erste Betriebe tätig werden, die gezielt unterstützende Angebote für pflegende Mitarbeiter schaffen.

Für die Vermittlung von Angeboten und Interessenten stellen regionale Jobportale, auf denen gerade auch niederschwellige Angebote wie Praktika, Ferienjobs oder Angebote für Studierende ein wichtiges Werkzeug dar. Hier sollte das bestehende Angebot geprüft und überlegt werden, ob eine zusätzliche regionale Plattform als Angebotsergänzung sinnvoll sein könnte. Auch für diese Maßnahme gilt, dass weitere regionale Institutionen im Themenfeld in den Diskussionsprozess mit eingebunden werden sollten.

Sowohl bei diesem als auch bei anderen Themen (etwa betriebliches Gesundheitsmanagement, Mobilitätsmanagement, temporäres Arbeiten außerhalb des Betriebes) hat die Befragung im Rhein-Neckar-Kreis jeweils Vorreiterbetriebe identifiziert. Ebenso hat jeweils eine hohe Zahl an Betrieben Interesse an solchen Maßnahmen signalisiert, so dass hier über Veranstaltungen oder über andere Informationskanäle diese Themen beworben werden könnten.

In der Gesamtstrategie wurde auch die Unterstützung von KMU auf dem Gebiet der Fachkräfteanwerbung als eigenständige Maßnahme herausgestellt. Über die konkrete Unterstützung im Rahmen des Welcome Centers Rhein-Neckar hinaus zeigt die Befragung für diese Zielgruppe auf, welche konkreten Maßnahmen bereits durchgeführt werden oder welche nachgefragt werden. Damit wird die Entwicklung von passenden Beratungsangeboten unterstützt. Neben konkreten Maßnahmen wie das Angebot des Welcome Centers steht jedoch – dies wurde im Rahmen des Workshops deutlich – auch die Sensibilisierung der Betriebe für das Thema Fachkräftesicherung. Viele Betriebe beginnen erst jetzt aufgrund des drängenden Engpasses damit, sich erstmalig mit dem Thema Fachkräftegewinnung und -sicherung auseinanderzusetzen. Aufgrund der Scharnierfunktion der Wirtschaftsförderung zu den vielen externen Angeboten auch anderer Träger dürften daher Aufgaben im Bereich der Wissensvermittlung und Sensibilisierung an Bedeutung gewinnen.

Wie bei den meisten Handlungsfeldern auch besteht die Herausforderung darin, die genauen Ansatzpunkte für die Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und die eigene Rolle in diesem Themenfeld zu identifizieren. Vor der Entwicklung eigener Maßnahmen sollte jeweils genau geprüft werden, inwieweit es bereits bestehende Angebote anderer regionaler Institutionen gibt. Oftmals besteht die Aufgabe dann eher darin, zunächst die bestehenden Angebote zu kommunizieren und somit als Wegweiser oder erste Anlaufstelle in diesem Themenfeld zu agieren. Nur bei eindeutigen Angebotslücken wäre es Aufgabe der Wirtschaftsförderung, mit eigenen Maßnahmen tätig zu werden (z.B. regionale Plattform für niederschwellige Angebote der Unternehmen). Bereits bestehende Maßnahmen sollten regelmäßig auf den Prüfstand gestellt werden, um zu einer kontinuierlichen Verbesserung des Beratungsangebots im Themenfeld beizutragen.

8.2 Handlungsfeld Bestandspflege

Die Bestandspflege ist ein klassisches Aufgabenfeld der Wirtschaftsförderung. Eine hohe Zahl an Betrieben gab an, ein Interesse an Maßnahmen der Wirtschaftsförderung im Themenfeld Bestandspflege zu haben. Dazu zählen zwar in einem weiten Verständnis fast alle der hier aufgeführten Handlungsfelder.

Enger gefasst betrifft dies solche Maßnahmen wie Kontaktaufnahme/ Unternehmensbesuch durch die Wirtschaftsförderung, die Bereitstellung regionaler Struktur- und Wirtschaftsdaten und die Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Ämtern. Während die Bereitstellung von Strukturdaten ein übergreifendes Angebot ist, setzen die anderen Maßnahmen einzelbetrieblich an. Bei der Kontaktaufnahme / Unternehmensbesuch sollte zunächst aufgrund des hohen Interesses der Unternehmen priorisiert werden, für welche Betriebe dies besonders drängend ist. Anhand der Befragungsergebnisse sollten Betriebe, die neben dem Interesse an einem Unternehmensbesuch etwa Standortverlagerung oder Abbau von Beschäftigten angegeben haben, vordringlich besucht werden, um die genauen Bedarfe zu erheben. Zu überlegen ist, ob der Besuch gemeinsam mit dem Vertreter der Ortsgemeinde (Wirtschaftsförderer und/oder Bürgermeister) durchgeführt werden sollte.

Die Befragung ergab auch, dass bisher vergleichsweise wenige knapp 20 Prozent der Betriebe Kontakt mit der Wirtschaftsförderung hatten. Durch die Maßnahmen im Rahmen der Bestandspflege, wozu neben den Unternehmensbesuchen auch die Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Ämtern zählt, sollte der Bekanntheitsgrad der Wirtschaftsförderung in Zukunft deutlich ansteigen.

8.3 Handlungsfeld Vernetzung

Die Befragung ergab sowohl große Potenziale als auch ein hohes konkretes Interesse der Unternehmen am Themenfeld Vernetzung. Das Thema Vernetzung wurde im Rahmen des Strategie-Workshops der Stabsstelle Wirtschaftsförderung als prioritäres Thema bewertet.

In seiner Wirtschaftsförderungsstrategie hat sich der Rhein-Neckar-Kreis das Ziel gesetzt, definierte Stärkefelder in den Fokus zu nehmen, um die Innovationsfähigkeit des Standorts zu fördern. Dazu hat er gezielt den Aufbau bzw. die Verstetigung von Unternehmensnetzwerken in der Region unterstützt, wozu das Netzwerk Smart Production e.V. als auch das food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V. gehören. Zu diesen und anderen Netzwerken in der Region wurden die Unternehmen gefragt, ob sie zu diesen Netzwerken Kontakt haben und ob sie Interesse an diesen Netzwerken haben. Dabei wurde deutlich, dass bisher vergleichsweise wenige Unternehmen Kontakt zu vielen der genannten Netzwerke haben, jedoch Interesse bekunden. Bei allen abgefragten Netzwerken übertraf das Potenzial teilweise deutlich den Bestand an Kontakten, so dass bspw. für das Clusternetzwerk „Energie und Umwelt“ neben 16 bestehenden Unternehmen zusätzlich 45 interessierte Unternehmen identifiziert werden konnten. Für die explizit in der Wirtschaftsförderungsstrategie 2018 genannten Netzwerke Smart Production e.V. und food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V. wurden 32 bzw. 37 interessierte Betriebe identifiziert, die nun gezielt zu den Angeboten der jeweiligen Netzwerke kontaktiert werden sollten. Auch zu bisher kaum bekannten Netzwerken wie GeoNet.MRN oder IT FOR WORK e.V. besteht ein hohes Interesse. Letztlich muss es auch Ziel sein, generell die Entwicklung der Unternehmensnetzwerke im Blick zu haben und dabei die ansässigen Unternehmen auch zu neuen Netzwerken zu informieren und auf einem aktuellen Stand zu halten.

Die Befragung hat ergeben, dass sich zahlreiche Unternehmen in Bezug auf Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung gezielte Maßnahmen zur Vernetzung erwarten. Rein quantitativ stellen Vernetzungsaktivitäten seitens der Wirtschaftsförderung das dritt wichtigste Handlungsfeld aus Sicht der Unternehmen dar. Daher sollten die bestehenden Vernetzungsformate überprüft und ggf. ergänzt werden, wobei die Befragungsergebnisse hier aus Sicht der Unternehmen zahlreiche interessante Anknüpfungspunkte aufzeigen. Ein Angebot zur Vernetzung könnte auch darin bestehen, den Unternehmen im Rahmen eines Unternehmerabends die Ergebnisse der Befragung vorzustellen. Dieses Format hat sich in zahlreichen

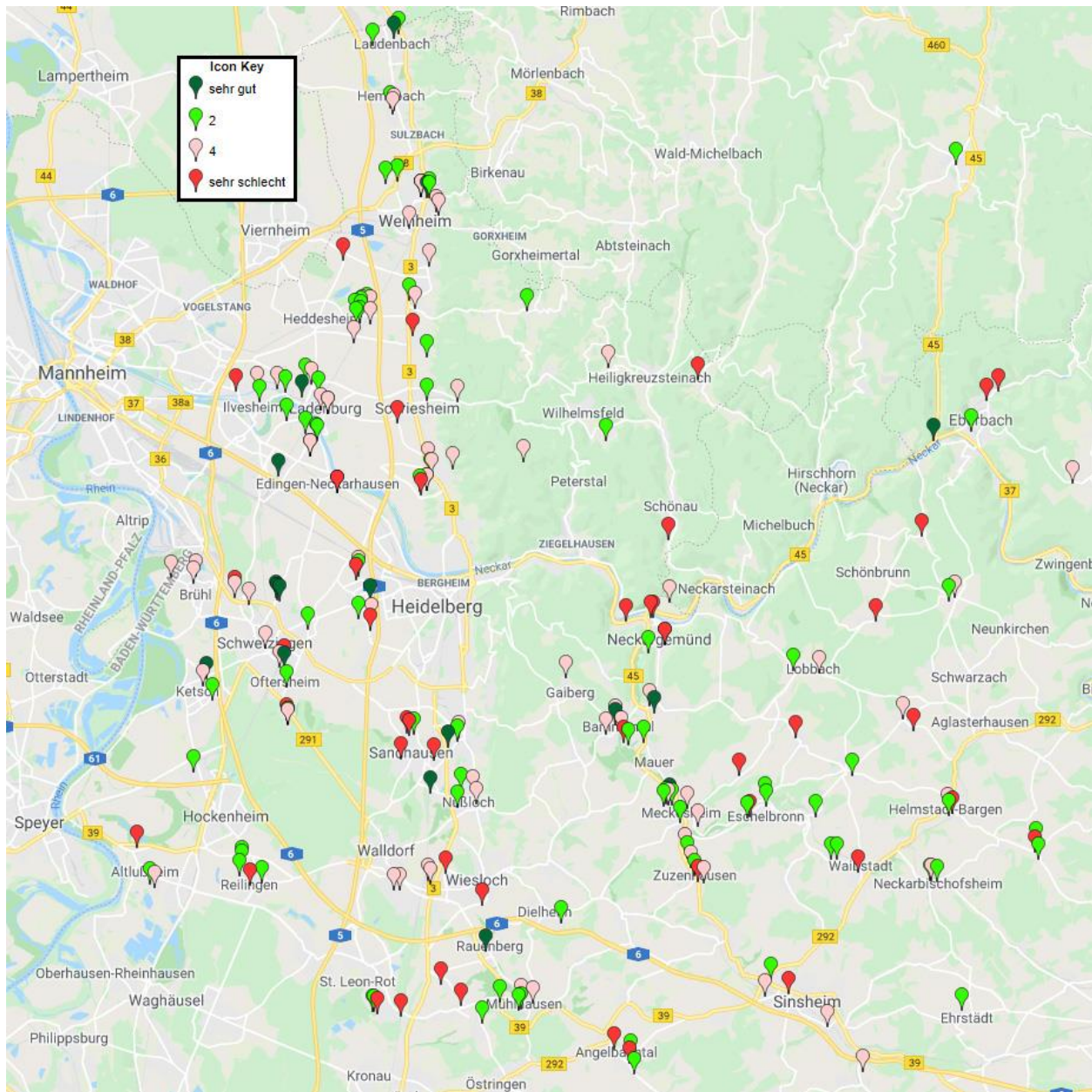
Projekten bewährt. Gerade im Zuge der strategischen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung seit 2018 stellt dies ein geeignetes Format dar, um auch die Bekanntheit der Wirtschaftsförderung zu steigern und insgesamt den Dialog zwischen Verwaltung und Unternehmerschaft zu unterstützen.

Weiterhin ist im Handlungsfeld Vernetzung auch die Kommunikation mit und für die kommunalen Dienststellen ein zentraler Ansatzpunkt. Es sollte geprüft werden, ob sich die in der Gesamtstrategie 2018 skizzierte Arbeitsteilung zwischen der Landkreis-Wirtschaftsförderung und den Standortgemeinden bewährt hat oder ob diese präzisiert werden sollte, um die kommunalen Wirtschaftsförderungen zukünftig noch besser zu unterstützen. Ein Ansatzpunkt könnte darin bestehen, je nach personeller Ausstattung der Standortgemeinden für den Bereich Wirtschaftsförderung zu differenzieren. Für Kommunen ohne eigenes Personal könnte eine umfassendere Betreuung angeboten werden als für Kommunen, die über eine Stabstelle Wirtschaftsförderung bzw. Personal für die Wirtschaftsförderung verfügen. Sicherlich ergibt sich dabei letztlich eine unterschiedliche Arbeitsteilung je nach Ausstattung und personeller Schlagkraft der einzelnen Standortgemeinden, bei der auch die jeweiligen lokalen Arbeitsschwerpunkte und Besonderheiten bei wirtschaftlichen Themen zu berücksichtigen sind.

Eine weitere Aufgabe im Rahmen der Vernetzung ist die übergeordnete gegenseitige Information zu wirtschaftsrelevanten Themen und die Kommunikation der im Themenfeld Wirtschaft und Wirtschaftsförderung relevanten Akteure. Diese Vernetzung der regionalen Akteure auf Landkreisebene wurde in den letzten Jahren im Rahmen einer Kompetenzgruppe verstetigt, in der sich regelmäßig Vertreter der Unternehmen, der Verwaltung (Landkreis und Gemeinden) und von Institutionen wie IHK und Arbeitsagentur zu aktuellen Themen der wirtschaftlichen Entwicklung und Wirtschaftsförderung austauschen. Dieses Format hat sich als funktionierendes Vernetzungsformat erwiesen und sollte wie bisher weitergeführt werden.

8.4 Handlungsfeld Gewerbeflächen

Die Unternehmensbefragung brachte hervor, dass 103 Unternehmen und damit 26 Prozent einen Flächenbedarf haben. Knapp 10 ha des ausgewiesenen Flächenbedarfs werden bereits gegenwärtig benötigt. Überdies gaben 37 Unternehmen an, dass zur Deckung des Flächenbedarfs eine Betriebsverlagerung erforderlich wäre, was nicht zuletzt die Bedeutung dieses Themenfeldes aus Sicht der Betriebe aufzeigt.

Abbildung 38 Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019, Kartenquelle: mapalist.com

Eine kartographische Darstellung zur Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen (vgl. Abbildung 38) zeigt auf, dass sich zufriedene bis sehr zufriedene Unternehmen im gesamten Kreisgebiet identifizieren lassen. Eine gänzlich angespannte Gewerbeflächensituation kann hieraus daher nicht abgeleitet werden. Allerdings fällt auf, dass es in der Gesamtbetrachtung auch zahlreiche Unternehmen gibt, die mit der Flächenverfügbarkeit unzufrieden bis sehr unzufrieden sind. Einzelne Standorte mit einer besonderen Häufung unzufriedener oder sehr unzufriedener Betriebe sind bspw. St. Leon-Rot im südlichen Kreisgebiet sowie die unmittelbaren Umlandgemeinden der Zentren Mannheim und Heidelberg, wie etwa Neckargemünd.

Aus Sicht der Wirtschaftsförderung des Landkreises besteht die vordringliche Aufgabe in diesem Themenfeld zunächst darin, die mit der Befragung identifizierten Bedarfe der Unternehmen jeweils an die Standortkommunen zu übermitteln, um dann den genauen Bedarf der Unternehmen und die Dringlichkeit zu verifizieren. Sollte eine Betriebsverlagerung unvermeidlich sein, sollten zunächst die noch in den Nachbarkommunen im Kreisgebiet vorhandenen Flächenpotenziale bekannt gemacht werden. Dazu ist erforderlich, dass entsprechende Flächenpotenziale auch der Wirtschaftsförderung bekannt sind.

Die Stabsstelle Wirtschaftsförderung hat bereits begonnen, die vorhandenen Gewerbeflächenpotenziale in den Kommunen zu erheben. Auf der Grundlage könnte die Wirtschaftsförderung nicht nur als Mittler zwischen nachfragenden Unternehmen und Kommunen mit Flächenreservoirs im Landkreis fungieren, sondern auch unterstützend bei der Vermarktung und Vergabe der Flächen tätig werden. Die genaue Aufgabenverteilung im Handlungsfeld Gewerbeflächen zwischen Standortgemeinden und Kreis sollte dabei klar festgelegt werden bzw. sollte die bisherige Arbeitsteilung überprüft werden.

Für das bereits in der Gesamtstrategie erwogene Gewerbeflächenkonzept ergeben sich auf Grundlage dieser Unternehmensbefragung wichtige Anhaltspunkte. Das Ziel der bedarfsgerechten Unterstützung der kreisangehörigen Städte und Gemeinden bei der Entwicklung und Vermarktung ihrer Gewerbeflächen, das durch die Erstellung eines Gewerbeflächenkonzepts unterstützt werden könnte, sollte daher weiterverfolgt werden und Bestandteil der mittelfristigen Planungen der Wirtschaftsförderung sein. Angesichts der Flächenknappheit und den Bestrebungen zur Vermeidung eines zu hohen Flächenverbrauchs könnten zukünftig interkommunale Gewerbegebiete ein Ansatzpunkt der Gewerbeflächenentwicklung im Kreis darstellen. Hierbei könnte der Wirtschaftsförderung des Landkreises eine moderierende Funktion zukommen. Ein ebenfalls angesichts der Flächenknappheit zunehmend relevantes Thema sind Kriterien zur Flächenvergabe. In einem moderierten Prozess unter Einbeziehung der Standortgemeinden könnte ein entsprechender Kriterienkatalog entwickelt werden, der auch einen wichtigen Baustein zu einer koordinierten kreisweiten Vorgehensweise bei der Flächenvergabe darstellen könnte.

8.5 Handlungsfeld Digitalisierung

Im für die Unternehmen wichtigen Themenfeld der Digitalisierung ist zunächst zwischen rein auf die technische Infrastruktur bezogenen Maßnahmen und inhaltlich-strategischen Maßnahmen zu unterscheiden.

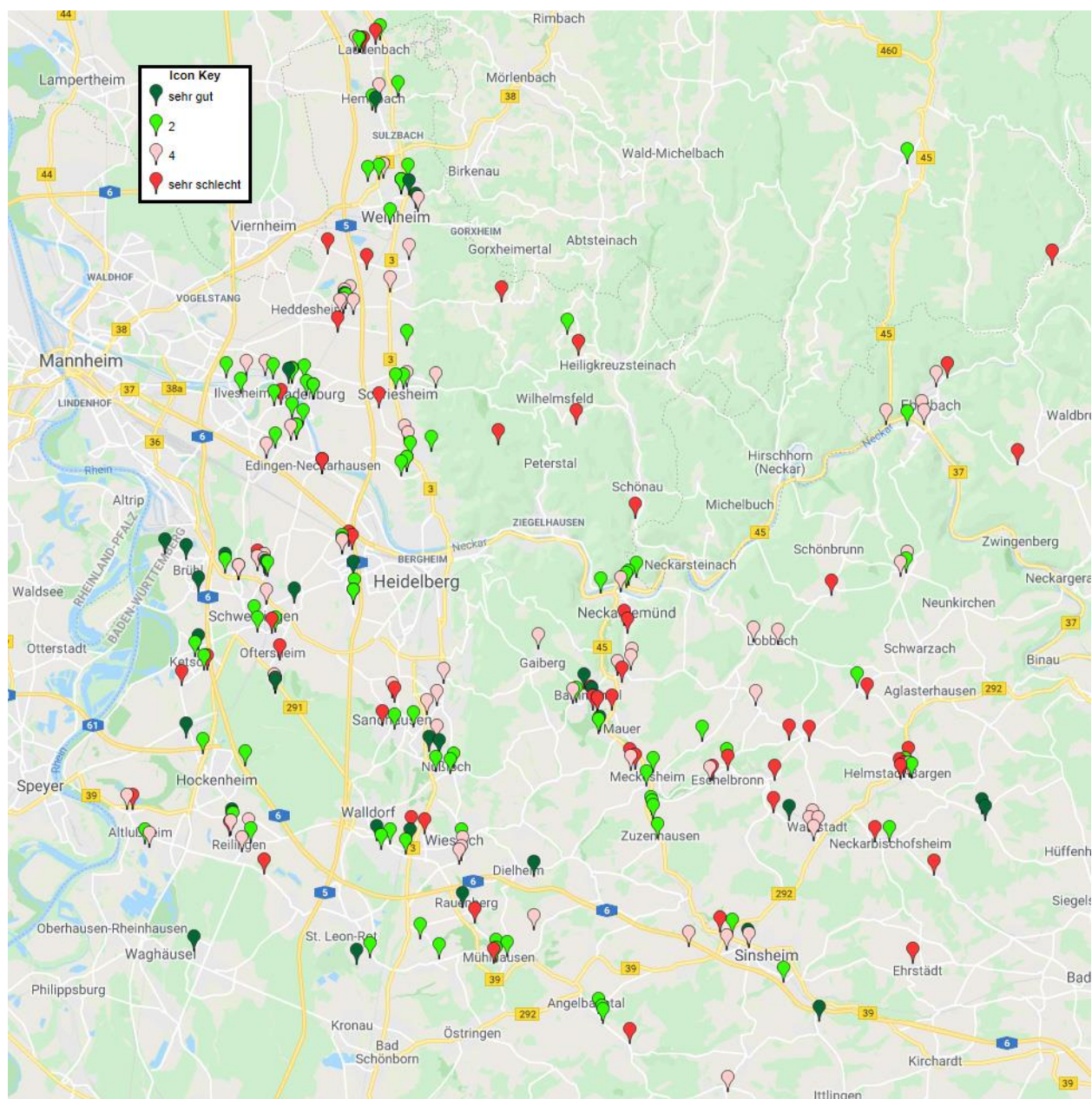
Der Ausbau der Breitbandversorgung wurde bereits seit 2012 als Kernprojekt in die strategische Ausrichtung des Landkreises aufgenommen. Auf Basis einer Marktanalyse und Machbarkeitsstudie wurde 2014 der Zweckverband High-Speed-Netz Rhein-Neckar gemeinsam mit allen Kommunen des Kreises gegründet und als Modellprojekt in der Breitbandinitiative des Ministeriums für den Ländlichen Raum und Verbraucherschutz gefördert. Seitdem erfolgt der stufenweise der Ausbau der Breitbandversorgung im Landkreis.

Auf Ebene der Infrastruktur sollten zunächst die Befragungsergebnisse herangezogen werden, um die Betriebe mit schlechten oder sehr schlechten Standortbewertungen zu lokalisieren und darauf basierend räumliche Schwerpunkte mit schlechter oder sehr schlechter Ausstattung zu identifizieren. Abbildung 39 und Abbildung 40 visualisieren die Standortzufriedenheit bei den auch als besonders wichtig bewerteten Standortfaktoren Breitbandversorgung und Mobilfunkversorgung. Wie in Kapitel 4.1 bereits ausgeführt wurde, wird die Mobilfunkversorgung insgesamt besser bewertet als die Breitbandversorgung, was auch aus dem Vergleich der beiden folgenden Karten hervorgeht. Bezogen auf die Breitbandversorgung fällt die Häufung von Betrieben mit schlechter oder sehr schlechter Bewertung im südöstlichen Kreisgebiet auf, während sich zufriedene oder sehr zufriedene Betriebe häufig in den Standortgemeinden in der

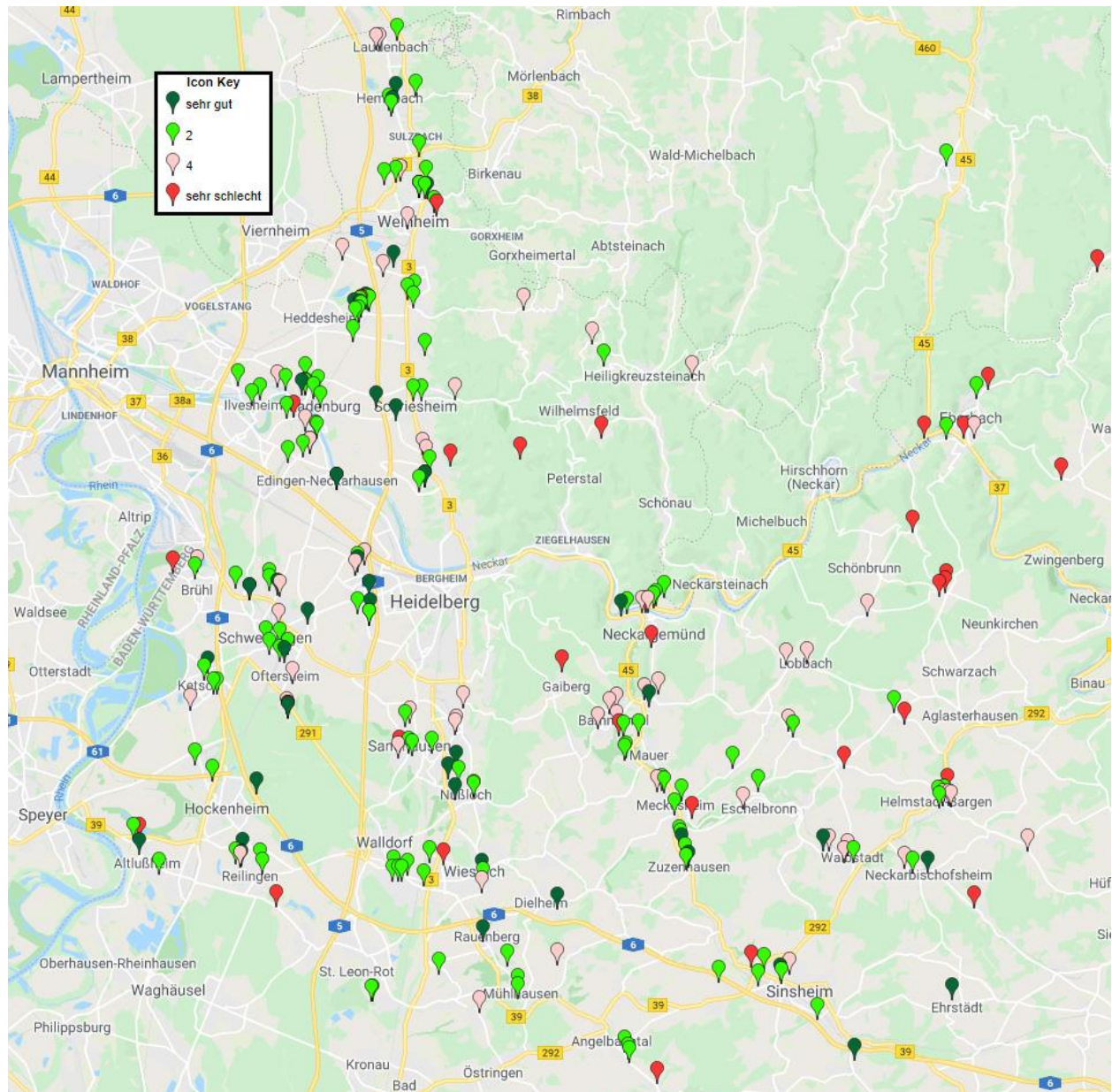
Rheinschiene befinden. Bei der Mobilfunkversorgung zeigt sich eine ähnliche Tendenz, so dass der Anteil von Betrieben mit schlechter oder sehr schlechter Bewertung im Osten oder Südosten des Kreisgebietes höher ist. Beide Karten zeigen jedoch auch, dass hier auch kleinräumige Unterschiede vorhanden sind.

Ein erster Schritt könnte darin bestehen, dass die Wirtschaftsförderung den Standortgemeinden unzufriedene Betriebe nennt, die wiederum den Betroffenen die – oftmals nicht bekannten – bereits bestehenden Versorgungsmöglichkeiten kommuniziert. Darüber hinaus sollte geprüft werden, ob und wie Versorgungslücken geschlossen werden könnten bzw. sollten den Unternehmen die Ausbaupläne im Bereich Breitbandversorgung kommuniziert werden.

Abbildung 39 Zufriedenheit mit der Breitbandversorgung



Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019, Kartenquelle: mapalist.com

Abbildung 40 Zufriedenheit mit der Mobilfunkversorgung

Quelle: Unternehmensbefragung Rhein-Neckar-Kreis 2019, Kartenquelle: mapalist.com

Neben der infrastrukturellen Ausstattung ist das Themenfeld Digitalisierung auch inhaltlich-strategisch von großer Relevanz für die Betriebe. Dies kommt nicht zuletzt durch die jeweils hohe absolute Zahl an Betrieben zum Ausdruck, die sich bei den verschiedenen Herausforderungen der Digitalisierung wiederfindet. Für alle genannten Herausforderungen wie Datenschutz, IT-Sicherheit, Kosten und Aufwand der Digitalisierung etc. dürfte ein großes Interesse an Angeboten der Wirtschaftsförderung oder anderen Anbietern bestehen, etwa im Rahmen von Veranstaltungen. Aus Sicht der Wirtschaftsförderung des Landkreises ist zu prüfen, inwieweit die Erkenntnisse aus der Befragung Rückschlüsse zulassen auf das bereits vorhandene Angebot in dem Themengebiet. Mit dem bereits angesprochenen Netzwerk Smart Production e.V. wird das Themenfeld der Digitalisierung absehbar auch ein zentraler Bestandteil der Netzwerkarbeit der Wirtschaftsförderung sein, wo ja jeweils auch viele Unternehmen Interesse zeigten, die bisher

keinen Kontakt zu diesen Netzwerken hatten. In der Diskussion während des Strategie-Workshops der Wirtschaftsförderung wurde die Frage aufgeworfen, ob hier weitere Netzwerke erforderlich seien, um den Bedarf im Themenfeld noch besser zu bedienen. Eine weitere Aufgabe wird somit darin bestehen, die Netzwerkdynamik im Themenfeld genau im Blick zu haben und relevante Informationen an die Unternehmen im Landkreis weiterzugeben. Die Digitalisierung hat auch vielfältige Schnittstellen zum Handlungsfeld Fachkräfte, etwa wenn es um die Aus- und Weiterbildung geht. Hier ist die Wirtschaftsförderung im Projekt Lernfabrik 4.0 involviert, einem Kooperationsprojekt der fünf regionalen Berufsschulzentren und dem Landratsamt. Damit wird auch deutlich, dass im Themenfeld Digitalisierung die Kooperation mit anderen Verwaltungsstellen im Landratsamt als auch mit dem Zweckverband von hoher Bedeutung ist.

Generell ist zum Themenfeld Digitalisierung herauszustellen, dass die Wirtschaftsförderung des Landkreises insbesondere eine Funktion als Wissensvermittler einnimmt. Stellt man die begrenzte Zahl an Mitarbeitern der Wirtschaftsförderung der Bedeutung des Themenfeldes gegenüber, so ist klar, dass eine Priorisierung auf wichtige Aufgaben vorzunehmen ist und die eigene Rolle im Themenfeld genau abgesteckt werden sollte.

8.6 Handlungsfeld Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Ein weiteres Handlungsfeld der Wirtschaftsförderung stellt das Themenfeld Nachhaltigkeit und Klimaschutz dar. Ebenso wie zuvor bei der Digitalisierung wird das Thema im Rahmen der Netzwerkarbeit bereits über das Clusternetzwerk „Energie und Umwelt“ adressiert, wo neben 16 Bestandsunternehmen insbesondere auch die 45 Betriebe mit Interesse gezielt angesprochen werden sollten. Dass den Unternehmen das Thema von Bedeutung ist, zeigte sich auch an den über 35 Prozent der befragten Unternehmen, die die Energie- und Klimaschutzberatung als wichtiges oder sehr wichtiges Arbeitsfeld der Wirtschaftsförderung benannten. 44 Unternehmen zeigten hier konkreten Bedarf, so dass hier Unternehmen kontaktiert und auf ihre genauen Bedürfnisse hin befragt werden sollten. Schnittstellen in diesem Handlungsfeld ergeben sich neben der Netzwerkarbeit sicherlich auch zum Thema Fördermittelberatung, wobei der Wirtschaftsförderung des Landkreises hier wiederum vornehmlich eine vermittelnde Rolle zukommt. Denn oft werden Förderprogramme im Themenfeld durch andere Akteure wie Stadtwerke, regionale Energieagenturen oder Einrichtungen auf Ebene der Metropolregion oder auf Bundeslandebene angeboten.

Genauer wurde das Interesse der Betriebe am Themenfeld betriebliche Mobilität erfragt. Zu allen Maßnahmen, etwa betriebliches Mobilitätsmanagement oder Umstellung des Fuhrparks auf E-Fahrzeuge etc., für die das Interesse abgefragt wurde, signalisierten Betriebe Interesse, so dass passgenaue Angebote im Themenfeld auf eine entsprechende Resonanz seitens der Betriebe stoßen sollten.

Im Strategie-Workshop der Wirtschaftsförderung wurde auch die strategische Bedeutung des Themenfeldes für die Außendarstellung und das regionale Image diskutiert. Hier wurde darauf hingewiesen, dass zunächst erhoben werden sollte, wer mit welchen Akzenten das Themenfeld Nachhaltigkeit in der Region besetzt. Denn es ist davon auszugehen, dass das Thema weiter an Bedeutung gewinnen wird. Es soll vermieden werden, dass andere Regionen sich womöglich als Pioniere oder Hauptakteure in dem Feld profilieren, wenngleich es auch in der Region große Potenziale gibt, das Themenfeld gezielter und mit mehr Nachdruck zu bedienen. Dazu sollten gezielte Maßnahmen zu einer nachhaltigen Wirtschaftsförderung erwogen werden.

Eine Maßnahme im Kontext Nachhaltigkeit ist das Themenfeld Corporate Social Responsibility (CSR). Zwar wurde dies nur von vergleichsweise wenigen Betrieben als derzeit wichtig oder sehr wichtig benannt.

Dennoch ist zu erwarten, dass der Themenkomplex *Nachhaltiges Wirtschaften* zukünftig bedeutender wird. Daher ist es strategisch sinnvoll, diesen Themenbereich weiter zu verfolgen und ggf. auch gezielt Impulse, beispielsweise im Rahmen von „peer groups“ zu Nachhaltigkeitsbilanzen oder Themenabenden, zu setzen.

8.7 Handlungsfeld Fördermittelberatung

Die Fördermittelberatung für Unternehmen stellt eine Kernaufgabe der Stabsstelle Wirtschaftsförderung dar und wird seit Jahren erfolgreich angeboten. Auch von den Unternehmen wurde diese am häufigsten als wichtige oder sehr wichtige Aufgabe der Wirtschaftsförderung bewertet (vgl. Abbildung 33). Darüber hinaus gab mit 73 Nennungen ein knappes Drittel der Unternehmen einen eigenen Bedarf bei der Fördermittelberatung an. Somit ergeben sich aus der Befragung konkrete Ansatzpunkte für die Bedienung dieser Interessen. Im Nachgang wäre zu prüfen, ob diese Unternehmen bereits im Kontext Fördermittel Kontakt mit der Wirtschaftsförderung hatten oder ob diese erstmals im Rahmen der Befragung mit diesem Bedarf an die Wirtschaftsförderung herangetreten sind. Es wäre dann genauer zu erheben, in welchen Themen die Unternehmen einen Fördermittelbedarf sehen.

Über die einzelbetriebliche Beratung der Unternehmen hinaus wurde im Strategie-Workshop im Bereich der Fördermittelberatung auch die Notwendigkeit gesehen, erfolgreiche Projekte und „gute Beispiele“ transparenter zu machen und damit auch die Angebote zu bewerben und so Anreize für weitere Unternehmen zur Inanspruchnahme von Fördermittelberatungen zu schaffen. Eine Möglichkeit ist die Darstellung gelungener Beispiele in einer interaktiven Karte, die gerade in der Umsetzung ist. Hier könnten entsprechende erfolgreiche Umsetzungen in den Betrieben dargestellt werden.

Aufgrund der thematischen Überschneidungen der Förderthemen zu vielen der bereits diskutierten Handlungsfelder ist die Fördermittelberatung ein sehr breites Themenfeld, das für viele Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung von Bedeutung ist. Eine besondere Herausforderung stellt daher auch das interne Wissensmanagement und die Vernetzung untereinander dar, um die Bedarfe adäquat bedienen zu können.

8.8 Handlungsfeld Unternehmensnachfolge

Die Befragung ergab eine hohe Bedeutung der Unternehmensnachfolge für die mittelfristige betriebliche Entwicklungsplanung. 113 Betriebe (30,4 Prozent) gaben an, dass dies für ihren Betrieb bis 2022 zutrifft. Im Themenfeld Unternehmensnachfolge sind insbesondere die berufsständischen Organisationen, jedoch auch die Bankinstitute und weitere Dienstleistungsunternehmen präsent, so dass hier keine eigenständigen Angebote durch die Wirtschaftsförderung des Landkreises abzuleiten sind. Hingegen sollte die hohe Relevanz der Unternehmensnachfolge als ein wichtiges Ergebnis der Befragung an die oben genannten Zielgruppen kommuniziert werden. Umgekehrt ist wichtig, dass bestehende Angebote der im Themenfeld bereits tätigen Organisationen bedarfsgerecht an die interessierten Unternehmen kommuniziert werden, so dass auch hier der Wirtschaftsförderung eine Mittlerfunktion zukommt.

9 Anhang

9.1 Anschreiben



Rhein-Neckar-Kreis

Landratsamt Rhein-Neckar-Kreis, Postfach 10 46 80, 69036 Heidelberg

Landratsamt Rhein-Neckar-Kreis
Stabsstelle Wirtschaftsförderung

Dienstgebäude 69115 Heidelberg, Kurfürsten-Anlage 38 - 40

Aktenzeichen 04.00

Bearbeiter/in Danyel Atalay
Zimmer-Nr. 250
Telefon +49 6221 522-2166
Fax +49 6221 522-92166
E-Mail danyel.atalay@rhein-neckar-kreis.de

Öffnungszeiten Mo, Di, Do, Fr: 07:30 – 12:00 Uhr,
Mi: 07:30 – 17:00 Uhr
und Termine nach Vereinbarung

Datum 27.09.2019

Wirtschaftsstandort Rhein-Neckar-Kreis: Unternehmensbefragung 2019

Sehr geehrte/r _____,

der Rhein-Neckar-Kreis gehört zu den bundesweit führenden Wirtschaftsstandorten. Ziel der wirtschaftspolitischen Strategie des Rhein-Neckar-Kreises ist es, den Standort gemeinsam mit allen relevanten Wirtschaftsakteuren weiter voranzubringen. Daher bitten wir Sie um Ihre Mitwirkung. Ihre Antworten werden uns wertvolle Hinweise geben, um zielgerichtete Maßnahmen abzuleiten und damit die ansässigen Unternehmen auch zukünftig bedarfsgerecht zu unterstützen.

Wir bitten Sie, sich etwa 15 Minuten Zeit zu nehmen und den Online-Fragebogen bis zum **21.10.2019** auszufüllen. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Die Erfassung und Auswertung der Daten erfolgt unter Beachtung datenschutzrechtlicher Erfordernisse.

Den Fragebogen können Sie bequem online ausfüllen:

URL: https://www.soscisurvey.de/DW_RheinNeckar

Passwort: _____

Bei Fragen oder für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises:

Ansprechpartner: Patrick Schütz
Telefon: 06221 522-1321
E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de

Vielen Dank für Ihre Mitwirkung!

Mit freundlichen Grüßen

Danyel Atalay

9.2 Fragebogen



0% ausgefüllt

KONTAKTDATEN ZU IHREM UNTERNEHMEN

Bitte prüfen und ergänzen Sie die vorliegenden Angaben:

Firma:

Anschrift (Straße, PLZ, Ort):

Telefon:

Fax:

Homepage:

E-Mail:

Branche:

Geschäftsleitung:

Anrede:
 [Bitte auswählen] ▼

Akademischer Titel:
 [Bitte auswählen] ▼

Vorname:

Name:

Telefon:

E-Mail:

Ansprechpartner/-in für die Wirtschaftsförderung:

☐ wie Geschäftsleitung

Anrede:
 [Bitte auswählen] ▼

Akademischer Titel:
 [Bitte auswählen] ▼

Vorname:

Name:

Telefon:

E-Mail:

Weiter



6% ausgefüllt

ALLGEMEINES ZUM UNTERNEHMEN

Befindet sich der Hauptsitz Ihres Unternehmens im Rhein-Neckar-Kreis?

ja ☐
nein ☐

In welchem Wirtschaftsbereich hat Ihr Unternehmen seinen Schwerpunkt?

☐ Industrie
☐ Handwerk
☐ Handel
☐ Hotellerie/Gastronomie
☐ Freie Berufe
☐ Sonstige Dienstleistungen

In welchen Kompetenzfeldern / Clustern ist Ihr Unternehmen tätig? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Automobilwirtschaft
☐ Bauwirtschaft / Baustoffindustrie
☐ Biotechnologie
☐ Chemie / Pharmazie
☐ Elektrotechnik / Elektronik
☐ Energietechnik / Umwelttechnologie
☐ Lebensmittelwirtschaft
☐ Finanzdienstleistungen
☐ Gastronomie / Hotellerie / Tourismus
☐ Gesundheit / Pflege
☐ Immobilienwirtschaft
☐ Informations- und Kommunikationstechnik (IKT)
☐ Kultur- und Kreativwirtschaft
☐ Maschinenbau
☐ Medizin / Medizintechnik
☐ Unternehmensberatung

Sonstige:

Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen an der Betriebsstätte im Rhein-Neckar-Kreis? (Stand 30.06.2019)

Von denen sind...

Anzahl Frauen

Anzahl Männer

Anzahl Auszubildende

Zurück
Weiter

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321, E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497, E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath

13% ausgefüllt

Wie beurteilen Sie folgende Standortfaktoren?

Standortfaktoren Bitte pro Zeile je ein Kreuz für die „Bewertung des Standortes“ und je ein Kreuz für die „Wichtigkeit für Ihr Unternehmen“	Bewertung des Standortes 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht)					Wichtigkeit für Ihren Betrieb 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. Verkehrsanbindung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Breitbandversorgung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Mobilfunkversorgung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Nähe zu Studienangeboten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Nähe zu Forschungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen / -immobilien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Preisniveau der Gewerbeflächen / -immobilien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Kultur- und Freizeitangebote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Lebensqualität	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Image des Rhein-Neckar-Kreises	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Zukunftsfähigkeit des Rhein-Neckar-Kreises	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Gesamtzufriedenheit am Standort	☐	☐	☐	☐	☐					

ENTWICKLUNGSMÖGLICHKEITEN

Welche Entwicklungen treffen in den nächsten drei Jahren voraussichtlich auf Ihr Unternehmen zu?
(Mehrfachnennungen möglich)

☐ Einführung neuer Dienstleistungen, Produkte oder Prozesse
☐ Digitalisierung von Prozessen
☐ Beitritt in Unternehmensnetzwerke
☐ Einführung von Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung
☐ Neueinstellung von Beschäftigten
☐ Abbau von Beschäftigten
☐ Unternehmensnachfolge
☐ Verstärkte Weiterbildungsaktivitäten
☐ Standorterweiterung
☐ Standortmodernisierung / Instandhaltung
☐ Standortschließung
☐ Standortverlagerung
☐ Keine

Sonstige:

Zurück

Befragung unterbrechen

Weiter

 Rhein-Neckar-Kreis

19% ausgefüllt

FLÄCHEN UND IMMOBILIEN

Hat Ihr Unternehmen zusätzlichen Flächenbedarf?

ja ☒ nein ☐

[Zurück](#)

[Befragung unterbrechen](#)

[Weiter](#)

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321,
E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497,
E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath

 Rhein-Neckar-Kreis

25% ausgefüllt

FLÄCHEN UND IMMOBILIEN

Bitte präzisieren Sie Ihren Bedarf:

	Erweiterungsbedarf		zusätzlicher Bedarf (in qm)	Zeitpunkt des Bedarfs (Jahr)
	ja	nein		
Unbebautes Gewerbegrundstück	☐	☐		
Bürofläche	☐	☐		
Lagerfläche	☐	☐		
Produktionsfläche	☐	☐		
Verkaufsfläche	☐	☐		

Ist eine Flächenenerweiterung am Unternehmensstandort grundsätzlich möglich?

ja ☐ nein ☐

Falls keine Flächenenerweiterung möglich ist, ist eine Betriebsverlagerung erforderlich?

ja ☐ nein ☐

[Zurück](#)

[Befragung unterbrechen](#)

[Weiter](#)

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321,
E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497,
E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath

31% ausgefüllt

NETZWERKE UND KONTAKTE**Führt Ihr Unternehmen am Standort Forschung und Entwicklung durch?**ja ☐ ☐ nein**Hat Ihr Unternehmen Kontakte zu Hochschulen oder sonstigen Forschungs- bzw. Transfereinrichtungen?**ja ☐ ☐ nein**Wenn nein, sind Sie an Kontakten interessiert?**ja ☐ ☐ nein**Hat Ihr Unternehmen Kontakte zu bestehenden Unternehmensnetzwerken in der Region? Falls nein, haben Sie Interesse an den genannten Unternehmensnetzwerken?**

	ja	nein	Interesse
food.net:z – Lebensmittelnetzwerk Rhein-Neckar e.V.	☐	☐	☐
Netzwerk Smart Production e.V.	☐	☐	☐
BioRN – Biotechnologie-Cluster Rhein-Neckar	☐	☐	☐
GeoNet.MRN – Geoinformationsnetzwerk der Metropolregion Rhein-Neckar	☐	☐	☐
IT FOR WORK e.V.	☐	☐	☐
Clusternetzwerk „Energie und Umwelt“	☐	☐	☐

Zurück

Befragung unterbrechen

Weiter

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321,
E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497,
E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath



38% ausgefüllt

BEDARF AN ARBEITSKRÄFTEN

Hat Ihr Unternehmen in den nächsten zwölf Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften?

ja ☒ nein ☐

Zurück Weiter

Befragung unterbrechen



44% ausgefüllt

BEDARF AN ARBEITSKRÄFTEN

Bitte präzisieren Sie diesen Bedarf:

			Anzahl	Erwarten Sie Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung?	
	ja	nein		ja	nein
Hochqualifizierte: Hochschulabsolventen	☐	☐		☐	☐
Hochqualifizierte: Meister, leitend Tätige	☐	☐		☐	☐
Qualifizierte Arbeitskräfte (mit Ausbildung)	☐	☐		☐	☐
Gering qualifizierte Arbeitskräfte	☐	☐		☐	☐
Auszubildende	☐	☐		☐	☐

Zurück Weiter

Befragung unterbrechen



56% ausgefüllt

BEDARF AN ARBEITSKRÄFTEN

Treffen folgende Aussagen auf Ihr Unternehmen zu?

Folgende Aussagen treffen zu für (Bitte pro Zeile je ein Kreuz für Hochqualifizierte, Fachkräfte und Auszubildende)	Hochqualifizierte (Hochschulabsolventen/ Meister, leitend Tätige)		Qualifizierte Arbeitskräfte		Auzu- bildende	
	ja	nein	ja	nein	ja	nein
Es gibt zu wenige Bewerber*innen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Erforderliche fachliche Qualifikationen sind nicht vorhanden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zu hohe Gehaltsforderungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unser Unternehmen ist zu unbekannt	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fehlende Attraktivität / Bekanntheit des Berufsbildes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Keine Bereitschaft zu einem Ortswechsel in die Region	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Schlechte Erreichbarkeit unseres Unternehmens	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück Weiter

Befragung unterbrechen



56% ausgefüllt

BEDARF AN ARBEITSKRÄFTEN

Treffen folgende Aussagen auf Ihr Unternehmen zu?

Folgende Aussagen treffen zu für (Bitte pro Zeile je ein Kreuz für Hochqualifizierte, Fachkräfte und Auszubildende)	Hochqualifizierte (Hochschulabsolventen/ Meister, leitend Tätige)		Qualifizierte Arbeitskräfte		Auzu- bildende	
	ja	nein	ja	nein	ja	nein
Es gibt zu wenige Bewerber*innen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Erforderliche fachliche Qualifikationen sind nicht vorhanden	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zu hohe Gehaltsforderungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unser Unternehmen ist zu unbekannt	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fehlende Attraktivität / Bekanntheit des Berufsbildes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Keine Bereitschaft zu einem Ortswechsel in die Region	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Schlechte Erreichbarkeit unseres Unternehmens	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück Weiter

Befragung unterbrechen

69% ausgefüllt

DIGITALISIERUNG

Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren eine digitale Dienstleistung des Rhein-Neckar-Kreises in Anspruch genommen?

ja ☐ ☐ nein

Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich durch eine zunehmende Digitalisierung der Wirtschaft konfrontiert?

- ☐ IT-Kompetenz der Mitarbeiter*Innen
- ☐ Datenschutz
- ☐ IT-Sicherheit
- ☐ Entwicklung neuer Prozesse
- ☐ Breitbandanbindung
- ☐ Kosten und Aufwand der Digitalisierung
- ☐ Change Management

MOBILITÄT

Welche Maßnahmen zur Mobilitätswende führt Ihr Unternehmen durch bzw. an welchen Maßnahmen haben Sie Interesse? (Mehrfachnennungen möglich)

	ja	geplant	nein	Interesse
Lade- und Parkmöglichkeiten für E-Fahrzeuge	☐	☐	☐	☐
Umstellung des betrieblichen Fuhrparks auf E-Fahrzeuge	☐	☐	☐	☐
Anreize zum Umstieg auf das Fahrrad (z.B. Anschaffung eines „Dienstfahrrads“, Park- und Duschmöglichkeiten für Radfahrer*innen)	☐	☐	☐	☐
Jobticket	☐	☐	☐	☐
Einführung eines betrieblichen Mobilitätsmanagements	☐	☐	☐	☐
Zertifizierung für erfolgreich eingeführte Mobilitätsmaßnahmen	☐	☐	☐	☐
Verstärkte Nutzung des ÖPNV für Dienst- und Geschäftswege	☐	☐	☐	☐
Carsharing für betriebliche Mobilität	☐	☐	☐	☐
Bereitstellung von Betriebsfahrrädern für dienstliche Wege	☐	☐	☐	☐
Betriebliche Informationsangebote zur Mobilität (z.B. „Mobilitätstag“)	☐	☐	☐	☐

Zurück

Befragung unterbrechen

Weiter



75% ausgefüllt

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Welche Aktivitäten zur Wirtschaftsförderung sind Ihnen generell wichtig und wo haben Sie Bedarf?

Aktivitäten Bitte für jede Aktivität (Zeile) je ein Kreuz bei „Allgemein wichtig“ und ein Kreuz bei „Aktuell eigener Bedarf“	Allgemein wichtig 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)					Aktuell eigener Bedarf	
	1	2	3	4	5	ja	nein
Kontaktaufnahme / Unternehmensbesuch durch die Wirtschaftsförderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Ämtern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermittelberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Energie- / Klimaschutzberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Unternehmensnachfolge	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Imagewerbung für den Wirtschaftsraum	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hilfe bei der Suche nach Gewerbeflächen / -immobilien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Initiativen zur Anwerbung und Bindung von Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Vernetzung mit anderen Unternehmen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereitstellung regionaler Struktur- und Wirtschaftsdaten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gestaltung und Vermarktung von Freizeitangeboten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung im Themenfeld CSR (Corporate Social Responsibility)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück
Weiter

Befragung unterbrechen

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321, E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497, E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath



81% ausgefüllt

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Hatten Sie in den letzten zwei Jahren Kontakt zur Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises?

ja ☒ nein ☐

Zurück
Weiter

Befragung unterbrechen

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321, E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497, E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutzerklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath



88% ausgefüllt

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Wie sind Sie auf die Wirtschaftsförderung aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen möglich)

☐ Empfehlung (z.B. durch Kommune, Kollegen, Mitarbeiter)

☐ Internetauftritt / Newsletter

☐ Presse

☐ Persönlicher Kontakt

☐ Veranstaltung

☐ Sonstige:

☐ Keine Angabe

Wie beurteilen Sie folgende Angebote der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises

Aktivitäten	Zufriedenheit 1 (sehr zufrieden) bis 5 (unzufrieden)					Keine Angabe
	1	2	3	4	5	
Standortmarketing (Presse, Medien, Konferenzen)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Internetauftritt der Wirtschaftsförderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Newsletter der Wirtschaftsförderung	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gesamtzufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Zurück
Weiter

Befragung unterbrechen



94% ausgefüllt

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Haben Sie Interesse daran, Informationen per E-Mail von der Wirtschaftsförderung zu erhalten?

ja ☐ nein ☐

Wenn ja, an wen dürfen wir die Informationen senden?

Name

E-Mail

Sind Sie an den Ergebnissen der Befragung interessiert?

ja ☐ nein ☐

Zurück
Weiter

Befragung unterbrechen



100% ausgefüllt

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321, E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497, E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Ihre Angaben wurden automatisch in unserer Datenbank gespeichert, Sie können diese jedoch bei Bedarf noch einsehen und ändern.

Sie können nun einfach diese Seite verlassen.

Zurück

Für Rückfragen stehen Ihnen gerne Herr Patrick Schütz (Tel.: 06221 522-1321, E-Mail: patrick.schuetz@rhein-neckar-kreis.de) oder Frau Dr. Anja Brandt (Tel.: 06221 522-2497, E-Mail: anja.brandt@rhein-neckar-kreis.de) von der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises zur Verfügung.

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der Datenschutzbestimmungen. Ihre Angaben werden in einer Datenbank des Rhein-Neckar-Kreises erfasst und nur zu Zwecken der Wirtschaftsförderung des Rhein-Neckar-Kreises und Ihrer Standortgemeinde verwendet. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie hier: <https://www.rhein-neckar-kreis.de/Lde/start/service/datenschutz/erklaerung.html>

Verantwortliche für die Umsetzung: DATEN.WERK GmbH;
Döbelner Str. 1; 12627 Berlin; Tel.: 030-4486544; Thorsten Kujath