PV

Gemeinde Gräfelfing

Ergebnisbericht Gewerbebefragung

November 2010

Planungsverband
Äußerer Wirtschaftsraum
München

Dipl.-Ing.
Dana Gerber

Auftragsumfang

- Analyse der stat. Daten für Gräfelfing und vergleichbare Gemeinden im Münchner Umfeld* (Datenquelle: Gemeindedaten des Planungsverbandes)
- Gewerbebefragung und Analyse der Untersuchungsergebnisse
- (Expertengespräche)
- Handlungsempfehlungen

* Vergleichsgemeinden mit ähnlicher Einwohnerzahl, Autobahnnähe und größerem GE-Gebiet bzw. Nachbargemeinde: Unterförhing (9.500 EW), Planegg (10.500 EW), Neubiberg (14.000 EW), Karslfeld (18.200 EW), Gilching (17.300 EW) → Gräfelfing 12.800 EW

Aufbau des Ergebnisberichts

- Analyse der stat. Daten
- Gewerbebefragung
- Fazit

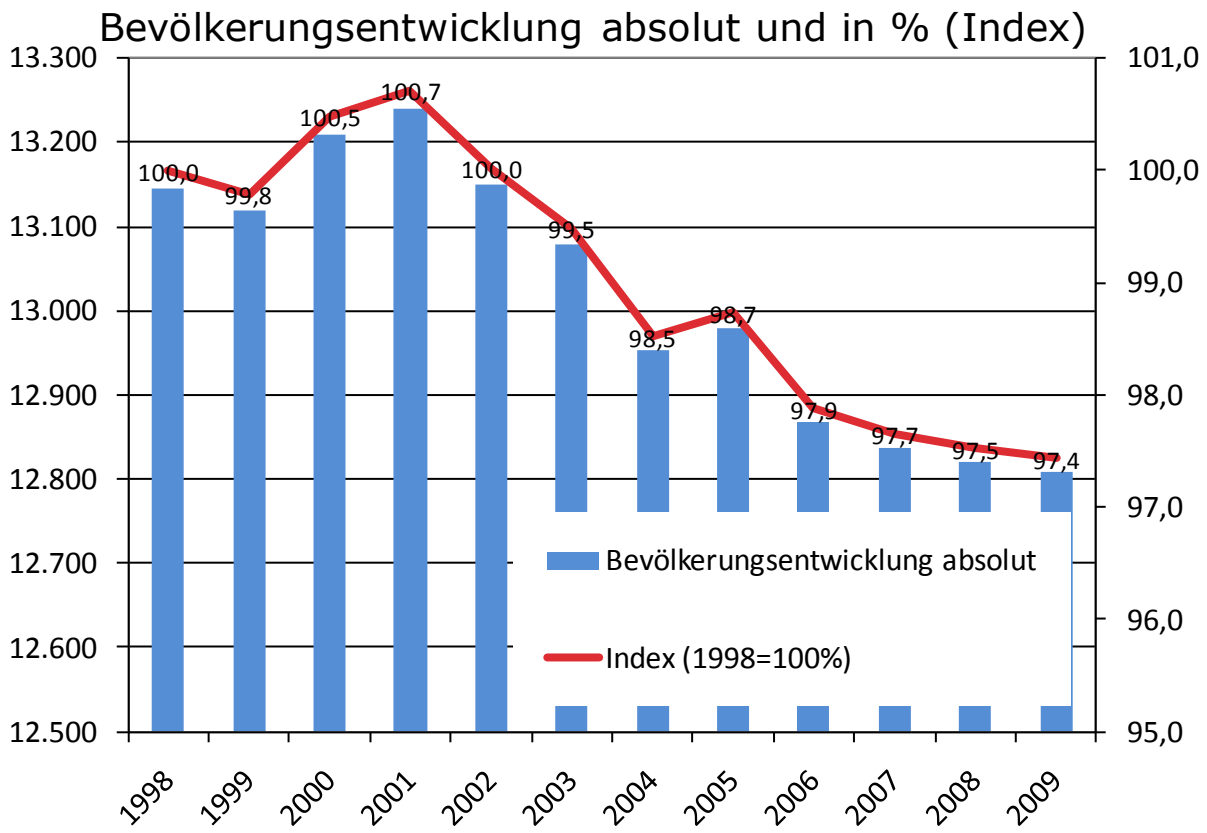
Aufbau des Ergebnisberichts

- Analyse der stat. Daten

  Gewerbebefragung

  Fazit

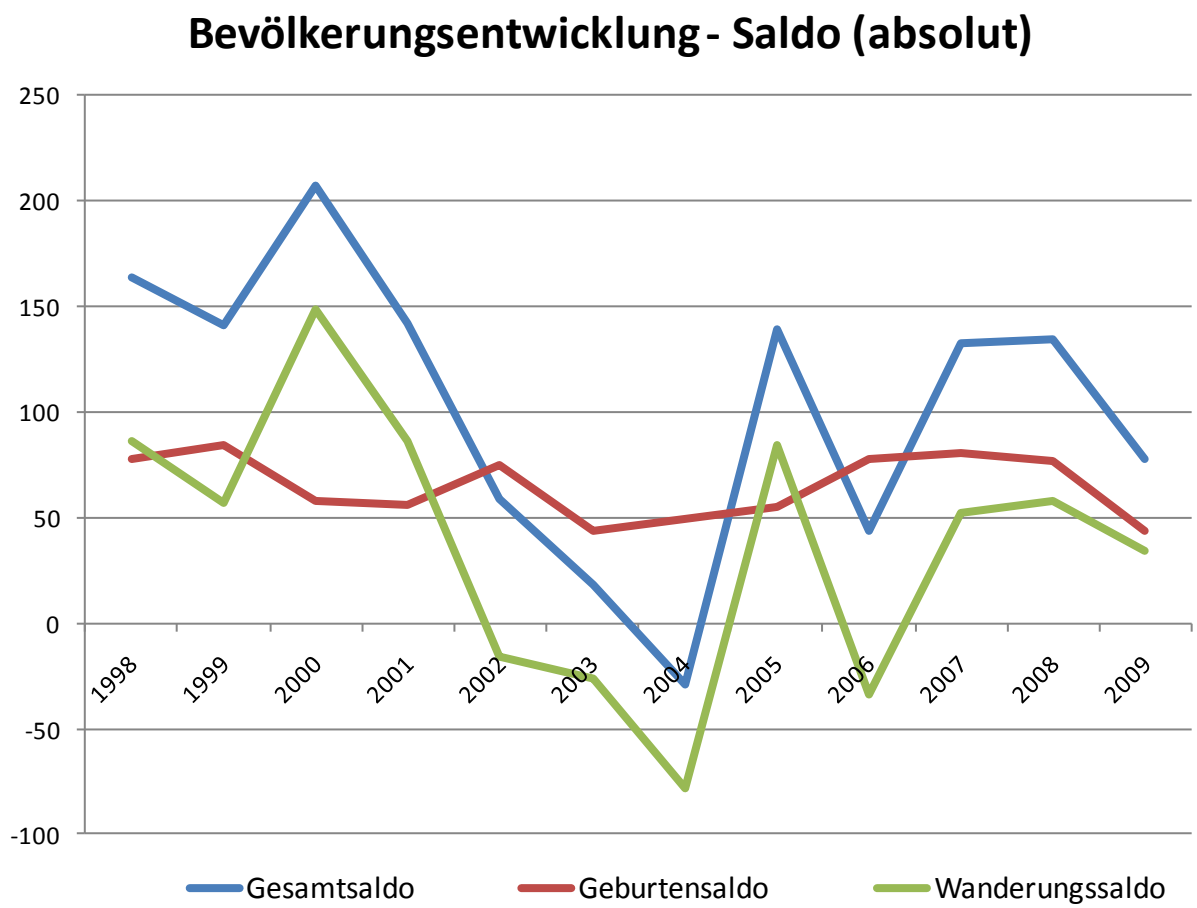
Bevölkerungsentwicklung



- Stark rückläufig
- Seit 2000 um -3 % geschrumpft
- Gräfelfing profitiert nicht vom Zuzugsboom in den Großraum München

→ Langfristige Folge: weniger verfügbare Arbeitnehmer und Konsumenten am Ort

Bevölkerungsentwicklung

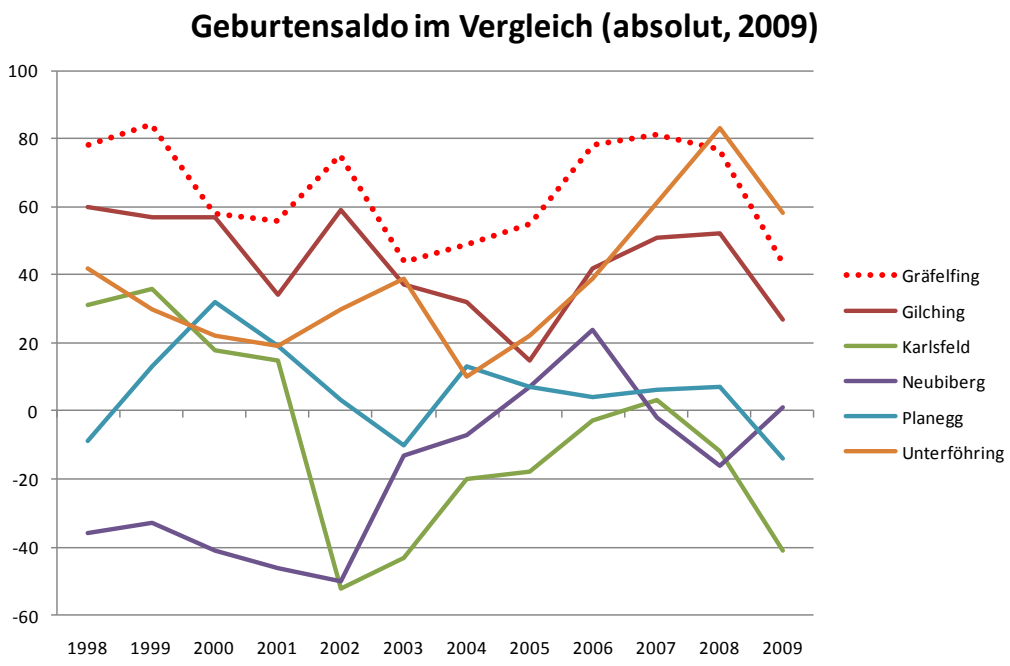


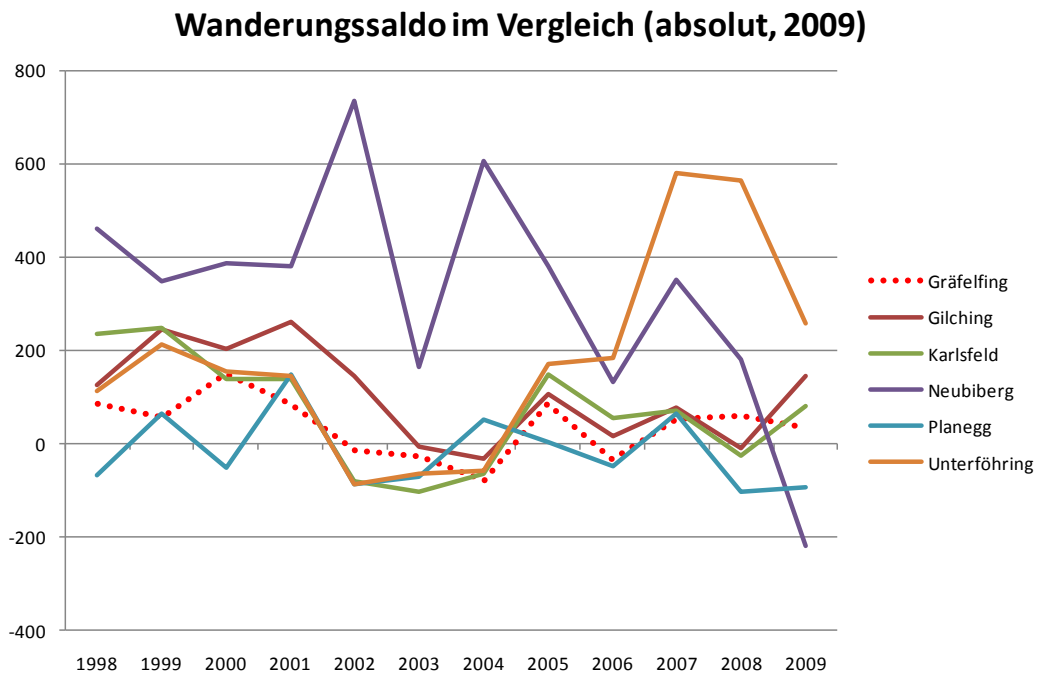
- Positiver und relativ konstanter Geburtensaldo! – Tendenz sinkend
- Deutliche Abhängigkeit von Wanderungsbewegungen
- Temporäre Wachstumsschübe durch hohen Zuzug, werden durch anschließende Fortzüge nahezu ausgeglichen

→ sinkende Tendenz im Geburten- und Wanderungssaldo können deutliche neg. Auswirkung auf Gesamtentwicklung haben

→ Konzept zum Umgang mit schrumpfender Bevölkerung wichtig (mehr Zuzug generieren ←→ Gartenstadtimage pflegen)!

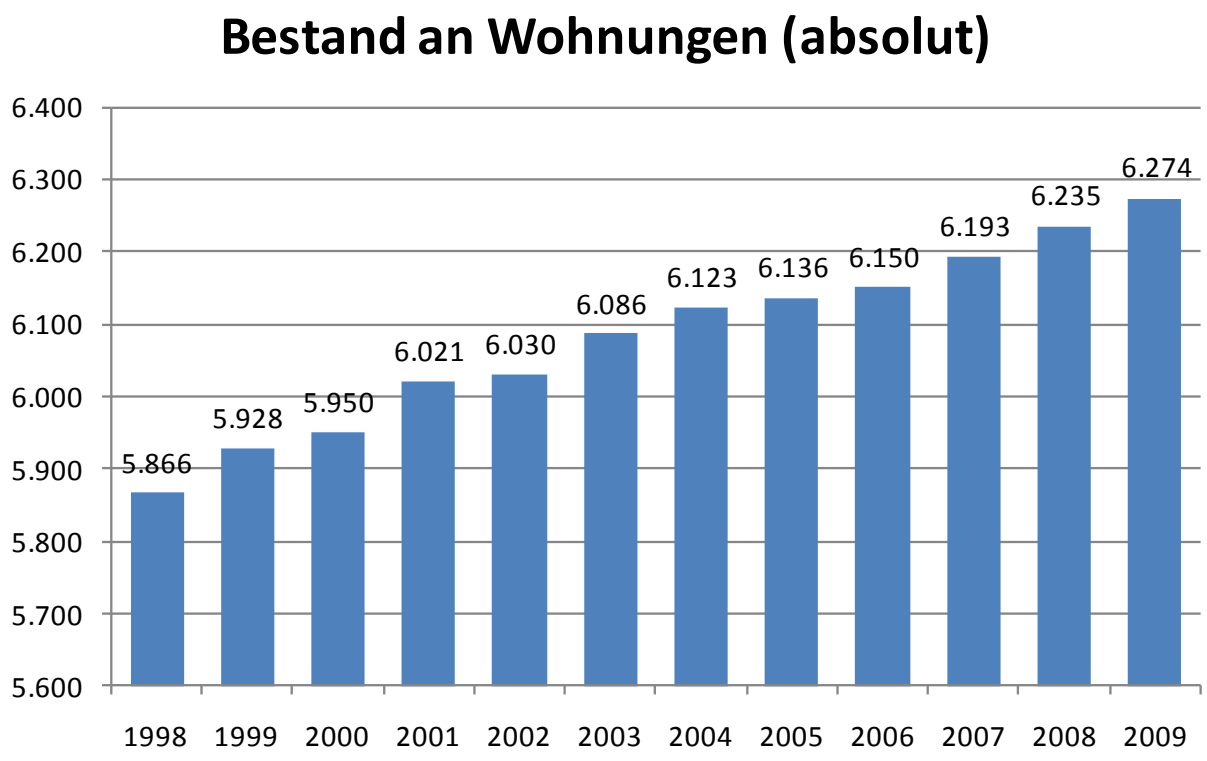
Bevölkerungsentwicklung





- In Gräfelfing bislang bester Geburtensaldo (optimal für Bevölkerungsentwicklung) → gleicht sich immer mehr an
- Wanderungssaldo liegt im Durchschnitt, nur Gemeinden mit großen Neubaugebieten haben Zuzugsspitzen

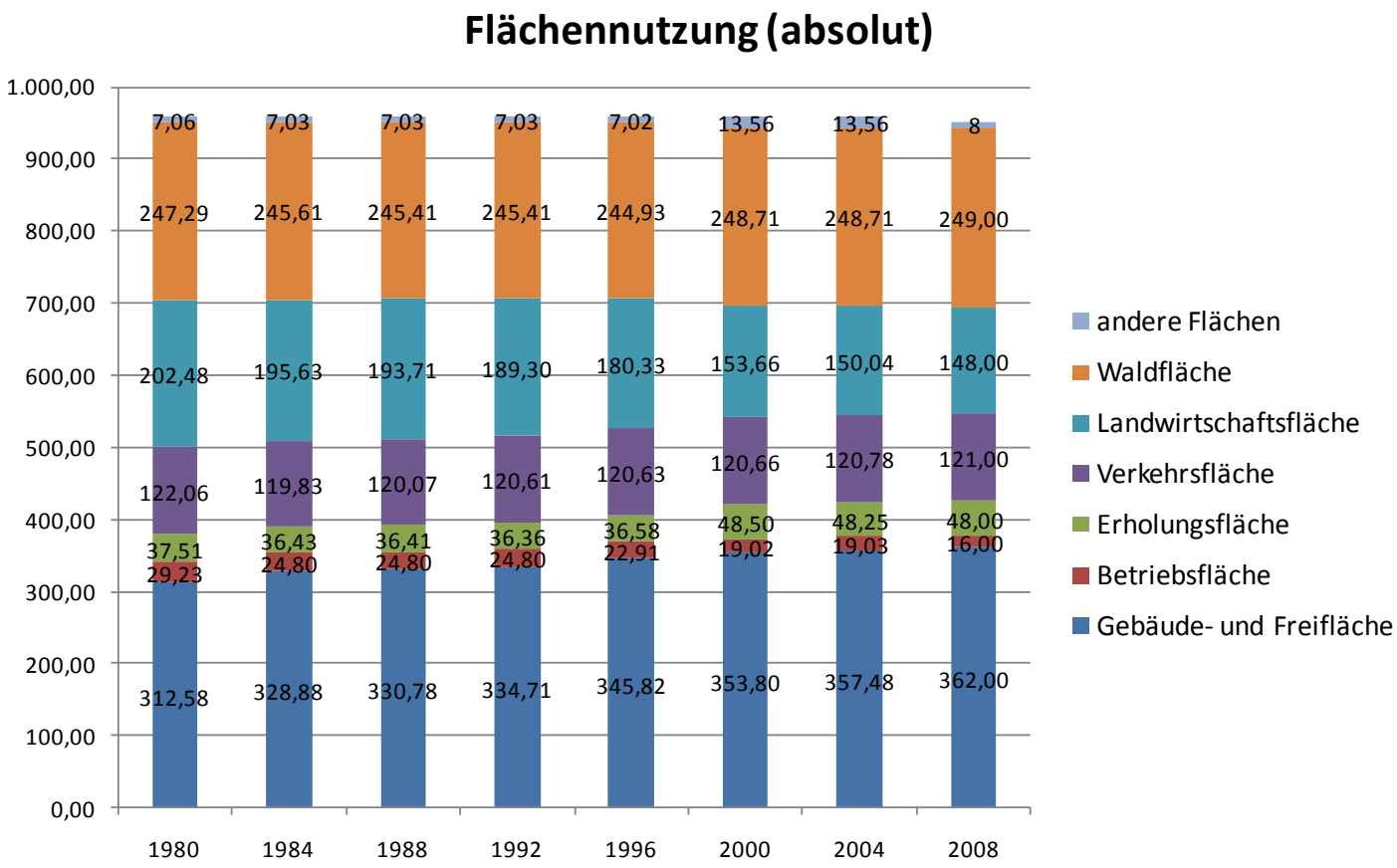
Wohnen



- = Stand der Wohneinheiten in Wohnungen
- Stetiger Anstieg der verfügbaren Wohnungen steht im Gegensatz zur rückläufigen Bevölkerungsentwicklung
- Möglicherweise sind Angebot und Anforderungen gegenläufig

→ Genauere Überprüfung von Angebot und Nachfrage sinnvoll

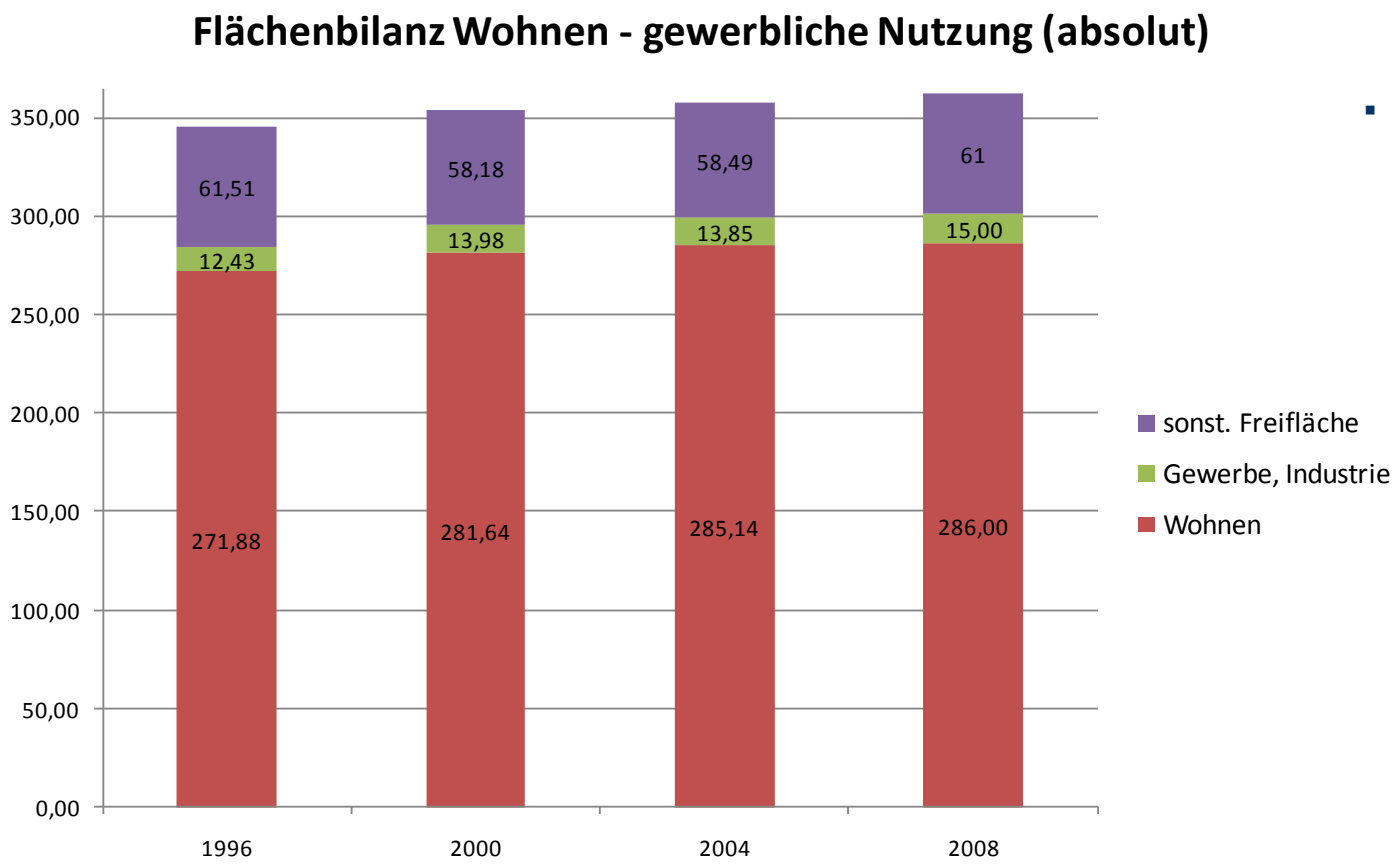
Flächennutzung



- Die Hälfte der Gemeindefläche ist baulich genutzt (Wohnen und Gewerbe + dazugehörige Freiflächen, Verkehrsflächen)
- Stetig sinkende LW-Fläche zugunsten steigendem Siedlungsflächenanteil

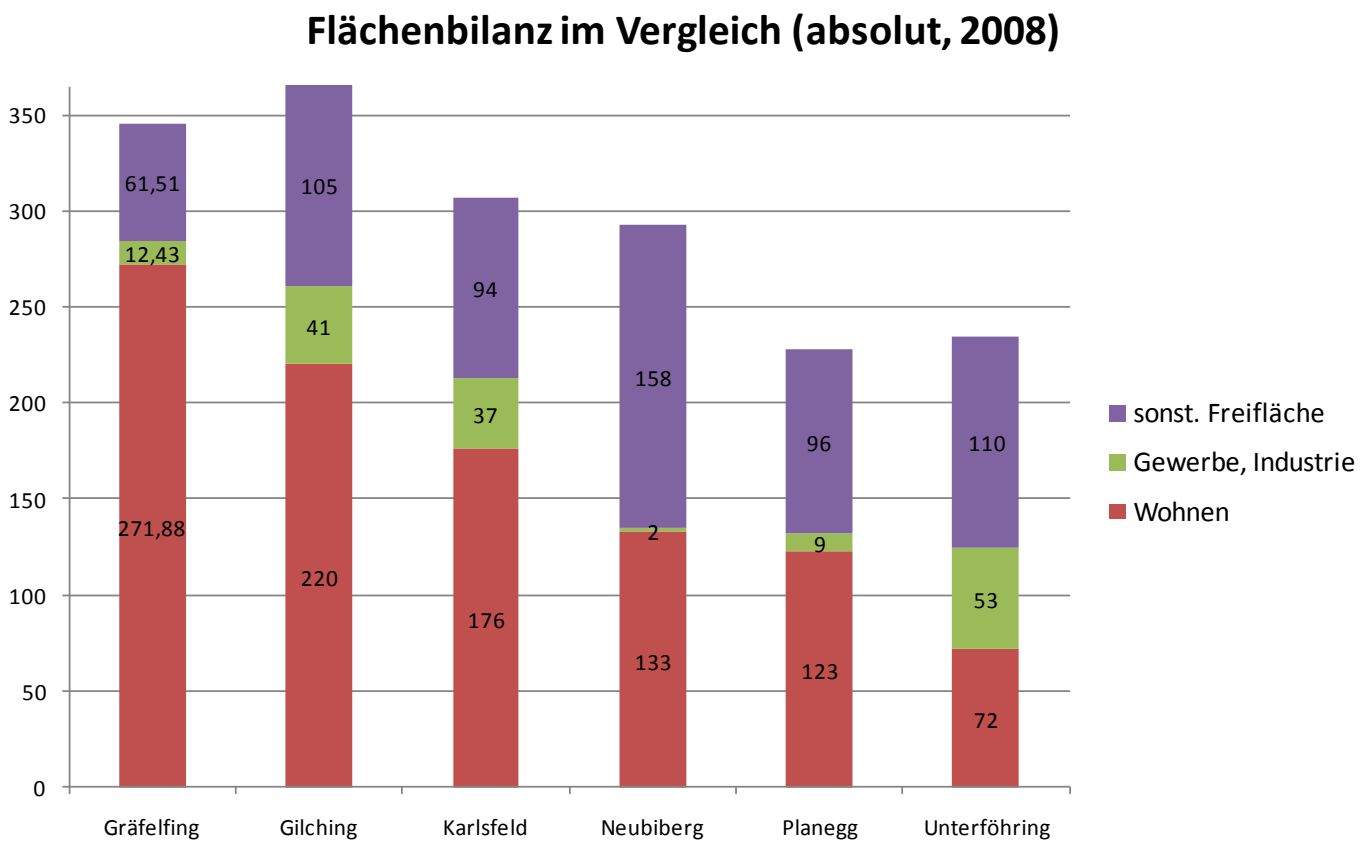
→ Siedlungsfläche, v.a. für Gebäude wächst, gewerblich genutzte Freiflächen/ Lager… (= Betriebsfläche) schrumpfen

Flächennutzung



- Wohnnutzung beansprucht die meisten Flächen und prägt die Gemeinde
- Gewerbeflächen sind gewachsen

Flächennutzung

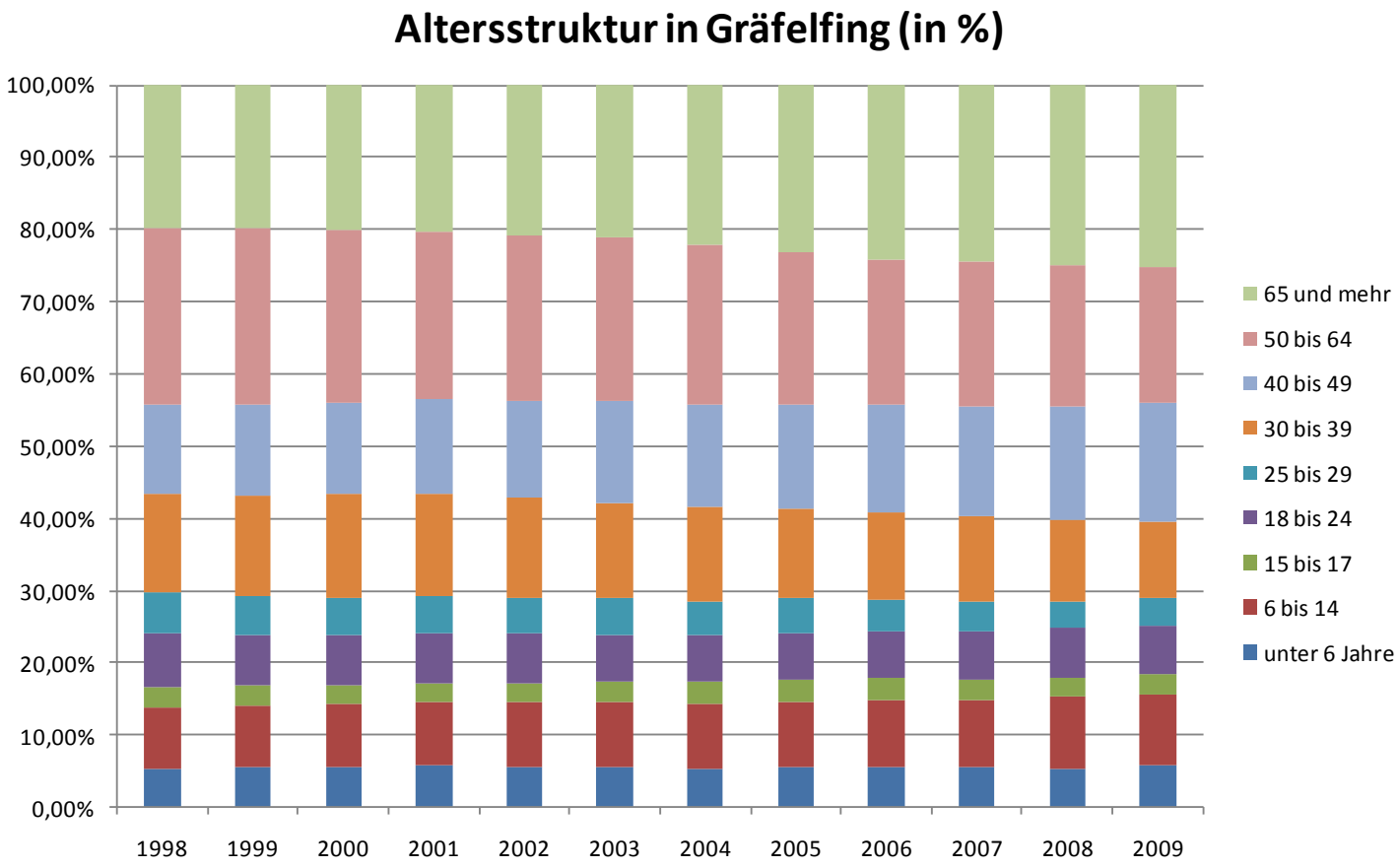


- Gräfelfing 2. kleinste Gemeinde (nach Fläche)
- Im Vgl. der bebauten Flächen und dazu gehörenden Freiflächen lässt sich bei Gräfelfing der deutliche Wohnüberhang erkennen

Gemeindegebiete im Vgl.

Gräfelfing	952,00 ha
Gilching	3.150,00ha
Karlsfeld	1.560,00ha
Neubiberg	577,00ha
Planegg	1.068,00ha
Unterföhring	1.279,00ha

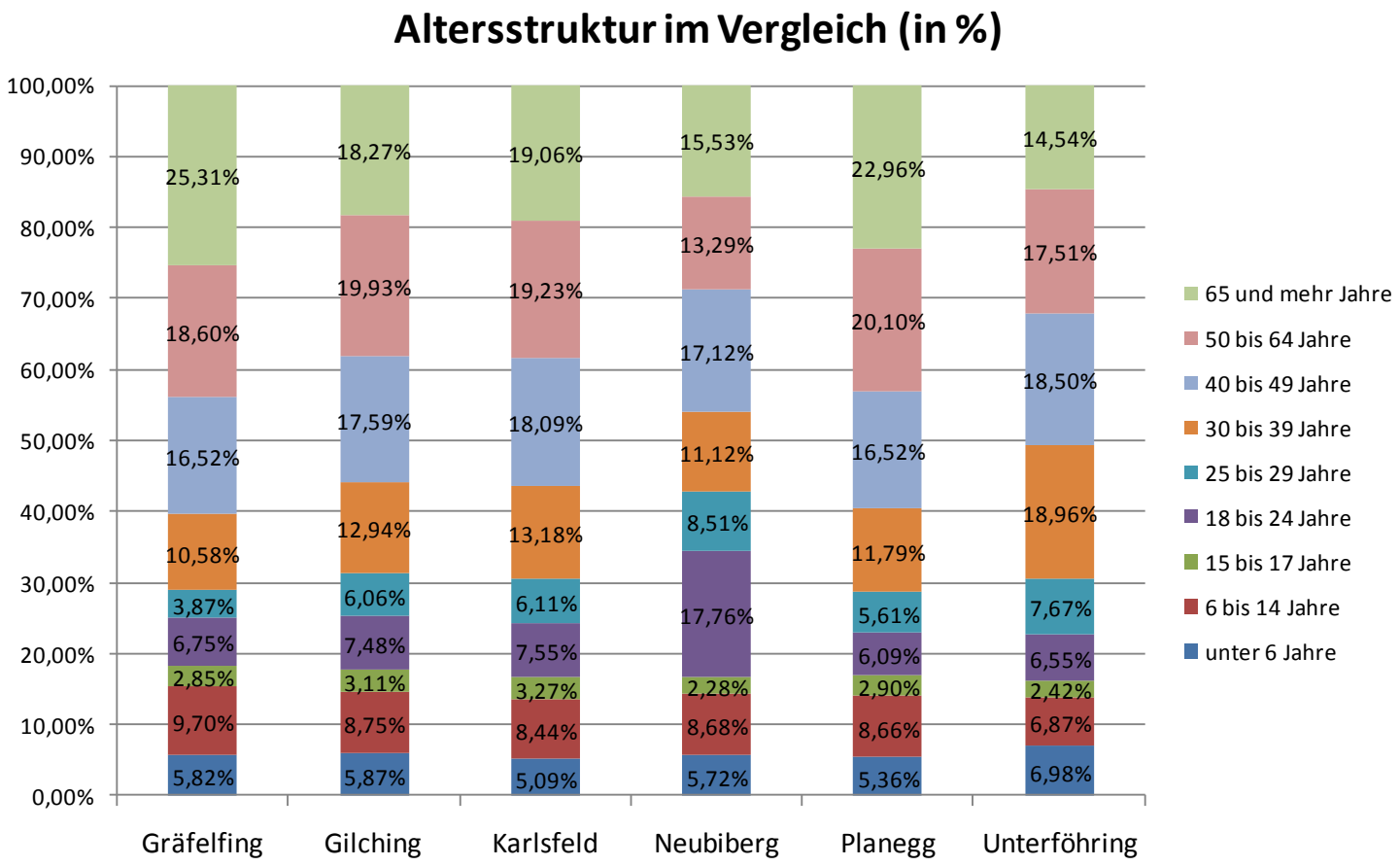
Altersstruktur



- Nahezu konstant
- Knapp 50% der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter

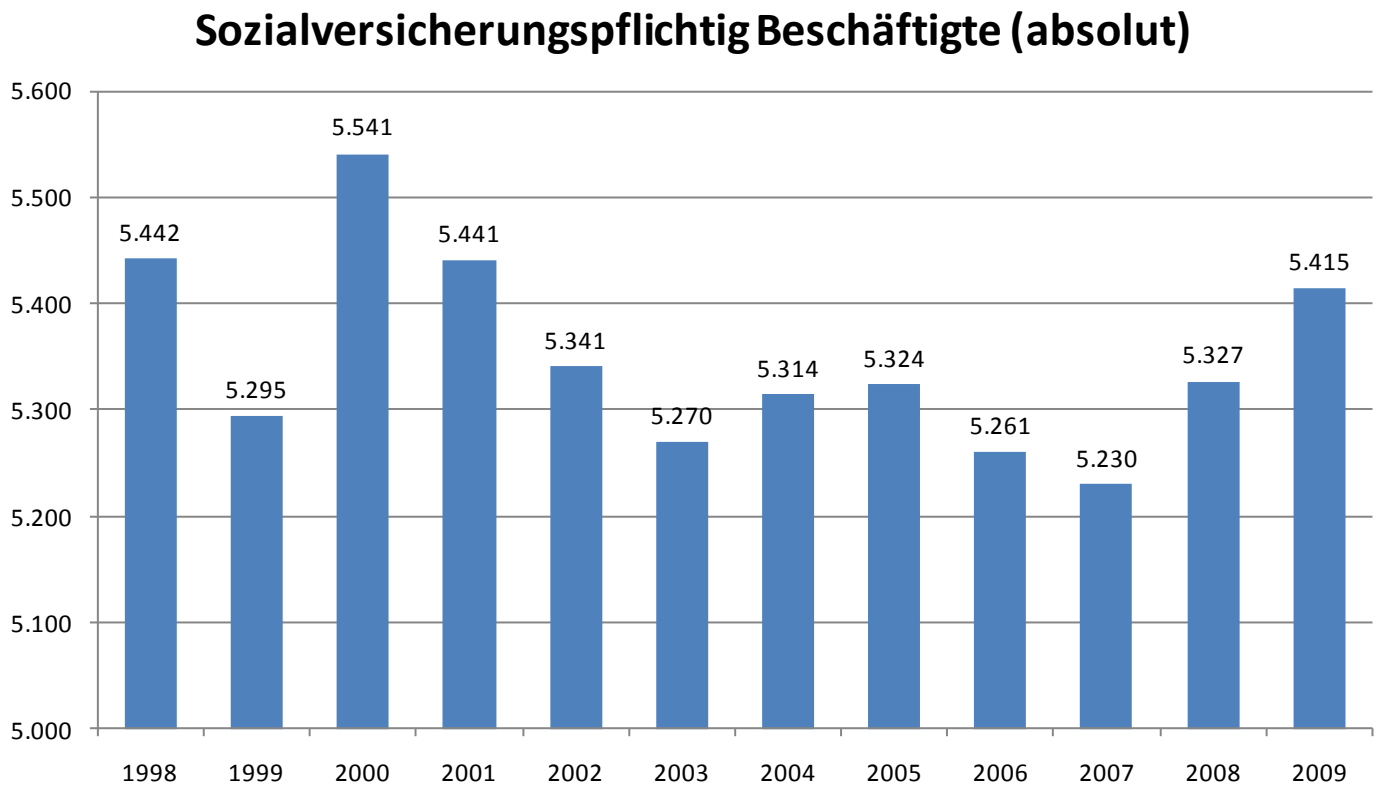
→ Wichtige Arbeitnehmer für die Betriebe am Ort

Altersstruktur



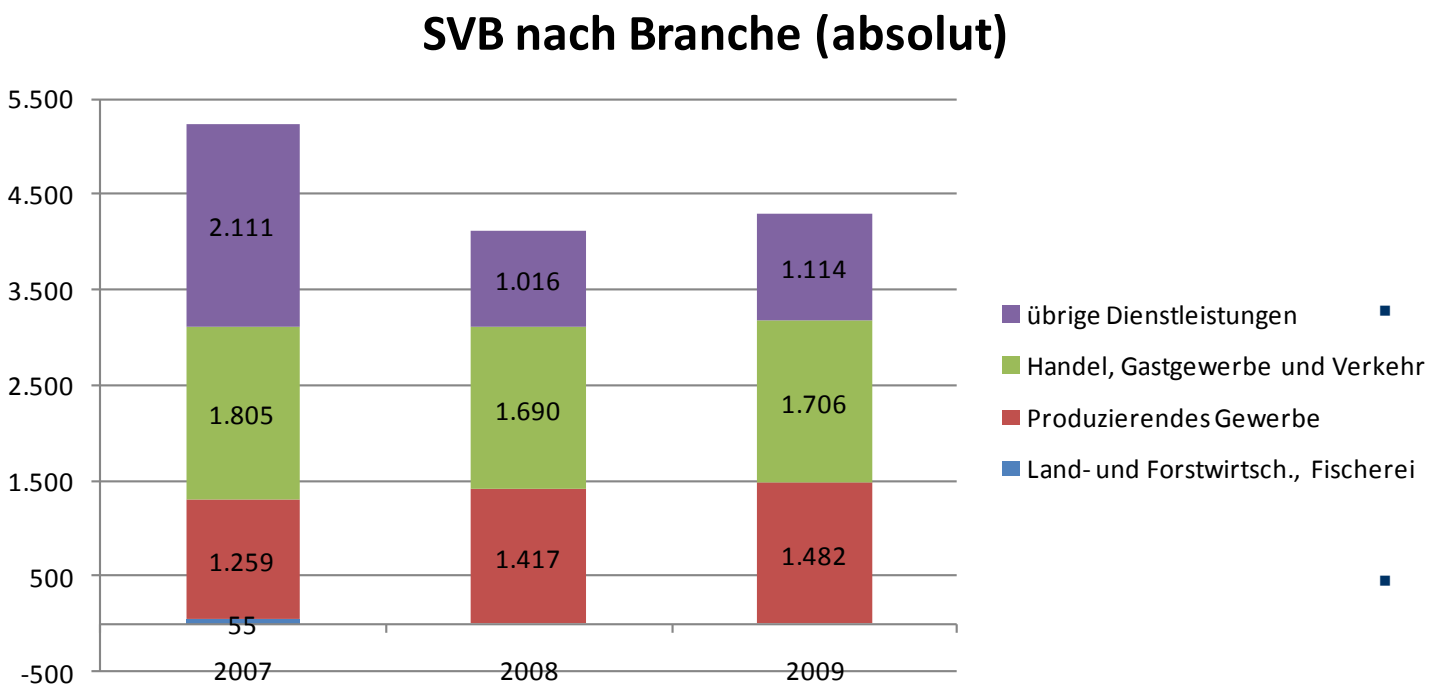
- Alle Vergleichsgemeinden ähnlich strukturiert
- im Vgl. wird Gräfelfings Überalterung jedoch erkennbar
- Deutlich: nahezu gleiche Ausgangsbedingungen in Gräfelfing und Planegg

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



- Zahl der SVB schwankt, seit
- Dellen in den Jahren 99, 03 und 07
- Seit 07 erneuter Anstieg der SVB

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

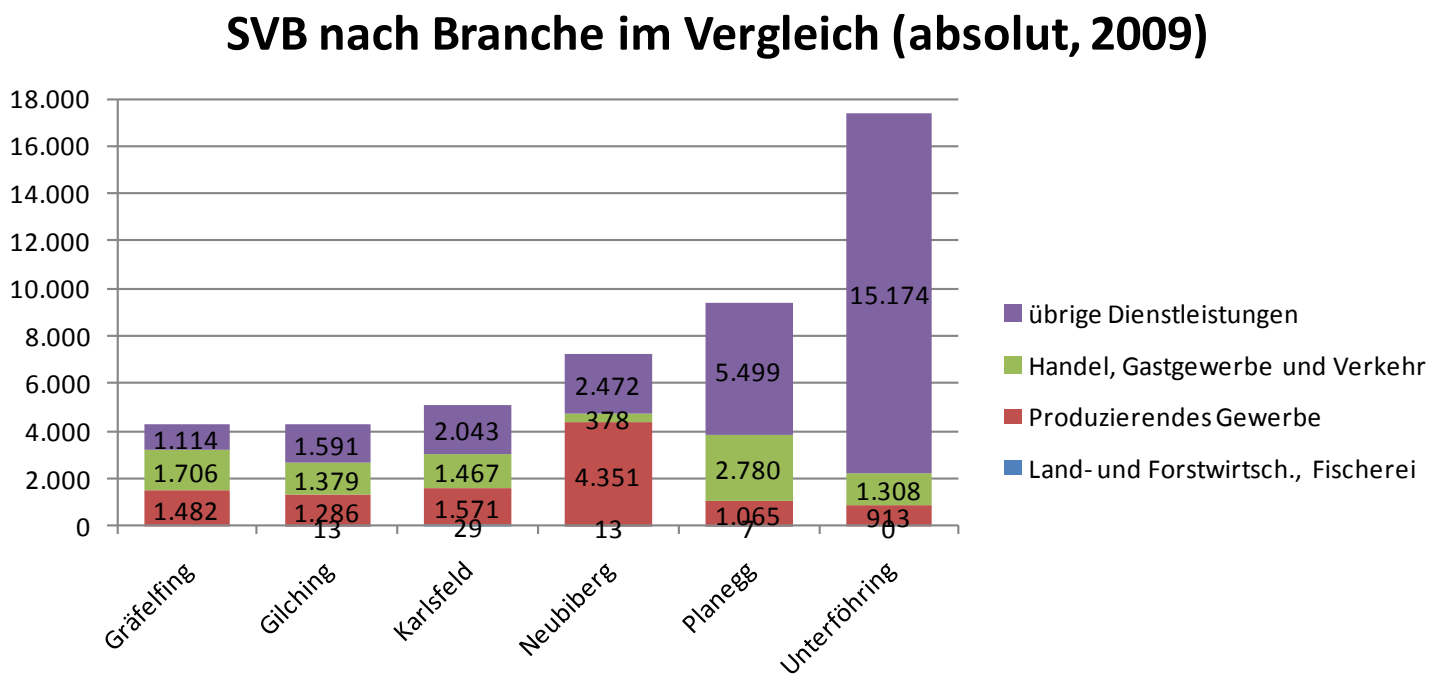


Keine Zahlen zu Beschäftigten In der Landwirtschaft für 2008 und 2009 verfügbar

- Anteil der Dienstleistungs-beschäftigten auffallend gering und in den letzten Jahren deutlich gesunken
- Beschäftigte im Bereich Handel/ Gastro/ Verkehr und prod. Gewerbe konstant
- Landwirtschaft spielt kaum eine Rolle

→ Sekundärer und tertiärer Sektor maßgeblich für Gräfelfinger Wirtschaftskraft

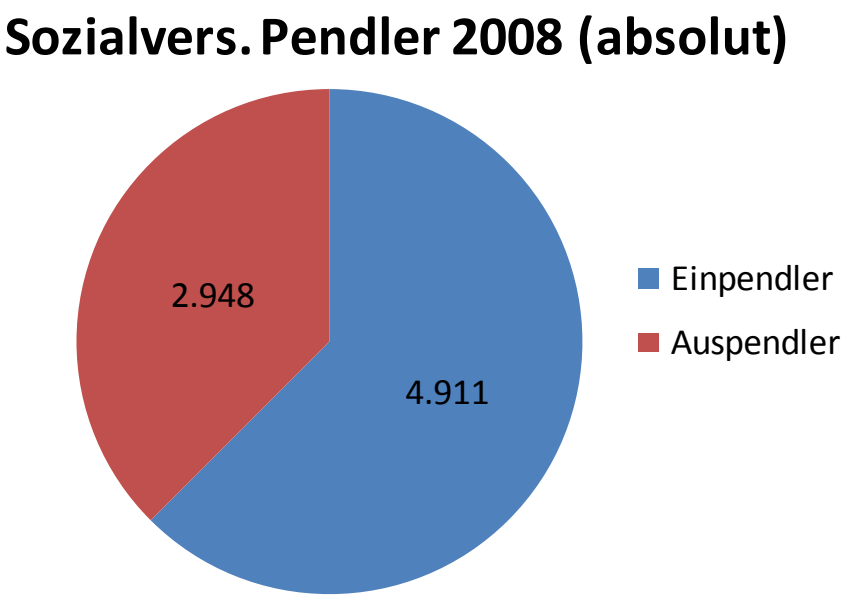
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



- Höherer Anteil an Dienstleistungs-beschäftigten Vergleichsgemeinden (Ausnahme Neubiberg)
- Planegg 50% mehr SVB als Gräfelfing

→ Ausgeglichene Mischung in Gräfelfing, Dienstleistungssektor im Vgl. ausbaufähig

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

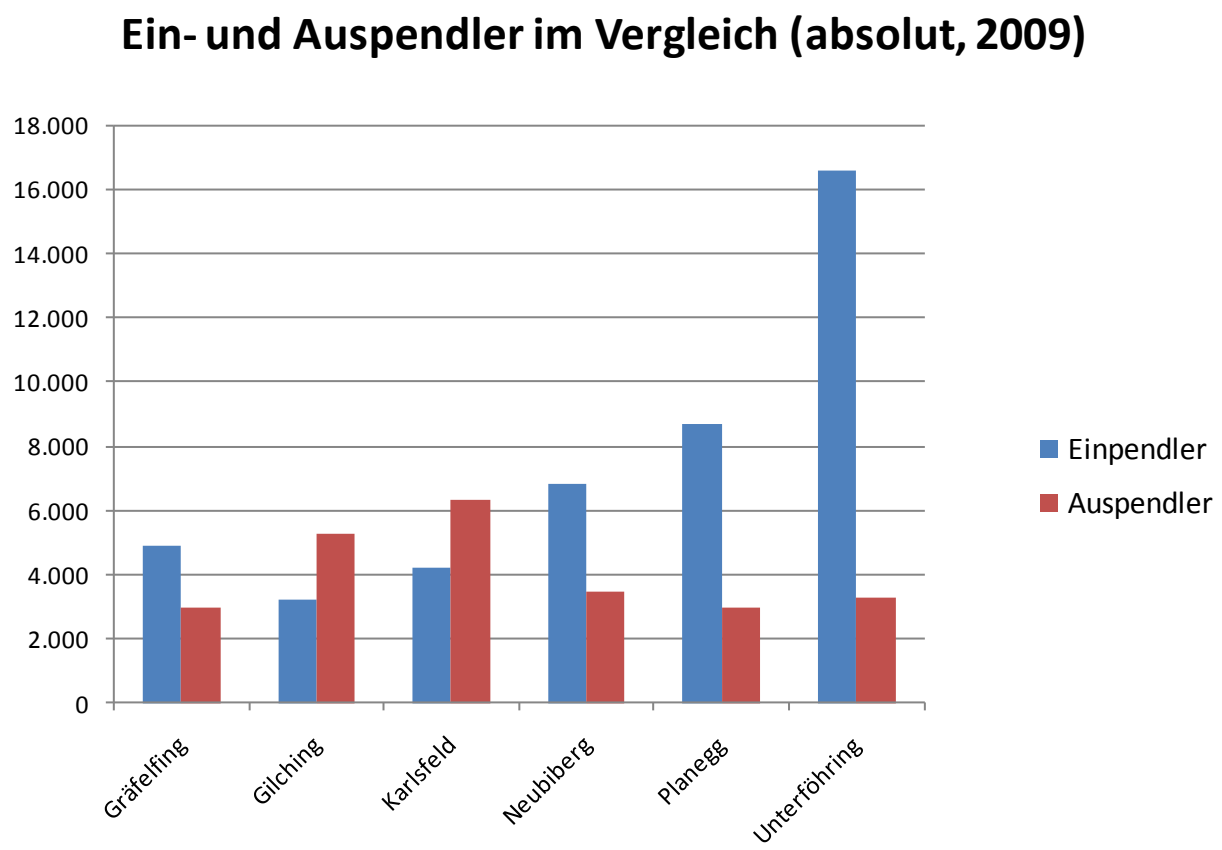


- Einpendlerüberschuss
- 62 % der Auspendler arbeiten in München
- Großteil der Arbeitsplätze am Ort von Einpendlern besetzt

→ Gräfelfing als wichtiger Wirtschaftsstandort mit bedeutenden Arbeitgebern am Ort

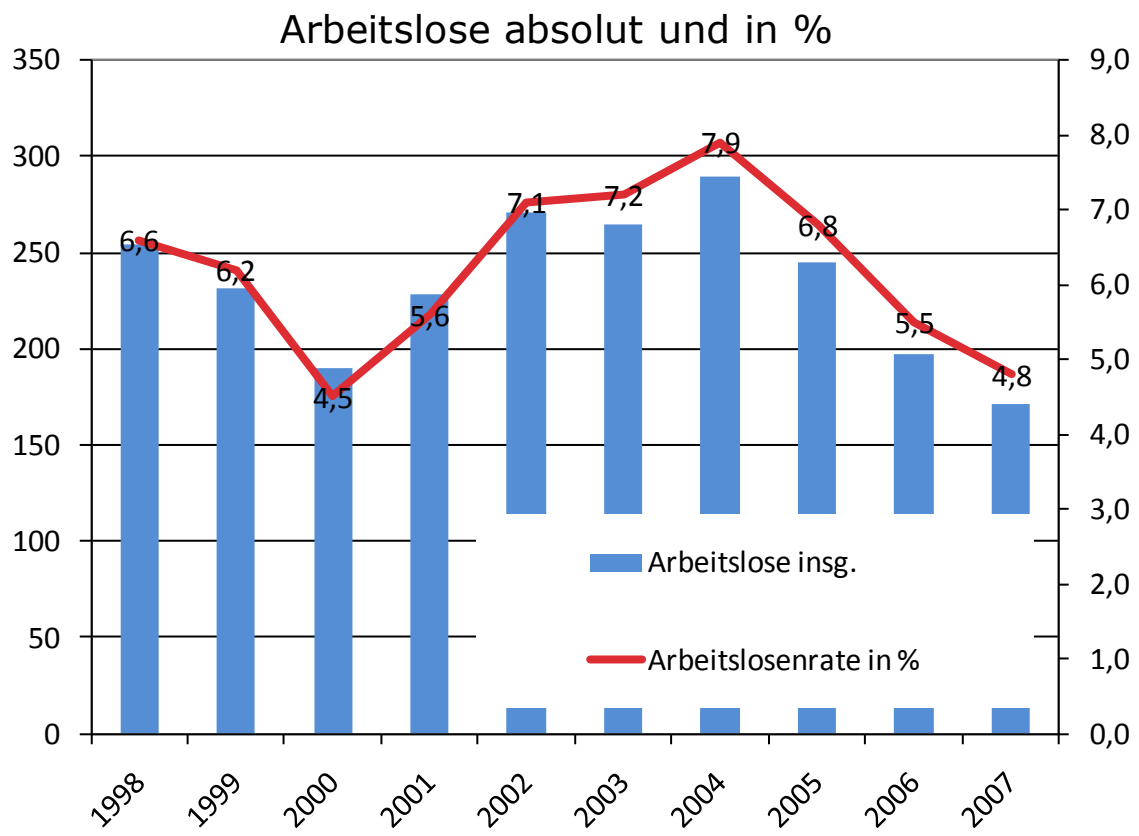
→ Gräfelfing ist auf Arbeitskräfte von außen angewiesen (Bedarf der Betriebe kann nicht am Ort gedeckt werden)

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte



- Uneinheitliches Bild
- im Vergleich ist die Nachbargemeinde Planegg und das kleinere Unterföhring deutlich mehr von Einpendlern abhängig
- Andere Gemeinde im Umfeld sind hingegen eher Auspendlergemeinden
- In Gräfelfing: gute Mischung, viele Arbeitskräfte am Ort verfügbar sowie wichtige Arbeitgeber mit großem Einzugsgebiet

Arbeitslose



- Arbeitslosenrate = Anteil der Arbeitslosen an der Gesamtbevölkerung

  Zum Vgl. Arbeitslosenquote Lkrs. München Stand Sept. 2010: 3,0% (Arbeitslosenquote = gemeldete Arbeitslose an SV-Beschäftigten am Wohnort zzgl. Arbeitslose)

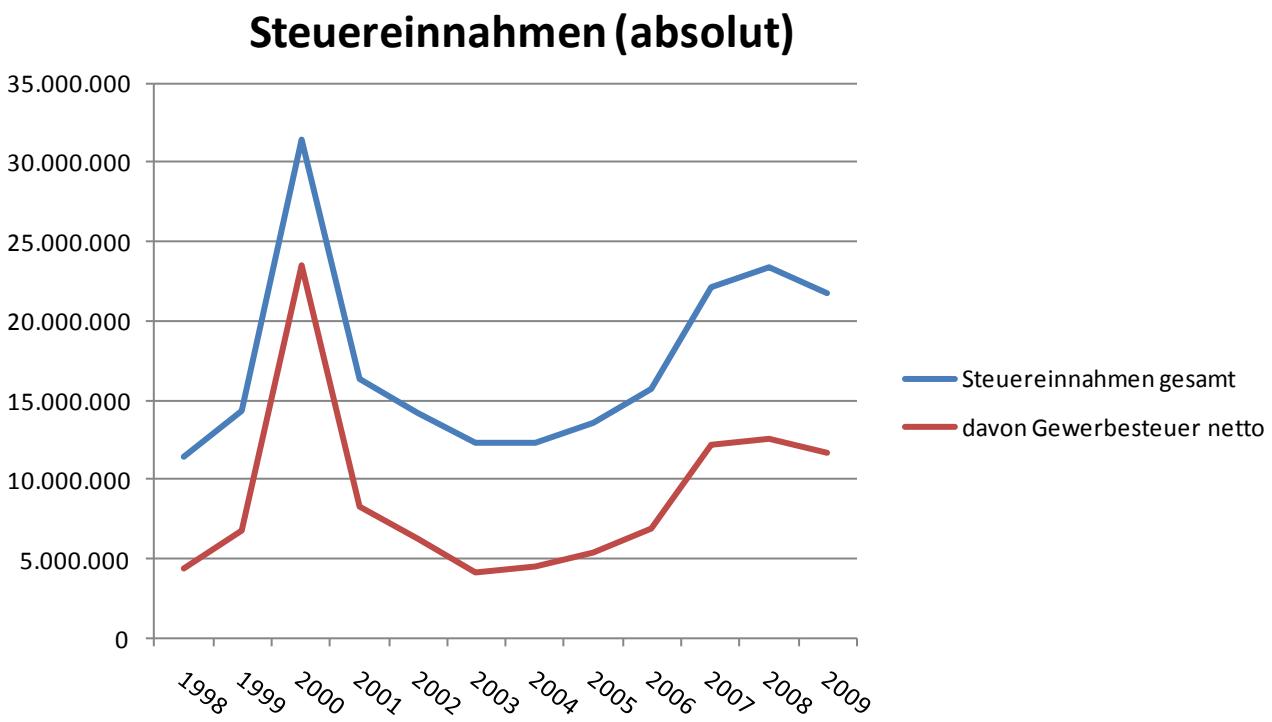
  Zahl der Arbeitslosen schwankt

  2008 das niedrigste Niveau seit 10 Jahren

  Weniger Arbeitskräfte am Ort verfügbar

  Arbeits-/ Fachkräftebedarf kann immer weniger am Ort gedeckt werden

Steuern



- Steuereinnahmen nach starker Spitze im Jahr 2000 und darauffolgender Delle wieder angestiegen
- 2009 wieder leicht rückläufig (um 22 Mio. €)
- Deutliche Abhängigkeit der Gesamtsteuereinnahmen von der Gewerbesteuer

→ Leistungsfähigkeit der Unternehmen am Ort enorm wichtig für Finanzlage der Gemeinde

Steuern

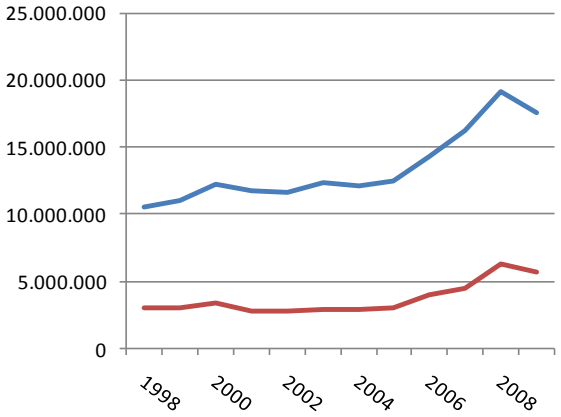
- Vgl. der Gewerbesteuer-Hebesätze

Gräfelfing	333%
Gilching	310%
Karlsfeld	320%
Neubiberg	280%
Planegg	300%
Unterföhring	330%

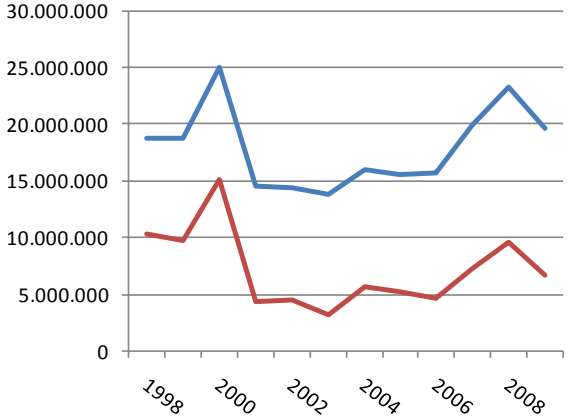
→ Höchster Hebesatz in der Gemeinde Gräfelfing.

Steuern

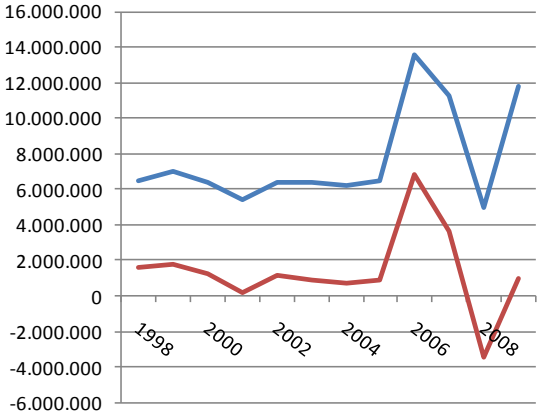
Gilching: Steuereinnahmen (absolut)



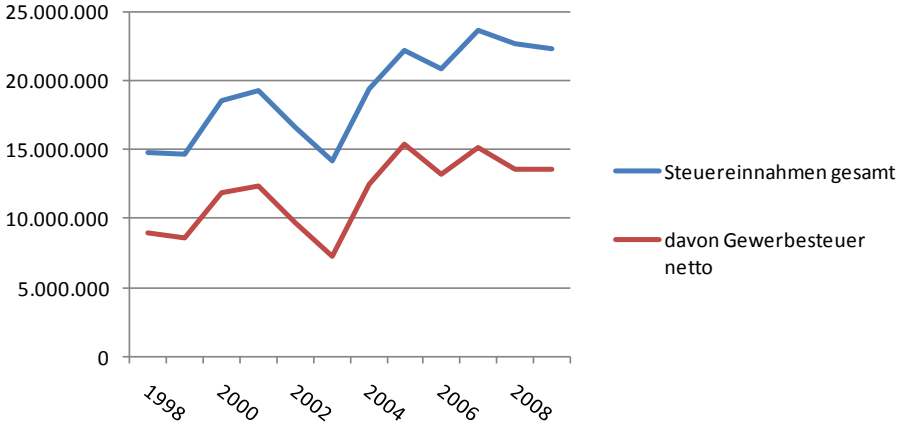
Karlfeld: Steuereinnahmen (absolut)



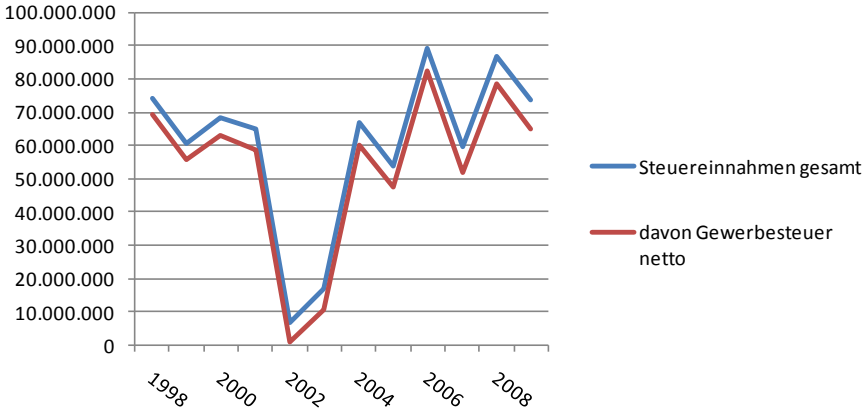
Neubiberg: Steuereinnahmen (absolut)



Planegg: Steuereinnahmen (absolut)



Unterföhring: Steuereinnahmen (absolut)



- Gräfelfing: im Vgl. gute Position bei Steuereinnahmen
- In anderen Gemeinden vergleichbare Abhängigkeit von Gewerbesteuer (ca.50%), Sonderfall: Unterföhring

Fazit stat. Daten

- Hohe Bedeutung als Wohnstandort → Aber: Überalterungstendenz, da sehr niedrige Wanderungsgewinne und sinkender positiver (!) Geburtensaldo
- Hohe Wirtschaftskraft (Situation bei GE-Steuereinnahmen positiv im Vgl. zu anderen Gemeinden zu bewerten)
- Sinkende Arbeitslosenrate und hoher Einpendleranteil → Fachkräfteverfügbarkeit, starke Konkurrenz mit Umlandgemeinden, die ebenfalls hohe Einpendleranteile aufweisen!
- Ausgeglichene Branchenverteilung der SVB, aber im Vgl. Dienstleistungssektor unterrepräsentiert

→ Gute Ausgangsituation nutzen (ausgeglichenes Verhältnis zwischen Wohnen und Arbeiten)

→ Drohenden Arbeitskräfte-/ Fachkräftemangel gezielt vorbeugen

Aufbau des Ergebnisberichts

Analyse der stat. Daten

- Gewerbebefragung

Fazit

Ziel und Zweck der Gewerbebefragung

- Analyse des Wirtschaftsstandorts Gräfelfing durch Einschätzung der Experten/ Unternehmen vor Ort
- Aufschluss über Standortfaktoren und Image der Gemeinde aus unternehmerischer Sicht
- Hinweise zur Umsetzung wettbewerbsfördernder Maßnahmen (WiFö) zur Steigerung der Standortattraktivität
- Datenbasis (Adressen) für weitere Maßnahmen und Projekte
- Vorstellung der Untersuchungsergebnisse beim Unternehmertreffen

Allgemeines zur Befragung

- Juli 2010: Versand von 2.500 Fragebögen
- Bis 13. August 2010: Rücklauf von 311 Fragebögen
- Rücklaufquote 12,5 % = sehr gut. Bildet ein repräsentatives Spektrum ab, da die Zahl der befragten Unternehmen (2.500) weit über den tatsächlich vorhandenen Betrieben lag.
- Der Gemeinde stehen die erfassten Rohdaten (mit Adressen der Firmen für die geplanten WiFö-Maßnahmen) als Excel-Datei zur Verfügung.
- Die Expertengespräche wurden zunächst zurückgestellt.
- Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung entsprechend der Einzelfragen des Fragebogens dargestellt

Fragebogendesign

Fragebogen zur Standortanalyse 1

Fragen zum Unternehmen

1. Seit wann gibt es Ihren Betrieb in Gräfelfing?

Gründungsjahr: _____

2. Ist Ihr Betrieb ein:

- ❑ selbständiges Unternehmen
- ❑ Geschäftsstelle/ Filiale

3. Wie viele Mitarbeiter sind bei Ihnen beschäftigt?

insgesamt	_____
davon Vollzeit	_____
davon Teilzeit	_____
davon Zeitarbeiter	_____
davon Auszubildende	_____

4. Wie alt sind die Beschäftigten?

Alter	Anzahl
unter 25 Jahre	_____
25 bis 55 Jahre	_____
über 55 Jahre	_____

5. An welchem Standort im Gemeindegebiet befindet sich Ihr Unternehmen?

- ❑ Gewerbegebiet an der A 96 – Lochhamer Schlag
- ❑ Bahnhofstraße
- ❑ Gewerbegebiet an der Bussardstraße
- ❑ Sonstiger:_____

6. Welcher Branche ist Ihr Betrieb zuzuordnen?

(☒ Zutreffendes ankreuzen und genaue Bezeichnung angeben)

	Branche	genaue Bezeichnung
❑	Produzierendes Gewerbe	_____
❑	Industrie	_____
❑	Technologie	_____
❑	Dienstleistung	_____
❑	Handwerk	_____
❑	Einzelhandel	_____
❑	Großhandel	_____
❑	Gastronomie/ Hotellerie	_____
❑	Freiberuflich	_____
❑	Sonstige Tätigkeit	_____

7. Welche Produkte/ Leistungen produziert Ihr Unternehmen?

_____

_____

8. Ist Ihr Unternehmen in eigenen oder gemieteten Räumen bzw. auf eigenen oder gepachteten Flächen untergebracht?

❑ Eigentum ❑ Miete (Räume) ❑ Pacht (Flächen) ❑ teils-teils

9. Benötigt Ihr Unternehmen in Zukunft zusätzliche Flächen und wenn ja, wofür?

❑ ja und zwar: ❑ nein

Produktion_____qm Verkauf_____qm
Büro _____qm Lager _____qm

© Planungsverband Äußerer Wirtschaftsaum München

Fragebogendesign

Fragen zum Standort Gräfelfing

10. Sind Sie mit Ihrem Standort in Gräfelfing zufrieden?

❑ ja ❑ nein

Wenn **nein**, würden Sie einen anderen Standort in Gräfelfing oder in einer anderen Gemeinde bevorzugen?

❑ neuer Standort in Gräfelfing: _____ ❑ neuer Standort in anderer Gemeinde: _____

11. Wie zufrieden/ unzufrieden sind Sie in Gräfelfing mit folgenden Standortfaktoren und wie wichtig sind diese für Ihr Unternehmen? (☒ Zutreffendes ankreuzen und ggf. erläutern)

Zufriedenheit nach Schulnoten von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (gar nicht zufrieden)	1	2	3	4	5	6	Bedeutung: wichtig	Bedeutung: unwichtig	Erläuterung
Verkehrsanbindung großräumig	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Verkehrsanbindung kleinräumig	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Erreichbarkeit mit ÖPNV (Bus, Bahn)	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Verfügbarkeit von Stellplätzen	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Arbeitskräfteverfüg.	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Flächenverfügbark.	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Grundstücks- und Mietpreise	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Kaufkraft	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	

	1	2	3	4	5	6	wichtig	un-wichtig	Erläuterung
Konkurrenz	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Infrastruktur (Breitbandanschluss)	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Steuern	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Auflagen (Umweltschutz, Lärm)	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Wirtschafsförderung/ Kooperation mit Gemeinde	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Image der Gemeinde	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Wohnungs-/ Bauflächenangebot	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Kinderbetreuungs- und Schulangebot	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Angebote für Senioren	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Freizeit und Erholung	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Einzelhandelsangebot	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Dienstleistungsangebot	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Medizinische Versorgung	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Hotellerie-/ Gastronomieangebot	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	
Sonstiges: _____	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	❑	

© Planungsverband Äußerer Wirtschaftsaum München

Fragebogendesign

12. Welche Veränderungen sind in Ihrem Unternehmen geplant oder wurden bereits (in den letzten 5 Jahren) umgesetzt?

	geplant	umgesetzt
Neugründung	❑	❑
Erweiterung/ Vergrößerung	❑	❑
Standortwechsel	❑	❑
Modernisierung	❑	❑
Verkleinerung	❑	❑
Verlagerung der Produktion	❑	❑
Änderung des Angebotsumfangs (Produkte, Sortimente)	❑	❑
Änderungen im Vertrieb (z.B. Onlinehandel)	❑	❑
Keine Veränderung	❑	❑

13. Was gefällt Ihnen am Standort Gräfelfing nicht? Welche Verbesserungsvorschläge haben Sie, um die Attraktivität des Standortes Gräfelfing zu steigern?

gefällt nicht:

_____

_____

Verbesserungsvorschläge:

_____

_____

14. Ist Ihr Unternehmen an einen oder mehreren der folgenden Maßnahmen zur stärkeren Vernetzung der Firmen vor Ort interessiert?

- ❑ Regelmäßiges Treffen der Unternehmer
- ❑ Regelmäßiger Newsletter/ Informationsaustausch
- ❑ Beratungsangebote z.B. bei Standortsuche
- ❑ Teilnahme am kostenlosen online-Branchenverzeichnis der Gemeinde
- ❑ Vorstellung der Ergebnisse der Unternehmerbefragung

Weitere Vorschläge:

_____

_____

_____

Bitte geben Sie zum Schluss Ihre Firmenadresse an, sodass wir Ihnen, falls gewünscht, die Einladung für den Unternehmerabend zur Vorstellung der Befragungsergebnisse und ggf. die Zugangsdaten zum online-Branchenverzeichnis zusenden, sowie Ihr Unternehmen bei einer ggf. notwendigen Nacherhebung berücksichtigen können.

Firmenname, Adresse, Email:

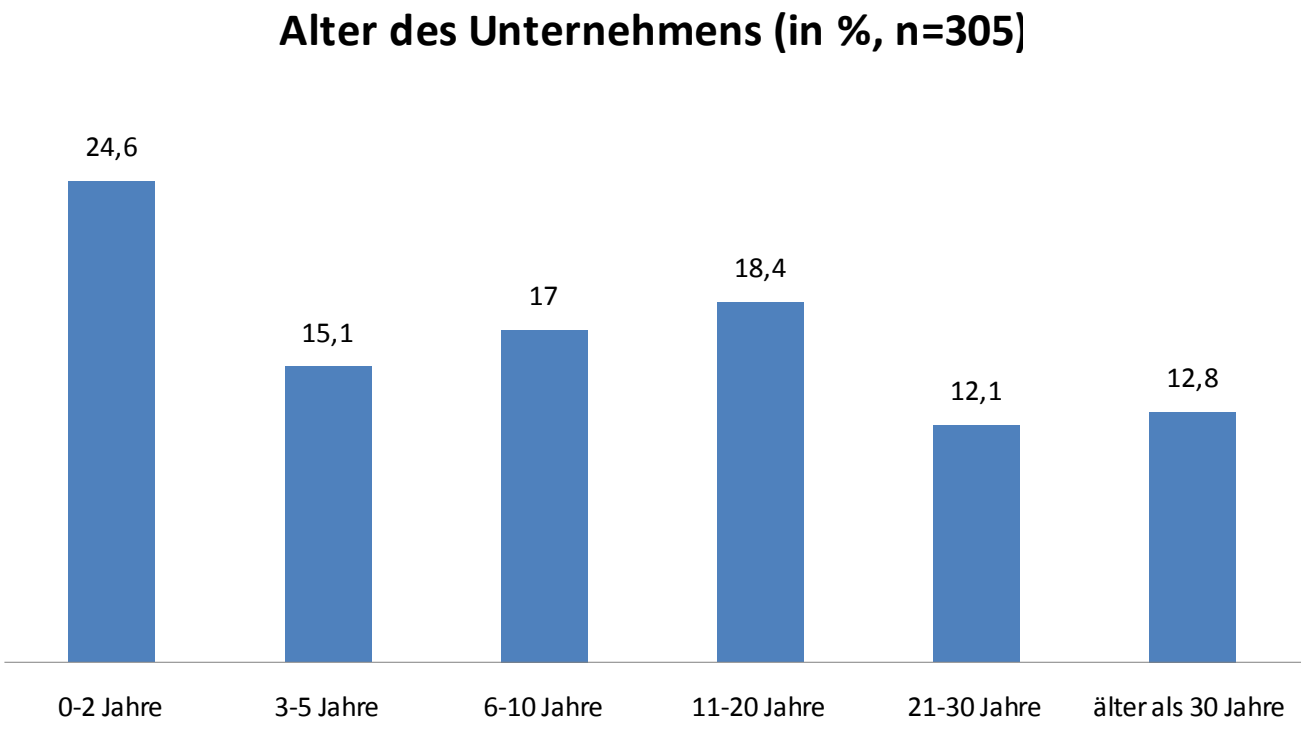
Wir danken Ihnen für Ihre Unterstützung!
Bitte füllen Sie auch den nachfolgenden Fragebogenteil zur Energienutzung Ihres Unternehmens aus und senden Sie den gesamten Fragebogen bis zum **23.07.2010** an die Gemeinde Gräfelfing zurück:

Gemeinde Gräfelfing
Ruffiniallee 2
82166 Gräfelfing

oder per
Fax an: 089/ 85 82 99 - 10

© Planungsverband Äußerer Wirtschaftsaum München

Frage 1: Seit wann gibt es Ihren Betrieb in Gräfelfing?

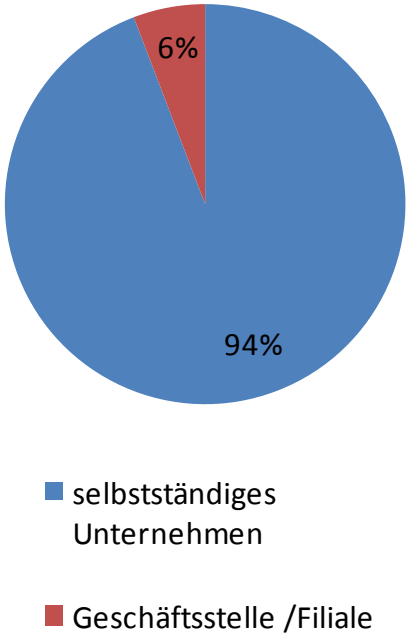


- Ausgeglichener Mix aus sehr jungen und alteingesessenen Unternehmen
- Hohe Dynamik und gleichzeitig Stabilität

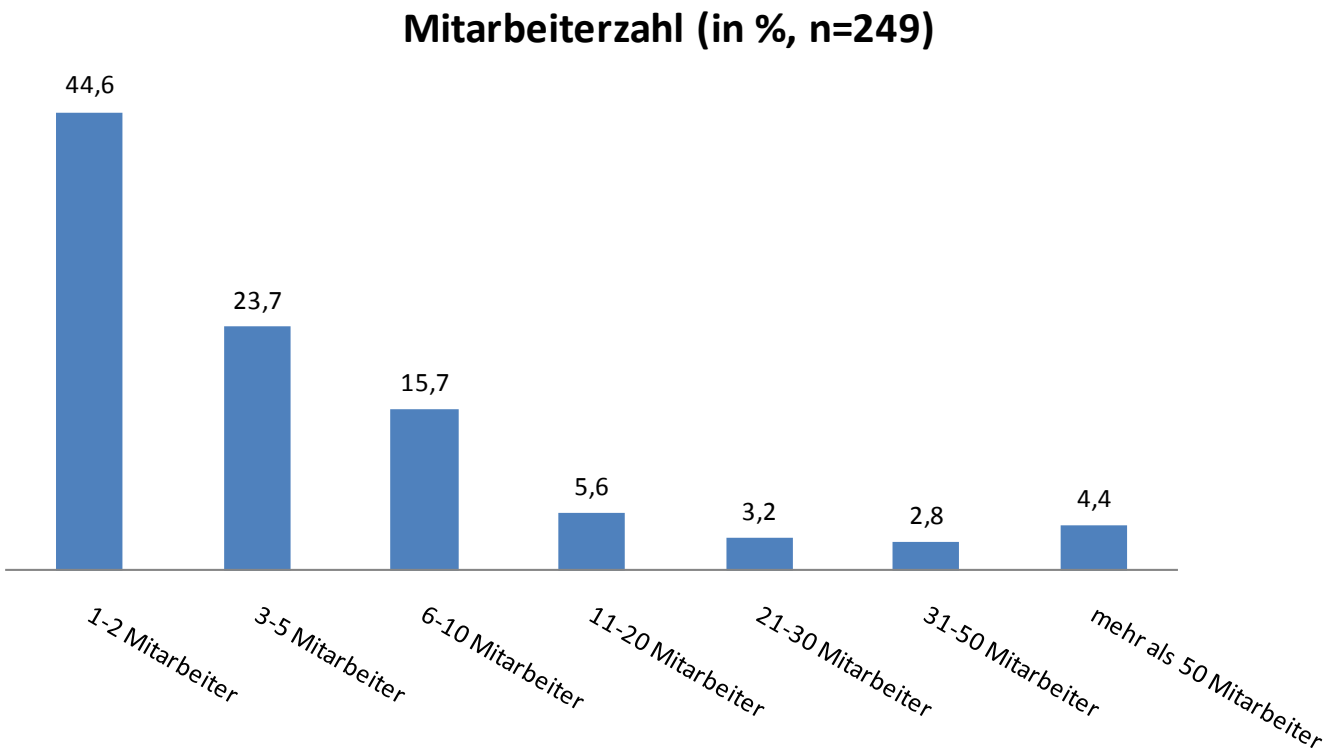
Frage 2: Ist Ihr Betrieb ein selbständig. Unternehmen/ Filiale?

- Hauptsitz der Firmen am Standort Gräfelfing
- Kaum Filialbetriebe
- Positiv für Steuereinnahmen und Zusammenarbeit Gemeinde-Unternehmen (Ansprechpartner vor Ort, kurze Wege)
- Entscheidungen werden vor Ort getroffen - Verbundenheit mit Standort

Art des Betriebes (in %, n=308)



Frage 3: Wie viele Mitarbeiter sind bei Ihnen beschäftigt?



- Kaum Großbetriebe
- Überwiegend kleine und mittelständische Unternehmen (KMU)

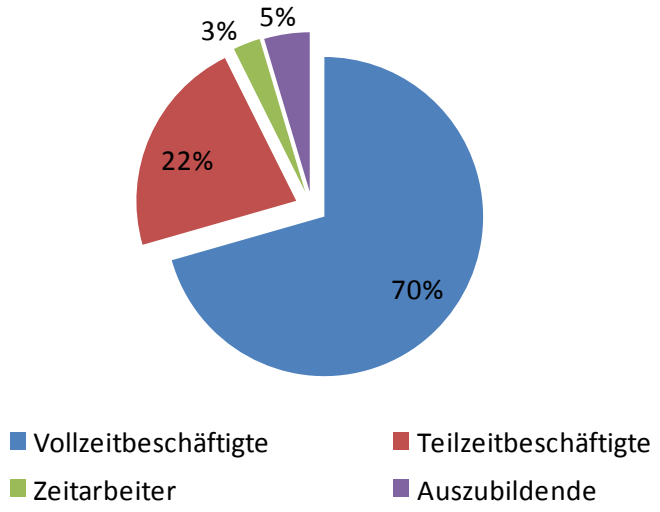
Frage 3: Wie viele Mitarbeiter sind bei Ihnen beschäftigt?

- Fast 3/4 der Mitarbeiter sind Vollzeitbeschäftigte
- Zeitarbeiter spielen mit 3%-Anteil kaum eine Rolle
- Im Verhältnis wenige Auszubildende (Vgl. Unternehmensgröße)

→ KMU mit festem Mitarbeiterstamm

→ Zukunftssicherung durch Ausbildung neuer Mitarbeiter noch ausbaufähig

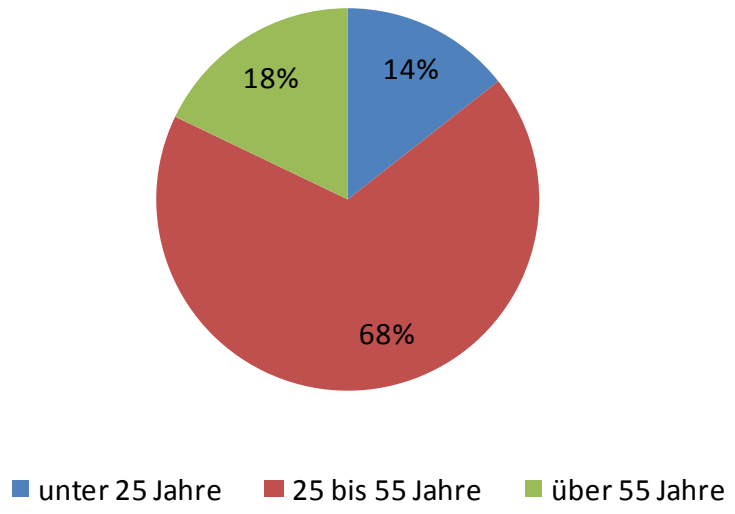
Beschäftigtenstatus
(in %, n=2.269, insgesamt 261 Betriebe)



Frage 4: Wie alt sind die Beschäftigten?

- Analog zum niedrigen Azubi-Anteil niedriger Anteil an unter 25-Jährigen
- Mehrheit der Beschäftigten sind mittleren Alters
- Anteil der über 55-Jährigen weniger als 20%

Beschäftigtenalter
(in %, n=2.098, insgesamt 234 Betriebe)



Frage 5: An welchem Standort im Gemeindegebiet befindet sich Ihr Unternehmen?

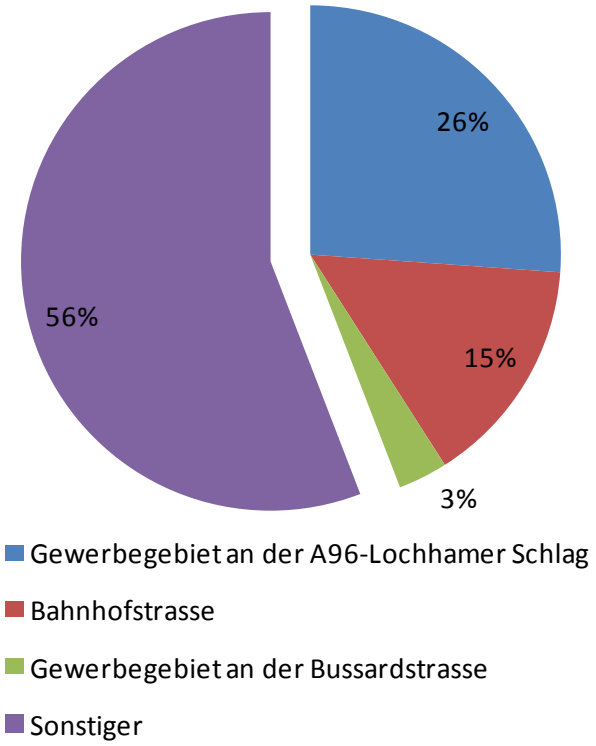
- Fast 3/4 der Betriebe sind nicht in den GE-Gebieten ansässig, sondern über das Gemeindegebiet verteilt
- 29% der Betriebe im GE (davon nur 3% an der Bussardstraße)

→ Wirtschaftsstandort Gräfelfing definiert sich nicht in 1. Linie über seine GE-Gebiete

→ Autobahnnahes GE-Gebiet wichtiger Standort, v.a. für größere Betriebe

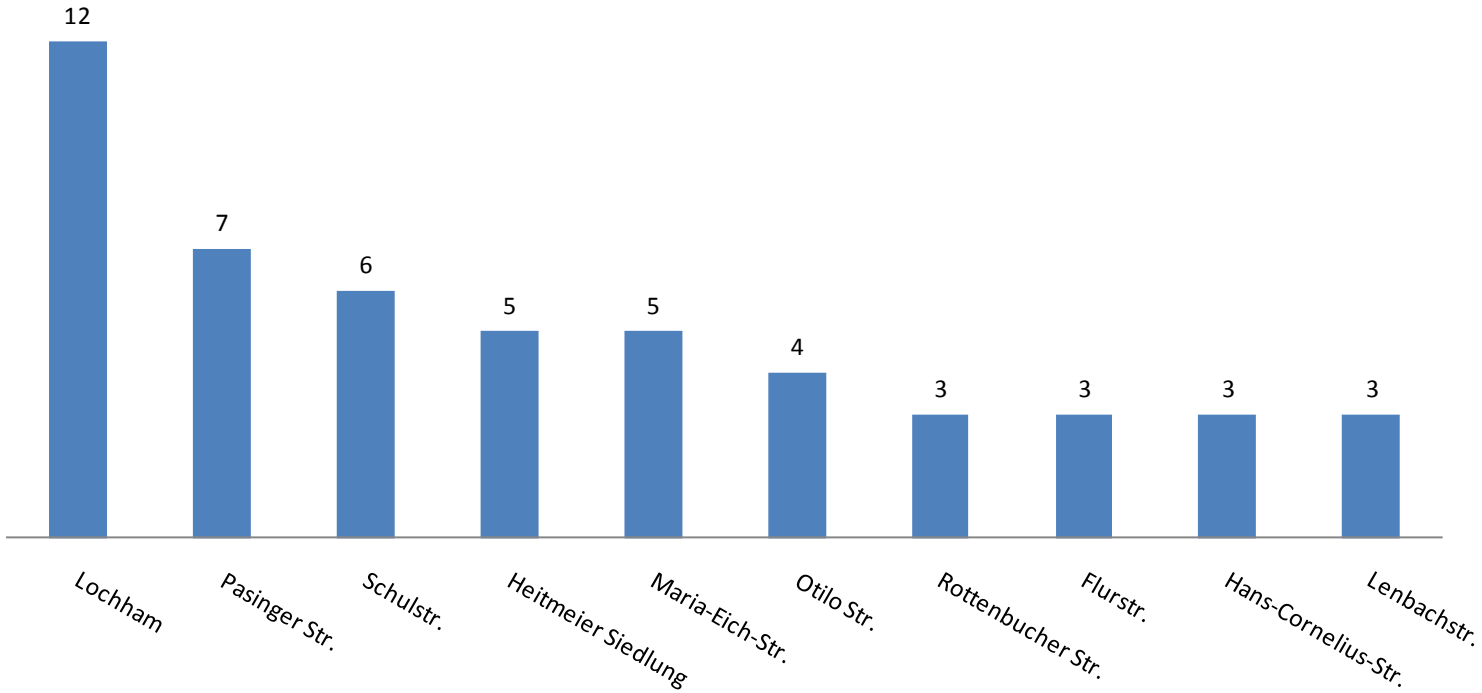
→ Fazit: bei Wifö-Maßnahmen nicht nur auf GE-Gebiete konzentrieren!

Standort (in %, n=310)



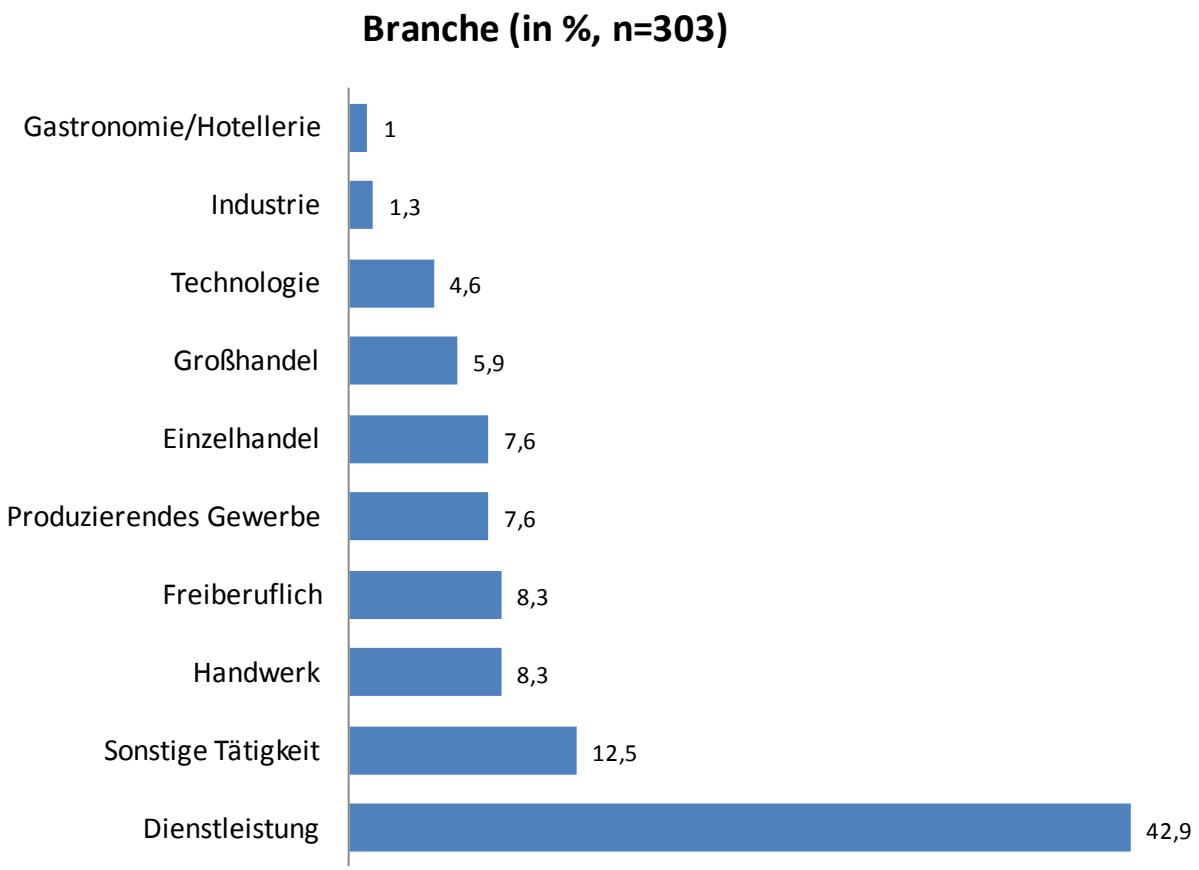
Frage 5: An welchem Standort im Gemeindegebiet befindet sich Ihr Unternehmen?

Lage der sonstigen Standorte mit Mehrfachnennung (absolut, n=123, davon 72 sonstige Standorte ohne Mehrfachnennung)



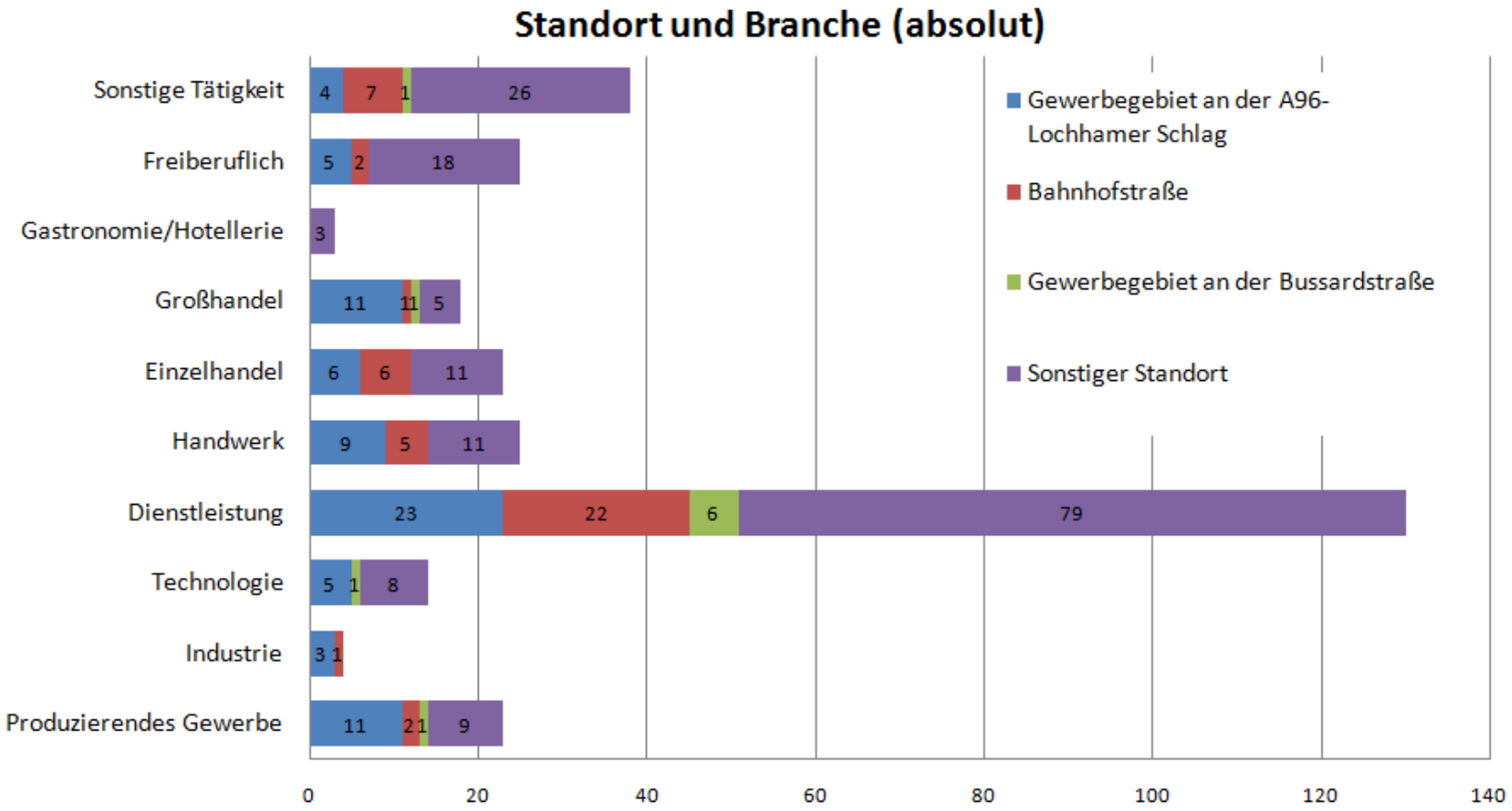
- Über die Hälfte der Betriebe befindet sich außerhalb der GE-Gebiete, Schwerpunkt ist neben Bahnhofstraße u.a. Lochham sowie Pasinger Str. (Nähe zu GE-Bussard Str.)
- Weitere 72 Betriebe befinden sich an sonstigen Standorten (ohne Mehrfachnennung)

Frage 6: Welcher Branche ist Ihr Betrieb zuzuordnen?



- überdurchschnittlicher Anteil von Dienstleistungs- und „sonstigen“ Unternehmen
- Sonstige = Dienstleistungsunternehmen zuzuordnen (Verwaltung, Beratung)

Frage 6: Welcher Branche ist Ihr Betrieb zuzuordnen?



- Großhandel und Industriebetriebe v.a. in GE-Gebieten, sonst keine Standortpräferenzen erkennbar. Selbst prod. Unternehmen sind nicht auf GE-Gebiete beschränkt

Frage 7: Welche Produkte/ Leistungen produziert Ihr Unternehmen?

- Neben nicht zuordenbaren Einzelnennungen (17) bietet die Mehrzahl der befragten Unternehmen Beratungsleitungen (14) und allgemeine Dienstleitungen (13) an
- Auf Platz 1 der Mehrfachnennungen finden sich stark Dienstleitungsorientiere Betriebe dem Bereich **Zeitschriften/ Presse/ Print und Druckerzeugnisse** (insgesamt 17) sowie **Finanzdienstleister, Wirtschafts- und Unternehmensberatungen** (17)
- auch **IT- und Softwaredienstleister** stark vertreten (11)
- Wichtige Branche: **Energie - Strom**, Photovoltaik, BHWK, Gebäudetechnik (7)
- Zum Cluster Biotech um Martinsried passt die hohe Zahl an forschungsintensiven und Hightech-Betrieben aus den Bereichen **Biotech/ Pharma/ klin. Studien/ medizin. Geräte** (6), **optische Geräte** (3) sowie der Betriebe aus dem Bereich **Gesundheit, Hygiene, Kosmetik** (5)
- **Marketingspezifische Betriebe** (5) sowie **Events- und Künstleragenturen** (6) sind ein wichtiger Baustein des Wirtschaftsstandorts Gräfelfing
- Der Dienstleistungsschwerpunkt wird betont von den zahlreichen Unternehmen aus den Sektor en **Versicherung** (5) **Immobilien**entwickler, -makler, -verwalter, -vermieter (5) und **Bürodienstleistung**, Buchhaltung, Controlling (5)

Frage 7: Welche Produkte/ Leistungen produziert Ihr Unternehmen?

- **weitere Dienstleister:** Tourismus und Reisen (4), Kommunikation/ Medien (3), Datenbanken/-analysen (3), Fortbildung/ Seminare (3), Architektur, Planung (3), Verwaltung (2)

Auch Betriebe ohne direkte Dienstleitsungs- und Forschungsorientierung sind in Gräfelfing vertreten:

- **Baugewerbe:** Tiefbau, Abbruch, Eisenschrott, Kies, Beton (5) und Baugewerbe, Gartenbau (2)
- **Handel:** Lebensmittel, Backwaren, Wurst (5), elektr. Musikinstrumente, Tonträger, Unterhaltungselektronik (5), Handel und Vertrieb allgemein (4), Brillen (3), Türen/Tore (2), Textilien (2), Blumen und Deko (2)
- **Handwerk:** Elektrogewerbe (4), Schlüssel/ Schuster (2), Restaurierung v. Gebäuden/ Gemälden (2) , Foto (2)
- **sonst. Gewerbe:** Transportunternehmen (3), Wasseraufbereitung (2), Tankanlagen, Kraftstoffe (2)
- **Gastronomie** (2)

Frage 7: Welche Produkte/ Leistungen produziert Ihr Unternehmen?

- Sehr breites Spektrum (Einzelnennungen)
- Überwiegend erfolgt nicht Herstellung von Produkten sondern der Verkauf von Leistungen (Beratung, Vermittlung, Verwaltung)
- Stärkste Branche: Dienstleistung
- Am häufigsten genannten Produkte/ Leistungen sind zukunftsträchtigen Branchen zuzuordnen.
- Neben dem starken Dienstleistungscluster wird der Branchenmix durch forschungsorientierte Unternehmen bereichert (Schwerpunkt Pharma/Medizin)
- Kaum Industrie und produzierenden Gewerbe vertreten, auch unter den „sonstigen“ Nennungen sind eher unternehmensorientierte Dienstleistungen subsummiert
- Wenn prod. Gewerbe, dann meist mit starker Spezialisierung (z.B. Hauchfeine metallische Überzüge)
- Basis des Wirtschaftsstandorts sind die vielen Betriebe aus dem Bereich Handel und Handwerk

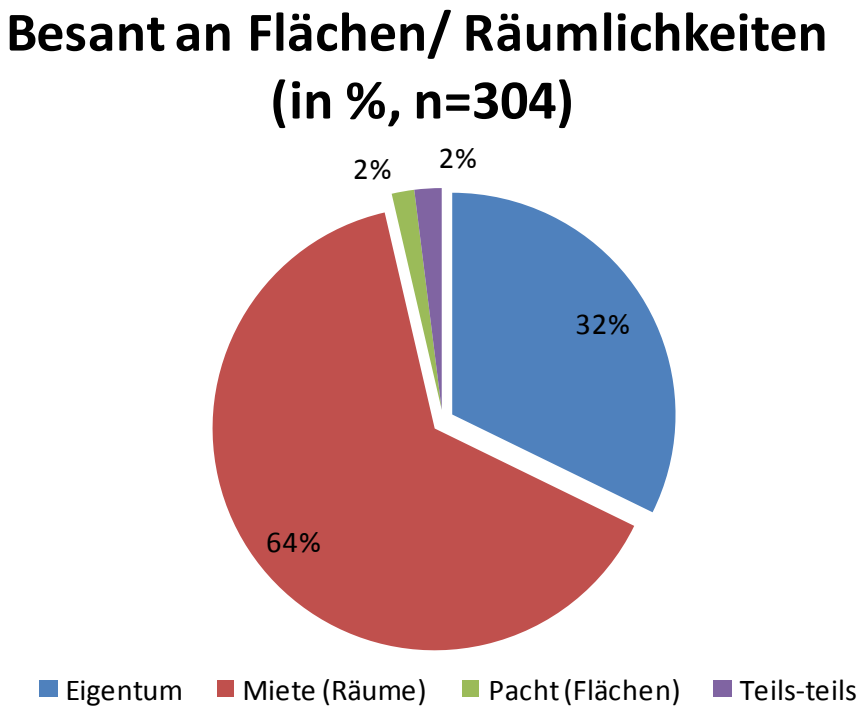
→ Folge: breit aufgestellt, keine Monostruktur und keine reine Ausrichtung auf wenige Branchen oder Großbetriebe

→ Folge: Unterschiedlichste Ansprüche an Fachkräfte und Standort

Frage 8: Ist Ihr Unternehmen in eigenen oder gemieteten Räumen bzw. auf eigenen oder gepachteten Flächen untergebracht?

- Großteil der Unternehmen in gemieteten Räumen/ gepachteten Flächen
- Über ein Viertel verfügt über eigene Flächen/ Räume

→ Rückschluss auf die Vielzahl der kleinen Unternehmen, die über das gesamte Gemeindegebiet verteilt sind

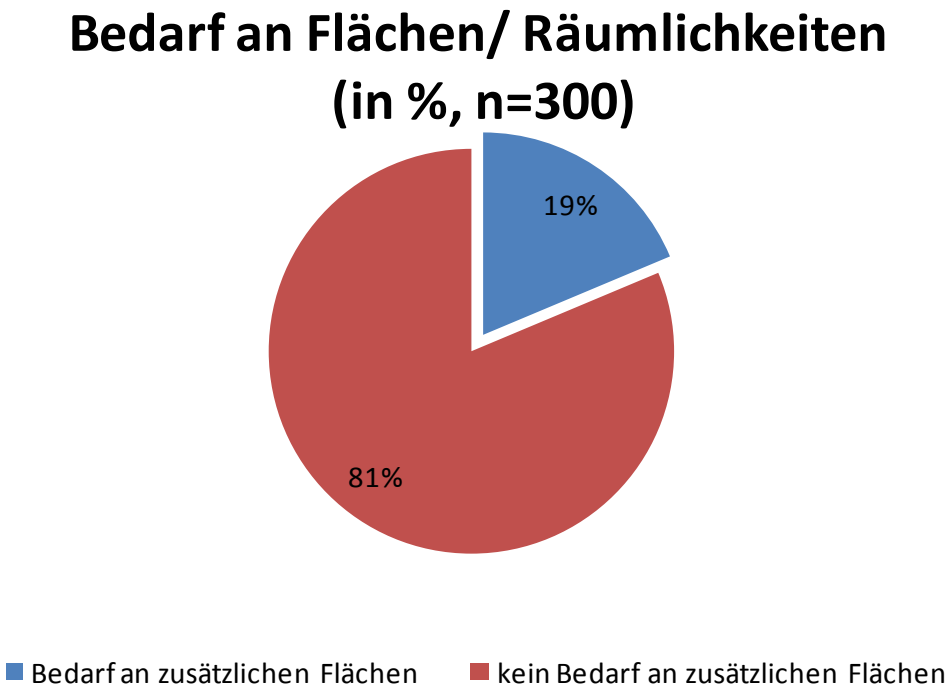


Frage 9: Benötigt Ihr Unternehmen in Zukunft zusätzliche Flächen und wenn ja, wofür?

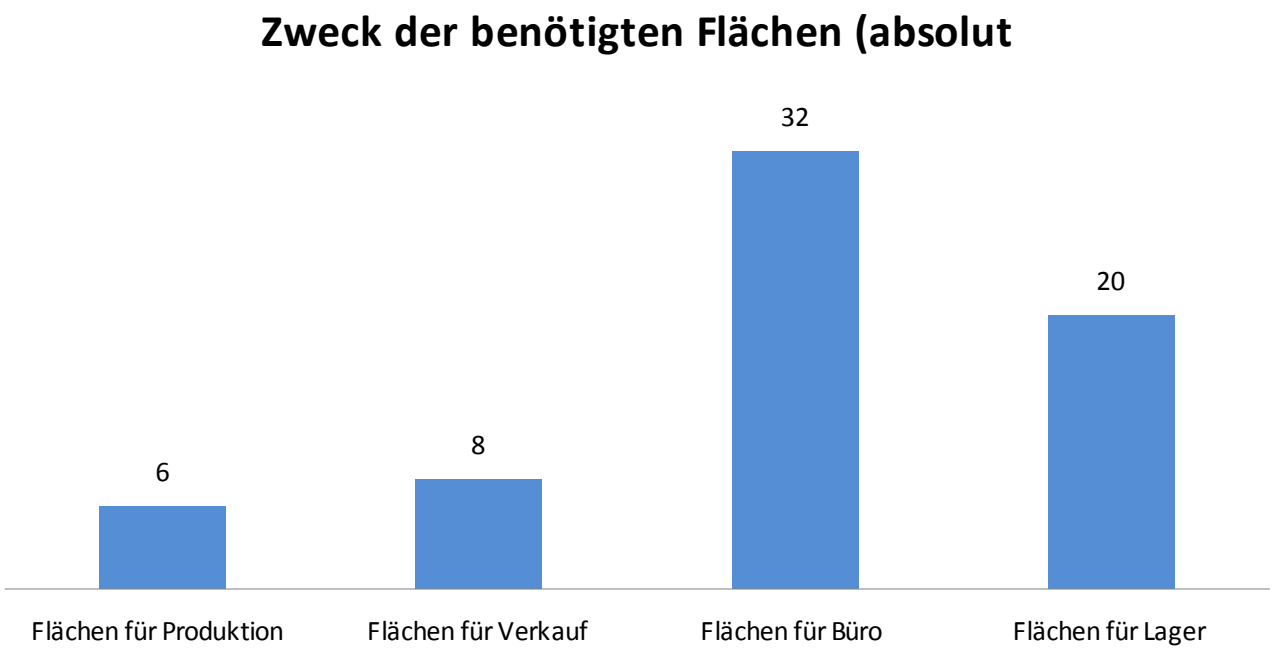
- 19% der befragten Betriebe (56!) bekunden Bedarf an weiteren Flächen

→ Positive Wirtschaftslage → hoher Grad an Erweiterungen bzw. räuml. Veränderungen

→ Wichtiger Ansatz für Gemeinde/ Wifö, Abgleich der Anforderungen und der verfügbaren Flächen



Frage 9: Benötigt Ihr Unternehmen in Zukunft zusätzliche Flächen und wenn ja, wofür?



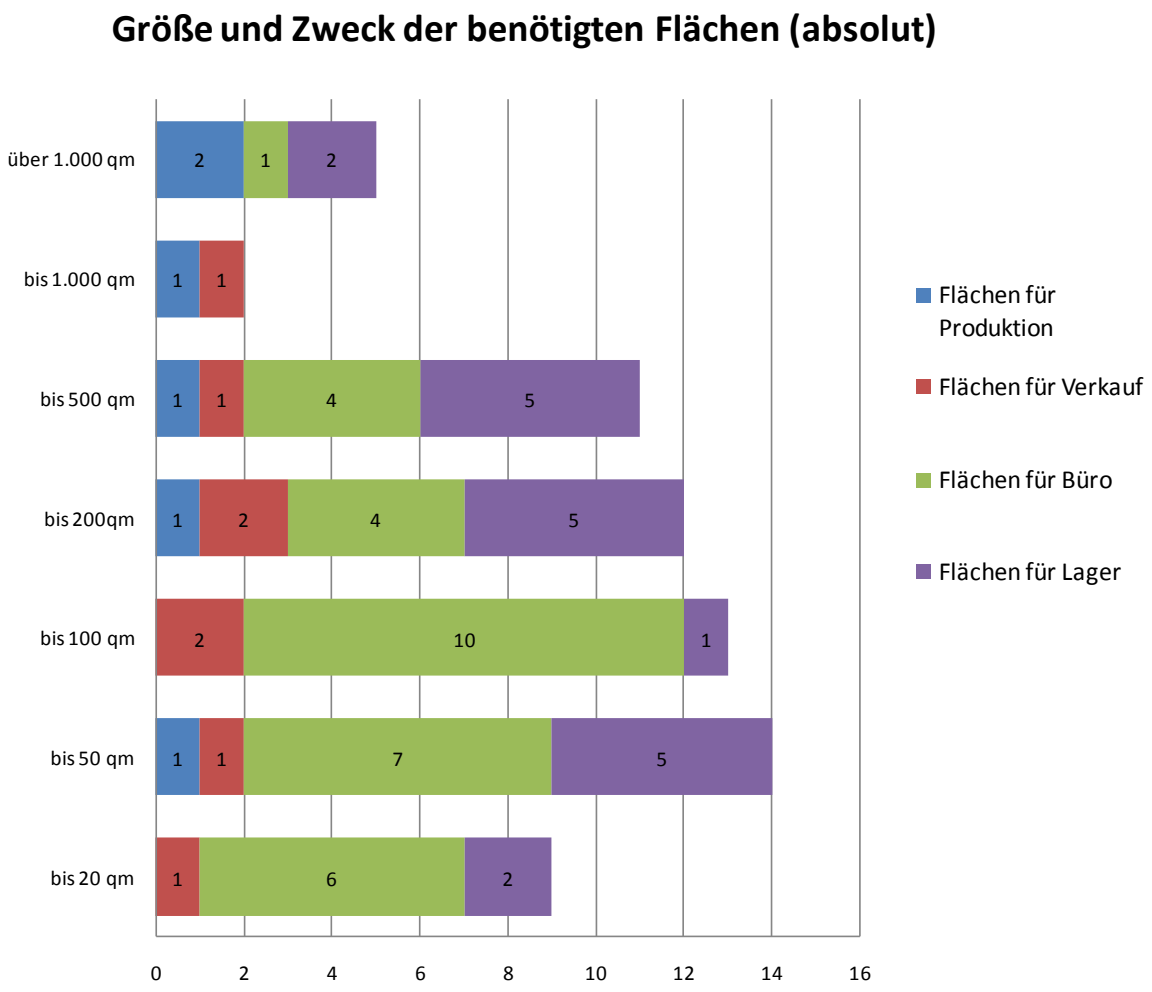
- Mehrfachnennungen pro Unternehmen
- Entsprechend der vielen Dienstleistungsbetriebe werden v.a. Büroflächen nachgefragt
- Verstärkt auch Nachfrage nach Lagerräumen/ -flächen

Frage 9: Benötigt Ihr Unternehmen in Zukunft zusätzliche Flächen und wenn ja, wofür?

- hauptsächlich werden Büro- und Lagerflächen nachgefragt, dabei sind sowohl kleinere Räumlichkeiten bis 50 qm, aber auch deutlich größere Flächen bis 500 qm gewünscht

- größere Flächen (bis über 1.000 qm) werden zur Produktion- und Lagerhaltung gebraucht

→ Kontaktaufnahme mit den betroffenen Betrieben, um Flächenanforderungen genau zu prüfen und bestenfalls geeignete Flächen zu benennen (Standortverlagerung nach außerhalb vorbeugen)

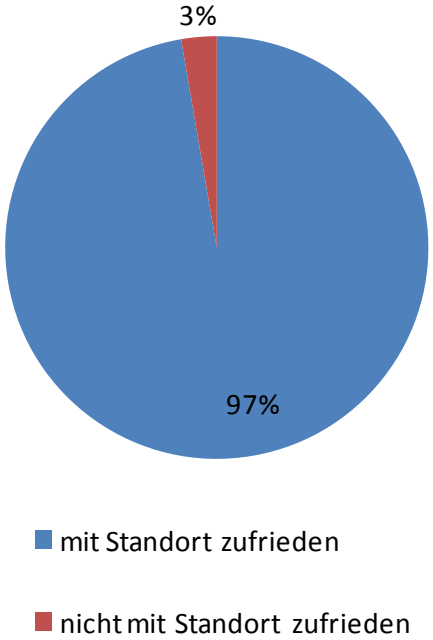


Frage 10: Sind Sie mit Ihrem Standort in Gräfelfing zufrieden?

- Sehr hohe Standortzufriedenheit

→ Optimale Ausgangsbedingungen für weitere WiFö-Maßnahmen

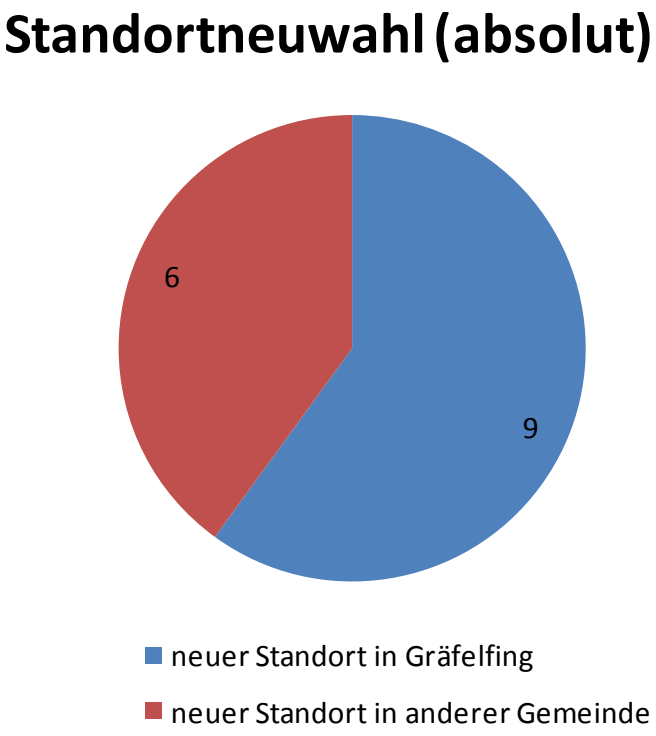
Standortzufriedenheit (in %, n=301)



Frage 10: Sind Sie mit Ihrem Standort in Gräfelfing zufrieden?

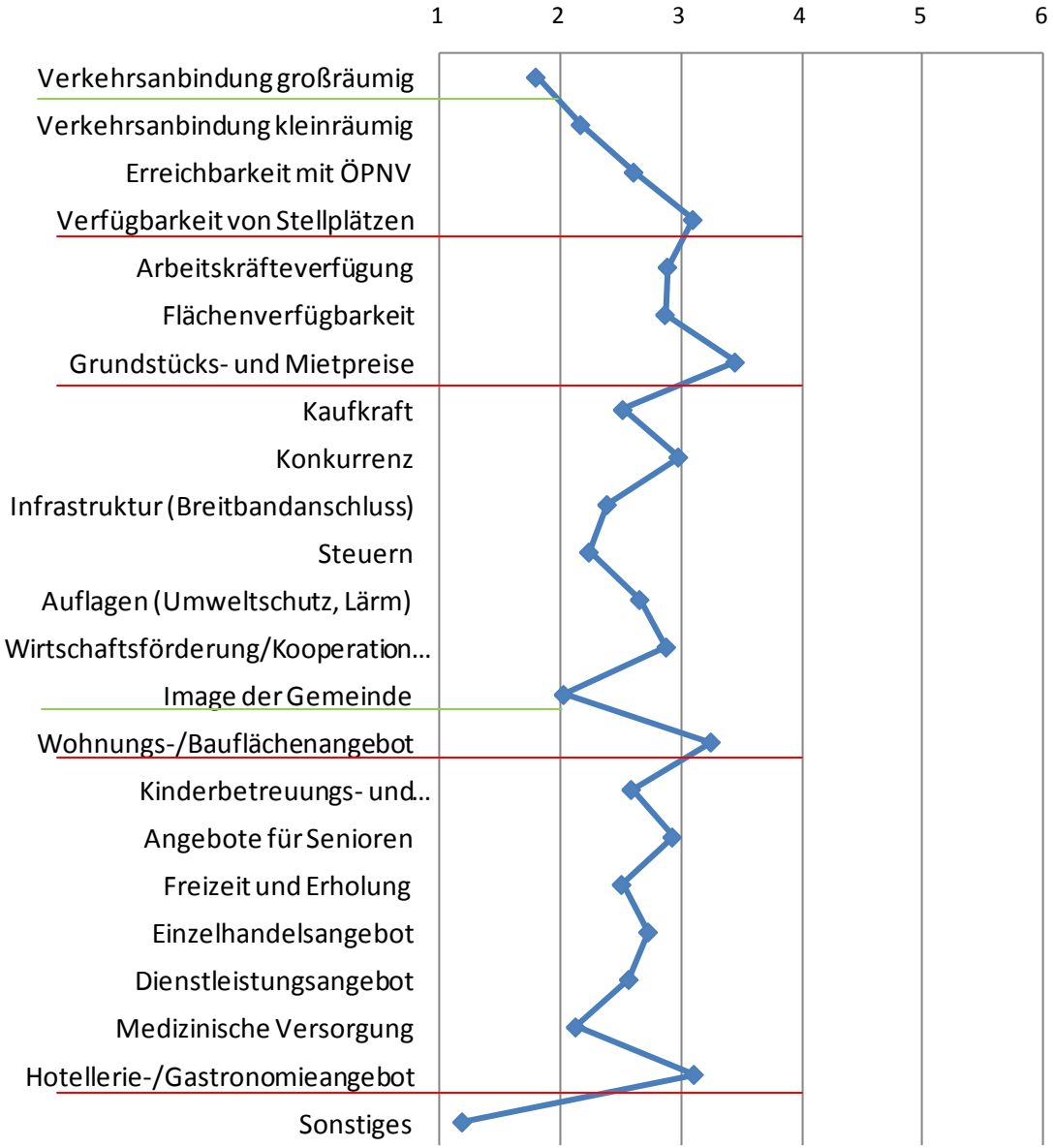
- Mehrheit der Unternehmen mit Verlagerungswunsch würde sich bei Standortneuwahl wieder für Gräfelfing entscheiden

- Beim Standortwechsel in eine andere Kommune werden München, Gauting, Ottobrunn genannt oder der Umzug in eigene Räume/ Flächen



Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Gräfelfing?

- Überwiegend positive Einschätzung des Standortes
- Tendenz: gut bis befriedigend
- Wichtigste Stärken: Verkehrsanbindung, Image der Gemeinde
- Negativ: Stellplatzangebot, Flächenangebot und -preise, Hotel-/Gastro-Angebote
- keine schlecht bewerteten Kriterien
- Überwiegend „gut“ bewertete Kriterien, d.h. wichtige Potenziale für weitere WiFö-Maßnahmen



Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Verkehrsanbindung großräumig (1,8), kleinräumig (2) :

- **Stau**: Dauerstau auf A99 nach Norden und Stau A76 nach München, Stau Ausfahrt BAB, Stau Richtung München, überfüllte A96, Anbindung BAB schwierig, sehr viel Verkehr
- **Südring**: fehlender Südring, Ringschluss Autobahn fehlt, Südring Autobahn fehlt
- **ÖPNV**: Bus fährt zu selten, Taktung der Verkehrsmittel, lange Wartezeiten bei Bus u. Bahn (20-30 min)
- **Pasinger Str.**: zu kleine Kreuzung (Insel) Pasinger Str., Staus Pasinger Str.
- **Parken**: Autoparkplätze knapp, zu wenig Parkplätze
- Ab-/Antransport
- Flughafenanbindung
- Bahnhofsstraße viel zu eng!!! 5 Mio für Umbau und sieht jetzt schlechter aus als vorher!
- Reichaufstraße unmögliche Beschilderung, für Mandanten irreführend
- unsere Ecke ist für LKW mit Hänger schwer erreichbar
- vor dem Haus Chaos durch Kreuzung ohne Ampel, dadurch mindestens 1 mal wöchentlich 1 Unfall dort!
- wenn nicht wieder 20 Baustellen auf einmal sind
- **Positiv**: A96, A99, Neg. Bus zu U- und –Bahn, Nähe zu S-/U-Bahn

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Erreichbarkeit mit ÖPNV (2,55):

- **Haltestelle zu weit weg**: 1 km zu Bus/Bahn ist zu viel!; zu weit von Bus und Bahn für Kunden
- **Taktzeiten**: Bus 268 nur alle 20 min; Bus fährt zu selten; nur S-Bahn-Anbindung!!! 20 min Takt!!!; Busfahrt nach München zu selten
- **Verbindung**: Busverbindung von U-Bahn könnte verbessert werden; Lochhammer Schlag nur per Bus /Wann gibt's es direkte Verbindung Pasing - Lochhammer Schlag sehr wichtig! Wann gibt es Verbindung nach Pasing direkt?!, kein Schienennetz; nur München zentral, nichts quer; Querverbindung im Wümtal,
- Bus hält am Bahnhof
- Nähe zu S-/U-Bahn
- Umstädlich für MA
- wird nicht genutzt

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Verfügbarkeit von Stellplätzen (3,24):

- **Bahnhofstraße**: In den Nachbarschäften gut, Bahnhofstr. Katastrophe; Parksituation Bahnhofstraße schlechter geworden; schlechte Parksituation trotz Umbau
- **Zu wenig**: wenig frei; zu wenig; zu wenig für Handel und Beschäftigte; zu wenig Parkraum für LKW/PKW Industriegebiet Lochham
- Parkgarage gut
- Bordstein vor dem Geschäft 20 cm hoch
- für Betriebs-Pkw und -Hänger

→ Schwerpunkt Bahnhofstraße

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Verfügbarkeit von Arbeitskräften (2,74):

- Bekomme ich eher nicht aus Gräfelfing
- Einzelperson
- wenn man jemand braucht, bekommt man jemand
- Immer noch auf der Suche
- kaum Leute für einfache Lagerarbeiten
- Mitarbeiter sehr teuer und unflexibel
- noch nicht benötigt (künftig JA)
- Stammpersonal

→ Mangel an Personal für einfache Tätigkeiten

→ Nebeneinander von Fachkräftemangel und Zufriedenheit mit Arbeitskräfteverfügbarkeit

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Flächenverfügbarkeit (3,38) :

- alternative Standorte
- außer Grundstücke
- es gibt keine kl. Flächen Gründerzentrum/Bürogemeinschaft

Grundstücks- und Mietpreise (3,16):

- für einen Normalverdiener kein Preisniveau mit Zukunft
- Miete ist höher als alle Betriebskosten zusammen
- sehr teuer
- zu hoch
- zu hoch für Objekt
- zu hohe Mieten trotz Randgebiet

→ unisono: Flächenpreise zu hoch

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Kaufkraft (2,25):

- Nicht relevant (3 Nennungen)
- schlechte Grundversorgungsmöglichkeiten

Konkurrenz (2,88):

- **Hoher Wettbewerbsdruck :** im Bereich Küchen Konkurrenz spürbar durch Freiham; in der näheren Nachbargemeinde; mehr Konkurrenz wäre zu viel; viele vorhanden; wichtig, aber nicht zu viel
- **Z.T. Überangebot**: viel zu viel Markler und Friseure in Gräfelfing; zu viele Friseurgeschäfte. 7 Stück in einem Ort, hohe Angebotsdichte
- **Spezialisierung**: Gibt weltweit nur 5 Firmen; Spezialgebiet; Spezialisierung
- unwichtig da international tätig

→ Hoher Konkurrenzdruck, der aber auch positiv bewertet wird

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Infrastruktur = Breitband/ DSL (2,68):

- **Nicht ausreichend**: Breitbandanschluss kann nicht erhöht werden; DSL 16000 im Gewerbegebiet nicht verfügbar; DSL geht nur bis 3000/3500; Katastrophal → max. 3000er Leitungen, bräuchten 16000!!!; Lochham ist max. DSL 10 Mbit/s Verfügbarkeit; mittelmäßige Geschwindigkeit; schlecht ausgebaut
- Breitband-Internetverbindung für Datenaustausch wichtig
- keine Probleme
- über UMTS

→ Vereinzelt Unzufriedenheit mit zentralem Standortfaktor für dienstleistungsorientierte Unternehmen

Steuern (2,25):

- **Positiv**: einer der niedrigsten Hebesätze!; guter Hebesatz (2); niedriger Hebesatz/Gewerbesteuer wesentlich
- **Neutral**: besser geht immer!, das Übliche
- **Negativ**: sehr hoch
- Wir zahlen keine Gewerbesteuer

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Auflagen (2,33):

- **zu viel**: Generell zu viel in Deutschland; zu viele Auflagen
- **angemessen**: muss angemessen sein; o.k.; vernünftig
- Sonstige nicht zuordenbare Nennungen (= Frage falsch verstanden)

Wirtschaftsförderung / Kooperation mit Gemeinde (2,44):

- **Nicht vorhanden / bekannt**: keine Angabe; keine Angabe möglich; mir nicht so bekannt; nicht vorhanden, keine Info an Betriebe; zu geringe Kenntnisse; wir haben noch keine in Anspruch genommen
- **Positiv**: war in Gründungsphase sehr hilfreich; wäre wünschenswert
- Generell zu viel in Deutschland

→ Eigenmarketing der Wifö stärken, bisher zu geringer Bekanntheitsgrad

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Image der Gemeinde (1,79):

- "reiche" bzw. "gute" Gemeinde
- aus betrieblicher Sicht unwichtig
- für privates Wohnen super!
- im Moment etwas altbacken
- könnte noch mehr als Dienstleistungsstandort gefördert werden
- Name "Gestaltung" des Gemeindeplatzes trägt nicht gerade zum Image positiv bei!
- Steuergelder werden verschwendet (Bahnhofplatz) (2)
- Vertrauen des Kunden über Internet ist höher!

→ uneinheitliches Bild, insgesamt jedoch positiv bewertet

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Wohnungs-/ Bauflächenangebot (3,07):

- **zu wenig und zu teuer**: für einfache Arbeiten zu teuer; Mitarbeiter suchen oft lange und verzweifelt nach bezahlbarem Wohnraum; viel zu wenig; Warum gibt es kein Angebot?; zu teuer; zu wenig/wenn dann zu teuer

- **Keine Angabe**: k.A. da selbst nicht in Gräfelfing ansässig; keine Angabe möglich; MA kommen aus Umland; nicht relevant; wir wissen nicht; zu geringe Kenntnisse

→ Typisch fürs Münchner Umland

→ Flächenangebot von Gemeinde steuerbar, Preis jedoch nicht/kaum

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Kinderbetreuungs- und Schulangebot (3):

- **Nicht relevant**: entfallen; k.A.; k.A. da selbst nicht in Gräfelfing ansässig; keine Kinder; nicht benötigt; nicht relevant; keine Angabe möglich; unbekannt
- **Realschule**: es fehlen Realschulen; Realschulangebot im Würmtal ggü. Gymnasien zu gering; Realschule fehlt v.a. starrköpfige Verwaltung bei Kinderbetreuung; Realschule in Germering → Anbindung schlecht, Hauptschule problematisch
- **Mangel**: nichts für Heranwachsende 15-17 Jahre; nichts verfügbar am Lochhammer Schlag; zu wenig Krippenplätze
- Kinder Mis-Starnberg
- gute Initiativen der Gemeinde

→ Quartiers- und Altersbezogene Angebote überprüfen

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Angebote für Senioren (2,64):

- **Keine Angabe**: k.A.; k.A. da selbst nicht in Gräfelfing ansässig, kann ich nicht beurteilen (2); kein Gebrauch; keine Angabe möglich; keine Rentner; nicht benötigt; nicht relevant; unbekannt; was haben Sie an Angebote?
- **Ausgelastet**: gefüllt

→ spielt für Arbeitgeber/ Unternehmer bislang keine Rolle

→ besser bewertet als Kinderbetreuung

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Freizeit und Erholung (2,31):

- **Ausbaupotenziale**: Naturteich zum Baden in der Würm fehlt; Einrichtungen zu weit entfernt, zu viele Hunde; Schade, es fehlt ein Badesee an der Würm; Nachtleben fehlt
- **Positiv**: gut ausgebaute Wege im Freihamer Wald; Nähe zu Seen; Wilder Hirsch
- Keine Angabe, da kein Gebrauch (3)
- Entspannung ist EXTREM wichtig!
- gefüllt
- Germering ist da vorbildhaft

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Einzelhandelsangebot (2,41):

- **Angebotslücken – Mangel im Branchenmix**: Discounter fehlen, Einzelhandel zu weit weg; Elektroladen fehlt, Haushaltswaren; wenig verfügbar am Lochhammer Schlag; Wozu 2x Tengelmann??? Mehr qualitative Differenzierung; zu geringe Vielfalt; zu viele Banken, zu wenig Geschäfte; zu viele Immobilienmakler; zu wenig; zu wenig verschieden
- **Nicht relevant**: kein Gebrauch; nicht relevant
- bei MA beliebt
- kleine Einzelhandelsflächen sollten erhalten bleiben
- monopolistisch (REWE)
- wegen mangelnder ÖPNV-Anbindung nach Gräfelfing; Orientierung nach Pasing

→ Großes Problem: mangelnde Vielfalt (d.h. fehlende Branchen vs. Überangebot)

→ Auch Unterversorgung an best. Standorten

→ Interessant: einige Unternehmen nutzen das Angebot überhaupt nicht

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Dienstleistungsangebot (2,47):

- **Positiv**: alles vorhanden, volles Programm
- kein Gebrauch
- wegen mangelnder ÖPNV-Anbindung nach Gräfelfing; Orientierung nach Pasing

→ Trotz Schwerpunkt im Dienstleistungssektor, wird das Angebot insgesamt „nur“ als gut - befridigend eingeschätzt

Medizinische Versorgung (2,18):

- **Gut**: fast zu viele Frauenärzte; Uniklinik/Pasinger Krankenhaus 1A; viel Nachtarbeit. Unfälle wurden schnell versorgt!; volles Programm
- Mehr Fachärzte für Senioren wären gut
- wegen mangelnder ÖPNV-Anbindung nach Gräfelfing; Orientierung nach Pasing

Frage 11: Zufriedenheit mit den Standortfaktoren - Einzelnennungen

Hotellerie/ Gastronomie (3,31):

- **Unterangebot in Qualität , Quantität, Verteilung**: es fehlt bayerischer Biergarten; es sollten mehr Gastronomie mit extra Mittagstischen in der Bahnhofstraße sein; gar nichts verfügbar am Lochhammer Schlag; Hotel zu wenig; Hotels und Restaurants im Vergleich zu Planegg schlechter; wenig bayerische Küchen; wenig gute Kulinarik für Businesslunch; zu wenig deutsche Wirtshäuser
- Geschäftskunden
- Gastronomie gut
- kein Budget
- keine Angabe möglich
- kleines Bistro am Jahnplatz wäre gut (da ist noch Platz) leichte Küche für Angestellte und abends als "Zentrum" für Lochham

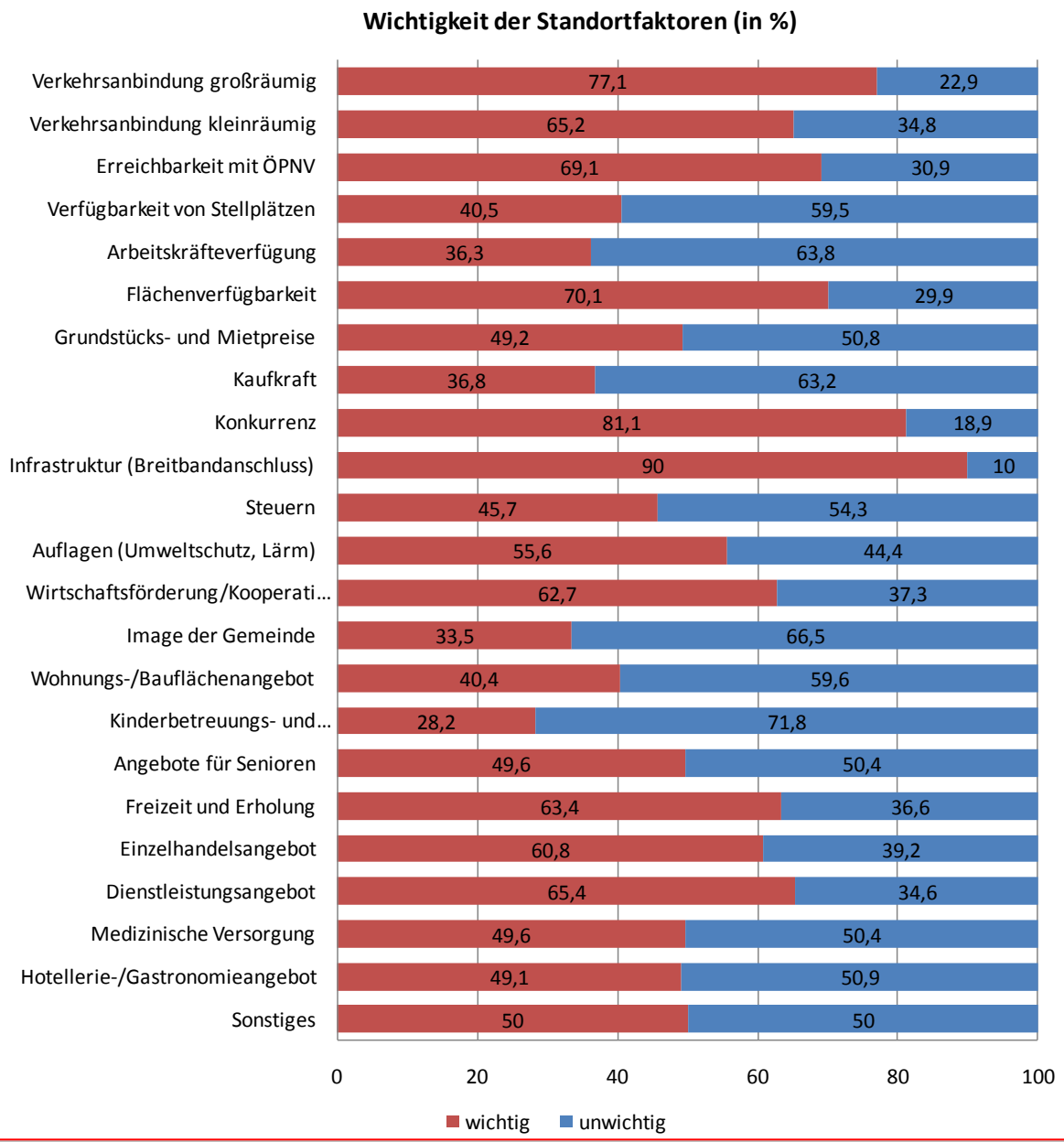
→ Zweitschlechteste Bewertung insgesamt

Sonstiges (1,21):

- Lärmbelästigung: das ständige Hupen der Gräfelfinger Bürger ist unerträglich! Das ist ein echter Grund, nicht wieder Büros auf die sonst schöne Straßenseite der Bahnhofsstraße zu beziehen; Lärmbelästigung durch Eisdiele
- leider ist das FEODOR-Lynen Gymnasium im Winter kaum erreichbar (1km zum Bahnhof, 1 Station S-Bahnen, 1 Station Bus --> uneffektiv!)
- schlechte Erreichbarkeit via Mobilfunk

Frage 11: Wichtigkeit der Standortfaktoren für die Unternehmen

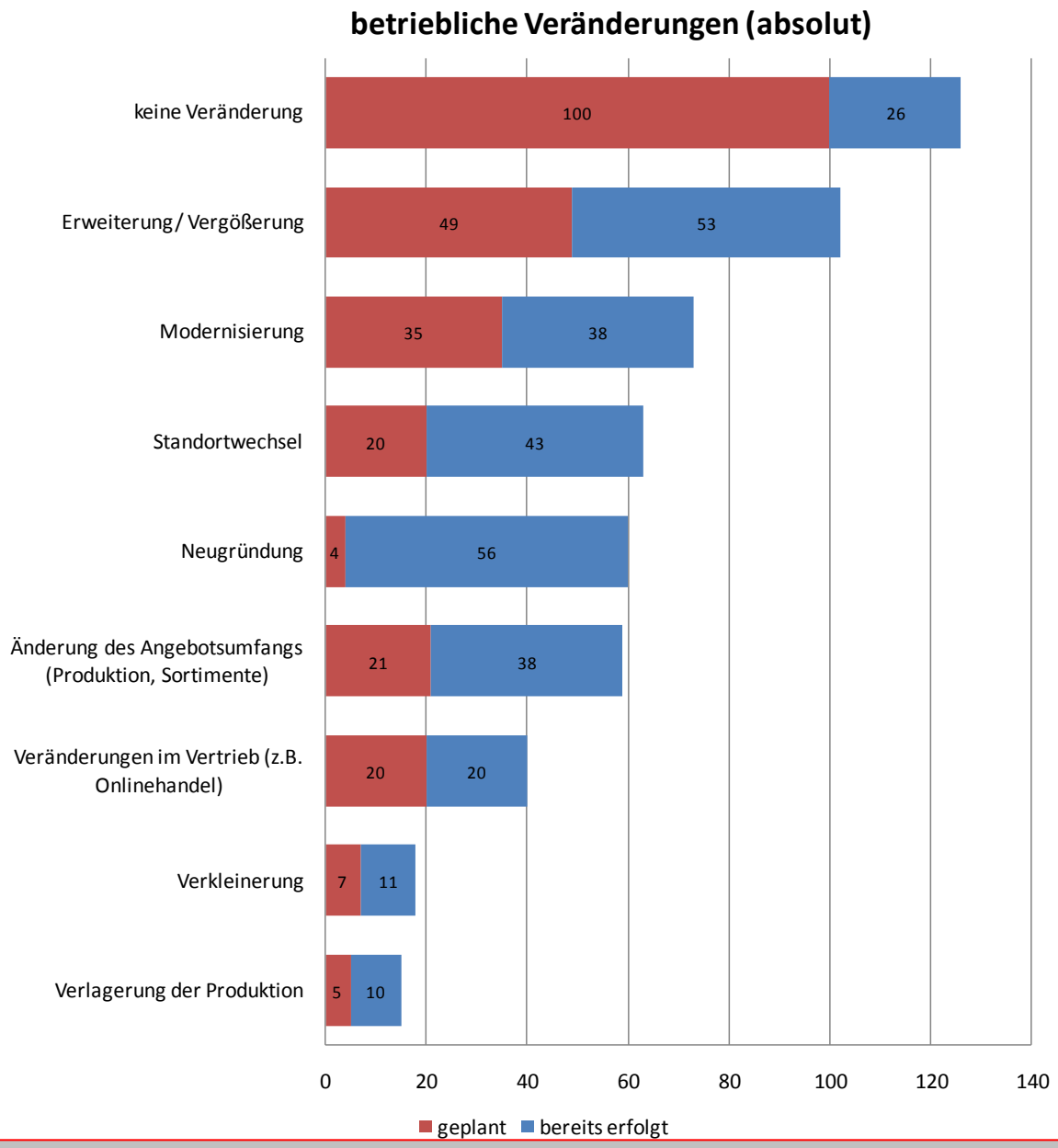
- Mit den besonders wichtigen Standortfaktoren herrscht überwiegend Zufriedenheit
- neben der verkehrlichen Anbindung und der Flächenverfügbarkeit ist insbesondere die sonstige Infrastruktur (Breitband) ein entscheidendes Standortkriterium
- Der WiFö wird eine große Bedeutung zugesprochen, das Image der Gemeinde ist hingegen weniger relevant



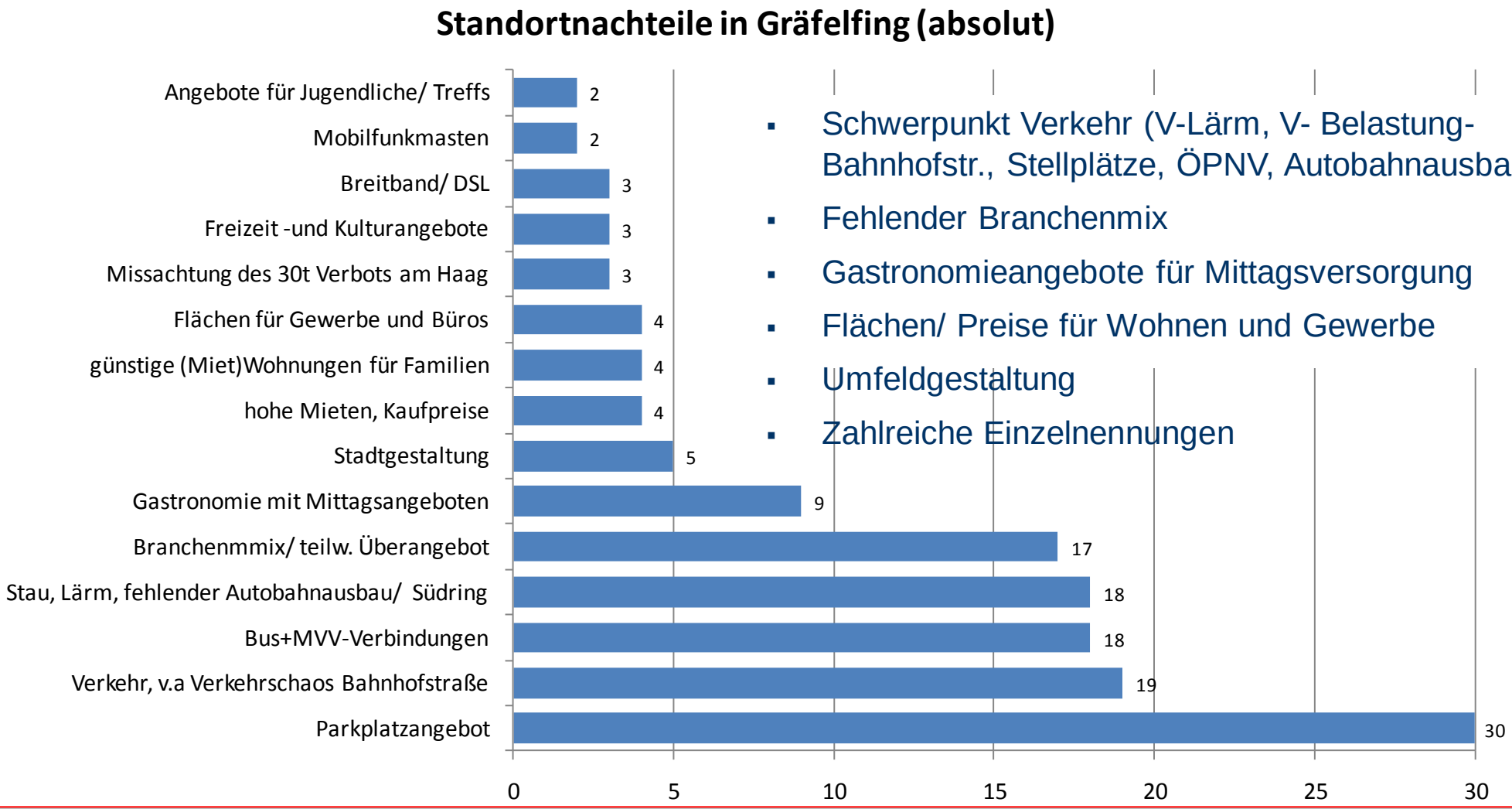
Frage 12: Welche Veränderungen sind geplant o. wurden (letzte 5 Jahre) umgesetzt?

- Zahlreich Aktivitäten zu Marktanpassung innerhalb der letzte Jahre (v.a. Erweiterungen, Neugründungen u. Standortverlagerungen wurden durchgeführt)
- Auch zahlreiche betriebsinterne Maßnahmen wurden umgesetzt (Angebot, Vertrieb, Produktion)
- Bei den meisten Betrieben sind in Zukunft keine Veränderungen geplant
- Dennoch weiterhin hohe Dynamik: Erweiterungen, Modernisierungen, interne Veränderungen zahlreich geplant
- 20 Betriebe planen Standortwechsel!

→ Wichtiger Ansatzpunkt für WiFö (Beratung bei Flächensuche, Neugründung...)



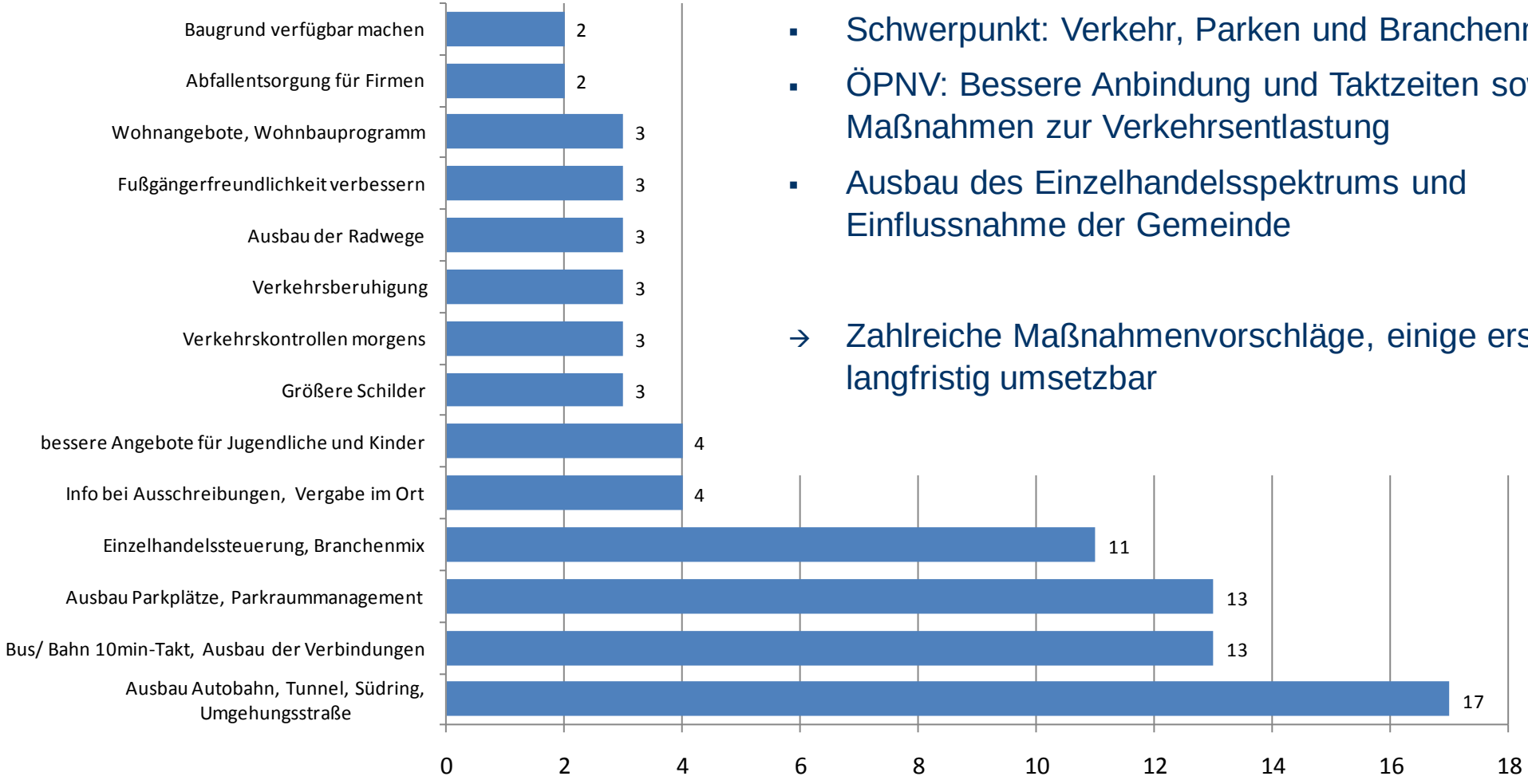
Frage 13: Was gefällt Ihnen am Standort Gräfelfing nicht?



- Schwerpunkt Verkehr (V-Lärm, V- Belastung- Bahnhofstr., Stellplätze, ÖPNV, Autobahnausbau)
- Fehlender Branchenmix
- Gastronomieangebote für Mittagsversorgung
- Flächen/ Preise für Wohnen und Gewerbe
- Umfeldgestaltung
- Zahlreiche Einzelnennungen

Frage 13: Verbesserungsvorschläge

Verbesserungsvorschläge für den Standort Gräfelfing (absolut)



- Schwerpunkt: Verkehr, Parken und Branchenmix
- ÖPNV: Bessere Anbindung und Taktzeiten sowie Maßnahmen zur Verkehrsentlastung
- Ausbau des Einzelhandelsspektrums und Einflussnahme der Gemeinde

→ Zahlreiche Maßnahmenvorschläge, einige erst langfristig umsetzbar

Frage 13: Verbesserungsvorschläge

Sofortmaßnahmen v.a. im konzeptionellen Bereich:

- Einzelhandelskonzept
- Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
- Parkraumbewirtschaftungs/-managementkonzept

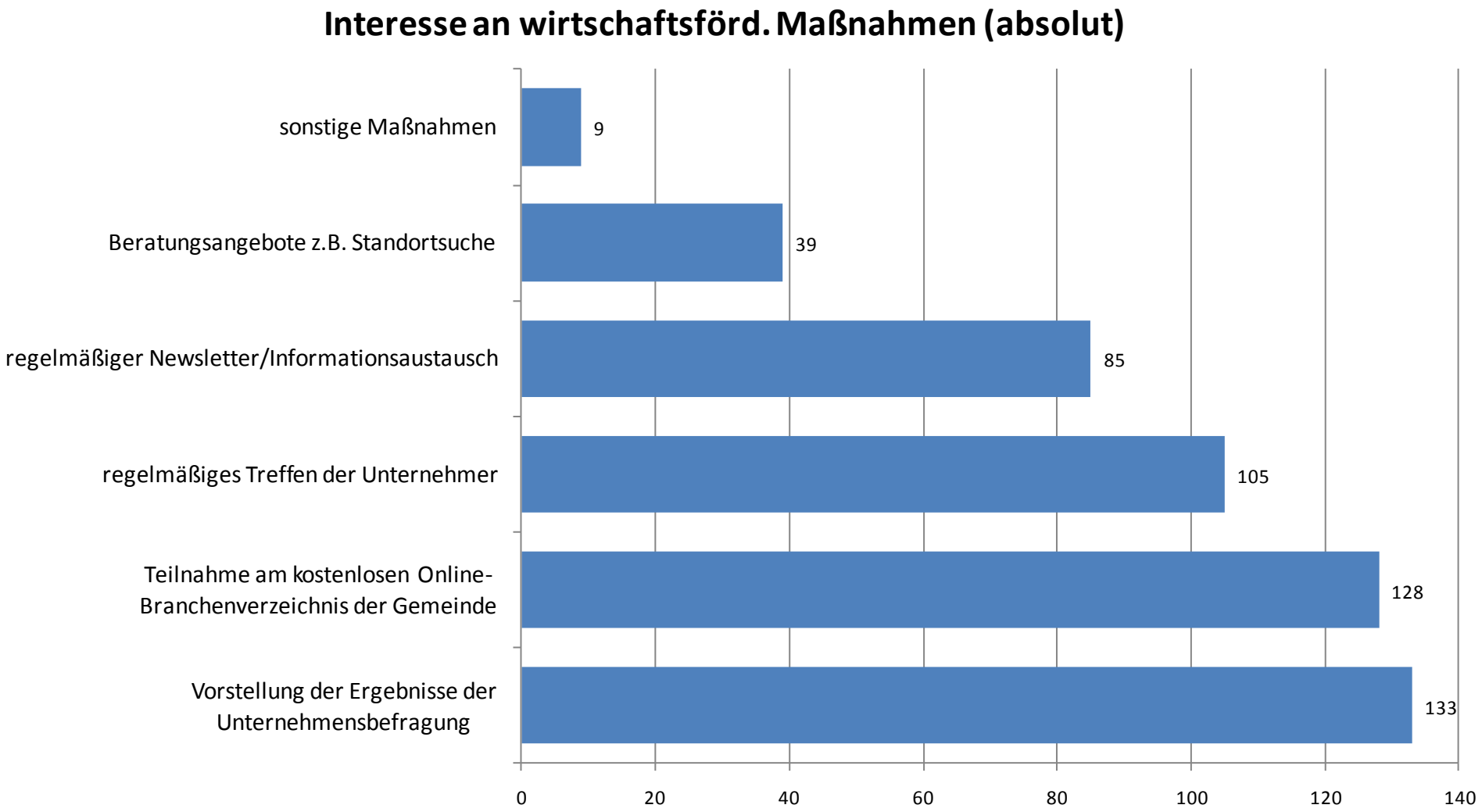
mittel- bis langfristig:

- Angebote für Jugendliche schaffen
- Maßnahmen zur Verbesserung Fußgängerfreundlichkeit
- Verkehrsentlastung durch Ausbau ÖPNV und Autobahn (Tunnel, Südring)

Maßnahmenvorschläge bestätigen Gemeinde:

- Viele der genannten Maßnahmen werden bereits von der Gemeinde angegangen
  - Ausbau ÖPNV (z.B. Direktbus Pasing)
  - Planungen für Umgehungsstraße
  - Planungen zur Schaffung von Stellplätzen

Frage 14: Ist Ihr Unternehmen an Maßnahmen zur stärkeren Vernetzung der Firmen vor Ort interessiert?



Frage 14: Ist Ihr Unternehmen an Maßnahmen zur stärkeren Vernetzung der Firmen vor Ort interessiert?

- Großes Interesse an Beteiligung bei WiFö-Maßnahmen
- V.a. Maßnahmen zum besseren Austausch und Kontakt der Unternehmen untereinander
- Auch die sonstigen Maßnahmen zielen auf eine bessere Vernetzung ab:

  Zusammenarbeit mit Gemeinde, regelmäßige **Veranstaltungen** mit Vorstellung der Unternehmen, **Gewerbeschau**, Verlinkung mit **Branchenverzeichnis** aus Würmtal-Adressbuch, **Netzwerk** Gräfelfing und Würmtal, **Runder Tisch** (mit privaten Investoren, Unternehmen, Banken), **Unterstützung** des Unternehmerverbandes und verstärkte Berücksichtigung Gräfelfinger Unternehmen bei der **Auftragsvergabe** durch Gräfelfinger Firmen

Fazit Gewerbebefragung

- Überwiegend positiv bewerteter Wirtschaftsstandort mit gutem Image
- Schwerpunkt KMU mit festem Mitarbeiterstamm
- stark im Dienstleistungssektor/ IT/ Higtech und „breit gefächerte Basis“ (Handel, Handwerk)
- Wenig produzierendes Gewerbe und Industrie
- Hohe Dynamik: weitere betriebliche Veränderungen geplant, Achtung: 20 Nennungen zum Standortwechsel!
- Sehr gute Ausgangsbedingungen für WiFö-Maßnahmen: Stärken ausbauen, Potenziale nutzen. Echte Schwächen, die überwunden werden müssen gibt es nicht
- Eher negativ beurteilte Kriterien (Schulnote 3= befriedigend) sind kaum von Gemeinde beeinflussbar: Verkehr, (Wohn-)Flächenangebot und –preise

Aufbau des Ergebnisberichts

Analyse der stat. Daten

Gewerbebefragung

- Fazit

Fazit

- Abweichendes Ergebnis der Gewerbebefragung von stat. Daten: Laut Befragung Schwerpunkt im Dienstleistungssektor
- Hauptprobleme mit hoher Bedeutung für Unternehmen: Verkehr und Flächenknappheit/ -preise und Konkurrenzdruck

Ableitbare Lösungsvorschläge und Umsetzungsmaßnahmen:

→ **Sofortmaßnahmen gemeinsam mit Unternehmen**
Vernetzung, Kontaktpflege, Informationsaustausch

→ **Sofortmaßnahmen der Gemeinde**
Einzelhandelskonzept
Parkraumkonzept
Verkehrsentlastung (ÖPNV/MIV)

→ **mittel- und langfristig**
Flächenmanagement
Verbesserung des Gastronomie- und Hotellerieangebotes

Verkehrsentlastung (ÖPNV/MIV)

Handlungsempfehlung: Branchenmixoptimierung

Einzelhandelskonzept mit folgenden Inhalten:

- Aktualisierte Einzelhandelserhebung (qualitativ und quantitativ)
- Berechnung der Markt- und Umsatzpotenziale
- Herausarbeiten der Konkurrenzsituation v.a. mit München (z.B. Eröffnung der Pasing Arkaden)
- Frequenzzählung, Haushaltsbefragung oder POS
- Standortkonzept – wo soll in Zukunft Einzelhandel stattfinden
- Möglichkeiten zur Aufwertung der Handelslagen

Weiteres Vorgehen

- Vorstellen der Untersuchungsergebnisse im Unternehmerkreis
- Parallel: Ausarbeiten und Umsetzen der genannten Maßnahmenvorschläge