Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing

(Herbst 2015)

Auswertungsbericht
Stand 11.02.2016

Bearbeiter:
Josef Rother
Christian Worm
Michael Hauschild

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 **3**

1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung **4**

1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung 4
1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz 4

2 Zur Struktur der befragten Unternehmen **6**

2.1 Wirtschaftsbereiche 6
2.2 Kompetenzfelder 7
2.3 Standortbindung und betriebliche Funktionen am Standort 10
2.4 Regionale und internationale Märkte 11
2.5 Forschung und Entwicklung, (Hoch-)Schulkooperationen 11
2.6 Regionale Kooperationen 11

3 Standortbewertung der Unternehmen **13**

4 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf **25**

4.1 Zur Beschäftigtenstruktur 25
4.2 Arbeitskräftebedarf 26
4.3 Stellenbesetzungsprobleme 27
4.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung 29

5 Entwicklungspläne und Standortanforderungen **31**

5.1 Mittelfristige Entwicklungspläne der Unternehmen 31
5.2 Flächenbedarf 33
5.3 Flächenüberkapazitäten 34

6 Mobilität und Energie **35**

6.1 Mobilität 35
6.2 Energetische Nachhaltigkeit und Geothermie 37

7 Aktivitäten der Wirtschaftsförderung **38**

7.1 Bekanntheit der städtischen Wirtschaftsförderung 38
7.2 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung 38

8 Handlungsempfehlungen **41**

8.1 Reaktionen auf negative Standortbewertungen 41

8.1.1 Handlungsfeld Fachkräfte 41
8.1.2 Handlungsfeld Wohnflächen 41
8.1.3 Handlungsfeld Gewerbeflächen 41
8.1.4 Handlungsfeld Breitbandversorgung 42
8.2 Handlungsfeld Nachhaltigkeit in Mobilität und Energie 43
8.3 Reaktionen auf negative betriebliche Entwicklungspläne 43
8.4 Reaktionen auf Kooperationsinteressen 44

8.5 Reaktionen auf Kompetenzfeldzuordnungen 44
8.6 Reaktionen auf weitere Anforderungen an die Wirtschaftsförderung 44

9 Anhang 45

9.1 Anschreiben 45
9.2 Fragebogen 46

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik 7
Abbildung 2 Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern 8
Abbildung 3 Regionale Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial 12
Abbildung 4 Bewertung der Standortbedingungen (Mittelwerte) 14
Abbildung 5 Bewertung der Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte) 15
Abbildung 6 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren 16
Abbildung 7 Wichtigkeit der Standortfaktoren 18
Abbildung 8 Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte) 19
Abbildung 9 Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte) 20
Abbildung 10 Lage der Vergleichsstädte 21
Abbildung 11 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Gemeinde Planegg und Stadt Starnberg 22
Abbildung 12 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Stadt Leinfelden-Echterdingen 23
Abbildung 13 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Stadt Dachau 24
Abbildung 14 Arbeitskräftebedarf 26
Abbildung 15 Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung 28
Abbildung 16 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften 28
Abbildung 17 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden 29
Abbildung 18 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung 30
Abbildung 19 Unternehmensplanungen bis 2017 32
Abbildung 20 Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf 33
Abbildung 21 Erreichbarkeit des Betriebs 35
Abbildung 22 Wichtigkeit der Erreichbarkeit für Betrieb 36
Abbildung 23 Zukünftige Relevanz von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements im Betrieb 37
Abbildung 24 Bekanntheit der Wirtschaftsförderung 38
Abbildung 25 Aktivitäten der Wirtschaftsförderung 39
Abbildung 26 Bedarf an Aktivitäten der Wirtschaftsförderung 40
Abbildung 27 Lage der Betriebe, die die Breitbandversorgung schlecht bewerten 42
Abbildung 28 Lage der Betriebe, die die ÖPNV-Anbindung schlecht bewerten 43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Rücklauf nach Betriebsgröße 5
Tabelle 2 Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen 6
Tabelle 3 Kompetenzfelder in Gräfelfing 9
Tabelle 4 Kompetenzfelder und größte Betriebe 10
Tabelle 5 Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen 25
Tabelle 6 Arbeitskräftebedarf der nächsten 12 Monate 27
Tabelle 7 Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf bis 2018 33
Tabelle 8 Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf Zeitpunkt 34

1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung

1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung

Die Gemeinde Gräfelfing betreibt seit einigen Jahren eine aktive Wirtschaftsförderung. Für die strategische Ausrichtung dieser Aufgabe sind die Standortbewertungen und -anforderungen der in der Gemeinde ansässigen Unternehmen von zentraler Bedeutung. Um eine kundenorientierte Wirtschaftsförderung betreiben zu können, will die Gemeinde einen systematischen Dialog mit der Wirtschaft aufbauen. Ein Meilenstein dieses Dialogs ist eine Unternehmensbefragung, mit der die Gemeinde Gräfelfing die GEFAK Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH (Marburg) beauftragt hat. Die Befragung zielte auf folgende Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung und Gemeindeentwicklung:

Standortanalyse: Aktuelle Bestandsaufnahme.

Kommunale Entwicklungsstrategie: Ermittlung der Ausgangslage zur Positionierung der Gemeinde in Zukunftsthemen (Fachkräftesicherung, Vernetzung, Gewerbeflächenmanagement, Mobilität etc.).

Qualitätsmanagement: Ermittlung der Standortzufriedenheit und der Anforderungen der Wirtschaft an die Gemeinde und die Dienstleistungen der Wirtschaftsförderung.

Kontaktmanagement: Aktualisierung des Datenbestandes für die laufende Ansprache der Unternehmen über das in der Wirtschaftsförderung bereits seit längerem eingesetzten CRM-System KWIS.

Der vierseitige Fragebogen (siehe Anhang) wurde im Oktober 2015 mit einem von der 1. Bürgermeisterin und der Wirtschaftsförderin unterzeichneten Anschreiben sowie einem vorbereiteten Rücksendeumschlag per Briefpost an die Unternehmen verschickt (schriftliche Befragung). Alternativ stand jedem Unternehmen ein personalisierter Online-Fragebogen für die Teilnahme an der Befragung im Internet zur Verfügung. Nicht persönlich angeschriebene Betriebe wurden über die Presse ermuntert, sich ebenfalls an der Befragung zu beteiligen.

Um die praktische Verwertbarkeit der Befragungsergebnisse zu gewährleisten, wurde die Befragung in nicht-anonymisierter Form durchgeführt. Als Zielgruppe wurden ca. 660 Unternehmen identifiziert und angeschrieben. Im Anschluss an die Befragung wurden die Befragungsergebnisse mit sämtlichen einzelbetrieblichen Angaben in die KWIS-Datenbank der Wirtschaftsförderung übertragen. Damit steht der Wirtschaftsförderung nun – über die statistischen Auswertungen hinaus – eine aktuelle und umfassende Datengrundlage für ihre tägliche Arbeit zur Verfügung.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt und einer ersten Analyse unterzogen. Die GEFAK hat in jüngster Vergangenheit ähnliche Untersuchungen durchgeführt, unter anderem im Landkreis Starnberg sowie in den Städten Dachau und Leinfelden-Echterdingen (bei Stuttgart). Auch in der Nachbargemeinde Planegg hat die GEFAK die dortigen Betriebe befragt, allerdings bereits im Jahr 2011. Aufgrund der identischen Methodik werden die Ergebnisse dieser Befragungen zur Interpretation einzelner Befragungsaspekte in Gräfelfing hinzugezogen.

1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz

Der Gemeinde Gräfelfing war es wichtig, möglichst viele relevante Betriebe zu erreichen. Deshalb wurden die Adressen aller Betriebe ab zwei Beschäftigte im Gemeindegebiet aus der KWIS-Datenbank selektiert. Im Ergebnis richtete sich die Befragung an 662 Betriebe. Von den 603 zugestellten Anschreiben haben bis

zum Redaktionsschluss für die statistische Auswertung 133 Betriebe einen verwertbaren Fragebogen zurückgesandt. Dies ergibt eine Rücklaufquote von gut 22 Prozent. Dieser mit Blick auf die weit gefasste Zielgruppe insgesamt zufriedenstellende Rücklauf konnte nicht zuletzt durch eine Nachfassaktion der Wirtschaftsförderung erreicht werden. Rund 22 Prozent der Fragebögen wurden über das Internet ausgefüllt, eine große Mehrheit der Betriebe gab also der schriftlichen Befragungsmethode den Vorzug.

Wenn sich im Folgenden bei der Darstellung der Ergebnisse zu einzelnen Fragen niedrigere Summen als 133 Betriebe ergeben, dann ist dies darauf zurückzuführen, dass nicht jedes Unternehmen alle Fragen vollständig bzw. eindeutig beantwortet hat.

Knapp die Hälfte der Fragebögen stammt von Kleinbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten und weitere 18 Prozent von Betrieben mit zehn bis unter 20 Beschäftigten. Zusammen kommen demnach gut zwei Drittel der Antworten von Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten. Die vier Betriebe mit mindestens 100 Beschäftigten haben einen Anteil am Rücklauf von drei Prozent.

Tabelle 1 Rücklauf nach Betriebsgröße

Betriebsgröße*	**Rücklauf**	
	Unternehmen	Anteil
1 - 4 Beschäftigte	41	30,83%
5 - 9 Beschäftigte	24	18,05%
10 - 19 Beschäftigte	24	18,05%
20 - 49 Beschäftigte	13	9,77%
50 - 99 Beschäftigte	5	3,76%
100 und mehr Beschäftigte	4	3,01%
Ohne Angabe	22	16,54%
Summe	**133**	**100,00%**

Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 133)
* Beschäftigte am Standort in der Region

Die mit der jetzigen Befragung erreichten Betriebe hatten zum 30.09.2015 insgesamt 2.018 Beschäftigte am angeschriebenen Standort in Gräfelfing. Die amtliche Statistik weist für die Gemeinde zum 30.6.2014 insgesamt 7.422 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort) aus. Durch diese Statistik werden (im bayerischen Durchschnitt) gut 70 Prozent aller Erwerbstätigen erfasst. In Gräfelfing kann demnach von 10.000 bis 11.000 Erwerbstätigen ausgegangen werden. Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung beziehen sich also auf etwa jeden fünften Arbeitsplatz vor Ort. Die Mitwirkung einiger Großbetriebe zeigt, dass auch diese für Gräfelfing wichtigen Arbeitgeber an der strategischen Weiterentwicklung der Stadt als Wirtschaftsstandort interessiert sind.

2 Zur 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. Mit 59 Prozent haben die Betriebe aus dem Bereich der Sonstigen Dienstleistungen den mit Abstand größten Anteil. Es folgen das Handwerk (14 %), die Industrie (11 %) sowie der Groß- und Einzelhandel (zusammen 14 %) (vgl. Tabelle 2).

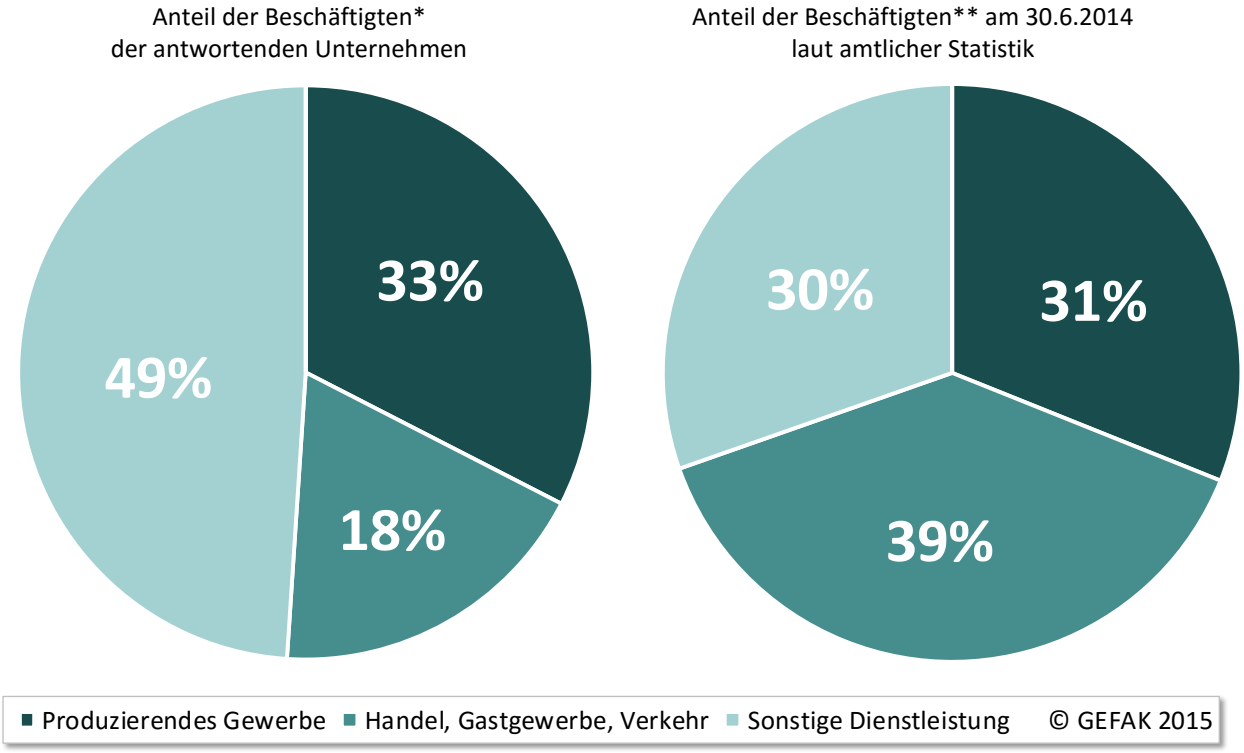
Tabelle 2 Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen

	Unternehmen	
	Anzahl	Anteil
Industrie	14	10,5%
Handwerk	18	13,5%
Einzelhandel	7	5,3%
Großhandel	12	9,0%
Hotellerie / Gastronomie	4	3,0%
Verkehr	0	0,0%
Sonstige Dienstleistungen	78	58,6%
Summe	**133**	**100,0 %**

Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 133)

Fasst man die sieben abgefragten Unternehmensschwerpunkte zu den drei großen Wirtschaftsbereichen der amtlichen Statistik Produzierendes Gewerbe, Handel/Verkehr/Gastgewerbe sowie Sonstige Dienstleistungen zusammen und wertet für diese den Anteil der Beschäftigten (am Standort) der antwortenden Unternehmen aus, so zeigt sich, dass die Befragungsstichprobe von der Verteilung der Beschäftigten laut amtlicher Statistik deutlich abweicht. Die Sonstigen Dienstleistungen sind in der Befragung mit 49 Prozent deutlich überrepräsentiert, während Handel, Verkehr und Gastgewerbe mit 18 Prozent entsprechend unterrepräsentiert sind. Das Produzierende Gewerbe zeigt mit 33 Prozent nur eine leichte Abweichung (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik



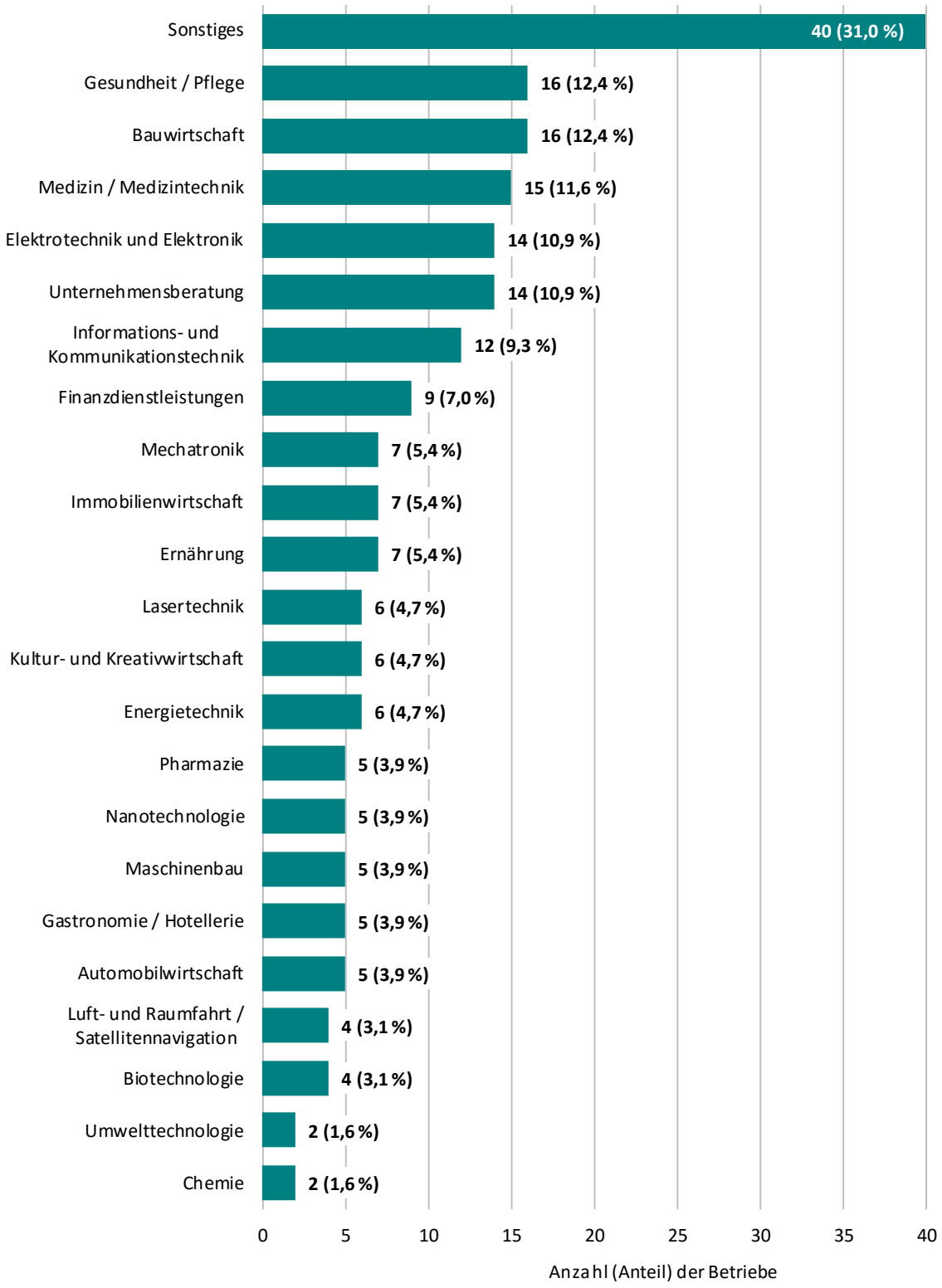
Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 111) & Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung
* Unternehmensschwerpunkte und Beschäftigte am Standort
** nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

2.2 Kompetenzfelder

Zur Ermittlung der örtlichen Kompetenzstruktur wurden die Unternehmen gebeten, sich zu 23 ausgewählten Branchen bzw. Technologien zuzuordnen (Mehrfachzuordnungen waren möglich). Diese Zuordnung ist für die Wirtschaftsförderung deshalb von Interesse, weil sie nicht der üblichen Einordnung eines Unternehmens zu einem Wirtschaftszweig entspricht (z.B. Maschinenbau oder Architektur- und Ingenieurbüro), 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 Gemeinde.

Die häufigsten Nennungen entfallen auf Gesundheit/Pflege und die Bauwirtschaft. Mit jeweils 16 Nennungen ordnen sich rund 12 Prozent der auf die Frage antwortenden Betriebe einem dieser Kompetenzfelder zu. Es folgen die Kompetenzfelder Medizin/Medizintechnik mit 15 (11,6 %) sowie Elektrotechnik/Elektronik und die Unternehmensberatung mit jeweils 14 Nennungen (10,9 %). Der Informations- und Kommunikationstechnik ordnen sich zwölf, den übrigen Kompetenzfeldern jeweils weniger als zehn Betriebe zu (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2 Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern



Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 129; Mehrfachantworten)

Die reine Anzahl der Betriebe, die sich einer Branche bzw. Technologie zuordnen, ist hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Gemeinde alleine noch nicht aussagekräftig. Ob es sich um ein wichtiges Kompetenzfeld handelt, lässt sich schon eher an der Anzahl der dort Beschäftigten ablesen. Diese sind in Tabelle 3

dargestellt, wobei zu beachten ist, dass sich einige (größere) Betriebe mehreren Kompetenzfeldern zugeordnet haben. Mangels genauerer Daten wurden sämtliche Beschäftigte dieser Betriebe jedem angekreuzten Kompetenzfeld zugeschrieben.

Die Tabelle verdeutlicht, dass es z.B. eine relativ große Zahl von Betrieben in dem Kompetenzfeld Informations- und Kommunikationstechnik gibt, die Zahl der diesem Kompetenzfeld zuzuordnenden Beschäftigten aber deutlich geringer ausfällt als in einigen anderen Kompetenzfeldern.

Tabelle 3 Kompetenzfelder in Gräfelfing

Kompetenzfelder (Anzahl zugeordnete Betriebe)	**Beschäftigte am Standort** (Zuordnung des Betriebes nur zu **einem** Kompetenzfeld)	**Beschäftigte am Standort** (Zuordnung auch zu **weiteren** Kompetenzfeldern)
Sonstiges (40)	83	590
Gesundheit / Pflege (16)	298	338
Elektrotechnik und Elektronik (14)	21	304
Lasertechnik (6)	0	232
Nanotechnologie (5)	0	232
Automobilwirtschaft (5)	207	215
Bauwirtschaft (16)	58	209
Medizin / Medizintechnik (15)	88	189
Maschinenbau (5)	103	152
Ernährung (7)	125	150
Mechatronik (7)	0	75
Unternehmensberatung (14)	2	72
Informations- und Kommunikationstechnik (12)	36	70
Energietechnik (6)	10	62
Biotechnologie (4)	0	49
Finanzdienstleistungen (9)	39	49
Umwelttechnologie (2)	0	35
Gastronomie / Hotellerie (5)	3	31
Pharmazie (5)	0	26
Immobilienwirtschaft (7)	20	23
Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation (4)	0	15
Chemie (2)	0	11
Kultur- und Kreativwirtschaft (6)	11	11

Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 129; Mehrfachantworten)

In Tabelle 4 sind für jedes Kompetenzfeld die Beschäftigten im größten zugeordneten Betrieb dargestellt. Das Vorhandensein solcher größerer Betriebe begünstigt die Entwicklung eines Kompetenzfeldes, denn diese können als „Ankerbetriebe“, etwa beim Aufbau von Netzwerken bzw. Clustern oder bei der gezielten Anwerbung von Investoren, angesehen werden.

Tabelle 4 Kompetenzfelder und größte Betriebe

Kompetenzfelder (Anzahl Betriebe)	**Beschäftigte insgesamt** (am Standort)	**Beschäftigte im größten Betrieb**
Automobilwirtschaft (5)	215	195
Bauwirtschaft (16)	209	81
Biotechnologie (4)	49	35
Chemie (2)	11	10
Elektrotechnik und Elektronik (14)	304	165
Energietechnik (6)	62	23
Ernährung (7)	150	64
Finanzdienstleistungen (9)	49	14
Gastronomie / Hotellerie (5)	31	20
Gesundheit / Pflege (16)	338	250
Immobilienwirtschaft (7)	23	8
Informations- und Kommunikationstechnik (12)	70	24
Kultur- und Kreativwirtschaft (6)	11	4
Lasertechnik (6)	232	165
Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation (4)	15	10
Maschinenbau (5)	152	63
Mechatronik (7)	75	35
Medizin / Medizintechnik (15)	189	60
Nanotechnologie (5)	232	165
Pharmazie (5)	26	10
Umwelttechnologie (2)	35	34
Unternehmensberatung (14)	72	20

Quelle: Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015 (n = 129; Mehrfachantworten)

2.3 Standortbindung und betriebliche Funktionen am Standort

So gut wie alle (98 %) der antwortenden Betriebe haben ihren Hauptsitz in der Gemeinde Gräfelfing selbst. Drei Betriebe (Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg (ohne Beschäftigtenangaben), Data I/O GmbH (10), KEDplasma GmbH (14)) haben ihre Zentrale nicht in Gräfelfing bzw. sind eine einhundertprozentige Tochter eines ausländischen Unternehmens.

2.4 Regionale und internationale Märkte

Die Region München ist für viele Betriebe erwartungsgemäß der wichtigste Absatzmarkt. 53 Prozent der Befragten (71 Betriebe) erwirtschaften mindestens die Hälfte ihres Umsatzes innerhalb der Region. Das übrige Bayern spielt zwar für sehr viele Betriebe (80) eine Rolle als Absatzmarkt, in der Regel jedoch mit eher geringen Umsatzanteilen. Lediglich acht Betriebe erwirtschaften dort mindestens die Hälfte ihres Umsatzes. Ins restliche Bundesgebiet liefern 71 Betriebe einen Teil ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen, bei 23 Betrieben macht das mindestens die Hälfte ihres Umsatzes aus.

34 Betriebe und damit etwas mehr als ein Viertel liefert einen Teil seiner Produkte bzw. Dienstleistungen ins Ausland. 11 Betriebe mit zusammen 355 Beschäftigten erwirtschaften mindestens die Hälfte ihres Umsatzes im Ausland. Mehr als ein Drittel dieser Beschäftigten ist in einem größeren Betrieb beschäftigt. Unter den übrigen elf Betrieben befindet sich ein weiterer mit mehr als 50 Beschäftigten.

Die derzeit wichtigsten Auslandsmärkte für die befragten Unternehmen ist mit 16 Nennungen Österreich, gefolgt von den Vereinigten Staaten (7) sowie Italien, der Schweiz und dem Vereinigten Königreich (jeweils 6 Nennungen). 31 Mal wird ein europäisches Land oder Europa an sich als wichtiger Auslandsmarkt genannt.

Für die Zukunft planen sieben Unternehmen erstmals Aktivitäten in den Vereinigten Staaten, weitere sieben planen neue Aktivitäten im asiatischen Raum.

2.5 Forschung und Entwicklung, (Hoch-)Schulkooperationen

17 Betriebe geben an, in Gräfelfing Forschung und Entwicklung (F&E) zu betreiben. In einer zunehmend auf Wissen und Innovationen basierenden Wirtschaft werden daneben die Kontakte der Unternehmen zu Hochschulen und sonstigen Forschungs- und Technologieeinrichtungen als besonders wichtig erachtet. Von den befragten Unternehmen geben 36 an, bereits solche Kontakte zu pflegen. Bezogen auf die 126 Betriebe, die diese Frage beantwortet haben, entspricht das einem Anteil von knapp 29 Prozent (zum Vergleich: Landkreis Starnberg 28 %, Stadt Dachau 15 %). Weitere sieben Betriebe, die derzeit keine solchen Kontakte haben, bekunden ein Interesse daran.

Bereits 37 der befragten Unternehmen haben Angebote für Studierende wie ein Duales Studium oder Praktikumsplätze. Dies ist vor dem Hintergrund der allgegenwärtigen Diskussion um den drohenden Fachkräftemangel ein erfreulicher Wert. Weitere neun Betriebe zeigen erstmals Interesse diese Ausbildungsinstrumente anzubieten.

Die Möglichkeit, das Unternehmen über direkte Schulkontakte bei potenziellen Auszubildenden bekannt zu machen, nutzen derzeit 43 Betriebe. Hier sind acht Betriebe an einer erstmaligen Kooperation interessiert. Sechs Unternehmen nehmen am „Tag der Ausbildung“ teil, weitere zwölf Betriebe bekunden hier ein Interesse.

2.6 Regionale Kooperationen

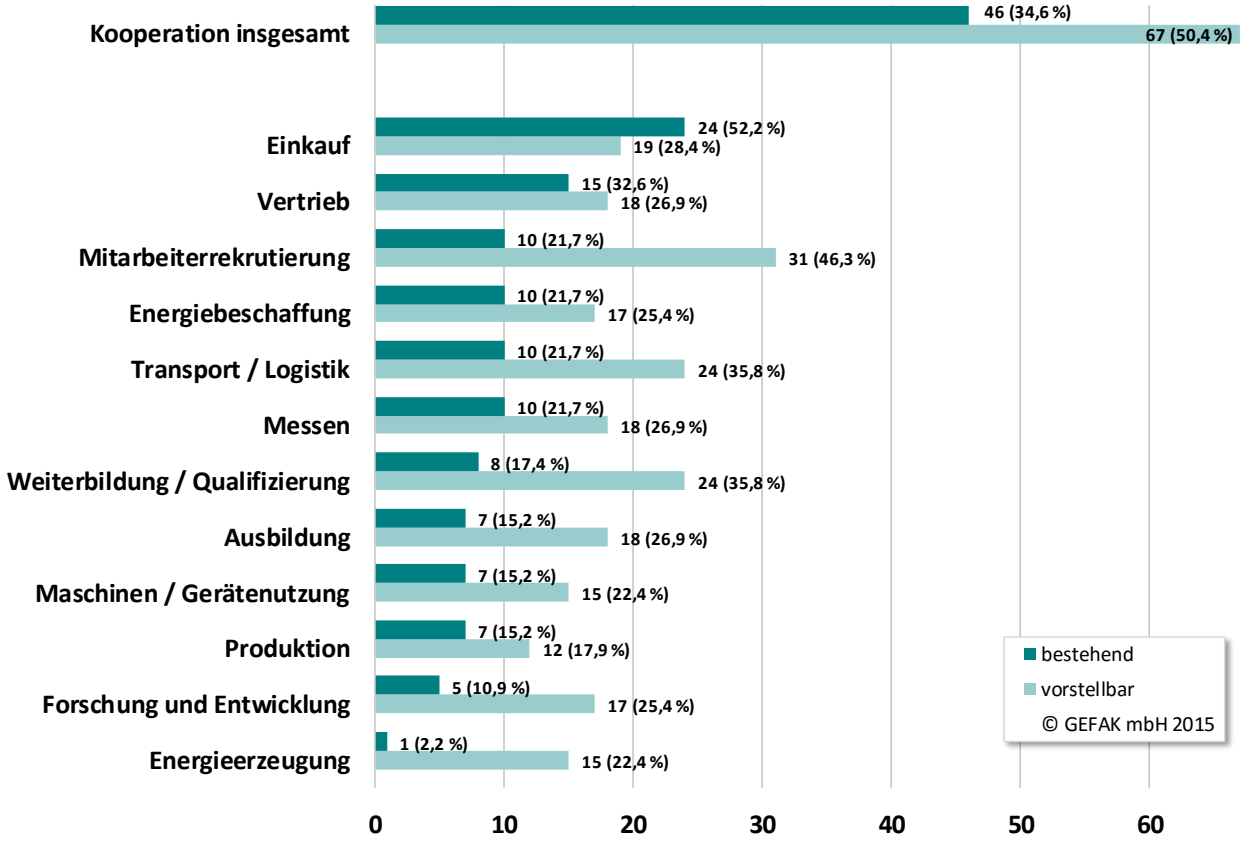
Etwas mehr als ein Drittel der Befragten kooperiert bereits mit anderen Unternehmen vor Ort. Die häufigsten Kooperationsfelder sind Einkauf (24 Nennungen), Vertrieb (15), Mitarbeiterrekrutierung (10), Energiebeschaffung (10), Transport/Logistik (10) und Messen (10). Die Hälfte der Betriebe können sich

eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in Gräfelfing vorstellen, darunter 35 Unternehmen, die keine bestehende Kooperation angeben.

Die größten Kooperationspotenziale stecken in der Mitarbeiterrekrutierung (31 Nennungen), in der Weiterbildung/Qualifizierung sowie bei Transport/Logistik (jeweils 24). In allen Kooperationsfeldern bis auf den Einkauf gibt es mehr Interessenten als Betriebe mit bestehenden Kooperationen. Hier lohnt es sich besonders anzusetzen und die Kooperationsförderung als wichtiges Handlungsfeld der Wirtschaftsförderung zu erschließen (vgl. Abbildung 3).

Die Vernetzung der Betriebe in Gräfelfing ist ein wichtiges Ziel des Unternehmerverbandes Gräfelfing. 58 der befragten Unternehmen zeigen Interesse an dem Verband, 52 Betriebe stimmen der Weitergabe ihrer Kontaktdaten zu und können direkt vom Unternehmerverband angesprochen werden.

Abbildung 3 Regionale Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial



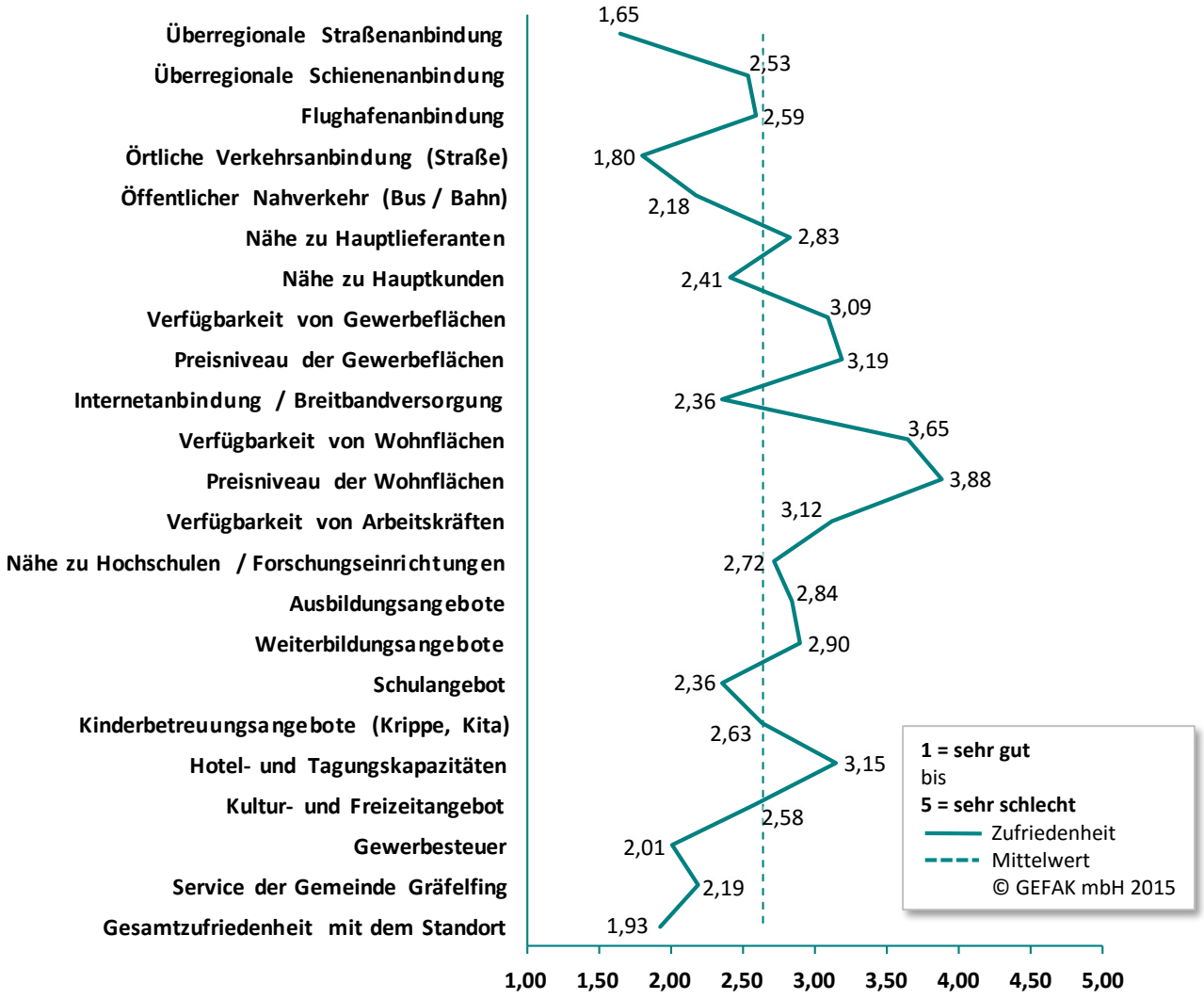
Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 133, Mehrfachantworten)

3 Standortbewertung der Unternehmen

Zur Bewertung der Gemeinde Gräfelfing als Wirtschaftsstandort wurden die Betriebe gebeten, ihre Einschätzung zu 23 vorgegebenen Standortfaktoren auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) abzugeben. Die Mittelwerte dieser Noten schwanken je nach Standortfaktor zwischen 1,7 und 3,9. Damit verfügt die Gemeinde sowohl über Standortschwächen, als auch über ausgeprägte Stärken. Diese deutliche Spreizung der Mittelwerte relativiert sich dadurch, dass die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort sehr hoch ist und mit 1,9 bewertet wird.

Die am besten bewerteten Standortfaktoren sind die überregionale Straßenanbindung (1,7), die örtliche Straßenanbindung (1,8) sowie die Gewerbesteuer (2,0). Als gut werden außerdem der öffentliche Nahverkehr (Bus/Bahn) (2,2), der Service der Gemeinde Gräfelfing (2,2), das Schulangebot (2,4), die Internetanbindung/Breitbandversorgung (2,4) sowie die Nähe zu Hauptkunden (2,4) bewertet. Deutlich schlechter als „befriedigend“ und damit am kritischsten bewerten die Unternehmen die Verfügbarkeit von Wohnflächen (3,7) und deren Preisniveau (3,9). Auch die Gewerbeflächensituation, die Hotel- und Tagungskapazitäten sowie die Verfügbarkeit von Arbeitskräften erhalten einen schlechteren Mittelwert als 3,0. Die übrigen Standortbedingungen werden mit Mittelwerten zwischen 2,5 und 2,9 benotet (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4 Bewertung der Standortbedingungen (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (95 <=n <= 124)

Eine nach den Wirtschaftsbereichen differenzierte Betrachtung zeigt bei vielen Standortfaktoren eine weitgehende Übereinstimmung. Auffällige Abweichungen gibt es (exemplarisch) bei folgenden Standortfaktoren, wobei zu beachten ist, dass sich die Werte aus recht kleinen Fallzahlen ergeben und daher nicht überinterpretiert werden sollten:

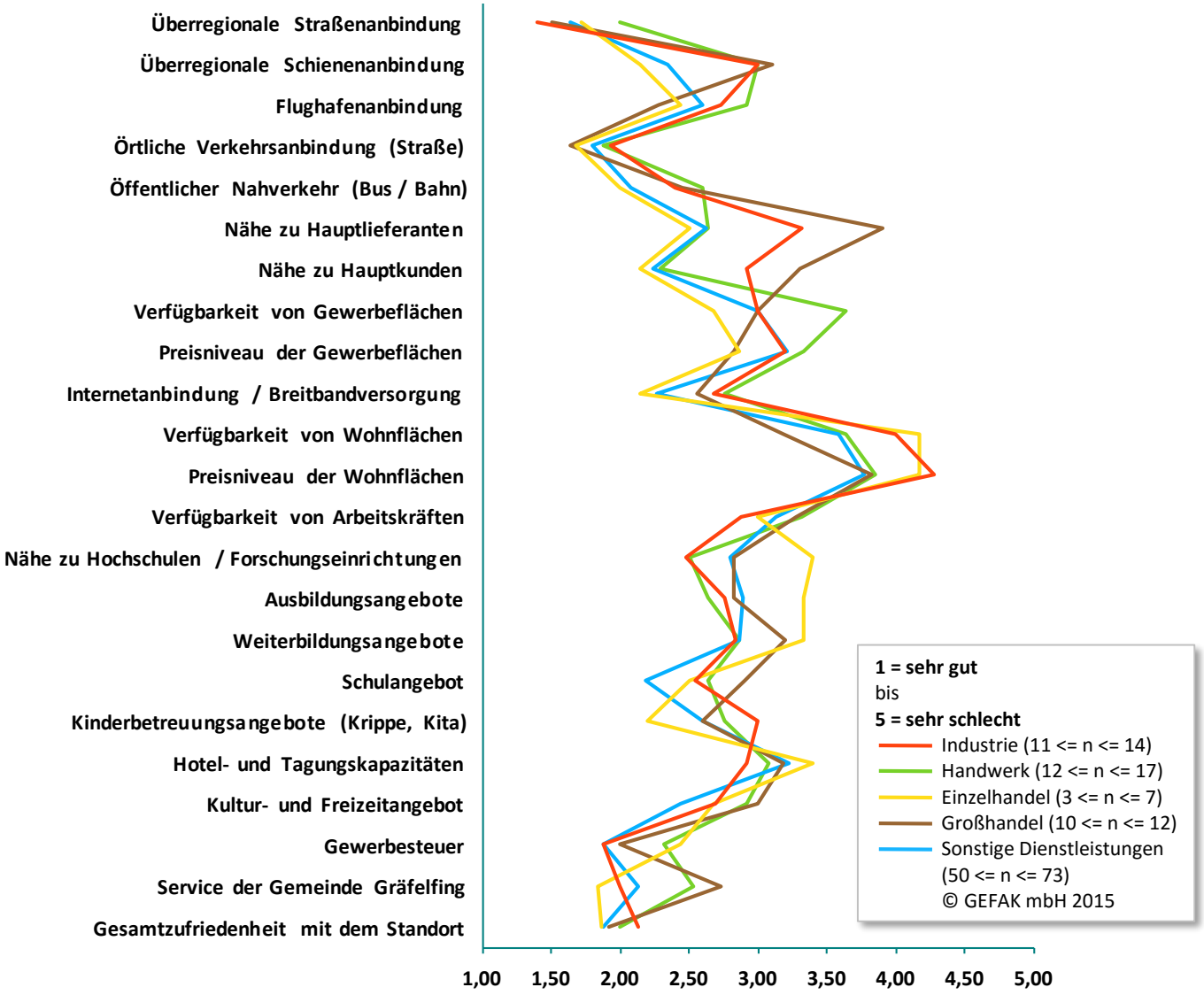
Dass die Betriebe aus Industrie und Großhandel die Nähe zu ihren Hauptkunden und -lieferanten schlechter bewerten als die übrigen Wirtschaftsbereiche, ist kein auf Gräfelfing beschränktes Phänomen und ist der in der Regel großen Spezialisierung dieser Betriebe und dem damit einhergehenden großen Absatzgebiet geschuldet. Auch die Rohstoffe bzw. Vorleistungen werden unter Umständen international beschafft.

Industrie und Einzelhandel bewerten die Verfügbarkeit und das Preisniveau von Wohnflächen noch kritischer als die anderen Sektoren.

Bei den Gewerbeflächen werden das Preisniveau und die Verfügbarkeit vom Handwerk am schlechtesten bewertet (vgl. Abbildung 5).

Die Gesamtzufriedenheit ist im Handel und bei den Dienstleistungen am höchsten ausgeprägt, am geringsten in der Industrie, wobei selbst deren Mittelwert von 2,1 für eine hohe Standortzufriedenheit spricht.

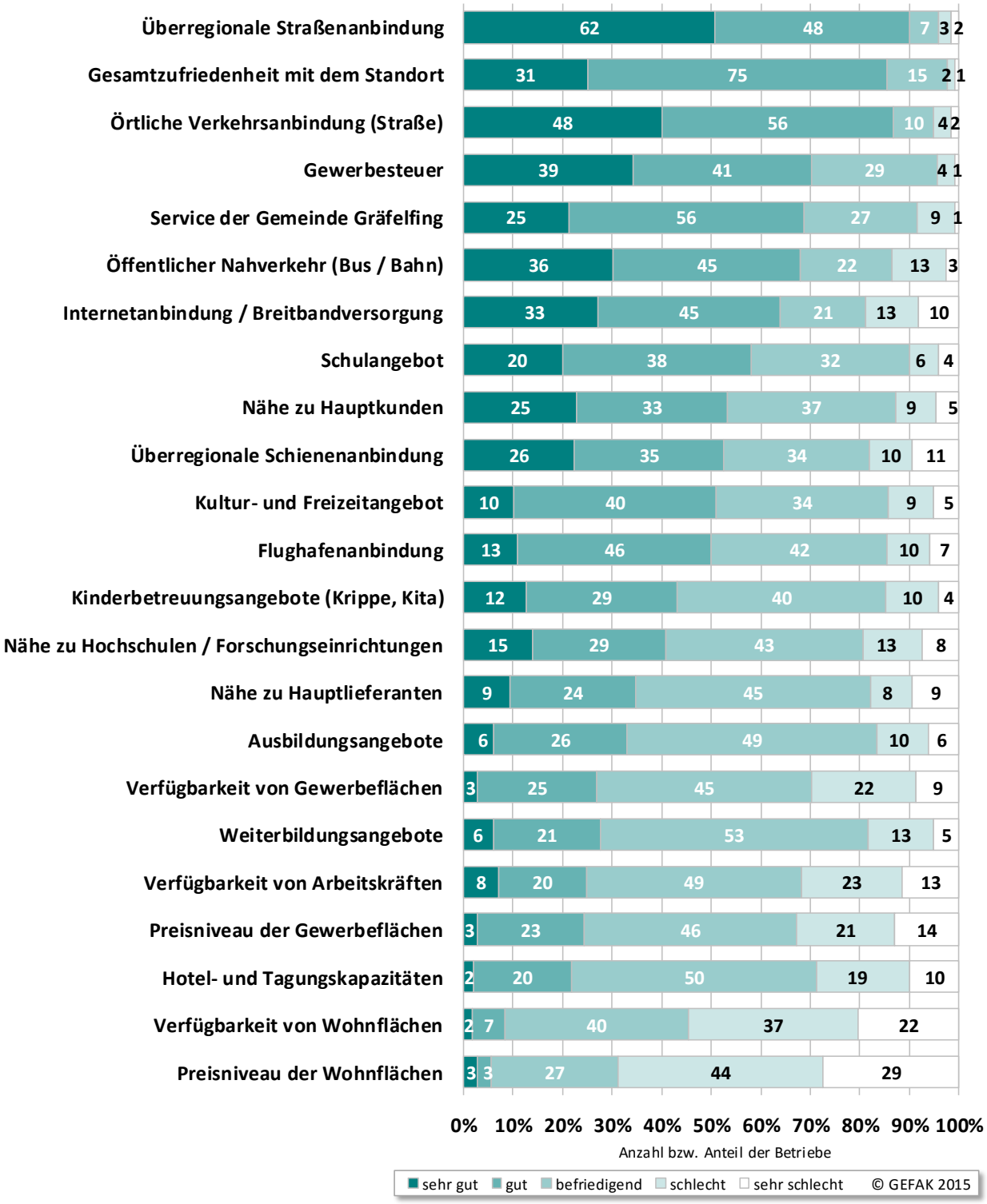
Abbildung 5 Bewertung der Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015
wegen zu geringer Fallzahlen ohne die Wirtschaftsbereiche Hotellerie/Gastronomie (1 <= n <= 3) und Verkehr (n = 0)

Neben der Betrachtung der Mittelwerte ist es sinnvoll, auch die Anzahl der absoluten Nennungen zu beachten, um die für einzelne Unternehmen besonders kritischen Standortfaktoren erkennen zu können. Die Befragungsergebnisse stehen der Wirtschaftsförderung einzelbetrieblich in der KWIS-Datenbank zur Verfügung. Dadurch ist es möglich, unzufriedene Unternehmen gezielt anzusprechen (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 6 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren

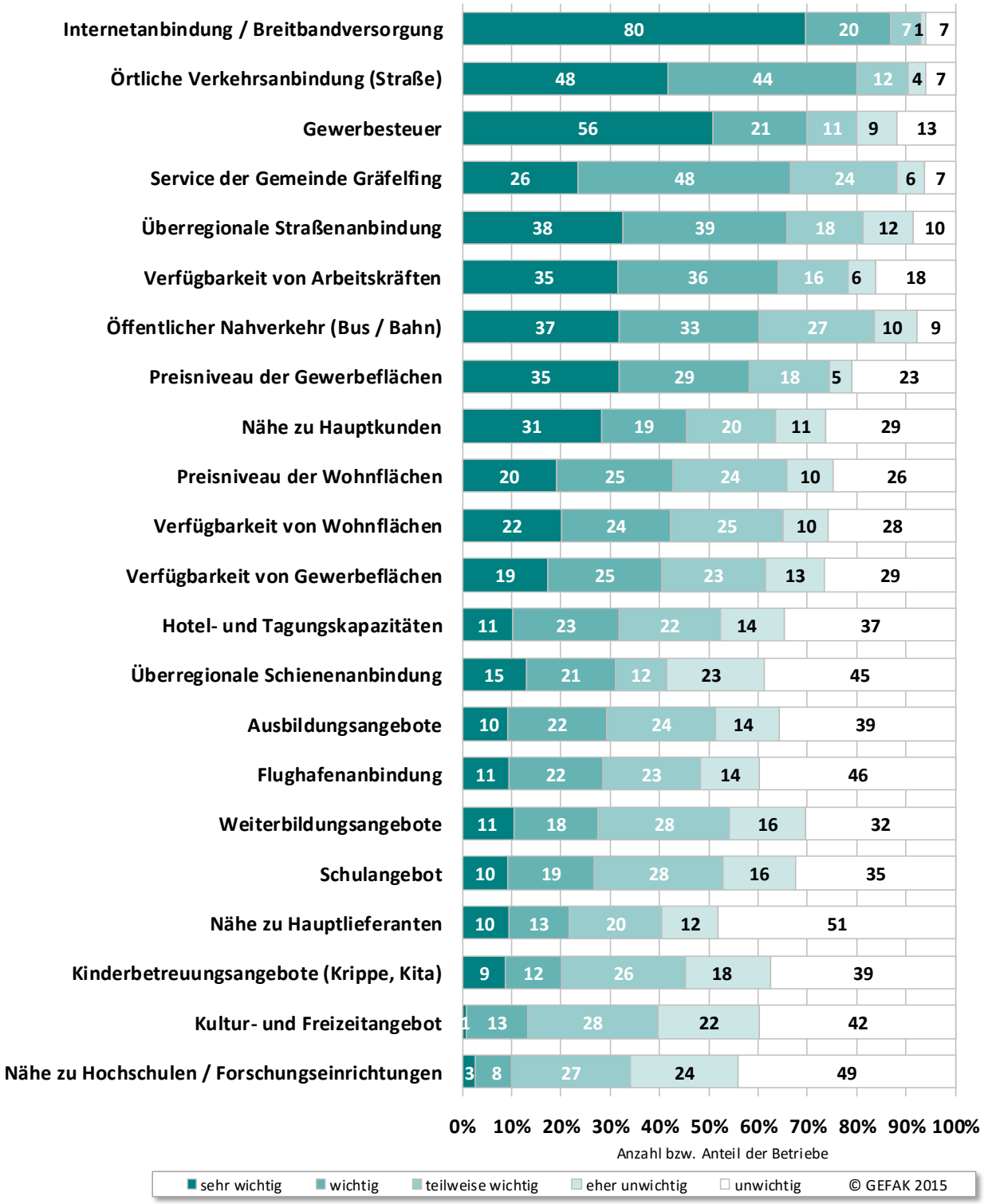


Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (95 <=n <= 124)

Wie bedeutsam die Bewertung der Standortfaktoren für die einzelbetriebliche Standortzufriedenheit ist, lässt sich aus der ebenfalls vorgenommenen Bewertung der Wichtigkeit der einzelnen Standortfaktoren für das Unternehmen ableiten (vgl. Abbildung 7). Demnach sind die drei wichtigsten Standortfaktoren in

Gräfelfing die Internetanbindung/Breitbandversorgung, die örtliche Verkehrsanbindung sowie die Gewerbesteuer. Jeweils mindestens 70 Prozent bezeichnen diese als wichtig oder gar sehr wichtig. Für jeweils rund zwei Drittel der Befragten sind auch der Service der Gemeinde Gräfelfing, die überregionale Straßenanbindung und die Verfügbarkeit von Arbeitskräften wichtig bzw. sehr wichtig. Von den 19 Betrieben, denen das Preisniveau der Gewerbeflächen sehr wichtig ist, haben 10 Betriebe Gewerbeflächenbedarf (vgl. auch Kapitel 5.2).

Abbildung 7 Wichtigkeit der Standortfaktoren

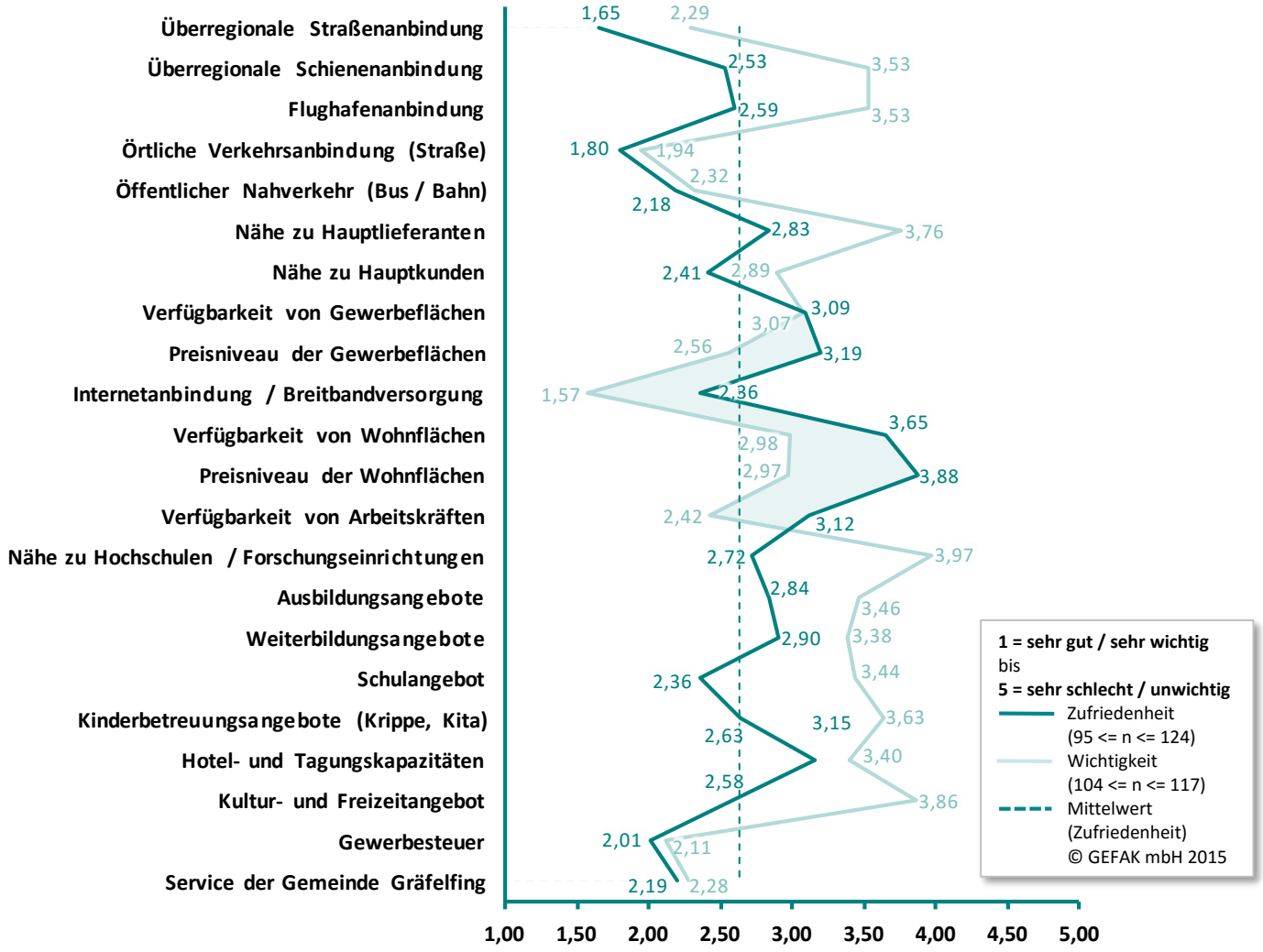


Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (104 <= n <= 117)

Eine Gegenüberstellung der Wichtigkeit der Standortfaktoren mit den Zufriedenheitswerten der Unternehmen für ihren Standort (vgl. Abbildung 8) zeigt, dass es bei einigen Faktoren eine größere Diskrepanz zwischen ihrer Bedeutung und der Zufriedenheit gibt. Bei den Standortfaktoren, wo die Bedeutung deutlich „höher“ ist als die Zufriedenheit, ist ein Handlungsbedarf zu vermuten. Das trifft vor allem für das

Angebot an Wohnflächen, die Internetanbindung/Breitbandversorgung (trotz guter Zufriedenheit) sowie die Verfügbarkeit von Arbeitskräften zu.

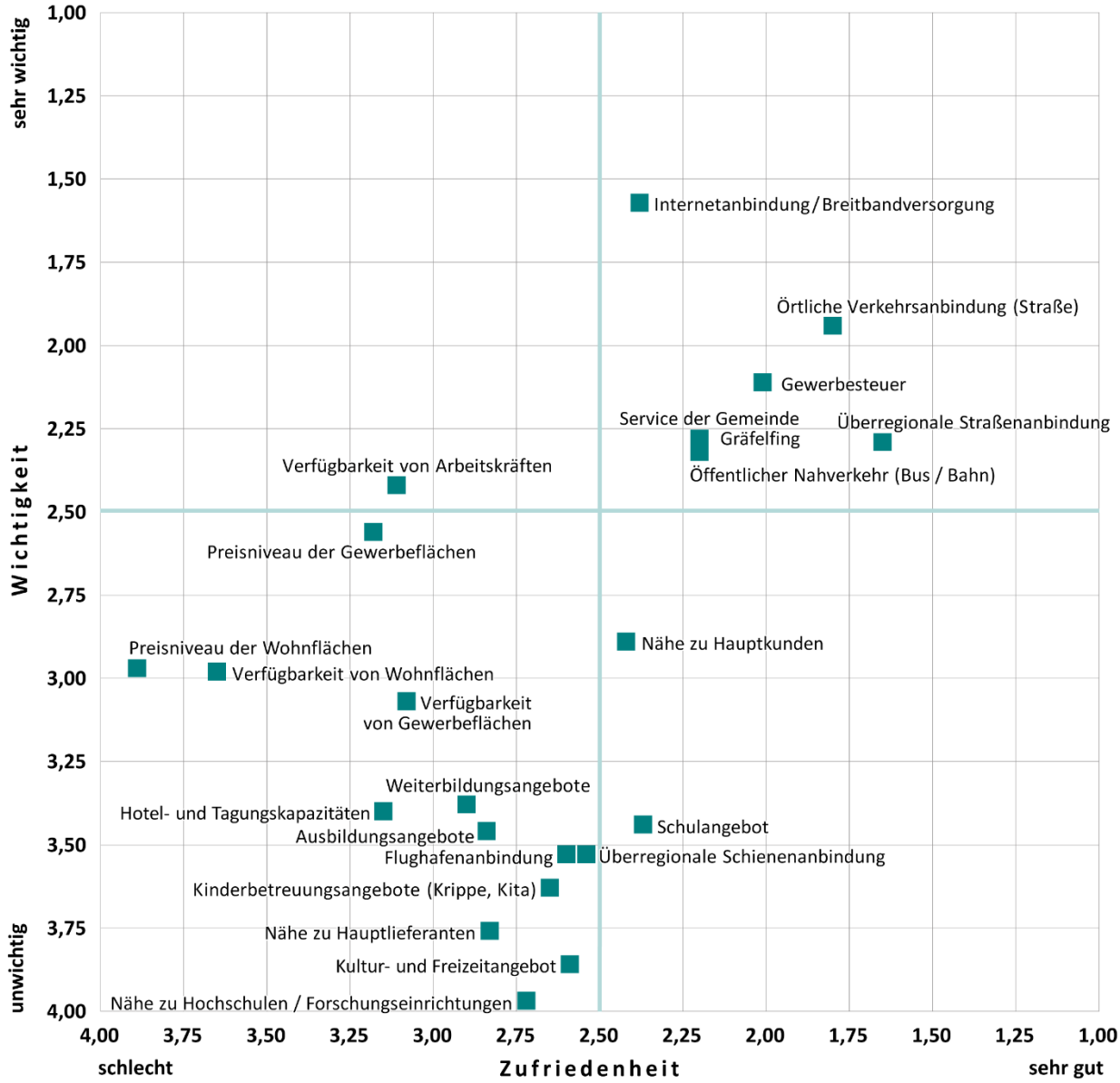
Abbildung 8 Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015

In Abbildung 9 sind Zufriedenheit und Wichtigkeit in anderer Weise dargestellt. In der oberen Hälfte stehen die wichtigsten Standortfaktoren. Dabei ist im linken oberen Quadranten (wichtig/geringere Zufriedenheit) die Verfügbarkeit von Arbeitskräften als wichtige Herausforderung für die Weiterentwicklung der Gemeinde als Wirtschaftsstandort zu erkennen. Der rechte obere Quadrant zeigt die Standortstärken Gräfelfings, die – sofern sie im Einflussbereich der Gemeinde liegen - kontinuierlich weiterentwickelt werden sollten.

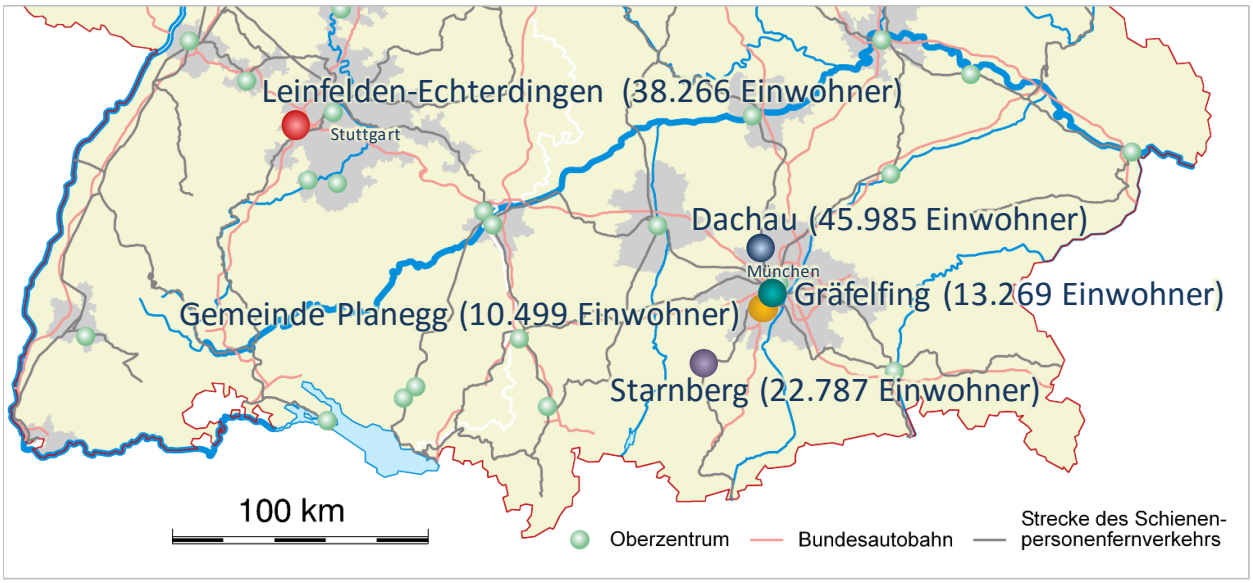
Abbildung 9 Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015
(95 <= n <= 124 für die Zufriedenheit und 104 <= n <= 117 für die Wichtigkeit)

Im Folgenden werden die Standorteinschätzungen der Unternehmen in Gräfelfing mit den von der GEFAK mit der gleichen Methodik erhobenen Befragungsergebnissen in anderen Kommunen verglichen (vgl. Abbildung 10).

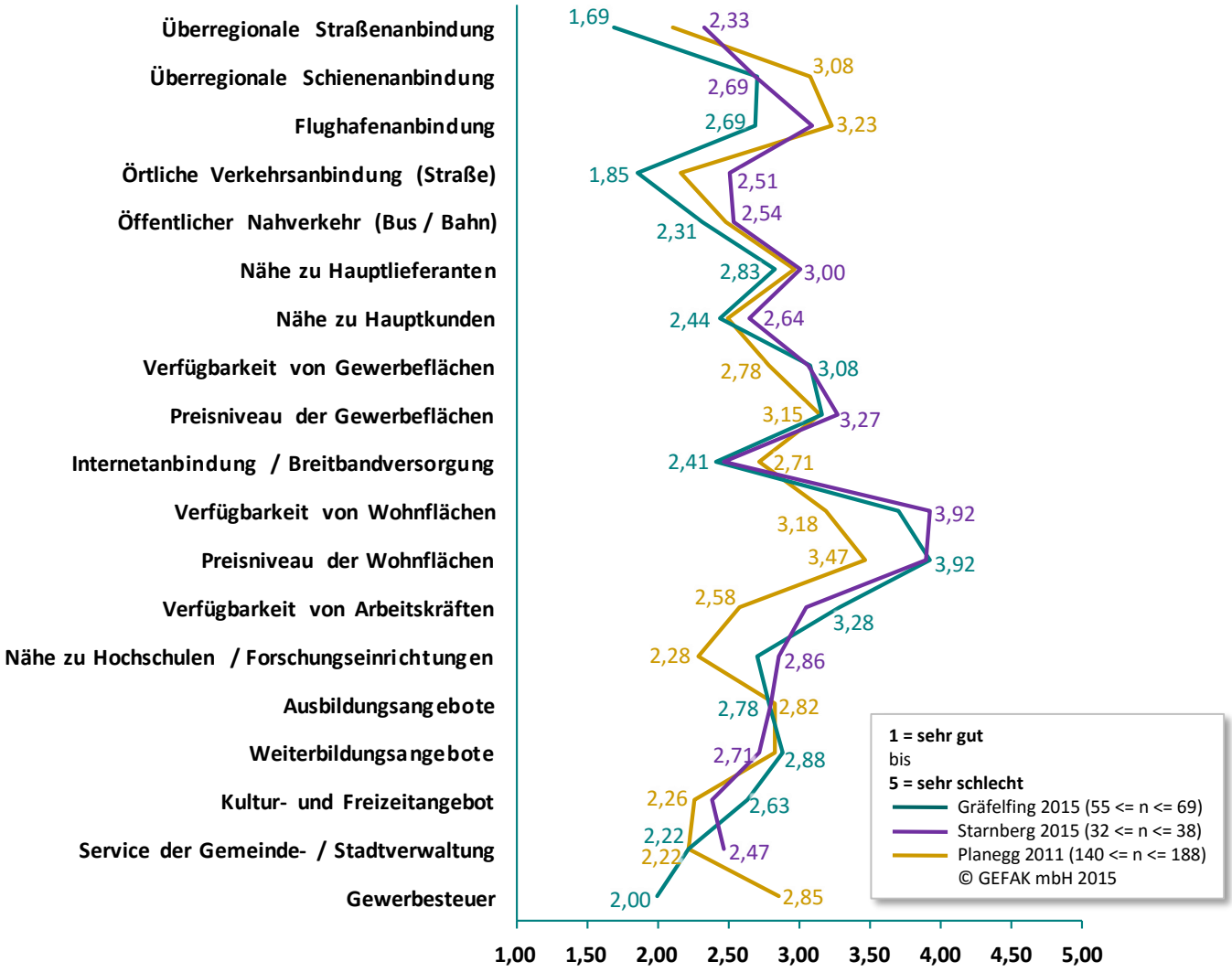
Abbildung 10 Lage der Vergleichsstädte



Quelle: ROB 2000, verändert; Einwohnerzahlen: Wikipedia, Stand 31.12.2014, letzter Zugriff 04.01.2016

Abbildung 11 zeigt den Vergleich mit zwei benachbarten Kommunen, der Gemeinde Planegg und der Stadt Starnberg, wobei die Daten aus Planegg bereits aus dem Jahr 2011 stammen. Mit der Verkehrsanbindung und der Nähe zu Hauptkunden und -lieferanten sind die Gräfelfinger Betriebe zufriedener als die Betriebe in den Vergleichskommunen. Bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften und Wohnflächen zeigt sich in Starnberg und Gräfelfing ein ähnliches Bild. Planegg schneidet – vermutlich wegen des damals noch geringeren Problemdrucks - in diesen Punkten deutlich besser ab.

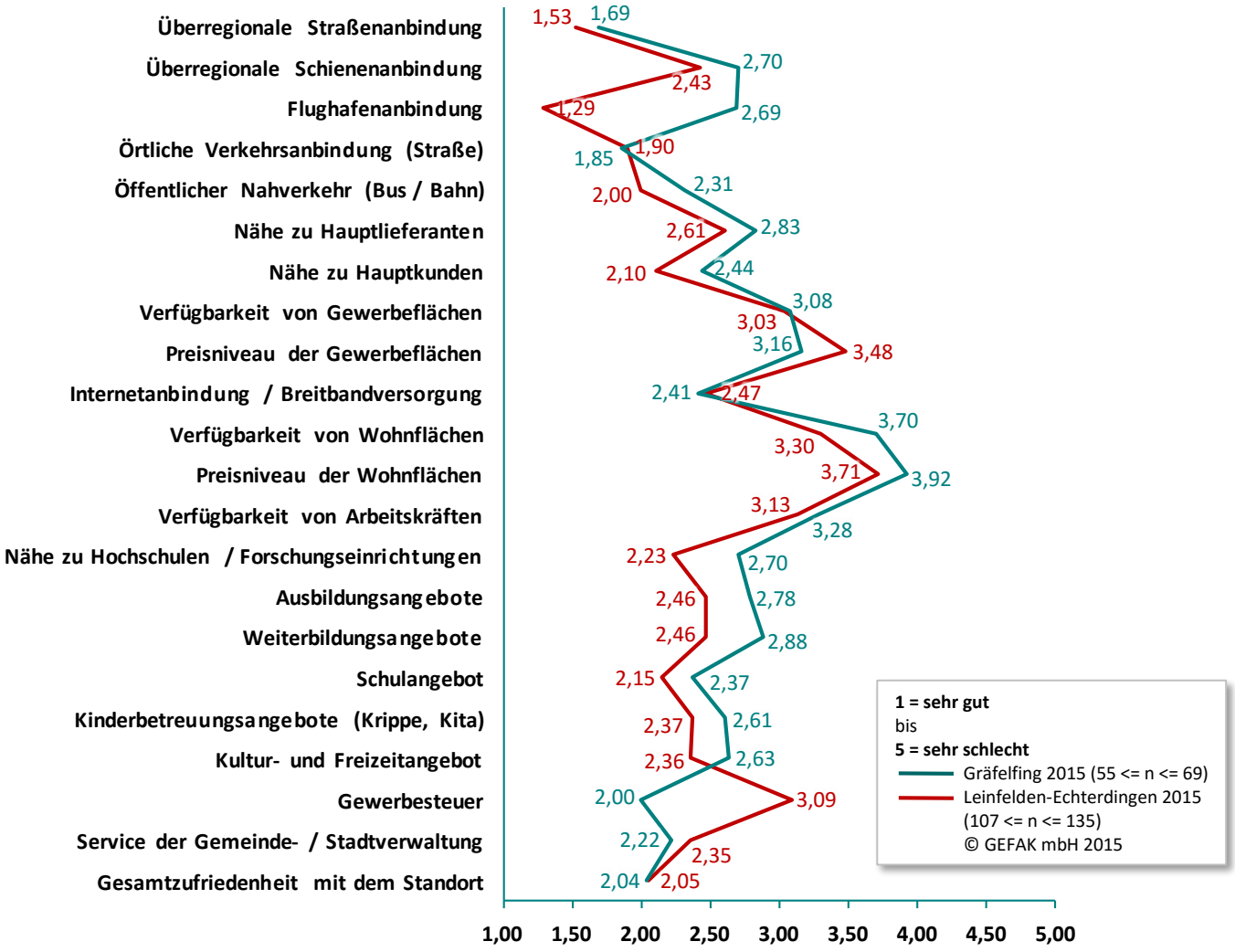
Abbildung 11 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Gemeinde Planegg und Stadt Starnberg



Quelle: Unternehmensbefragungen Gräfelfing (2015), Landkreis Starnberg (2015) und Gemeinde Planegg (2011)

Gegenüber der raumstrukturell ähnlich gelegenen Stadt Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart ist die Bewertung für Gräfelfing für fast alle abgefragten Standortfaktoren etwas schlechter. Trotzdem sind die Betriebe an beiden Standorten insgesamt sehr zufrieden. Gräfelfing wird insbesondere bei der Gewerbesteuer besser bewertet, auch der Service der Gemeindeverwaltung ist im Vergleich mit Leinfelden-Echterdingen besser. Die sehr ähnlich verlaufenden Kurven zeigen aber, dass die Problemfelder an beiden Standorten identisch sind (vgl. Abbildung 12).

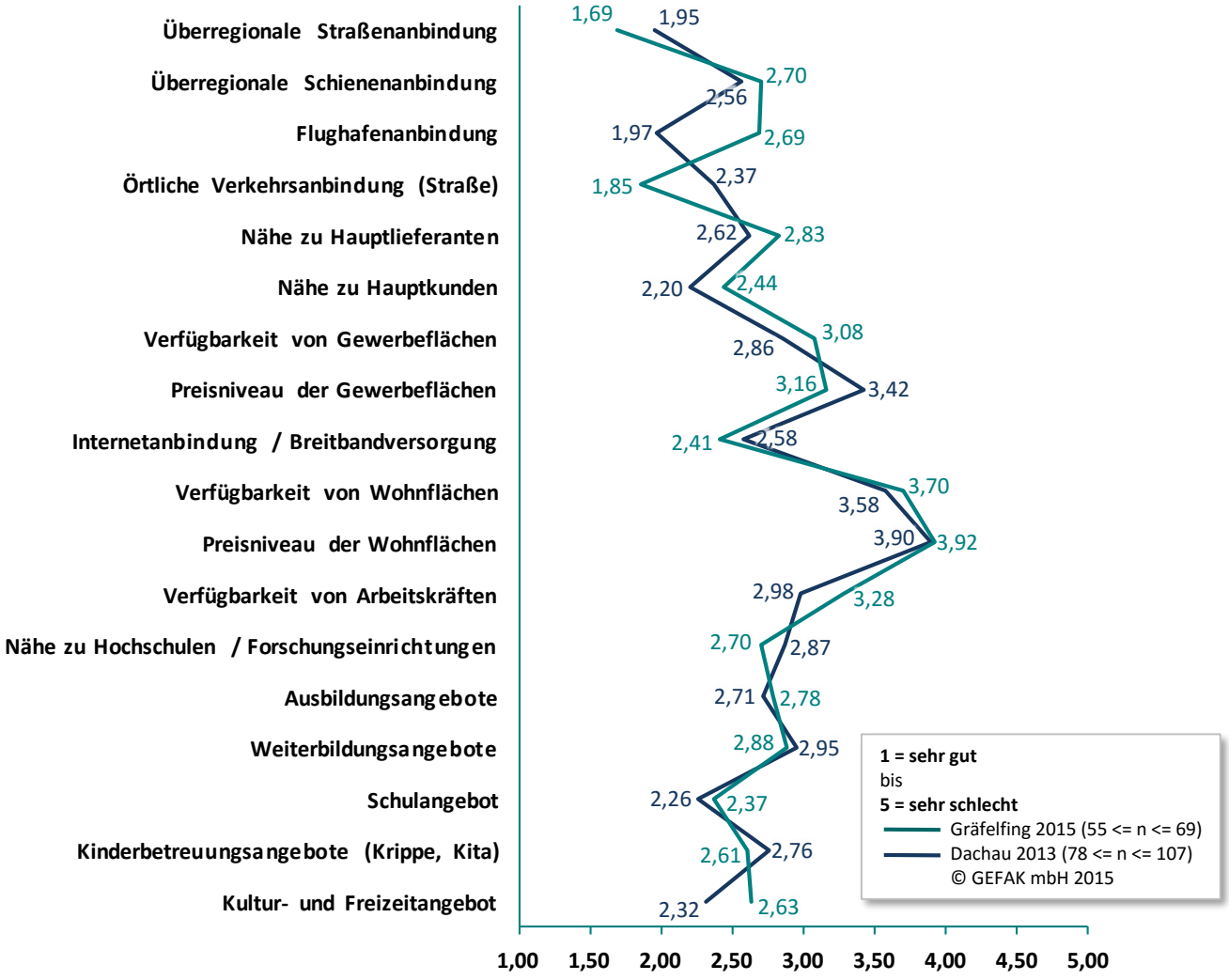
Abbildung 12 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Stadt Leinfelden-Echterdingen



Quelle: Unternehmensbefragungen Gräfelfing (2015) und Leinfelden-Echterdingen (2015)

Auch ein Vergleich mit der ebenfalls in direkter Nachbarschaft zu München liegenden Stadt Dachau zeigt sehr ähnliche Standortbewertungen der Betriebe. Die Straßenanbindung wird in Gräfelfing besser, die Schienen- und Flughafenanbindung schlechter bewertet. Mit der Verfügbarkeit von Arbeitskräften ist man in Dachau etwas zufriedener, in Gräfelfing wird dafür die Nähe zu Forschungseinrichtungen besser bewertet. Die anderen weichen Standortfaktoren sind bis auf das Kultur- und Freizeitangebot nahezu identisch (vgl. Abbildung 13).

Abbildung 13 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Stadt Dachau



Quelle: Unternehmensbefragungen Gräfelfing (2015) und Dachau (2013)

4 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf

4.1 Zur Beschäftigtenstruktur

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die 111 Betriebe mit detaillierten Beschäftigtenangaben. Diese boten zum Stichtag 30.09.2015 an der angeschriebenen Betriebsstätte 2.018 Arbeitsplätze (einschließlich Auszubildende). 31 Prozent der hier erfassten Arbeitsplätze entfallen auf Frauen (zum Vergleich: die Frauenquote an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Gräfelfing liegt laut amtlicher Statistik bei 44 %. Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten liegt insgesamt bei 28,5 Prozent, zeigt aber bei den Geschlechtern eine deutliche Spreizung: gut 62 Prozent der Frauen arbeiten in Teilzeit, bei den Männern sind es dagegen nur 13 Prozent.

In der Industrie und im Handwerk sind sowohl der Frauenanteil (Industrie 22 %, Handwerk 27 %) als auch die Teilzeitquote (Industrie 14 %, Handwerk 22 %) deutlich niedriger als in den sonstigen Dienstleistungen (Frauenquote 41 %, Teilzeitquote 39 %).

Über alle Sektoren hinweg ist eine deutliche Spreizung der Teilzeitquote zwischen Männern und Frauen sichtbar, besonders im Handwerk (Teilzeitquote Frauen: 64,6 %, Männer: 6,1 %), der Industrie (Teilzeitquote Frauen: 49 %, Männer: 4 %) und im Einzelhandel (Teilzeitquote Frauen: 71,4 %, Männer: 25,8 %), aber auch im Großhandel (Teilzeitquote Frauen: 34 %, Männer: 4,2 %) und in den sonstigen Dienstleistungen (Teilzeitquote Frauen: 69,5 %, Männer: 17,7 %) ist das Phänomen deutlich sichtbar.

Am 31.12.2014 waren in 24 antwortenden Unternehmen insgesamt 54 Auszubildende beschäftigt. Damit bildet nur etwas mehr als ein Fünftel aller befragten Betriebe aus. Die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung in den einzelnen Wirtschaftsbereichen zeigt Tabelle 5.

Tabelle 5 Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen

	Ausbildungsbetriebe	Anteil*	Auszubildende pro Ausbildungsbetrieb
Industrie (n = 13)	2	15,4 %	1,5
Handwerk (n = 17)	8	47,1 %	2,6
Einzelhandel (n = 6)	2	33,3 %	2,5
Großhandel (n = 10)	2	20,0 %	1,5
Sonstige Dienstleistungen (n = 63)	10	15,9 %	2,2
Summe gesamt:	**24**	**21,6 %**	**2,3**

Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 133)
* Anteil der Ausbildungsbetriebe an allen Betrieben des jeweiligen Wirtschaftsbereichs mit Beschäftigtenangaben
Verkehr und Hotellerie/Gastronomie ohne Ausbildungsbetriebe

Der Anteil der Auszubildenden an allen Beschäftigten liegt bei 2,7 Prozent. Allerdings gibt es auch hier deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sektoren. Auffällig ist der mit knapp neun Prozent vergleichsweise hohe Anteil im Handwerk. Die anderen Sektoren liegen bis auf die Sonstigen Dienstleistungen (3 %) deutlich unter drei Prozent.

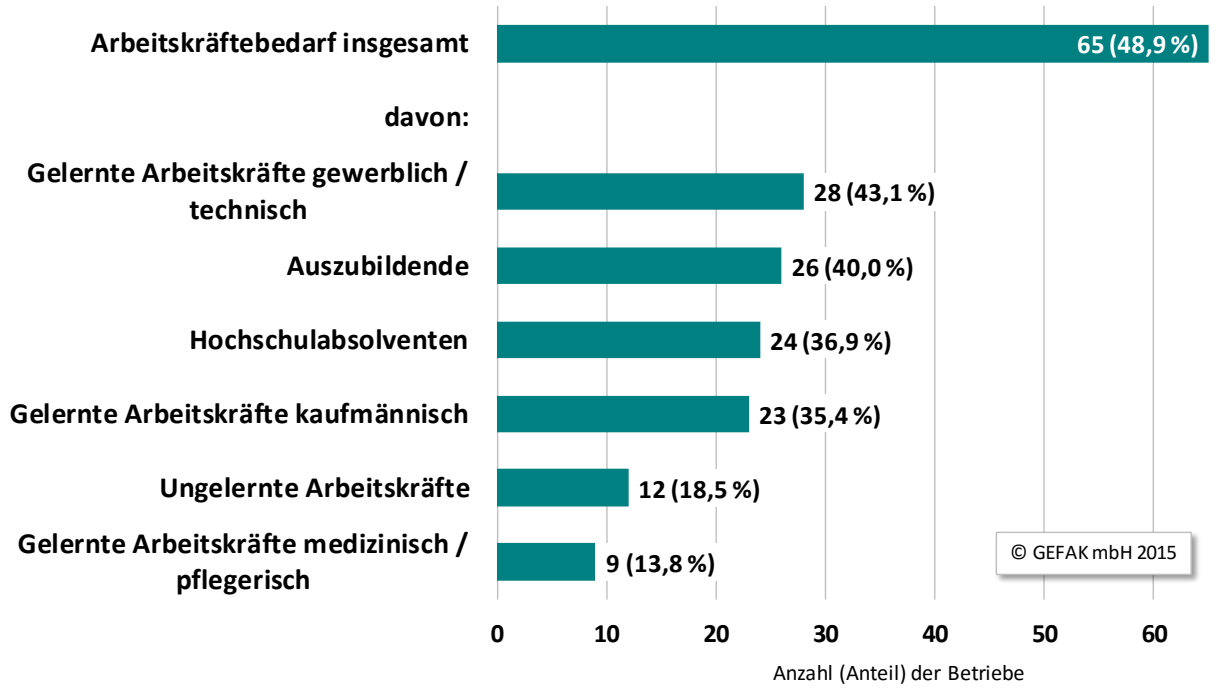
In 26 der antwortenden Betriebe waren zum Zeitpunkt der Befragung insgesamt 124 Menschen mit Migrationshintergrund angestellt, das sind 14 Prozent aller in diesen Betrieben Beschäftigten. Der größte Anteil entfällt auf die Industrie (8 Frauen, 39 Männer), weitere nennenswerte Anteile haben die Sonstigen Dienstleistungen (14 Frauen, 21 Männer) und das Handwerk (12 Frauen, 22 Männer). Die häufigsten in den Betrieben gesprochenen Fremdsprachen sind Englisch (in 63 Betrieben), Italienisch (17) und Französisch (15). Weitere mehrfach genannte Sprachen sind Spanisch, Polnisch (je 8 Betriebe), Kroatisch (6), Türkisch (5), Ungarisch und Russisch (je 4). Chinesisch wird in zwei Betrieben gesprochen, Persisch und Farsi in je einem.

Menschen mit Behinderungen spielen bei den antwortenden Unternehmen als Arbeitskräfte so gut wie keine Rolle. Hier beschäftigen 15 Betriebe insgesamt 26 Menschen.

4.2 Arbeitskräftebedarf

65 Betriebe, also knapp die Hälfte der antwortenden Unternehmen, haben in den nächsten zwölf Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften. 28 Betriebe (also 43 % der Betriebe mit Arbeitskräftebedarf) benötigen gelernte Arbeitskräfte gewerblich/technisch, 26 Betriebe (40 %) haben Bedarf an Auszubildenden, 24 Betriebe (37) suchen Hochschulabsolventen und weitere 23 Betriebe (35 %) benötigen ungelernte Arbeitskräfte (vgl. Abbildung 14).

Abbildung 14 Arbeitskräftebedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 133; Mehrfachantworten)

Die 41 Betriebe, die ihrem Arbeitskräftebedarf quantifiziert haben, wollen innerhalb dieser Jahresfrist knapp 140 zusätzliche Stellen besetzen. Den größten Anteil daran haben mit 37 die gelernten Arbeitskräfte im gewerblich-technischen Bereich, gefolgt von Hochschulabsolventinnen und -absolventen (27). Außerdem werden in den nächsten zwölf Monaten 23 Auszubildende gesucht (vgl. Tabelle 6)

Tabelle 6 Arbeitskräftebedarf der nächsten 12 Monate

Arbeitskräfte	Unternehmen mit Bedarf	Unternehmen, die Bedarf quantifiziert haben	Summierter Arbeitskräftebedarf
HochschulabsolventInnen	24	16	27
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich/technisch	28	15	37
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	23	14	18
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch/pflegerisch	9	5	20
Ungelernte Arbeitskräfte	12	6	14
Auszubildende	26	15	23
Summe:	**65***	**41***	**139**

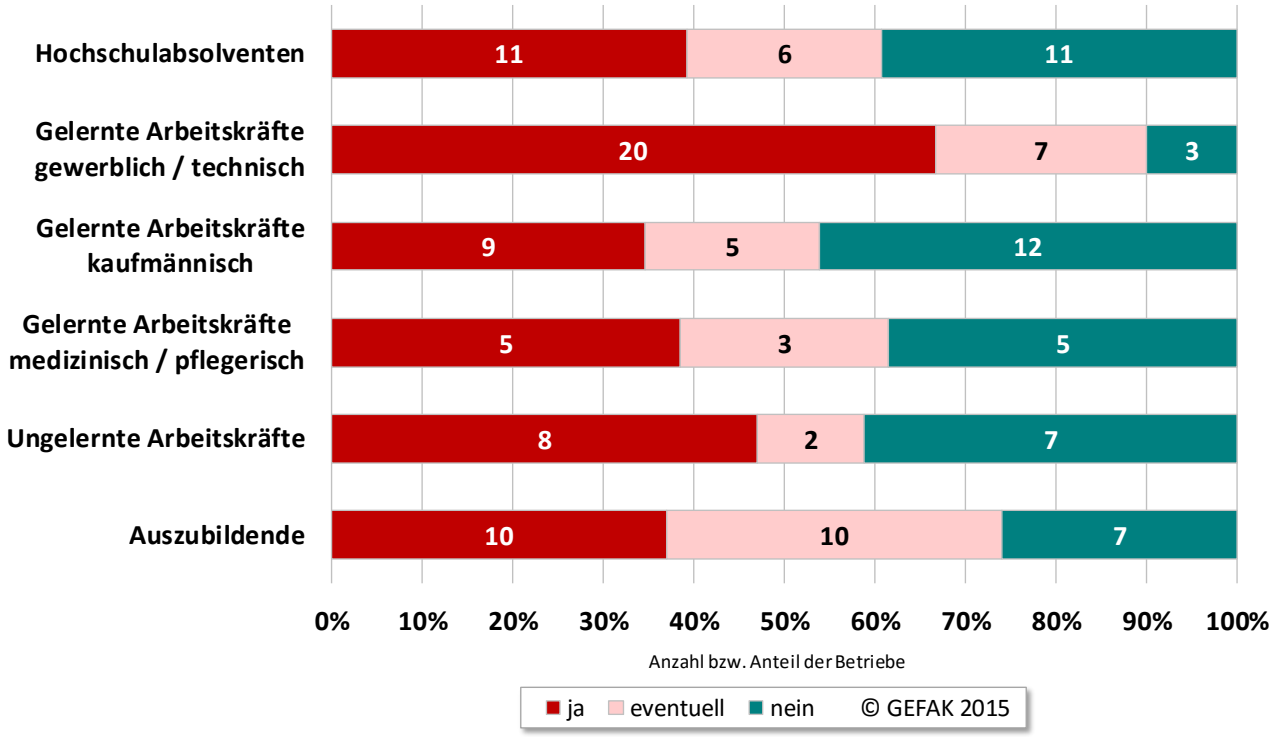
Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 65 für allgemeinen Bedarf und n = 41 für quantifizierten Bedarf)
* überschneidungsfrei

Zusätzlich wurde abgefragt, welche Berufe bzw. Abschlüsse von den Unternehmen gesucht werden. Diese Angaben stehen einzelbetrieblich in KWIS zur Verfügung.

4.3 Stellenbesetzungsprobleme

42 Betriebe erwarten bei der Besetzung der geplanten Stellen Probleme, das sind zwei Drittel der 65 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf. Die meisten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung werden bei gewerblich-technischen Fachkräften erwartet. 67 Prozent der antwortenden Betriebe gehen fest davon aus, dass es bei dieser Zielgruppe Probleme geben wird, weitere 23 Prozent rechnen eventuell mit Schwierigkeiten. Abbildung 15 zeigt, dass die Unternehmen auch bei der Besetzung von Stellen in den anderen Berufsgruppen Sorgen haben.

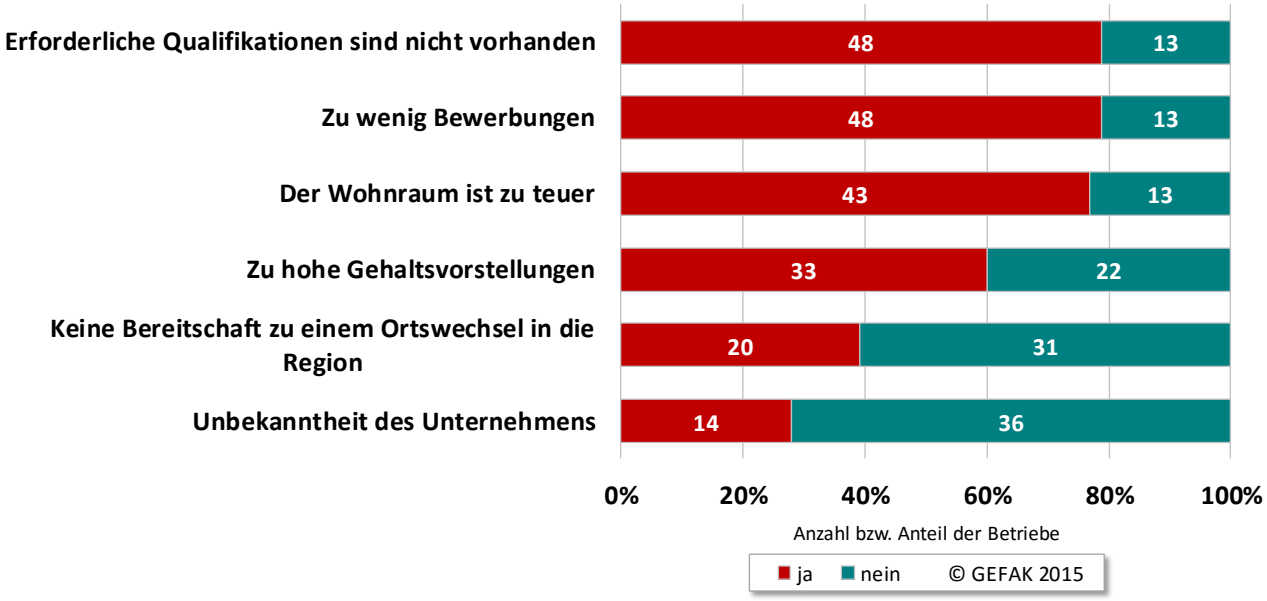
Abbildung 15 Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 64, Mehrfachantworten)

Für die Probleme bei der Rekrutierung von Fachkräften führen knapp 80 Prozent der antwortenden Betriebe die fehlende fachliche Qualifikation, die zu geringe Anzahl von Bewerbern und den zu teuren Wohnraum an (vgl. Abbildung 16). 60 Prozent sehen in zu hohen Gehaltsvorstellungen eine Ursache. Mit weiterem Abstand werden die fehlende Bereitschaft zum Ortswechsel und die Unbekanntheit des Unternehmens genannt.

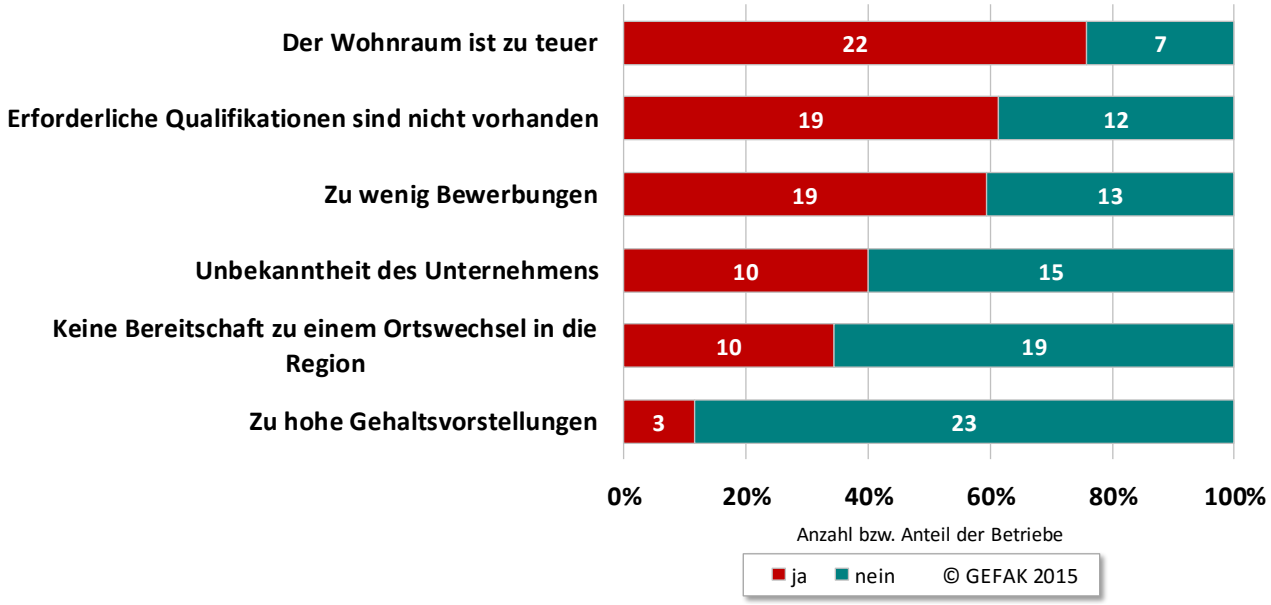
Abbildung 16 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 67, Mehrfachantworten)

Bei den Stellenbesetzungsproblemen bei der Suche nach Auszubildenden sind ebenfalls die fehlende Qualifikation und der Mangel an Bewerbern bedeutende Ursachen, das Haupthindernis ist hier aber der zu teure Wohnraum. Andere Ursachen spielen eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 40, Mehrfachantworten)

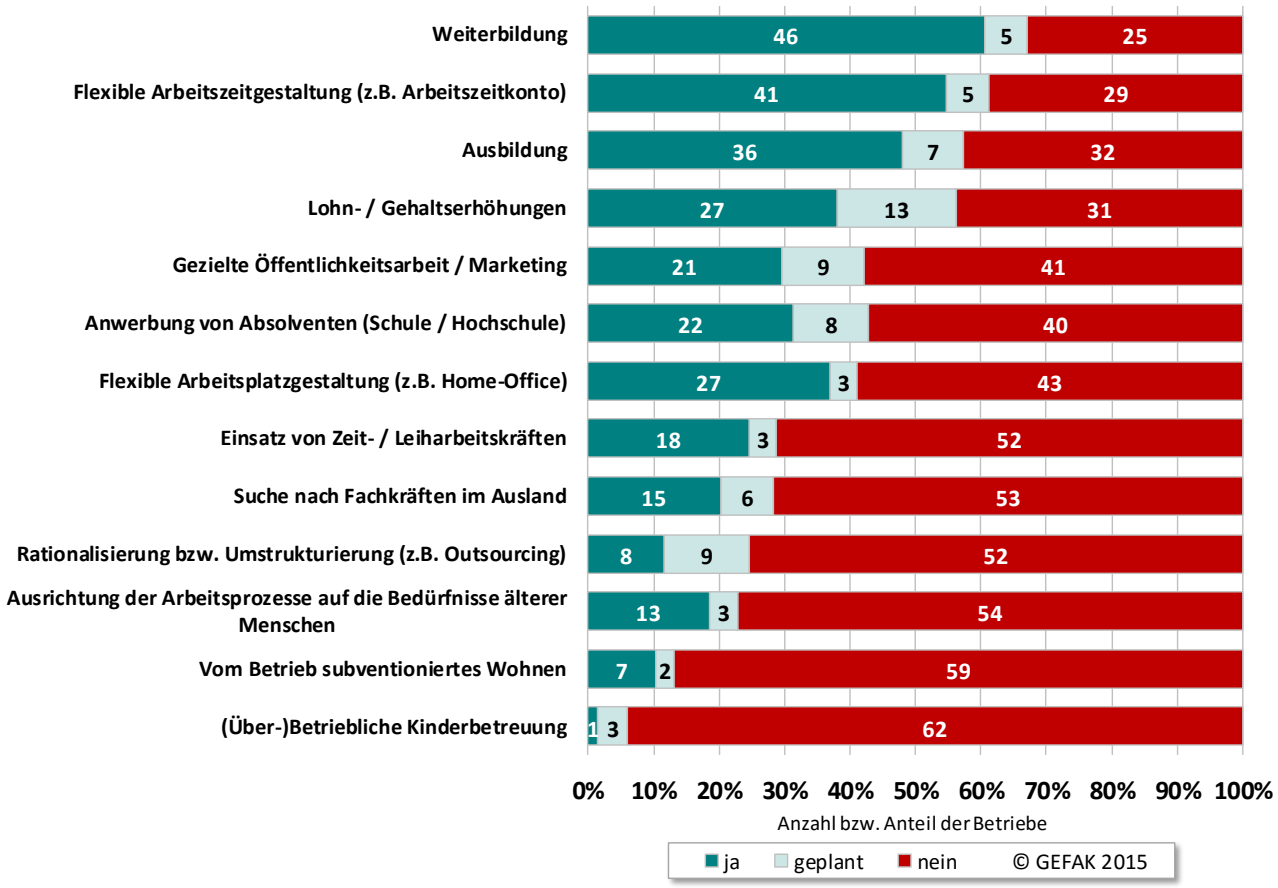
4.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

Die am häufigsten genannten betrieblichen Maßnahmen zur Deckung des Fachkräftebedarfs ist die Weiterbildung des bestehenden Mitarbeiterstamms. 61 Prozent der antwortenden Betriebe setzen auf diese Maßnahme (vgl. Abbildung 18). Es folgt die flexible Arbeitszeitgestaltung, die etwa 55 Prozent bereits anbieten. Knapp die Hälfte (36) bildet selber aus und etwas mehr als jeder dritte Betrieb erhöht die Gehälter (27). Das direkte Anwerben von Berufsanfängern und eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit sind für jeweils etwas weniger als ein Drittel der antwortenden Unternehmen Maßnahmen zur Fachkräftesicherung.

In diesen Zahlen kommt die Einsicht der Unternehmer zum Ausdruck, für knapper werdende Fachkräfte tiefer in die Tasche greifen zu müssen indem, man in Weiterbildung und Gehälter investiert und generell ein attraktives Arbeitsumfeld bietet. Ergänzend wäre zu erwarten, dass auch die Erkenntnis reift, dass sich Fachkräfte nicht nur über das Gehalt binden lassen. Für viele, gerade auch junge, qualifizierte Kräfte ist die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben ein wichtiger Faktor. Hier setzt das von vielen Betrieben genutzte Instrument der flexiblen Arbeitszeitgestaltung an. Sehr zurückhaltend sind die Betriebe bislang mit Angeboten zur Kinderbetreuung, obwohl diese doch ein zentraler Baustein für eine größere Familienfreundlichkeit des Betriebs sein kann. Ebenso gibt es erst bei wenigen Betrieben Bestrebungen, ältere Fachkräfte enger zu binden, indem Arbeitsprozesse an deren Bedürfnissen ausrichtet werden.

Immerhin konnten mit der Befragung einige Betriebe ermittelt werden, die an solchen innovativeren Angeboten Interesse zeigen und – gegebenenfalls auch betriebsübergreifend – dazu weiter informiert werden könnten. Dazu könnte die Wirtschaftsförderung die Erfahrungen der Vorreiter für potenzielle Nachahmer aufbereiten.

Abbildung 18 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 89)

5 Entwicklungspläne und Standortanforderungen

5.1 Mittelfristige Entwicklungspläne der Unternehmen

Die mittelfristigen Entwicklungsabsichten der Unternehmen in Gräfelfing sind insgesamt sehr dynamisch. Es gibt deutlich mehr Unternehmen mit expansiven Entwicklungsplänen als Unternehmen, die in den kommenden drei Jahren 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 sensiblere Frage nicht alle Befragten beantwortet haben. Die folgenden prozentualen Angaben beziehen sich also auf eine kleinere Teilmenge.

63 Prozent der hier antwortenden Unternehmen beabsichtigen die Neueinstellung von Beschäftigten, 61 Prozent die Einführung neuer Dienstleistungen oder Produkte. Weiter planen einige Betriebe die Einführung neuer Verfahren bzw. Prozessoptimierungen (24 %) oder die Erweiterung des Standortes (21 %) (vgl. Abbildung 19).

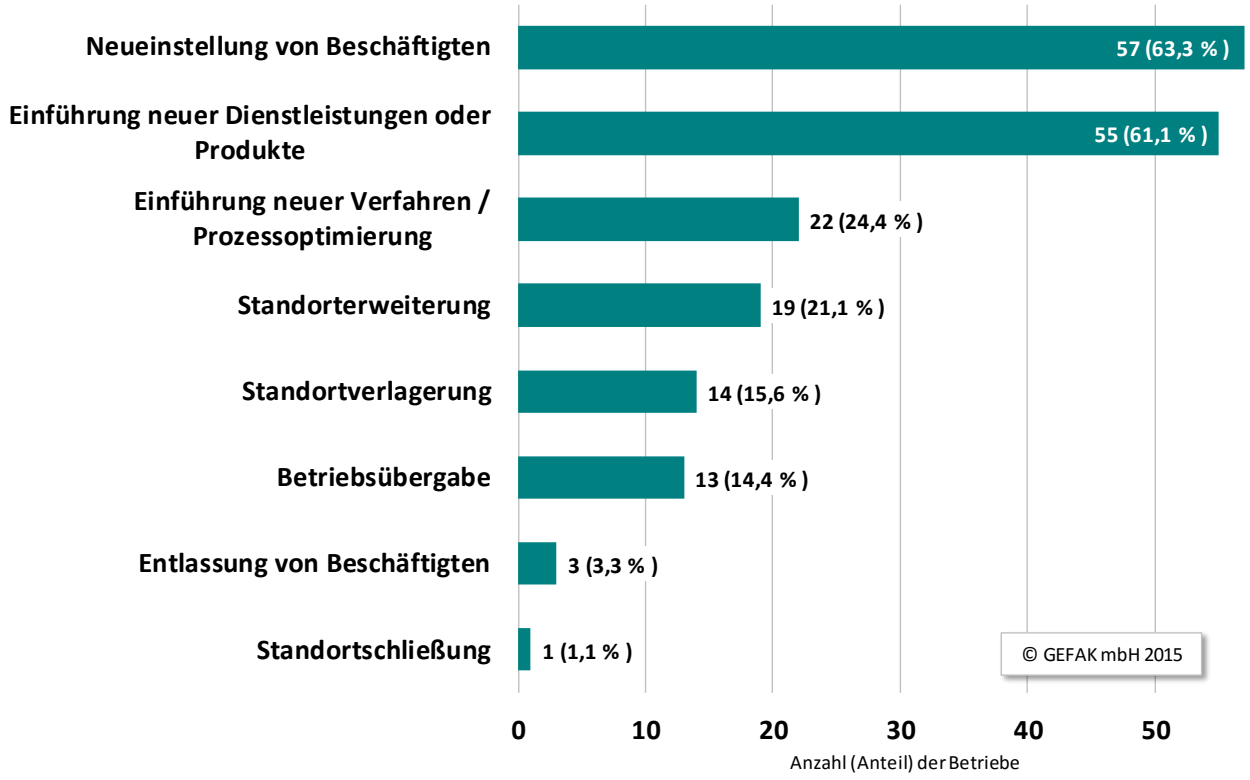
Den 57 Betrieben, die Neueinstellungen planen, stehen lediglich drei Betriebe mit 117 Beschäftigten gegenüber, welche einen Personalabbau vorsehen. Zwei dieser Betriebe stehen offensichtlich vor einer Umstrukturierung bzw. größeren Fluktuation, denn sie planen gleichzeitig zum Personalabbau auch Neueinstellungen.

19 Betriebe mit 649 Beschäftigten planen Standorterweiterungen. Eine Standortverlagerung kündigen 14 Betriebe mit zusammen 145 Beschäftigten an.

12 kleinere Betriebe und ein größerer (mehr als 60 Beschäftigte) mit zusammen 149 Beschäftigten wollen in den kommenden drei Jahren ihren Betrieb an einen Nachfolger übergeben.

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

Abbildung 19 Unternehmensplanungen bis 2017

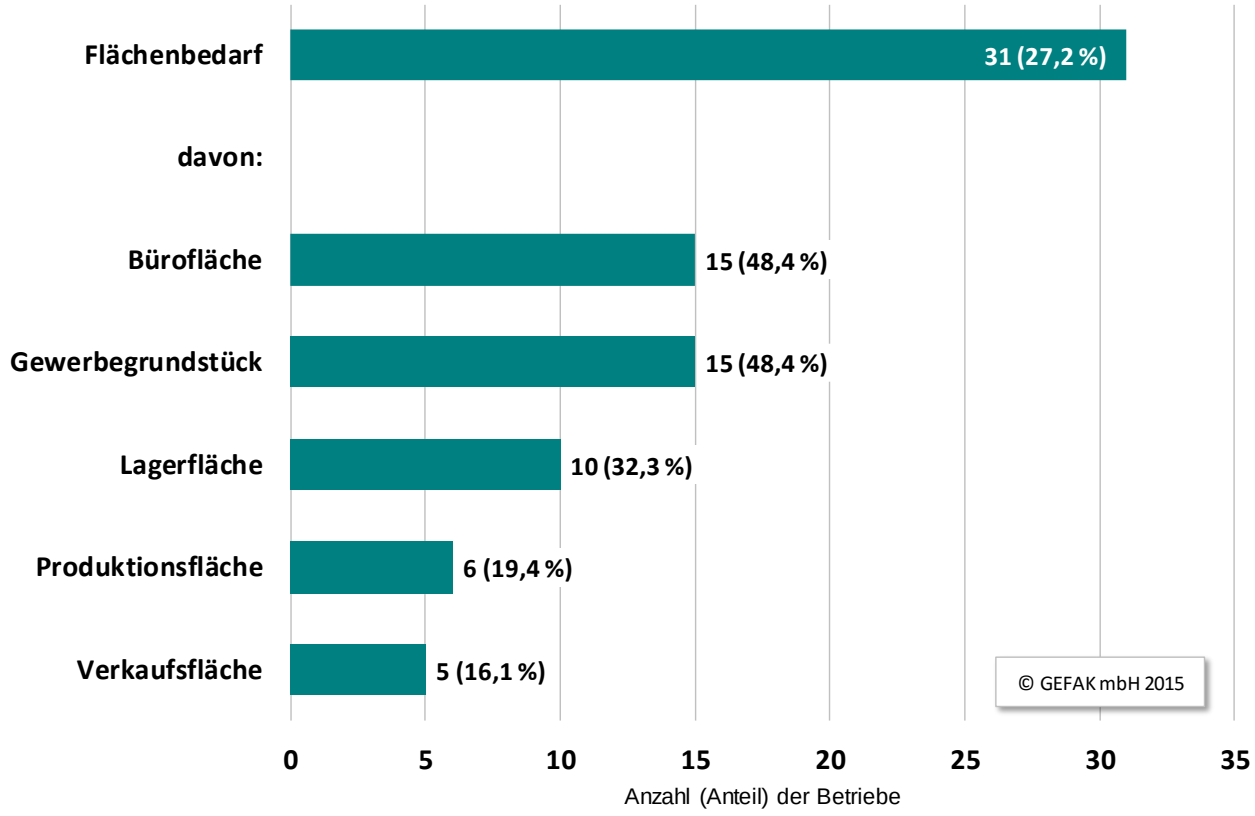


Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 90, Mehrfachantworten)

5.2 Flächenbedarf

Mit 31 Betrieben gibt etwas mehr als ein Viertel der antwortenden Betriebe zusätzlichen Flächenbedarf in den kommenden Jahren an (vgl. Abbildung 20).

Abbildung 20 Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 31)

Die 16 Betriebe, die ihren Bedarf quantifiziert haben, benötigen insgesamt knapp zwei Hektar. Davon entfallen drei Viertel auf Gewerbegrundstücke (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7 Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf bis 2018

Art des Flächenbedarfs	Betriebe mit quantifiziertem Bedarf	insgesamt Umfang in m² (Mittelwert)
1. Gewerbegrundstück	**9 (von 15)**	**14.450**
2. Büroflächen	7 (von 15)	2.000
3. Lagerfläche	5 (von 10)	1.000
4. Produktionsfläche	3 (von 6)	1.900
5. Verkaufsfläche	2 (von 5)	50
Summe 2. – 5.:	**16 (von 31)***	**4.950**

Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 31)

Tabelle 8 zeigt die zeitliche Verteilung des geäußerten Gewerbeflächenbedarfs.

Tabelle 8 Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf Zeitpunkt

Art des Flächenbedarfs	2015/2016		2017		Bedarf ab 2018 (oder ohne Zeitangabe)	
	Anzahl	Umfang in m²	Anzahl	Umfang in m²	Anzahl	Umfang in m²
1. Gewerbegrundstück	**5**	**9.000**	**1**	**1.000**	**3**	**4.450**
2. Büroflächen	4	1.300	0	0	3	700
3. Lagerfläche	1	200	0	0	4	800
4. Produktionsfläche	0	0	1	300	2	1.600
5. Verkaufsfläche	0	0	0	0	2	50
Summe 2. – 5.:		**1.500**		**300**		**3.150**

Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 31)

5.3 Flächenüberkapazitäten

Sieben Unternehmen geben an, dass sie derzeit über ungenutzte bzw. freiwerdende Flächen verfügen. Summiert handelt es sich um ca. 300 qm nicht näher spezifizierte Fläche und ca. 1.700 qm Büroflächen. Bei den Büroflächen sind 1.500 qm derzeit noch im Bau und stehen erst später im Jahr zur Verfügung. Unter den restlichen Flächen befinden sich auch Räumlichkeiten für Schulungen bzw. Tagungen.

Da es sich bei den Überkapazitäten jeweils um spezielle Gewerberäume oder -flächen handelt, ist eine Einzelfallprüfung erforderlich, ob die angebotenen Überkapazitäten zu einer der bei der Befragung ermittelten Flächennachfragen passen könnten. Mit den Anbietern der Schulungs- bzw. Tagungsräume sollte geklärt werden, ob diese gezielt anderen Betrieben in Gräfelfing angeboten werden sollten.

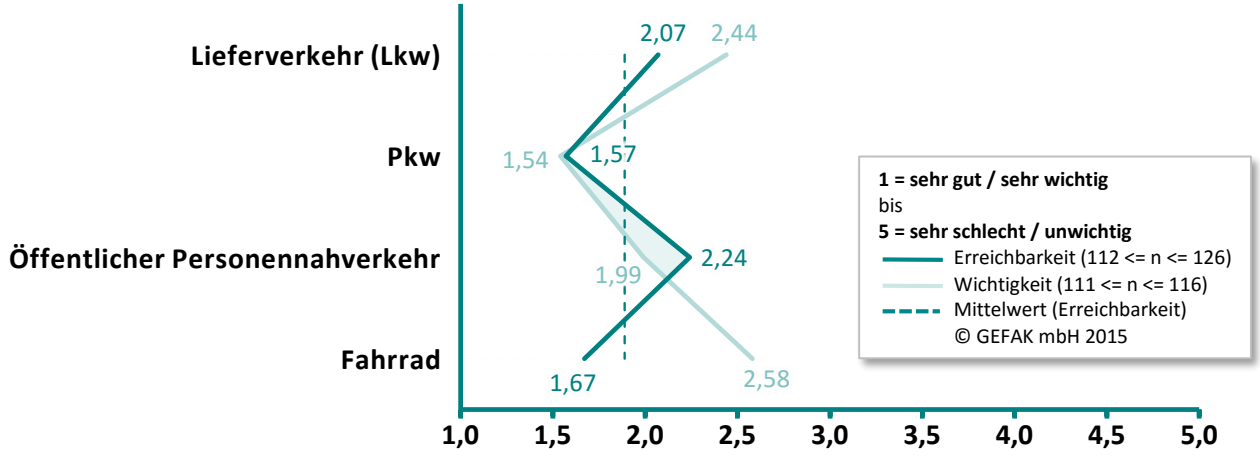
6 Mobilität und Energie

6.1 Mobilität

Vor dem Hintergrund der hohen Verkehrsbelastung in der Gemeinde Gräfelfing konnten die Betriebe im Rahmen der Unternehmensbefragung auch die Erreichbarkeit ihres Betriebsstandortes sowie mögliche Maßnahmen zum Mobilitätsmanagement bewerten.

Abbildung 21 zeigt analog zur Darstellung der Standortfaktoren in Kapitel 3 die Kombination aus der Zufriedenheit und der Wichtigkeit der Erreichbarkeit des Betriebsgeländes. Dabei zeigt sich, dass die Betriebe die Erreichbarkeit in allen Kategorien als mindestens gut einschätzen, insbesondere die Erreichbarkeit per Auto und Fahrrad wird positiv hervorgehoben. Der ÖPNV dagegen fällt leicht ab. Da für den ÖPNV die Wichtigkeit etwas höher bewertet wird als die Zufriedenheit, besteht hier Handlungsbedarf. Das Fahrrad und etwas eingeschränkter auch der Lieferverkehr werden bei der Erreichbarkeit als vergleichsweise eher unwichtig eingestuft. Insbesondere beim Lieferverkehr könnte es hier zu einer leichten Verzerrung gekommen sein, da ein großer Teil der teilnehmenden Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich kommt und deshalb im Gegensatz zu den produzierenden Betrieben aus Industrie und Handwerk sowie dem Handel in der Regel nicht auf Warenlieferung per LKW angewiesen ist.

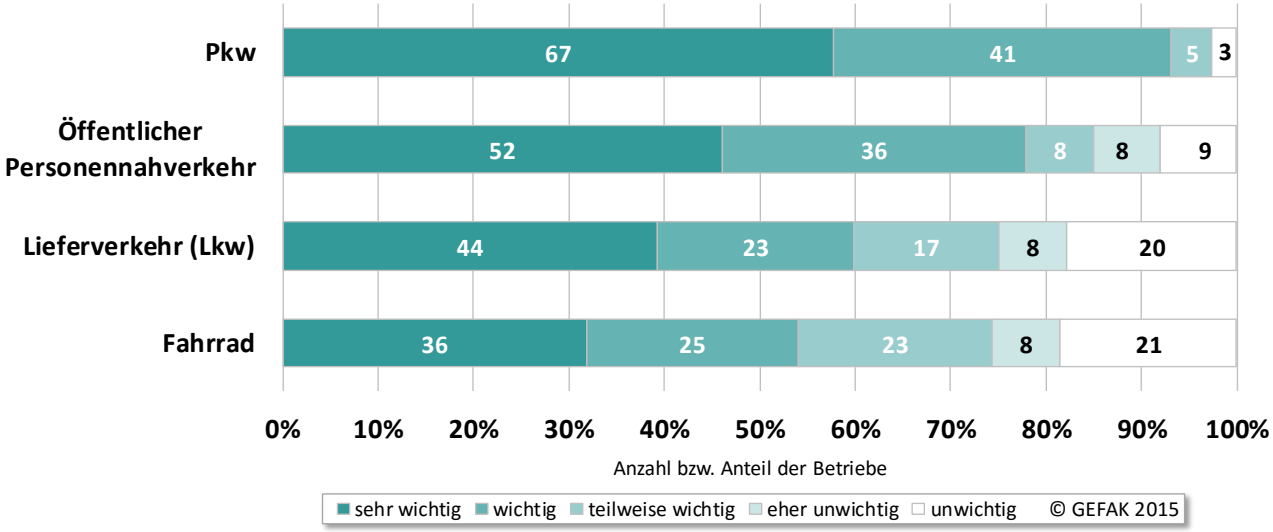
Abbildung 21 Erreichbarkeit des Betriebs



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015

Bei der Erreichbarkeit des Betriebs mit einzelnen Verkehrsmitteln zeigt sich die große Bedeutung des Pkws. Über 90 Prozent der Betriebe ist es (sehr) wichtig, dass sie gut per Auto erreichbar sind. Eine gute Anbindung an den ÖPNV halten fast 80 Prozent der Betriebe für (sehr) wichtig. Das Fahrrad spielt bei dieser Frage nur eine untergeordnete Rolle. (vgl. Abbildung 22).

Abbildung 22 Wichtigkeit der Erreichbarkeit für Betrieb



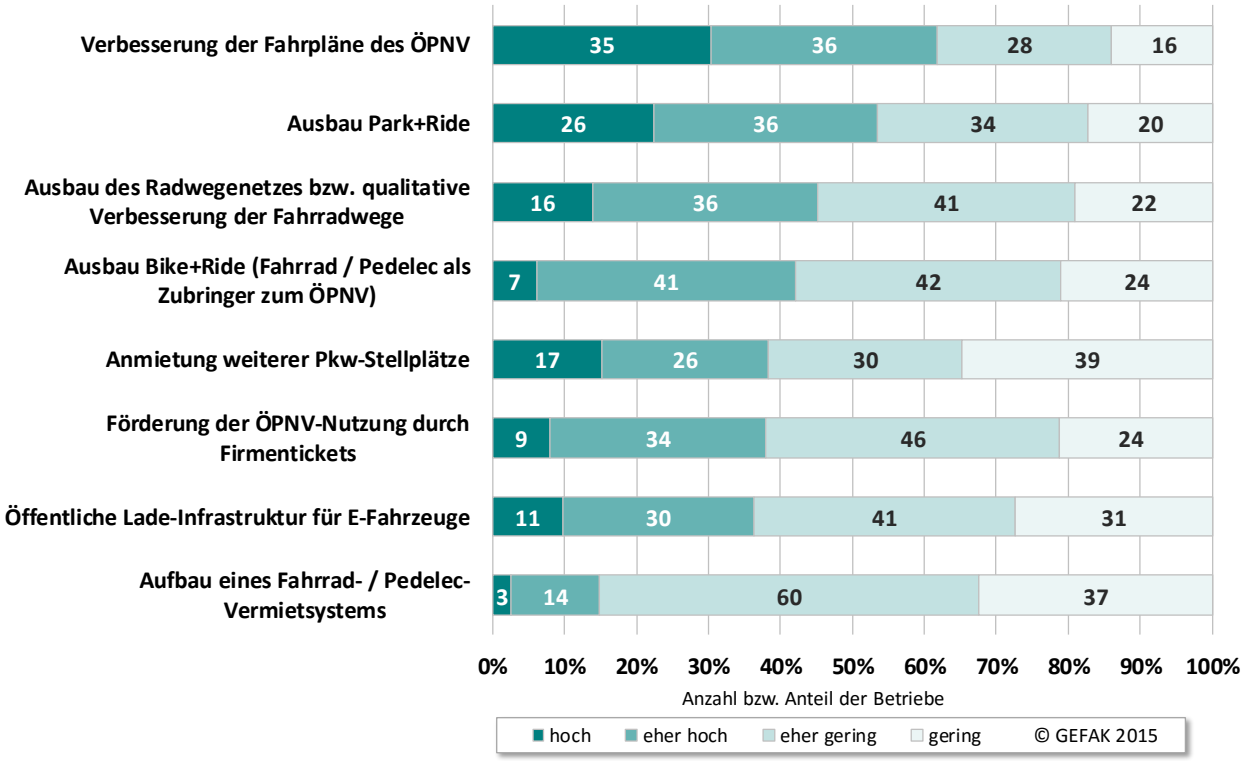
Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (111 <= n <= 116)

In Abbildung 23 ist dargestellt, wie die Betriebe die Relevanz ausgewählter Infrastrukturmaßnahmen einschätzen, die durch die Gemeinde ergriffen werden könnten. Dabei zeigt sich, dass die Verbesserung der ÖPNV-Fahrpläne hier das wichtigste Thema ist. Über 60 Prozent der antwortenden Betriebe schätzt die Relevanz dieser Maßnahme als hoch oder eher hoch ein. Verbesserungen an dieser Stelle würden wahrscheinlich auch zu einer höheren Förderung von Jobtickets durch die Betriebe führen. Hierzu passt auch, dass der Ausbau von Park+Ride von über der Hälfte der Betriebe als lohnenswerte Maßnahme angesehen wird und direkt auf die Verbesserung des ÖPNVs folgt.

Mit jeweils über 40 Prozent folgen an dritter und vierter Stelle der Ausbau des Radwegenetzes und wieder als flankierende Maßnahme zum ÖPNV die Verbesserung der Bike+Ride Infrastruktur.

Als weniger wichtig werden die Anmietung von weiteren PKW-Stellplätzen, die Förderung der ÖPNV-Nutzung durch Jobtickets und der Aufbau einer öffentlichen Ladeinfrastruktur für E-Fahrzeuge angesehen. Ein Vermietsystem für Fahrräder bzw. Pedelecs erachten nur wenige Betriebe als relevant.

Abbildung 23 Zukünftige Relevanz von Maßnahmen des Mobilitätsmanagements im Betrieb



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 117)

6.2 Energetische Nachhaltigkeit und Geothermie

Die Gemeinde Gräfelfing diskutiert seit mehreren Jahren ein regenerativ gespeistes Fernwärmenetz, da der Wärmebedarf einen erheblichen Teil des Energieverbrauchs in der Gemeinde ausmacht. In diesem Zusammenhang gibt es Bestrebungen, die Geothermie als mögliche Energiequelle zu berücksichtigen. Vor diesem Hintergrund wurden die Betriebe gefragt, ob sie in Zukunft Maßnahmen zur energetischen Nachhaltigkeit planen. 32 Betriebe geben an, hier für die Zukunft etwas tun zu wollen. Konkretes Interesse am Thema Geothermie bekunden 27 Betriebe.

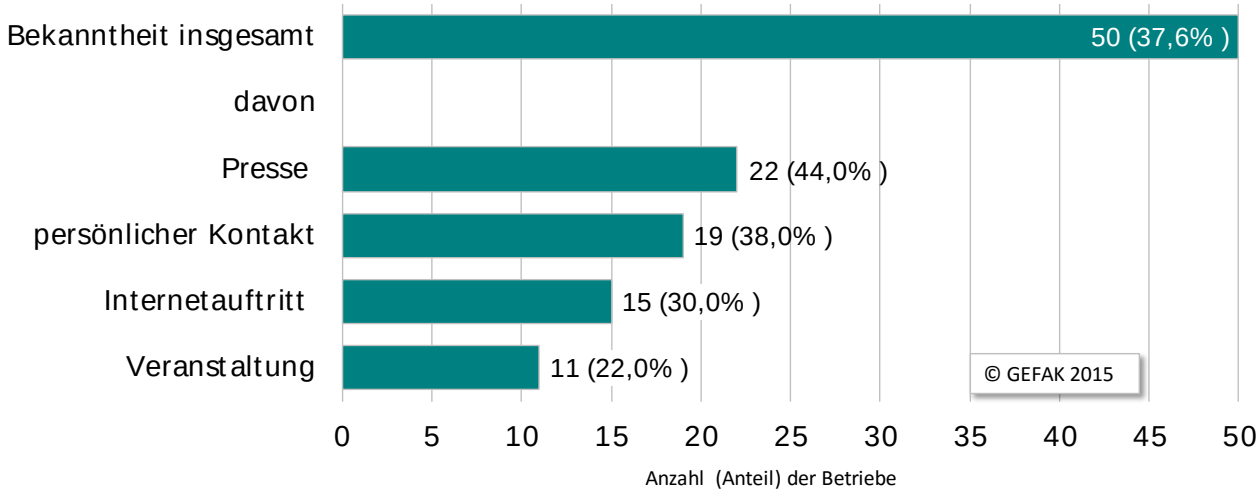
7 Aktivitäten der Wirtschaftsförderung

7.1 Bekanntheit der städtischen Wirtschaftsförderung

Die Wirtschaftsförderung der Gemeinde Gräfelfing sieht sich an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Verwaltung sowie als zentralen Ansprechpartner für alle Unternehmen im Gemeindegebiet. Bei den Fragen zur Wirtschaftsförderung wurde zunächst die Bekanntheit der Wirtschaftsförderung ermittelt.

Zum Zeitpunkt der Befragung war die Wirtschaftsförderung bei rund 40 Prozent der antwortenden Unternehmen bekannt, es ist davon auszugehen, dass der Bekanntheitsgrad durch die Befragung noch einmal deutlich gestiegen ist. Die zwei wichtigsten Bezugspunkte zur Wirtschaftsförderung sind die Presse (44 %) und der persönliche Kontakt (38 %). Seltener wird der Internetauftritt genannt (30 %), von Veranstaltungen kennen die Wirtschaftsförderung 22 Prozent der antwortenden Betriebe (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24 Bekanntheit der Wirtschaftsförderung

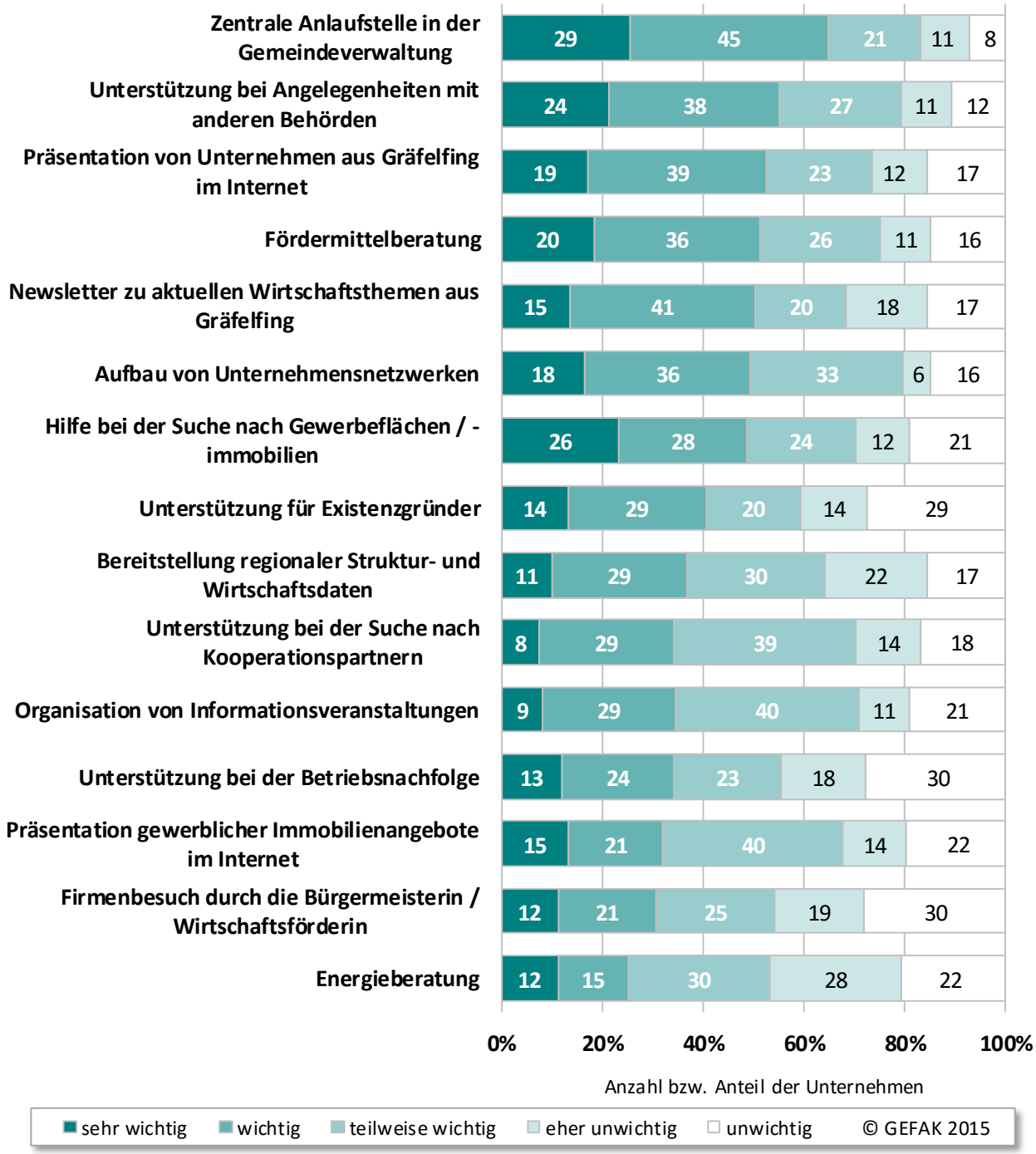


Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015
(n = 133 = Anzahl Nennungen; n = 50 = Anzahl Betriebe; Mehrfachantworten)

7.2 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Mit Blick auf die Optimierung der Angebotspalette der Wirtschaftsförderung wurden die Betriebe in einem zweiten Schritt gefragt, wie wichtig ihnen in Zukunft welche Angebote sind (vgl. Abbildung 25). 65 Prozent der Befragten halten die Wirtschaftsförderung als zentrale Anlaufstelle in der Gemeindeverwaltung für sehr wichtig bzw. eher wichtig. Jeweils mehr als die Hälfte sehen in der Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Behörden und der Präsentation von Unternehmen aus Gräfelfing im Internet eine wichtige Aufgabe der Wirtschaftsförderung. Die Fördermittelberatung, ein Newsletter zu aktuellen Wirtschaftsthemen aus Gräfelfing, der Aufbau von Unternehmensnetzwerken und die Hilfe bei der Suche nach Gewerbeflächen/-immobilien werden von jeweils etwa der Hälfte der antwortenden Betriebe als wichtige Aufgabe angesehen.

Abbildung 25 Aktivitäten der Wirtschaftsförderung



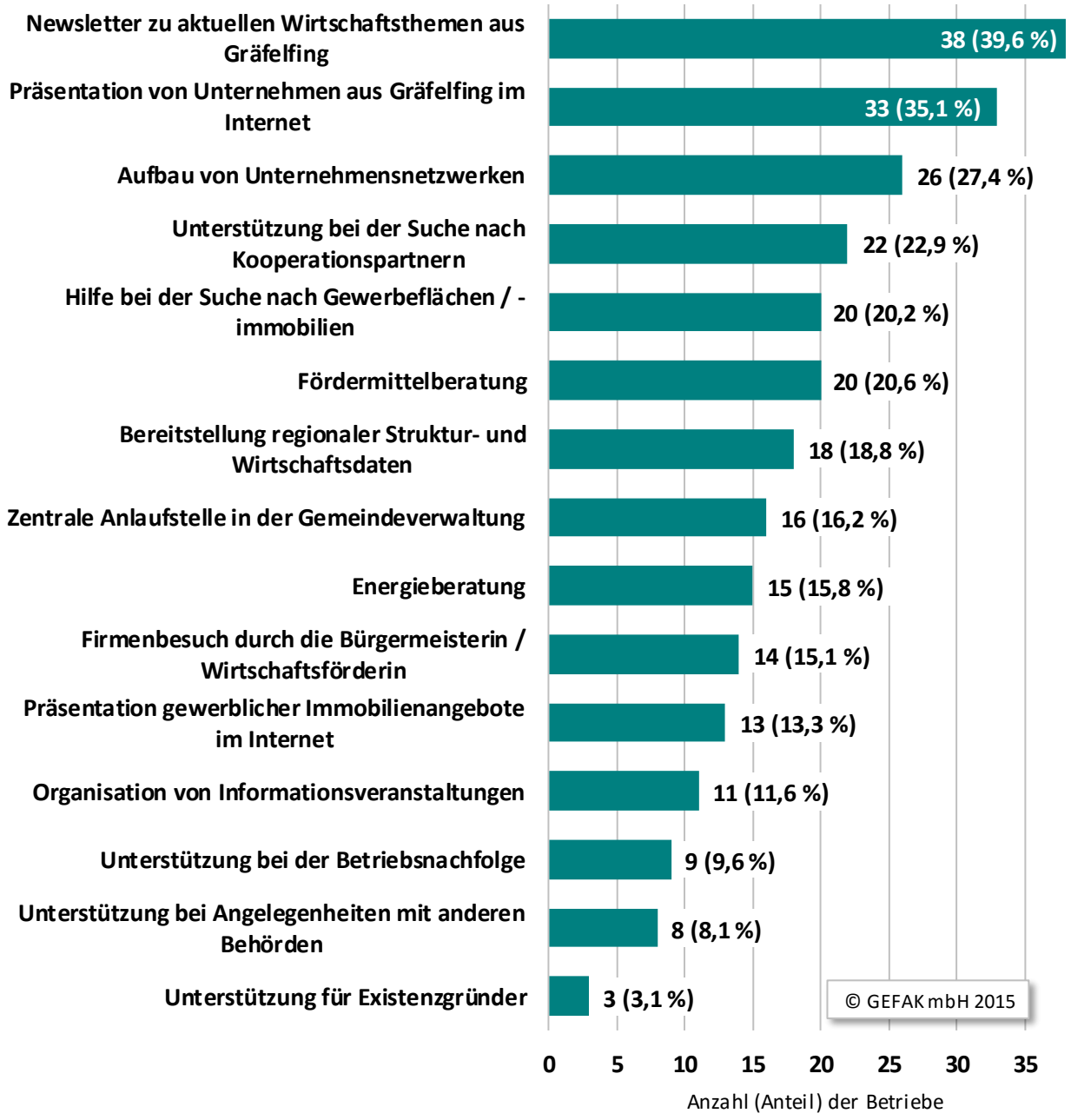
Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 116)

Der aktuelle individuelle Bedarf der Betriebe an Serviceangeboten der Wirtschaftsförderung lässt sich in Abbildung 26 erkennen. Deutlich mehr als ein Drittel der Betriebe möchte einen Newsletter zu aktuellen Wirtschaftsthemen. Ebenso haben mehr als ein Drittel der Befragten konkretes Interesse an einer Präsentation von Gräfelfinger Unternehmen im Internet. Eine Vernetzung untereinander nennen 27 Prozent und etwas weniger als ein Viertel möchte eine Hilfe bei der Suche nach Kooperationspartnern. Eigenen Bedarf an der zuvor als wichtigste Aufgabe genannten zentrale Anlaufstelle in der Gemeindeverwaltung haben 16 Betriebe. Die Abbildung zeigt, dass zu den klassischen Themen der Wirtschaftsförderung, aber auch zu

neueren Themen, wie die Energieberatung (15 Nennungen), ein nicht unerheblicher einzelbetrieblicher Beratungsbedarf besteht. Die Ergebnisse können zur weiteren Optimierung der Serviceangebote - je nach Zuständigkeit - bei der Wirtschaftsförderung der Gemeinde bzw. bei den übrigen Akteuren der Wirtschaftsförderung (Kammern, Verbände) genutzt werden.

Ein sehr großer Anteil der befragten Betriebe (83) ist an Informationen per E-Mail von der Wirtschaftsförderung interessiert.

Abbildung 26 Bedarf an Aktivitäten der Wirtschaftsförderung



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015 (n = 104)

8 Handlungsempfehlungen

Die folgenden Handlungsempfehlungen sind nicht so zu verstehen, dass diese alle und ausschließlich von der Wirtschaftsförderung der Gemeinde Gräfelfing umzusetzen sind. Vielmehr wird es eine wichtige Aufgabe der Wirtschaftsförderung sein, die relevanten Ergebnisse den übrigen Akteuren der kommunalen und regionalen Entwicklung zu kommunizieren und mit diesen gemeinsam arbeitsteilige Lösungsstrategien zu vereinbaren. Dies betrifft vorrangig die einschlägigen Verbände und Kammern.

8.1 Reaktionen auf negative Standortbewertungen

8.1.1 Handlungsfeld Fachkräfte

Die Zusammenschau von Standortbewertung und Entwicklungsplänen der Betriebe zeigt, dass aus Sicht der Unternehmer das Arbeitskräftepotenzial künftig ein wichtiges Thema für die regionale Entwicklung sein muss. Vor dem Hintergrund der hohen Bedeutung und der unterdurchschnittlichen Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit von Arbeitskräften sollten aus Sicht der GEFAK folgende Themen bzw. Ergebnisse der Unternehmensbefragung vertieft werden.

Die Betriebe, für die die Aus- und Weiterbildungsangebote zwar (sehr) wichtig sind, die gleichzeitig die bestehenden Angebote aber (sehr) schlecht benoten, sollten angesprochen werden, um deren Kritik zu präzisieren und gemeinsam mit den betroffenen Betrieben und den Anbietern von Aus- und Weiterbildung Ansatzpunkte zur Verbesserung zu identifizieren.

Die an Schulkontakten interessierten Betriebe sollten über die Möglichkeiten und Rahmenbedingungen (Praktikum, Berufsinfotag etc.) informiert werden. Im Zusammenhang damit könnten die bei den Schulen Zuständigen ermittelt und deren Kontaktdaten weitergegeben werden. Die zwölf Interessenten am „Tag der Ausbildung“ sollten rechtzeitig in die Vorbereitungen für die nächste Veranstaltung eingebunden werden. Auch den an sonstigen Kontakten Interessierten (zu Studierenden, zu F&E-Einrichtungen) sollten die Möglichkeiten aufgezeigt werden, ggf. auch über die Vermittlung von Betrieben, die in diesen Feldern bereits über praktische Erfahrungen verfügen.

8.1.2 Handlungsfeld Wohnflächen

Die am schlechtesten bewerteten Standortfaktoren, die Verfügbarkeit von Wohnflächen (Mittelwert 3,7) und deren Preisniveau (3,9) sollten zur Initiierung neuartiger Lösungen für die Schaffung bezahlbaren Wohnraums führen. Hier wäre auch eine finanzielle Einbindung der betroffenen Betriebe zu prüfen. Exemplarisch sei auf die Stadt Dachau verwiesen, wo eine lokale Bank in Abstimmung mit den interessierten Betrieben die Schaffung bezahlbaren Wohnraums für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Betriebe plant.

Auch die Erfahrungen, die bereits einige Betriebe mit der Unterstützung ihrer Beschäftigten bei der Wohnraumfinanzierung haben, könnten für die Nachahmung durch andere Betriebe aufbereitet werden.

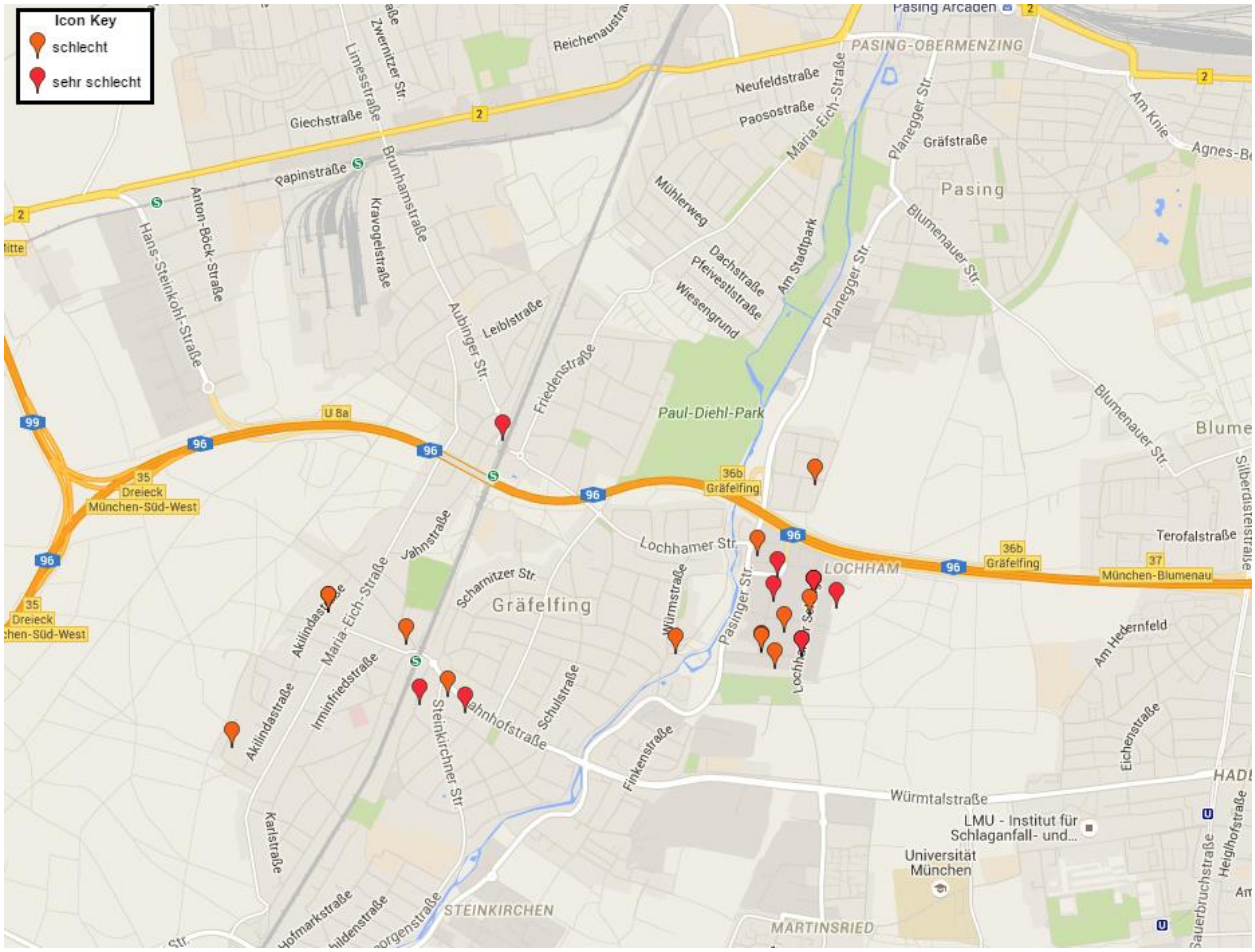
8.1.3 Handlungsfeld Gewerbeflächen

Die 31 Betriebe, die Flächenbedarf angemeldet haben, sollten individuell kontaktiert werden, um deren Bedarf über die bisher ermittelten Angaben hinaus zu konkretisieren. Da es sich bei den identifizierten Überkapazitäten jeweils um spezielle Gewerberäume oder -flächen handelt, ist auch hier eine Einzelfallprüfung erforderlich, ob die angebotenen Überkapazitäten zu einer der bei der Befragung ermittelten Flächennachfragen passen.

8.1.4 Handlungsfeld Breitbandversorgung

Der Mittelwert von 1,6 macht die Breitbandversorgung zum derzeit wichtigsten Standortfaktor. Die Zufriedenheit mit der aktuellen Versorgung erreicht zwar mit einem Mittelwert von 2,4. Gleichwohl verbergen sich dahinter auch 23 Betriebe, die den aktuellen Status schlecht oder gar sehr schlecht bezeichnet. Abbildung 27 zeigt, in welchen Teilen des Gemeindegebietes eine Ballung unzufriedener Betriebe vorliegt. Diesen Betrieben könnte die Gemeinde die – oftmals nicht bekannten – Versorgungsmöglichkeiten zu kommunizieren bzw. (potenzielle) Infrastrukturanbieter auf die Versorgungslücke hinweisen.

Abbildung 27 Lage der Betriebe, die die Breitbandversorgung schlecht bewerten

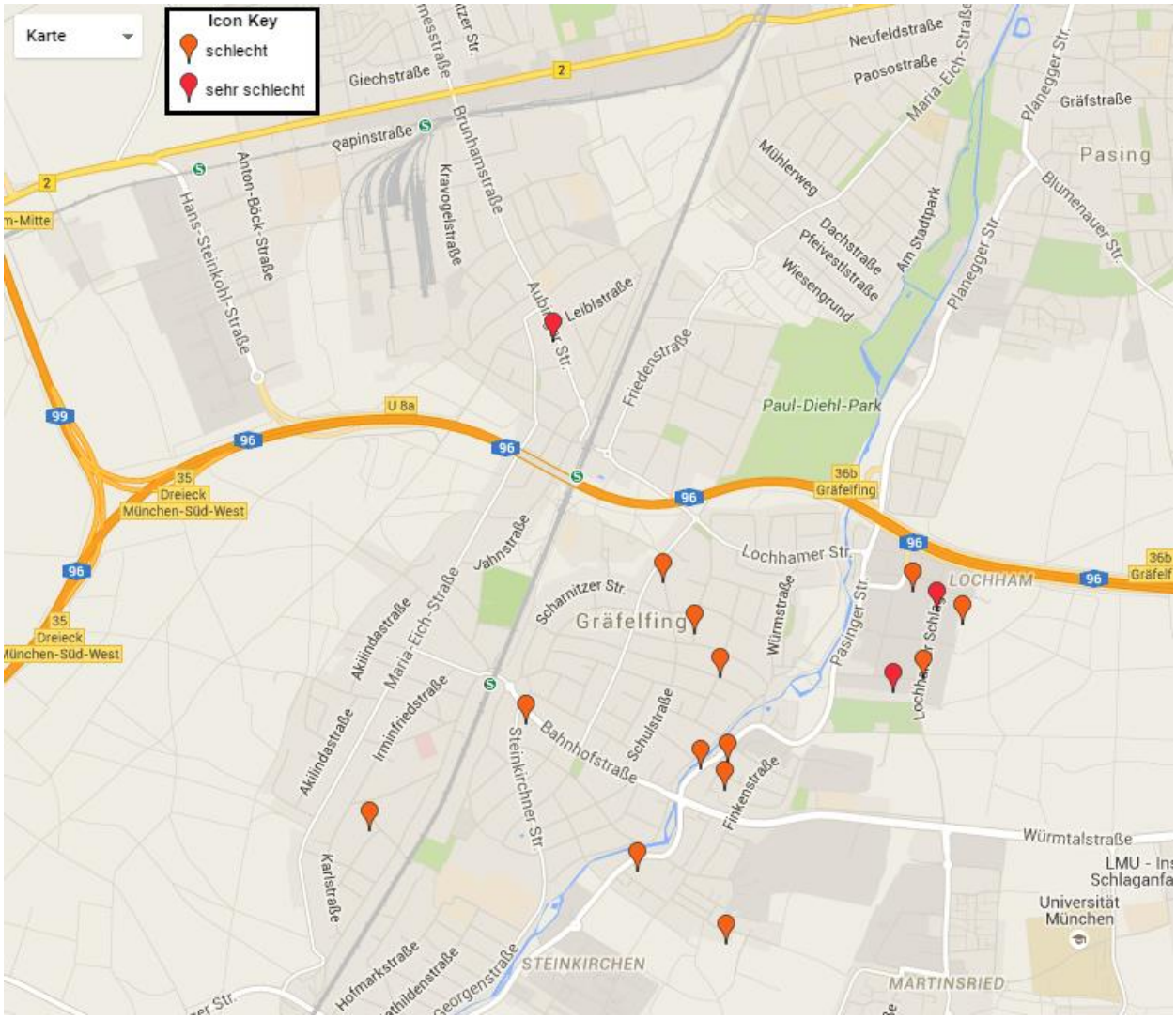


Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015, Kartengrundlage Mapalist / Google Maps

8.2 Handlungsfeld Nachhaltigkeit in Mobilität und Energie

Analog zum Vorgehen bei der Breitbandversorgung sollte die Gemeinde eine verbesserte ÖPNV-Anbindung dort prüfen, wo viele mit dem ÖPNV unzufriedene Betriebe sitzen (vgl. Abbildung 28).

Abbildung 28 Lage der Betriebe, die die ÖPNV-Anbindung schlecht bewerten



Quelle: Unternehmensbefragung Gräfelfing 2015, Kartengrundlage Mapalist / Google Maps

Die 27 an Geothermie interessierten Betriebe sollten individuell kontaktiert werden.

8.3 Reaktionen auf negative betriebliche Entwicklungspläne

Die wenigen Betriebe, die eine Standortverlagerung oder die Entlassung von Beschäftigten planen, sollten von der Wirtschaftsförderung kurzfristig kontaktiert werden, um frühzeitig über die Gründe genauer im Bilde zu sein. Auch die 13 Betriebe, die eine Betriebsübergabe planen, sollten von der Gemeinde über die aktuellen Beratungs- und Vermittlungsangebote der Kammern informiert werden.

8.4 Reaktionen auf Kooperationsinteressen

Für elf von zwölf der abgefragten Kooperationsfelder – gerade auch in den wichtigen Zukunftsthemen Fachkräftesicherung und Energie – gibt es mehr Interessenten als Betriebe mit bestehenden Kooperationen. Hier lohnt es sich besonders anzusetzen und die Kooperationsförderung als wichtiges Handlungsfeld der Wirtschaftsförderung zu erschließen. Die zum Teil erheblichen Potenziale für Unternehmenskooperationen sollten in der Form aktiviert werden, dass zunächst aus den – ebenfalls mit der Befragung ermittelten – bereits vorhandenen Kooperationen Best Practice herausgefiltert werden und diese für die interessierten Betriebe aufbereitet werden. Sehr hilfreich für die weitere Vernetzung der Betriebe untereinander ist auch, dass 58 Betriebe Interesse am Unternehmerverband zeigen. Von diesen haben 52 Betriebe der Weitergabe ihrer Kontaktdaten an den Unternehmerverband durch die Wirtschaftsförderung zugestimmt.

8.5 Reaktionen auf Kompetenzfeldzuordnungen

Auf der Grundlage der Zuordnungen der Betriebe zu einem Kompetenzfeld könnte die Wirtschaftsförderung diese Betriebe auf die in der Metropolregion München bzw. bayernweit arbeitenden Cluster- bzw. Netzwerkinitiativen aufmerksam machen und damit zur Berücksichtigung Gräfelfinger Betriebe bei entsprechenden Aktivitäten beitragen. Beispielsweise könnte die Gemeinde diesen Betrieben einen kostenlosen Eintrag in die von Bayern International weltweit vermarkteten Cluster-Datenbank „Key Technologies in Bavaria“ (www.bayern-international.de/firmendatenbank) empfehlen. Dort können auch die speziell am Auslandsgeschäft interessierten Gräfelfinger Betriebe ihre Kompetenzen bzw. relevanten Auslandsmärkte angeben und dadurch auf den Verteiler von Bayern International für einschlägige Veranstaltungen (Delegationsreisen, Messen etc.) kommen.

8.6 Reaktionen auf weitere Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Für die aus Abbildung 26 ersichtlichen wichtigsten Aktivitäten der Wirtschaftsförderung sollte die Gemeinde zunächst prüfen, welche Angebote sie selbst überhaupt bieten kann bzw. will. Bei den übrigen Handlungsfeldern sollte die Gemeinde sicherstellen, dass diese von einem anderen Akteur der Wirtschaftsförderung in Angriff genommen wird und dies auch den relevanten Betrieben mitteilen.

Die von 83 Betrieben gewünschte Zusendung von Informationen zur Wirtschaftsförderung per E-Mail sollte umgesetzt werden, um die Serviceleistungen der Wirtschaftsförderung kontinuierlich zu kommunizieren und gezielt für die Mitwirkung an Projekten der Gemeinde zu werben. Zunächst für diese Zielgruppe könnte die Gemeinde einen regelmäßigen Newsletter der Wirtschaftsförderung ausgeben, der nach und nach auch bei weiteren Betrieben auf Interesse stoßen könnte.

9 Anhang

9.1 Anschreiben

Gräfelfing

P PREMIUMADRESS BASIS INFOPOST

Gemeinde Gräfelfing · Postfach 1209 · D-82154 Gräfelfing

[redacted]

Sachbearbeiter/in	Telefon	Telefax	E-Mail-Adresse	Datum
Sabine Strack	(089) 85 82-10	(089) 85 82-9910	sabine.strack@graefelfing.bayern.de	28.09.2015

Unternehmensbefragung in Gräfelfing

Sehr geehrte [redacted],

zur Verbesserung der Wirtschaftsförderung der Gemeinde Gräfelfing wollen wir unsere Unternehmen besser kennenlernen. Aus diesem Grund befragen wir rund 700 Unternehmen, um wichtige Handlungsfelder zu identifizieren und herauszufinden, welche Maßnahmen seitens der Wirtschaftsförderung den größten Nutzen für die Unternehmen bringen.

Wir bitten Sie, sich etwas Zeit zu nehmen und den beiliegenden Fragebogen auszufüllen. Ihre Angaben werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nur für Zwecke der Wirtschaftsförderung intern verarbeitet. Die Erfassung und Auswertung der Daten erfolgt unter Beachtung aller datenschutzrechtlichen Erfordernisse. Die Ergebnisse werden anonymisiert und nach Gruppen zusammengefasst der interessierten Öffentlichkeit präsentiert.

Bitte senden Sie den Fragebogen bis zum **3. November 2015** im beigefügten Antwortkuvert an die Gemeinde Gräfelfing zurück. Falls Sie den Fragebogen online ausfüllen möchten, finden Sie diesen im Internet unter: **https://www.soscisurvey.de/LINK** (Passwort für Ihren persönlichen Fragebogen:). Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftsförderin der Gemeinde, Sabine Strack, Tel. 089 8582-10, E-Mail sabine.strack@graefelfing.bayern.de.

Wir danken Ihnen schon heute sehr herzlich für Ihre Mitarbeit und Unterstützung. Zur Präsentation der Befragungsergebnisse, die voraussichtlich beim Unternehmerabend am 17. März 2016 stattfindet, senden wir Ihnen rechtzeitig eine Einladung zu.

Mit freundlichen Grüßen

Uta Wüst
Bürgermeisterin

Sabine Strack
Wirtschaftsförderung / Öffentlichkeitsarbeit

Gemeinde Gräfelfing
Ruffiniallee 2, 82166 Gräfelfing
Postfach 1209, 82154 Gräfelfing
Telefon: 089 / 85 82-0
Telefax: 089 / 85 82-88

E-Mail: rathaus@graefelfing.bayern.de
Internet: www.graefelfing.de
www.facebook.com/gemeinde.graefelfing
Öffnungszeiten:
Mo.-Fr. 8.00-12.00 Uhr · Mi. 8.00-18.00 Uhr

Kreissparkasse München: IBAN DE53 7025 0150 0050 2800 15 · BIC BYLADEM1KMS
HypoVereinsbank AG: IBAN DE22 7002 0270 2950 1010 00 · BIC HYVEDEMMXXX
Münchner Bank eG: IBAN DE87 7019 0000 0002 5026 40 · BIC GENODEF1M01
Commerzbank AG: IBAN DE06 7008 0000 07900 0600 00 · BIC DRESDEFF700
Postbank München: IBAN DE14 7001 0080 0010 8618 06 · BIC PBNKDEFF

9.2 Fragebogen

Unternehmensbefragung Gemeinde Gräfelfing 2015

Bitte bis zum **03.11.2015** zurücksenden. Vielen Dank!

1. Bitte prüfen und ergänzen Sie die vorliegenden Angaben:

1.1 Firma:	«Unternehmen» «UnternehmenID»		
Anschrift:	«Straße», «PLZ» «Ort»		
Telefon:	«Telefon»	Fax:	«Fax»
Homepage:	«Homepage»	E-Mail:	
Branche:	«Branche»		
Öffnungszeiten:			
1.2 Kontakt Geschäftsleitung:		Funktion:	
Telefon:		E-Mail:	
1.3 Kontakt für die Wirtschaftsförderung:		Funktion:	
Telefon:		E-Mail:	

2. In welchem Sektor befindet sich Ihr Unternehmensschwerpunkt? *(Bitte nur ein Kreuz)*

Industrie..... ☐ Einzelhandel..... ☐ Hotellerie / Gastronomie..... ☐ Sonstige Dienstleistungen..... ☐
Handwerk ..... ☐ Großhandel ..... ☐ Verkehr..... ☐

3. Welchen der folgenden Kompetenzfeldern können Sie Ihr Unternehmen zuordnen? *(Mehrfachnennungen möglich)*

1. Automobilwirtschaft	☐	13. Kultur- und Kreativwirtschaft	☐
2. Bauwirtschaft	☐	14. Lasertechnik	☐
3. Biotechnologie	☐	15. Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation	☐
4. Chemie	☐	16. Maschinenbau	☐
5. Elektrotechnik und Elektronik	☐	17. Mechatronik	☐
6. Energietechnik	☐	18. Medizin / Medizintechnik	☐
7. Ernährung	☐	19. Nanotechnologie	☐
8. Finanzdienstleistungen	☐	20. Neue Werkstoffe	☐
9. Gastronomie / Hotellerie	☐	21. Pharmazie	☐
10. Gesundheit / Pflege	☐	22. Umwelttechnologie	☐
11. Immobilienwirtschaft	☐	23. Unternehmensberatung	☐
12. Informations- und Kommunikationstechnik	☐	24. Sonstiges, und zwar:	☐

4. Wie ist Ihr Betrieb einzustufen?

Hauptbetrieb (eigenständig) ..... ☐	Zweigniederlassung ..... ☐
Sonstiges und zwar:	Wo liegt der Hauptsitz? *(Ort, PLZ und ggf. Land)* .....

5. Führt Ihr Betrieb Forschung & Entwicklung am Standort durch? ja ☐ nein ☐

6.1 Hat Ihr Betrieb Kontakt zu Hochschulen oder sonstigen Forschungseinrichtungen? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

6.2 Hat Ihr Betrieb Angebote für Studierende (Duales Studium, Praktikum etc.)? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

6.3 Hat Ihr Betrieb Kontakte zu Schulen (Praktika, Berufsinfotage etc.)? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

6.4 Nimmt Ihr Unternehmen am *„Tag der Ausbildung“* im November teil? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

7. Hat Ihr Betrieb Interesse am Unternehmerverband Gräfelfing? ja ☐ nein ☐

Wenn ja, erlauben Sie die Weitergabe Ihrer Kontaktdaten an den Unternehmerverband? ja ☐ nein ☐

Unterschrift:.....

8. Wie beurteilen Sie Ihren Betriebsstandort?

Standortfaktoren – *Bitte pro Standortfaktor (Zeile) je ein Kreuz für die Standortqualität Ihrer Betriebsstätte (1-5) und eins für die Wichtigkeit des Faktors für Ihren Betrieb (1-5)*	**Standortqualität Betriebsstätte** 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. Überregionale Straßenanbindung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Überregionale Schienenanbindung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. Flughafenanbindung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Örtliche Verkehrsanbindung (Straße)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Öffentlicher Nahverkehr (Bus / Bahn)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Nähe zu Hauptlieferanten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Nähe zu Hauptkunden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Preisniveau der Gewerbeflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Internetanbindung / Breitbandversorgung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Verfügbarkeit von Wohnflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Preisniveau der Wohnflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Verfügbarkeit von Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
15. Ausbildungsangebote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16. Weiterbildungsangebote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17. Schulangebot	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18. Kinderbetreuungsangebote (Krippe, Kita)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
19. Hotel- und Tagungskapazitäten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
20. Kultur- und Freizeitangebot	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
21. Gewerbesteuer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
22. Service der Gemeinde Gräfelfing	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
23. Gesamtzufriedenheit mit dem Standort	☐	☐	☐	☐	☐					

9.1 Bitte nennen Sie die Hauptabsatzgebiete Ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen *(Schätzungen genügen)*. Geben Sie bitte unter *Ausland* die drei wichtigsten Auslandsmärkte an *(Länder in der Rangfolge ihrer Bedeutung)*:

Gebiete	**Umsatz in %** *(insges. 100 %)*
1. Region München	
2. übriges Bayern	
3. übriges Deutschland	
4. Ausland (1. ..... 2. ..... 3. .....)	

9.2 In welchen für Sie bislang neuen Auslandsmärkten (Ländern) planen Sie künftige Aktivitäten?

1. ..... 2. ..... 3. .....

10. Kooperieren Sie mit Unternehmen aus Gräfelfing bzw. können Sie sich eine Kooperation vorstellen?

	Kooperation			**Kooperation**	
	bestehend	**vorstellbar**		**bestehend**	**vorstellbar**
Einkauf	☐	☐	Energiebeschaffung	☐	☐
Vertrieb	☐	☐	Energieerzeugung	☐	☐
Messen	☐	☐	Forschung und Entwicklung	☐	☐
Produktion	☐	☐	Ausbildung	☐	☐
Transport / Logistik	☐	☐	Weiterbildung / Qualifizierung	☐	☐
Maschinen / Gerätenutzung	☐	☐	Mitarbeiterrekrutierung	☐	☐

11.1 Wie viele Beschäftigte (einschließlich Inhaber) hat Ihr Unternehmen insgesamt? *(Stand 30.09.2015)*

11.2 Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen am Standort? *(Stand 30.09.2015) (Bitte in Tabelle eintragen)*

	Vollzeit	**Teilzeit**	**Insgesamt**	**davon in Ausbildung**	**davon mit Migrationshintergrund**	**davon mit Behinderung**
Anzahl Männer						
Anzahl Frauen						

12. Welche Sprachen werden in Ihrem Betrieb gesprochen?

.....

13. Hat Ihr Betrieb in den kommenden 12 Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, bitte präzisieren Sie diesen Bedarf:

	ja	nein	Anzahl	Berufsbezeichnung	Erwarten Sie Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung?		
Hochschulabsolventen	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / pflegerisch	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Ungelernte Arbeitskräfte	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Auszubildende	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐

14. Falls Sie Stellenbesetzungsprobleme haben: Aus welchen Gründen fällt es Ihrem Betrieb schwer, Fachkräfte bzw. Auszubildende zu finden? *(Bitte pro Zeile ein Kreuz für Fachkräfte und Auszubildende)*

Folgende Aussagen treffen zu…	…für Fachkräfte		…für Auszubildende	
	ja	nein	ja	nein
Zu wenig Bewerbungen	☐	☐	☐	☐
Erforderliche Qualifikationen sind nicht vorhanden	☐	☐	☐	☐
Zu hohe Gehaltsvorstellungen	☐	☐	☐	☐
Unbekanntheit des Unternehmens	☐	☐	☐	☐
Keine Bereitschaft zu einem Ortswechsel in die Region	☐	☐	☐	☐
Der Wohnraum ist zu teuer	☐	☐	☐	☐
Sonstige:	☐	☐	☐	☐

15. Welche Maßnahmen führt Ihr Betrieb durch, um den Fachkräftebedarf zu decken?

	ja	geplant	nein	Interesse
Anwerbung von Absolventen (Schule / Hochschule)	☐	☐	☐	☐
Ausbildung	☐	☐	☐	☐
Weiterbildung	☐	☐	☐	☐
Flexible Arbeitsplatzgestaltung (z.B. Home-Office)	☐	☐	☐	☐
Flexible Arbeitszeitgestaltung (z.B. Arbeitszeitkonto)	☐	☐	☐	☐
Ausrichtung der Arbeitsprozesse auf die Bedürfnisse älterer Menschen	☐	☐	☐	☐
Gezielte Öffentlichkeitsarbeit / Marketing	☐	☐	☐	☐
Lohn- / Gehaltserhöhungen	☐	☐	☐	☐
Rationalisierung bzw. Umstrukturierung (z.B. Outsourcing)	☐	☐	☐	☐
Suche nach Fachkräften im Ausland	☐	☐	☐	☐
Einsatz von Zeit- / Leiharbeitskräften	☐	☐	☐	☐
(Über-)Betriebliche Kinderbetreuung	☐	☐	☐	☐
Vom Betrieb subventioniertes Wohnen	☐	☐	☐	☐

16.1 Hat Ihr Unternehmen in Zukunft Erweiterungsbedarf am Standort?

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

16.2 Hat Ihr Betrieb Überkapazitäten an Flächen / Immobilien oder Angebote zu deren Fremdnutzung? *(z.B. Tagungskapazitäten)* **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, welche und wie viel Fläche könnten Sie veräußern / vermieten? (*bitte Angaben in Art, qm und mit Zeitraum*)

.....

«UnternehmenID»

17. Welche konkreten Überlegungen für die Entwicklung Ihres Betriebes bestehen für die nächsten drei Jahre? *(Mehrfachnennungen möglich)* **Selbstverständlich werden Ihre Angaben streng vertraulich behandelt.**

Einführung neuer Dienstleistungen oder Produkte	☐	Standorterweiterung	☐
Einführung neuer Verfahren / Prozessoptimierung	☐	Standortverlagerung	☐
Neueinstellung von Beschäftigten	☐	Standortschließung	☐
Entlassung von Beschäftigten	☐	Betriebsübergabe	☐

18.1 Wie bewerten Sie die Erreichbarkeit Ihres Betriebes?

Verkehrsmittel – *Bitte je Verkehrsmittel (Zeile) ein Kreuz für die Erreichbarkeit (1-5) und eins für die Wichtigkeit des Verkehrsmittels für Ihren Betrieb (1-5)*	**Erreichbarkeit** 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
Lieferverkehr (Lkw)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pkw	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Öffentlicher Personennahverkehr	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fahrrad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

18.2 Welche Relevanz messen Sie den folgenden ausgewählten Maßnahmen bei?

Maßnahme	**Relevanz**			
	hoch	eher hoch	eher gering	gering
Verbesserung der Fahrpläne des ÖPNV	☐	☐	☐	☐
Förderung der ÖPNV-Nutzung durch Firmentickets	☐	☐	☐	☐
Ausbau des Radwegenetzes bzw. qualitative Verbesserung der Fahrradwege	☐	☐	☐	☐
Ausbau Park+Ride	☐	☐	☐	☐
Ausbau Bike+Ride (Fahrrad / Pedelec als Zubringer zum ÖPNV)	☐	☐	☐	☐
Aufbau eines Fahrrad- / Pedelec-Vermietsystems	☐	☐	☐	☐
Öffentliche Lade-Infrastruktur für E-Fahrzeuge	☐	☐	☐	☐
Anmietung weiterer Pkw-Stellplätze	☐	☐	☐	☐

19. Planen Sie Maßnahmen zur Verbesserung der energetischen Nachhaltigkeit Ihres Betriebes? **ja** ☐ **nein** ☐

20. Haben Sie Interesse an Geothermie? **ja** ☐ **nein** ☐

21.1 Ist Ihnen die Wirtschaftsförderung der Gemeinde Gräfelfing bekannt? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, woher kennen Sie die Wirtschaftsförderung der Gemeinde Gräfelfing?

Persönlicher Kontakt ☐ Presse ☐ Internetauftritt ☐ Veranstaltung ☐ welche? .....

21.2 Welche Wirtschaftsförderungsaktivitäten sind Ihnen in Zukunft wichtig?

Aktivitäten – *Für jede Aktivität (Zeile) je ein Kreuz bei „Allgemein wichtig" und bei „Aktuell eigener Bedarf".*	**Allgemein wichtig** 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)					**Aktuell eigener Bedarf**	
	1	2	3	4	5	ja	nein
Zentrale Anlaufstelle in der Gemeindeverwaltung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Behörden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hilfe bei der Suche nach Gewerbeflächen / -immobilien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Präsentation gewerblicher Immobilienangebote im Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung für Existenzgründer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Betriebsnachfolge	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisation von Informationsveranstaltungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Aufbau von Unternehmensnetzwerken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Energieberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermittelberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereitstellung regionaler Struktur- und Wirtschaftsdaten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Präsentation von Unternehmen aus Gräfelfing im Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Newsletter zu aktuellen Wirtschaftsthemen aus Gräfelfing	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Firmenbesuch durch die Bürgermeisterin / Wirtschaftsförderin	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

22. Möchten Sie Informationen der Wirtschaftsförderung per Mail erhalten (3-4 mal pro Jahr)? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, E-Mail: ..... Unterschrift: .....