



Should I Stay or should I go?

**Unternehmerische Entscheidung für oder gegen den
Unternehmenssitz bei Expansionsentscheidungen**



- Permanente Veränderungsprozesse (Tertiarisierung, Wissensgesellschaft, Marktein- und –austritte von Unternehmen, Verlagerungen, ...)
- Räumliche Umverteilung von Arbeitsplätzen, Steuereinnahmen und Wettbewerbspositionen
- Frage: Expansion „vor Ort“ oder an einem anderen Standort?
- Zufriedenheit der Unternehmer bzw. die Zufriedenheit der für Standortentscheidungen zuständigen Personen hat hierbei einen gewichtigen Einfluss!

Analyse der Standortwahl:

1. Datenbasis
2. Deskriptive Analyse der Unternehmen mit Expansionsabsichten
3. Bestimmung der Determinanten der Standortwahl
4. Regionalpolitische Implikationen



- Unternehmensbefragung zur Standortzufriedenheit
- Vollerhebung der IHK Bodensee-Oberschwaben, IHK Reutlingen und IHK Ulm
- Befragt wurden ca. 18.000 Unternehmen.
- Rücklaufquote: 23,2 Prozent
- Fragebogenstruktur:

Fragebogen zu Ihrer Standortzufriedenheit

IHK Ulm

Bitte zurücksenden bis spätestens **Freitag, 24. Februar 2012**

A1 Wie viele Mitarbeiter beschäftigt Ihre Firma hier am Unternehmensstandort (Vollzeitzuvalente)?

A2 Beabsichtigt Ihr Betrieb, in den nächsten zwei Jahren flächennützlich zu expandieren?

B Standortbewertung

Verkehr	Wichtigkeit				Zufriedenheit			
	sehr	wichtig	weniger	unwichtig	sehr	zufrieden	weniger	zufrieden
Erreichbarkeit überregional über Straße	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erreichbarkeit überregional über Schiene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anbindung an den Luftverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Öffentlicher Personennahverkehr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkehrsbeförderung / Verkehrserschließung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Angaben zur Betriebsgröße
- Angaben zur Branche
- Angaben zu Expansionsabsichten
- Gesamtzufriedenheit mit der Region
- Einschätzung von Wichtigkeit und Zufriedenheit von 29 Standortfaktoren zu den Themen Verkehr, Arbeitsmarkt, Attraktivität, Kosten, weitere Standortfaktoren

Skalen:

sehr wichtig (4), wichtig (3), weniger wichtig (2), unwichtig (1)

Sehr zufrieden (4), zufrieden (3), weniger zufrieden (2), unzufrieden (1)

Beabsichtigt Ihr Betrieb, in den nächsten zwei Jahren flächenmäßig zu expandieren?

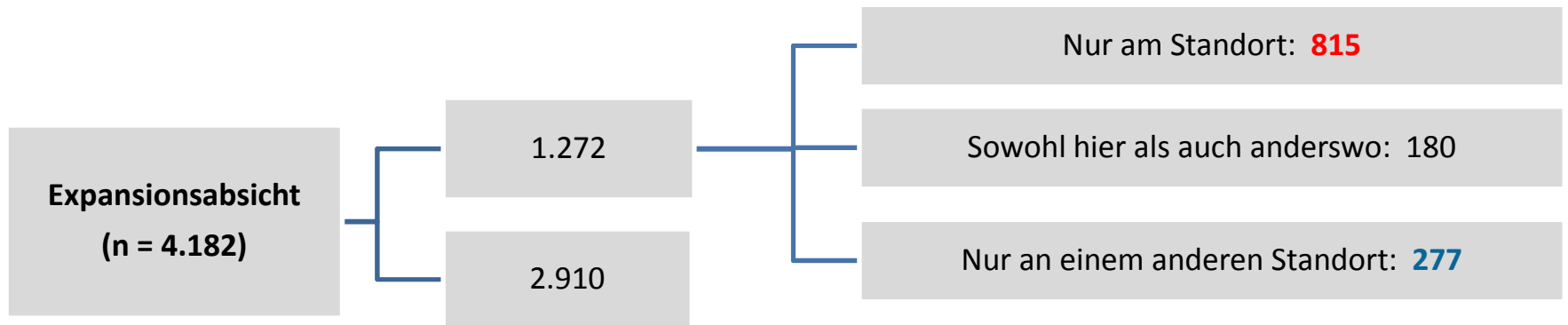
	Ja	Nein	Weiß nicht
Hier in der Region	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderer Standort in Deutschland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Im Ausland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Annahme:

Expansionsabsicht nur dann, wenn mindestens eine der Fragen mit „Ja“ beantwortet wird.



		Expansion im Ausland		keine Expansion im Ausland	
		nein	ja	nein	ja
Expansion am Standort?	Expansion anderswo in Deutschland?				
	nein	117	54	2910	106
	ja	72	43	815	65



Typ	Insgesamt	Expansion hier	Expansion anderswo	Expansion hier und anderswo
Kleine	2692	547	92	76
Große	306	73	16	44
Dienstleister	3072	570	124	125
Industrie	964	228	27	45

Definitionen:

„Kleine Unternehmen“: Unternehmen mit weniger als 50 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

„Große Unternehmen“: Unternehmen mit mehr als 50 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten



Vorgehensweise:

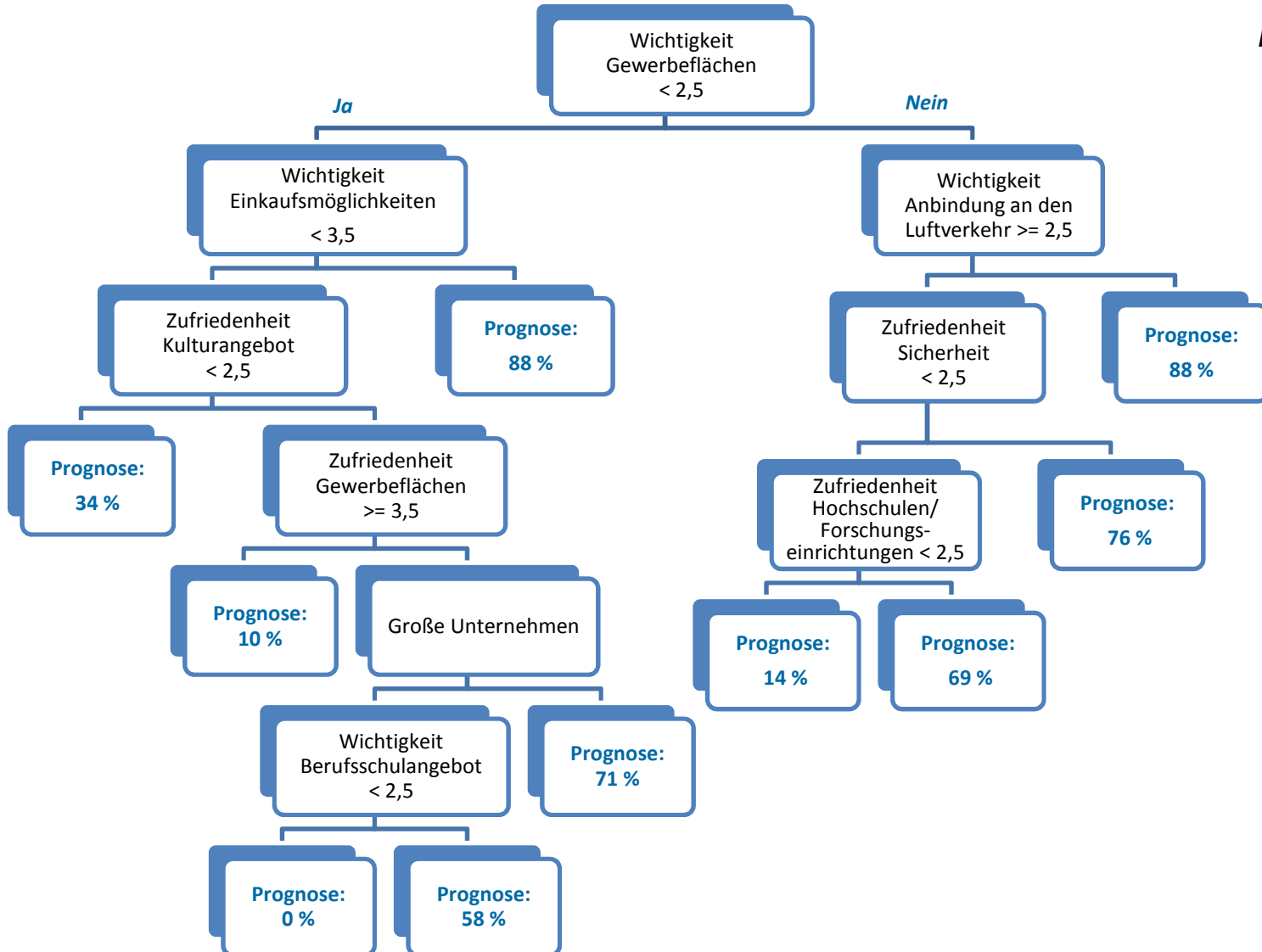
- **Datenbasis:** Beschränkung auf diejenigen, die nur am Standort oder nur woanders expandieren
- **Grundgedanke:** Standorttreue lässt sich aus den Einschätzungen der Unternehmen zur Wichtigkeit der Standortfaktoren und zur Zufriedenheit mit den Standortfaktoren ableiten.
- **Vermutung:** Die Einschätzung der Wichtigkeit der Standortfaktoren hat eher einen Einfluss auf die Expansionsentscheidung, da durch eine hohe Bedeutungszuschreibung Knappheiten signalisiert werden.
- **Hypothese:** Die Unzufriedenheit mit Standortfaktoren erhöht die Abwanderungsneigung, Zufriedenheit hingegen erhöht die Standorttreue der Unternehmen.
- **Ziel:** Prüfen der Hypothese und Ableiten besonders wichtiger Standortfaktoren

Bestes Modell (GLM):

Erklärende Variablen:	Koeffizient	Standard- abweichung	z-Wert	Signifikanz
(Absolutglied)	-511.7	0.80493	-6.357	***
Z Kulturangebot	0.26	0.11998	2.203	*
Z Beruf Familie	0.29	0.11694	2.506	*
Z Sicherheit	0.37	0.13860	2.647	**
Z Image Region	0.27	0.13689	1.961	*
W Anbindung Luftverkehr	-0.39	0.08484	-4.544	***
W Facharbeiter	0.26	0.09320	2.818	**
W Berufsschulangebot	0.24	0.09525	2.493	*
W Umweltqualität	0.25	0.11755	2.151	*
W Gewerbeflächen	0.67	0.10119	6.655	***
W Hochschulen Forschung	-0.43	0.09927	-4.287	***
Kleine Unternehmen	0.90	0.19237	4.663	***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

N = 1.092





Interpretation:

- Alle im Modell enthaltenen Variablen, die im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Unternehmen mit der Standortqualität stehen, weisen das erwartete Vorzeichen auf.
- Bei den Variablen, die die im Zusammenhang mit der Zufriedenheit der Unternehmen mit der Standortqualität stehen, haben die weichen Standortfaktoren eine hohe Bedeutung (Sicherheit, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Kulturangebot, Image der Region).
- Unter den Variablen, die im Zusammenhang mit der Wichtigkeit der Standortfaktoren haben, erweisen sich diejenigen mit relevanten „Vor-Ort-Angeboten“ als Pull-Faktoren (Facharbeiter, Berufsschule, Gewerbeflächen, Umweltqualität)
- Unter den Variablen, die im Zusammenhang mit der Wichtigkeit der Standortfaktoren haben, erweisen sich diejenigen mit typischen überregionalen Angeboten als Push-Faktoren (Anbindung an den Luftverkehr, Hochschulen)

Schlussfolgerungen:

- Standortpolitik ist weiter eine entscheidende Aufgabe in den Regionen. Neben der Ansiedlungspolitik ist dabei auch die Bestandspflege sehr wichtig.
- Bei der Entscheidung von Orten (Expansion nur hier vs. Expansion nur woanders, an denen Expansionen stattfinden sollen, spielen weiche Standortfaktoren eine große Rolle.
- Mit zunehmender Bedeutung der Standortfaktoren „Vor Ort“ entscheiden sich Unternehmen für Expansion, vermutlich, weil sie wissen, was sie bei diesen erfolgskritischen Faktoren am Unternehmensstandort geboten bekommen
- Standortentscheidungen weisen je nach Unternehmensgröße und Branchenzugehörigkeit unterschiedliche Determinanten auf. Hier wären weitere Untersuchungen hilfreich, sofern die Datenlage dies zulässt.



**„Alles sollte so einfach wie möglich gemacht
werden. Aber nicht einfacher.“**

Albert Einstein