

Unternehmensbefragung Sindelfingen 2012 Ausgewählte Ergebnisse

Die Ergebnisse unserer Unternehmensbefragung 2012, welche die Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH zusammen mit der Gefak (Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH) initiiert hat, liegen vor!

Hierzu an erster Stelle ein herzliches Dankeschön an alle, die sich daran beteiligt haben. Sie helfen uns, unsere Arbeit zu bewerten und unser Serviceangebot für Sie als unsere Kunden weiterhin

bedarfsgerecht zu gestalten - und so den Wirtschaftsstandort Sindelfingen weiter zu entwickeln.

Erste Ergebnisse haben wir für Sie zusammengestellt.

Als Ansprechpartnerin bei der Wirtschaftsförderung steht Ihnen Viktoria Neher, Projektmanagerin, Telefon (0 70 31) 688 42-12, E-Mail: viktoria.neher@sindelfingen.org zur Verfügung.

EINFÜHRUNG

Die Befragten

Die Befragung richtete sich an alle Unternehmen mit einer Betriebsstätte in der Stadt Sindelfingen, die nach Kenntnis der Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH mindestens zwei Beschäftigte haben.

Zielsetzung

Ermittlung eines branchen- und betriebsgrößenübergreifenden Meinungsbildes zu den Themen **Standortzufriedenheit, Entwicklungspläne, Arbeitskräftebedarf, Kooperationsfelder** sowie **Bewertung der Arbeit der Wirtschaftsförderung**.

Rücklauf

Von den 607 zugestellten Anschreiben haben 115 Betriebe einen verwertbaren Fragebogen zurückgesandt, was einer **Rücklaufquote von 19 Prozent** entspricht. Lediglich 30 Prozent der Befragten nutzten die Online-Version. Die Ergebnisse decken rund 34.600 Beschäftigte am Standort Sindelfingen ab und beziehen sich damit auf mehr als jeden dritten Arbeitsplatz.

Mehr als die Hälfte der Fragebögen (53 %) stammt von Betrieben mit zehn bis 50 Beschäftigten, ein weiteres Drittel von Kleinbetrieben (unter zehn Beschäftigte). Die 15 größten antwortenden Betriebe mit mindestens 50 Beschäftigten machen 14 Prozent des Rücklaufs aus.

Wirtschaftsbereiche: Den größten Anteil haben die (sonstigen) Dienstleistungsbetriebe (43 %). Je ein Fünftel der Antworten kommt aus dem Handwerk bzw. vom Handel. Industrie und Gastgewerbe sind mit 10 bzw. 8 Prozent vertreten.

Betrachtet man die Verteilung anhand der Beschäftigten in den klassischen Wirtschaftsbereichen „Produzierendes Gewerbe“, „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“ und „Sonstige Dienstleistungen“, so zeigt sich, dass die Befragungsstichprobe von der Verteilung der Beschäftigten laut amtlicher Statistik dahingehend abweicht, dass das **Produzierende Gewerbe** mit 88 Prozent **überrepräsentiert** ist, während die **Dienstleistungen (10 %)**, aber auch Handel, Gastgewerbe und Verkehr (1 %) **unterrepräsentiert** sind.

AUSWERTUNG

Kompetenzfelder / Dominierende Branchen am Standort Sindelfingen sind:

1. **Fahrzeugbau und Fahrzeugentwicklung** (neben der Daimler AG 15 Betriebe mit zusammen rund 630 Beschäftigten)
2. **Maschinenbau** (13 Betriebe mit 980 Beschäftigten)
3. **Elektrotechnik und Elektronik** (8 Betriebe mit 674 Beschäftigten)
4. **Informations- und Kommunikationstechnik** (8 Betriebe mit 374 Beschäftigten)
5. **Umwelttechnologie** (7 Betriebe mit 338 Beschäftigten)

Absatzmärkte

Zwei Drittel der Befragten erwirtschaften mindestens die Hälfte des Umsatzes in der Region. Etwa ein Viertel der Betriebe liefert einen Teil ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen in das Ausland.

Forschung und Entwicklung, Hochschulkooperationen

17 Betriebe geben an, in Sindelfingen Forschung und Entwicklung zu betreiben. Von den befragten Unternehmen geben 39 Prozent an, bereits Kontakte zu Hochschulen und sonstigen Forschungs- und Technologieeinrichtungen zu pflegen. Im regionalen Vergleich ist der **Anteil der Betriebe mit Forschungskontakten in Sindelfingen überdurchschnittlich hoch**. Zudem sind zahlreiche Betriebe (25), die bislang keine Hochschul- bzw. Forschungskontakte pflegen, an solchen interessiert. Insgesamt spiegeln diese Indikatoren das hohe Innovationspotenzial des Wirtschaftsstandortes Sindelfingen wider.

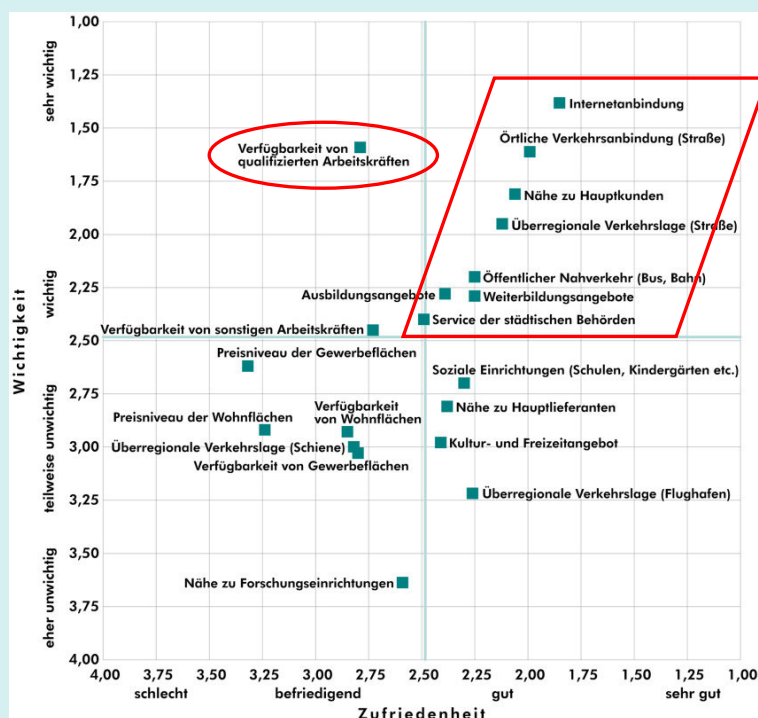
Regionale Unternehmenskooperationen

Die Hälfte der Befragten kooperiert bereits mit anderen Unternehmen in Sindelfingen. Die häufigsten Kooperationsfelder sind die **Werbung** (24 Nennungen), der **Einkauf** (21) sowie **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** (18). Die größten Potenziale stecken in den Kooperationsfeldern **Weiterbildung/Qualifizierung** (26 Interessenten), **Ausbildung** (25), **Messen** (18) sowie **Forschung und Entwicklung** (11).

Damit stellt sich die Kooperationsförderung als wichtiges Handlungsfeld der Wirtschaftsförderung heraus.

Standortbewertung

5 der 6 wichtigsten Faktoren für die Unternehmen am Standort wurden auch am besten bewertet. Das Arbeitskräfteangebot stellt das wichtigste Handlungsfeld für die Wirtschaftsförderung dar.



Grafik: Gefak mbH

1. **Standortzufriedenheit in Sindelfingen insgesamt „noch gut“**. Dies zeigt der Durchschnittswert von 2,5 für alle bewerteten Faktoren.

Am besten bewertet wurden die Standortfaktoren **Internetanbindung (1,85)** und die örtliche **Straßenanbindung (1,99)**. Mit Mittelwerten zwischen 2,0 und 2,3 ebenfalls noch gut werden außerdem weitere Aspekte der Anbindung bzw. Erreichbarkeit benotet (Nähe zu den Hauptkunden, Anbindung an das überregionale Straßennetz und den Flughafen sowie der ÖPNV). Auch die sozialen Einrichtungen und die Weiterbildungsangebote werden überdurchschnittlich bewertet.

Kritisch bewertet wurden von den Unternehmern **die Standortkosten** (schlechte Verfügbarkeit und folglich hohes Preisniveau der Wohn- und Gewerbeflächen). Unterdurchschnittliche Noten erhalten außerdem die **Schienenanbindung** und die **Verfügbarkeit von Arbeitskräften**.

2. Bewertung der **Wichtigkeit der einzelnen Standortfaktoren für das Unternehmen**: Der wichtigste Standortfaktor für die Betriebe in Sindelfingen ist die **Internetanbindung**. Von mehr als der Hälfte aller antwortenden Betriebe werden außerdem die **Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte**, die **örtliche Straßenanbindung** und die **Nähe zu den Hauptkunden** als sehr wichtig eingestuft.

Im direkten Vergleich mit der Stadt Ludwigsburg (ebenfalls in der Region Stuttgart gelegen und rund 28.000 Einwohner mehr) hat **Sindelfingen Vorteile bei der Internetanbindung, der Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte sowie den Aus- und Weiterbildungsangeboten**. Dies zeigt ein Vergleich mit Ergebnissen einer aktuellen Umfrage in der Barockstadt.

Kritischer als in Ludwigsburg bewerten die Sindelfinger Betriebe das Kultur- und Freizeitangebot, die Schienenanbindung, das Preisniveau der Gewerbeflächen, die Wohnflächenverfügbarkeit und den Service der städtischen Behörden.

3. Etwas bessere Noten erhalten 2012 **im Vergleich zur Befragung im Jahr 2008** die Schienenanbindung, die Internetanbindung, die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte, die Aus- und Weiterbildungsangebote sowie der Service der städtischen Behörden. Diesen Verbesserungen stehen kritischere Bewertungen der überregionale Straßenanbindung, der sozialen Einrichtungen sowie des Kultur- und Freizeitangebotes gegenüber.

Arbeitskräftebedarf

Zwei Drittel der antwortenden Unternehmen haben **kurz- bis mittelfristigen Bedarf** an zusätzlichen Arbeitskräften. Gut ein Drittel (34,5 %) sucht

gewerblich-technische Fachkräfte. Die zweitwichtigste Zielgruppe sind die Auszubildenden (32 % der Betriebe). Jeder vierte Betrieb sucht Hochschulabsolventen.

Die **68 Betriebe**, die nähere Angaben zu ihrem Bedarf gemacht haben, **suchen zusammen 273 Arbeitskräfte** (ohne Daimler), d.h. pro Betrieb werden rund 4 Mitarbeiter gesucht. Vorrangig **mit mehr als 100 Nennungen sind dies die Hochschulabsolventen**, gefolgt von den **gelernten Arbeitskräften (gewerblich/technisch)(76)**.

Stellenbesetzungsprobleme

42 von 105 (= 40 %) auf diese Frage antwortende Betriebe haben in den vergangenen zwölf Monaten **vergeblich versucht, einen Arbeitsplatz zu besetzen**. Die meisten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung werden zukünftig bei **gewerblich-technischen Fachkräften** erwartet. 35 Prozent der Betriebe gehen fest davon aus, dass es Probleme geben wird, weitere 16 Prozent rechnen eventuell mit Schwierigkeiten. Bei den Hochschulabsolventen erwarten 24 Prozent Probleme, weitere 19 Prozent eventuell. Auch bei der Besetzung von Ausbildungsplätzen erwartet fast die Hälfte der Betriebe (mögliche) Probleme.

Fachkräftesicherung

1. Aus- und Weiterbildung von Arbeitskräften spielen zur Sicherung der Innovationskraft in den Betrieben und zur Fachkräftesicherung eine wichtige Rolle. Knapp die Hälfte der befragten Betriebe (48 %) bildet selbst aus. 60 von 100 Befragten haben bereits Kontakte zu Schulen, z.B. über Praktika, Berufsinformationstage etc. Weitere 25 Betriebe, die bislang keine Schulkontakte pflegen, sind an solchen interessiert. 75 Betriebe (= mehr als 90 % der Antwortenden) ermöglichen ihren Mitarbeitern die Teilnahme an **Weiterbildungsangeboten**. Bei einem größeren Teil (66 Betriebe) findet Weiterbildung fallweise statt, bei 34 Betrieben systematisch. 52 Betriebe bieten Weiterbildungsmaßnahmen ausschließlich betriebsintern an, 80 Betriebe ausschließlich extern, und in 41 Betrieben werden die Mitarbeiter sowohl intern als auch extern fortgebildet.

2. Vereinbarkeit von Beruf und Familie als weiteres Handlungsfeld zur Fachkräftesicherung. Über 70 Prozent der Betriebe bieten **individuelle Arbeitszeitmodelle** an. Ein Drittel der Betriebe verfügen (außerdem) über eine **flexible Arbeitsorganisation** (z.B. Telearbeit). Eine betrieblich Kinderbetreuung stellt die Ausnahme dar, die lediglich in vier Betrieben praktiziert wird. Angesichts der von so vielen Betrieben erwarteten Schwierigkeiten bei der künftigen Stellenbesetzung verwundert es, dass nur sehr wenige Betriebe, die bislang keine der genannten Maßnahmen anbieten, solche in Zukunft planen.

Sehr dynamische Entwicklungspläne

Es gibt deutlich mehr Unternehmen mit expansiven Entwicklungsplänen als Unternehmen, die in den kommenden drei Jahren Schrumpfungmaßnahmen planen. **45 Betriebe planen die Aufnahme neuer Dienstleistungen bzw. Produkte.** Nicht zuletzt diese expansiven und innovativen Pläne dürften zur Folge haben, dass **59 Betriebe die Neueinstellung von Beschäftigten** vorsehen. Diesen stehen nur drei Betriebe gegenüber, die einen geplanten Personalabbau angeben, darunter kein sehr großer Arbeitgeber.

Zukünftiger Flächenbedarf

18 der befragten Betriebe, die geantwortet haben, geben für die kommenden drei Jahren **zusätzlichen Gewerbeflächenbedarf** an. Die 22 Betriebe, die ihren Bedarf quantifiziert haben, benötigen insgesamt knapp vier Hektar. Davon entfallen etwa zwei Drittel auf Gewerbegrundstücke.

Wirtschaftsförderung Sindelfingen GmbH

als Ansprechpartner und Bindeglied zwischen Wirtschaft und Verwaltung.

1. Bekanntheitsgrad: Mehr als 92 Prozent der Befragten kannten die Wirtschaftsförderung zum Zeitpunkt der Befragung bereits. Die meisten der antwortenden Betriebe kennen die Wirtschaftsförderung über mehrere Quellen (53 von 99 Betrieben). Für die 46 Betriebe, die die Wirtschaftsförderung über eine einzige

Quelle kennen, ist **der persönliche Kontakt die häufigste Quelle** (59 %), gefolgt von der Presse (22 %) und Veranstaltungen (15 %). Ausschließlich über den Internetauftritt kennen die Wirtschaftsförderung lediglich vier Prozent der Befragten.

- Bei der **Bewertung ausgewählter Dienstleistungen** zeigt sich, dass die allermeisten Betriebe **mit dem Service der Wirtschaftsförderung zufrieden** sind. Lediglich beim Gewerbeflächen-/Immobilienmanagement und beim Aufbau von Unternehmensnetzwerken sind einige Betriebe weniger zufrieden.
- Am **zufriedensten** sind die Betriebe mit der **Erreichbarkeit**. Aber auch mit der **Angebotspalette** sind rund 70 Prozent zufrieden, fast 20 Prozent sogar sehr zufrieden. Zwar erreicht auch die Umsetzung insgesamt hohe Zufriedenheitswerte, allerdings zeigen sich hier immerhin zehn Prozent unzufrieden.
- Mehr als zwei Drittel der Befragten halten die **Organisation von Unternehmertreffen**, den **Aufbau von Unternehmensnetzwerken**, die **Rolle als zentraler Ansprechpartner mit der Verwaltung** und die **Imagewerbung für den Wirtschaftsstandort** für sehr wichtig bzw. eher wichtig. Als sehr wichtig sehen außerdem zahlreiche Betriebe die **Investorenwerbung** an. Eine Gegenüberstellung des aktuellen individuellen Bedarfs der Betriebe mit dem Serviceangeboten der Wirtschaftsförderung zeigt, dass das Angebot der WSG mit den allgemeinen Einstufungen der Wichtigkeit der Aktivitäten weitgehend übereinstimmt. Der **größte Bedarf der Unternehmen besteht an Vernetzung untereinander**.