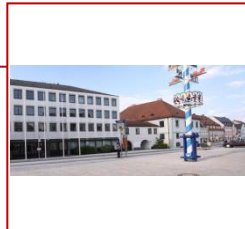




L · Q · M



Ergebnisbericht der Unternehmensumfrage im Landkreis Pfaffenhofen,

für Geisenfeld

1. Ausgangssituation: Zielsetzung der Befragung

Die Befragung misst Standortzufriedenheit und Abwanderungsbereitschaft der im Landkreis Pfaffenhofen ansässigen Unternehmen und Gewerbebetriebe.

Zielsetzung:

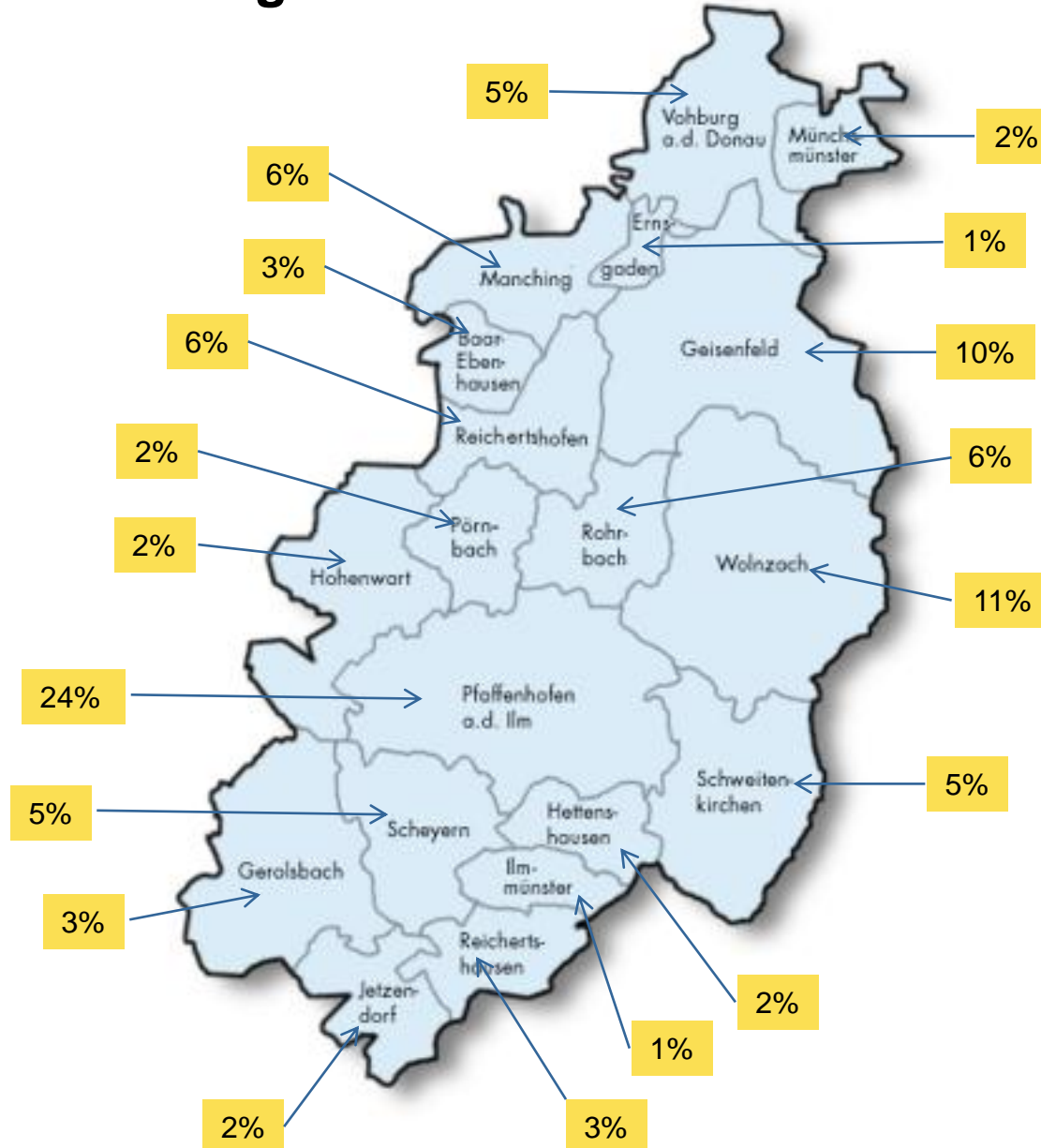
- Messung der Standortzufriedenheit und Loyalität (Standortbindung) der Unternehmen im Landkreis Pfaffenhofen
- Ermittlung der Zufriedenheit mit der Wirtschaftsförderung bzw. mit dem Landratsamt
- Bestimmung der Erwartungen und Bedürfnisse der Unternehmen an die Wirtschaftsförderung
- Abgleich der Unternehmensdaten der Wirtschaftsförderung mit den erhobenen Daten der Befragung

Methodik:



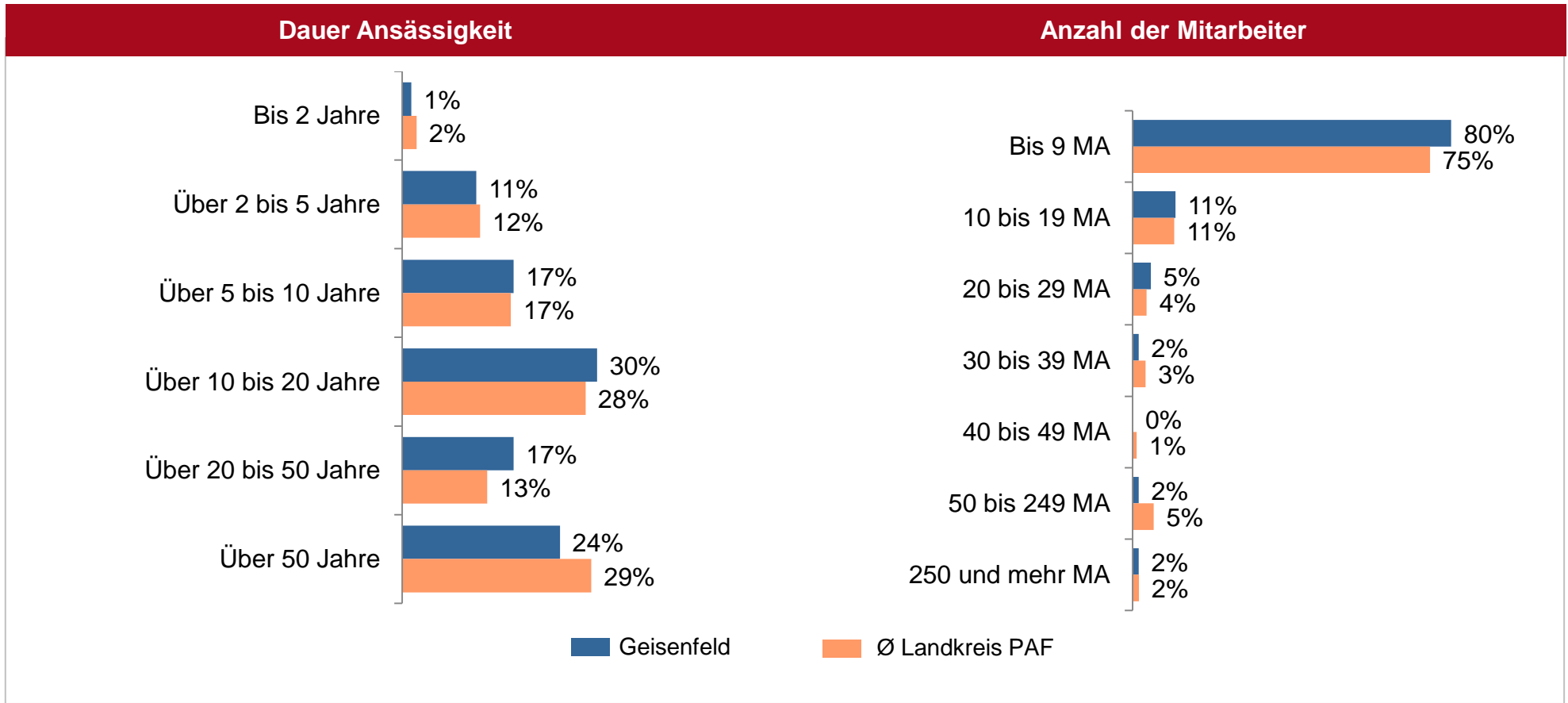
- Es wurden im Sommer 2011 insgesamt **829 Interviews** mit Unternehmensbesitzern und Führungskräften durchgeführt. Davon waren 293 schriftlich, 244 Online und 292 per Telefon (Ausschöpfung 42%).
- In **Geisenfeld** wurden 72 Unternehmen befragt

2. Statistik: Verteilung der Unternehmen nach Kommune



2. Statistik: Ansässigkeit und Betriebsgröße

Ein Drittel der befragten Unternehmen im Landkreis ist erst relativ jung bzw. seit 10 Jahren im Landkreis Pfaffenhofen vertreten. Vor allem kleinere Unternehmen finden sich in der Region wieder.

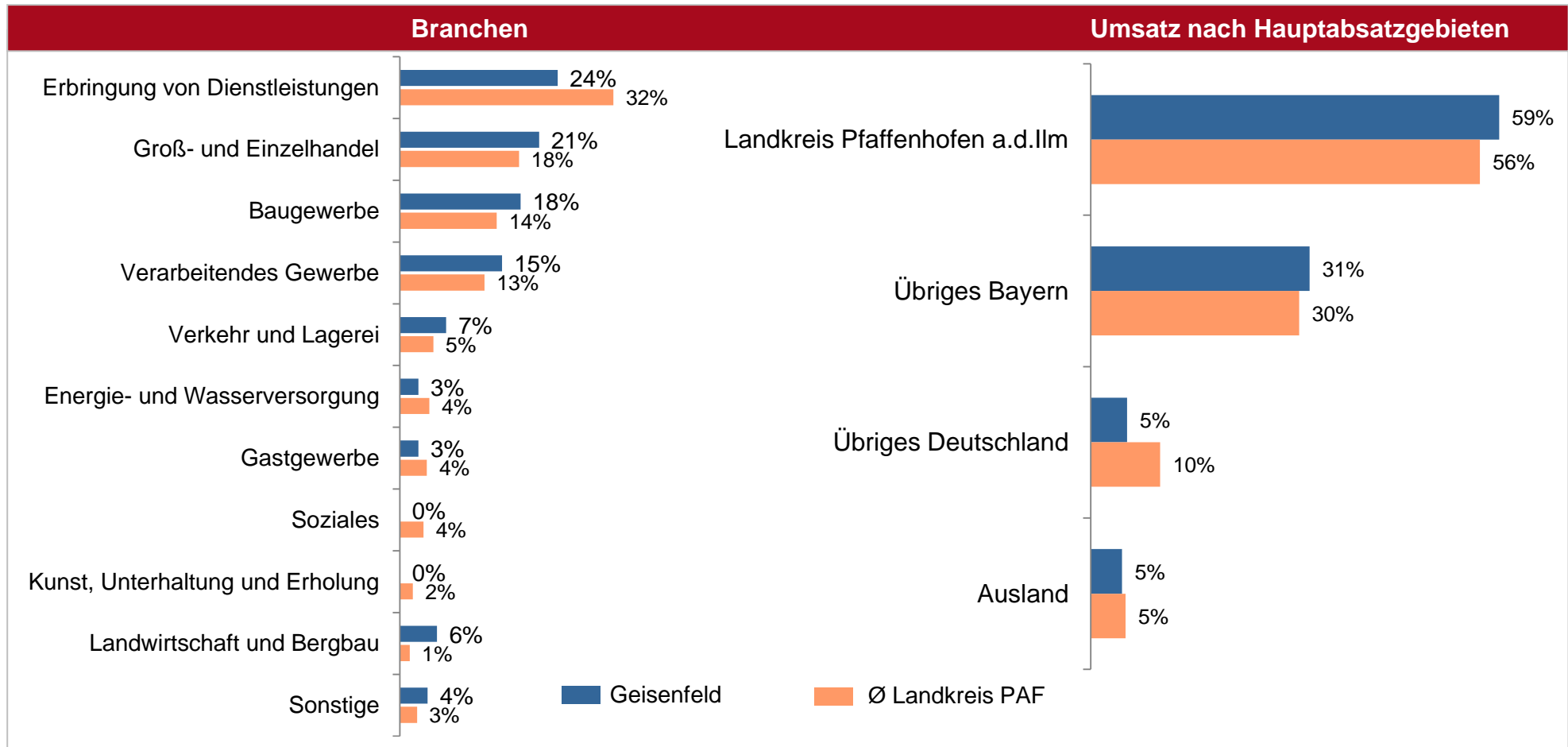


Frage 6: „Seit wann ist Ihr Unternehmen schon im Landkreis Pfaffenhofen ansässig?“

Frage 16: „Bitte ergänzen Sie die folgenden Angaben über Ihr Unternehmen. ...Anzahl der Mitarbeiter?“

2. Statistik: Standort und Absatzgebiet

Fast die Hälfte des Umsatzes im Landkreis Pfaffenhofen wird insgesamt außerhalb des Landkreises erwirtschaftet.

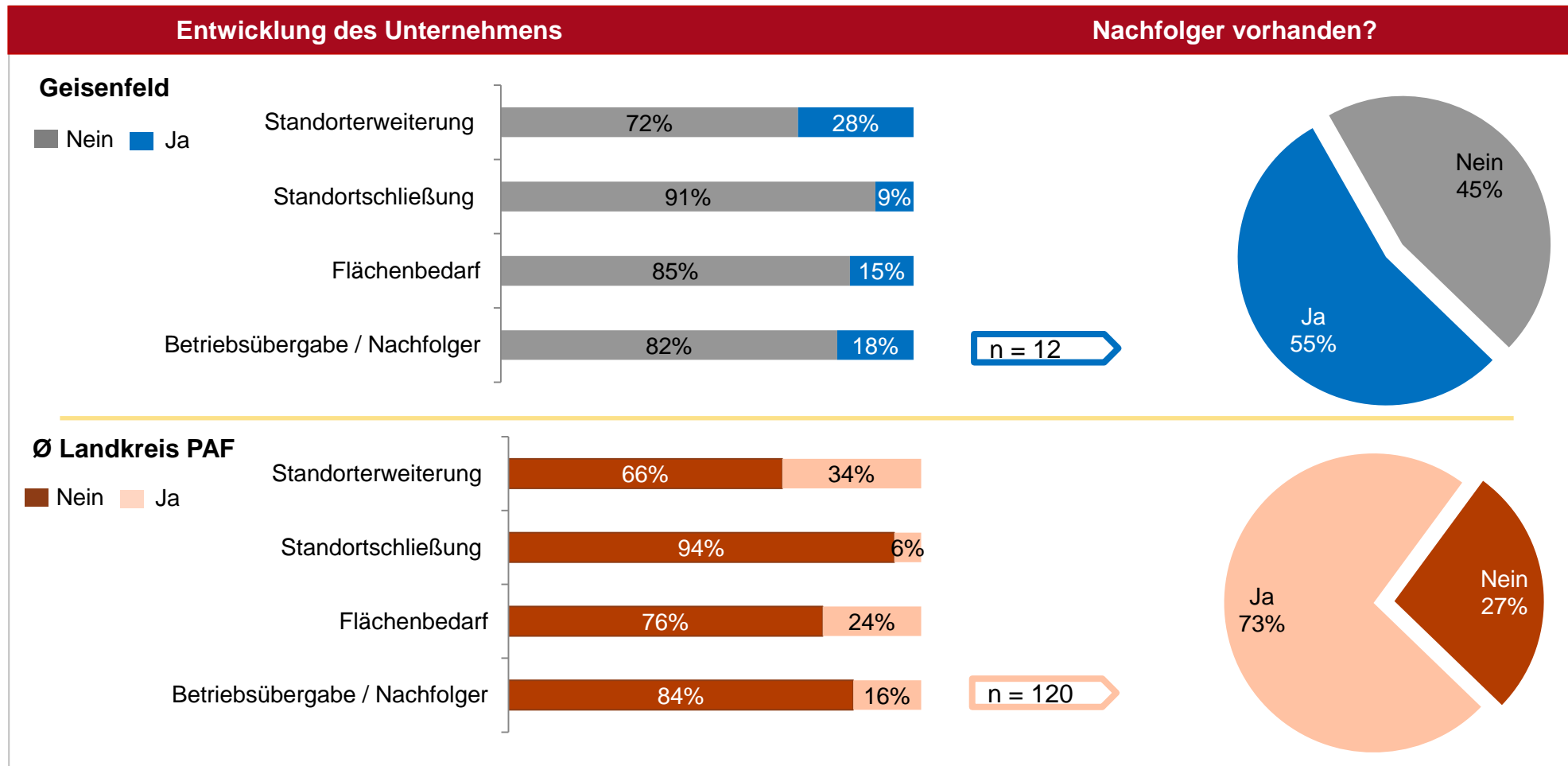


Frage 13: „Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?“

Frage 11: „Bitte nennen Sie Ihren Umsatz in % aufgeteilt nach Ihren Hauptabsatzgebieten?“

3. Unternehmensentwicklung: Allgemeine Entwicklung

Standorterweiterung und Flächenbedarf werden als häufigste Entwicklungen der nächsten drei Jahre genannt. Im Falle einer Betriebsübergabe ist der Nachfolger oft bekannt.

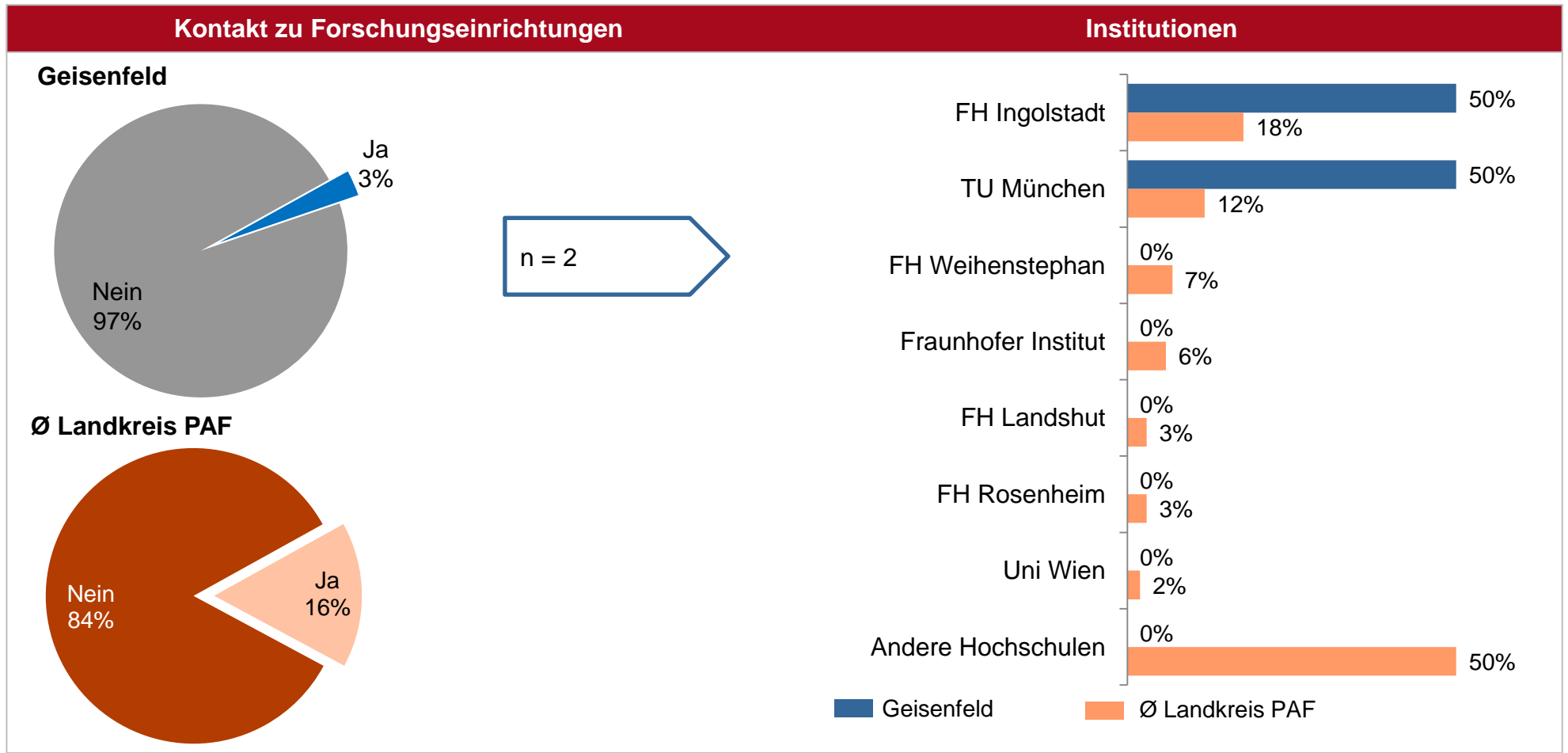


Frage 8: „Welche konkreten Überlegungen für die Entwicklung Ihres Unternehmens bestehen für die nächsten drei Jahre?“

Frage 9: „Falls Betriebsübergabe: Gibt es schon einen Nachfolger?“

3. Unternehmensentwicklung: Kontakt zu Forschungseinrichtungen

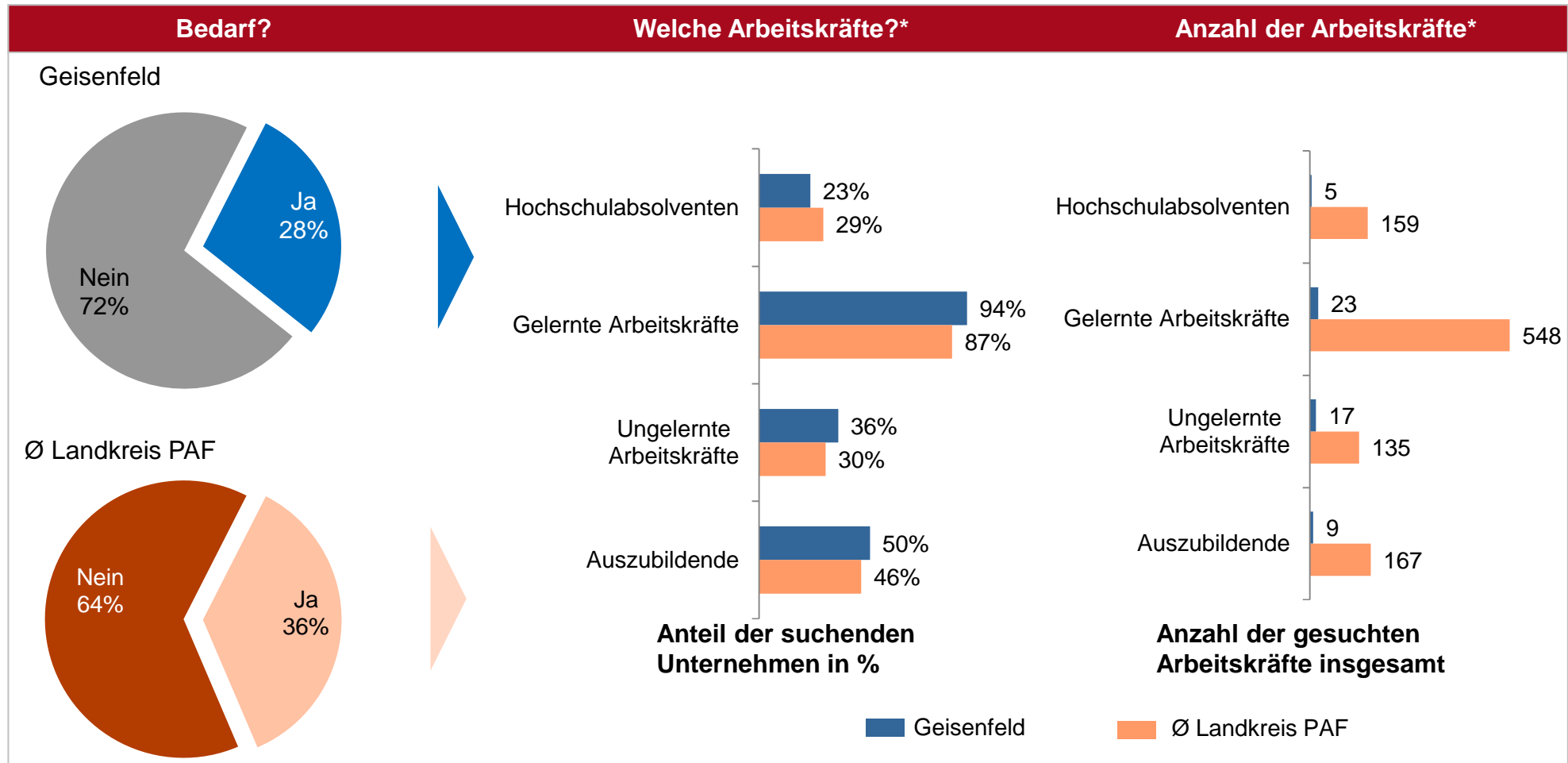
Fast jeder fünfte Betrieb im Landkreis hat Kontakt zu Forschungseinrichtungen, am häufigsten zur FH Ingolstadt.



Frage 12: „Haben Sie Kontakt zu Hochschulen oder sonstigen Forschungs- und Technologietransfereinrichtungen? Wenn ja, wer sind Ihre (wichtigsten) Partner?“

3. Unternehmensentwicklung: Bedarf an Arbeitskräften (I)

Immerhin 36% der Unternehmen im Landkreis haben Bedarf an Arbeitskräften. Der höchste Bedarf herrscht bei gelernten Arbeitskräften.

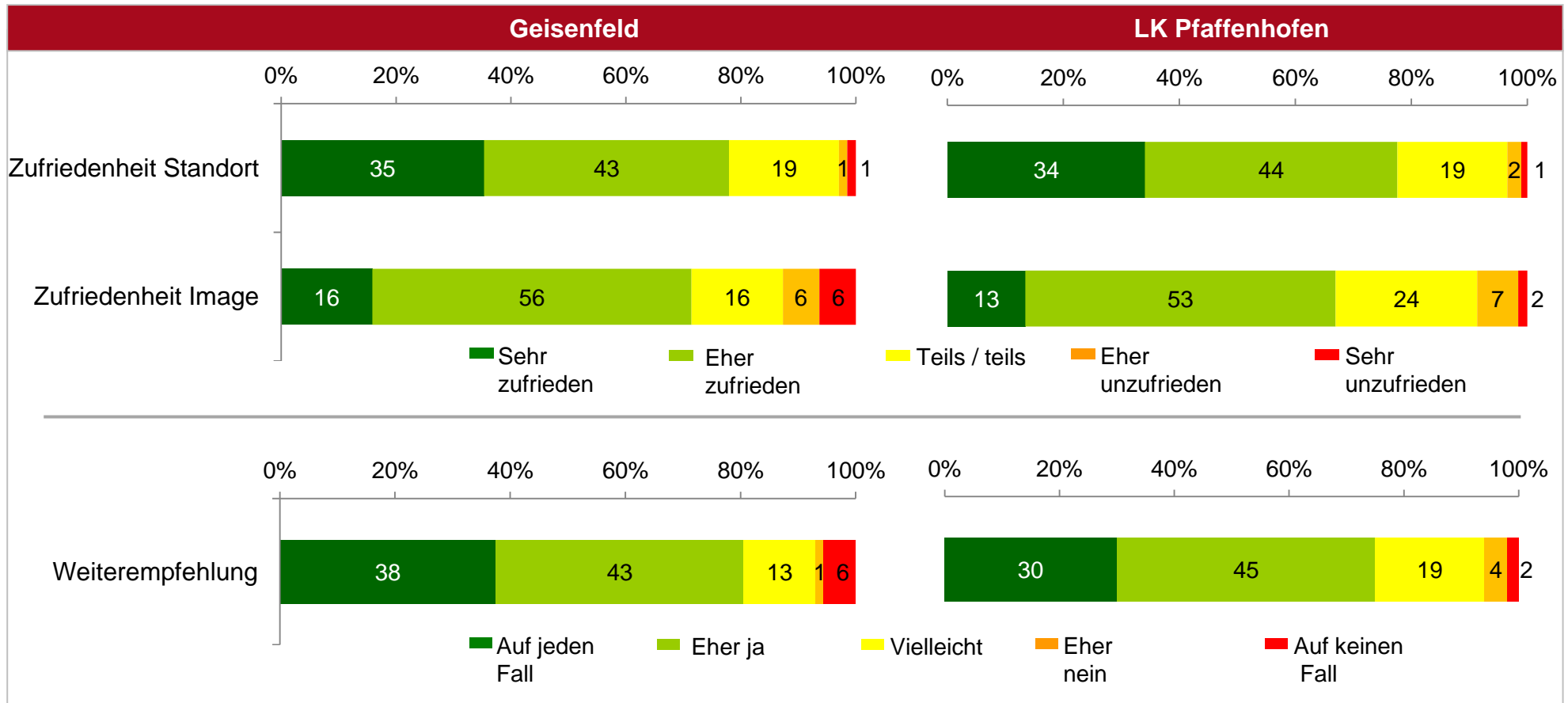


Frage 3: „Haben Sie Bedarf an Arbeitskräften?“

Frage 4: „Suchen Sie folgende Arbeitskräfte? Wenn ja, wie viele?“ (Mehrfachnennungen möglich)

4. Globalzufriedenheit und Image (I)

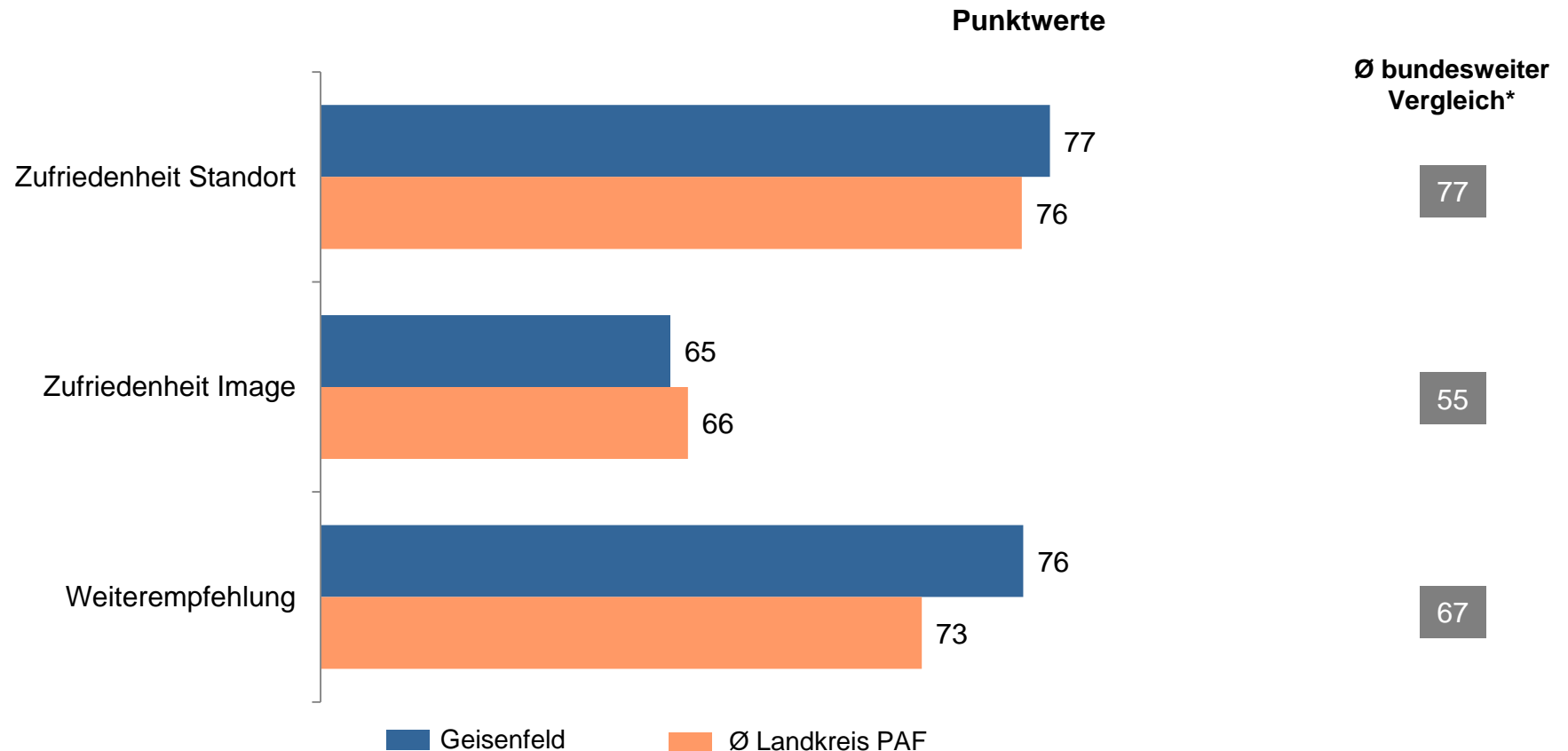
Ein Drittel aller Befragungsteilnehmer wünscht sich ein besseres Image des Landkreises, doch viele empfehlen den Unternehmensstandort weiter.



Frage 1: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Unternehmensstandort im Landkreis?“
Frage 2: „Wie zufrieden sind Sie mit dem Image des Landkreises Pfaffenhofen a.d.Ilm?“
Frage 7: „Würden Sie den Unternehmensstandort weiter empfehlen, z.B. befreundeten Unternehmen?“

4. Globalzufriedenheit und Image (II)

Im Vergleich der (bundesweiten) Durchschnittswerte sind die Unternehmen im Landkreis Pfaffenhofen zufriedener mit dem Image und empfehlen diesen häufiger weiter.



Frage 1: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Unternehmensstandort im Landkreis?“

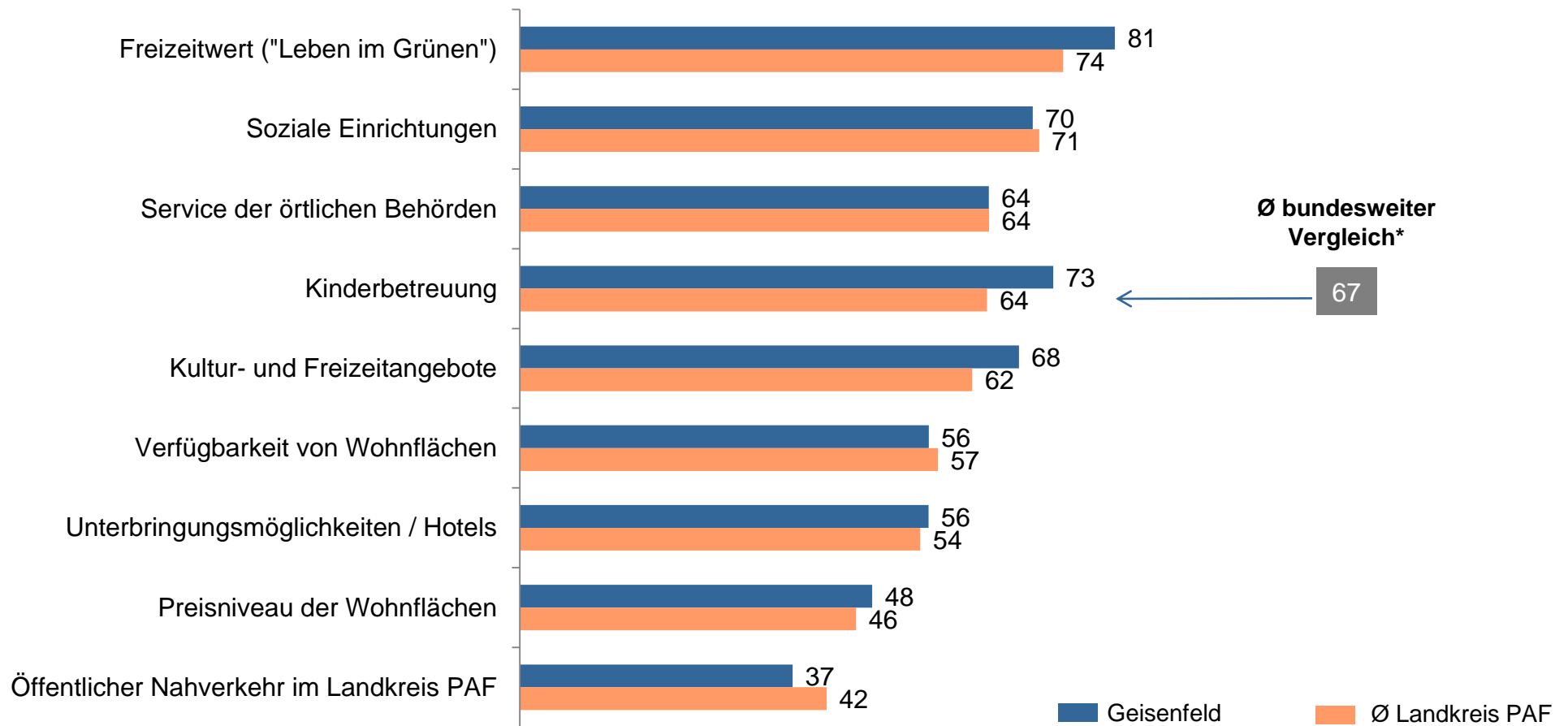
Frage 2: „Wie zufrieden sind Sie mit dem Image des Landkreises Pfaffenhofen a.d.Ilm?“

Frage 7: „Würden Sie den Unternehmensstandort weiter empfehlen, z.B. befreundeten Unternehmen?“

* Die Vergleichszahlen entsprechen dem Durchschnitt aller teilnehmenden Kommunen am GEWERBEMonitor 2011

5. Zufriedenheit mit Standortfaktoren: Wohnsituation und Soziales

Der Freizeitwert des Landkreises ist nach Ansicht der Unternehmen recht hoch. Den öffentlichen Nahverkehr halten sie für ausbaufähig.

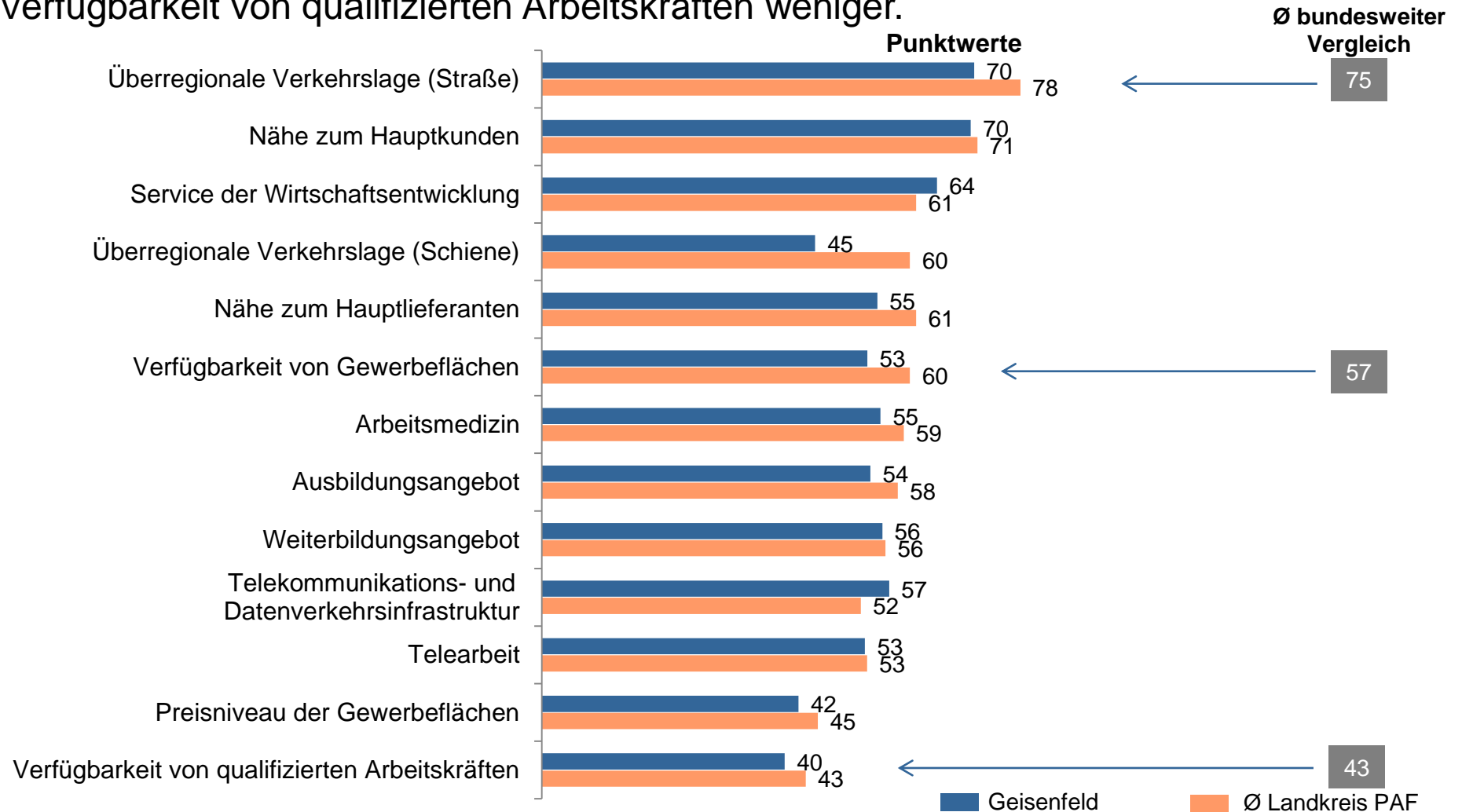


Frage 2: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Standortfaktoren?“

* Vergleichszahlen sind nur für Zufriedenheit mit der Kinderbetreuung vorhanden

5. Zufriedenheit mit Standortfaktoren: Wirtschaft und Arbeitsmarkt

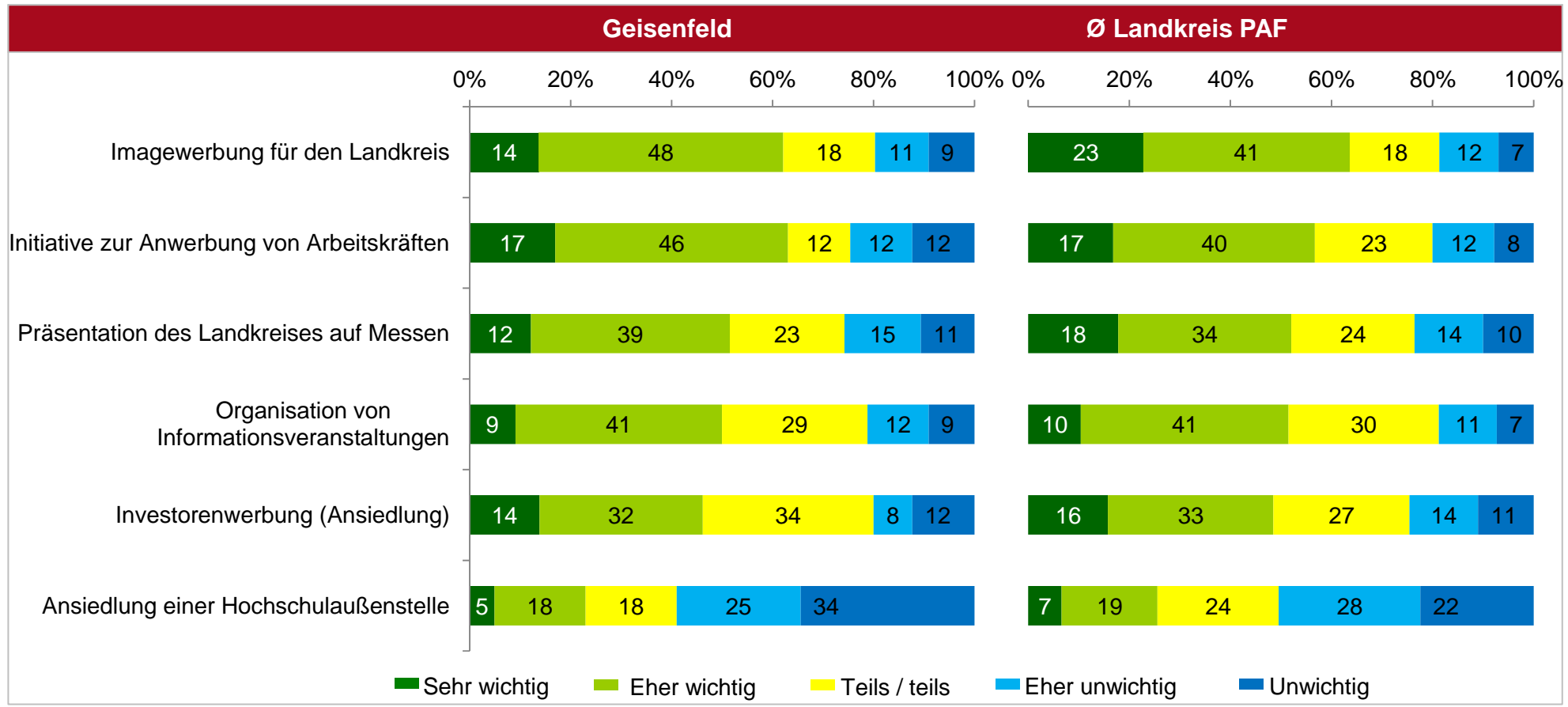
Die überregionale Verkehrslage ist im Sinne der Unternehmen im Landkreis. Die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften weniger.



Frage 2: „Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Standortfaktoren?“

6. Wichtigkeit Wirtschaftsentwicklung: Werbung und Anwerbung (II)

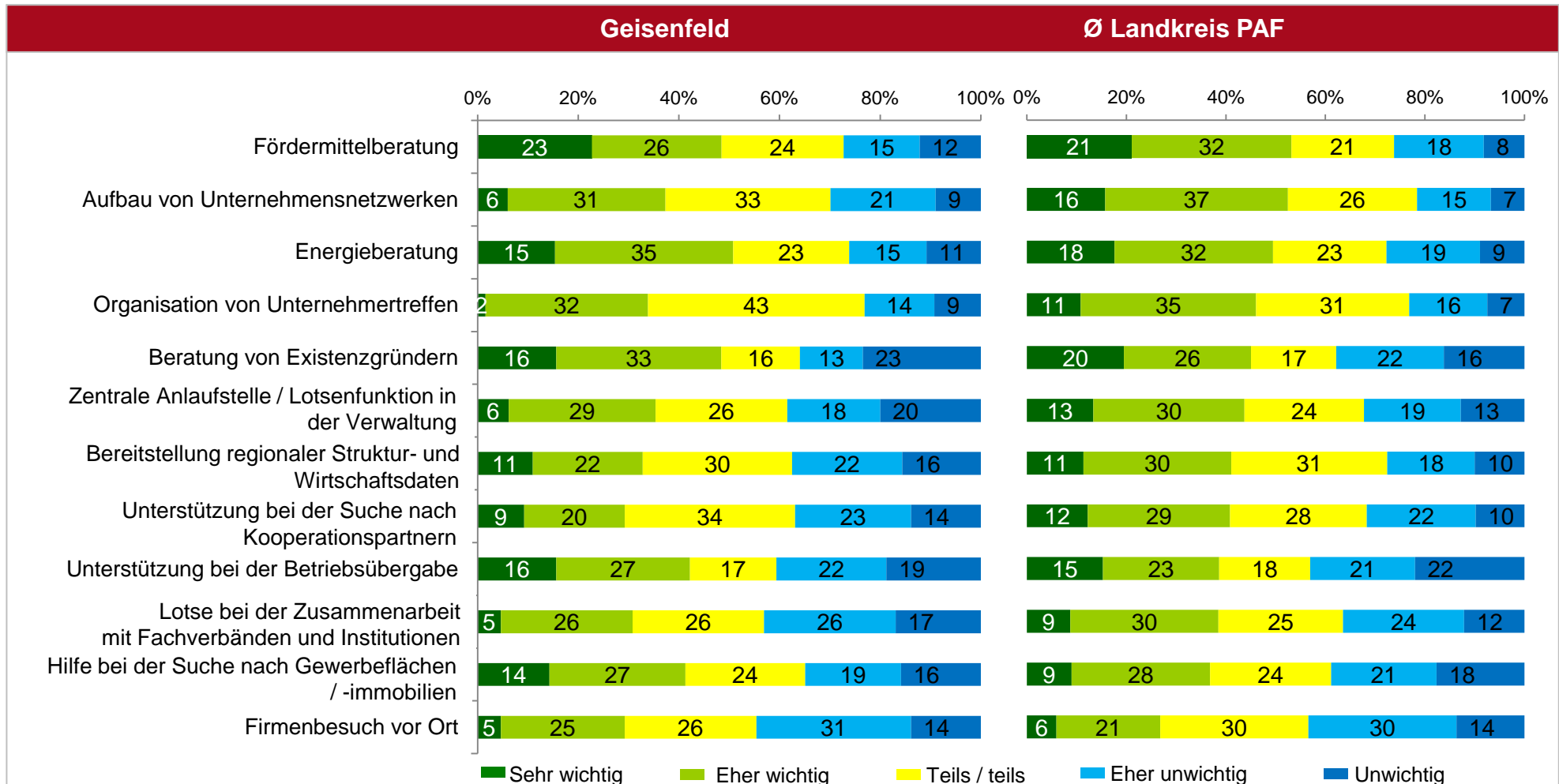
Vor allem die Imagewerbung für den Landkreis ist für viele Unternehmen von großer Bedeutung.



Frage 14: „Welche Aktivitäten der Wirtschaftsentwicklung im Landkreis halten Sie für Ihr Unternehmen wichtig?“

6. Wichtigkeit Wirtschaftsentwicklung: Beratung und Vermittlung (II)

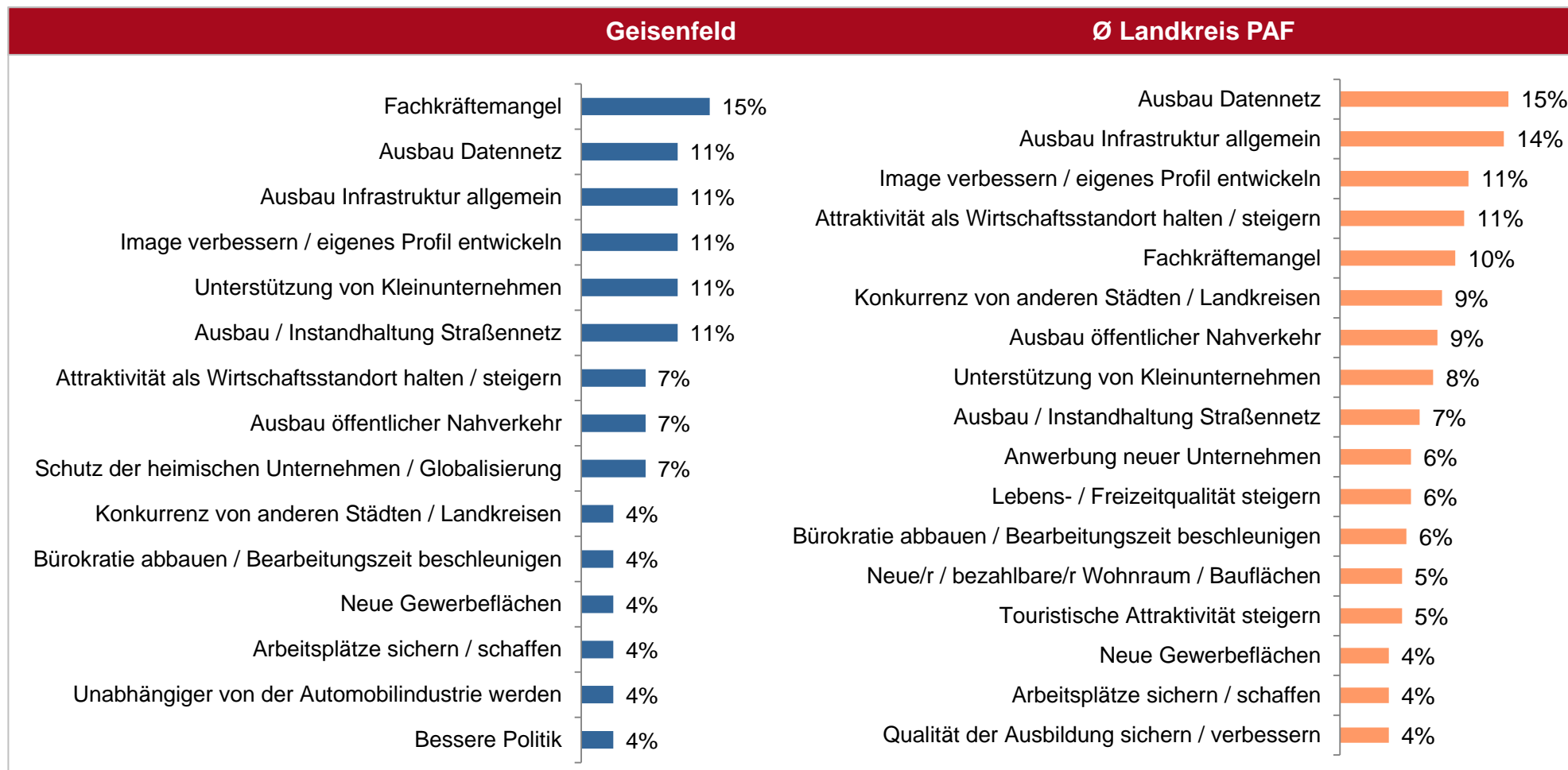
Die Energieberatung ist der Hälfte der Unternehmen wichtig. Ähnliche Bedeutung messen die Befragten der Beratung von Existenzgründern bei.



Frage 14: „Welche Aktivitäten der Wirtschaftsentwicklung im Landkreis halten Sie für Ihr Unternehmen wichtig?“

7. Wirtschaftsstandort Landkreis Pfaffenhofen: Herausforderungen

Ausbau des Datennetzes und der Infrastruktur allgemein werden als wichtige Entwicklung für den Landkreis Pfaffenhofen gesehen.



Frage 15: „Welche Herausforderungen sehen Sie für den Wirtschaftsstandort Pfaffenhofen?“

Nur Werte >3%

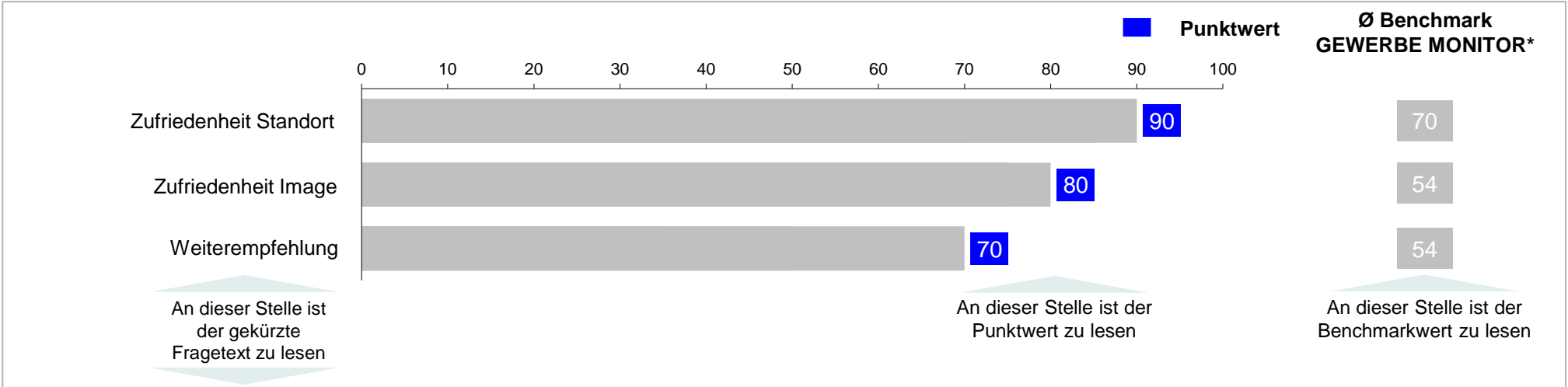
Ihre Ansprechpersonen

Ute Kerber
Geschäftsführerin
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: ute.kerber@l-q-m.de

Barbara Heinrich
Senior Research Consultant
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
 55131 Mainz
Tel.: 06131/97 212-15
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: barbara.heinrich@l-q-m.de

Anhang: Auswertung

Für die meisten Fragen wurden aus den 5er-Skalen Punktwerte berechnet, um die Lesbarkeit zu erleichtern.



*) Die Benchmarkwerte stammen aus dem GEWERBEMonitor 2010/2011 (Teilnehmer: Barnstorf, Bernau, Cottbus, Gotha, Hanau, Isenbüttel, St. Ingbert und Rüsselsheim)

Die Skalen der Befragung (Schulnotensystem von 1 – 5) wurden in Punktwerte umgerechnet. Beispielsweise wurde die Bewertung *Sehr zufrieden* (1) auf den Wert 100, *Eher unzufrieden* (4) und *Sehr unzufrieden* (5) auf den Wert 0 (etc.) umgerechnet. Die Berechnung der Punktwerte erleichtert die Lesbarkeit und Interpretation der Stärken und Schwächen.

Punktwert Zufriedenheits-Skala	
Sehr zufrieden (1)	100
Eher zufrieden (2)	75
Teils / teils(3)	50
Eher unzufrieden (4)	0
Sehr unzufrieden (5)	0

Punktwert Wichtigkeits-Skala	
Sehr wichtig (1)	100
Eher wichtig (2)	75
Teils / teils (3)	50
Eher unwichtig (4)	0
Unwichtig (5)	0

Punktwert Absicht-Skala	
Ja, auf jeden Fall (1)	100
Ja , eher ja (2)	75
Teils / teils (3)	50
Nein, eher nicht (4)	0
Nein, auf keinen Fall (5)	0