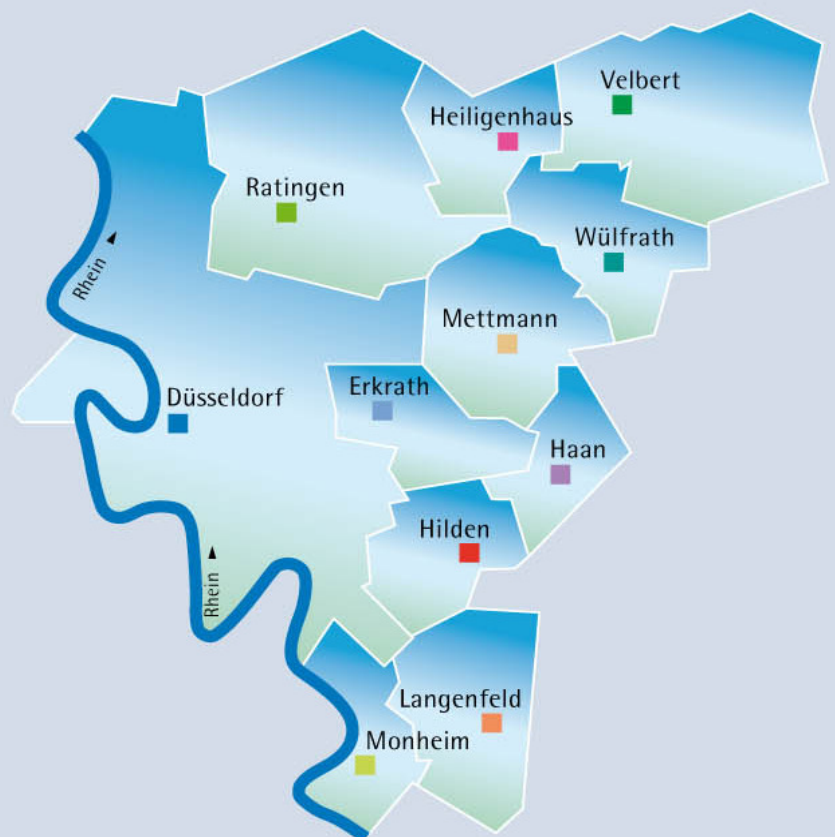


Der Wirtschaftsstandort Monheim am Rhein

Ergebnisse der IHK-Unternehmensbefragung

Autor: Michael Rüscher



Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	Seite 3
Standort- und Wirtschaftsstruktur der Stadt Monheim am Rhein.....	Seite 4
Monheim: hoher Ausländeranteil und junge Einwohnerschaft.....	Seite 5
Zuwanderung aus Düsseldorf, Abwanderung in den Kreis Mettmann.....	Seite 7
Arbeitsplatzzugewinn und Tertiärisierung in Monheim am Rhein.....	Seite 7
Geringe Arbeitslosenzahl und hohes Qualifikationsniveau.....	Seite 10
Starke regionale Arbeitsverflechtungen und geringe Arbeitsplatzdichte.....	Seite 11
Geringer Kaufkraftwert im Kreisvergleich.....	Seite 11
Ergebnisse der Unternehmensbefragung.....	Seite 14
Gute Bewertungen für Verkehrssituation und Standortlage.....	Seite 15
Bewertung einzelner Standortfaktoren.....	Seite 16
Industrie, Baugewerbe, Verkehr und Logistik.....	Seite 21
Handel und Gastgewerbe.....	Seite 23
Dienstleistungswirtschaft.....	Seite 26
Kleinere Unternehmen sehen Standort insgesamt kritischer.....	Seite 30
Fazit und Handlungsempfehlungen.....	Seite 30
Standortvorteil Lage- und Verkehrssituation sowie Gewerbeflächenverfügbarkeit.....	Seite 31
Stärken bei den Standortgrundkosten.....	Seite 32
Standortattraktivität überzeugt in Teilbereichen.....	Seite 32
Verwaltung erhält teilweise gute Bewertungen von der Wirtschaft.....	Seite 32
Kritik an hohen Gebühren und Steuerhebesätzen.....	Seite 33
Arbeitsmarktsituation mit Schwächen.....	Seite 33
Standortimage durch Aufwertung der Innenstadt verbessern.....	Seite 35
Anhang.....	Seite 37

Ansprechpartner bei der IHK

Michael Rüscher
Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf
Nedderstraße 6, 42551 Velbert

Tel.: 02051 / 9200-15
Fax: 02051 / 9200-30

ruescher@duesseldorf.ihk.de
www.duesseldorf.ihk.de

8. November 2010

Einleitung

Mit der Studie „Der Wirtschaftsstandort Monheim am Rhein“ setzt die IHK Düsseldorf ihre Serie von Untersuchungen der Städte im Kreis Mettmann fort. Ziel dieser Untersuchungen ist eine Analyse der Städte im Kreis Mettmann hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit sowie ihrer unternehmerischen Standortbedingungen. Die Studie besteht dabei aus zwei Elementen:

1. Untersuchung der Standort- und Wirtschaftsstruktur

Auf Grundlage statistischer Daten wird eine Einordnung des Standortes in Bezug auf dessen ökonomische Situation vorgenommen. Dabei werden sowohl Statistiken, die Rückschlüsse auf die bestehende Wirtschaftsstruktur zulassen, als auch Daten, die die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für die Unternehmen abbilden, herangezogen. Die Daten lassen zudem eine Einordnung im Vergleich zum Kreis Mettmann und dem Land NRW zu und erlauben so Rückschlüsse auf die Frage, wo Monheim im Wettbewerb kreis- und landesweit Stärken und Schwächen aufweist.

2. Unternehmensbefragung

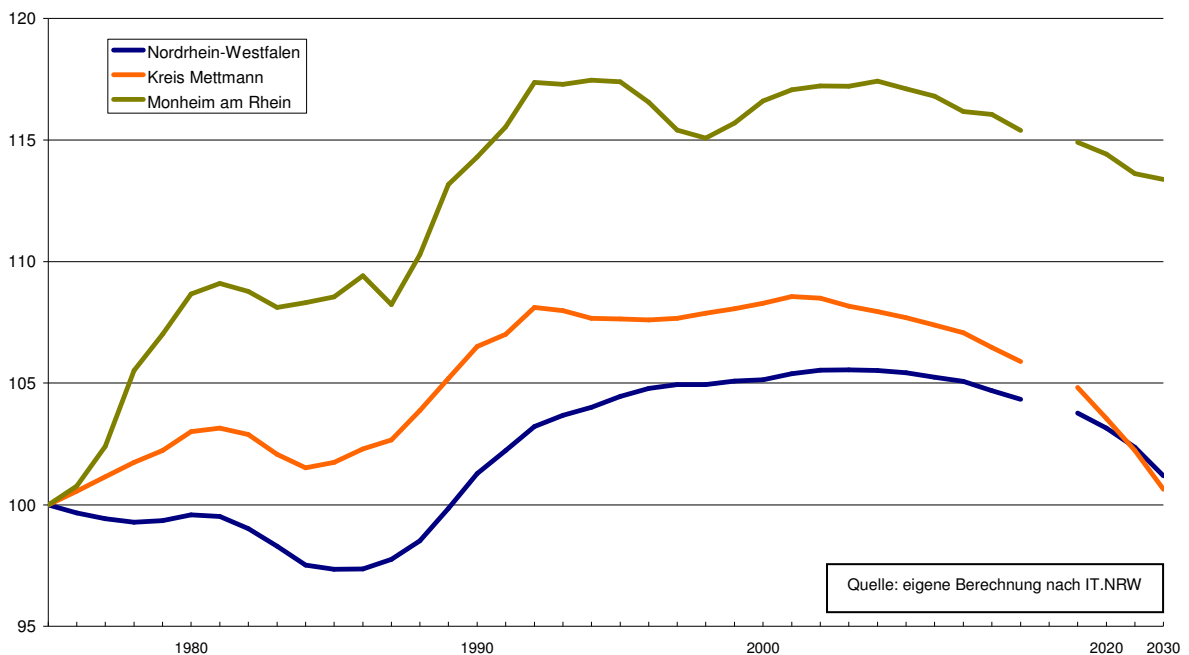
Um nicht lediglich statistisches Datenmaterial in die Bewertung des Standortes Monheim einfließen zu lassen, wurden zudem alle handelsregisterlich registrierten Unternehmen befragt, wie sie den Standort Monheim einschätzen. Dabei wurden eine Vielzahl verschiedener Faktoren hinsichtlich Bedeutung und Bewertung abgefragt. Die aus der Unternehmensbefragung gewonnen Erkenntnisse fließen als Stärken-Schwächen-Analyse in die Studie ein.

Den Fragebogen finden Interessenten am Ende der vorliegenden Standortuntersuchung.

1. Standort- und Wirtschaftsstruktur der Stadt Monheim am Rhein

Die Stadt Monheim am Rhein liegt am südlichen Rand des Kreises Mettmann und an der nördlichen Grenze zu Leverkusen. Stark beeinflusst wird das Mittelzentrum von seiner Lage zwischen den Großstädten Köln und Düsseldorf, die jeweils nur rund 30 km (Zentrum) entfernt sind. Monheim ist mit rund 43.000 Einwohnern die sechstgrößte Stadt im Kreis Mettmann. Die Stadt weist dabei eine hohe Bevölkerungsdynamik auf: Zwischen 1975 und 1994 (Bevölkerungshöchststand) erzielte Monheim ein Bevölkerungswachstum von 17,5 Prozent. Im Jahr 2004 wurde nach zwischenzeitlichem Rückgang in den Jahren 1997 und 1998 in etwa das Niveau von 1994 wieder erreicht. Danach ging die Bevölkerungszahl bis 2009 leicht um 1,7 Prozent zurück (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Vergleich der Bevölkerungsentwicklung - 1975=100 (ab 2015 Prognose)

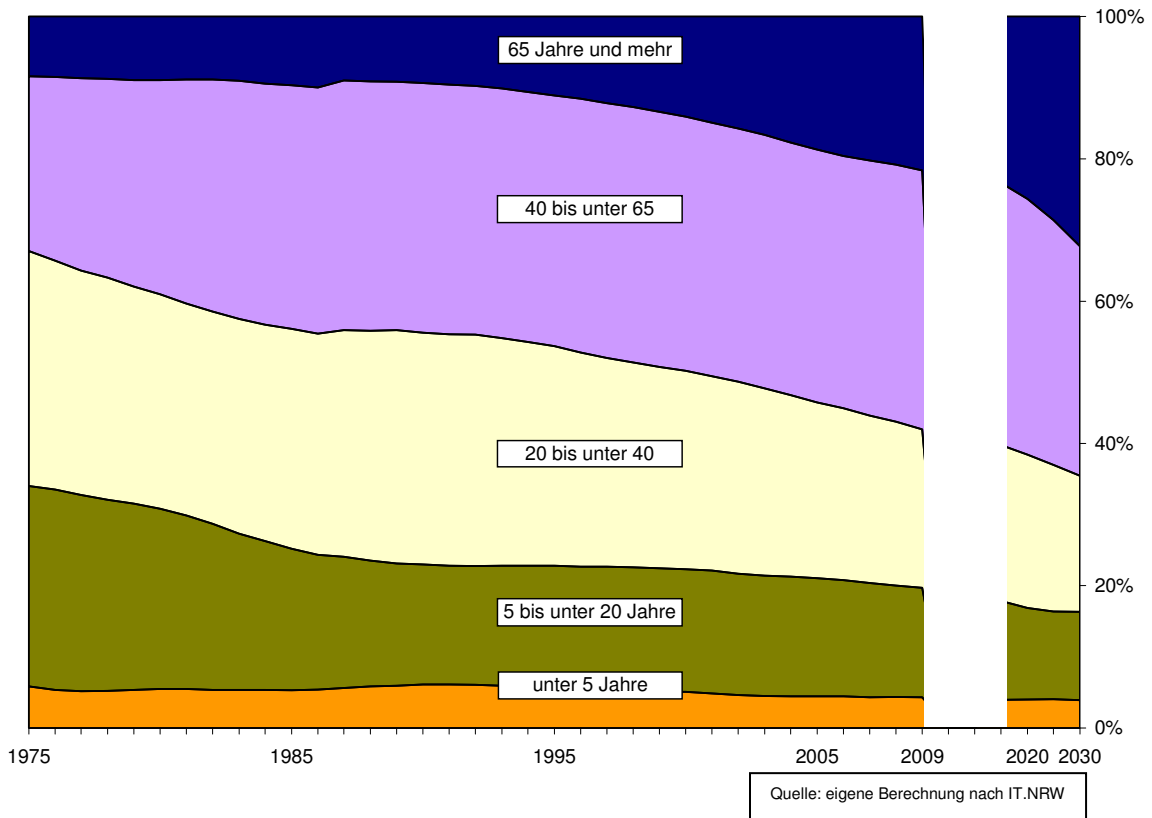


Dieser Rückgang ist auch im Kreis Mettmann insgesamt festzustellen. Hier ging die Bevölkerungszahl im gleichen Zeitraum aber um 1,9 Prozent zurück. Die Bevölkerungsprognose des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) geht bis 2030 von einem weiteren, moderaten Absinken der Bevölkerungszahl Monheims aus. Der Rückgang fällt dabei mit 1,8 Prozent deutlich schwächer aus als im kreisweiten (-5,0 Prozent) und landesweiten (-3,0 Prozent) Vergleich.

Monheim: hoher Ausländeranteil und junge Einwohnerschaft

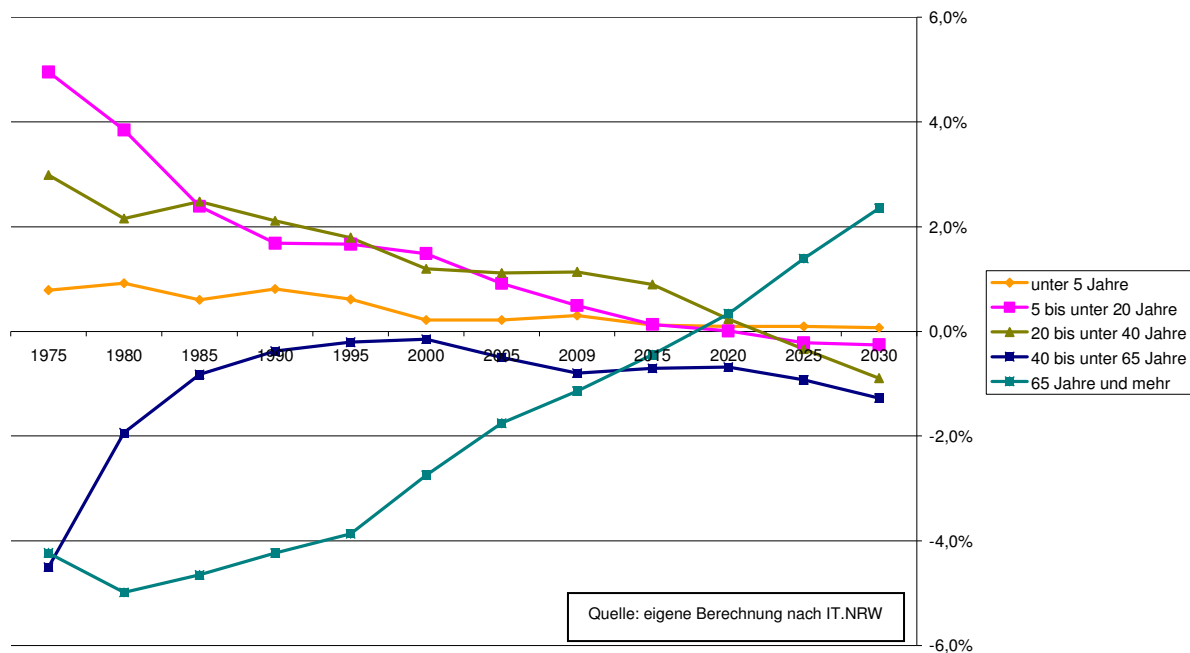
Monheim ist im Vergleich zum Kreis Mettmann eine junge Stadt. Die Anteile der Altersgruppen bis unter 40 Jahre sind jeweils stärker vertreten als im Kreisdurchschnitt (vgl. Abbildungen 2 und 3).

Abbildung 2: Altersstruktur der Stadt Monheim (ab 2015 Prognose)



Gleichzeitig sind die Anteile der Altersgruppen ab 40 Jahre – und dabei noch deutlicher die der über 65-Jährigen – in Monheim geringer vertreten. Allerdings war dieses Merkmal in den 1970er bis 1990er Jahren deutlich stärker ausgeprägt. Während die Anteile 1975 bei den 5- bis unter 20-Jährigen und bei den über 65-Jährigen um 4 Prozentpunkte über bzw. unter den Werten im Kreis Mettmann insgesamt lagen, weichen sie heute nur noch geringfügig von den Kreisdaten ab. Und diese Entwicklung wird sich – so die Prognosen von IT.NRW – ab den Jahren 2020 umkehren. Dann werden der Anteil der über 65-Jährigen in Monheim über und der Wert bei den 5- bis unter 20-Jährigen knapp unterhalb der Kreisdaten liegen.

Abbildung 3: Altersstruktur der Stadt Monheim - Abweichungen im Vergleich zum Kreis Mettmann (in Prozentpunkten), (ab 2015 Prognose)



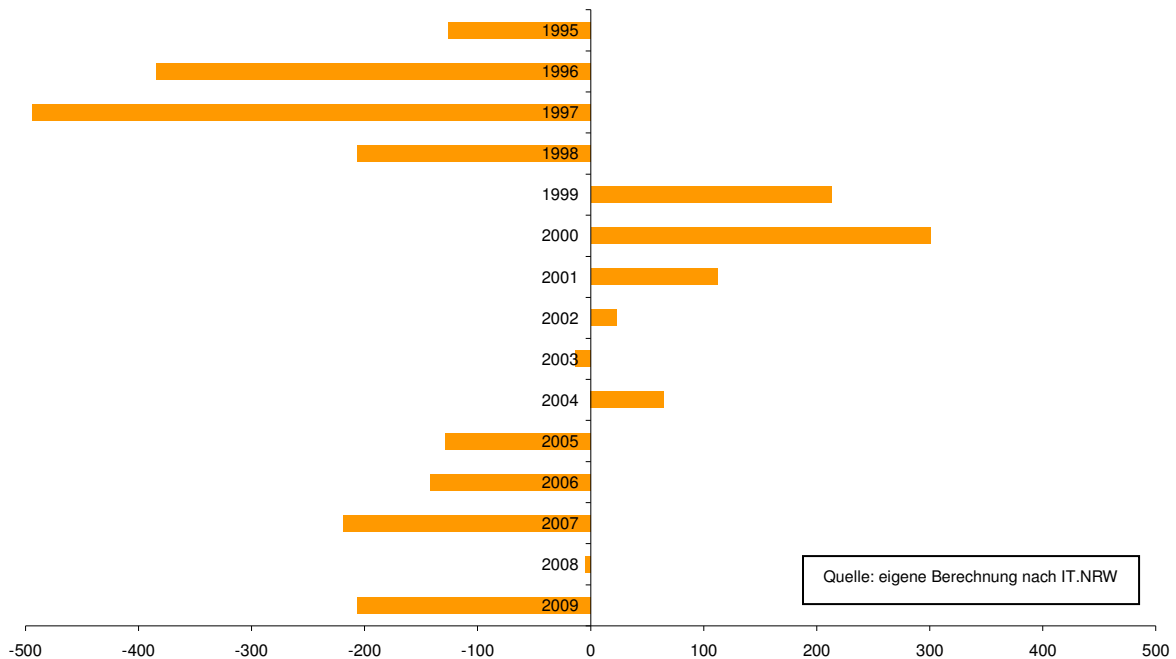
Neben den Abweichungen bei der Altersstruktur im Vergleich zu den Kreisdaten finden sich ebenso auffällige Unterschiede in der Ausländer- und Geschlechterstatistik. In beiden Fällen nimmt Monheim im Vergleich zu den anderen Kreisstädten eine Randposition ein. So liegt der Ausländeranteil Monheims bei 14,3 Prozent, während die Städte im Kreis Mettmann durchschnittlich auf einen Anteil von 10,5 Prozent kommen. Nordrhein-Westfalen liegt ebenfalls bei 10,5 Prozent.

Auch bei der Geschlechterverteilung hat Monheim mit einem Wert von 49,2 Prozent Männeranteil den höchsten Wert. Im Kreisdurchschnitt liegt der Anteil der Männer bei 48,3 Prozent, im Landesdurchschnitt bei 48,8 Prozent. Vor allem der Anteil der ausländischen Männer führt zu diesem hohen Gesamtwert. Ihr Anteil liegt in Monheim bei 54,1 Prozent, während der Wert im Kreis Mettmann nur 50,4 Prozent beträgt. Der Männeranteil unter der deutschen Bevölkerung ist in Monheim und dem Kreis Mettmann hingegen fast identisch (Monheim: 48,4 Prozent; Kreis Mettmann: 48,1 Prozent).

Zuwanderung aus Düsseldorf, Abwanderung in den Kreis Mettmann

Abgesehen von den Jahren 1999 bis 2002 und 2004 sind mehr Menschen aus Monheim fort- als neue hinzugezogen (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Wanderungssaldo in Monheim 1995 bis 2009

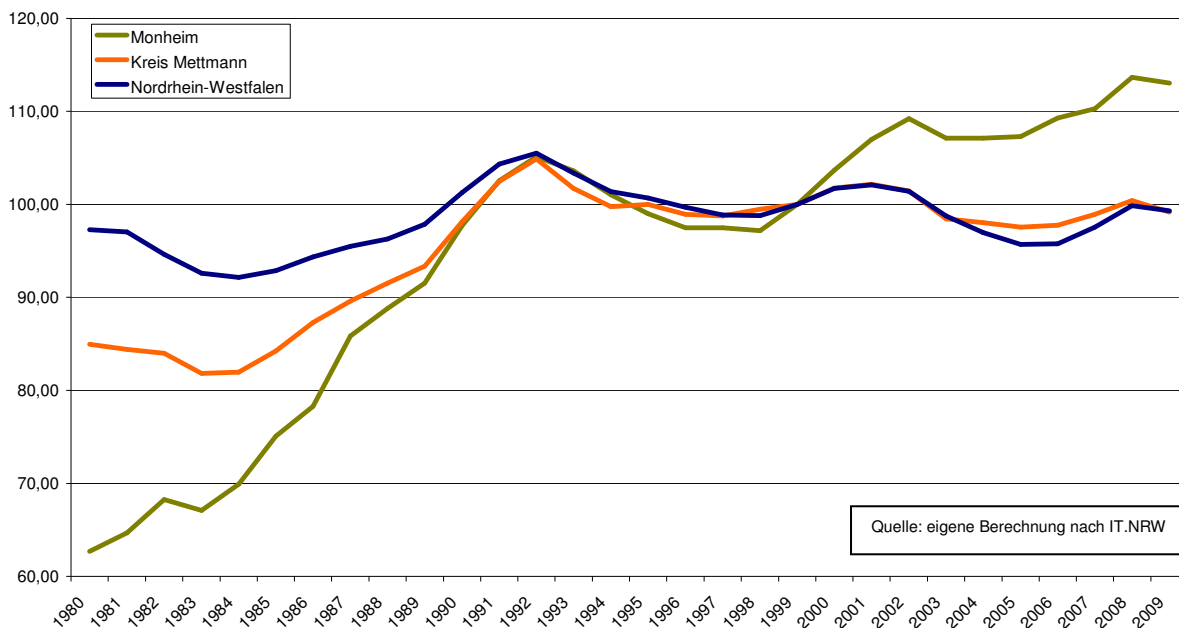


Zuletzt lag der Wanderungssaldo bei -206 Personen im Jahr 2009. Hier standen rund 2.000 Fortzügen lediglich 1.800 Zuzüge gegenüber. Interessant ist ein Blick auf die kleinräumige Wanderungsbilanz. Während im Zeitraum 1998 bis 2008 insgesamt rund 4.800 Menschen aus Düsseldorf und rund 4.500 aus den anderen neun Städten des Kreises Mettmann in die Stadt Monheim zogen, verließen in die umgekehrte Richtung rund 3.700 Monheimer die Stadt in Richtung Düsseldorf und rund 5.700 in andere Städte des Kreises. Daraus ergibt sich, dass einem positiven Saldo von neuen Bewohnern aus Düsseldorf (rund +1.100) ein nahezu gleich hoher Verlust von Monheimern an die anderen Kreisstädte (rund -1.200) gegenübersteht.

Arbeitsplatzzugewinn und Tertiärisierung in Monheim am Rhein

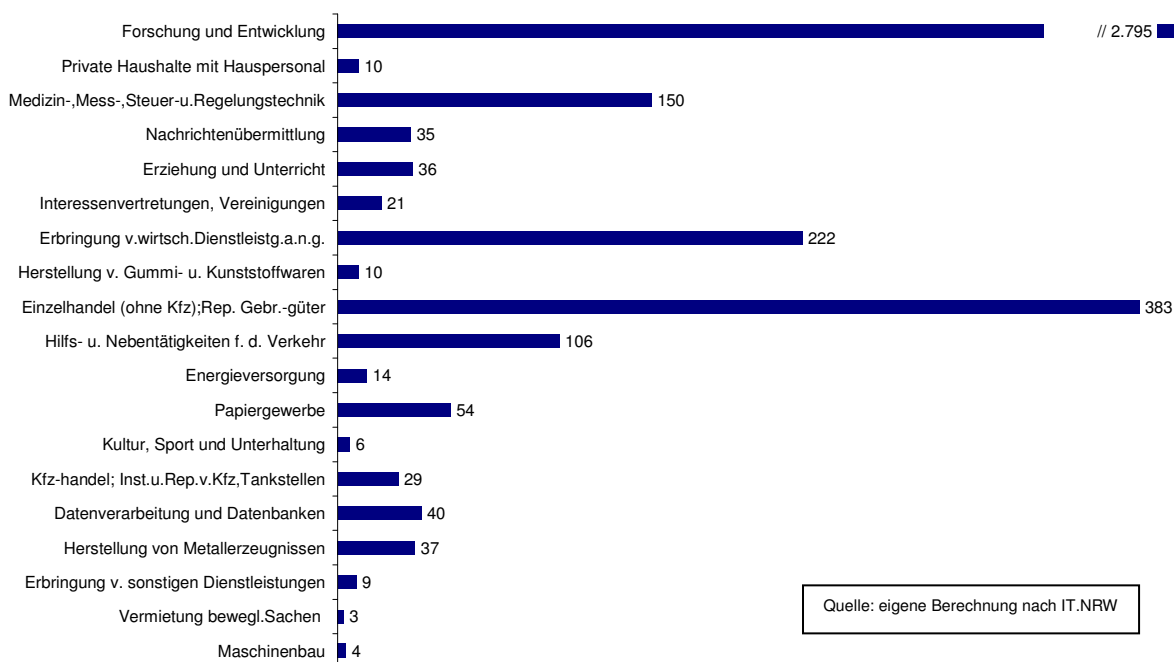
Positiver als im Vergleich zum Kreis Mettmann und dem Land Nordrhein-Westfalen stellt sich die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt für Monheim dar. Zwischen 1980 und 2009 stieg die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Daten der Bundesagentur für Arbeit um 80 Prozent auf 10.939 Personen (vgl. Abbildung 5). Im gleichen Zeitraum erhöhte sich die Zahl der Beschäftigten im Kreis Mettmann lediglich um 17 Prozent und im Land NRW sogar nur um 3 Prozent. Einen deutlichen Schub erhielt Monheim seit 1998: Innerhalb von elf Jahren erhöhte sich die Beschäftigtenzahl um 16,3 Prozent, während sie kreisweit um 0,3 Prozent schrumpfte und landesweit lediglich um 1,1 Prozent zunahm.

Abbildung 5: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zwischen 1980 und 2009 (1999=100)



Dabei profitierte Monheim vor allem vom Wachstum in einer Branche: Unternehmen aus dem Bereich Forschung und Entwicklung steigerten ihre Mitarbeiterzahl von 1999 bis 2008¹ um rund 2.800 Beschäftigte (vgl. Abb. 6). Allerdings waren 1999 in dieser Branche auch noch keine Mitarbeiter beschäftigt. Die IHK Düsseldorf geht davon aus, dass es hier zu einer statistischen Neubewertung gekommen ist, diese Arbeitskräfte, beziehungsweise die Unternehmen, in denen sie beschäftigt sind, also nicht neu sind, sondern zuvor einem anderen Wirtschaftszweig zugeordnet waren. Im Vergleichszeitraum

Abbildung 6: Branchen mit Arbeitsplatzgewinnen zwischen 1999 und 2008, absolute Werte

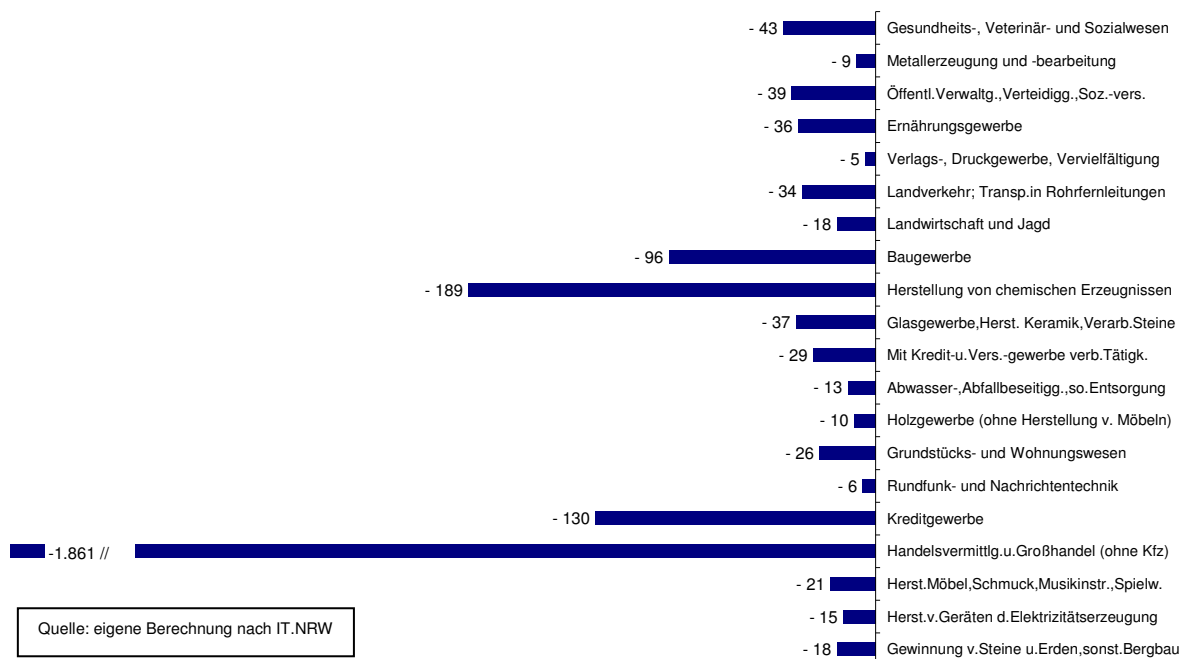


¹ Vergleichsdaten liegen nur bis zum Jahr 2008 vor, da ab 2009 eine andere Wirtschaftszweigsystematik eingeführt wurde.

haben sich nach Kenntnissen der IHK und der Stadt Monheim nämlich keine neuen Betriebe aus der Branche Forschung und Entwicklung in Monheim angesiedelt. IT.NRW konnte hierzu aufgrund von datenschutzrechtlichen Regelungen keine Auskunft geben. Weitere Wachstumsbranchen sind der Einzelhandel (+383), die Dienstleistungsbranche – hier speziell unternehmensorientierte Dienstleistungen (+222) – und die Medizin-, Mess-, Steuer- und Regelungstechnik.

Beschäftigtenrückgänge haben hingegen vor allem Handelsvermittlung und Großhandel (-1.861), die Chemieindustrie (-189), sowie das Kredit- (-130) und Baugewerbe (-96) zu verzeichnen (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Branchen mit Arbeitsplatzverlusten zwischen 1999 und 2008, absolute Werte

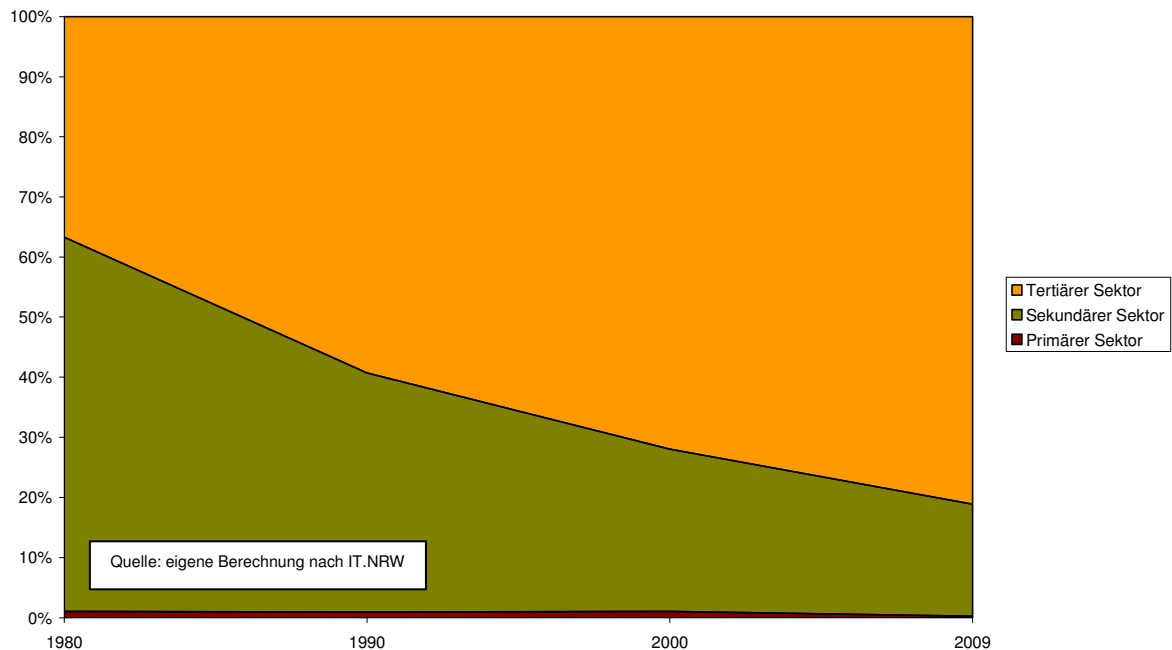


Betrachtet man die Gewinne und Verluste der einzelnen Branchen hinsichtlich ihrer Zugehörigkeit zu den drei Wirtschaftssektoren², fällt auf, dass trotz des starken Mitarbeiterrückgangs bei Handelsvermittlung und Großhandel ein starker Bedeutungsverlust (bezogen auf die Beschäftigtenanteile) des sekundären Sektors eingetreten ist (vgl. Abbildung 8). Während in diesem Bereich 1980 noch rund 62 Prozent aller Beschäftigten tätig waren, waren es 2008 nur noch knapp 19 Prozent. Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil der Beschäftigten im tertiären Sektor auf rund 81 Prozent. Dabei liegt der relative Rückgang des Anteils im sekundären Sektor nicht ausschließlich am starken Hinzugewinn des tertiären Sektors (+6.550 Beschäftigte zwischen 1980 und 2008), sondern auch am eigenen absoluten Beschäftigtenrückgang von 1.700 Arbeitnehmern im Vergleichszeitraum. Damit hat sich der strukturelle Wandel in Monheim sehr viel stärker vollzogen als im Kreis Mettmann und im Land NRW. Zwar ging auch hier der Beschäftigtenanteil des sekundären Sektors zurück, allerdings nicht so stark wie in

² Man unterscheidet zwischen primärem Sektor = Landwirtschaft; sekundärem Sektor = Industrie und tertiärem Sektor = Dienstleistungen.

Monheim. Im Kreis Mettmann sank er von 61 Prozent auf 34 Prozent und in NRW von 54 Prozent auf 31 Prozent.

Abbildung 8: Beschäftigtenanteile nach Wirtschaftssektoren 1980 bis 2009



Geringe Arbeitslosenzahl und hohes Qualifikationsniveau

Aufgrund fehlender Daten liegen für die Gemeindeebene keine durch die Bundesagentur für Arbeit veröffentlichten Arbeitslosenquoten vor. Behelfsweise können aber die (absoluten) Arbeitslosenzahlen der (theoretisch) erwerbsfähigen Bevölkerung³ gegenübergestellt und anschließend verglichen werden. Monheim liegt dabei mit einem Wert von 5,4 Prozent unter dem Kreis- (5,7 Prozent) und Landesdurchschnitt (6,7 Prozent).

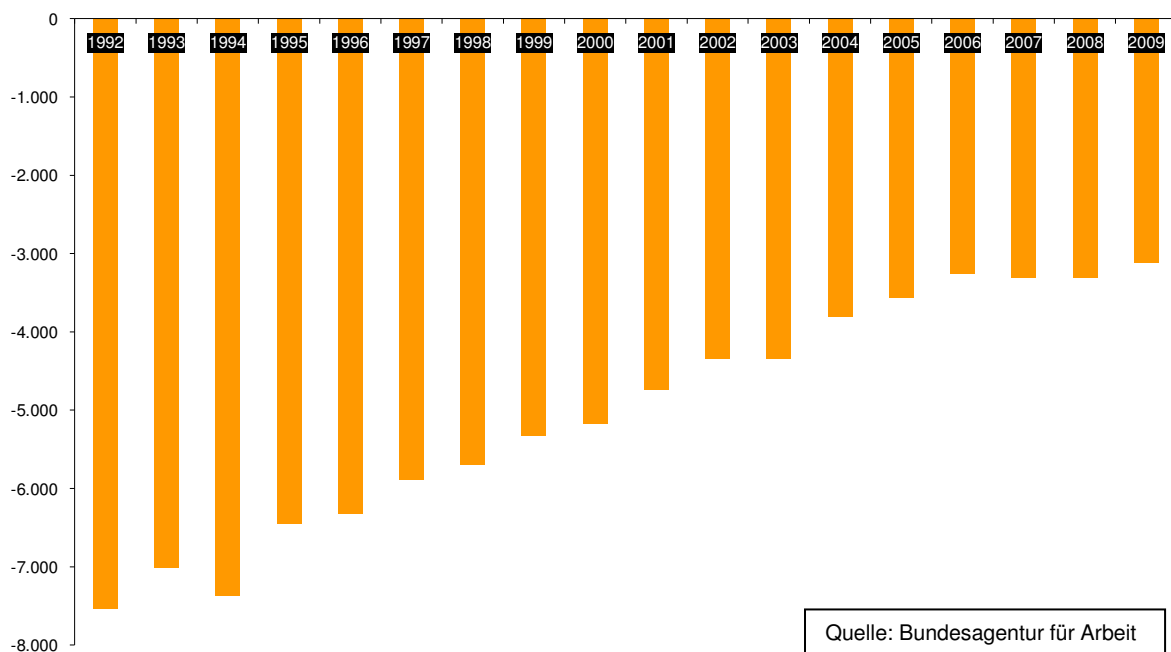
Enorm hoch im kreisweiten Vergleich ist das Qualifikationsniveau der Beschäftigten in Monheim. Nach der Beschäftigtenstatistik der Bundesagentur für Arbeit haben 14,1 Prozent aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Monheim einen Hochschulabschluss. Damit liegt Monheim mit großem Abstand vor den anderen Städten im Kreis Mettmann (Kreisdurchschnitt: 6,5 Prozent). Der Anteil der Beschäftigten mit Hochschulabschluss liegt landesweit mit 6,1 Prozent noch leicht unter dem Ergebnis im Kreis Mettmann. Zurückzuführen ist dieser hohe Wert sicherlich auf den hohen Anteil von Unternehmen, die im Bereich „Forschung und Entwicklung“ aktiv sind und die eine entsprechende Qualifikation ihrer Mitarbeiter benötigen.

³ Als „erwerbsfähige Bevölkerung“ gelten in dieser Berechnung die 15 bis unter 65 Jährigen (Stand 31.12.2009).

Starke regionale Arbeitsverflechtungen und geringe Arbeitsplatzdichte

Mit nur 253 am Ort sozialversicherungspflichtig Beschäftigten je Tausend Einwohner stellt Monheim eine sehr geringe Anzahl an Arbeitsplätzen zur Verfügung. Der Wert für den Kreis Mettmann liegt bei 333 Arbeitsplätzen pro 1.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Insgesamt ist der Arbeitsmarkt der Stadt Monheim stark regional und überregional verknüpft. Insgesamt pendeln von den rund 14.000 in Monheim lebenden Arbeitnehmern 11.100 in andere Städte aus, um hier ihrer Arbeit nachzugehen⁴. Das heißt, nur rund 27 Prozent der berufstätigen Monheimer gehen in der eigenen Stadt einer Beschäftigung nach. Die Stadt Monheim weist im kreisweiten Vergleich eine stark negative Pendlerbilanz auf. Auch wenn diese sich im Vergleich zu 1992 mehr als halbierte, pendeln immer noch über 3.000 Beschäftigte mehr in die Städte außerhalb Monheims als nach Monheim einpendeln (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Pendlersaldo der Stadt Monheim 1992 bis 2009



Im Kreis Mettmann ist der Pendlersaldo insgesamt schwach positiv (+1.500). Dieser wird vor allem von der Stadt Ratingen getragen, die den größten positiven Pendlersaldo aufweist.

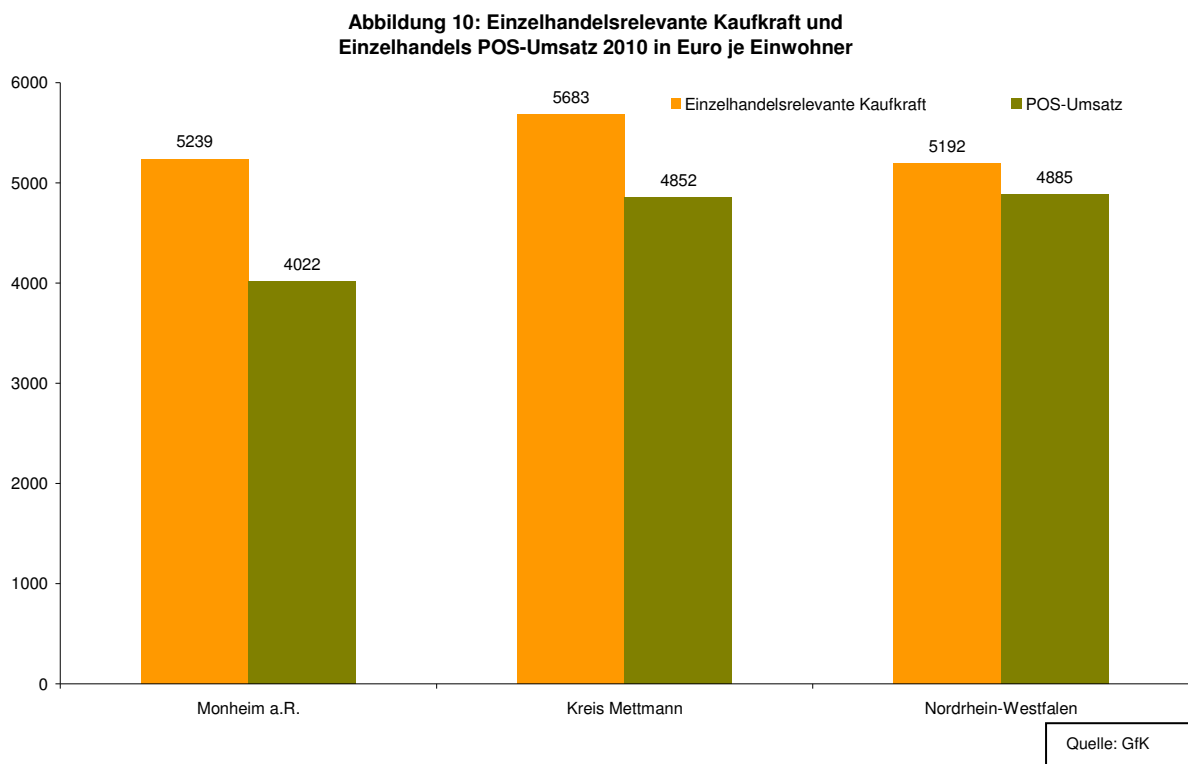
Geringer Kaufkraftwert im Kreisvergleich

Bei einem Vergleich der Kaufkraft der Bevölkerung stellt Monheim das Schlusslicht im kreisweiten Vergleich dar - liegt dabei aber noch über dem Landesdurchschnitt. Nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung Nürnberg (GfK) liegt die Kaufkraft in Monheim bei 19.404 Euro je Einwohner, im

⁴ Die Berufspendler sind in Düsseldorf (4.400), Kreis Mettmann (2.979) – hier vor allem Langenfeld (1.940) und Hilden (515) – Leverkusen (984), Köln (829) und Solingen (234) beschäftigt. Einpendler kommen vor allem aus dem Kreis Mettmann (1.659) – hier insbesondere aus Langenfeld (1.117) und Hilden (243) – Düsseldorf (1.013), Leverkusen (1.312), Köln (593) und Leichlingen (258) nach Monheim (Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 30.06.2008)

Kreis Mettmann verfügen die Bürger im Durchschnitt über 21.956 Euro, landesweit sind es 19.151 Euro.

Ebenfalls am geringsten ist die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraft. Diese ist der Teil der Kaufkraft, der ausschließlich für Einzelhandelsprodukte ausgegeben wird. Sie liegt in Monheim bei 5.239 Euro je Einwohner (Kreis Mettmann: 5.683 Euro) (vgl. Abbildung 10). Auch beim Einzelhandelsumsatz innerhalb der Stadtgrenzen je Einwohner liegt Monheim auf einem der hinteren Plätze. Der sogenannte Point of Sale- (POS-)Umsatz liegt in Monheim bei 4.022 Euro je Einwohner, im Kreis liegt dieser Wert bei 4.852 Euro.



Aus der Umsatz-Kaufkraftrelation errechnet sich die Zentralitätskennziffer. Diese setzt den POS-Umsatz und die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Relation zueinander und zeigt damit Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse auf. „Eine Kennziffer von mehr als 100 sagt aus, dass ein Kaufkraftzufluss stattfindet. Das heißt, in dieser Region wird mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt. Eine Kennziffer von kleiner 100 bedeutet, dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet. Das heißt, in dieser Region wird weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt“; (Definition der GfK). Monheim weist mit einem Indexwert von 82,5 also einen deutlichen Kaufkraftverlust auf.

Allerdings gilt dies für den Kreis Mettmann insgesamt (91,8). Diese Werte sind für Mittelzentren, die umgeben sind von Oberzentren mit ihren umfangreichen Einkaufsangeboten, nicht ungewöhnlich. Kunden nehmen die Einzelhandelsangebote insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich gern wahr und besuchen beispielsweise am Wochenende die Großstädte für einen Einkaufsbummel.

Ob Monheim seine Zentralität zukünftig steigern kann, bleibt abzuwarten. Die Planungen für das Monheimer Tor (Rathauscenter III) sind weit fortgeschritten. Es wird auch von den dort eingemieteten Unternehmen abhängen, ob zukünftig mehr Kaufkraft in Monheim gehalten werden kann.

2. Ergebnisse der Unternehmensbefragung

Insgesamt sind in Monheim 393 handelsregisterlich registrierte Unternehmen im Rahmen der IHK-Unternehmensbefragung im Frühjahr dieses Jahres angeschrieben worden. Von diesen beteiligten sich 97 Betriebe, was einer Rücklaufquote von 25 Prozent entspricht – einer für schriftliche Befragungen sehr guten Resonanz. Nach der Arbeitsmarktstatistik der Bundesagentur für Arbeit waren in Monheim 2009 insgesamt 10.939 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Die Zahl der Beschäftigten der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen liegt bei 3.882. Das heißt, die Umfrage repräsentiert Unternehmen mit einer Beschäftigtenanzahl von 35,5 Prozent aller Arbeitsplätze in Monheim. Dabei machen die Unternehmen, die weniger als sieben Beschäftigte haben, rund die Hälfte aus. 12,4 Prozent der teilnehmenden Unternehmen weisen 50 Beschäftigte und mehr auf (vgl. nachfolgende Tabellen).

Umfragestruktur

Branche	Angeschriebene Betriebe		Antwortende Betriebe	
	Betriebe	Anteil	Betriebe	Anteil
Verarbeitendes Gewerbe	57	14,5%	17	17,5%
Energieversorgung	1	0,3%	1	1,0%
Wasser-, Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen	1	0,3%	0	0,0%
Baugewerbe	28	7,1%	7	7,2%
Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kfz	138	35,1%	29	29,9%
Verkehr und Lagerei	21	5,3%	9	9,3%
Gastgewerbe	11	2,8%	4	4,1%
Information und Kommunikation	22	5,6%	9	9,3%
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	5	1,3%	1	1,0%
Grundstücks- und Wohnungswesen	16	4,1%	1	1,0%
Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	38	9,7%	13	13,4%
Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	22	5,6%	2	2,1%
Erziehung und Unterricht	5	1,3%	1	1,0%
Gesundheits- und Sozialwesen	5	1,3%	0	0,0%
Kunst, Unterhaltung und Erholung	14	3,6%	2	2,1%
Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	9	2,3%	1	1,0%
	393	100,0%	97	100,0%

Branche	Angeschriebene Betriebe		Antwortende Betriebe	
	Betriebe	Anteil	Betriebe	Anteil
Industrie- und Baugewerbe, Verkehr und Logistik ⁵	108	27%	33	34%
Handel und Gastgewerbe	149	38%	33	34%
Dienstleistungswirtschaft	136	35%	31	32%

⁵ Die amtliche Statistik führt die Branchen Verkehr und Logistik unter der Rubrik Dienstleistungen. Hier wurden diese Branchen aber bewusst mit den Branchen Industrie- und Baugewerbe zusammengefasst, da sie zum Beispiel hinsichtlich ihrer räumlichen Verortung im Stadtgebiet (Gewerbegebiete) eher mit diesen Branchen korrespondieren als mit Unternehmen aus der Dienstleistungswirtschaft.

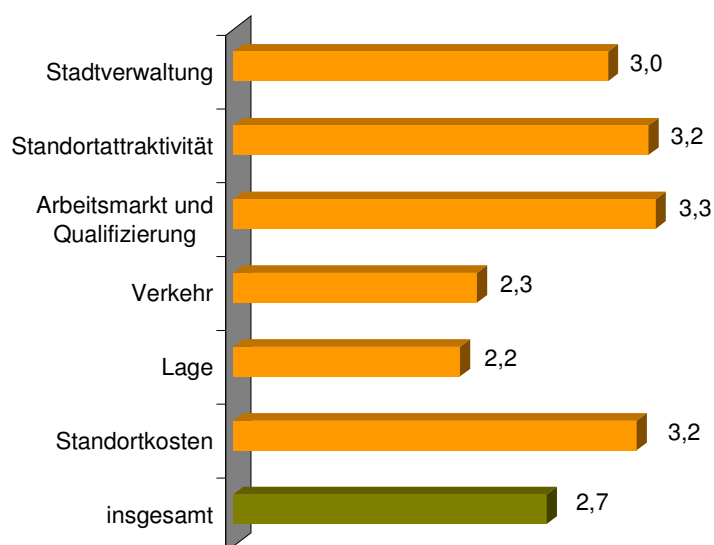
Größenklassen	Anzahl	Anteile
1-3 Beschäftigte	34	35,1%
4-6 Beschäftigte	16	16,5%
7-9 Beschäftigte	8	8,2%
10-19 Beschäftigte	13	13,4%
20-49 Beschäftigte	14	14,4%
50-99 Beschäftigte	6	6,2%
100-199 Beschäftigte	2	2,1%
über 200 Beschäftigte	4	4,1%
insgesamt	97	100,0%

Die Unternehmensstruktur der antwortenden Betriebe weicht von der vorhandenen Struktur der angesprochenen Gesamtheit leicht ab. So sind beispielsweise insgesamt 38 Prozent der handelsregisterlich registrierten Unternehmen in Monheim in den Branchen Handel und Gastgewerbe tätig. Der Rücklauf aus diesen Branchen beträgt aber lediglich 34 Prozent. Damit die Umfrage ein repräsentatives Abbild der vorhandenen Unternehmensstruktur abbildet, müsste man die eingegangenen Fragebögen derart gewichten, dass sie rechnerisch der realen Situation entsprechen. Eine solche Gewichtung wurde exemplarisch durchgeführt mit dem Ergebnis, dass sich dadurch die Ergebnisse nicht veränderten. Im vorliegenden Fall liefert die gewichtete Analyse also die gleichen Ergebnisse wie eine nicht gewichtete Analyse, sodass die nachfolgenden Daten ungewichtet in die Studie einfließen.

Gute Bewertungen für Verkehrssituation und Standortlage

Die Monheimer Wirtschaft bewertet ihren Standort insgesamt mit einem „befriedigend +“ (Schulnote 2,7) (vgl. Abbildung 11). Betrachtet man die abgefragten Kriterien genauer, ergibt sich ein differenzierteres Bild. Deutlich besser im Vergleich zur Gesamtbewertung bewertet die Wirtschaft die Faktoren „Verkehr“ und „Lage“, die sie mit 2,3 und 2,2 benotet.

Abbildung 11: Bewertung ausgewählter Standortfaktoren nach Schulnoten

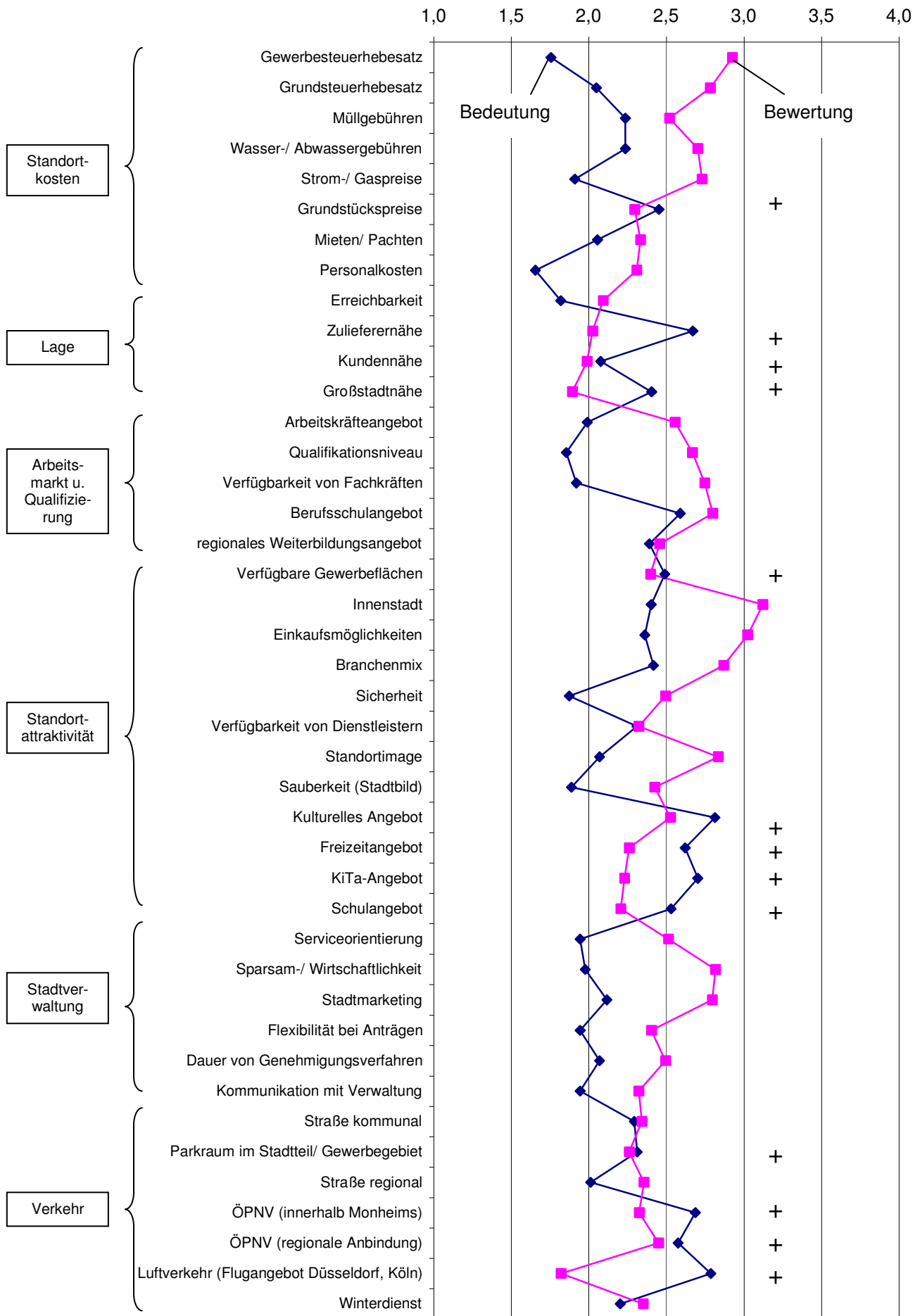


Monheim profitiert hier von seiner guten Anbindung an das Autobahn- und Bundesstraßennetz sowie von seiner Lage im Ballungsraum zwischen den Großstädten Köln und Düsseldorf, die zum einen Einzugsgebiete für Kunden und Zulieferer darstellen und zum anderen Zugang zu Luft- und Schienenverkehr bieten. Ein glattes befriedigend (3,0) erhält die Stadtverwaltung von der Monheimer Wirtschaft. Etwas schwächer werden die Standortkosten (3,2), also beispielsweise Gewerbesteuerhebesätze und kommunale Gebühren, die Standortattraktivität (3,2), also die eher „weichen Faktoren“ wie Standortimage und Kulturangebote, sowie die Arbeitsmarktsituation (3,3) eingestuft.

Bewertung einzelner Standortfaktoren

Neben der Bewertung einzelner Faktoren durch die Monheimer Wirtschaft wurde auch die Bedeutung dieser Faktoren für die Unternehmen abgefragt. Dieses Vorgehen ermöglicht eine Gegenüberstellung einzelner Merkmale hinsichtlich ihrer Relevanz für die Unternehmen und ihrer Qualität am Standort und zeigt so mögliche Handlungsschwerpunkte auf. So wäre beispielsweise der Handlungsdruck bei einem Merkmal, das zwar eine schwache Bewertung erhält, aber gleichzeitig für die Unternehmen von geringer Bedeutung ist, kleiner, als bei einem schwach bewerteten Merkmal mit hoher Relevanz. Nachfolgend sind alle abgefragten Merkmale hinsichtlich ihrer Bedeutung und Bewertung gegenübergestellt (vgl. Abbildung 12). Je größer die Lücke zwischen den einzelnen Punkten ist, desto stärker ist der Handlungsdruck. Dieser wird umso größer, je weiter der Bedeutungswert nach links rutscht und damit zunimmt. Hingegen ergibt sich für die Merkmale, deren Bewertung besser eingestuft wird als deren Bedeutung, ein geringer oder gar kein Handlungsdruck. Werden diese Merkmale gleichzeitig von den Unternehmen auch noch gut bewertet, können diese als positive Faktoren des Standortes gewertet werden. Hierzu gehören vor allem die Lage- und Verkehrsmerkmale. So erhält das Luftverkehrsangebot von allen abgefragten Merkmalen insgesamt die beste Bewertung (1,8; Bedeutung: 2,8), aber auch Zulieferer- und Großstadtnähe sowie ÖPNV- und das Parkplatzangebot gehören zu den Merkmalen, die als Standortvorteile bezeichnet werden können. Gleiches gilt für die Faktoren Kita-, Schul-, Freizeit- und Kulturangebot, obwohl diese etwas schwächer als die Lagemerkmale bewertet werden.

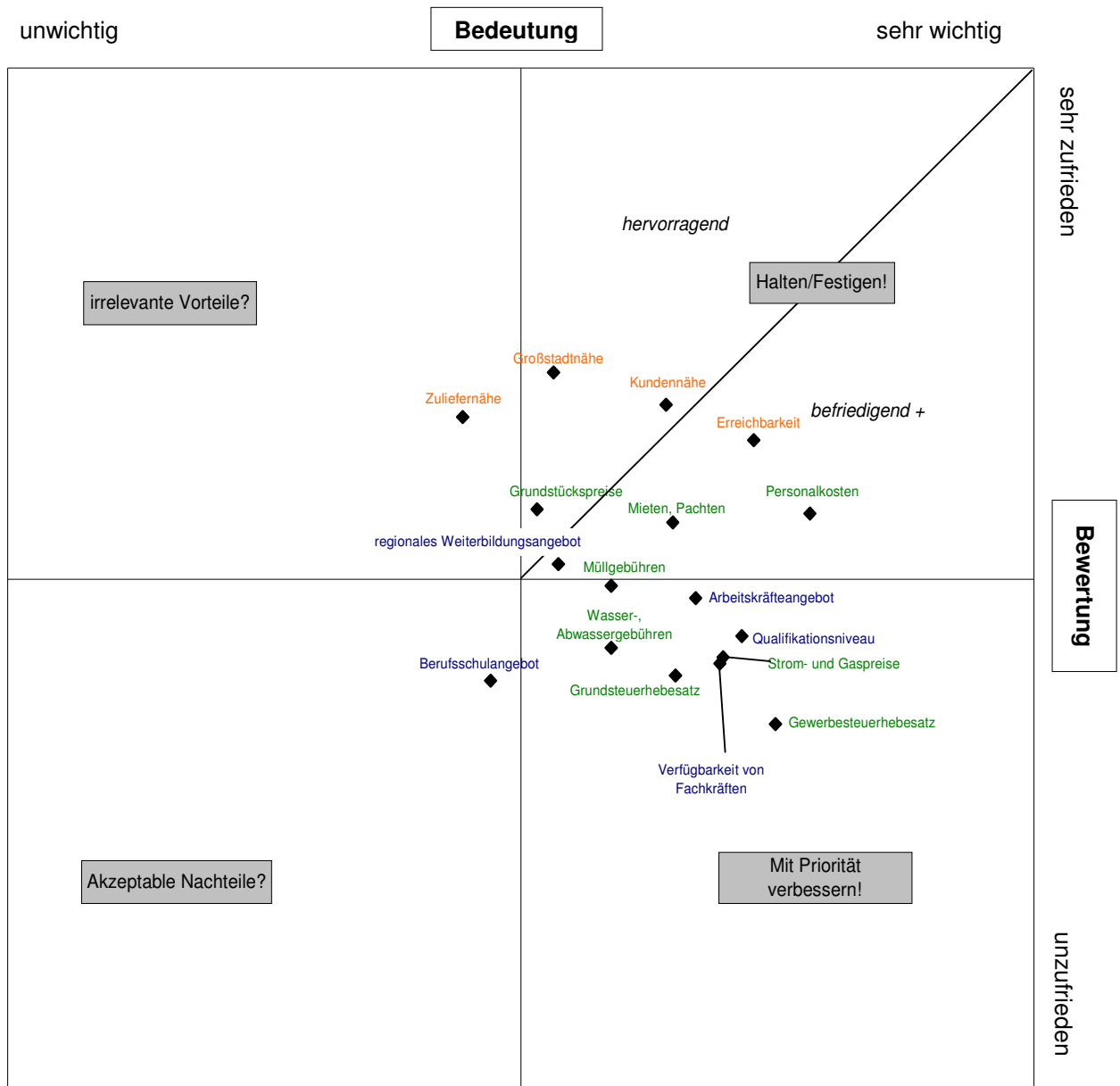
Abbildung 11: Gegenüberstellung von Bedeutung und Bewertung der abgefragten Standortmerkmale



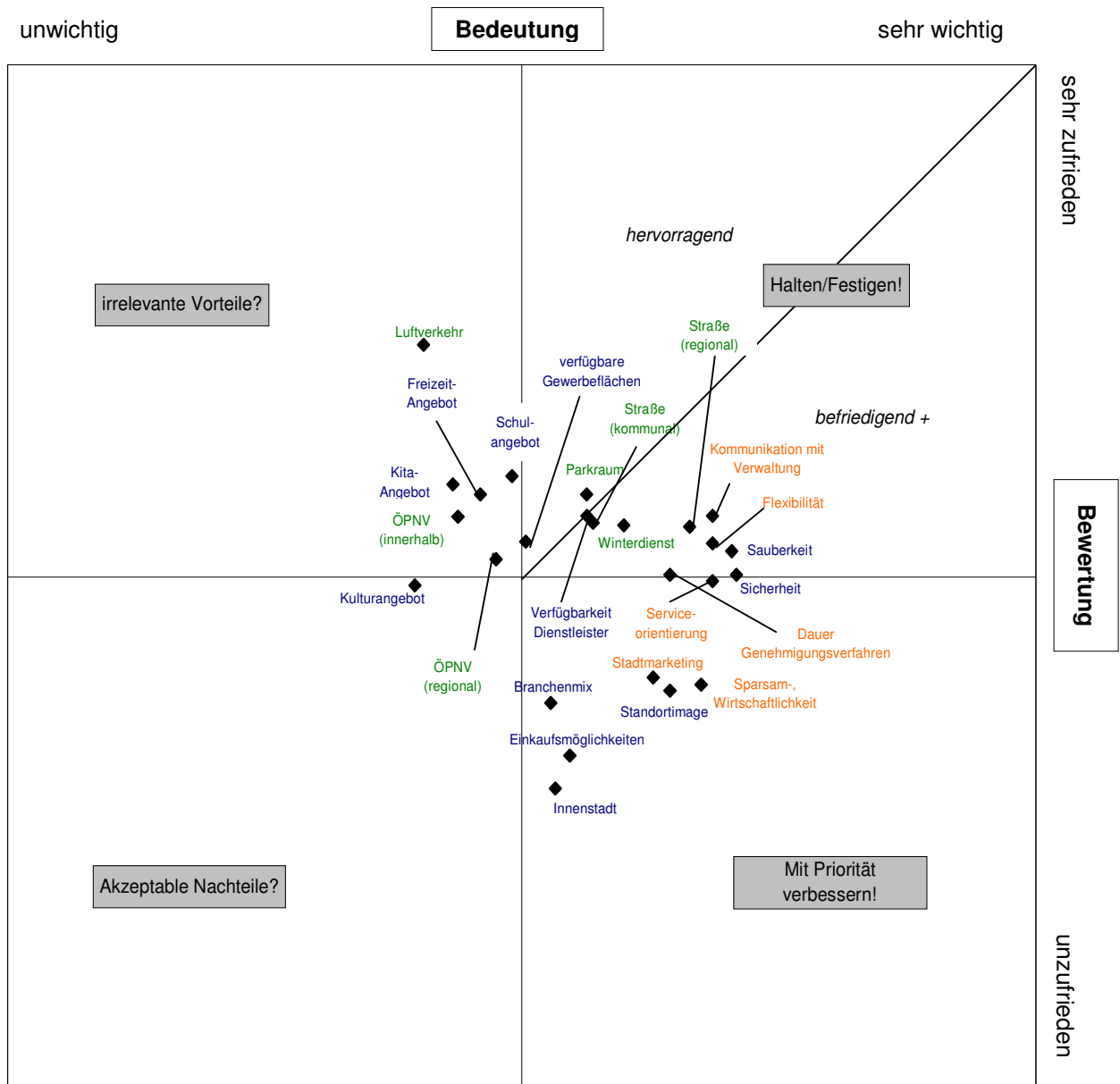
Die graphische Darstellung von Bedeutung und Bewertung in Form eines sogenannten Leistungsportfolios zeigt den Handlungsdruck deutlicher. In diesem Vier-Quadranten-Schema wird die Bedeutung dabei auf der x-Achse, die Bewertung auf der y-Achse dargestellt. Aus der Position eines Merkmals in einem der vier Quadranten ergibt sich eine entsprechende Bewertung (vgl. Abbildungen 12 und 13):

- „Akzeptable Nachteile?\": Hier finden sich die Merkmale, die von den Unternehmen als weniger wichtig oder unwichtig und gleichzeitig bei der Bewertung als „weniger zufrieden“ oder „unzufrieden“ eingestuft wurden. Dabei handelt es sich um die Faktoren „Kulturangebot“ und Berufsschulangebot“. Obwohl diese Merkmale also schwach bewertet wurden, ergibt sich dennoch kaum ein Handlungsdruck, da sie für die Unternehmen von geringer Bedeutung sind.
- „Irrelevante Vorteile“: Die hier gelisteten Merkmale sind für die Unternehmen ebenfalls von geringer Bedeutung, erhalten aber gleichzeitig eine gute Bewertung. Es handelt sich also um Standortvorteile von geringerer Relevanz für die Wirtschaft. Dazu zählt unter anderem das Kita-Angebot oder die Nähe zu Zulieferern.
- „Halten/Festigen!\": Diese Merkmale sind die eigentlichen Standortvorteile der Stadt Monheim, denn sie erhalten bei einer hohen Bedeutung für die Wirtschaft ebenso eine befriedigende bis gute Bewertung. Dabei kann nochmals unterschieden werden zwischen den Merkmalen, die eine höhere Bewertung als Bedeutung erzielt haben („hervorragend“) und denen, die eine schwächere Bewertung als Bedeutung erhielten („befriedigend plus“). Als hervorragend wurden beispielsweise die Großstadtnähe und das Parkraumangebot bewertet. Ein befriedigend plus erhielten unter anderem die Kommunikation mit der Verwaltung und die Erreichbarkeit des Standortes.
- „Mit Priorität verbessern!\": Die Merkmale, die sich in diesem Quadranten wiederfinden, sind die, bei denen ein hoher Handlungsdruck besteht, eine Verbesserung herbeizuführen, um den Wirtschaftsstandort Monheim aufzuwerten. Denn diese Merkmale wurden von den Unternehmen als sehr wichtig oder wichtig eingestuft, erhalten aber gleichzeitig eine Bewertung, mit der die Unternehmen weniger zufrieden oder unzufrieden sind. Zu diesen Merkmalen gehören unter anderem die Aspekte Gewerbesteuerhebesatz, die Verfügbarkeit von Fachkräften und das Standortimage.

**Abbildung 12: Leistungsportfolio (Gesamtwirtschaft),
Merkmale Lage, Standortkosten, Arbeitsmarkt**



**Abbildung 13: Leistungsportfolio (Gesamtwirtschaft),
Merkmale Verwaltung, Attraktivität, Verkehr**



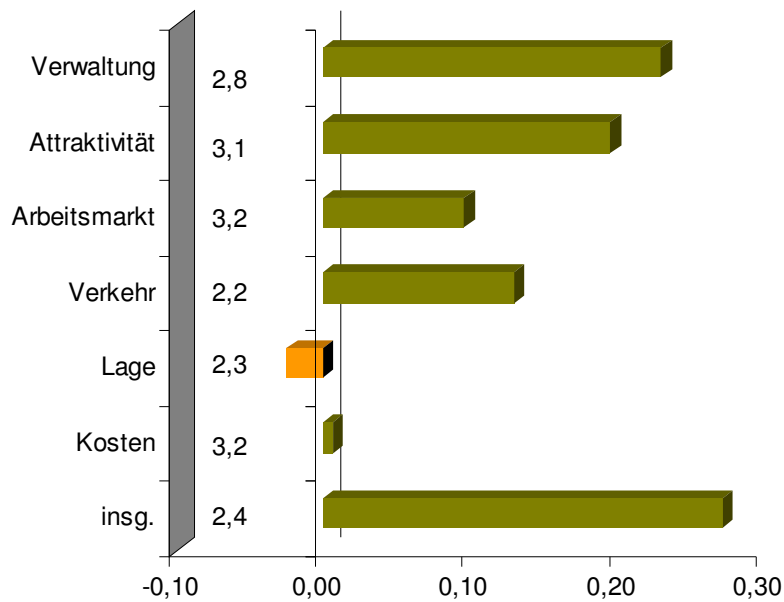
Auswertung nach Branchen

Nicht alle Unternehmen haben die gleichen Anforderungen an einen Standort. Daraus resultieren Unterschiede bei der Bedeutung und Bewertung der einzelnen Standortmerkmale. So wird vermutlich ein Unternehmen aus dem Speditionsgewerbe die wirtschaftliche Bedeutung von Verkehrsmerkmalen höher einstufen als der Einzelhandel, der seinerseits aber zum Beispiel die Faktoren Branchenmix und Innenstadt für bedeutender halten wird. Um diesen Sachverhalt zu überprüfen, macht eine Auswertung nach Branchengruppen Sinn. Diese ermöglicht es, branchenspezifische Handlungsempfehlungen zu formulieren. Für die Auswertung wurden drei Branchengruppen gebildet. Diese sind „Industrie, Baugewerbe, Verkehr und Logistik“, „Handel und Gastgewerbe“ sowie „Dienstleistungswirtschaft“.

Industrie, Baugewerbe, Verkehr und Logistik

Diese Branchen sehen den Standort etwas positiver als die anderen beiden und bewerten ihn mit der Note 2,4. In Abbildung 14 sind die Abweichungen dieser Branche in Bezug zu den Bewertungen aller Unternehmenszweige dargestellt. Vor allem die Stadtverwaltung kommt mit einem Wert von 2,8 dabei besser weg als im Durchschnitt (3,0). Auch die Standortattraktivität, der Arbeitsmarkt und die Verkehrsanbindung schneiden etwas besser ab. Etwas schwächer bewerten diese Branchen die geografische Lage des Standortes. Dies mag mit der höheren räumlichen Verflechtung, also den Zulieferbeziehungen, zu tun haben.

Abbildung 14: Standortbeurteilung der Branchen Industrie, Baugewerbe, Verkehr und Logistik (Abweichungen vom Durchschnitt, davor: Note für dieses Merkmal)



Abweichungen gibt es auch, wenn man die Leistungsportfolios, also die Einzelfaktoren betrachtet (vgl. Abbildungen 15 und 16). Hier fällt zunächst auf, dass - anders als im Durchschnitt - die Nähe zu den Zulieferern diesmal als „hervorragend“ eingeschätzt wird (vorher „irrelevanter Vorteil“). Dieser Faktor ist sicherlich auf die höhere Transportaktivität und Zulieferverflechtung dieser Branchen zurückzuführen. Die Müllgebühren rücken aus dem Quadranten „mit Priorität verbessern“ in den Bereich „befriedigend“.



Gute Noten für Verkehr und Lage

Für die Branchengruppe als weniger relevant erweisen sich die Merkmale Einkaufsmöglichkeiten, Innenstadt und Branchenmix. Diese müssen, wenn man die Teilbranchen separat betrachtet, aus deren Sicht nicht weiter verbessert werden. Anders verhält es sich hingegen bei dem Faktor kommunale Straßenanbindung. Hier besteht nun Verbesserungsbedarf, während der Faktor im Durchschnitt ein „befriedigend“ erhält.

Abbildung 15: Leistungsportfolio (Branchen Baugewerbe, Verkehr und Logistik), Merkmale Lage, Standortkosten, Arbeitsmarkt

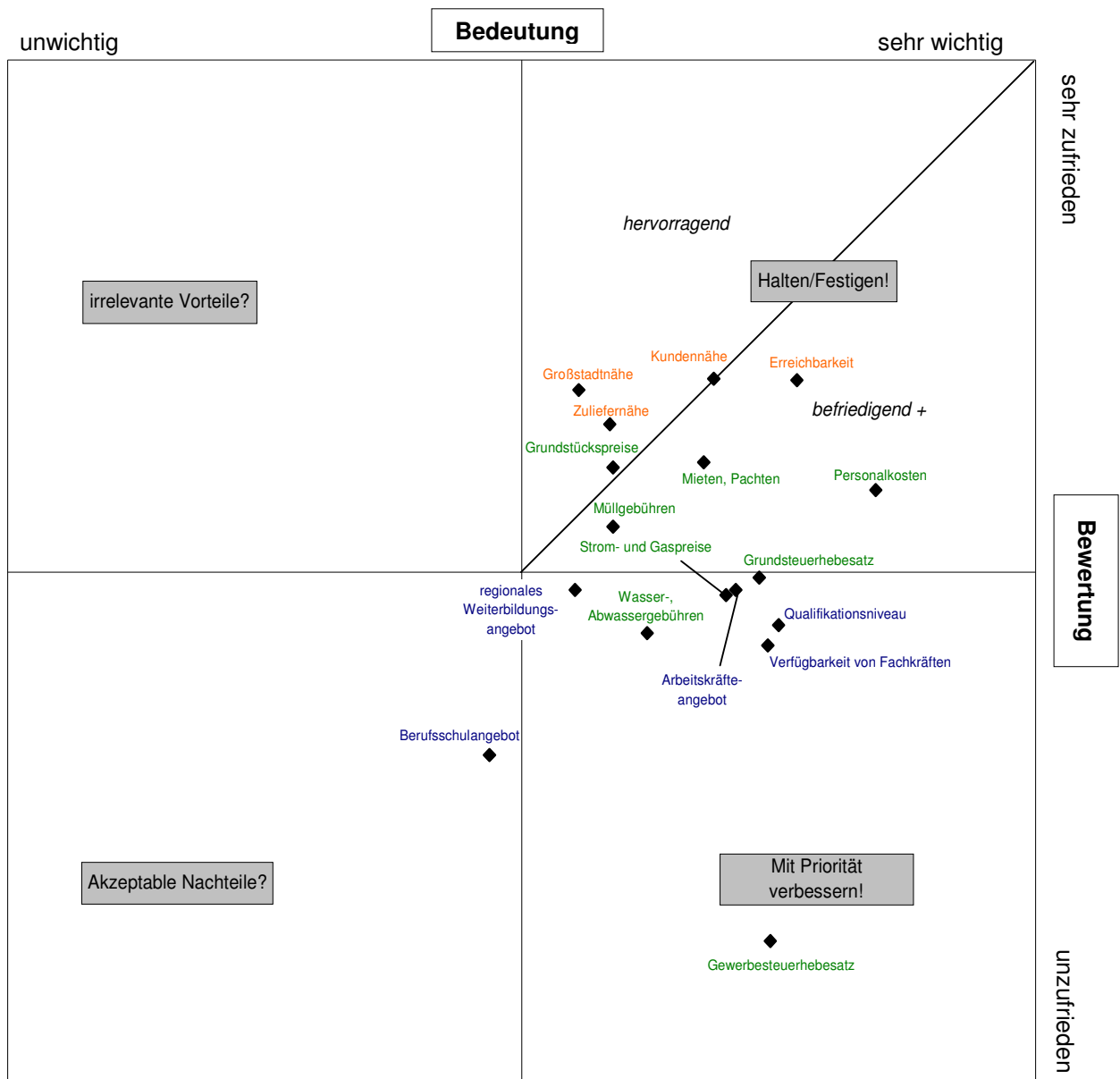
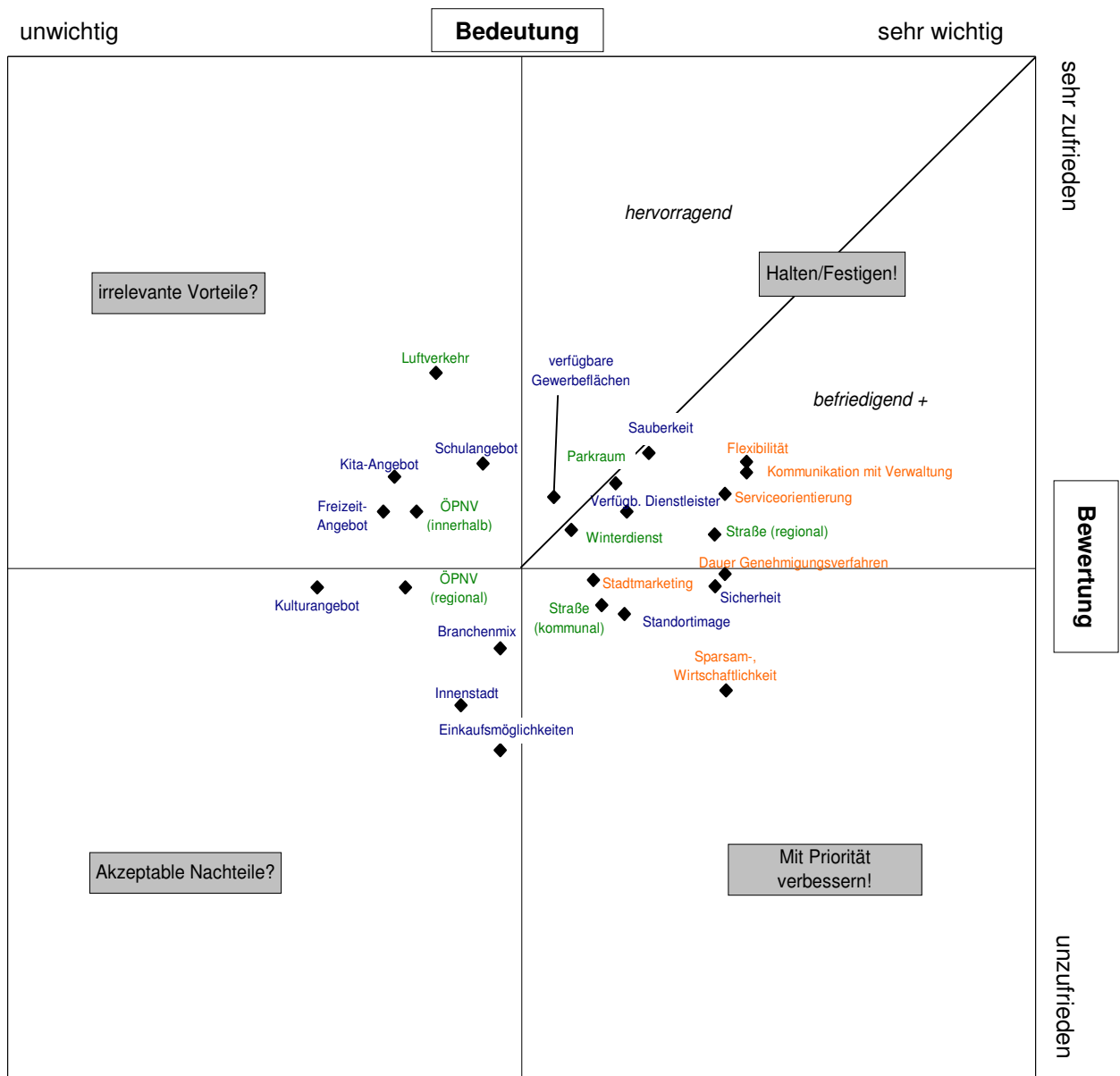


Abbildung 16: Leistungsportfolio (Branchen Baugewerbe, Verkehr und Logistik), Merkmale Verwaltung, Attraktivität, Verkehr

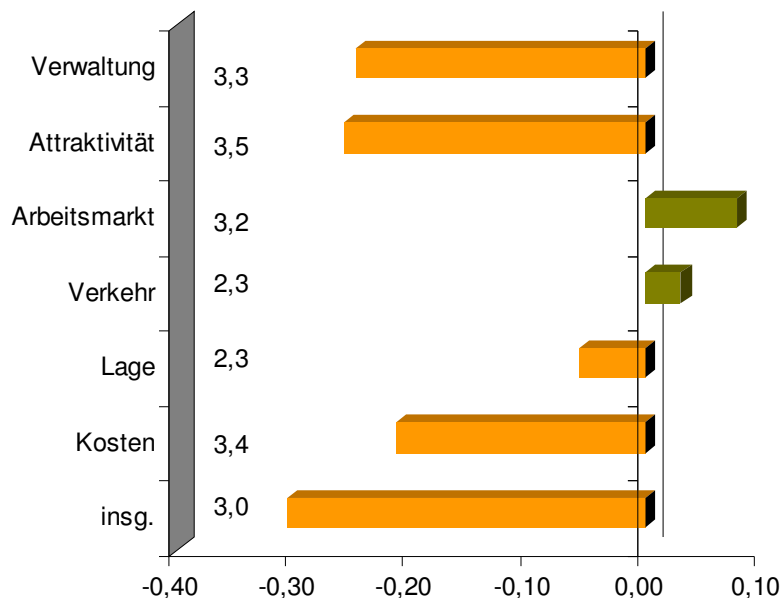


Handel und Gastgewerbe

Diese Branchen stellen sich als die „kritischsten“ heraus. Insgesamt bewerten sie den Standort Monheim mit der Schulnote 3,0, also um 0,3 Punkte schlechter als im Durchschnitt (vgl. Abbildung 17). Während alle Unternehmen mit der Stadtverwaltung und der Standortattraktivität noch recht zufrieden sind, bewerten die Unternehmen aus dem Bereich Handel und Gastgewerbe diese Faktoren nur mit den Noten 3,3 und 3,5. Insbesondere beim Thema Standortattraktivität haben diese Unternehmen hohe Anforderungen, befinden sie sich doch überwiegend in der Innenstadt. Ihr direktes Geschäftsumfeld wirkt dadurch stark auf den Umsatzerfolg. Die Aspekte innerstädtische Gestaltung, Zusammensetzung des Branchenmixes, Sauberkeit und auch das Standortimage sind anders – als beispielsweise für Industriebetriebe – von hoher Relevanz.

Die Kritik an der Verwaltung lässt sich gegebenenfalls mit den vielfältigeren Kontakten dieser Branche zur Stadt begründen. Sie reicht von Genehmigungen etwa für Außenwerbung und Sondernutzungen bis hin zur Freigabe von verkaufsoffenen Sonntagen und der Kontrolle durch das Ordnungs- oder Veterinäramt. Hier gilt: Je häufiger der Kontakt, desto größer ist die Chance, auf ablehnende Bescheide oder lange Genehmigungszeiten zu stoßen. Diese negativen Erfahrungen prägen sich erfahrungsgemäß stärker ein als positive Bescheide. Dies könnte die schlechtere Bewertung erklären. Eine weitere Begründung dürfte die stärkere Abhängigkeit dieser Branchen von Verwaltungsaktivitäten sein. Die Verbesserung des Standortimages oder Stadtmarketingveranstaltungen sowie Aktivitäten der Wirtschaftsförderung können den Erfolg eines Standortes und damit der Einzelunternehmen beeinflussen. Wird in diesen Bereichen von städtischer Seite zu wenig oder nichts unternommen, könnte ein Attraktivitätsverlust die Folge sein, was wiederum zu einer kritischeren Bewertung der Verwaltung führt.

**Abbildung 17: Standortbeurteilung der Branchen Handel und Gastgewerbe
(Abweichungen vom Durchschnitt, davor: Note für dieses Merkmal)**



Einen Hinweis auf andere Schwerpunkte bei den Branchen Handel und Gastgewerbe geben auch die Leistungsportfolios (vgl. Abbildungen 18 und 19). So rücken Kultur- und Freizeitangebot – die häufig von Kunden mit einem Besuch in der Gastronomie und im Einzelhandel verknüpft werden – aufgrund einer höheren Bedeutung in den Teilquadranten „hervorragend“. Etwas schwächer wird der Parkraum bewertet, der statt eines „hervorragend“ ein „befriedigend“ erhält. Hieraus zu schließen, das Parkraumangebot in der Monheimer City sei nicht ausreichend, wäre hingegen übertrieben. Immerhin vergeben die Unternehmen dafür noch die Note 2,4.

**Abbildung 18: Leistungsportfolio (Branchen Handel und Gastgewerbe),
Merkmale Lage, Standortkosten, Arbeitsmarkt**

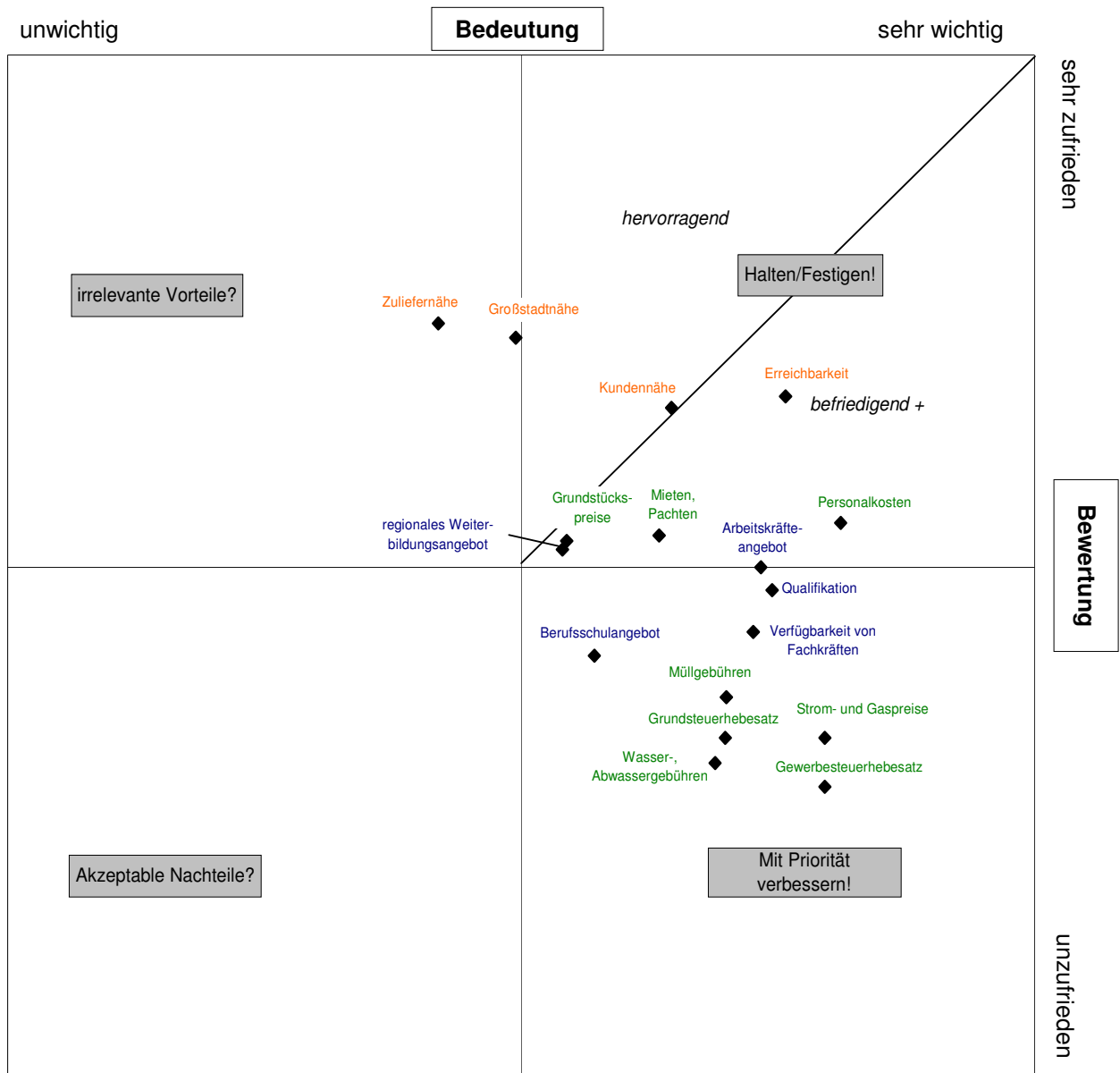
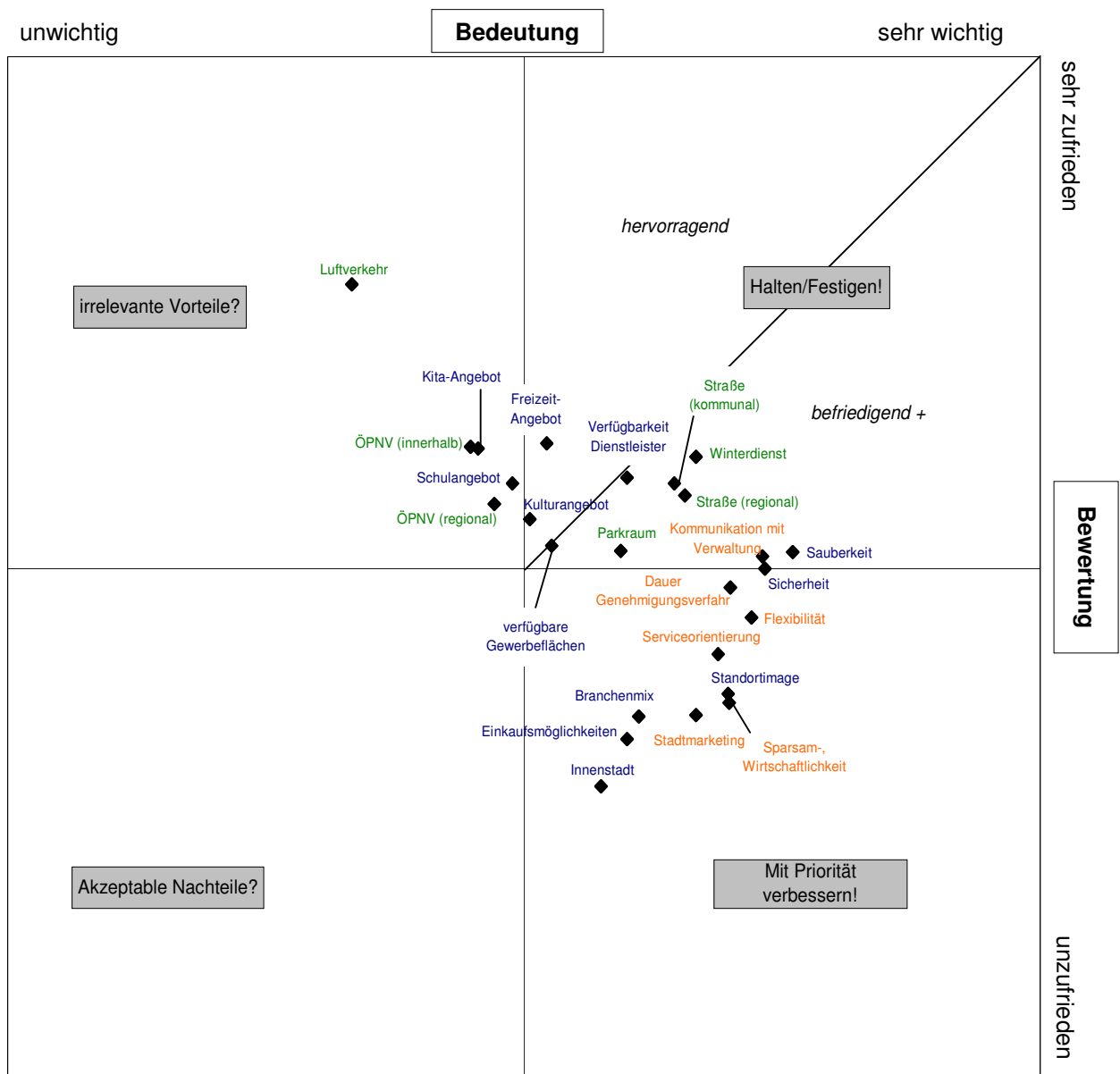


Abbildung 19: Leistungsportfolio (Branchen Handel und Gastgewerbe), Merkmale Verwaltung, Attraktivität, Verkehr



Dienstleistungswirtschaft

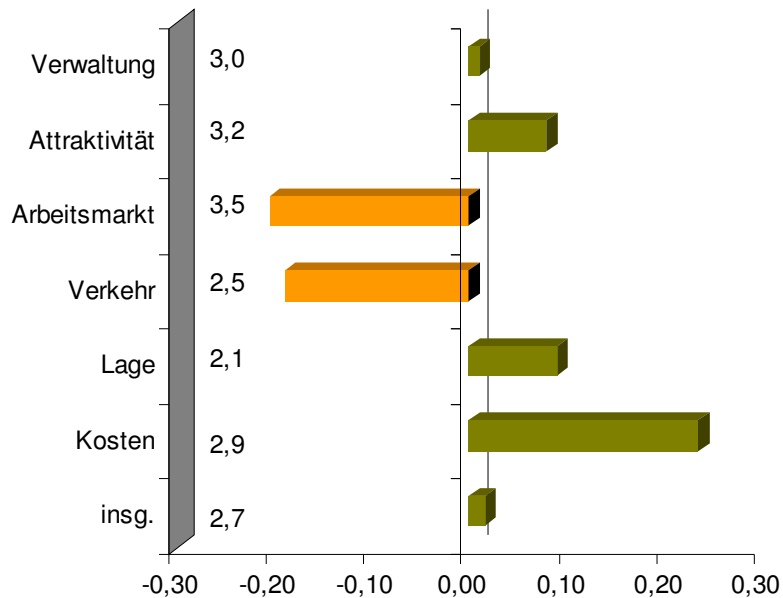
In dieser Gruppe werden alle Branchen aus dem Bereich Dienstleistungen⁶ zusammengefasst. Dazu gehören etwa Berater, Werbeagenturen, Ingenieurbüros, aber auch Gebäudereiniger und Fahrschulen. Diese Gruppe ist damit differenzierter als andere Branchen, da ihre Geschäftsgegenstände sehr unterschiedlich sind.

Bei der Gesamtnote für den Standort liegt die Dienstleistungswirtschaft mit der Note 2,7 im Durchschnitt aller befragten Unternehmen (vgl. Abbildung 20). Während die Dienstleister mit den Standortkosten insgesamt etwas zufriedener sind (Note: 2,9), geben sie für den regionalen Arbeitsmarkt (3,5) und die verkehrliche Situation (2,5) etwas schlechtere Noten. Die höhere Unzufriedenheit mit dem

⁶ Wirtschaftszweige ab der Gruppe 58

Arbeitsmarkt kann mit dem höheren Fachkräftebedarf einzelner Teilbranchen der Dienstleistungswirtschaft, insbesondere in den Bereichen Beratung, IT sowie Forschung und Entwicklung begründet werden. Ob dies allein abhängig ist von der kommunalen Situation in Monheim oder nicht vielmehr gegenwärtig ein bundesweites Problem darstellt, bleibt zu diskutieren.

**Abbildung 20: Standortbeurteilung der Dienstleistungsbranche
(Abweichungen vom Durchschnitt, davor: Note für dieses Merkmal)**

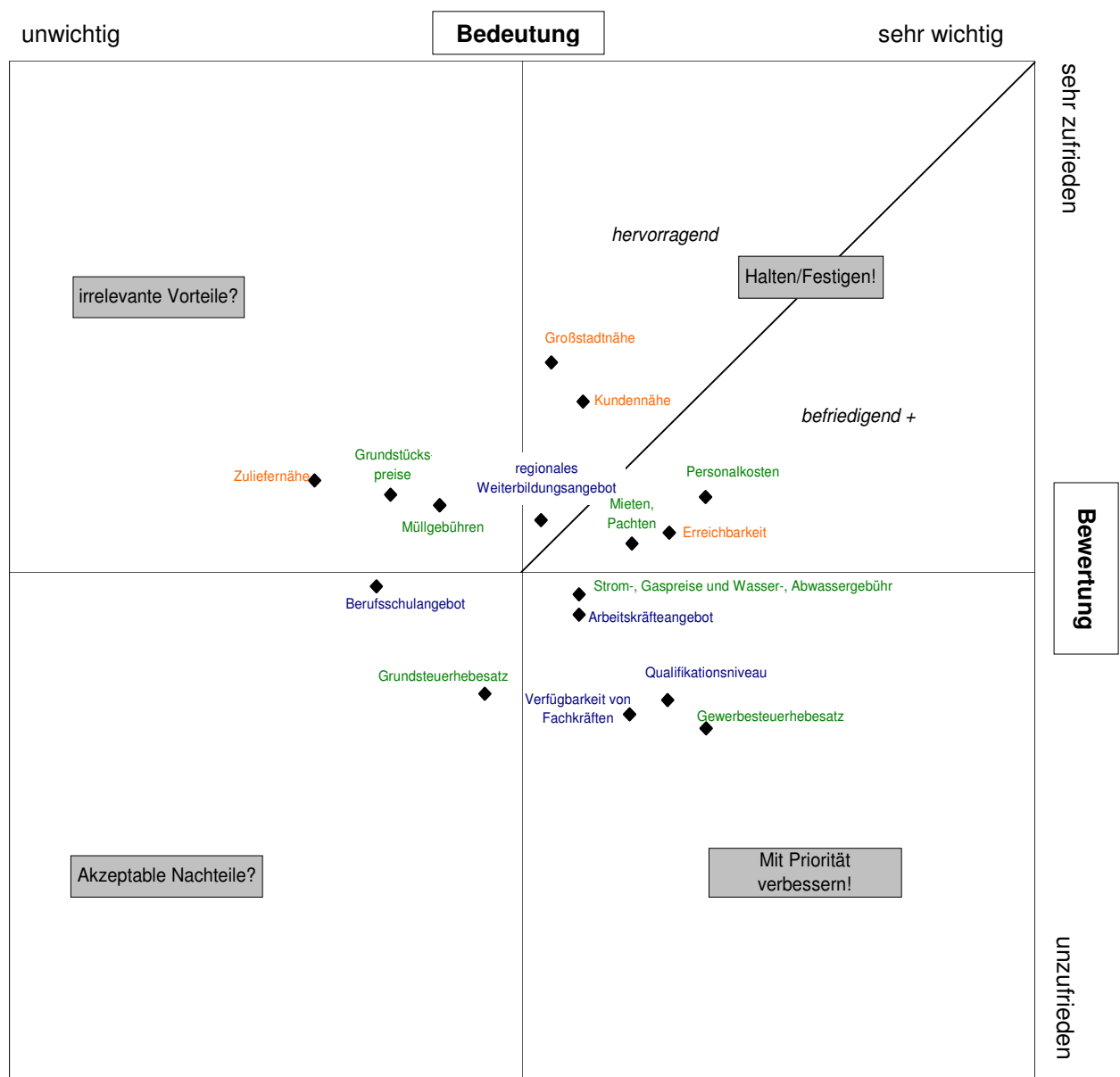


Betrachtet man die einzelnen Standortmerkmale, so bestätigt sich die bessere Bewertung der Standortkosten. Während die kommunalen Gebühren für Wasser und Müll von der Gesamtwirtschaft noch als verbesserungsbedürftig eingeschätzt werden, werden sie hier durchaus als vorteilhaft, wenn auch als nicht sonderlich wichtig eingestuft (vgl. Abbildungen 21 und 22). Dies mag damit zusammenhängen, dass die Ausgabenanteile für entsprechende Gebühren in Bezug auf die Gesamtausgaben der Dienstleistungsbranche geringer sind als beispielsweise für einen Industriebetrieb mit hohem Wasserverbrauchs- und Abfallaufkommen. Gleiches gilt für das Flächenaufkommen: Während Industriebetriebe in der Regel flächenintensiv sind – also große Grundstücke pachten oder erwerben – mieten sich Dienstleistungsbetriebe in (Bestands-)Bürräumen unterschiedlicher Größe ein und nehmen diese Belastung geringer oder gar nicht wahr. Dies begründet die geringeren Bedeutungen der Faktoren Grundsteuerhebesatz und Grundstückspreise für diese Branche.

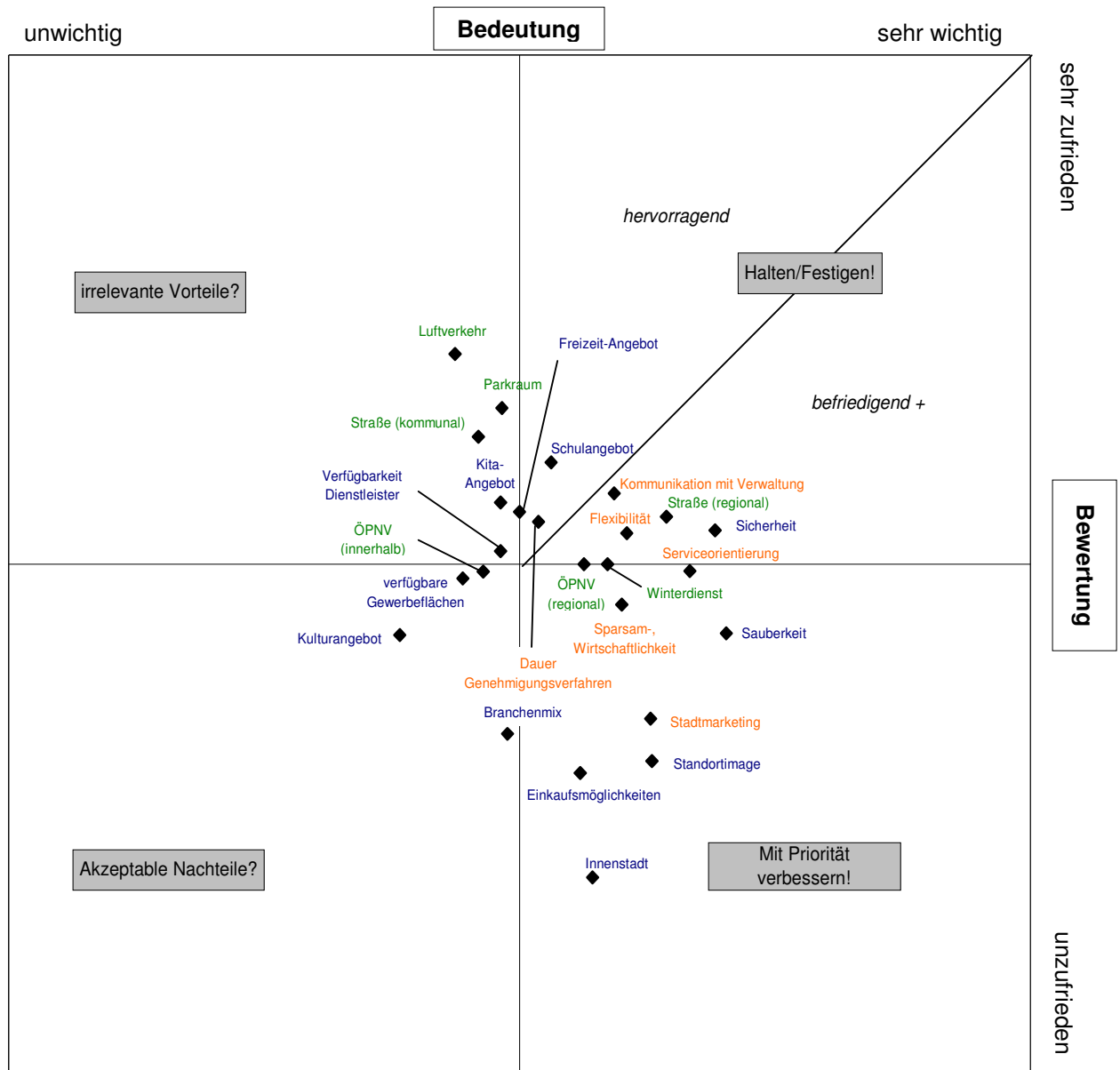
Geringere Bedeutung haben für die Dienstleistungswirtschaft im Vergleich zu den anderen Branchen die Merkmale kommunale Straßenanbindung und der Parkraum. Dies mag daran liegen, dass das Kundenaufkommen und die Mitarbeiterzahlen je Betrieb in der Regel niedriger sind und diese Faktoren in geringerem Ausmaße in Anspruch genommen werden. Gleiches gilt für das abgefragte Merkmal „Verfügbarkeit von Dienstleistern“, das in dieser Branche weniger Relevanz hat. Ein Grund hierfür sind die geringeren Produktionsbeziehungen der Branche mit Zulieferern. Während insbesondere Industrieunternehmen bei ihrer Produktherstellung auf die Zulieferung von Teilprodukten durch dritte Unter-

nehmen angewiesen sind, bieten die Dienstleistungsunternehmen eher Service aus einer Hand. Wesentlich schlechter als die anderen Branchen bewerten die Dienstleister das Schulangebot, wobei sie dies gleichzeitig hinsichtlich seiner Relevanz höher einstufen. So sehen die Dienstleistungsunternehmen hier eine Verbesserungspriorität, während dieses Merkmal im Übrigen eine gute Bewertung bei einer geringen Relevanz erzielt. Eine Begründung könnte der bereits oben erwähnte stärkere Fachkräftebedarf dieser Branche liefern.

Abbildung 21: Leistungsportfolio (Dienstleistungswirtschaft, Merkmale Lage, Standortkosten, Arbeitsmarkt)



**Abbildung 22: Leistungsportfolio (Dienstleistungswirtschaft),
Merkmale Verwaltung, Attraktivität, Verkehr**



Kleinere Unternehmen sehen Standort insgesamt kritischer

Abgesehen von einigen wenigen Ausnahmen, die nachfolgend beschrieben werden, gibt es kaum Unterschiede in der Bewertung der Standortfaktoren in Abhängigkeit zur Mitarbeiterzahl der Unternehmen. Insgesamt bewerten Unternehmen, die weniger als zehn Mitarbeiter haben, den Standort mit der Schulnote 2,9 schwächer als die mit zehn und mehr Mitarbeitern (2,5). Bei den Einzelkriterien wird vor allem die Verwaltung der Stadt Monheim kritischer gesehen und erhält die Schulnote 3,2 (Durchschnitt: 3,0). Gegenteilig verhält es sich bei der Gewerbesteuer (2,9) und den Wasser- (2,5) und Müllgebühren (2,4), die besser bewertet werden als im Durchschnitt. Grund für diese Abweichungen sind vermutlich die höheren Belastungen durch diese Ausgaben bei größeren Unternehmen.



Die Monheimer Verwaltung wird von kleineren Unternehmen kritischer bewertet

Fazit und Handlungsempfehlungen

Insgesamt erzielt der Standort Monheim bei der IHK-Unternehmensbefragung ein durchschnittliches Ergebnis mit leicht positiver Tendenz. Auffällig in Monheim sind sowohl bei der Betrachtung der Einzelfaktoren als auch bei der Analyse der Standort- und Wirtschaftsstruktur die Schwankungen bei den unterschiedlichen statistischen Faktoren und den Teilergebnissen der Unternehmensbefragung: Dem höchsten Ausländeranteil steht die geringste Anzahl von Arbeitslosen gegenüber; dem starken Wachstum bei der Anzahl der Arbeitsplätze die geringste Kaufkraft im Kreis Mettmann, und dem hohen Auspendlerniveau der höchste Anteil an hochqualifizierten Mitarbeitern. Guten Bewertungen bei Lage und Verkehr folgen schwache Noten bei der Standortattraktivität und den Kosten. Monheim weicht von den Vergleichswerten im Kreis Mettmann stark ab – und dies sowohl im Positiven, als auch im Negativen.

Nachfolgend sollen einige Besonderheiten genauer betrachtet und entsprechende Handlungsempfehlungen für eine Aufwertung des Wirtschaftsstandortes Monheim gegeben werden. Zunächst aber sollen die Stärken der Stadt dargestellt werden.

Standortvorteil Lage- und Verkehrssituation sowie Gewerbeflächenverfügbarkeit

Bei allen Lagefaktoren schneidet die Stadt Monheim sowohl in der Gesamt- als auch in der Branchenbetrachtung vorteilhaft ab. Die Einzelfaktoren Erreichbarkeit, Kunden- und Großstadtnähe liegen alle im Bereich „befriedigend +“ und „hervorragend“. Die Zuliefernähe wird, wegen ihrer geringen Bedeutung – außer von der Industrie, die hier ein „hervorragend“ vergibt – eher als „irrelevanter Vorteil“ gesehen. Eng mit den Lagefaktoren verbunden sind die Verkehrsmerkmale. Hierbei schneiden der Winterdienst und die regionale Straßenanbindung mit einem „befriedigend +“ ab. Der Anschluss an die Flughäfen Köln und Düsseldorf wird sehr gut bewertet, ist aber für die befragten Unternehmen von geringer Relevanz. Bei den Angeboten des öffentlichen Personennahverkehrs gilt dies gleichermaßen, wenn auch aufgrund schwächerer Bewertungen etwas abgemildert. Beim Parkraumangebot vergeben die Industrie- und die Handelsbranche ein „befriedigend +“, während die Dienstleistungsbranche diesen Faktor als „irrelevanten Vorteil“ einstuft. Einzig beim kommunalen Straßennetz besteht zumindest nach Meinung der Industriebranchen Handlungsbedarf. Dies mag darauf zurückzuführen sein, dass diese Branche das höchste Lieferverkehrsaufkommen hat und somit direkter von der innerstädtischen Verkehrssituation betroffen ist als die anderen Branchen, die hier ein „befriedigend +“ (Handel) und „irrelevanten Vorteil“ (Dienstleistungen) vergeben. In der IHK-Verkehrsstudie von 2008 wurde insbesondere die fehlende „Grüne Welle“ auf den Autobahnzubringern Berghausener Straße und Opladener Straße kritisch von den befragten Betrieben bewertet⁷. Hier hatte die IHK bereits 2008 Verbesserungen gefordert. Zwar wurde inzwischen zumindest auf der Opladener Straße die Signalanlagen ausgetauscht und so auch eine Verbesserung herbeigeführt. Auf der Berghausener Straße wurden indes noch keine Maßnahmen umgesetzt, die zu einer Verbesserung der Situation geführt hätten.

Insgesamt aber gilt, dass Monheim ein verkehrlicher Gunstraum ist. Lediglich beim innerstädtischen Straßennetz sollten vereinzelt Nachbesserungen erfolgen. Ansonsten sollten die Merkmale Lage und Verkehr als die Vorteile des Standortes Monheim ins Zentrum der Standortvermarktung durch die Wirtschaftsförderung gestellt werden.

Bei der Vermarktung kann der Standort Monheim mit der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen punkten. So stehen in Monheim rund 581.000 m² Gewerbe- und Industrieflächen zur Verfügung⁸ – soviel wie in keiner anderen Stadt im Kreis Mettmann. Von Vorteil für ansiedlungsinteressierte Unternehmen ist sicherlich auch das moderne Glasfasernetz, das die Stadt Monheim in ihrem Stadtgebiet verlegt hat. Insbesondere Unternehmen, die auf einen schnellen Datenaustausch angewiesen sind, profitieren von diesem Angebot.

⁷ Vergleiche hierzu ausführlicher: „IHK Spezial: Verkehr in Monheim“, IHK Düsseldorf 2008

⁸ Von diesen sind kurzfristig verfügbar: 211.000 m², mittelfristig verfügbar: 60.000 m² und langfristig verfügbar: 310.000 m² (Quelle: IHK Düsseldorf Stadtprofile 2010).

Stärken bei den Standortgrundkosten

Zu den Grundkosten für Unternehmen zählen in diesem Falle die Grundstückspreise, Mieten und Pachten. Insbesondere die Grundstückskosten wurden durch die Unternehmen aus den flächenintensiveren Branchen Industrie, Baugewerbe, Verkehr und Logistik als „hervorragend“ eingestuft. Ein Blick auf die Grundstückspreise für Industrie- und Gewerbeflächen in den Städten des Kreises Mettmann bestätigt die Einschätzung der befragten Unternehmen. Monheim liegt hier mit einem Durchschnittspreis von 90 Euro je Quadratmeter im unteren Mittelfeld. Lediglich die niederbergischen Städte Haan, Velbert, Heiligenhaus und Wülfrath bieten gleiche oder günstigere Konditionen⁹. Am teuersten sind Grundstücke in Ratingen und Hilden.

Ein „befriedigend +“ erhielt das Merkmal Mieten und Pachten branchenübergreifend. Auch diese Einschätzung wird durch einen Mietkostenvergleich mit den anderen Kreisstädten bestätigt. Monheim liegt hier mit einem durchschnittlichen Büromietenpreis von 8 Euro je Quadratmeter und einem Lagermietenpreis von 4 Euro je Quadratmeter im kreisweiten Mittelfeld.

Standortattraktivität überzeugt in Teilbereichen

Unter dem Merkmalskomplex „Standortattraktivität“ wurden insgesamt zwölf Einzelkriterien zusammengefasst. Hierunter fallen die sogenannten weichen Standortfaktoren, die anders als die harten Standortfaktoren nicht direkt als Kosten bei den Unternehmen auftauchen, die aber dennoch bei der Standortwahl eine Rolle spielen können. Hier fällt auf, dass die Merkmale, die ausschließlich die Innenstadt betreffen, von den Unternehmen als verbesserungsdürftig eingestuft wurden (hierzu später ausführlicher). Bei den anderen weichen Faktoren fallen hingegen die Sauberkeit und die Sicherheit in Monheim positiv auf. Beide Merkmale erhalten ein „befriedigend +“, wobei die Industrie bei der Sicherheit und die Dienstleistungswirtschaft bei der Sauberkeit geringe Verbesserungspotenziale sehen. Ebenfalls gut bewertet, aber in Bezug auf die Bedeutung weniger relevant, wurden die Faktoren Kita- und Schulangebot sowie der Freizeitwert Monheims, wobei die Branchen Handel und Dienstleistung letztgenanntes sogar als hervorragend einstufen. Etwas schwächer wird das Kulturangebot in Monheim bewertet und fällt damit in die Rubrik „akzeptabler Nachteil“. Insgesamt besteht bei den hier aufgeführten Faktoren aus Sicht der Wirtschaft nur ein geringer Verbesserungsbedarf.

Verwaltung erhält teilweise gute Bewertungen von der Wirtschaft

Vor allem die Aspekte Kommunikation, Flexibilität, Dauer von Genehmigungsverfahren sowie (etwas schwächer) die Serviceorientierung der kommunalen Administration fallen positiv auf. Alle diese Merkmale erhalten insgesamt ein „befriedigend +“. Die Serviceorientierung wird dabei als geringfügig verbesserungsbedürftig gesehen. Lediglich die etwas kritischeren Unternehmen aus dem Handel sehen leichten Verbesserungsbedarf. Anders verhält es sich bei den Merkmalen Stadtmarketing sowie Sparsam- beziehungsweise Wirtschaftlichkeit. Die Kritik an der Verwaltung in Bezug auf ihre Finanzen liegt auf der Hand: Monheim befindet sich derzeit in einem Nothaushalt. Das veranschlagte Haushaltsdefizit liegt 2010 bei 20,2 Millionen Euro. Hier besteht aus Sicht der Wirtschaft Handlungsbedarf, um die Gestaltungsspielräume, die es im Nothaushaltsrecht nicht gibt, wieder nutzen und Investitionen

⁹ Quelle: IHK Stadtprofile 2010

in die Wirtschaftsinfrastruktur tätigen zu können. Diese beiden Aspekte begründen auch die insgesamt durchschnittliche Bewertung für die Verwaltung insgesamt.

Kritik an hohen Gebühren und Steuerhebesätzen

Zu den Merkmalen mit dem größten Handlungsbedarf gehören die Steuerhebesätze. Hier fällt der Gewerbesteuerhebesatz etwas stärker ins Gewicht als der Grundsteuerhebesatz. Erst genannter erzielt mit der Bewertung 2,93 den drittschlechtesten Wert aller abgefragten Einzelmerkmale, der Grundsteuerhebesatz den siebt schlechtesten. Und dieser Eindruck der Wirtschaft entspringt nicht nur dem subjektiven Empfinden der steuerzahlenden Unternehmen, sondern erhält auch bei einem objektiven Vergleich mit den anderen Städten im Kreis Berechtigung. Mit einem Gewerbesteuerhebesatz von 435 Punkten liegt Monheim knapp hinter Velbert und Wülfrath (jeweils 440). Beim Grundsteuerhebesatz liegt Monheim mit 435 Punkten auf Platz zwei der Rangfolge der teuersten Städte. Nur Wülfrath hat mit einem Wert von 465 einen höheren Grundsteuerhebesatz. Im Vergleich dazu erhebt der direkte Nachbar Langenfeld lediglich 360 Punkte (Gewerbesteuer) beziehungsweise 336 Punkte (Grundsteuer) und liegt damit auf dem ersten Rang im Kreisvergleich.

Ähnlich negativ bewertet die Wirtschaft die Gebührenhöhen für Wasser und Abwasser und die Preise für Strom und Gas. Bei den Handelsbetrieben kommt noch die Müllgebühr hinzu, die von diesen Branchen nur eine 2,9 als Bewertung erhält. Während eine Steuerung der Strom- und Gaspreise von den jeweiligen Anbietern bestimmt wird, bestehen in Bezug auf die Wasser- und Müllgebühren von städtischer Seite durchaus Einflussmöglichkeiten, diese über eine Änderung der Gebührensatzungen anzupassen.

Ebenfalls im Verantwortungsbereich der Stadt liegt die Festlegung der Steuerhebesätze zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit des Standortes. Denn der Gewerbesteuerhebesatz ist – dies zeigen die bisherigen Standortuntersuchungen der IHK – einer mit der höchsten Relevanz bei der unternehmerischen Standortwahl. Immerhin bestehen seitens der Stadt Monheim, die sich im Nothaushaltsrecht befindet, gegenwärtig keine Planungen, den Gewerbesteuerhebesatz in den nächsten Jahren zu erhöhen, was zu einer weiteren Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit führen könnte. Anders verhält es sich beim Grundsteuerhebesatz, der bis zum Jahr 2012 um jährlich 20 Punkte auf dann 475 steigen soll (zum Vergleich: Die Landeshauptstadt Düsseldorf liegt bei 440 Punkten). Aus Sicht der IHK ist eine solche Standortverteuerung keine gute Basis, um künftig attraktive Unternehmen in Monheim anzusiedeln, was zur Stärkung der Gewerbesteuerbasis dringend notwendig wäre.

Arbeitsmarktsituation mit Schwächen

In Monheim gibt es nach Ansicht der befragten Unternehmen ein Arbeitskräftedefizit insbesondere bei den Fachkräften. Hiervon betroffen ist vor allem die Dienstleistungswirtschaft mit ihrem Bedarf an fachlich spezialisierten Arbeitskräften. Auch das Qualifikationsniveau der Arbeitskräfte, die zur Verfügung stehen, wurde als nicht ausreichend beurteilt und daher als verbesserungsbedürftig eingestuft. Mit diesem Problem des schmaler werdenden Fachkräfteangebots steht Monheim aber nicht allein da. Bei einer Untersuchung des DIHK im Sommer 2010 gab jedes zweite befragte Unternehmen (deutsch-

landweit) an, dass es offene Stellen zumindest teilweise nicht besetzen konnte. Und die Kräfteengpässe werden sich nach Ansicht der Unternehmen künftig verschärfen: 50 Prozent der im Rahmen der DIHK-Studie befragten Unternehmen erwarten in den nächsten fünf Jahren einen Fachkräftemangel bei den Hochqualifizierten, 43 Prozent erwarten einen Fachkräftemangel über alle Berufsgruppen hinweg¹⁰. Schon im Spätsommer 2009 gaben im Rahmen der IHK-Konjunkturumfrage in der Region Düsseldorf und Mittlerer Niederrhein 16,4 Prozent der befragten Unternehmen an, dass bei ihnen ein Fachkräftemangel bestehe¹¹. Diese Zahl stieg durch den Konjunkturaufschwung ein Jahr später schon auf 27,6 Prozent. Deutschlandweit wird das Thema Fachkräftemangel vor dem Hintergrund abnehmender Bevölkerungszahlen von großer Bedeutung bleiben, insbesondere dann, wenn die Wirtschaft – wie zurzeit – wächst¹² und die Unternehmen Personal aufstocken wollen.

Schwierig zu beantworten ist hingegen die Frage nach den Einflussmöglichkeiten der Kommune auf Themen wie Fachkräftemangel. Schließlich liegen beispielsweise die politischen Kompetenzen im Bildungsbereich bei der Landespolitik und die für die Zuwanderung ausländischer Fachkräfte bei der Bundespolitik. Die Möglichkeiten der kommunalen Politikebene sind also eher limitiert. Lediglich bei den Schulen bestehen für die Kommunen Möglichkeiten, steuernd einzugreifen. Immerhin beherbergt die Stadt mit der Hochschule für Unternehmensführung, deren Ansiedlung sie unterstützt hatte, ab November 2010 eine Bildungseinrichtung, die nach eigenen Angaben zum Wintersemester 2011/12 über 100 Studenten haben wird. Unterrichtet werden hier Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik. Durch die räumliche Nähe können ansässige Unternehmen profitieren, wenn sie eine projektbezogene Kooperation eingehen. Gegebenenfalls stünden in einigen Jahren dann auch studentische Mitarbeiter und anschließend gut ausgebildete Arbeitskräfte zur Verfügung.

Auch wenn die direkten Handlungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Arbeitsmarktsituation – wie oben erwähnt – für die Kommune begrenzt sind, kann sie dennoch indirekt Abhilfe schaffen, indem sie beispielsweise die Bereitstellung attraktiven Wohnraums, die Schaffung von Betreuungs- und Freizeiteinrichtungen sowie weitere die Attraktivität der Stadt fördernde Maßnahmen unterstützt. Die Verbesserung dieser Rahmenbedingungen könnte die Bereitschaft qualifizierter Arbeitskräfte, sich für einen Arbeitgeber in und den Wohnort Monheim zu entscheiden, fördern. Dies ist umso wichtiger, da durch die Nähe zu Düsseldorf und Köln attraktive Wohn- und Arbeitsalternativen zur Verfügung stehen. Erste Maßnahmen in diese Richtung wurden von Monheim bereits eingeleitet. Zu nennen sei hier vor allem die Schaffung anspruchsvollen Wohnraums durch Stadthäuser, Eigentumswohnungen und -häuser¹³. Die Planungen für den Landschaftspark Rheinbogen können dazu beitragen, den Freizeitwert der Stadt zu erhöhen.

¹⁰ Vergleiche hierzu ausführlicher: „Mitarbeiter dringend gesucht! Fachkräftesicherung – Herausforderung der Zukunft“, DIHK 2010

¹¹ Vergleiche hierzu ausführlicher: „Der IHK-Konjunkturbericht Spätsommer 2010 in der Region Düsseldorf / Mittlerer Niederrhein“, IHK Düsseldorf 2010

¹² Das Wirtschaftsministerium geht von einer Wachstumsprognose von 3,4 Prozent für das Jahr 2010 aus.

¹³ Hierbei handelt es sich um die Projekte „Wohnen am Greisbachsee“ (in der Vermarktung), Wohnen auf dem ehem. Brauereigelände“ und „Wohnen am Krämersee“ (beide im B-Planverfahren).

Standortimage durch Aufwertung der Innenstadt verbessern

Zu den unter dem vorhergehenden Abschnitt aufgelisteten weiteren Maßnahmen der Attraktivitätssteigerung gehört insbesondere die Verbesserung des Monheimer Standortimages. Dieses wird zurzeit von den Unternehmen als schwach eingestuft und erhält nur die Bewertung 2,8. Auch das Image einer Stadt hat – ähnlich wie bei Markenprodukten und Kaufentscheidungen – Einfluss auf Standortentscheidungen. Dies gilt sowohl für Unternehmen, die einen neuen Standort suchen, wie auch für Privatleute. Wenn man den Vergleich mit Markenprodukten weiter benutzt und sich insbesondere den finanziellen Aufwand vieler Unternehmen zur Präsentation ihrer Marken ansieht, wird die hohe Bedeutung des Marketings und damit des Images deutlich.



Branchenmix und Gestaltung sind wichtige Aspekte für Handel und Gastgewerbe



Natürlich können die Maßnahmen der Unternehmen für ihre Marken nicht eins zu eins auf das Marketing einer Stadt übertragen werden. Auch ist es sicherlich leichter, einem neu für den Markt entwickelten Produkt ein Image zu geben, als einer bereits mit einem „Ruf“ versehenen Stadt. Dennoch ist es möglich, auch einer Stadt ein positiveres Image zu geben. Hier von zentraler Bedeutung ist die Innenstadt einer Gemeinde, quasi als Zentrum und Lebensader, als Repräsentationsraum der Stadt. Das Stadtzentrum gibt der Stadt erst ihr Gesicht und stiftet Identifikation. Dieser Zusammenhang wird auch in der Unternehmensbefragung deutlich. Neben schwachen Bewertungen für das Standortimage schneiden die Merkmale Innenstadt, Branchenmix und Einkaufsmöglichkeiten ebenfalls schlecht ab. Und auch die durch die Stadt Monheim in Form von Stadtmarketingmaßnahmen eingeleiteten Verbesserungsbemühungen erhalten mit der Note 2,8 eine eher schwache Bewertung. Insbesondere für die Unternehmen aus den Bereichen Handel, Gastronomie und Dienstleistungen, die ihren Unternehmenssitz schwerpunktmäßig in der Innenstadt haben, sind Verbesserungen dringend angezeigt.

Daher liegen hier auch nach Ansicht der IHK der höchste Handlungsdruck und die größten Verbesserungspotenziale für Monheim. Die Stadt ist sich der Bedeutung dieses Aspekts durchaus bewusst. So wurden mit der Einrichtung einer Stadtmarketingstelle bei der Wirtschaftsförderung ab 2010 bereits Grundlagen für ein verstärktes Handeln in diesem Bereich gelegt. Auch der bereits realisierte Bau des Poco-Marktes (6.400 Quadratmeter Verkaufsfläche) und der Bau des Monheimer Tores (Rathaus-Center III mit 7.000 Quadratmetern Verkaufsfläche, Baubeginn Ende 2010) können zukünftig zu einer Aufwertung des Einkaufsangebotes und des Branchenmixes und damit – zumindest im Falle des Monheimer Tores – zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen. Dass in den vergange-

nen Jahren bereits ein „Aufholprozess“ in Gang gesetzt wurde, belegen die Vergleichszahlen zur Zentralität der Stadt Monheim. Nach Berechnungen der GfK stieg der Zentralitätsindex von 1999 bis 2010 von 62,6 auf 82,5 Punkte. Neben der Erweiterung der Verkaufsfläche ist als weitere die Attraktivität der Innenstadt steigernde Maßnahme der Umbau des Rathausplatzes mit dem Busbahnhof geplant (Baubeginn Anfang 2011). Diese Baumaßnahme kann dazu beitragen, die Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit der City zu erhöhen. Diese Aktivitäten der Stadt in der Innenstadt müssen fortgesetzt und erweitert werden. Die IHK Düsseldorf steht hierbei unterstützend zur Seite. So wurde bereits mit dem gemeinsamen Projekt „Standortoffensive Monheim“ die Zusammenarbeit aufgenommen. Mit der Herstellung eines Standortexposés für die Innenstadt soll es gelingen, das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot des Zentrums zu verbessern. Weitere Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt und des Standortimages, beispielsweise in Form einer einheitlichen Standortmarketingkampagne, sind dringend zu empfehlen. Einen ersten Schritt hierzu unternimmt die Stadt Monheim derzeit mit ihrem Projekt „Kampagne Monheim am Rhein PLUS“. Durch Aktionen wie Buswerbung, Anzeigen, einer Investorentour und der Kampagne „Unternehmen werben Unternehmen“ sollen potenzielle Investoren auf den Standort Monheim aufmerksam gemacht werden.

Anhang

Ergebnisse der Unternehmensbefragung: Gesamtwirtschaft			
	Bedeutung	Bewertung	Differenz
Gewerbesteuerhebesatz	1,76	2,93	-1,17
Grundsteuerhebesatz	2,05	2,78	-0,73
Müllgebühren	2,24	2,52	-0,28
Wasser-/ Abwassergebühren	2,24	2,70	-0,47
Strom-/ Gaspreise	1,91	2,73	-0,82
Grundstückspreise	2,45	2,29	0,16
Mieten/ Pachten	2,06	2,33	-0,28
Personalkosten	1,66	2,31	-0,65
Erreichbarkeit	1,82	2,09	-0,27
Zulieferernähe	2,67	2,02	0,65
Kundennähe	2,08	1,99	0,09
Großstadtnähe	2,40	1,89	0,51
Arbeitskräfteangebot	1,99	2,56	-0,57
Qualifikationsniveau	1,85	2,67	-0,81
Verfügbarkeit von Fachkräften	1,92	2,75	-0,83
Berufsschulangebot	2,59	2,80	-0,21
regionales Weiterbildungsangebot	2,39	2,46	-0,06
Verfügbare Gewerbeflächen	2,49	2,40	0,09
Innenstadt	2,40	3,12	-0,72
Einkaufsmöglichkeiten	2,36	3,02	-0,66
Branchenmix	2,42	2,87	-0,45
Sicherheit	1,87	2,49	-0,62
Verfügbarkeit von Dienstleistern	2,31	2,32	-0,01
Standortimage	2,07	2,83	-0,77
Sauberkeit (Stadtbild)	1,89	2,43	-0,54
Kulturelles Angebot	2,81	2,53	0,29
Freizeitangebot	2,62	2,26	0,36
Kita-Angebot	2,70	2,23	0,47
Schulangebot	2,53	2,21	0,32
Serviceorientierung	1,94	2,51	-0,57
Sparsam-/ Wirtschaftlichkeit	1,98	2,82	-0,84
Stadtmarketing	2,12	2,79	-0,68
Flexibilität bei Anträgen	1,94	2,40	-0,46
Dauer von Genehmigungsverfahren	2,07	2,49	-0,43
Kommunikation mit Verwaltung	1,94	2,32	-0,38
Straße kommunal	2,29	2,34	-0,05
Parkraum im Stadtteil/ Gewerbegebiet	2,31	2,26	0,05
Straße regional	2,01	2,35	-0,34
ÖPNV (innerhalb Monheims)	2,69	2,32	0,36
ÖPNV (regionale Anbindung)	2,57	2,45	0,13
Luftverkehr (Flugangebot Düsseldorf, Köln)	2,79	1,82	0,97
Winterdienst	2,20	2,35	-0,15

Ergebnisse der Unternehmensbefragung: Industrie- und Baugewerbe, Verkehr und Logistik			
	Bedeutung	Bewertung	Differenz
Gewerbesteuerhebesatz	1,77	3,58	-1,81
Grundsteuerhebesatz	1,81	2,52	-0,71
Müllgebühren	2,23	2,37	-0,13
Wasser-/ Abwassergebühren	2,13	2,68	-0,55
Strom-/ Gaspreise	1,90	2,57	-0,66
Grundstückspreise	2,23	2,19	0,04
Mieten/ Pachten	1,97	2,18	-0,21
Personalkosten	1,47	2,26	-0,79
Erreichbarkeit	1,70	1,94	-0,24
Zulieferernähe	2,24	2,07	0,18
Kundennähe	1,94	1,93	0,01
Großstadtnähe	2,33	1,97	0,37
Arbeitskräfteangebot	1,88	2,55	-0,68
Qualifikationsniveau	1,75	2,66	-0,91
Verfügbarkeit von Fachkräften	1,78	2,71	-0,93
Berufsschulangebot	2,59	3,04	-0,44
regionales Weiterbildungsangebot	2,34	2,55	-0,21
Verfügbare Gewerbeflächen	2,41	2,29	0,12
Innenstadt	2,68	2,90	-0,22
Einkaufsmöglichkeiten	2,56	3,03	-0,47
Branchenmix	2,56	2,73	-0,17
Sicherheit	1,94	2,55	-0,62
Verfügbarkeit von Dienstleistern	2,19	2,33	-0,14
Standortimage	2,20	2,63	-0,43
Sauberkeit (Stadtbild)	2,13	2,16	-0,03
Kulturelles Angebot	3,10	2,56	0,54
Freizeitangebot	2,90	2,33	0,57
Kita-Angebot	2,87	2,23	0,64
Schulangebot	2,61	2,19	0,42
Serviceorientierung	1,91	2,28	-0,38
Sparsam-/ Wirtschaftlichkeit	1,90	2,86	-0,95
Stadtmarketing	2,29	2,53	-0,24
Flexibilität bei Anträgen	1,84	2,19	-0,34
Dauer von Genehmigungsverfahren	1,91	2,52	-0,61
Kommunikation mit Verwaltung	1,84	2,22	-0,38
Straße kommunal	2,27	2,61	-0,34
Parkraum im Stadtteil/ Gewerbegebiet	2,23	2,25	-0,02
Straße regional	1,94	2,40	-0,46
ÖPNV (innerhalb Monheims)	2,81	2,33	0,47
ÖPNV (regionale Anbindung)	2,84	2,56	0,28
Luftverkehr (Flugangebot Düsseldorf, Köln)	2,75	1,93	0,82
Winterdienst	2,35	2,39	-0,03

Ergebnisse der Unternehmensbefragung: Handel und Gastgewerbe			
	Bedeutung	Bewertung	Differenz
Gewerbesteuerhebesatz	1,61	3,14	-1,53
Grundsteuerhebesatz	1,90	3,00	-1,10
Müllgebühren	1,90	2,88	-0,98
Wasser-/ Abwassergebühren	1,93	3,07	-1,14
Strom-/ Gaspreise	1,61	3,00	-1,39
Grundstückspreise	2,37	2,42	-0,06
Mieten/ Pachten	2,10	2,41	-0,31
Personalkosten	1,57	2,37	-0,80
Erreichbarkeit	1,73	2,00	-0,27
Zulieferernähe	2,74	1,79	0,96
Kundennähe	2,06	2,03	0,03
Großstadtnähe	2,52	1,83	0,69
Arbeitskräfteangebot	1,80	2,50	-0,70
Qualifikationsniveau	1,77	2,57	-0,80
Verfügbarkeit von Fachkräften	1,82	2,69	-0,87
Berufsschulangebot	2,29	2,76	-0,47
regionales Weiterbildungsangebot	2,38	2,45	-0,07
Verfügbare Gewerbeflächen	2,42	2,43	-0,01
Innenstadt	2,28	3,14	-0,86
Einkaufsmöglichkeiten	2,20	3,00	-0,80
Branchenmix	2,17	2,93	-0,77
Sicherheit	1,80	2,50	-0,70
Verfügbarkeit von Dienstleistern	2,20	2,23	-0,03
Standortimage	1,91	2,87	-0,96
Sauberkeit (Stadtbild)	1,72	2,45	-0,73
Kulturelles Angebot	2,48	2,35	0,13
Freizeitangebot	2,43	2,13	0,30
Kita-Angebot	2,63	2,15	0,49
Schulangebot	2,53	2,25	0,28
Serviceorientierung	1,94	2,75	-0,81
Sparsam-/ Wirtschaftlichkeit	1,90	2,89	-0,99
Stadtmarketing	2,00	2,93	-0,93
Flexibilität bei Anträgen	1,84	2,64	-0,80
Dauer von Genehmigungsverfahren	1,90	2,56	-0,66
Kommunikation mit Verwaltung	1,81	2,46	-0,66
Straße kommunal	2,06	2,25	-0,19
Parkraum im Stadtteil/ Gewerbegebiet	2,22	2,45	-0,23
Straße regional	2,03	2,29	-0,25
ÖPNV (innerhalb Monheims)	2,66	2,14	0,51
ÖPNV (regionale Anbindung)	2,59	2,31	0,28
Luftverkehr (Flugangebot Düsseldorf, Köln)	3,00	1,67	1,33
Winterdienst	2,00	2,17	-0,17

Ergebnisse der Unternehmensbefragung: Dienstleistungswirtschaft			
	Bedeutung	Bewertung	Differenz
Gewerbesteuerhebesatz	1,96	2,96	-1,00
Grundsteuerhebesatz	2,61	2,86	-0,25
Müllgebühren	2,74	2,30	0,44
Wasser-/ Abwassergebühren	2,74	2,30	0,44
Strom-/ Gaspreise	2,33	2,57	-0,23
Grundstückspreise	2,88	2,27	0,61
Mieten/ Pachten	2,18	2,42	-0,24
Personalkosten	1,96	2,28	-0,32
Erreichbarkeit	2,07	2,38	-0,32
Zulieferernähe	3,11	2,23	0,88
Kundennähe	2,32	2,00	0,32
Großstadtnähe	2,41	1,88	0,53
Arbeitskräfteangebot	2,33	2,63	-0,29
Qualifikationsniveau	2,07	2,88	-0,80
Verfügbarkeit von Fachkräften	2,19	2,92	-0,73
Berufsschulangebot	2,93	2,54	0,38
regionales Weiterbildungsangebot	2,44	2,35	0,10
Verfügbare Gewerbeflächen	2,67	2,54	0,13
Innenstadt	2,29	3,42	-1,14
Einkaufsmöglichkeiten	2,32	3,12	-0,79
Branchenmix	2,54	3,00	-0,46
Sicherheit	1,93	2,40	-0,47
Verfügbarkeit von Dienstleistern	2,56	2,46	0,09
Standortimage	2,11	3,08	-0,97
Sauberkeit (Stadtbild)	1,89	2,70	-0,81
Kulturelles Angebot	2,85	2,71	0,14
Freizeitangebot	2,50	2,35	0,15
Kita-Angebot	2,56	2,32	0,24
Schulangebot	2,41	2,20	0,21
Serviceorientierung	2,00	2,52	-0,52
Sparsam-/ Wirtschaftlichkeit	2,20	2,62	-0,42
Stadtmarketing	2,12	2,95	-0,84
Flexibilität bei Anträgen	2,19	2,41	-0,22
Dauer von Genehmigungsverfahren	2,44	2,38	0,07
Kommunikation mit Verwaltung	2,22	2,29	-0,07
Straße kommunal	2,62	2,13	0,50
Parkraum im Stadtteil/ Gewerbegebiet	2,55	2,04	0,51
Straße regional	2,07	2,36	-0,29
ÖPNV (innerhalb Monheims)	2,61	2,52	0,09
ÖPNV (regionale Anbindung)	2,31	2,50	-0,19
Luftverkehr (Flugangebot Düsseldorf, Köln)	2,69	1,88	0,81
Winterdienst	2,24	2,50	-0,26



Industrie- und Handelskammer Düsseldorf
Herrn Michael Rüscher
Nedderstraße 6
42551 Velbert

Ihr Ansprechpartner ist Michael Rüscher Tel.: 02051 / 9200-15
Bitte bis zum **18. Juni 2010** ausgefüllt zurücksenden per **Fax: 02051 / 9200-30** oder per Brief.

Angaben zum Betrieb (falls nicht zutreffend / offen, bitte korrigieren / ergänzen): (intern:)

Wirtschaftszweig: (evtl. Korrektur)

Anzahl **Beschäftigte** in Monheim: insgesamt rund.....Personen

Der Betrieb ist in Monheim **angesiedelt** seit dem Jahre:

Der Fragebogen wurde bearbeitet durch: Frau/ Herrn Tel:.....

A. Beurteilung des Wirtschaftsstandortes Monheim insgesamt

Wie beurteilen Sie	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	ungenügend
... den Standort insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... die Standortkosten insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... die geografische Lage insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... die Verkehrsanbindung insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... den Arbeitsmarkt insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... die Standortattraktivität insgesamt?	1	2	3	4	5	6
... die Stadtverwaltung insgesamt?	1	2	3	4	5	6

B. Beurteilung einzelner Standortfaktoren am Standort Monheim

Standortfaktoren		Wichtigkeit für Ihren Betrieb?				Zufriedenheit an Ihrem Standort in Monheim?			
		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
Lage	Erreichbarkeit Ihres Unternehmens	1	2	3	4	1	2	3	4
	Nähe zu wichtigen Zulieferern	1	2	3	4	1	2	3	4
	Nähe zu wichtigen Kunden	1	2	3	4	1	2	3	4
	Großstadtnähe	1	2	3	4	1	2	3	4
Verkehr	Straße kommunal (innerhalb von Monheim)	1	2	3	4	1	2	3	4
	Parkraum im Stadtteil/Gewerbegebiet	1	2	3	4	1	2	3	4
	Straße regional (von und nach Monheim)	1	2	3	4	1	2	3	4
	ÖPNV (innerhalb von Monheim)	1	2	3	4	1	2	3	4
	ÖPNV (regionale Anbindung)	1	2	3	4	1	2	3	4
	Luftverkehr (Flugangebot in Düsseldorf, Köln/Bonn)	1	2	3	4	1	2	3	4
	Winterdienst	1	2	3	4	1	2	3	4

Fortsetzung: B. Beurteilung einzelner Standortfaktoren am Standort Monheim

Standortfaktoren Dabei bitte in jeder Zeile jeweils eine Ziffer für die Wichtigkeit <u>und</u> für die Zufriedenheit ankreuzen		Wichtigkeit für Ihren Betrieb?				Zufriedenheit an Ihrem Standort in Monheim?			
		sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	sehr zufrieden	zufrieden	weniger zufrieden	unzufrieden
Standortkosten	Gewerbesteuerhebesatz	1	2	3	4	1	2	3	4
	Grundsteuerhebesatz	1	2	3	4	1	2	3	4
	Müllgebühren	1	2	3	4	1	2	3	4
	Wasser-/ Abwassergebühren	1	2	3	4	1	2	3	4
	Strom- und Gaspreise	1	2	3	4	1	2	3	4
	Grundstückspreise	1	2	3	4	1	2	3	4
	Miet- und Pachtkosten	1	2	3	4	1	2	3	4
	Personalkosten	1	2	3	4	1	2	3	4
Standortattraktivität	Verfügbarkeit von Gewerbeflächen	1	2	3	4	1	2	3	4
	Innenstadtattraktivität	1	2	3	4	1	2	3	4
	Einkaufsmöglichkeiten	1	2	3	4	1	2	3	4
	Branchenmix vor Ort	1	2	3	4	1	2	3	4
	Sicherheitssituation	1	2	3	4	1	2	3	4
	Verfügbarkeit von Dienstleistern	1	2	3	4	1	2	3	4
	Standortimage	1	2	3	4	1	2	3	4
	Sauberkeit (Stadtbild)	1	2	3	4	1	2	3	4
	Kulturelles Angebot	1	2	3	4	1	2	3	4
	Freizeitangebot/ Naherholungsmöglichkeit	1	2	3	4	1	2	3	4
	Kindergartenangebot	1	2	3	4	1	2	3	4
	Schulangebot	1	2	3	4	1	2	3	4
Arbeitsmarkt und Qualifizierung	Arbeitskräfteangebot	1	2	3	4	1	2	3	4
	Qualifikationsniveau der Arbeitskräfte	1	2	3	4	1	2	3	4
	Verfügbarkeit von Fachkräften	1	2	3	4	1	2	3	4
	Berufsschulangebot	1	2	3	4	1	2	3	4
	Weiterbildungsangebot in der Region	1	2	3	4	1	2	3	4
Stadtverwaltung	Serviceorientierung der Stadtverwaltung	1	2	3	4	1	2	3	4
	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Stadtverwaltung	1	2	3	4	1	2	3	4
	Aktivitäten zum Stadt-/ Standortmarketing	1	2	3	4	1	2	3	4
	Flexibilität der Stadtverwaltung beim Umgang mit Anträgen	1	2	3	4	1	2	3	4
	Dauer von Genehmigungsverfahren	1	2	3	4	1	2	3	4
	Kommunikation mit der Stadtverwaltung	1	2	3	4	1	2	3	4

C. Unternehmensentscheidungen und aktuelle Wirtschaftsthemen

Die Haushalte vieler Städte weisen – nicht zuletzt wegen der Wirtschaftskrise – Defizite auf. Auch die Stadt Monheim muss dringend sparen, um ihr Defizit zu verringern. In welchen Bereichen bestehen Ihrer Ansicht nach zusätzliche Einspar- oder Einnahmepotenziale?

Planen Sie in der nächsten Zeit wichtige unternehmerische Veränderungen?	<input type="radio"/> Ja	<input type="radio"/> Nein
Wenn ja, welche?	<input type="radio"/> Investitionen im Unternehmen <input type="radio"/> Unternehmensexpansion, wenn ja, auch am Standort Monheim? <input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> nein <input type="radio"/> Standortverlagerung, wenn ja wohin? _____ <input type="radio"/> Auf-, Übergabe des Unternehmens, wenn ja, aus welchem Grund? _____ <input type="radio"/> Sonstiges, und zwar : _____	
Haben Sie Interesse bzw. Bedarf an einem Gespräch mit oder Besuch der städtischen Wirtschaftsförderung?	<input type="radio"/> Ja	<input type="radio"/> nein
(Falls ja, erklären Sie sich einverstanden, dass wir Ihr Gesprächsinteresse zusammen mit Ihren Adressdaten zur Vereinbarung eines Termins an die Wirtschaftsförderung weitergeben.)		

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit! Ihre Angaben werden streng vertraulich behandelt!