

## Mehr Wohnraum für das Handwerk! Gewerbeflächen in niederrheinischen und bergischen Großstädten

Eine Umfrage unter Handwerksbetrieben in Krefeld, Mönchengladbach, Wuppertal, Solingen und Remscheid im Dezember 2021



# 1. Einleitung

Die aktuelle Diskussion um Stadtentwicklung wird derzeit stark getrieben von den Herausforderungen, vor denen große Schwarmstädte wie Hamburg, München, Frankfurt, Stuttgart, Köln oder Düsseldorf stehen, die eine hohe Anziehungskraft aufweisen. Verdichtung, Verkehrsprobleme, hohe Wohnungsnachfrage und die Verdrängung von Gewerbestandorten sind hier als besondere Herausforderungen zu nennen. Was dies aus Sicht des Handwerks bedeutet, wurde im Rahmen einer Umfrage unter Düsseldorfer Betrieben im Dezember 2020 aufgegriffen.<sup>1)</sup>

Mit der nun vorliegenden Umfrage wird der Blick auf fünf Großstädte im Rheinland und im Bergischen Land gerichtet, die einerseits gegenüber ihrem unmittelbaren Umfeld Zentralitätsfunktionen wahrnehmen und die andererseits dem Einfluss von wachsenden Metropolen wie Köln und Düsseldorf unterliegen. Für die Neuauflage der Umfrage in den beiden niederrheinischen Oberzentren Krefeld und Mönchengladbach und im bergischen Städtedreieck mit Wuppertal, Solingen und Remscheid wurde der Fragebogen behutsam ergänzt und differenziert. Die Vergleichbarkeit mit der Düsseldorfer Umfrage blieb dabei gewahrt.

Insgesamt bestätigen sich aus der Umfrage einige grundlegende Beobachtungen zu den Anforderungen, die das Handwerk an Stadtentwicklung hat. Zugleich wird deutlich, dass der Problemdruck nicht überall gleich ist. Handlungsbedarfe und Lösungsansätze sind daher auch zu differenzieren. Auch das Handwerk selbst ist dabei differenziert zu betrachten. Die grobe Unterscheidung von Baustellen-, Werkstatt- und Ladenhandwerken hilft zur Orientierung. Wenn Leistungen überwiegend auf Baustellen erbracht werden, sind die spezifischen Anforderungen an den eigenen Gewerbestandort geringer und konzentrieren sich im Wesentlichen auf die benötigte Fläche und die verkehrliche Erschließung.

Werkstatthandwerke haben dagegen oft sehr spezielle Anforderungen an ihren Standort und können mit benachbarten Nutzungen, vor allem mit Wohnungsbau, in Konflikt geraten. Ladenhandwerke sind wie der Einzelhandel auf attraktive Innenstädte und Stadtteilzentren angewiesen. Der Flächenbedarf ist in der Regel geringer, aber die Qualität des Umfeldes fällt höher ins Gewicht.

In den fünf Großstädten gab es zum 31.12.2021 insgesamt 14.434 Betriebe, darunter 2.991 in Krefeld und 3.479 in Mönchengladbach, während auf Wuppertal 4.614, auf Solingen 2.179 und auf Remscheid 1.171 Betriebe entfallen. Von diesen wurden insgesamt 5.612 Betriebe per E-Mail angeschrieben. Der Rücklauf betrug insgesamt 448 Antworten. Das entspricht einer Rücklaufquote von knapp 8 Prozent. Davon entfielen auf Krefeld 68, auf Mönchengladbach 117, auf Remscheid 43, auf Solingen 87 und auf Wuppertal 133 Antworten.

Auf dieser Grundlage sind für die einzelnen Kommunen Aussagen über die Struktur der Betriebe und zu deren Einschätzungen der Standortfaktoren möglich. Der Rücklauf ist allerdings zu gering, um bezogen auf einzelne Kommunen die Antworten derjenigen Betriebe auszuwerten, die einen Standortwechsel anstreben oder zu ihm gezwungen sind. Der Rücklauf erlaubt differenzierte Auswertungen für das Bauhauptgewerbe, das Ausbaugewerbe, das Kfz-Gewerbe, die Handwerke für den gewerblichen Bedarf sowie für die Personenbezogenen Dienstleistungen, nicht jedoch zu den Gewerbegruppen, Lebensmittelgewerbe und Gesundheitsgewerbe.

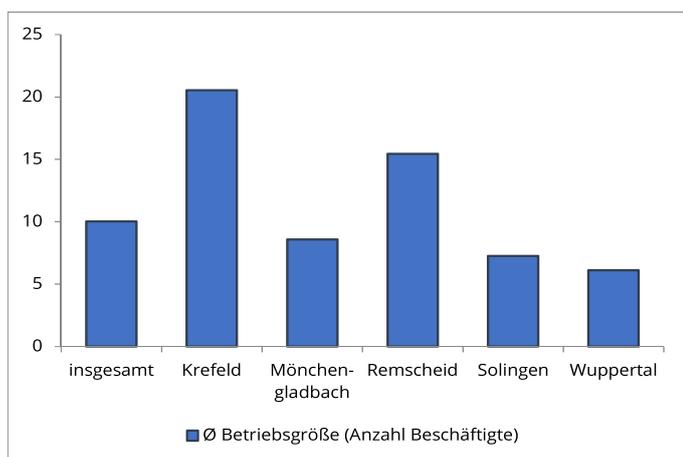
<sup>1)</sup> Handwerkskammer Düsseldorf (Hg.), *Wo soll die Wirtschaft wohnen? Eine Umfrage unter Düsseldorfer Handwerksbetrieben, Düsseldorf 2021 (info/Doku 1/2021)*, in: <https://www.hwk-duesseldorf.de/artikel/veroeffentlichungen-31,1541,193.html>

## 2. Die Größe der Betriebe

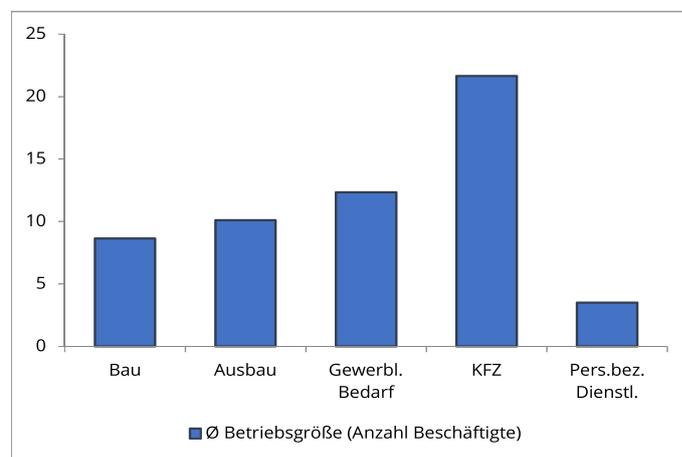
Die durchschnittliche Größe der teilnehmenden Betriebe liegt bei 10 Mitarbeitern. Das ist deutlich mehr als bei der Vorgängerumfrage in Düsseldorf (7 Mitarbeiter) und liegt auch deutlich über der Mitarbeiterzahl von 5-6 Erwerbstätigen, die insgesamt für das Handwerk auf Grundlage der Rollenstatistiken und der Handwerkszählungen zu ermitteln sind. Hier ist zum einen generell in Rechnung zu stellen, dass bei wachsender Betriebsgröße auch die Relevanz von Standortfragen zunimmt und damit auch die Bereitschaft zur Mitwirkung an der Umfrage steigt. Zum anderen lässt sich erkennen, dass für Mönchengladbach, Solingen und Wuppertal die Beschäftigtenzahl näher am erwartbaren Durchschnitt liegt, während sich in Krefeld und Remscheid auch einzelne, deutlich größere Betriebe beteiligt haben. Insgesamt ist also zu beachten, dass in der Umfrage die spezifischen Bedarfe von Kleinstbetrieben unterrepräsentiert sind. Erwartungsgemäß sind im Kfz-Gewerbe (22 Beschäftigte) die Betriebe besonders groß, während die niedrigsten Durchschnittswerte bei den Personenbezogenen Dienstleistungen zu finden sind.

Geringere Abweichungen zeigen sich für die einzelnen Kommunen hinsichtlich der derzeit genutzten Standortfläche, die durchschnittlich bei 605 Quadratmetern liegt. Hiervon weichen lediglich die Werte für Mönchengladbach aufgrund markanter Einzelfälle sehr deutlich nach oben ab. Wenige sehr große Betriebe treiben die Zahl hoch. Der Medianwert der Antworten insgesamt liegt bei lediglich 180 Quadratmetern und macht den großen Anteil von kleinen Betriebsflächen deutlich. Über die größten Bestandsflächen von 1000 Quadratmetern und mehr verfügen erwartungsgemäß Kfz-Betriebe und das Bauhauptgewerbe, die Fahrzeuge, Maschinen und Materialien zu lagern haben. Im Lebensmittelgewerbe, im Gesundheitsgewerbe und bei den Personenbezogenen Dienstleistungen, unter denen viele typische Ladenhandwerke sind, liegt die durchschnittliche Standortgröße bei rund 200 Quadratmetern. Bereits dieser oberflächliche Blick auf die Ergebnisse verweist auf die sehr unterschiedlichen branchen- und größenbezogenen Bedarfe und auf die Notwendigkeit einer differenzierten Betrachtungsweise.

### Durchschnittliche Betriebsgrößen nach Kommunen



### Durchschnittliche Betriebsgrößen nach Gewerbegruppen

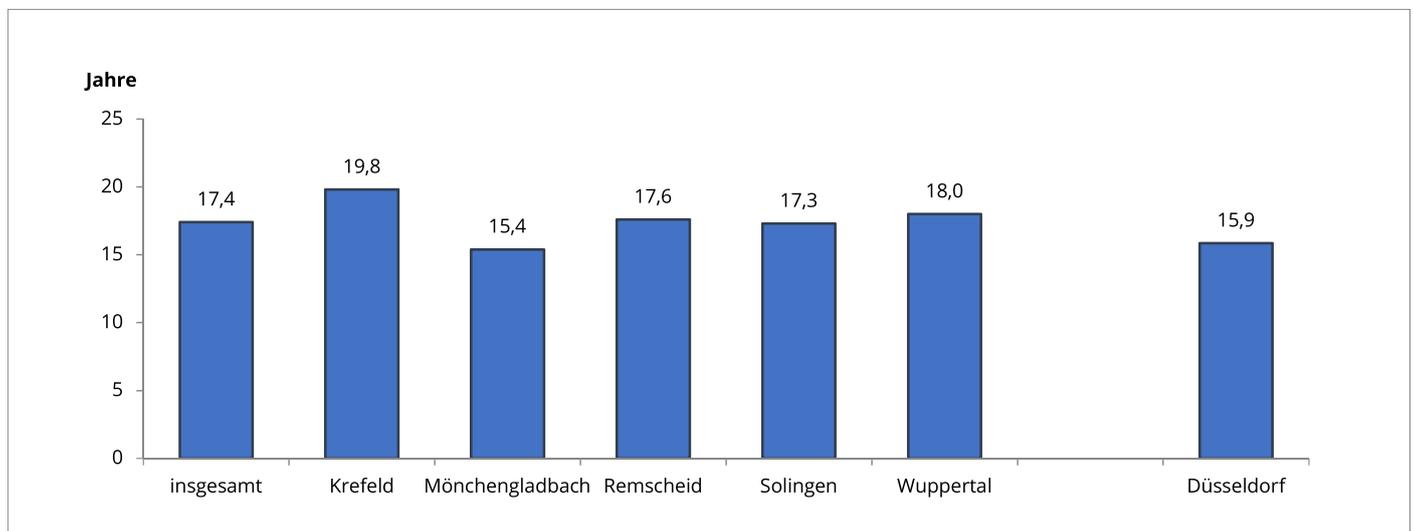


### 3. Standorttreue

Durchschnittlich sind die Handwerksbetriebe bereits seit 17,4 Jahren an ihrem jeweiligen Standort ansässig. Im Vergleich dazu liegt der Wert in der Düsseldorfer Umfrage nur bei 15,9 Jahren. In Mönchengladbach liegt der Wert mit 15,4 Jahren sogar etwas niedriger, am höchsten dagegen in Krefeld mit 19,8 Jahren. Hier spielen branchenspezifische Faktoren eine Rolle. Besonders hoch, aber wegen des geringen Rücklaufs in diesen Gruppen nur zurückhaltend zu interpretieren, ist die Standorttreue bei den Lebensmittel- und Gesundheitshandwerken sowie bei den Handwerken für

den gewerblichen Bedarf. Am niedrigsten ist die Standorttreue bei den Personenbezogenen Dienstleistungen, bei denen insgesamt die Fluktuation der Betriebe besonders hoch ist und Standortwechsel einfacher zu bewerkstelligen sind als in Gewerken wie Metallbauer, Tischler oder Feinwerkmechaniker mit ihren Werkstätten. Auch hier gilt: Durchschnittswerte können über die Differenziertheit der Situationen hinwegtäuschen. Immerhin ein Fünftel aller Betriebe ist erst seit maximal zwei Jahren am jeweiligen Standort ansässig, aber auch ein Fünftel seit über 25 Jahren.

#### Standorttreue nach Kommunen



## 4. Eigentümer oder Mieter

Ein markanter Unterschied zu der Düsseldorfer Umfrage des Vorjahres zeigt sich bei der Frage, ob die genutzte Fläche gemietet ist oder ob sie sich im Betriebseigentum befindet. Sind in Düsseldorf nur 22 Prozent der Handwerksbetriebe ganz oder teilweise Eigentümer der von ihnen genutzten Flächen, sind es in den kleineren Großstädten am Niederrhein und im Bergischen Land 41 Prozent. Die Unterschiede zwischen den fünf Städten fallen dagegen kaum ins Gewicht.

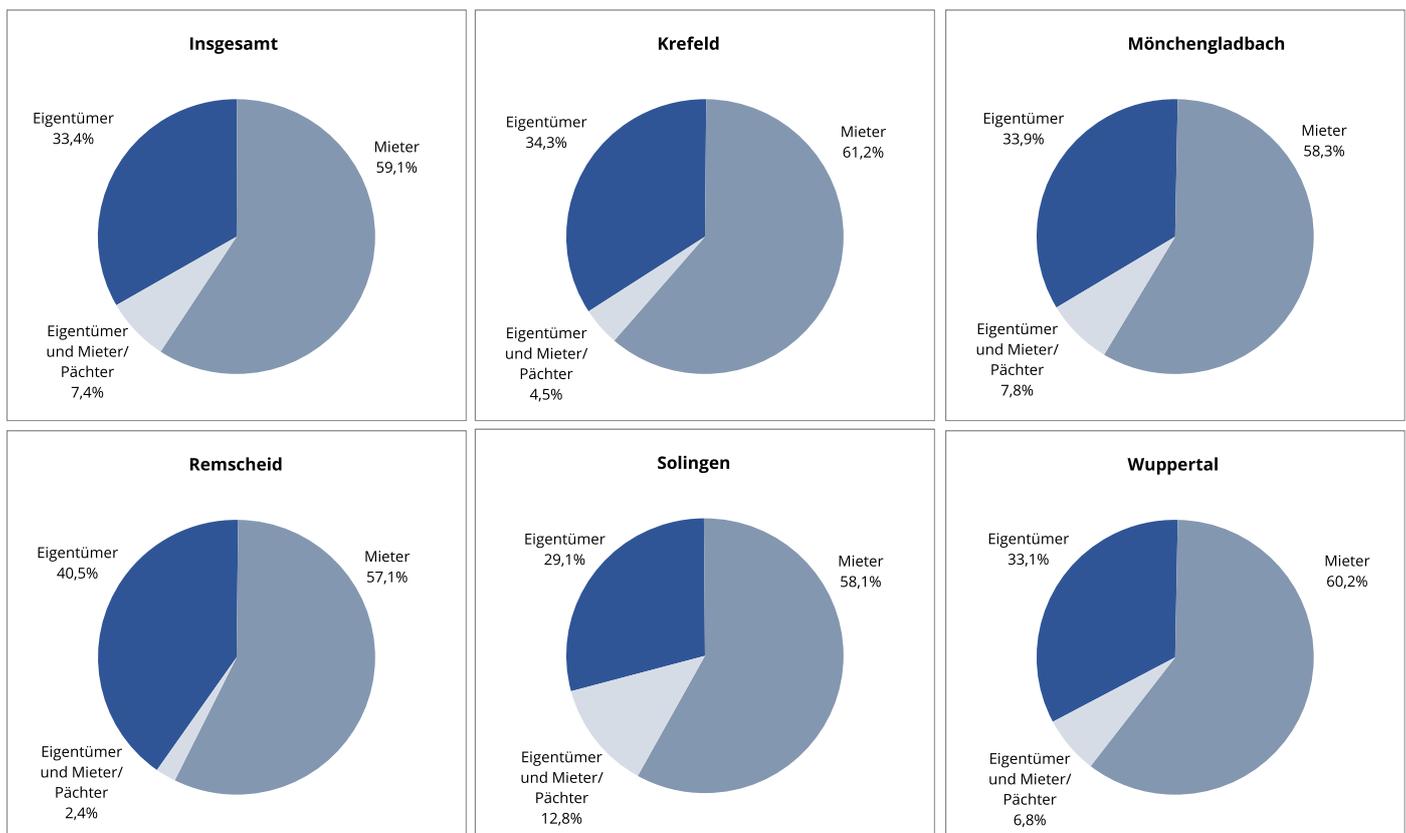
Auffällig ist, dass in Remscheid der Anteil derer, die alleinige Eigentümer der von ihnen genutzten Fläche sind, mit 41 Prozent besonders hoch ist, während in Solingen mit 13 Prozent der Anteil derer besonders hoch ist, die sowohl Mieter als auch Eigentümer von Standorten sind. Am höchsten ist die Eigentümerquote im Bauhauptgewerbe und im Ausbaugewerbe, wo mehr als jeder zweite Betrieb zumindest teilweise auch Eigentümer ist. Die Unterscheidung von Eigentum und Mietobjekt ist standortpolitisch von großer Relevanz. Eigentum ist eine naheliegende Möglichkeit, Vermögensbildung und Vorsorge zu betreiben und den Wert

des Betriebes für eine spätere Übergabe zu steigern. Zugleich schafft Eigentum andere Voraussetzungen zu Investitionen.

Wer nur Mieter ist, wird mit Investitionen in Fläche und Immobilien zögern und vielleicht sogar auf Hindernisse seitens des Eigentümers stoßen. Wer Eigentümer ist, wird eher investieren können, ist aber zugleich auch stärker an den Standort gebunden. Wenn am Standort keine Erweiterungsmöglichkeiten bestehen, wird es dann schwerer fallen, den Standort aufzugeben und an einem neuen Standort die Geschäftsaktivitäten auszuweiten.

Hier ist aber auch generell in Rechnung zu stellen, dass es einen großen Unterschied macht, ob der Betrieb als Baustellenhandwerk zur Leistungserbringung selbst den Kunden aufsucht oder ob er darauf angewiesen ist, dass seine Kunden zu ihm kommen. Für Ladenhandwerke sind Standortverlagerungen grundsätzlich problematischer, da sie in vielen Fällen nicht davon ausgehen können, dass ihnen ihre Kunden auch am neuen Standort die Treue halten werden.

### Eigentum oder Miete nach Kommunen



## 5. Standortfaktoren

Die Betriebe wurden gebeten, verschiedene Standortfaktoren zunächst nach ihrer Wichtigkeit in die Kategorien hoch, mittel und niedrig zu klassifizieren. Noch ein wenig höher als in Düsseldorf fiel mit dabei 68 Prozent der Anteil derer aus, die die Wichtigkeit der Verkehrsanbindung als „hoch“ einstufen. Am stärksten gewichteten die Betriebe aus Remscheid diesen Standortfaktor. Auf dem zweiten Platz lagen mit jeweils 52 Prozent die Standortfaktoren „Parkplatzangebot“ und „digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss“.

Das Parkplatzangebot wurde in Mönchengladbach und Krefeld als besonders wichtig eingestuft, in den drei bergischen Kommunen dagegen deutlich niedriger. Insgesamt wurde dieser Standortfaktor in Düsseldorf etwas stärker gewichtet. Die Wichtigkeit der digitalen Infrastruktur wurde in der – in dieser Hinsicht gut abgedeckten – Landeshauptstadt als weniger wichtig angesehen. Vor allem in Remscheid wird dessen Wichtigkeit als hoch eingestuft.

Mit einigem Abstand folgen auf den Plätzen 4 und 5 die Standortfaktoren „Nähe zum Kunden“ und „Preisniveau von Gewerbeflächen“. Hier geben 42 bzw. 41 Prozent der Betriebe eine hohe Bedeutung an. Auffällig sind diesbezüglich die Ergebnisse in Remscheid. Das Preisniveau spielt hier im Städtevergleich eine deutlich geringere Rolle, die Nähe zum Kunden wird dagegen viel stärker betont.

Erst auf den Plätzen 6 und 7 folgen weitere verkehrliche Standortfaktoren. Dabei ist sogar etwas mehr Betrieben (33 Prozent) die Erreichbarkeit zu Fuß oder per Fahrrad wichtiger als die Verkehrsanbindung per ÖPNV. Allerdings ist das Bild in den einzelnen Kommunen in dieser Hinsicht sehr uneinheitlich.

Wenig überraschend ist jedenfalls, dass die Bedeutung des ÖPNV in der Metropole Düsseldorf insgesamt als wichtiger angesehen wird. Das gilt auch für die Frage, ob überhaupt Gewerbeflächen verfügbar sind. Dieser Standortfaktor wird von knapp einem Fünftel der Betriebe als sehr wichtig eingeschätzt, ähnlich niedrig also wie die weiteren Standortfaktoren Aufenthaltsqualität, Vielfalt der Nutzungen im Umfeld oder Kundenfrequenz.

Der Blick in die verschiedenen Branchen führt hierbei aber zu wichtigen Differenzierungen, die für die Stadtentwicklung zu berücksichtigen sind. Sehr klar sind die Präferenzen der Personenbezogenen Dienstleistungen, des Gesundheitsgewerbes und der Lebensmittelhandwerke, die allesamt auf eine gute Erreichbarkeit für Kunden angewiesen sind und oftmals in zentralen Lagen und Versorgungsbereichen angesiedelt sind. Verkehrsanbindung an das Straßennetz, Verkehrsanbindung an den ÖPNV, die Erreichbarkeit per Fuß und Fahrrad, die Nähe zum Kunden, die Kundenfrequenz und die Vielfalt der Nutzungen im Umfeld werden von diesen Betrieben besonders oft als wichtig eingestuft. Daneben fallen einige weitere Ergebnisse beim Bran-

chenvergleich ins Auge: Die Verkehrsanbindung an das Straßennetz ist auch für die Handwerke für den gewerblichen Bedarf besonders wichtig. Im Kfz-Gewerbe werden sehr stark betont die Faktoren Preisniveau für Gewerbeflächen, Nähe zum Kunden und Aufenthaltsqualität des Umfeldes. Die Bau- und Ausbauhandwerke scheinen insgesamt genügsamer zu sein: Keinen der Standortfaktoren bewerteten sie auffällig oft als „hoch“. Das lässt darauf schließen, dass Gewerke, die ihre Leistungen beim Kunden erbringen, insgesamt flexibler und weniger anspruchsvoll sind als Gewerke, die in eigenen Werkstätten produzieren oder auf Kundenkontakt am eigenen Standort angewiesen sind.

Für den Vergleich der fünf Kommunen untereinander und mit der Landeshauptstadt Düsseldorf ist besonders interessant, wie hoch die Zufriedenheit mit den jeweiligen Standortfaktoren ist.

Hier ist zuallererst hervorzuheben, dass der Standortfaktor „Verkehrsanbindung an das Straßennetz“ nicht nur mit Abstand als am wichtigsten angesehen wird, sondern auch mit hoher Zufriedenheit bewertet wird. 69 Prozent der Betriebe zeigen sich damit hoch zufrieden. Das ist deutlich mehr als in Düsseldorf, auch in Remscheid und Solingen, wo die Einschätzung etwas zurückhaltender ausfällt.

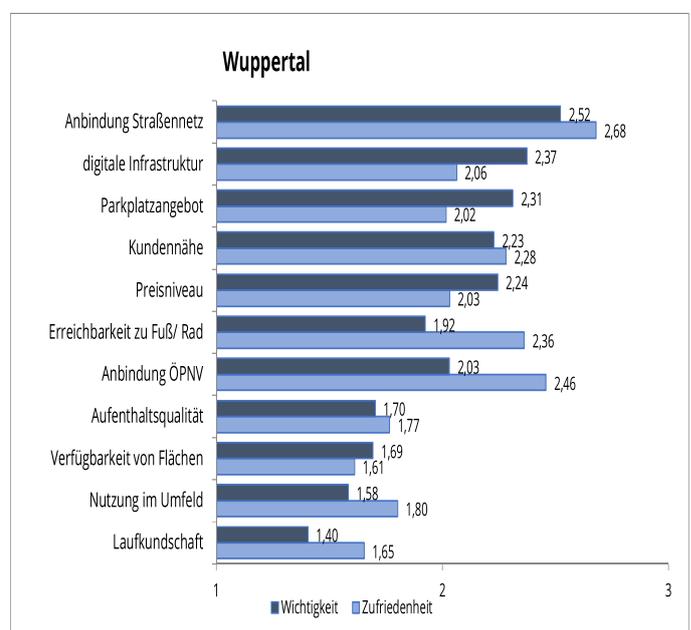
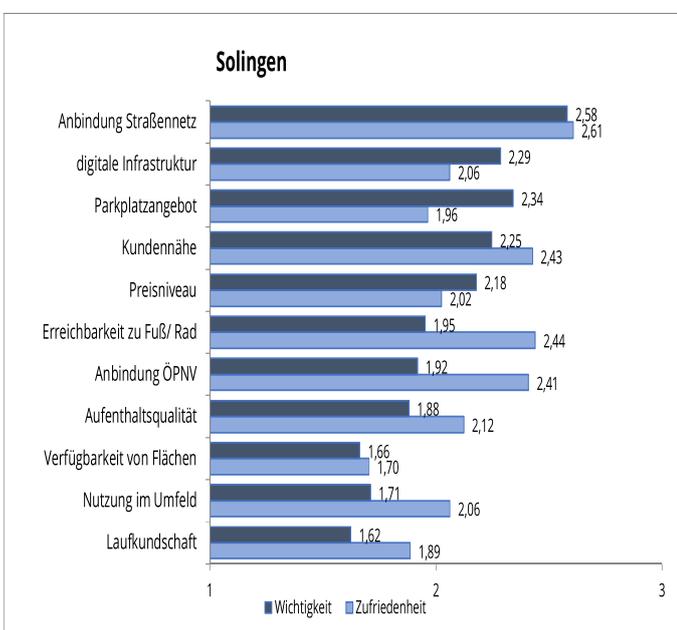
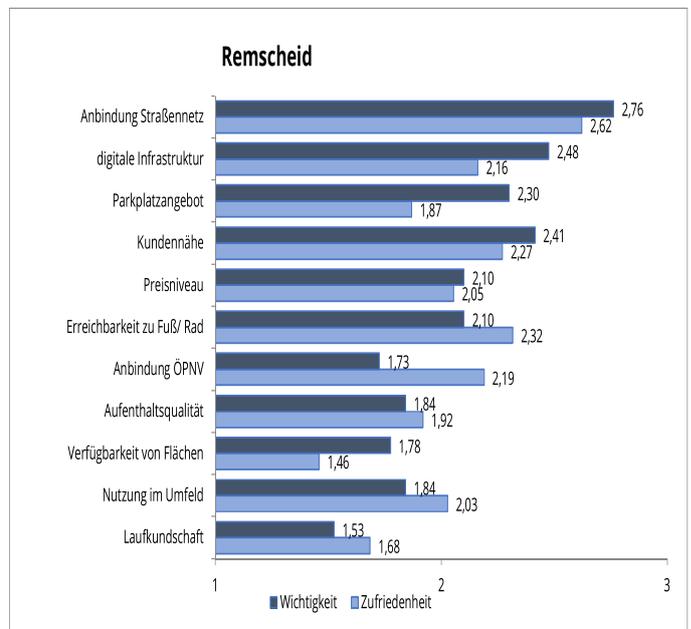
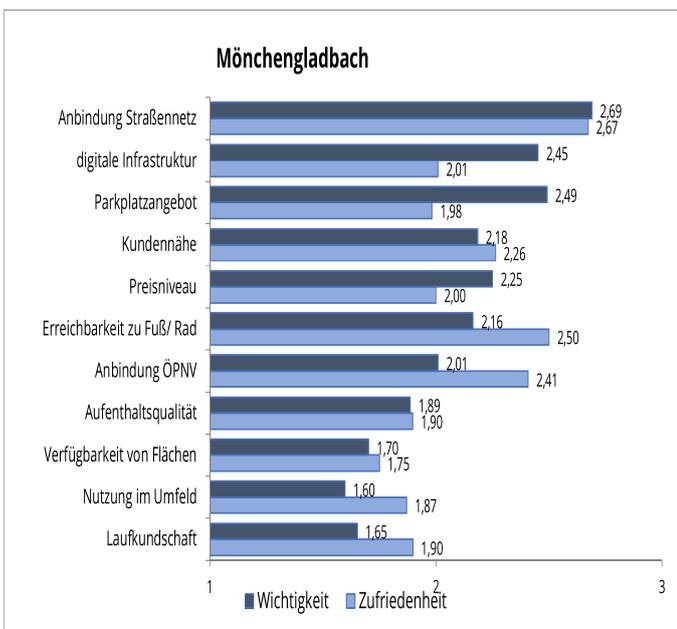
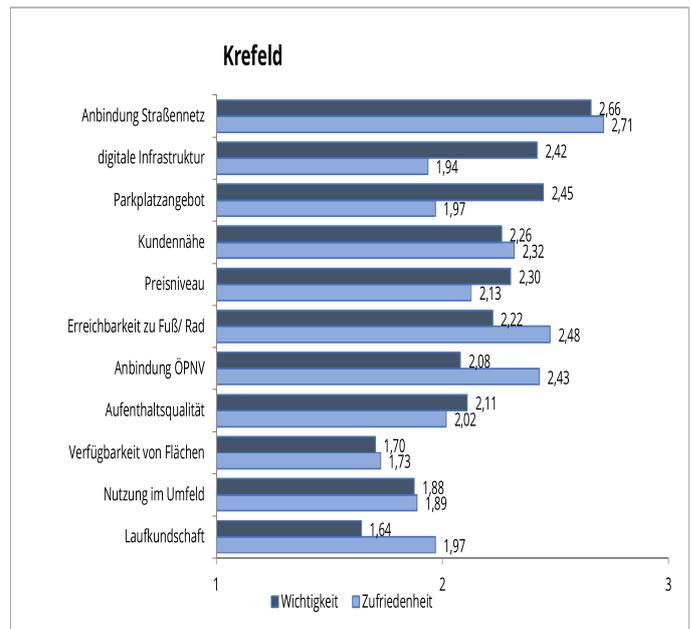
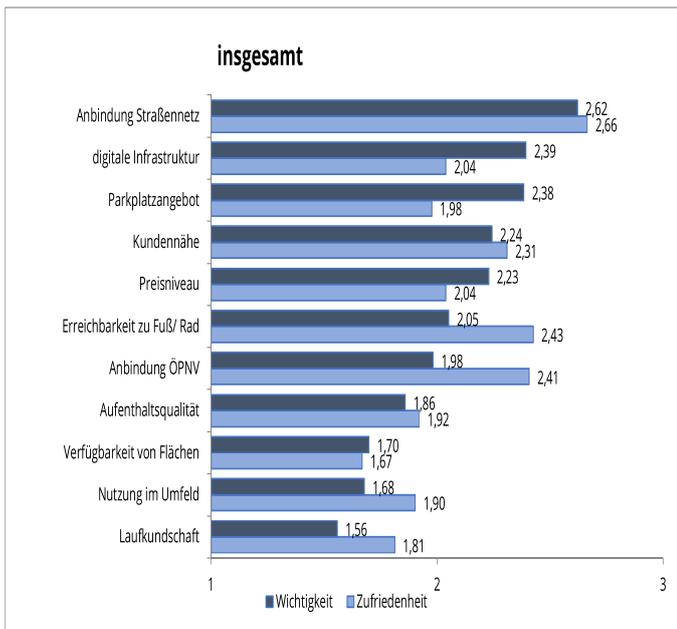
Am zweithöchsten ist die Zufriedenheit mit 52 Prozent bei dem Standortfaktor „Erreichbarkeit zu Fuß/mit dem Fahrrad“. Mit knapp 49 Prozent hoher Zufriedenheit folgt die „Verkehrsanbindung an den ÖPNV“, hier jedoch etwas niedriger als in Düsseldorf, vor allem in Remscheid und Mönchengladbach. Vergleichsweise hoch ist mit 42 Prozent auch noch die Zufriedenheit mit dem Standortfaktor „Nähe zum Kunden“.

Im Saldo der Antworten noch leicht positiv eingeschätzt wird die „digitale Infrastruktur“, aber hier ist es nur knapp ein Viertel der Betriebe, das hierzu eine positive Einschätzung abgibt. In Remscheid wird dieser Standortfaktor auffällig besser eingeschätzt.

Auch beim „Preisniveau der Gewerbeflächen“ gibt es im Saldo – vor allem in Krefeld – noch eine leicht positive Einschätzung – ganz anders als in Düsseldorf, wo das Preisniveau als sehr problematisch eingeschätzt wird.

Bei den übrigen Standortfaktoren zeigt sich bei der Zufriedenheit im Saldo ein negatives Bild. Das gilt insbesondere für die „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen“ (48 Prozent mit geringer Zufriedenheit), die nicht besser als im hochverdichteten Düsseldorf eingeschätzt wird. Besonders schlecht kommen auch der Standortfaktor „Kundenfrequenz“ weg – und dies ganz besonders in Remscheid und Wuppertal. Auch das „Parkplatzangebot“ wird im Saldo leicht negativ bewertet, vor allem in Solingen und Remscheid äußert ein auffallend hoher Anteil der Betriebe eine niedrige Zufriedenheit. Insgesamt ist die Situation in dieser Hinsicht deutlich spannender als in Düsseldorf, wo dieser Punkt besonders schlecht bewertet wird.

# Wichtigkeit und Zufriedenheit mit Standortfaktoren

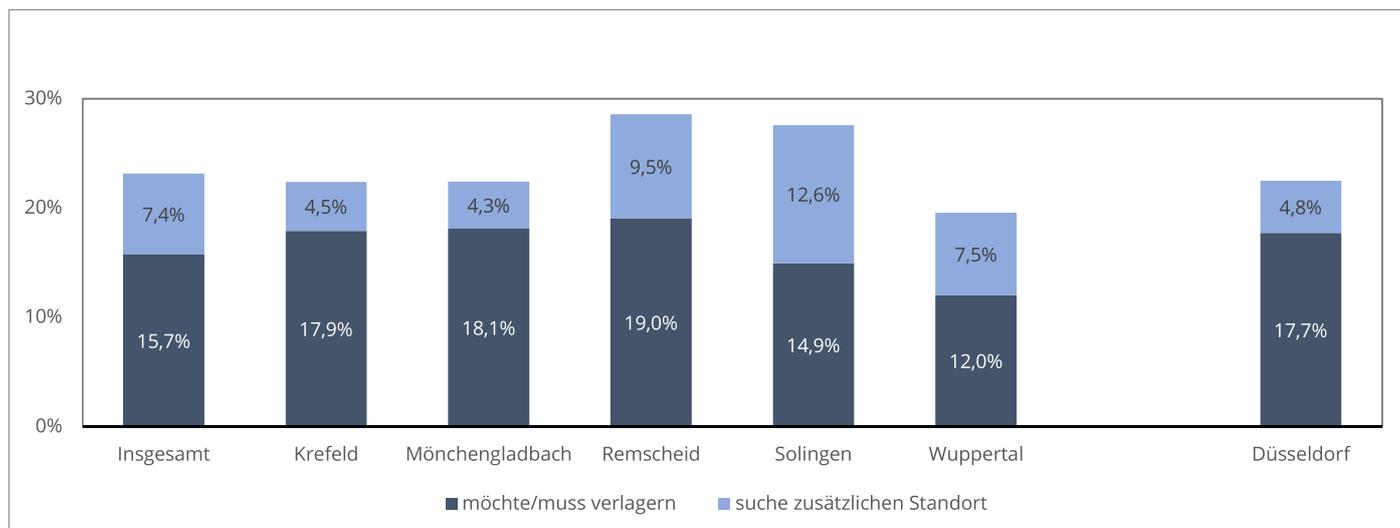


## 6. Absichten zum Standortwechsel

Knapp 16 Prozent der Betriebe geben an, dass sie sich verlagern müssen oder wollen – rund zwei Prozent mehr als in Düsseldorf. Am niedrigsten fällt der Anteil mit 12 Prozent in Wuppertal aus, am höchsten mit 19 Prozent in Remscheid. Mit gut 7 Prozent fällt auch der Anteil derer, die einen zusätzlichen Standort suchen, etwas höher als in der Landeshauptstadt aus. Auffällig ist, dass 13 Prozent der Solinger Betriebe eine Erwei-

terung an einem zusätzlichen Standort anstreben. 77 Prozent der Betriebe sind nicht auf der Suche nach zusätzlichen oder alternativen Standorten. Hierbei muss mit Blick auf Wirtschaftsförderungsstrategien beachtet werden, dass sich das Problem der Standortsuche nicht nur für bestehende Betriebe stellt, sondern auch für Gründungswillige – und für diese eine wichtige Hürde auf dem Weg zur Existenzgründung bedeuten kann.

### Verlagerung oder zusätzlicher Standort

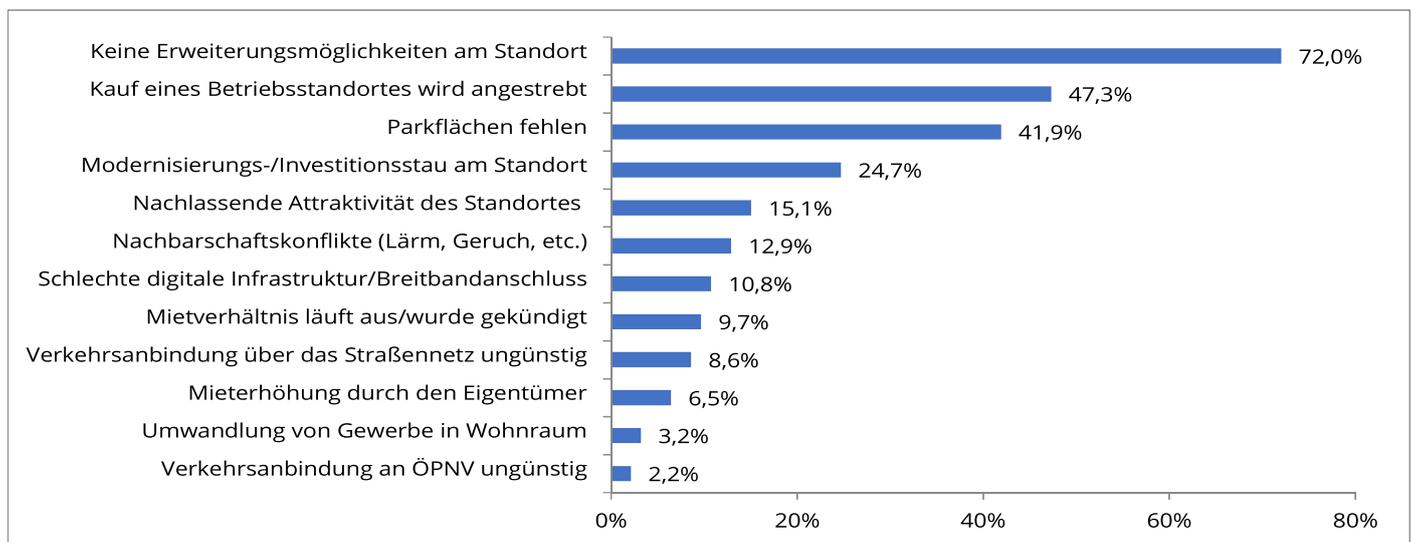


## 7. Motive für Standortsuche

Mit 72 Prozent ist mit Abstand das wichtigste Motiv für einen angestrebten Wechsel, dass am bestehenden Standort keine Erweiterungsmöglichkeit mehr besteht. Dieses Motiv wird deutlich häufiger als in Düsseldorf (54 Prozent) genannt. Fast die Hälfte der Betriebe (47 Prozent) verbindet mit dem Wechsel die Absicht, an einem Standort Eigentum zu erwerben, sei es, um im Sinne der Vermögensbildung tätig zu werden, sei es, weil es an einem bisher gemieteten Standort Investitionshemmnisse gab. Mit 42 Prozent folgt das Motiv,

dass am bestehenden Standort Parkflächen fehlen. Für immerhin ein Viertel der Betriebe hat sich ein Modernisierungs- oder Investitionsstau am bestehenden Standort als Problem erwiesen. 13 Prozent der Wechselbereiten nennen Nachbarschaftskonflikte aufgrund von Emissionen als Grund. Weitere Motive spielen insgesamt eine geringe Rolle, können aber durchaus im Einzelfall auch ausschlaggebend sein – so insbesondere bei dem Zehntel der Fälle, denen das Mietverhältnis gekündigt wurde.

### Motive für Standortsuche

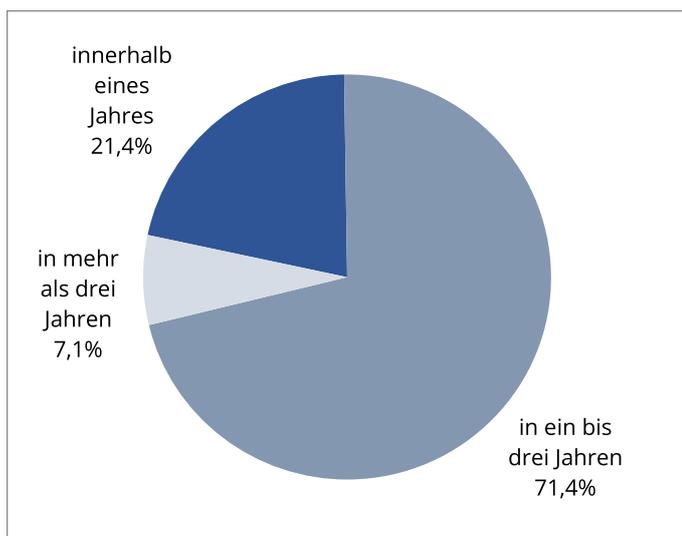


## 8. Zeithorizont für Standortsuche

Die genannten Motive für einen Standortwechsel sind für die Betriebe unterschiedlich dringlich. Die Kündigung eines Mietverhältnisses kann über Nacht Problemdruck auslösen, Erweiterungsabsichten mögen länger reifen und am Ende zu einer Verlagerungsentscheidung führen. Das wird auch in den Antworten der Betriebe auf die Frage nach dem Zeithorizont eines Standortwechsels deutlich. Für 31 Prozent der Fälle muss innerhalb eines Jahres eine Lösung gefun-

den werden, für 58 Prozent Fälle liegt der Zielpunkt zwischen einem und drei Jahren. Nur elf Prozent der Betriebe planen einen Wechsel über den Zeithorizont von drei Jahren hinaus. Der akute Druck ist in den fünf Städten etwas geringer als in Düsseldorf. Der höhere Handlungsdruck dort lässt sich plausibel aus zwei Detailantworten erklären. In der Landeshauptstadt ist der Anteil der Betriebe deutlich höher, deren Mietvertrag gekündigt oder deren Mieten erhöht wurden.

### Zeithorizont für Standortsuche



## 9. Angestrebte Standorte

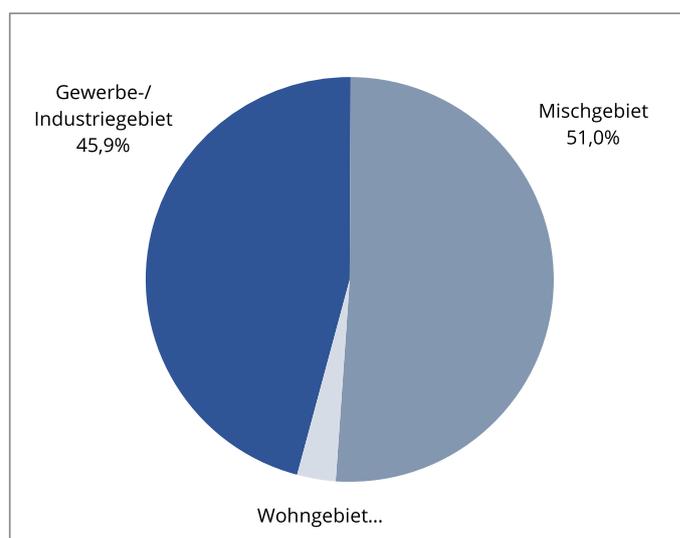
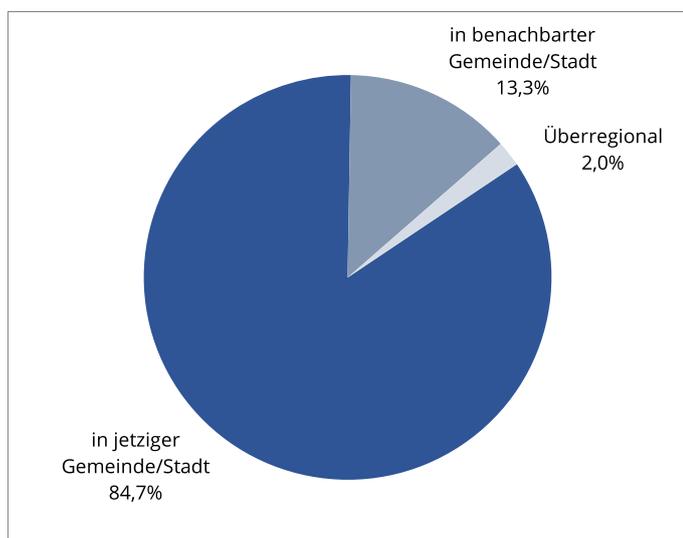
Während in Düsseldorf immerhin 30 Prozent der betroffenen Betriebe sich auch einen Standort außerhalb der Landeshauptstadt vorstellen können und auf die umliegenden Kommunen schauen, sind die Betriebe am Niederrhein und im Bergischen Städtedreieck stark auf ihre jeweilige Sitzgemeinde fixiert. 85 Prozent suchen jeweils nur in der Stadt, in der sie jetzt bereits ihren Sitz haben, nur fünfzehn Prozent können sich auch einen Wechsel ins Umland oder gar überregional vorstellen. Noch am ehesten ziehen Krefelder Betriebe einen Wechsel in umliegende Landkreise wie Viersen oder Neuss in Erwägung.

51 Prozent der Betriebe streben in ein Mischgebiet, 46 Prozent zieht es in ein Gewerbe- und Industriegebiet. Reine Wohngebiete spielen bei den Überlegungen der Betriebe kaum eine Rolle. 45 Prozent der betroffenen Betriebe peilen den Kauf einer Gewerbefläche an, ein Viertel zielt auf Miete/Pacht, ein knappes Drittel ist nicht näher festgelegt.

Die angestrebte Größe der künftigen Gewerbefläche liegt bei 1.117 Quadratmetern, also etwa doppelt so hoch wie die durchschnittliche Fläche aller teilnehmenden

den Betriebe. Betriebe, die auf der Suche nach neuen oder zusätzlichen Standorten sind, verfügen derzeit durchschnittlich über 577 Quadratmeter Gewerbeflächen. Etwa ein Fünftel der angestrebten Größe wird für Verkaufsräume angedacht. Weitere Nutzungen wie Werkstatt/Produktion, Lager, Außenlager oder Büro kommen in unterschiedlichen Mischungen hinzu. Es liegt auf der Hand, dass hier die Branchenunterschiede im Blick zu behalten sind, um zu verstehen, welche Art von Flächen benötigt werden. Im Bauhauptgewerbe, bei den Handwerken für den gewerblichen Bedarf, im Kfz-Gewerbe oder auch im Lebensmittelgewerbe (sofern es um einen zentralen Produktionsstandort geht) liegen die angestrebten Flächengrößen deutlich höher. Im Ausbaugewerbe, im Gesundheitsgewerbe und bei den Personenbezogenen Dienstleistungen sind die Flächenbedarfe typischerweise deutlich niedriger. Insgesamt ist darauf hinzuwirken, dass der Bedarf an kleinen Flächen in der Umfrage unterscheidet wird - zum einen, da potentielle Gründer nicht befragt werden konnten, zum anderen weil die an der Umfrage teilnehmenden Betriebe überdurchschnittlich groß sind.

### Wo wird ein Standort gesucht?



# 10. Mehrstöckige Gewerbeimmobilien als Option

In Zeiten der Flächenknappheit und des Strebens nach möglichst effizienter Nutzung der vorhandenen Flächen stellt sich nicht nur generell und in Bezug auf den Wohnungsbau die Frage, ob Verdichtung der Nutzungen möglich ist. Auch für Gewerbeflächen wird dies zunehmend diskutiert. Dies geschieht auch unter dem Gesichtspunkt, dass neue architektonische Gestaltungen von Gewerbestandorten im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung Vorteile mit sich bringen. Auch die städtebauliche Qualität von Gewerbestandorten gewinnt zunehmend an Bedeutung – und dies nicht nur, wenn es sich im engeren Sinne um „urbane Produktion“ handelt.

Vor diesem Hintergrund wurden die Betriebe unabhängig von ihren konkreten Wechselabsichten auch gefragt, ob und unter welchen Voraussetzungen mehrstöckige Gewerbebauten oder gemeinschaftliche Nutzung von Werkstätten für sie in Frage kämen. Angesichts der aktuellen Diskussion um die Zukunft der Innenstädte wurde auch gefragt, ob zentrale Ladenlokale interessant sein könnten. Die Antworten fielen hierzu erwartungsgemäß differenziert aus.

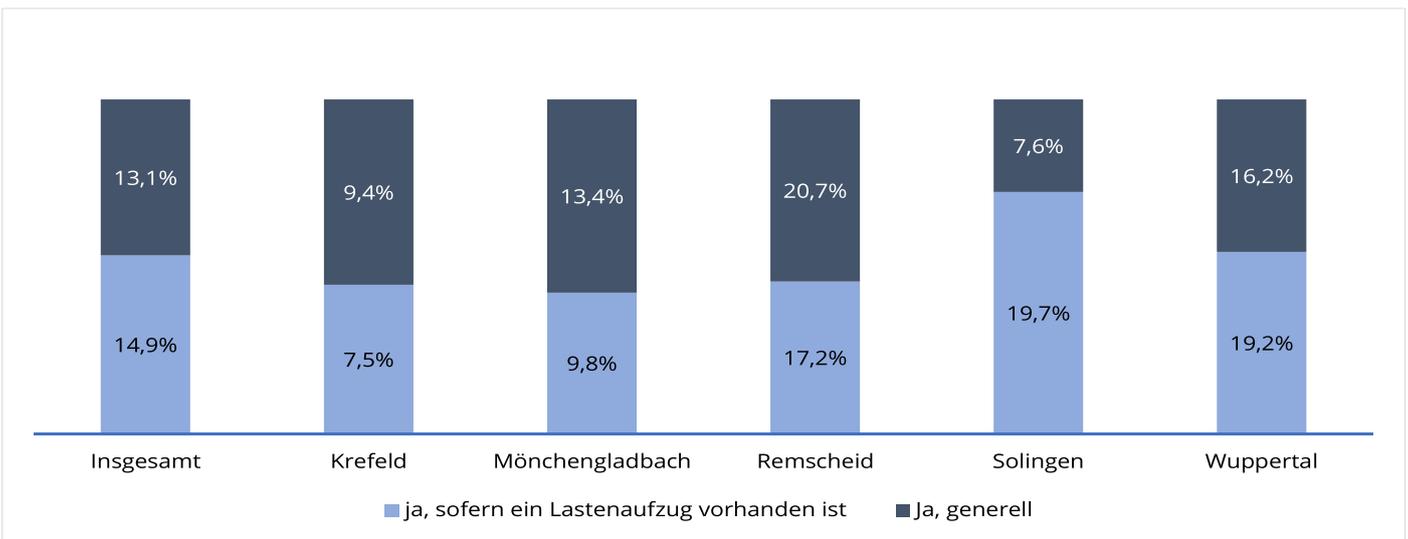
28 Prozent der Betriebe können sich den Wechsel in einen mehrstöckigen Gewerbebau vorstellen. Die Mehrheit dieser Betriebe macht das aber abhängig

davon, dass ein Lastenaufzug vorhanden ist. Damit ist die grundsätzliche Bereitschaft etwas geringer als in Düsseldorf, wo immerhin 41 Prozent der betroffenen Betriebe eine solche Option in Erwägung ziehen. Interessanterweise sind die Betriebe im bergischen Städtedreieck aufgeschlossener für mehrstöckige Gewerbestandorte als die Betriebe in Krefeld und Mönchengladbach.

Diejenigen, für die diese Option nicht in Frage kommt, machen dafür nachvollziehbare Gründe geltend. Decktraglasten für schwere Maschinen und Fahrzeuge werden genannt, aber auch logistische Probleme und Grenzen der Befahrbarkeit bei vielen Warenbewegungen und gleichzeitigem Betrieb von Außenlagern. Schließlich gibt es auch Betriebe aus den Personenbezogenen Dienstleistungen und dem Gesundheitsgewerbe, die auf Laufkundschaft angewiesen sind oder die darauf verweisen, dass ihre Kunden barrierefrei in die Ladenlokale und Salons kommen müssen.

Nicht alle der Einwände lassen sich durch die bauliche Planung berücksichtigen, und auf jeden Fall wird deutlich, dass an die Planung eines mehrstöckigen Gewerbestandortes komplexe und differenzierte Anforderungen zu stellen sind, damit er für die konkreten Bedarfe eines Betriebes Lösungen bietet.

## Interesse an mehrstöckigen Gewerbeimmobilien



# 11. Kooperationsstandorte und digitalisierte Verfahren als Option

Etwas zurückhaltender als in Düsseldorf fallen auch die Antworten aus, wenn es darum geht, Arbeitsgeräte oder Räumlichkeiten mit anderen Gewerbetreibenden zu teilen. Nur 48 Prozent der Betriebe können sich das vorstellen. Für die knappe Mehrheit kommt das nicht in Frage – bei einigen auch deshalb, weil sie damit bereits schlechte Erfahrungen gesammelt haben.

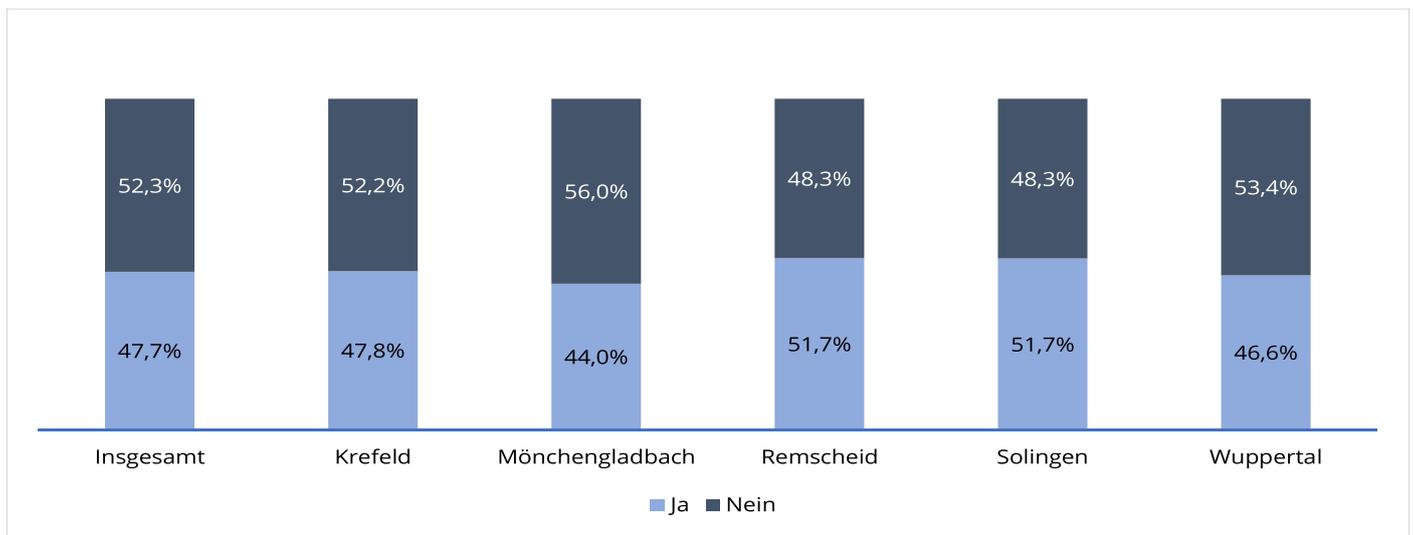
Hier wird eine Reihe von konkreten Einwänden angeführt, die ernst zu nehmen sind: Versicherungs- und Haftungsfragen, der höhere Abstimmungsbedarf, Probleme bei Sauberkeit, Sicherheit und Datenschutz oder höhere Abnutzung der Geräte.

Einige Betriebsinhaber schrecken auch schlichtweg vor dem Verlust an Eigenständigkeit ab. Größer ist die Bereitschaft, bestimmte Arbeitsschritte künftig durch digitalisierte Verfahren wie 3-D-Druck zu ersetzen und damit

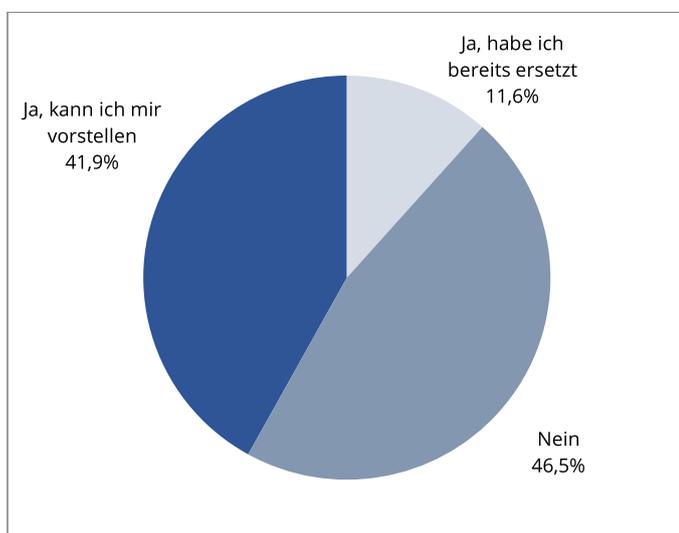
möglicherweise den Bedarf an Maschinen zu reduzieren und Arbeitsschritte zu vereinfachen. 12 Prozent der Betriebe tun das bereits, für weitere 42 Prozent kommt das in Betracht.

Das zeigt zugleich, dass hier noch erhebliches Digitalisierungspotential genutzt werden kann, dass möglicherweise Flächenbedarfe verändert oder gar reduziert. Aber deutlich wird auch, dass das der Natur der Sache nach nicht für jedes Handwerk in Frage kommt und für viele Betriebe wegen der Anschaffungskosten nicht rentabel ist. Es wurde auch ein Hinweis gegeben, dass sich Zertifizierungsprobleme ergeben, wenn anstelle von Originalteilen im 3-D-Druck hergestellte Ersatzteile verbaut werden.

## Interesse an Kooperationsstandorten



## Interesse an digitalisierten Verfahren

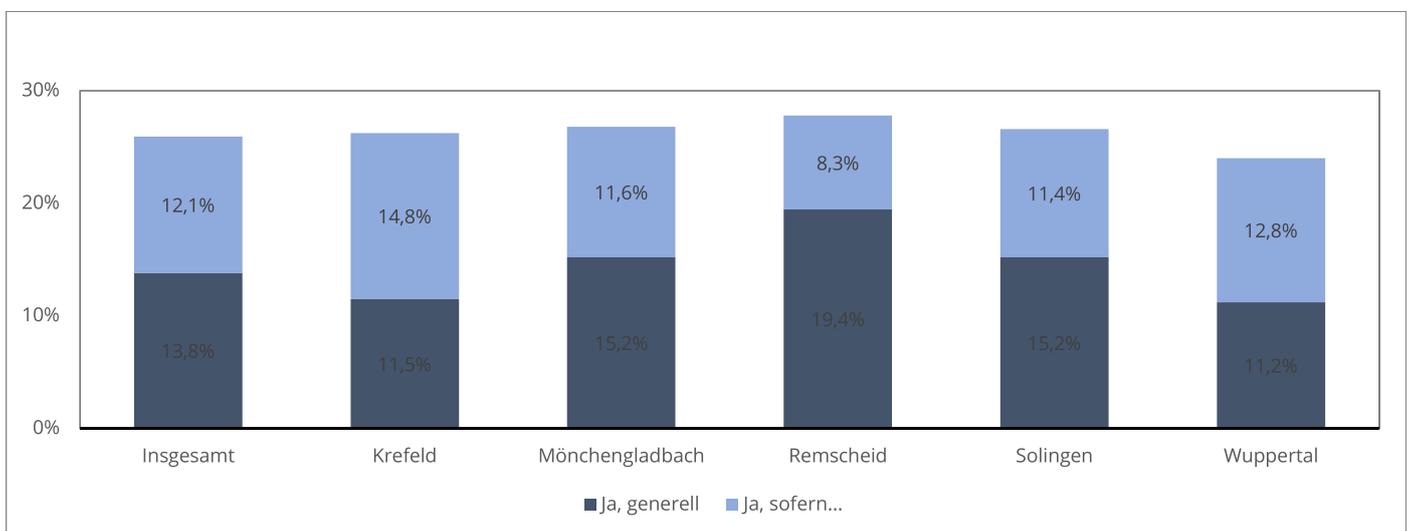


## 12. Innenstädte als Option

Leerstehende Ladenlokale in Citylage oder in Stadtteilzentren zu nutzen, aus denen der Einzelhandel sich zurückzieht, kommt erwartungsgemäß nur für eine Minderheit der Betriebe in Betracht. Für drei Viertel kommt das gar nicht Betracht. 14 Prozent sind generell ausgeschlossen, weitere 12 Prozent knüpfen ihre Bereitschaft an Bedingungen. Es sind vor allem drei Einwände, die viele Handwerksbetriebe von vornherein von solchen Objekten abhalten. Entweder ist man gar nicht auf Laufkundschaft angewiesen oder es besteht Bedarf an großen Lagerflächen oder aber es würden sich un-

lösbare logistische Probleme durch den notwendigen Anlieferungsverkehr ergeben. Es fehlte bei den Antworten auch nicht an Hinweisen, dass in Frage kommende Innenstädte nicht besonders attraktiv seien oder dass die verfügbaren Immobilien in einem schlechten Zustand seien. Auch der Wegzug aus solchen kriselnden Innenstädten ist für manche Handwerksbetriebe daher eine Option. Das Interesse an innerstädtischen Lagen ist daher erwartungsgemäß auf Ladenhandwerke konzentriert, die eine hohe Affinität zum Einzelhandel aufweisen und auf Laufkundschaft angewiesen sind.

### Interesse an leerstehenden Ladenlokalen



# 13. Politische Schlussfolgerungen

## 1. Das Leitbild der „Stadt der kurzen Wege“

Aufgrund seiner vielfältigen und dezentralen Struktur weist das Handwerk eine hohe Affinität zur städtebaulichen Tradition der europäischen Stadt, wie sie in jüngerer Zeit durch die „Neue Leipzig-Charta“ wieder aufgegriffen wurde. Handwerk ist ein wesentlicher Teil der lokalen Ökonomie und trägt damit zur Verwirklichung einer „produktiven Stadt“ bei. Kurze Wege, vielfältige Quartiere, gemischte Funktionen und hohe Resilienz zeichnen eine solche Stadt aus. Das Handwerk ist mit seinen vielfältigen Versorgungsfunktionen ein notwendiges Element solcher dezentralen Strukturen, die aus ihrer Überschaubarkeit heraus auch wichtige soziale Funktionen erfüllen. Wohnviertel, Misch- und Gewerbegebiete sowie Innenstädte stellen wichtige Standorte zahlreicher Handwerksbetriebe dar. In diesem Sinne sollte das städtebauliche Leitbild der „Stadt der kurzen Wege“ revitalisiert und konkret im Rahmen von lokalen Stadtentwicklungskonzepten verankert werden, um eine wohnortnahe Versorgung mit Waren und Dienstleistungen zu sichern und Arbeitsplätze vor Ort zu schaffen.

## 2. Konsequente Einbeziehung des Handwerks in die Stadtentwicklung

Handwerk muss als konstitutiver Teil der Stadtgesellschaft und der lokalen Wirtschaft eng in Diskussionsprozesse und Planungen zur Stadtentwicklung eingebunden werden. Das gilt sowohl für die Quartiersentwicklung und für die Verkehrsplanung als auch für die Diskussion um die Transformation der Zentren. Aus Sicht des Handwerks sind Ansätze des „neuen Urbanismus“, die dezentrale Verantwortungsstrukturen und Nachbarschaftlichkeit städtebaulich stärken wollen, zielführender und passender als Ansätze des klassischen Modernismus und Funktionalismus, die auf große Einheiten und getrennte Funktionen setzen und sich oftmals in monofunktionalen Wohnquartieren manifestieren. Handwerkskammer und Kreishandwerkerschaften sollten deshalb frühestmöglich in Planvorhaben und Kommunikationsprozesse eingebunden werden. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit von Handwerkskammer, Kreishandwerkerschaften, Stadtplanungsämtern und Wirtschaftsförderungen muss gepflegt werden.

## 3. Spielraum für Erweiterungsmöglichkeiten standorttreuer Betriebe

Fehlende Erweiterungsmöglichkeiten sind das vorherrschende Motiv für Handwerksbetriebe bei der Suche nach Standorten. Handwerksbetriebe sind aufgrund ihrer lokalen Kundenbindung überwiegend standorttreu. Deshalb ist es wichtig, dass ihnen auch am jeweiligen Standort Erweiterungsmöglichkeiten bleiben und dass weder durch das Planungsrecht noch durch das Steuerrecht Druck darauf ausgeübt wird, Flächenreserven

im Umfeld einer gewerblich genutzten Immobilie vorzeitig preiszugeben und damit Möglichkeiten für eine organische Entwicklung von Betrieben aus der Hand zu geben. Konkret spricht dieser Aspekt gegen eine wertbezogene Grundsteuer, wie sie derzeit gemäß Bundesmodell auch für Nordrhein-Westfalen vorgesehen ist.

## 4. Sicherung von Nutzungsmischung in Bestand und Planung

In urbanen innerstädtischen Quartieren darf eine Nachverdichtung nicht dazu führen, dass Nutzungskonflikte unlösbar verschärft werden und ansässiges Handwerk aus dem Quartier an den Rand der Städte abgedrängt wird. Daher ist die bestehende Nutzungsmischung in Mischgebieten sicherzustellen. Außerdem kommt es bei der Schaffung neuer Quartiere darauf an, Wohnen und Arbeiten zu integrieren. Nachverdichtung muss hier also nicht nur durch Wohnen, sondern durch Ansiedlung von produzierendem Gewerbe und/oder Dienstleistern erfolgen. Grundsätzlich gilt: Wohn- und Gewerbeflächenentwicklung müssen gleichrangig berücksichtigt werden.

## 5. Sicherung und Neuausweisung von Gewerbestandorten

Dem Handwerk fehlen verfügbare Gewerbeflächen zur Ansiedelung und Expansion. Daher müssen einerseits die bestehenden Industrie- und Gewerbegebiete gesichert und geschützt werden. Neben dem Schutz bestehender Standorte vor Überplanung oder vor heranrückenden sensiblen Nutzungen benötigt emittierendes, nicht wohnverträgliches Handwerk aber andererseits auch neue, quantitativ und qualitativ bedarfsgerechte Gewerbeflächen für emittierende Betriebe. Die Erfahrung zeigt, dass die Überplanung von Gewerbe- und Industriegebieten zugunsten anderer Nutzungen im Eindringen von Wohnnutzungen mündet. Neben diesen können sich gewerbliche Nutzungen erfahrungsgemäß nur sehr eingeschränkt behaupten. Das Heranrücken von schutzbedürftigen Nutzungen kann Einschränkungen der betrieblichen Tätigkeit zur Folge haben und letztlich zur Verdrängung von Betrieben führen. Zudem sollte emittierenden Betrieben, die auf Gewerbegebiete angewiesen sind, gegenüber produktionsfernen Nutzungen, die wiederum nicht zwingend auf Gewerbegebiete angewiesen oder planerisch nicht erwünscht sind, der Vorrang gegeben werden. Daher ergibt sich der Bedarf nach neuen Gewerbeflächen nicht nur durch die wachsenden Handwerksbetriebe, sondern auch durch den „Wegfall“ von Gewerbeflächen. Umso wichtiger ist es deshalb, dass dem Gewerbeflächenbedarf auf allen regionalen und kommunalen Planungsebenen von der Regionalplanung über die Flächennutzungsplanung bis hin zu Bebauungsplänen Rechnung getragen wird. Gewerbeflächenentwicklungskonzepte können dazu einen Beitrag leisten.

## **6. Mehrstöckige Gewerbestandorte als Ergänzungsoption für flächenschonende Bedarfsdeckung**

Gewerbe- und Industriegebiete müssen hinsichtlich ihrer Nachverdichtungspotentiale geprüft werden. Nachverdichtung sollte allerdings vorwiegend durch die Ansiedlung von Gewerbe- und Industriebetrieben erfolgen. Ein Ansatz dafür können mehrstöckige Handwerker-/Gewerbehöfe bilden, die auch in städtebaulich überzeugenden Formen zentrumsnah realisiert werden können. Im Handwerk gibt es durchaus Potential für die Nutzung mehrstöckiger Gewerbeimmobilien. Bei der Planung konkreter Modellprojekte, die auf verringerte Flächenbedarfe, höhere städtebauliche Qualität oder nachhaltigere energetische Lösungen zielen, müssen aber die gewerkespezifischen Bedarfe und Anpassungsmöglichkeiten von vornherein mitgedacht werden. Das gilt beispielsweise für Möglichkeiten, an einem solchen Standort auch mittelfristig Erweiterungen verwirklichen zu können, um Wachstumspotentiale eines Unternehmens nutzen zu können. Lastenaufzüge und die Gewährleistung ausreichender Traglasten sind für viele Betriebe eine notwendige Voraussetzung. Allerdings ist auch klar, dass mehrstöckige Standorte nicht für jedes Gewerk und jedes Geschäftsmodell in Frage kommen. Das gilt insbesondere für Betriebe, die viele Warenbewegungen organisieren müssen oder mit schweren oder sperrigen Gütern umzugehen haben. Auch für Gewerke, die wie die Gesundheitshandwerke oder Personenbezogene Dienstleistungen viel Kundenverkehr haben, benötigen oftmals barrierefreie Zugänge und gut sichtbare Ladenlokale, die für die Laufkundschaft gut einsehbar sind. Deshalb muss auch dem weiterhin bestehenden Bedarf an eingeschossigen Gewerbeimmobilien Rechnung getragen werden.

## **7. Potentiale für Sharing und Co-Working**

Insbesondere in Verbindung mit mehrstöckigen Gewerbestandorten kann auch die gemeinsame Nutzung von Räumlichkeiten und Arbeitsgeräten eine Option sein. Dies kann einen Beitrag dazu leisten, eine hohe Auslastung von Maschinen zu erreichen, Kooperation im Rahmen der Kreislaufwirtschaft zu befördern oder innovative Kollaborationsstrukturen zu etablieren. Vor allem für Betriebsgründer mit innovativen Geschäftsmodellen, aber mit begrenztem Eigenkapital kann das interessant sein. Allerdings ergeben sich hier auch Herausforderungen und Probleme hinsichtlich der Datensicherheit, der Haftung bei Geräteschäden, der Einschränkung der Flexibilität und unternehmerischen Eigenverantwortung, bei denen es auf ein hohes Maß an Vertrauen zwischen den Kooperationspartnern ankommt. Entsprechende Standorte können also durchaus Innovationsimpulse setzen und als Bestandteil regionaler Transformationsstrategien, wie sie derzeit z.B. im Rheinischen Revier formuliert werden, zum Tragen kommen. Sie werden aber nur für eine Minderheit der Betriebe tatsächlich in Frage kommen.

## **8. Revitalisierung der Innenstädte mit dem Handwerk**

Die Corona-Pandemie hat den Strukturwandel der Innenstädte beschleunigt. Der Einzelhandel wird weiterhin ein wichtiger Faktor für die Attraktivität der Innenstädte sein, aber nicht mehr so dominant wie in den vergangenen Jahrzehnten. Jede Kommune wird auf diese Entwicklung Antworten geben müssen. Aus Sicht des Handwerks liegt durchaus eine Chance darin, dass die Innenstädte mit weniger Einzelhandel neue Attraktivitätspotentiale entwickeln können. Das Handwerk kann Teil dieser Antworten sein. Zur Revitalisierung von Innenstädten können vor allem Lebensmittelhandwerke, Gesundheitshandwerke und Personenbezogene Dienstleistungen einen Beitrag leisten, aber es wird auf Qualität und Eignung von Gewerbeimmobilien ankommen. Handwerk kann auch Teil der Lösung sein, wenn es zum Beispiel darum gehen soll, in freiwerdenden Gewerbestandorte und -immobilien übergreifende Konzepte für Gesundheitsdienstleistungen, Kunst- und Kreativwirtschaft oder für Design zu verwirklichen. Förderstrukturen und Konzepte zur Entwicklung von Innenstädten und Zentren sollten Handwerk systematisch einbeziehen.

## **9. Berücksichtigung der Bedarfe an sehr kleinen Gewerbeflächen**

Im Handwerk sind kleinbetriebliche Strukturen weit verbreitet. Etwa ein Fünftel der Betriebe verfügt nicht über sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und bleibt unterhalb der Umsatzsteuergrenze. Etwa ein Drittel der Betriebe, die auf Standortsuche sind, sind an Flächen von bis zu 300 Quadratmetern interessiert. Der Bedarf an kleinen und sehr kleinen Gewerbeflächen wird aber vermutlich eher unterschätzt. Soloselbständigen und Kleinstbetrieben genügen oftmals kleine Werkstätten oder Garagen als Lager. Auch diese müssen verfügbar sein. In vielen Fällen dürften solche Bedarfe z.B. in Hinterhoflagen, abgedeckt sein. Dort aber geraten sie besonders unter Druck durch Verdichtung und heranrückende Wohnbebauung. Bei der Planung neuer Gewerbestandorte werden solche kleinteiligen Bedarfe von Handwerksbetrieben in aller Regeln nicht berücksichtigt. Dies muss in der Quartiersentwicklung stärker Eingang finden, insbesondere wenn Kommunen auf die Stärkung der Reparatur- und Kreislaufwirtschaft abzielen und Quartiere mit geringen Mobilitätsbedarfen und guter Nutzungsmischung anstreben.

## **10. Verzahnung von Verkehrs- und Stadtentwicklungspolitik**

Stadtentwicklung umfasst im Sinne eines integrierten Gesamtkonzepts auch Verkehrspolitik. Selbst in einer Metropole wie Düsseldorf kann der vergleichsweise gut ausgebaute ÖPNV nur sehr eingeschränkt die Bedarfe des Wirtschafts- und Pendlerverkehrs abdecken oder flankieren. So sehr das Handwerk sich auch für neue, klimafreundlichere Formen der Mobilität öffnet, so unverzichtbar bleibt für die allermeisten Hand-

werksbetriebe auch in Zukunft das eigene Fahrzeug als individuell ausgestattete „mobile Werkstatt“, „fahrbares Ersatzteillager“ und „Maschinenstandort“, um zum Kunden oder zu Baustellen zu gelangen und die dort erforderlichen Arbeiten zu verrichten. Umgekehrt müssen die Betriebe auch weiterhin für die Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter gut erreichbar sein. Die Bedarfe der Wirtschafts-, Pendler- und Ausbildungsverkehre müssen berücksichtigt werden. Bei verkehrseinschränkenden Maßnahmen, bei Maßnahmen der Straßenraumgestaltung und bei der Errichtung von Baustellen ist das Handwerk daher frühzeitig in Diskussions- und Planungsprozesse einzubeziehen. Prohibitive Maßnahmen der Verkehrspolitik sind häufig kontraproduktiv, wenn keine adäquaten Mobilitätsalternativen zur Verfügung stehen.

### **11. Parkraum als wichtiger Standortfaktor**

Ein besonderes Augenmerk muss auf die Parksituation gerichtet werden, insbesondere in den Städten, in denen eine hohe Flächenkonkurrenz besteht und der öffentliche Raum als knappes Gut unterschiedlichen Nutzungsansprüchen gerecht werden muss. Städtebauliche Entwicklungskonzepte, die auf die Zukunft der Innenstadt und der Stadtteilzentren abzielen, müssen daher auch diese Frage aufgreifen und unter Einbindung des Handwerks kreative Lösungen umfassen. Dazu gehören auch die Sicherung von Stellplätzen und die Ausweisung von Lade- und Arbeitszonen sowie von Serviceparkplätzen im Rahmen von Parkraum-Management, Stellplatzsatzung und Lösungen für „Parken im Quartier“.

### **12. Flächenverfügbarkeit als Voraussetzung für Wachstum**

Der Wechsel des angestammten Betriebsstandortes ist nicht für alle Betriebe relevant. Aber immerhin jeder vierte Betrieb trägt sich nolens volens mit dem Gedanken, seinen Standort zu verlagern oder einen weiteren Standort zu gründen. Scheitern solche Bemühun-

gen, steht, wenn nicht die Existenz, so zumindest das Wachstum der betroffenen Betriebe auf dem Spiel. Für die Standortberatung der Handwerkskammer und für die kommunale Wirtschaftsförderung ist es daher eine wichtige Aufgabe, für möglichst jeden Einzelfall passgenaue Lösungen zu finden, um Wachstumspotenziale am vorhandenen Standort zu nutzen oder durch Verlagerung des Standorts neue Investitionen zu ermöglichen. Gewerbeflächen sollten dabei zum Kauf als auch zur Miete bzw. Pacht angeboten werden.

### **13. Standorttreuer Mittelstand im Fokus der Wirtschaftsförderung**

Handwerksbetriebe sind standorttreu. Anders als große Dienstleistungsunternehmen können sie ihren Standort in der Regel nicht überregional verlagern. Aufgrund der gewachsenen Kundenbindungen sind sie auf die Erhaltung der angestammten Absatzmöglichkeiten und Kundenbeziehungen angewiesen. Für die kommunale Wirtschaftsförderung ergibt sich daraus die Anforderung, sich nicht nur auf international oder national mobile Unternehmen im Standortwettbewerb einzustellen, sondern auch diejenigen Betriebe im Blick zu haben, die bereits in der Stadt ansässig sind und auf geeignete Rahmenbedingungen vor Ort angewiesen sind. Nicht Abwanderung, sondern Schließung oder Verzicht auf mögliche Expansion (und damit Notgedrungen auf wirtschaftliches Wachstum und auf die Schaffung von Arbeitsplätzen) ist für sie die Alternative.

### **14. Systematische Flächenvorsorge als kommunale und regionale Aufgabe**

Die Städte müssen eine systematische Flächenvorsorge betreiben, indem sowohl quantitativ, wie qualitativ bedarfsgerechte und finanziell erschwingliche Flächen auch für kleinteiliges Gewerbe bereitgehalten werden. Dazu gehört auch, dass neue Gewerbegebiete sowohl innerstädtisch als auch in Zusammenarbeit mit der Region ausgewiesen werden.

# 14. Ergebnisse nach Kommunen

	Gesamt	KR	MG	RS	SG	W
<b>1. Wie viele Personen sind am Standort tätig? (inkl. Inhaber, Teilzeit-, Bürokräfte, Auszubildende)</b>						
Personen (im Durchschnitt pro Betrieb)	10,0	20,6	8,6	15,5	7,3	6,1
davon Auszubildende	1,2	3,8	0,9	0,5	0,9	0,6
freie Azubi-Plätze	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,2
<b>2. Wie lange sind Sie bereits am jetzigen Standort ansässig?</b>						
Jahre Ø	17,4	19,8	15,4	17,6	17,3	18,0
<b>Dauer</b>						
unter1	4,0%	1,5%	6,0%	4,7%	4,6%	3,0%
1-2	16,1%	16,2%	21,4%	7,0%	17,2%	13,5%
3-10	27,2%	25,0%	22,2%	34,9%	23,0%	33,1%
11-25	29,7%	26,5%	28,2%	37,2%	27,6%	31,6%
mehr als 25	21,0%	25,0%	20,5%	16,3%	25,3%	18,0%
o.A.	2,0%	5,9%	1,7%	0,0%	2,3%	0,8%
<b>3. Wie groß ist die genutzte Fläche am Standort?</b>						
Quadratmeter Ø	605,4	572,9	836,4	473,2	566,9	481,6
<b>4. Sind Sie dort Eigentümer oder Mieter/Pächter?</b>						
Eigentümer	33,4%	34,3%	33,9%	40,5%	29,1%	33,1%
Mieter	59,1%	61,2%	58,3%	57,1%	58,1%	60,2%
Eigentümer und Mieter/Pächter (weiterer Gewerbeflächen)	7,4%	4,5%	7,8%	2,4%	12,8%	6,8%
<b>5.1 Wie wichtig sind Ihnen folgende Standortfaktoren an Ihrem jetzigen Betriebsstandort?</b>						
<b>Verkehrsanbindung an das Straßennetz</b>						
hoch	67,9%	70,1%	72,4%	78,6%	61,6%	63,6%
mittel	26,2%	25,4%	24,1%	19,0%	34,9%	25,0%
gering	5,9%	4,5%	3,4%	2,4%	3,5%	11,4%
<b>Verkehrsanbindung an den ÖPNV</b>						
hoch	30,0%	31,7%	33,6%	25,0%	24,4%	31,1%
mittel	38,2%	44,4%	33,6%	22,5%	43,0%	40,9%
gering	31,8%	23,8%	32,7%	52,5%	32,6%	28,0%
<b>Erreichbarkeit zu Fuß/mit dem Fahrrad</b>						
hoch	32,5%	42,9%	38,2%	40,0%	27,4%	23,7%
mittel	40,2%	36,5%	40,0%	30,0%	40,5%	45,0%
gering	27,3%	20,6%	21,8%	30,0%	32,1%	31,3%
<b>Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien (z. B. für Erweiterungen)</b>						
hoch	19,3%	18,8%	23,7%	20,0%	20,5%	14,6%
mittel	31,3%	32,8%	22,8%	37,5%	25,3%	40,0%
gering	49,4%	48,4%	53,5%	42,5%	54,2%	45,4%
<b>Preisniveau für Gewerbeflächen/-immobilien (Mieten, Kauf)</b>						
hoch	40,6%	47,6%	43,8%	25,0%	38,1%	40,9%
mittel	41,5%	34,9%	37,5%	60,0%	41,7%	42,5%
gering	17,8%	17,5%	18,8%	15,0%	20,2%	16,5%
<b>Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss</b>						
hoch	51,9%	55,2%	57,5%	62,5%	42,9%	47,6%
mittel	35,6%	31,3%	30,1%	22,5%	42,9%	42,1%
gering	12,6%	13,4%	12,4%	15,0%	14,3%	10,3%

# 14. Ergebnisse nach Kommunen

	Gesamt	KR	MG	RS	SG	W
<b>Parkplatzangebot</b>						
hoch	51,8%	60,0%	58,6%	45,0%	47,1%	47,0%
mittel	34,7%	24,6%	31,9%	40,0%	40,0%	37,1%
gering	13,5%	15,4%	9,5%	15,0%	12,9%	15,9%
<b>Nähe zum Kunden</b>						
hoch	42,8%	43,1%	38,6%	51,2%	44,7%	42,4%
mittel	38,7%	40,0%	41,2%	39,0%	35,3%	37,9%
gering	18,5%	16,9%	20,2%	9,8%	20,0%	19,7%
<b>Kundenfrequenz/Laufkundschaft</b>						
hoch	15,3%	20,3%	19,6%	7,5%	20,0%	8,4%
mittel	25,2%	23,4%	25,9%	37,5%	22,4%	23,7%
gering	59,5%	56,3%	54,5%	55,0%	57,6%	67,9%
<b>Aufenthaltsqualität des Umfeldes (z. B. Leerstände, bauliche Gestaltung, Grünflächen)</b>						
hoch	20,0%	26,6%	20,2%	15,8%	23,8%	15,3%
mittel	45,9%	57,8%	48,2%	52,6%	40,5%	39,7%
gering	34,1%	15,6%	31,6%	31,6%	35,7%	45,0%
<b>Vielfalt der Nutzungen im Umfeld (z. B. für Kultur, Freizeit, Wohnen, Einzelhandel, Gastronomie)</b>						
hoch	16,1%	25,0%	10,7%	21,1%	19,3%	12,9%
mittel	35,7%	37,5%	38,4%	42,1%	32,5%	32,6%
gering	48,3%	37,5%	50,9%	36,8%	48,2%	54,5%
<b>5.2. Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Standortfaktoren an Ihrem jetzigen Betriebsstandort?</b>						
<b>Verkehrsanbindung an das Straßennetz</b>						
hoch	69,2%	72,7%	70,9%	64,9%	63,1%	71,0%
mittel	28,0%	25,8%	25,5%	32,4%	34,5%	26,0%
gering	2,8%	1,5%	3,6%	2,7%	2,4%	3,1%
<b>Verkehrsanbindung an den ÖPNV</b>						
hoch	49,3%	50,8%	47,2%	43,2%	50,6%	51,2%
mittel	42,1%	41,3%	46,3%	32,4%	39,8%	43,4%
gering	8,6%	7,9%	6,5%	24,3%	9,6%	5,4%
<b>Erreichbarkeit zu Fuß/mit dem Fahrrad</b>						
hoch	51,5%	55,6%	54,6%	44,7%	51,2%	49,2%
mittel	39,4%	36,5%	40,7%	42,1%	41,5%	37,7%
gering	9,0%	7,9%	4,6%	13,2%	7,3%	13,1%
<b>Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien (z. B. für Erweiterungen)</b>						
hoch	14,4%	22,6%	14,4%	2,7%	18,5%	11,1%
mittel	38,0%	27,4%	46,2%	40,5%	33,3%	38,9%
gering	47,6%	50,0%	39,4%	56,8%	48,1%	50,0%
<b>Preisniveau für Gewerbeflächen/-immobilien (Mieten, Kauf)</b>						
hoch	24,0%	31,7%	17,1%	21,6%	27,2%	24,4%
mittel	55,9%	49,2%	65,7%	62,2%	48,1%	54,3%
gering	20,1%	19,0%	17,1%	16,2%	24,7%	21,3%
<b>Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss</b>						
hoch	24,5%	19,4%	24,8%	35,1%	23,2%	24,4%
mittel	54,9%	54,8%	51,4%	45,9%	59,8%	57,5%
gering	20,6%	25,8%	23,9%	18,9%	17,1%	18,1%
<b>Parkplatzangebot</b>						
hoch	27,5%	28,1%	25,2%	21,1%	30,5%	29,2%
mittel	42,6%	40,6%	47,7%	44,7%	35,4%	43,1%

# 14. Ergebnisse nach Kommunen

	Gesamt	KR	MG	RS	SG	W
gering	29,9%	31,3%	27,0%	34,2%	34,1%	27,7%
<b>Nähe zum Kunden</b>						
hoch	42,4%	38,1%	37,3%	37,8%	53,7%	43,0%
mittel	46,2%	55,6%	51,8%	51,4%	35,4%	42,2%
gering	11,4%	6,3%	10,9%	10,8%	11,0%	14,8%
<b>Kundenfrequenz/Laufkundschaft</b>						
hoch	19,0%	26,6%	18,5%	13,2%	25,3%	13,4%
mittel	43,3%	43,8%	52,8%	42,1%	38,0%	38,6%
gering	37,7%	29,7%	28,7%	44,7%	36,7%	48,0%
<b>Aufenthaltsqualität des Umfeldes (z. B. Leerstände, bauliche Gestaltung, Grünflächen)</b>						
hoch	21,4%	29,0%	17,8%	21,6%	32,1%	14,1%
mittel	49,2%	43,5%	54,2%	48,6%	48,1%	48,4%
gering	29,4%	27,4%	28,0%	29,7%	19,8%	37,5%
<b>Vielfalt der Nutzungen im Umfeld (z. B. für Kultur, Freizeit, Wohnen, Einzelhandel, Gastronomie)</b>						
hoch	19,6%	19,4%	14,8%	25,0%	28,4%	16,7%
mittel	51,1%	50,0%	57,4%	52,8%	49,4%	46,8%
gering	29,3%	30,6%	27,8%	22,2%	22,2%	36,5%
<b>6. Sind Sie derzeit auf der Suche nach einem neuen Betriebsstandort?</b>						
Ja, ich möchte/muss verlagern	15,7%	17,9%	18,1%	19,0%	14,9%	12,0%
Ja, ich suche einen zusätzlichen Standort	7,4%	4,5%	4,3%	9,5%	12,6%	7,5%
Nein	76,9%	77,6%	77,6%	71,4%	72,4%	80,5%
Falls Sie einen neuen Betriebsstandort suchen:						
<b>7. Warum suchen Sie einen neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Mietverhältnis läuft aus/wurde gekündigt	9,7%					
Mieterhöhung durch den Eigentümer	6,5%					
Kauf eines Betriebsstandortes wird angestrebt	47,3%					
Umwandlung von Gewerbe in Wohnraum	3,2%					
Keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort	72,0%					
Modernisierungs-/Investitionsstau am Standort	24,7%					
Nachbarschaftskonflikte aufgrund von Lärm, Geruch, etc.	12,9%					
Verkehrsanbindung über das Straßennetz ungünstig	8,6%					
Verkehrsanbindung an ÖPNV ungünstig	2,2%					
Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss ist nicht zufriedenstellend	10,8%					
Parkflächen fehlen	41,9%					
Nachlassende Attraktivität des Standortes (z. B. fehlende Kundenfrequenz, keine Nutzungsmischung/Vielfalt im Umfeld)	15,1%					
<b>8. Bis wann wollen/müssen Sie einen neuen Betriebsstandort gefunden haben?</b>						
innerhalb eines Jahres	30,9%					
in ein bis drei Jahren	57,7%					
in mehr als drei Jahren	11,3%					
<b>9. Wo suchen Sie nach einem neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
in meiner jetzigen Gemeinde/Stadt	84,7%					
in einer benachbarten Gemeinde/Stadt	13,3%					
Überregional	2,0%					
<b>10. Wo suchen Sie nach einem neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Gewerbe-/Industriegebiet	45,9%					
Mischgebiet	51,0%					

# 14. Ergebnisse nach Kommunen

	Gesamt	KR	MG	RS	SG	W
Wohngebiet	3,1%					
<b>11. Soll der Betriebsstandort angemietet oder gekauft werden?</b>						
Kauf	44,9%					
Miete/Pacht	24,5%					
egal, ob Kauf oder Miete/Pacht	30,6%					
<b>12. Wie groß soll der Betriebsstandort insgesamt sein?</b>						
Gesamt in m <sup>2</sup> Ø	1.117					
<b>13. Wieviel entfällt davon auf ein Ladenlokal/Verkaufsräume</b>						
Gesamt in m <sup>2</sup> Ø	212					
<b>14. Welche Art von Flächen benötigen Sie am neuen Betriebsstandort genau? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Werkstatt/Produktion	74,2%					
Lager	81,7%					
Außenlager	30,1%					
Büro	69,9%					
Verkauf/Präsentation	37,6%					
<b>15. Können Sie sich vorstellen,</b>						
<b>a) in eine mehrgeschossige Gewerbeimmobilie (beispielsweise in das 1. Obergeschoss) zu ziehen?</b>						
Ja, generell	13,1%	9,4%	13,4%	20,7%	7,6%	16,2%
ja, sofern ein Lastenaufzug vorhanden ist	14,9%	7,5%	9,8%	17,2%	19,7%	19,2%
Nein, weil ...	72,0%	83,0%	76,8%	62,1%	72,7%	64,6%
<b>b) Arbeitsgeräte und/oder Räumlichkeiten mit anderen Gewerbetreibenden zu teilen?</b>						
Ja	47,7%	47,8%	44,0%	51,7%	51,7%	46,6%
Nein, weil ...	52,3%	52,2%	56,0%	48,3%	48,3%	53,4%
<b>c) bestimmte Arbeitsschritte in Ihrem Unternehmen durch digitalisierte Verfahren (z.B. 3D-Druck) zu ersetzen?</b>						
Ja, kann ich mir vorstellen	41,9%	29,8%	48,8%	37,0%	40,6%	44,4%
Ja, habe ich bereits ersetzt	11,6%	17,0%	11,0%	11,1%	7,8%	12,2%
Nein, weil ...	46,5%	53,2%	40,2%	51,9%	51,6%	43,3%
<b>d) ein leer stehendes Ladenlokal in Citylage/angrenzender Citylage/Stadtteilzentrum zu nutzen?</b>						
nein	74,1%	73,8%	73,2%	72,2%	73,4%	76,0%
ja, generell	13,8%	11,5%	15,2%	19,4%	15,2%	11,2%
ja, sofern...	12,1%	14,8%	11,6%	8,3%	11,4%	12,8%

# 15. Ergebnisse nach Gewerbegruppen

	Gesamt	Bau	Ausbau	Gewerbl. Bedarf	KFZ	Pers.bez. Dienstl.
<b>1. Wie viele Personen sind am Standort tätig? (inkl. Inhaber, Teilzeit-, Bürokräfte, Auszubildende)</b>						
Personen (im Durchschnitt pro Betrieb)	10,0	8,7	10,1	12,3	21,7	3,5
davon Auszubildende	1,2	0,8	1,9	0,7	1,6	0,3
freie Azubi-Plätze	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1
<b>2. Wie lange sind Sie bereits am jetzigen Standort ansässig?</b>						
Jahre Ø	17,4	17,1	16,9	22,3	16,8	11,6
<b>Dauer</b>						
unter 1	4,0%	3,2%	3,7%	0,0%	5,3%	8,2%
1-2	16,1%	14,3%	15,5%	9,9%	10,5%	27,4%
3-10	27,2%	22,2%	27,3%	26,8%	36,8%	31,5%
11-25	29,7%	36,5%	32,1%	40,8%	18,4%	15,1%
mehr als 25	21,0%	23,8%	18,7%	22,5%	26,3%	13,7%
o.A.	2,0%	0,0%	2,7%	0,0%	2,6%	4,1%
<b>3. Wie groß ist die genutzte Fläche am Standort?</b>						
Quadratmeter Ø	605,4	956,7	404,7	782,0	1.678,8	172,3
<b>4. Sind Sie dort Eigentümer oder Mieter/Pächter?</b>						
Eigentümer	33,4%	42,9%	36,4%	33,8%	32,4%	23,3%
Mieter	59,1%	46,0%	54,9%	64,8%	56,8%	74,0%
Eigentümer und Mieter/Pächter (weiterer Gewerbeflächen)	7,4%	11,1%	8,7%	1,4%	10,8%	2,7%
<b>5.1 Wie wichtig sind Ihnen folgende Standortfaktoren an Ihrem jetzigen Betriebsstandort?</b>						
<b>Verkehrsanbindung an das Straßennetz</b>						
hoch	67,9%	63,9%	66,1%	77,1%	70,3%	64,4%
mittel	26,2%	31,1%	25,8%	17,1%	27,0%	31,5%
gering	5,9%	4,9%	8,1%	5,7%	2,7%	4,1%
<b>Verkehrsanbindung an den ÖPNV</b>						
hoch	30,0%	26,7%	19,1%	27,9%	36,1%	49,3%
mittel	38,2%	40,0%	40,4%	35,3%	44,4%	35,2%
gering	31,8%	33,3%	40,4%	36,8%	19,4%	15,5%
<b>Erreichbarkeit zu Fuß/mit dem Fahrrad</b>						
hoch	32,5%	18,6%	21,8%	22,4%	52,8%	62,0%
mittel	40,2%	49,2%	45,3%	40,3%	30,6%	28,2%
gering	27,3%	32,2%	33,0%	37,3%	16,7%	9,9%
<b>Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien (z. B. für Erweiterungen)</b>						
hoch	19,3%	23,3%	22,8%	20,6%	25,0%	2,8%
mittel	31,3%	35,0%	28,3%	33,8%	36,1%	32,4%
gering	49,4%	41,7%	48,9%	45,6%	38,9%	64,8%
<b>Preisniveau für Gewerbeflächen/-immobilien (Mieten, Kauf)</b>						
hoch	40,6%	35,0%	36,9%	47,8%	66,7%	30,4%
mittel	41,5%	48,3%	43,0%	37,3%	25,0%	46,4%
gering	17,8%	16,7%	20,1%	14,9%	8,3%	23,2%
<b>Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss</b>						
hoch	51,9%	51,7%	53,8%	62,7%	51,4%	33,8%
mittel	35,6%	32,8%	33,0%	28,4%	43,2%	47,9%
gering	12,6%	15,5%	13,2%	9,0%	5,4%	18,3%

# 15. Ergebnisse nach Gewerbegruppen

	Gesamt	Bau	Ausbau	Gewerbl. Bedarf	KFZ	Pers.bez. Dienstl.
<b>Parkplatzangebot</b>						
hoch	51,8%	42,6%	52,4%	56,5%	66,7%	45,1%
mittel	34,7%	41,0%	36,2%	29,0%	27,8%	35,2%
gering	13,5%	16,4%	11,4%	14,5%	5,6%	19,7%
<b>Nähe zum Kunden</b>						
hoch	42,8%	41,7%	38,6%	27,1%	63,9%	53,5%
mittel	38,7%	35,0%	42,4%	38,6%	33,3%	38,0%
gering	18,5%	23,3%	19,0%	34,3%	2,8%	8,5%
<b>Kundenfrequenz/Laufkundschaft</b>						
hoch	15,3%	6,9%	12,1%	5,8%	33,3%	23,9%
mittel	25,2%	22,4%	21,4%	20,3%	50,0%	26,8%
gering	59,5%	70,7%	66,5%	73,9%	16,7%	49,3%
<b>Aufenthaltsqualität des Umfeldes (z. B. Leerstände, bauliche Gestaltung, Grünflächen)</b>						
hoch	20,0%	12,1%	17,0%	17,4%	37,1%	28,2%
mittel	45,9%	37,9%	47,3%	52,2%	34,3%	46,5%
gering	34,1%	50,0%	35,7%	30,4%	28,6%	25,4%
<b>Vielfalt der Nutzungen im Umfeld (z. B. für Kultur, Freizeit, Wohnen, Einzelhandel, Gastronomie)</b>						
hoch	16,1%	10,0%	11,8%	10,1%	20,0%	33,8%
mittel	35,7%	26,7%	33,1%	30,4%	45,7%	43,7%
gering	48,3%	63,3%	55,1%	59,4%	34,3%	22,5%
<b>5.2. Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Standortfaktoren an Ihrem jetzigen Betriebsstandort?</b>						
<b>Verkehrsanbindung an das Straßennetz</b>						
hoch	69,2%	71,2%	69,3%	71,4%	57,1%	68,6%
mittel	28,0%	27,1%	29,1%	22,9%	34,3%	30,0%
gering	2,8%	1,7%	1,7%	5,7%	8,6%	1,4%
<b>Verkehrsanbindung an den ÖPNV</b>						
hoch	49,3%	42,1%	47,7%	45,6%	54,3%	56,5%
mittel	42,1%	47,4%	45,5%	44,1%	37,1%	33,3%
gering	8,6%	10,5%	6,8%	10,3%	8,6%	10,1%
<b>Erreichbarkeit zu Fuß/mit dem Fahrrad</b>						
hoch	51,5%	39,7%	48,3%	50,7%	60,0%	62,9%
mittel	39,4%	55,2%	44,9%	35,8%	22,9%	27,1%
gering	9,0%	5,2%	6,8%	13,4%	17,1%	10,0%
<b>Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien (z. B. für Erweiterungen)</b>						
hoch	14,4%	10,5%	17,8%	11,9%	14,3%	9,5%
mittel	38,0%	38,6%	36,8%	34,3%	40,0%	41,3%
gering	47,6%	50,9%	45,4%	53,7%	45,7%	49,2%
<b>Preisniveau für Gewerbeflächen/-immobilien (Mieten, Kauf)</b>						
hoch	24,0%	20,7%	26,7%	19,7%	27,8%	22,7%
mittel	55,9%	58,6%	57,0%	62,1%	47,2%	51,5%
gering	20,1%	20,7%	16,3%	18,2%	25,0%	25,8%
<b>Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss</b>						
hoch	24,5%	24,1%	24,0%	23,9%	19,4%	28,8%
mittel	54,9%	43,1%	56,6%	65,7%	55,6%	50,0%
gering	20,6%	32,8%	19,4%	10,4%	25,0%	21,2%
<b>Parkplatzangebot</b>						
hoch	27,5%	19,0%	28,8%	21,7%	41,7%	31,4%
mittel	42,6%	51,7%	45,8%	43,5%	33,3%	27,1%

# 15. Ergebnisse nach Gewerbegruppen

	Gesamt	Bau	Ausbau	Gewerbl. Bedarf	KFZ	Pers.bez. Dienstl.
gering	29,9%	29,3%	25,4%	34,8%	25,0%	41,4%
<b>Nähe zum Kunden</b>						
hoch	42,4%	40,4%	44,9%	30,4%	50,0%	42,6%
mittel	46,2%	45,6%	44,9%	53,6%	38,9%	48,5%
gering	11,4%	14,0%	10,2%	15,9%	11,1%	8,8%
<b>Kundenfrequenz/Laufkundschaft</b>						
hoch	19,0%	10,7%	21,0%	18,2%	22,9%	20,6%
mittel	43,3%	48,2%	39,2%	40,9%	54,3%	39,7%
gering	37,7%	41,1%	39,8%	40,9%	22,9%	39,7%
<b>Aufenthaltsqualität des Umfeldes (z. B. Leerstände, bauliche Gestaltung, Grünflächen)</b>						
hoch	21,4%	22,8%	22,4%	19,4%	22,9%	20,9%
mittel	49,2%	50,9%	48,3%	56,7%	34,3%	50,7%
gering	29,4%	26,3%	29,3%	23,9%	42,9%	28,4%
<b>Vielfalt der Nutzungen im Umfeld (z. B. für Kultur, Freizeit, Wohnen, Einzelhandel, Gastronomie)</b>						
hoch	19,6%	7,0%	19,9%	20,6%	20,6%	27,9%
mittel	51,1%	64,9%	50,9%	44,1%	50,0%	45,6%
gering	29,3%	28,1%	29,2%	35,3%	29,4%	26,5%
<b>6. Sind Sie derzeit auf der Suche nach einem neuen Betriebsstandort?</b>						
Ja, ich möchte/muss verlagern	15,7%	12,7%	17,8%	18,3%	18,9%	9,6%
Ja, ich suche einen zusätzlichen Standort	7,4%	7,9%	7,6%	8,5%	5,4%	6,8%
Nein	76,9%	79,4%	74,6%	73,2%	75,7%	83,6%
Falls Sie einen neuen Betriebsstandort suchen:						
<b>7. Warum suchen Sie einen neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Mietverhältnis läuft aus/wurde gekündigt	9,7%					
Mieterhöhung durch den Eigentümer	6,5%					
Kauf eines Betriebsstandortes wird angestrebt	47,3%					
Umwandlung von Gewerbe in Wohnraum	3,2%					
Keine Erweiterungsmöglichkeiten am Standort	72,0%					
Modernisierungs-/Investitionsstau am Standort	24,7%					
Nachbarschaftskonflikte aufgrund von Lärm, Geruch, etc.	12,9%					
Verkehrsanbindung über das Straßennetz ungünstig	8,6%					
Verkehrsanbindung an ÖPNV ungünstig	2,2%					
Digitale Infrastruktur/Breitbandanschluss ist nicht zufriedenstellend	10,8%					
Parkflächen fehlen	41,9%					
Nachlassende Attraktivität des Standortes (z. B. fehlende Kundenfrequenz, keine Nutzungsmischung/Vielfalt im Umfeld)	15,1%					
<b>8. Bis wann wollen/müssen Sie einen neuen Betriebsstandort gefunden haben?</b>						
innerhalb eines Jahres	30,9%					
in ein bis drei Jahren	57,7%					
in mehr als drei Jahren	11,3%					
<b>9. Wo suchen Sie nach einem neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
in meiner jetzigen Gemeinde/Stadt	84,7%					
in einer benachbarten Gemeinde/Stadt	13,3%					
Überregional	2,0%					
<b>10. Wo suchen Sie nach einem neuen Betriebsstandort? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Gewerbe-/Industriegebiet	45,9%					
Mischgebiet	51,0%					

# 15. Ergebnisse nach Gewerbegruppen

	Gesamt	Bau	Ausbau	Gewerbl. Bedarf	KFZ	Pers.bez. Dienstl.
Wohngebiet	3,1%					
<b>11. Soll der Betriebsstandort angemietet oder gekauft werden?</b>						
Kauf	44,9%					
Miete/Pacht	24,5%					
egal, ob Kauf oder Miete/Pacht	30,6%					
<b>12. Wie groß soll der Betriebsstandort insgesamt sein?</b>						
Gesamt in m <sup>2</sup> Ø	1.117					
<b>13. Wieviel entfällt davon auf ein Ladenlokal/Verkaufsräume</b>						
Gesamt in m <sup>2</sup> Ø	212					
<b>14. Welche Art von Flächen benötigen Sie am neuen Betriebsstandort genau? (Mehrfachantworten möglich)</b>						
Werkstatt/Produktion	74,2%					
Lager	81,7%					
Außenlager	30,1%					
Büro	69,9%					
Verkauf/Präsentation	37,6%					
<b>15. Können Sie sich vorstellen,</b>						
<b>a) in eine mehrgeschossige Gewerbeimmobilie (beispielsweise in das 1. Obergeschoss) zu ziehen?</b>						
Ja, generell	13,1%	9,1%	11,9%	12,7%	16,0%	17,9%
ja, sofern ein Lastenaufzug vorhanden ist	14,9%	6,8%	22,2%	14,5%	4,0%	8,9%
Nein, weil ...	72,0%	84,1%	65,9%	72,7%	80,0%	73,2%
<b>b) Arbeitsgeräte und/oder Räumlichkeiten mit anderen Gewerbetreibenden zu teilen?</b>						
Ja	47,7%	35,9%	59,0%	40,8%	39,1%	41,2%
Nein, weil ...	52,3%	64,1%	41,0%	59,2%	60,9%	58,8%
<b>c) bestimmte Arbeitsschritte in Ihrem Unternehmen durch digitalisierte Verfahren (z.B. 3D-Druck) zu ersetzen?</b>						
Ja, kann ich mir vorstellen	41,9%	29,7%	45,6%	42,9%	42,3%	38,5%
Ja, habe ich bereits ersetzt	11,6%	10,8%	11,2%	14,3%	7,7%	3,8%
Nein, weil ...	46,5%	59,5%	43,2%	42,9%	50,0%	57,7%
<b>d) ein leer stehendes Ladenlokal in Citylage/angrenzender Citylage/Stadtteilzentrum zu nutzen?</b>						
nein	74,1%	86,0%	73,6%	80,6%	72,7%	62,1%
ja, generell	13,8%	7,0%	13,2%	9,0%	15,2%	21,2%
ja, sofern...	12,1%	7,0%	13,2%	10,4%	12,1%	16,7%

# Kammerbezirk - Düsseldorf



## Ausgewählte Veröffentlichungen

- 5/21 Handwerk in Zahlen 2021
- 4/21 Lagebericht Handwerk Herbst 2021
- 3/21 Unternehmen, Umsätze und tätige Personen im Handwerk 2018 - 2020
- 2/21 Lagebericht Frühjahr 2021
- 1/21 Wo soll die Wirtschaft wohnen? Gewerbeflächen in der Großstadt
- 5/17 Walter-Eucken-Workshop des Kompetenzzentrums Soziale Marktwirtschaft am 29. Juni 2017: Mittelstandsfinanzierung in Deutschland und Europa: Kredit- oder Equity-Finanzierung?
- 5/14 Walter-Eucken-Workshop des Kompetenzzentrums Soziale Marktwirtschaft am 7. März 2014: Die historischen Zünfte – Segen oder Fluch
- 5/13 Walter-Eucken-Workshop des Kompetenzzentrums Soziale Marktwirtschaft am 20. Juni 2013: Befähigungsnachweise als Instrument der Wirtschafts- und Bildungspolitik – Pro und Contra
- 6/12 Walter-Eucken-Workshop des Kompetenzzentrums Soziale Marktwirtschaft am 26. Juli 2012  
Basel III und Mittelstand – sind die Interessen von Handwerk und Mittelstand gewahrt, nachdem EU-Parlament und EU-Rat sich zu Basel III positioniert haben?
- 3/12 Werkbund – Bauhaus und Handwerk neu gesehen
- 7/11 Verleihung des Georg-Schulhoff-Preises 2011 an Prof. Dr. Norbert Lammert
- 5/11 Werkbund, Bauhaus und Handwerk neu gesehen,  
Zur Wertigkeit des Handwerks für die Moderne, Prof. Dr. Roland Günter
- 1/11 Lass dich nicht vom Bösen überwinden, sondern überwinde das Böse mit Gutem.  
Vortrag von Präses Nikolaus Schneider
- 2/10 Ambitionen junger Meisterinnen und Meister im Handwerk – Jungmeisterumfrage (digital)
- 6/09 Die Reform der sozialen Marktwirtschaft
- 5/09 Richard Sennett: Verleihung des europäischen Handwerkspreises und Dokumentation des „Sennett-Workshop“
- 4/09 Energiewende in Deutschland
- 2/09 Motive und Ambitionen für die Aufstiegsfortbildung zur Meisterin/zum Meister im Handwerk  
„Jungmeisterumfrage“ (digital)
- 1/92 Standortprobleme der Düsseldorfer Handwerksbetriebe

Haben Sie Interesse an unseren Veröffentlichungen und möchten Sie diese zukünftig als pdf-Dokument per E-mail erhalten?

Dann senden Sie uns eine Nachricht an [statistik@hwk-duesseldorf.de](mailto:statistik@hwk-duesseldorf.de) und melden sich für den Versand an.

Impressum  
Info/Doku 1/2022  
ISSN (Online) 0178-7012  
Herausgeber: Handwerkskammer Düsseldorf  
Georg-Schulhoff-Platz 1  
40221 Düsseldorf  
Telefon 0211/8795-0  
[www.hwk-duesseldorf.de](http://www.hwk-duesseldorf.de)  
Verantwortlich: Prof. Dr. Hans Jörg Hennecke  
Daten, Grafik: Christel Treiber, Tanja Nathusius-Friese  
Text: Prof. Dr. Hans Jörg Hennecke, Andrea Raddatz, Florian Kienzl  
Layout: Rosa Kreuzer