



# Unternehmensbefragung

**Der Wirtschaftsstandort „Landkreis Coburg“  
aus unternehmerischer Sicht**



## Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b> .....	3
<b>1 Ziele und Methode des Projektes</b> .....	6
<b>2 Ausgewählte Ergebnisse der Unternehmensbefragung</b> .....	8
2.1 Zur Aussagekraft der Ergebnisse.....	8
2.2 Der Wirtschaftsstandort „Landkreis Coburg“.....	10
2.2.1 Allgemeine Ergebnisse zur Wirtschaftsstruktur im Landkreis Coburg.....	10
2.2.2 Standortbewertung aus Sicht der Unternehmen.....	14
2.2.3 Unternehmensplanungen.....	18
2.3 Anforderungen an die kommunale Wirtschaftsförderung.....	22

## Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1: Innerregionale Verteilung in der Unternehmensbefragung.....	8
Abb. 2: Kategorienverteilung in der Unternehmensbefragung.....	9
Abb. 3: Charakteristik der Betriebe.....	10
Abb. 4: Entwicklung der Beschäftigtenanteile.....	11
Abb. 5: Internetpräsenz der Betriebe.....	12
Abb. 6: Bewertung ausgewählter Standortfaktoren durch die Unternehmen.....	14
Abb. 7: Bewertung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften durch die Unternehmen.....	15
Abb. 8: Unterstützung bei der Akquisition von neuen Mitarbeitern.....	16
Abb. 9: Beurteilung der Effekte der Autobahn A 73.....	16
Abb. 10: Kooperationsfelder aus Sicht der Unternehmen.....	18
Abb. 11: Unternehmensfunktionen und ihre Verortung.....	19
Abb. 12: Outsourcing-Felder aus Sicht der befragten Unternehmen.....	20
Abb. 13: Strategische Unternehmensplanungen.....	21
Abb. 14: Anforderungen an die Wirtschaftsförderung.....	22

## Zusammenfassung

Die Wirtschaftsförderung des Landkreises Coburg hat im Zeitraum August bis Oktober 2002 eine Unternehmensbefragung durchgeführt, in die rund 1.200 Betriebe im Landkreis Coburg einbezogen wurden. 322 Unternehmen – davon drei Viertel Kleinunternehmen -haben sich an der Befragung beteiligt. Die Aufteilung dieser Betriebe in die vier verschiedenen Wirtschaftsbereiche „Produzierendes Gewerbe“, „Handel und Verkehr“, „Handwerk“ und „Dienstleistungen“ erfolgt zu je einem Viertel.

**Befragungsstruktur**

Die vorliegende Auswertung stellt eine erste Analyse dar, die Aussagen zu den Zielen der Befragung trifft. Dazu zählen im Kern und aus unternehmerischer Sicht die Standortbewertung durch die heimischen Betriebe, die Ermittlung von Kooperationsansätzen in der heimischen Wirtschaft sowie die Ermittlung von Auslagerungspotenzialen in den Betrieben des Landkreises. Für die Kommunalpolitik im Landkreis und seinen Städten und Gemeinden sowie für die nachgelagerten Verwaltungsebenen (insbesondere die Wirtschaftsförderung) geht es um eine Schaffung einer Informationsgrundlage für kommunalpolitische Entscheidungen und deren fachlicher Vorbereitung im Sinne einer zukunftsgerichteten, wirtschaftsorientierten Landkreisentwicklung. Die Vorgehensweise steht im Einklang mit einer starken Kunden- und Zielgruppenorientierung in der kommunalen Wirtschaftspolitik. Es geht darum, die lokalen Standortbedingungen für heimische Betriebe, externe Investoren und Existenzgründer durch kommunalpolitische Entscheidungen wirtschaftsfreundlich auszugestalten damit sich der Landkreis Coburg im Wettbewerb der Standortanbieter behaupten kann.

**Ziele**

Die Unternehmensstruktur innerhalb der Befragung lässt grundsätzlich den Schluss auf eine relativ hohe Standortbindung der Betriebe zu. 93% der befragten Betriebe haben ihren einzigen Standort im Landkreis Coburg. Standortentscheidungen werden in diesen Unternehmen autark vor Ort getroffen. Dieser Umstand kann jedoch nicht darüber hinweg sehen, dass in der Realität auf Grund der „Förderkante“ an der nördlichen Landkreisgrenze hin zum süd-thüringer Raum immer wieder Standortverlagerungen bei Neu-Investitionen heimischer Unternehmen in Erwägung gezogen werden. Immerhin denkt derzeit etwa jeder zehnte der befragten Betriebe über eine Standortverlagerung nach.

**Standortbindung**

Bei den Absatzverflechtungen der Unternehmen kann festgehalten werden, dass der Unternehmensabsatz sehr stark auf den heimischen Wirtschaftsraum ausgerichtet ist. Im Zulieferbereich ist demgegenüber die lokale Bindung der Unternehmen geringer, d.h. Zulieferprodukte werden eher von ausserhalb in die Region importiert. Insgesamt kann dies als Indiz dafür gelten, dass der Landkreis Coburg als Markt- und Absatzraum besondere Stärken aufweist.

**Unternehmensverflechtungen**

In Analyse der Beschäftigtenentwicklung der befragten Unternehmen wird deutlich, dass die Beschäftigtenzahlen im Zeitraum 1989 bis 2001 um rund 35% auf heute 9.500 Mitarbeiter erhöht hat. Gleichzeitig hat sich jedoch im gleichen Zeitraum der Frauenanteil an den Mitarbeitern verringert. Von den Neueinstellungen haben männliche Mitarbeiter daher überproportional profitiert. Der Landkreis Coburg hat sich statistisch gesehen dabei dem Landesdurchschnitt angeglichen.

**Beschäftigtenentwicklung**

Die Befragung ergab weiterhin, dass der Ausländeranteil bei den Beschäftigten mit 2,8% deutlich unterhalb des Landesdurchschnitts (8%) liegt. Dafür sind die Teilzeitbeschäftigungsverhältnisse im Landkreis Coburg mit 18% zahlenmässig ausgeprägter als beispielsweise im Nachbarlandkreis Bamberg – ein Umstand der sicherlich aus der Wirtschaftsstruktur (z.B. starke Polstermöbelindustrie) heraus ableitbar ist.

Im Hinblick auf die unternehmerischen Aktivitäten am Ausbildungsmarkt zeichnet die Unternehmensbefragung für den Landkreis Coburg ein eher negatives Bild. Insbesondere kündigen die größeren Betriebe (20 und mehr Beschäftigte) eine Zurückhaltung bei der Zahl der Ausstellungsverhältnisse in den nächsten Jahren an.

Befragt nach einer Bewertung der lokalen Standortfaktoren vergeben die Betriebsinhaber für die „überregionale Verkehrsanbindung“ die schlechtesten Noten. Wenn sich dazu 91% der Befragungsteilnehmer positive, regionale Effekte von der neuen Autobahn A73 erhoffen, wird deutlich, dass der Standortfaktor „Verkehrsinfrastruktur“ seitens der Unternehmen als eine der entscheidenden Hemmnisse in der Wirtschaftsentwicklung des Landkreises Coburg gesehen wird.

**Bewertung  
Standortfaktoren**

Besonderes Augenmerk muss die Kommunalpolitik und die Wirtschaftsförderung einer tendenziell schlechten Bewertung des Standortfaktors „Verfügbarkeit von Gewerbeflächen“ geben. Vor dem Hintergrund eines Gewerbeflächenangebotes von etwa 2,2 Mio. m<sup>2</sup> im Landkreis Coburg muss den Hintergründen für die negativen Bewertungen nachgegangen werden. Gemeinsam mit Städten und Gemeinden als Standortanbietern vor Ort kann die Gewerbeflächenpolitik auch aus der Sicht des Unternehmensbestandes neu diskutiert werden.

Durchweg positive Beurteilungen erhält der Wirtschaftsstandort „Landkreis Coburg“ bei den sog. „weichen“ Standortfaktoren. Die Defizite werden demgegenüber bei der Ausstattungsquantität und –qualität mit den „harten“ Standortfaktoren gesehen. Hier bedarf es einer strukturpolitischen Unterstützung des Landkreises Coburg von Seiten der Bundes- und Landespolitik.

Im Standortwettbewerb der Kommunen wird dem Faktor „Verfügbarkeit von Arbeitskräften“ in der Zukunft entscheidende Bedeutung zukommen. Die Befragung hält in diesem Zusammenhang fest, dass es vor allem die qualifizierten und hochqualifizierten Arbeitskräfte sind, deren Verfügbarkeit von den Unternehmen im Landkreis Coburg tendenziell negativ bewertet wird. Die Unterscheidung der Sichtweisen der verschiedenen Wirtschaftsbereiche gibt dabei konkretere Aufschlüsse.

Im Hinblick auf die Kooperationsbereitschaft der Betriebe im Landkreis Coburg lässt sich Positives vermelden: 64% der befragten Betriebe wären Kooperationen mit anderen Landkreisunternehmen gegenüber aufgeschlossen. Die Bereiche „Werbung“, „Einkauf“ und „Vertrieb“ sind jene, in denen am ehesten Kooperationsansätze gesehen werden.

**Kooperations-  
bereitschaft**

Im Gegensatz zur Kooperationsbereitschaft fällt den befragten Unternehmen die Auslagerung von Unternehmensfunktionen an spezialisierte externe Anbieter schwerer. Trotzdem ergeben sich von den immerhin 20% der Betriebe mit Auslagerungsbereitschaft latente Auftragspotenziale vor allem in den Bereichen „Werbung“, „Reinigungsdienste“ und „E-Commerce“.

**Auslagerungs-  
bereitschaft**

Hoffnungsvolle Ansätze im Sinne der wirtschaftlichen Landkreisentwicklung ergeben sich aus den Angaben der Betriebe zu den strategischen Unternehmensplanungen. Die positiven Unternehmensplanungen (Einführung neuer Produkte oder Produktionsverfahren, Erweiterung der Produktion, Neueinstellungen) rangieren in der Rangfolge der Nennungen ganz oben. Insbesondere die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen deutet auf einen erhöhten Innovationsgrad in den befragten Betrieben hin. Die Unternehmen forcieren damit einen betriebsinternen Strukturwandel, mit dem man sich am Markt behaupten will.

**Unternehmens-  
planungen**

Aus den Angaben der Betriebsinhaber lässt sich aber auch ein wirtschaftspolitischer Handlungsbedarf ableiten: Insbesondere Betriebsübergaben, Standortverlagerungen und Standortschließungen kann mit Angeboten der Wirtschaftsförderungen begegnet werden.

Beim Anforderungsprofil der Unternehmen an die kommunale Wirtschaftsförderung steht die Mittelstands- und Fördermittelberatung an erster Stelle. Dass die Unternehmer beim Blick auf den eigenen Betrieb nicht den heimischen Standort aus den Augen verlieren, belegt der Wunsch nach Standort- und Imagewerbung sowie nach Erstellung eines internetbasierten Wirtschaftsportals als Aufgabe der Wirtschaftsförderung.

Die vorliegende Auswertung stellt eine grobe Erstausswertung dar. Auf Grund der breiten Datenbasis kann Detailfragen in weitergehenden statistischen Analysen nachgegangen werden.

Insgesamt hat die Unternehmensbefragung eine Fülle an Ansätzen für die kommunale Wirtschaftspolitik auf der Kreis-, Stadt- und Gemeindeebene ergeben. Dies beinhaltet auch konkrete Anforderungen an die operative Arbeit der Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg. Den Anforderungen der Unternehmen wird in einigen Teilen (z.B. Standort- und Imagewerbung, Koordination von Informationsveranstaltungen) nur mit adäquater Personal- und Finanzausstattung der kommunalen Wirtschaftsförderung begegnet werden können. Dabei könnte eine Effizienzsteigerung durch regional-kooperative Ansätze, beispielsweise mit der Stadt Coburg, erzielt werden.

## 1. Ziele und Methodik des Projektes

In Abstimmung mit Herrn Landrat Karl Zeitler und nach Rücksprache mit den politischen Fraktionen im Kreistag des Landkreises Coburg startete die Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg im Februar 2002 das Projekt „Unternehmensbefragung“. Politischer Wille und Zielsetzung war die Eruiierung einer Informationsbasis für die kommunale Wirtschaftspolitik und die operative Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg.

Der Landkreis Coburg dokumentiert mit dem Vorgehen die hohe Bedeutung der unternehmerischen Bestandspflege im Rahmen seiner strategischen Landkreisentwicklung.

Die von der Landkreispolitik installierte Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg leistet indirekte Förderung auf Basis einer Service-, Vermittlungs-, Koordinations- und Moderationsfunktion für Unternehmen und Gewerbebetriebe (z.B. Beratung zu EU-, Bundes- und Landesförderprogrammen, Investorenbetreuung, Betreuung bei Behördenangelegenheiten). Sie stellt das operative Instrument der Kommunalpolitik bei der Schaffung von wirtschafts- und unternehmensfreundlichen Standortrahmenbedingungen dar.

Die umfassende Befragung der im Landkreis Coburg ansässigen Unternehmen durch die Wirtschaftsförderung soll dazu beitragen, politische Entscheidungshilfen zu erarbeiten und Handlungsansätze für die Landkreisverwaltung zur Schaffung wirtschaftsfreundlicher Rahmenbedingungen abzuleiten.

Im Detail verfolgt die Befragung folgende Ziele:

- Analyse der Standortbewertung durch die Unternehmen (Bestandsaufnahme)
- Informationsgrundlage für die strategische Standortentwicklung der Landkreisstädte und -gemeinden
- Erweiterung der Informationsbasis für die Wirtschaftsförderung im Landkreis; Aktualisierung und Ergänzung der Unternehmensdaten in der „jungen“ Wirtschaftsförderung des Landkreises Coburg
- Ermittlung von Kooperationsansätzen in der heimischen Wirtschaft (regionale Produktkreisläufe)
- Ermittlung von Outsourcing-Potenzialen der heimischen Betriebe als Basis für zukünftige Unternehmensansiedlungen und Existenzgründungen
- Grundlage für die Weiterentwicklung der Instrumente der Wirtschaftsförderung bedarfsgerechte und sogar individuelle Ansprache heimischer Betriebe
- Informationsgrundlage für die Erarbeitung eines regionalen Kompetenzprofils
- Ausgangspunkt für die strategische Standortentwicklung des Landkreises (Ausschuss für Landkreisentwicklung und Wirtschaftsfragen; kommunale Wirtschaftspolitik)

Mit diesen Zielsetzungen verbindet der Landkreis Coburg eine starke Kunden- und Zielgruppenorientierung in der Wirtschaftspolitik. Der heimische Unternehmer steht im Mittelpunkt der Herangehensweise. Insgesamt soll die Standortbindung und –zufriedenheit der heimischen Betriebe weiter gestärkt werden oder - im Bedarfsfall - verbessert werden.

Das Projekt soll den Grundstein dafür legen, dass die regionale Wertschöpfungskette weiter ausgebaut werden kann, damit der Wirtschaftsstandort „Landkreis Coburg“ gestärkt wird.

Viele Unternehmen beziehen beispielsweise externe Dienstleistungen und Zulieferprodukte aus weit entfernten Herkunftsregionen, da oft nicht bekannt ist, dass es entsprechende Angebote auch direkt vor Ort gibt. Die Wirtschaftsförderung will diesbezüglich eine Transparenz herstellen und die Entstehung regionaler Produktkreisläufe (wo möglich) initiieren.

Ein weiterer Aspekt liegt in der Befassung mit dem Thema „Outsourcing-Potenziale“. Viele Betriebe müssen sich außerhalb ihrer Kernkompetenzen mit Bereichen der Produkt- und vor allem Dienstleistungserstellung befassen, die bei entsprechenden Angeboten, unter Umständen günstiger von externen, spezialisierten Unternehmen erbracht werden können. Das Wissen um die unternehmensinternen Bereiche, deren Auslagerung aus Sicht der Unternehmer vorstellbar wäre, stellt auf zweierlei Weise ein wirtschaftliches Entwicklungspotenzial dar: Zum einen würden die auslagernden Betriebe entlastet. Andererseits stellen die Auslagerungsbereiche ein Auftragspotenzial für „Zulieferbetriebe“, aber auch für neue Existenzgründungen in der Region dar.

Die Unternehmensbefragung wurde auf der Datenbasis des bei der Wirtschaftsförderung eingesetzten Kommunalen Wirtschafts-Informationen-Systems KWIS durchgeführt. Die Unternehmensdaten (Anschrift der Betriebe, Branche) wurden in der Aufbauphase der Wirtschaftsförderung durch Unternehmenskontakte des Wirtschaftsförderers und durch die Standortanbieter (Städte und Gemeinden im Landkreis Coburg) ermittelt und zusammengetragen.

Die Befragung trägt dazu bei, dass diese Daten auf einen aktuellen Stand gebracht werden und durch weitere Informationen aus den Betrieben (z.B. Mitarbeiterzahl, Produktions- und Dienstleistungsprogramm) ergänzt werden.

Die vorliegende Auswertung beinhaltet ausschließlich statistische Analysen, die im Hinblick auf die Ziele der Befragung Ergebnisse liefern und Tendaussagen erlauben. Gleichzeitig werden die Befragungsergebnisse aber auch den einzelnen Unternehmen, die sich an der Befragung beteiligt haben, zugeordnet. Die Wirtschaftsförderung erhält damit eine Möglichkeit Unternehmen mit gleichen Interessen zu selektieren und zielgerichtet sowie themenorientiert anzusprechen. Das ermöglicht eine problemlösungsorientierte und bedarfsgerechte Ansprache der Unternehmen durch die Wirtschaftsförderung.

Umgekehrt wird den heimischen Betrieben die Möglichkeit eröffnet, sich ihrerseits über mögliche Kooperationspartner mit deren Angebotspalette an Produkten und Dienstleistungen zu informieren.

Selbstverständlich erfolgt eine Datenfortschreibung auch nach der Befragung im Rahmen des stetigen Kontakts des Wirtschaftsförderers mit den heimischen Unternehmen.

Darüber hinaus wird mittelfristig ein interkommunaler Vergleich in Oberfranken angestrebt. Mittlerweile sind mehrere oberfränkische Wirtschaftsförderungen dem Landkreis Coburg gefolgt und haben das deutschlandweit führende, kommunale Wirtschaftsdatenbanksystem KWIS angeschafft (z.B. LRA Bamberg, LRA Lichtenfels, LRA Hof). Dort wurden Unternehmensbefragungen mit ähnlichen Inhalten durchgeführt.

Langfristig sollen durch eine Wiederholung der Unternehmensbefragung im 5-Jahres-Turnus auch zeitliche Entwicklungen im Wirtschaftsraum „Landkreis Coburg“ abgeleitet werden können.

Dies alles ermöglicht der Kommunalpolitik, aufbauend auf der Datenbasis „aus erster Hand“, zukunftsgerichtete wirtschaftspolitische Entscheidungen im Sinne der heimischen Wirtschaft zu treffen.

## 2. Ausgewählte Ergebnisse der Unternehmensbefragung

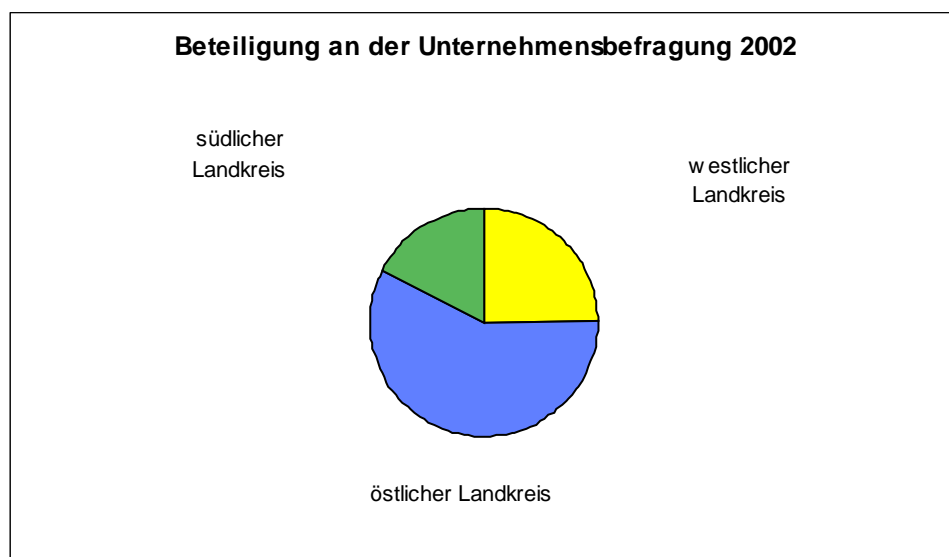
### 2.1 Zur Aussagekraft der Ergebnisse

Die Unternehmensbefragung fand in schriftlicher Form im Zeitraum August bis Oktober 2002 statt. Nachdem zunächst eine externe Auftragsvergabe der Befragungsdurchführung geplant war, konnte durch die vorübergehende Mitwirkung einer Praktikantin die Befragung der Unternehmen durch die Wirtschaftsförderung in Eigenregie durchgeführt werden. Neben den Kosteneinsparungen hatte dies den vorteilhaften Effekt, dass Rückmeldungen der Unternehmen während der Befragung immer direkt an den Wirtschaftsförderer erfolgten. Nachteilig wirkte sich dieses Vorgehen hingegen dahingehend aus, dass die Befragungsdauer einen längeren Zeitraum (4 Wochen länger) in Anspruch genommen hat und die Ergebnisse erst mit einer zeitlichen Verzögerung präsentiert werden können.

Insgesamt wurden 1.303 Unternehmen aus dem Landkreis Coburg angeschrieben. Etwa 120 Unternehmensadressen erwiesen sich dabei als fehlerhaft und konnten nicht zugestellt werden, sodass von einer Grundgesamtheit von etwa 1.180 Unternehmen in der Befragung ausgegangen werden kann. Davon haben 322 Betriebe den Fragebogen ausgefüllt und an die Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg zurückgesendet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von etwa 27,3 %. Im Vergleich zu Befragungen anderer Landkreise kann der Rücklauf rückblickend als „gut“ bewertet werden.

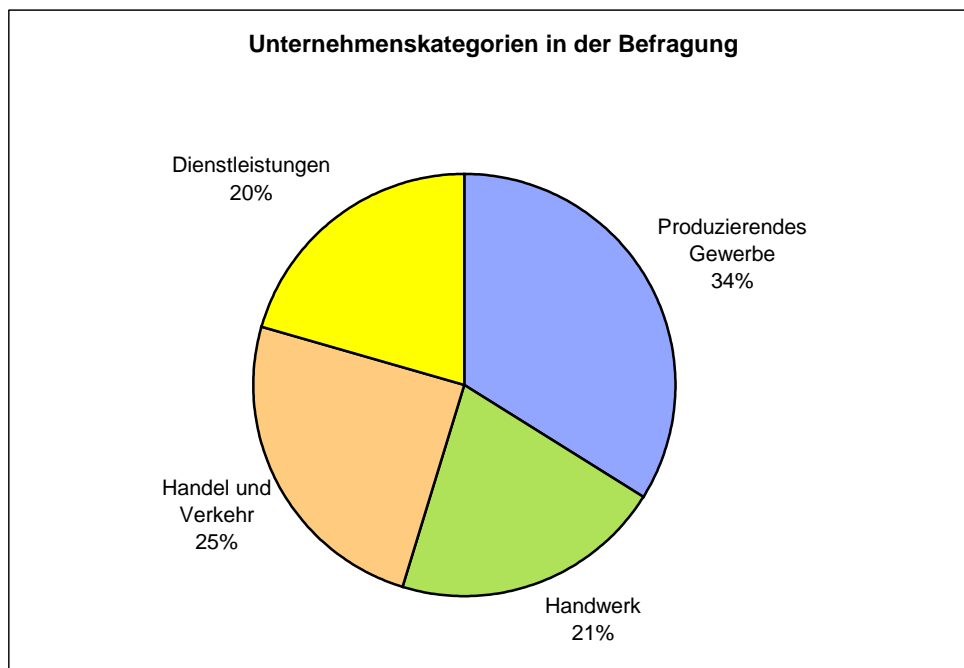
Rund drei Viertel der Betriebe, die sich an der Befragung beteiligt haben, zählen zur Kategorie der Kleinbetriebe (1-20 Beschäftigte). In der tatsächlichen Gesamtbeurteilung aller Betriebe im Landes- und Bundesdurchschnitt ist der Anteil der Kleinunternehmen mit ca. 90% stärker ausgeprägt. Dass in der Unternehmensbefragung die Mittel- und Großbetriebe überproportional vertreten sind, kann erfahrungsgemäß bei Unternehmensbefragungen damit erklärt werden, indem mit der Größe der Betriebe die Bereitschaft an einer Befragungsteilnahme steigt.

Im Hinblick auf die innerregionale Verteilung der Befragungsteilnehmer lässt sich eine Konzentration der Betriebe in den Städten und Gemeinden des östlichen Landkreises feststellen. Dies entspricht auch der generellen Verteilung der Betriebe im Landkreis Coburg, nach der der Osten stärker gewerblich geprägt ist und der Westen des Landkreises eine höhere Wohnortprägung aufweist.



**Abbildung 1: Innerregionale Verteilung in der Unternehmensbefragung**

Die Repräsentativität der Befragungsergebnisse unterstützt auch die Aufteilung nach Unternehmenskategorien in der Befragung. Die Kategorien „Produzierendes Gewerbe“, „Handel und Verkehr“, „Dienstleistungen“ und „Handwerk“ sind zu je etwa einem viertel Anteil in der Unternehmensbefragung vertreten.



**Abbildung 2: Kategorienverteilung in der Unternehmensbefragung**

## 2.2 Der Wirtschaftsstandort „Landkreis Coburg“

### 2.2.1 Allgemeine Ergebnisse zur Wirtschaftsstruktur des Landkreises Coburg

#### Betriebscharakteristiken und Standortbindung

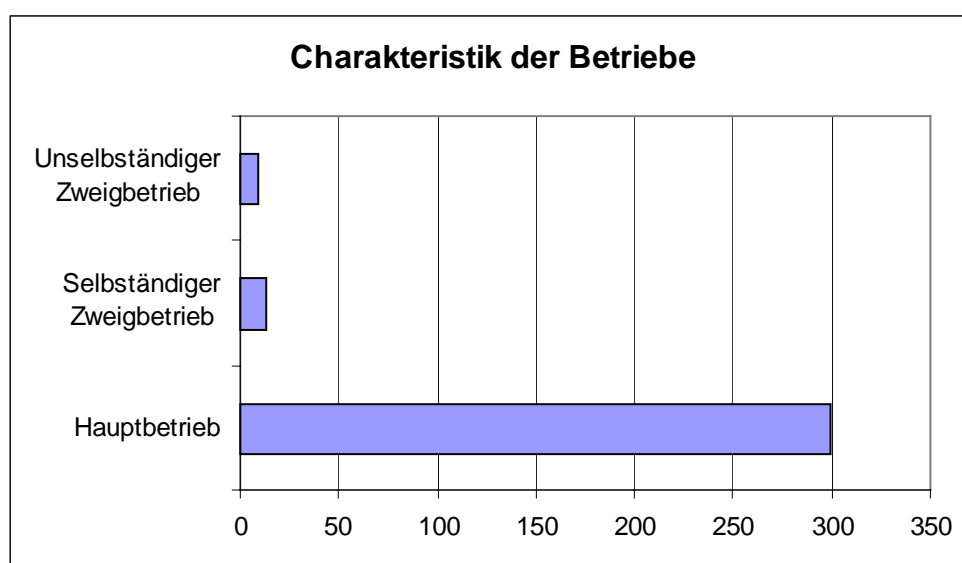
Knapp 300 der befragten Betriebe geben an Hauptbetrieb zu sein. Das bedeutet, dass über 93% der Betriebe ihren einzigen Standort oder zumindest ihren Hauptsitz im Landkreis Coburg haben. Aus dieser Tatsache lässt sich auf den ersten Blick eine hohe Standortbindung ableiten. Weniger als 3% der Betriebe sind unselbständige Zweigbetriebe, d.h. Unternehmen, zu deren Entwicklung die Entscheidungen außerhalb der Region gefällt werden.

35 der Betriebe nennen weitere Betriebsstätten, von denen sich das Gros in Bayern befindet. Der kleinere Teil verteilt sich über andere Bundesländer (hier: Neue Bundesländer und Hessen) und auch andere Staaten (hier: USA, neue EU-Beitrittsländer).

Ausgewertet wurden auch die Liefer- und Absatzverflechtungen der befragten Unternehmen. In Bezug auf den Unternehmensumsatz konzentriert sich der Absatz der befragten Betriebe mit ca. 56% auf den Wirtschaftsraum Coburg. Rund 12% des Absatzes erfolgt in Oberfranken und 25% im restlichen Bundesgebiet. Der Absatz ins Ausland beträgt gemessen an den Umsatzanteilen rund 6%. Dabei hat etwa jeder zehnte Betrieb ein Absatzvolumen von über zehn Prozent ins Ausland.

Die Länder Österreich und Niederlande werden bei den Absatzverflechtungen am häufigsten genannt.

Bei den Lieferverflechtungen im Hinblick auf die Unternehmensumsätze fällt die lokale Bindung deutlich geringer aus. Ein Drittel – gemessen am Umsatz – der Zulieferungen kommt aus der Wirtschaftsregion Coburg und weitere 16% kommen aus dem oberfränkischen Raum. Der Anteil der restlichen Bundesländern an den Herkunftsgebieten der Zulieferprodukte fällt mit etwa 40% deutlich stärker aus als dies bei den Absatzgebieten der Fall ist (25%, vgl. oben). In Richtung Ausland sind die Zulieferverflechtungen ebenfalls ausgeprägter als die Absatzverflechtungen. Rund 11% beträgt der Auslandsanteil bei den Zulieferungen. Österreich, Dänemark, China und Spanien sind in diesem Zusammenhang besonders häufig genannt worden.

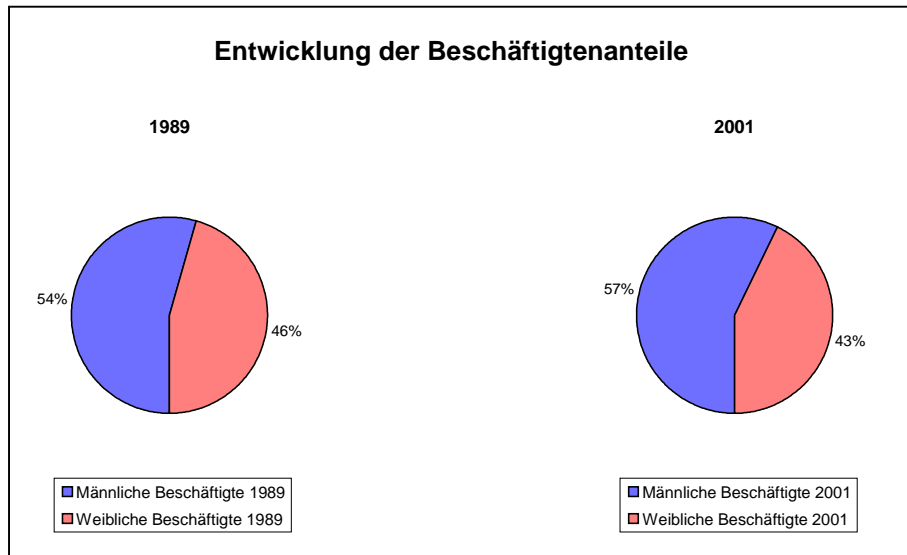


**Abbildung 3: Charakteristik der Betriebe**

## Beschäftigtenstruktur im Landkreis Coburg

Die 322 befragten Betriebe beschäftigen insgesamt etwa 9.500 Personen (Stand: 2001) in der Region. Seit 1989 lässt sich insgesamt ein Zuwachs der Mitarbeiter in den befragten Betrieben um etwa 2.500 beobachten. Diese Entwicklung ist im Zusammenhang mit den hohen Arbeitspendlerzahlen seit der deutschen Wiedervereinigung in Richtung Wirtschaftsraum Coburg zu sehen.

Befragt wurden die Unternehmer nach der Anzahl der Beschäftigten im Betrieb getrennt nach weiblichen und männlichen Beschäftigten.



**Abbildung 4: Entwicklung der Beschäftigtenanteile**

Der Anteil der Frauenbeschäftigung in den Betrieben hat sich zugunsten eines Beschäftigungszuwachses bei den Männern verringert. Der Schluss liegt nahe, dass von den Neueinstellungen vor allen Dingen die männlichen Arbeitnehmer profitierten.

In Bezug auf die Zahlen im Jahr 2001 ergibt sich eine Verteilung zwischen männlichen und weiblichen Beschäftigten, die mit den landesweiten Statistiken (bezogen auf sozialversicherungspflichtige Arbeitnehmer) zur Deckung kommt. Insgesamt verzeichneten die Unternehmen im Landkreis Coburg im Jahr 1989 noch einen erhöhten Anteil bei der Frauenbeschäftigung. Im Jahr 2001 bewegen sich die Zahlen auf landesweitem Niveau und lassen keine besonderen Auffälligkeiten erkennen.

Im Hinblick auf den Anteil ausländischer Mitarbeiter ergab die Befragung bei den Betrieben einen Wert von 2,8 % im Jahr 2001. Dieser Wert liegt deutlich unterhalb dessen, was die Landesamtsstatistik für den Landesdurchschnitt (8%) festhält.

Nachgefragt wurde auch nach den Mitarbeitern, die in Teilzeit beschäftigt sind. Der Anteil in den befragten Betrieben liegt hier bei etwa 18%. Im Vergleich zum Landkreis Bamberg (10%) ist der Anteil der Teilzeitbeschäftigten im Landkreis Coburg damit deutlich ausgeprägter.

Weitere inhaltliche Aussagen zum Verhältnis Voll- und Teilzeitbeschäftigung können erst im zeitlichen Vergleich getroffen werden. Bei einer Wiederholung der Befragung in etwa fünf Jahren wird für den Landkreis Coburg zu beurteilen sein, in welcher Form sich der Arbeitsmarkt verändert.

## Ausbildungsmarkt im Landkreis Coburg

Von den 322 befragten Betrieben bildeten im Jahr 2002 59 Unternehmen 366 Lehrlinge aus. Bedenklich stimmt die Einschätzung der Betriebe im Hinblick auf die Jahre 2003 und 2004. Im Jahr 2003 wird sich die Anzahl der Auszubildenden in den befragten Betrieben in etwa halbieren (178 Auszubildende). Das Jahr 2004 wird dieses niedrige Niveau beibehalten, ja sogar tendenziell noch etwas senken (167 Auszubildende).

Dass dabei die Zahl der ausbildungswilligen Unternehmen etwas ansteigen wird, kann das negative Stimmungsbild nicht umkehren.

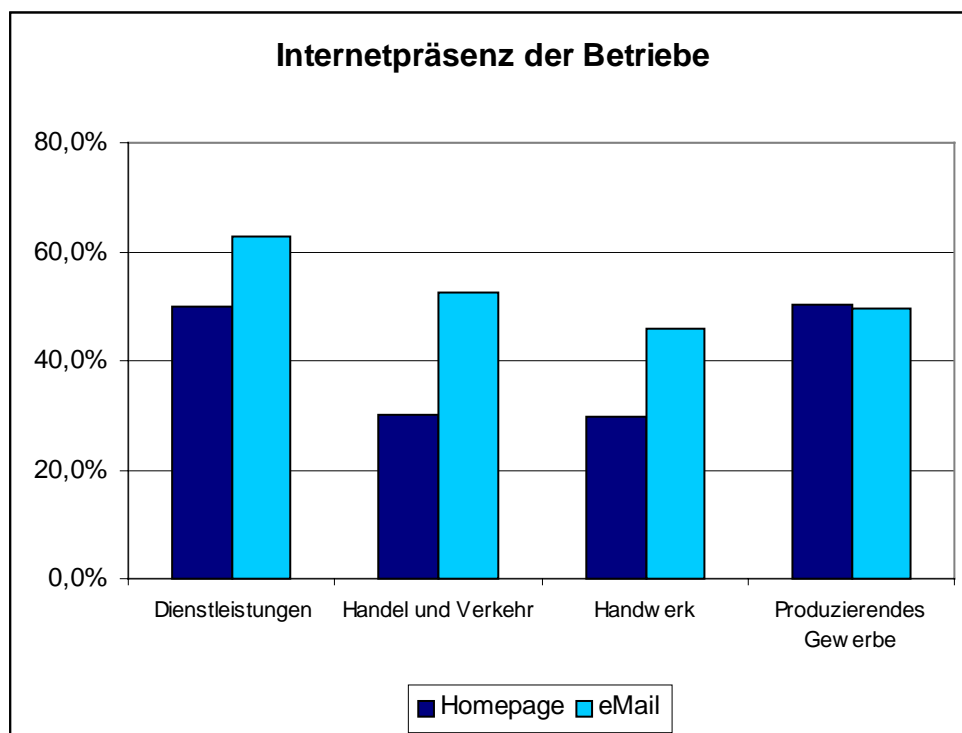
In Relation zur Betriebsgröße wird die Zahl der Auszubildenden in den Kleinstbetrieben mit 5 und weniger Beschäftigten tendenziell eher zunehmen. Der Rückgang der Ausbildungsplatzangebote ist dagegen vor allen Dingen auf die größten Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten zurückzuführen.

## Internetpräsenz der befragten Betriebe

Insgesamt verfügen 155 der befragten Betriebe über eine eigene Homepage, mit der sie ihr Produkt- und Dienstleistungsspektrum an Interessenten kommunizieren. Dies entspricht einem Anteil von 41%. Mit Blick auf die verschiedenen Unternehmenskategorien lässt sich feststellen, dass in den Kategorien „Handel und Verkehr“ sowie „Handwerk“ eine Internetpräsenz über eine eigene Homepage von nur etwa einem Drittel der Betriebe realisiert wurde.

In den Kategorien „Dienstleistungen“ und „Produzierendes Gewerbe“ ist dagegen jeder zweite Betrieb bereits „online“.

Die Nutzung des Internets zu reinen Kommunikationszwecken (eMail) sind die Betriebe häufiger präsent. In der Konsequenz kann festgehalten werden, dass die Betriebe das Internet derzeit noch eher zu Kommunikationszwecken nutzen. E-Business und die Kundenansprache über eine eigene Homepage sind dagegen noch eher geringer ausgeprägt.



**Abbildung 5: Internetpräsenz der Betriebe**

---

Analysiert man die Internetpräsenz vor dem Hintergrund der Betriebsgrößen, so kann festgestellt werden, dass mit der Betriebsgröße (nach Mitarbeiterzahl) auch die Nutzung des Mediums Internet zunimmt. Die Betriebe mit über 20 Mitarbeitern sind bereits mit nahezu 70% mit eigener Homepage im Internet vertreten. Ein Drittel und weniger der Klein- und Kleinstbetriebe haben bisher einen Internetauftritt zur Kundenansprache realisiert.

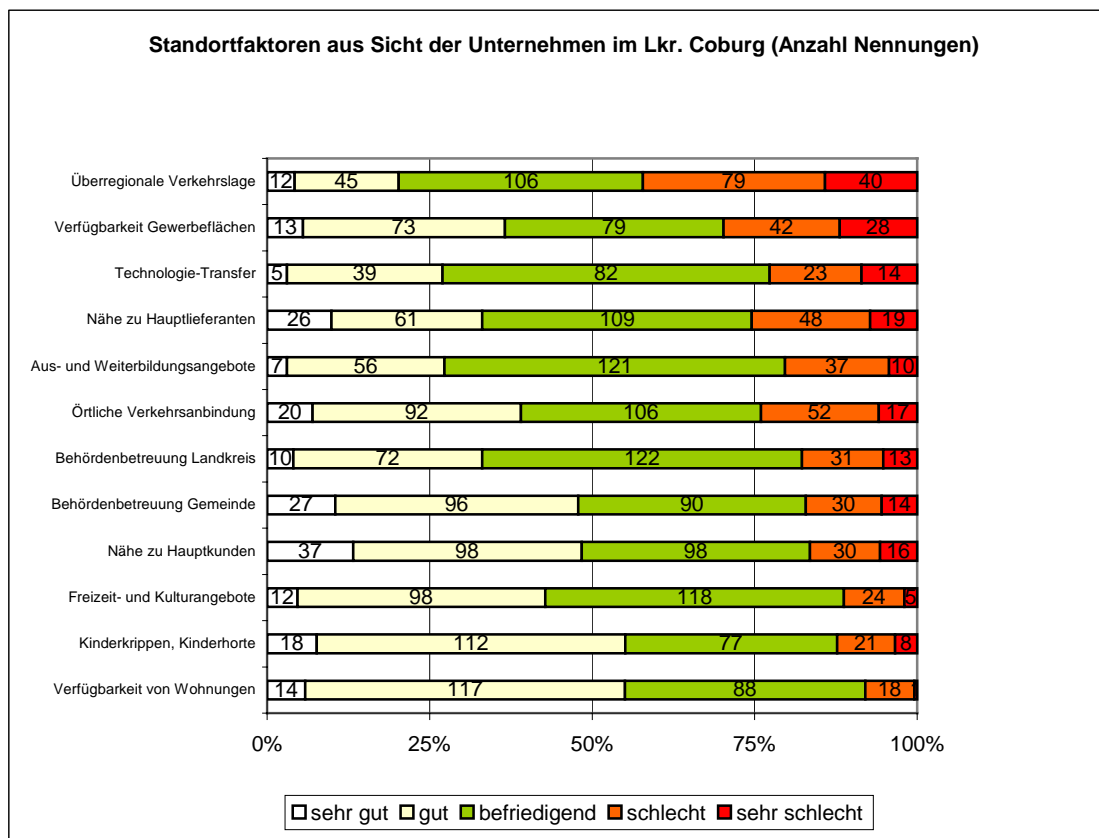
Eine von der Wirtschaftsförderung im Landratsamt Coburg initiierte Produkt- und Dienstleistungsbörse könnte den Kleinbetrieben eine Möglichkeit eröffnen, im Medium Internet stärker präsent zu sein.

## 2.2.2 Standortbewertungen aus Sicht der Unternehmen

### Allgemeine Standortbewertung

Die Unternehmer sollten in der Befragung verschiedene Standortfaktoren bewerten. Bei der Analyse der Antworten fällt auf, dass die überregionale Verkehrsanbindung die mit Abstand schlechteste Bewertung durch die Betriebsinhaber erfährt. Dementsprechend versprechen sich 91% der Unternehmen positive Effekte durch die Autobahn im Hinblick auf den regionalen Wirtschaftsstandort. In Bezug auf den eigenen Betrieb geben 82% der Befragten eine positive Erwartungshaltung ab. In das Gesamtbild der eher negativen Bewertung der Verkehrsinfrastruktur passt auch die kritische Haltung einiger Unternehmer im Hinblick auf die Nähe zu Hauptlieferanten. Diese wird in der Tendenz negativer beurteilt als die „Nähe zu den Hauptkunden“. Hierin mag sich der regionale Charakter einer kaufkraftstarken Region (positiver Standortfaktor!) widerspiegeln.

Überraschend ist sicher die tendenziell schlechte Bewertung der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen. 70 Betriebe vergeben hier das Urteil „schlecht“ bis „sehr schlecht“. Beim Blick auf die regionale Verteilung sind in diesem Zusammenhang vor allen Dingen die östlichen, südlichen, westlichen Bereiche des Landkreises anzuführen, in denen scheinbar eine Notwendigkeit zum Handeln gesehen wird.



**Abbildung 6: Bewertung ausgewählter Standortfaktoren durch die Unternehmen**

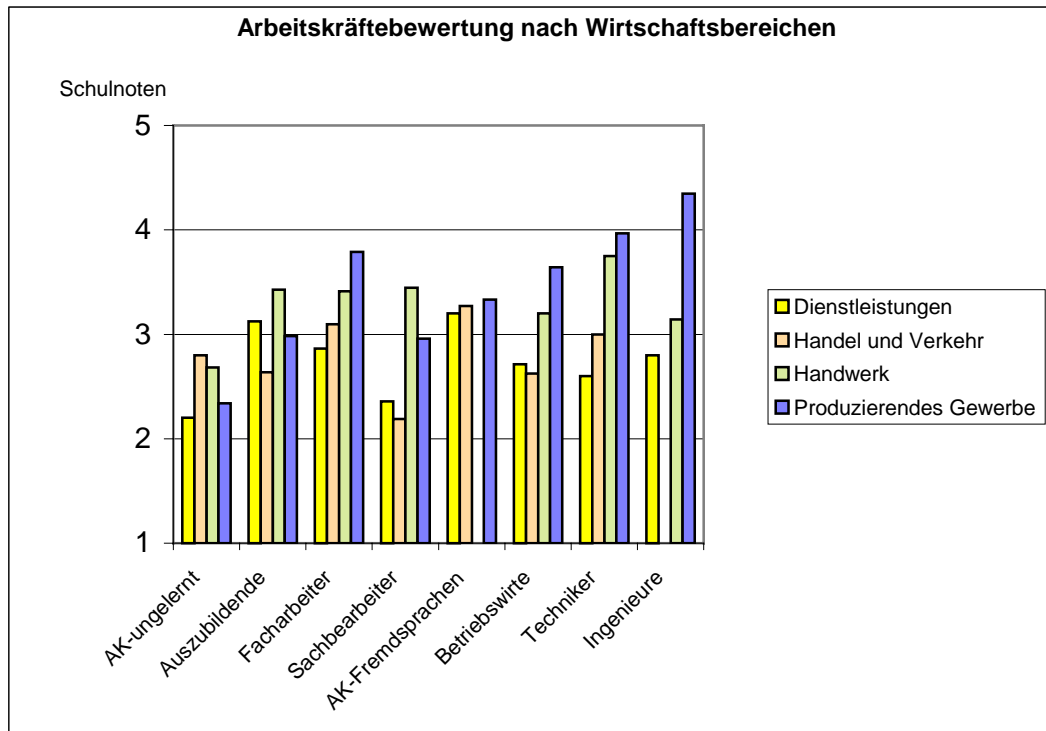
Positive Urteile fällen die Unternehmer bei den sogenannten „weichen Standortfaktoren“. Dazu zählen die „Verfügbarkeit von Wohnungen“, die „Freizeit- und Kulturangebote“, die Ausstattung mit Kinderkrippen und –horten und u.E. die Betreuung durch die Behörden.

Für den Wirtschaftsraum „Landkreis Coburg“ lässt sich daher aus den Angaben der befragten Unternehmen ableiten, dass bei der Ausstattung mit „harten Standortfaktoren“ eher Defizite gesehen werden. Im Hinblick auf die „weichen Standortfaktoren“ kann der Landkreis Coburg „gute“ bis „sehr gute“ Potenziale vorweisen.

## Standortfaktor Arbeitskräfte

Dem vorangegangenen Kapitel sind bereits Ergebnisse zu den Beschäftigtenanteilen und deren Entwicklungen in den befragten Betrieben zu entnehmen.

Unter der Überschrift „Standortfaktor Arbeitskräfte“ wurden die Unternehmen nach Ihrer Einschätzung zur Verfügbarkeit von Arbeitskräften befragt.



**Abbildung 7: Bewertung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften durch die Unternehmen**

Bei der auswertenden Betrachtung macht es Sinn die Unternehmensbeurteilungen getrennt Wirtschaftsbereichen zu analysieren:

Der Dienstleistungssektor vergibt die schlechtesten Noten bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften mit Fremdsprachenkenntnissen und bei den Auszubildenden.

In Bezug auf die Arbeitskräfte mit Fremdsprachenkenntnissen wird diese Beurteilung auch im Wirtschaftsbereich Handel und Verkehr geteilt. Dort erhält die Verfügbarkeit von Facharbeitern die zweitschlechteste Bewertung.

Im Handwerk sind es vor allem die Techniker, Sachbearbeiter und Auszubildende, deren Verfügbarkeit von den Betriebsinhabern bemängelt wird.

Beim Produzierenden Gewerbe wird der Mangel an Ingenieuren deutlich, gefolgt von den Technikern und den Sachbearbeitern.

Generell lässt sich feststellen, dass es vor allem die qualifizierten und hochqualifizierten Arbeitskräfte sind, deren Verfügbarkeit von den Unternehmen des Landkreises Coburg im Trend negativ bewertet wird.

Die Unternehmer wurden auch befragt, ob und inwieweit sie sich eine Unterstützung bei der Akquisition von Arbeitskräften seitens des Landkreises wünschen.

Ein Blick auf das Befragungsergebnis verrät, dass die Unternehmen generell den Landkreis weniger in der Pflicht sehen.

Abgesehen davon entfallen die beiden häufigsten Nennungen auf den Bereich Nachwuchsakquise. Etwa je ein Drittel der befragten Betriebe würde die Einrichtung einer Praktikantenbörse und die Aktivitäten eines Ausbildungsplatzakquisiteurs begrüßen.

An dritter Stelle der positiven Nennungen folgt die Erarbeitung eines Programms bzw. Landkreisprospektes, das die Unternehmen an potenzielle Stellenbewerber weitergeben können.

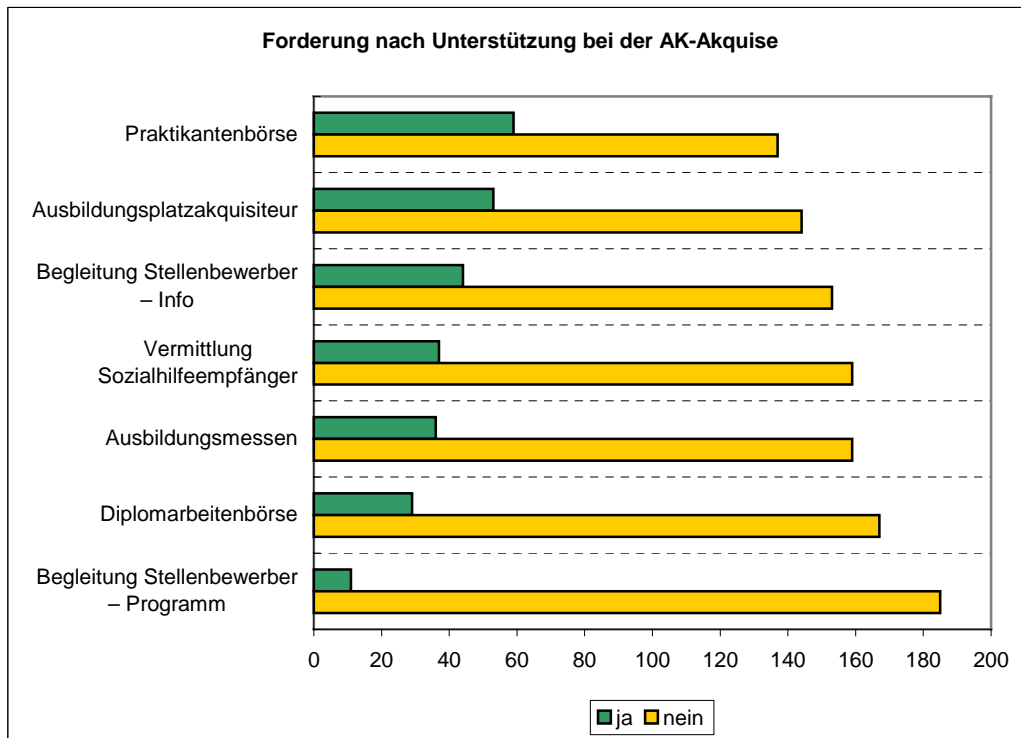


Abbildung 8: Unterstützung bei der Akquisition von neuen Mitarbeitern

### Standortfaktor Verkehr

Was aus der Wirtschaftsförderungspraxis heraus bereits ableitbar gewesen ist, bestätigt die Unternehmensbefragung nachhaltig: Aus unternehmerischer Sicht ist die „Verkehrsinfrastruktur“ das Top-Thema der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Landkreis Coburg.

Wie bereits angesprochen erwarten sich 91% der befragten Unternehmer positive Effekte für die Wirtschaftsregion durch die neue Fernstraßenverbindung über die A73 (265 Nennungen absolut). Mit 82% der Nennungen ergibt sich eine ebenso positive Bewertung der Autobahn im Hinblick auf die Effekte für den jeweiligen Betrieb.

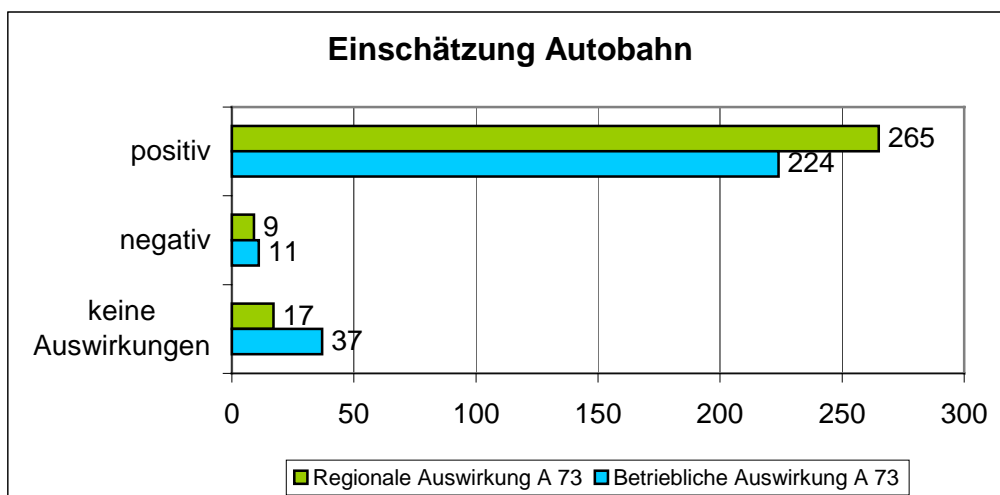


Abbildung 9: Beurteilung der Effekte der Autobahn A 73

Bei den anteilig wenigen kritischen Beurteilungen ist zu unterscheiden zwischen einer negativen Einschätzung der Effekte der neuen Autobahn und einer „neutralen“ Beurteilung, was bedeutet, dass sich die Befragten „keine Auswirkungen“ erwarten. Die Unternehmer, die die regionalen Effekte der Autobahn negativ bewerten (9 Nennungen absolut), gehören fast ausschließlich zur der Gruppe der Handwerksbetriebe

und/oder zu jenen Betrieben, die ihr Marktgebiet direkt im heimischen Raum haben. In der Interpretation dessen, kann davon ausgegangen werden, dass diese Betriebe einen erhöhten Wettbewerbsdruck durch Wettbewerber von ausserhalb der Wirtschaftsregion Coburg erwarten.

Die Unternehmen, die keine regionalen Effekte erwarten (17 Nennungen absolut), gehören ebenfalls der Kategorie von Handwerksbetrieben und Betrieben mit Vor-Ort-Marktgebieten an.

Bei den Betriebsinhabern, die keine (37 Nennungen) oder negative Effekte (11 Nennungen) für das eigene Unternehmen durch den Autobahnbau erwarten, lässt sich feststellen, dass der überwiegende Teil seinen Sitz in den von der Autobahn weiter entfernten Gebieten des Landkreises hat. Einer leistungsfähigen Verkehrsinfrastruktur im Hinblick auf die Autobahnzubringer in der Region dürfte vor diesem Hintergrund eine besondere Bedeutung zukommen.

Beim Standortfaktor „Verkehr“ wurden die Unternehmen auch nach der Bedeutung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) gefragt. Für knapp 40% der befragten Betriebsinhaber ist der ÖPNV „sehr wichtig“ oder zumindest in Teilen bedeutsam. Beim Hinterfragen dieser Einschätzung entfielen die häufigsten Nennungen auf die Rolle des ÖPNVs für die Mobilität der eigenen Mitarbeiter, gefolgt von den Nennungen, nach denen der ÖPNV eine Erreichbarkeit der Betriebsstätte durch Kunden und Gästen gewährleisten soll.

Aus unternehmerischer Sicht kommt in der Gesamtbetrachtung bei etwa 60% der Nennungen dem ÖPNV jedoch eine untergeordnete Bedeutung zu.

## 2.2.3 Unternehmensplanungen

### Kooperationen

Unternehmenskooperationen sind in der Unternehmerwelt längst etabliert und stellen ein wichtiges Element im modernen Wirtschaftsleben dar. Im Kapitel 2.2.1 wurde bereits auf die Zuliefer- und Absatzverflechtungen der befragten Betriebe eingegangen. Diese kann man unter dem Begriff „vertikale Kooperationen“ zusammenfassen.

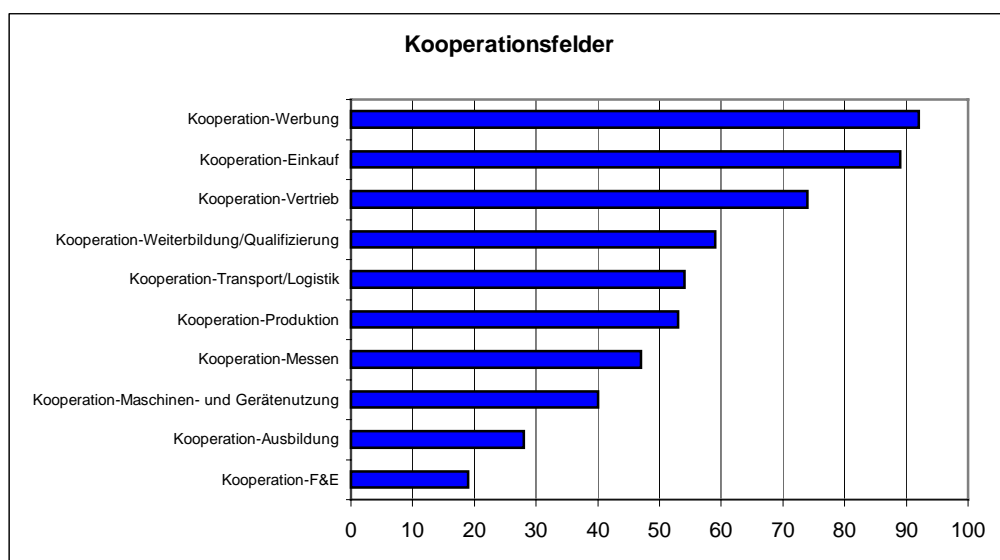
Eine andere Form der Kooperation stellt die „horizontale Kooperation“ dar, die beispielsweise zwischen Unternehmen stattfindet, die gegenseitig Wettbewerber darstellen.

Aus Sicht eines per Definition abgegrenzten Wirtschaftsraumes, wie z.B. dem Landkreis oder der Region Coburg, sind jene vertikalen und horizontalen Kooperationen interessant, die innerhalb dieser Wirtschaftsregion ablaufen. Unternehmenskooperationen innerhalb eines Wirtschaftsraumes können dazu beitragen die Wertschöpfungskette in der Region zu erhöhen. Im Idealfall geht dies einher mit der Sicherung bzw. der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen.

Die Wirtschaftsförderung im Landkreis Coburg kann und will dabei nicht in den freien Markt der Unternehmensbeziehungen eingreifen. Gerade vor dem Hintergrund fortschreitender großräumiger Geschäftsbeziehungen im Rahmen von Globalisierung und Internationalisierung würde man den wirtschaftlichen Realitäten gerecht.

Zielsetzung ist vielmehr dort zu informieren, wo heimische Unternehmen keine Kenntnis darüber haben, dass ein bestimmtes (Zuliefer-)Produkt oder eine notwendige Dienstleistung „vor Ort“ in mindestens adäquater Qualität und zu vergleichbaren Kosten angeboten werden. Darüber hinaus kann es vor allem bei den Klein- und Kleinstbetrieben in der Region auch darum gehen, dass Problemlösungsstrategien gemeinsam angegangen werden.

Die Unternehmen wurden befragt ob sie sich eine Zusammenarbeit mit anderen im Landkreis Coburg ansässigen Unternehmen vorstellen könnten. Der überwiegende Teil der Unternehmer hat mit rund 64% diesbezüglich eine positive Stellungnahme abgegeben.



**Abbildung 10: Kooperationsfelder aus Sicht der Unternehmen**

Es wurde weiter hinterfragt, in welchen Bereichen sich die Betriebsinhaber eine Kooperation vor Ort vorstellen könnten. Auf den ersten drei Plätzen in der Häufigkeit der Nennungen liegen die gemeinsame Werbung (92 Nennungen), ein gemeinsamer Einkauf (88 Nennungen) und der gemeinsame Vertrieb (73 Nennungen). Besonders im Hinblick auf die Bereiche „Werbung“ und „Vertrieb“ könnten die Ergebnisse ein

wirtschaftliches Fundament für ein gemeinsames Regionalmanagement in der Region Coburg stützen.

Differenziert man die Unternehmen nach Wirtschaftsbereichen, so wird deutlich, dass im „Dienstleistungsbereich“ sowie im „Handwerk“ die größte Kooperationsbereitschaft (rund 70%) vorhanden ist. Die Nennungen in den Bereichen „Handel und Verkehr“ sowie „Produzierendes Gewerbe“ fallen geringer aus (rund 60%).

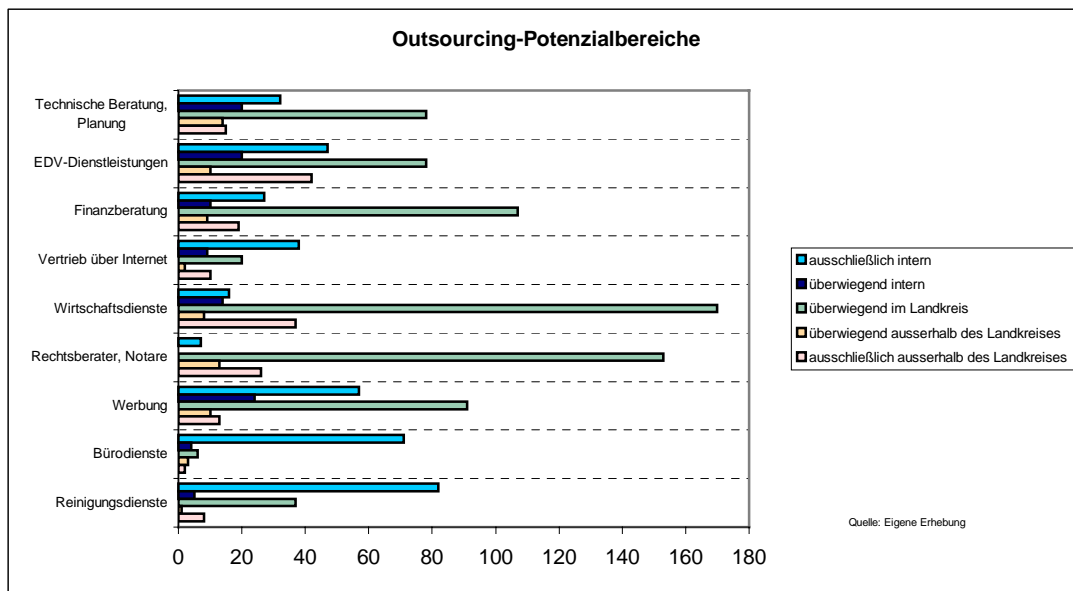
Die Abbildung 10 verdeutlicht, dass die Kooperationsbereiche (Produktion, F&E) mit hoher strategischer Bedeutung für die Unternehmensentwicklung (erwartungsgemäss) wesentlich weniger Zuspruch durch die befragten Unternehmen erhalten.

### Auslagerung von betrieblichen Funktionen (Outsourcing)

Einem weiteren Aspekt wurde innerhalb der Unternehmensbefragung im Hinblick auf das Thema „Auslagerung von Unternehmensfunktionen“ (Outsourcing) nachgegangen. Die dahinter stehende Zielsetzung lässt sich damit zusammenfassen, dass heimische Unternehmen im Betrieb Aufgaben organisieren, die nur mittelbar mit dem eigentlichen Kerngeschäft in Verbindung stehen und unter Umständen von einem dritten, spezialisierten Anbieter in der Region qualitativ und kostenbezogen günstiger übernommen werden können.

Hierbei gelten die gleichen Rahmenbedingungen wie beim Themenkomplex Kooperationen. Das bedeutet, dass die Wirtschaftsförderung prinzipiell nicht in das freie Kräftespiel des Marktes eingreifen kann und will. Auch hierin geht es um die Schaffung einer Transparenz an Informationen.

Die Unternehmer wurden gefragt, ob sie sich vorstellen könnten, einzelne innerhalb des Unternehmens erbrachte Dienstleistungen künftig als Auftrag nach außen zu vergeben. Die positiven Antworten geben in diesem Zusammenhang einen Indiz dafür, dass für die entsprechenden Dienstleistungen ein latentes Marktpotenzial vorhanden wäre. Dies könnte im Rahmen der Bemühungen der Wirtschaftsförderung um Neuansiedlung oder bei der Beratung von Existenzgründern als (werbende) Information eingesetzt werden.



**Abbildung 11: Unternehmensfunktionen und ihre Verortung**

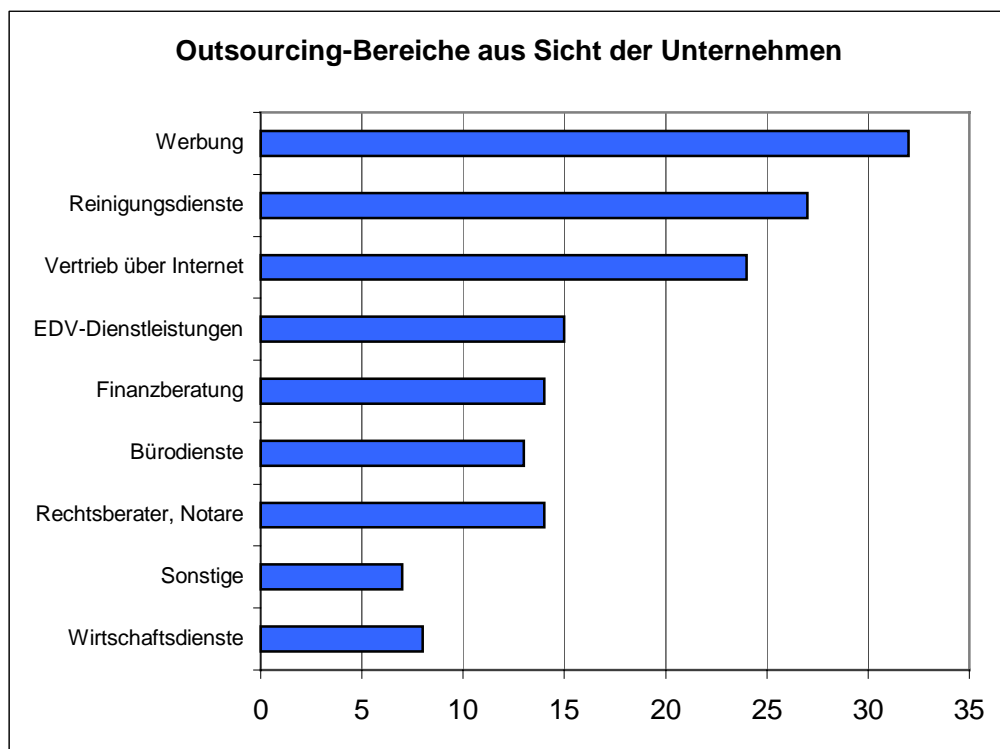
Zunächst erscheint die Information darüber wichtig, welche Unternehmensfunktionen in den befragten Betrieben an welcher Stelle durchgeführt werden. Abbildung 11 gibt einen Überblick darüber, wo unter Umständen aus Sicht des heimischen Wirtschaftsstandortes Outsourcing-Potenzialbereiche verortet sind. Zwei Antwortkategorien sind in diesem Zusammenhang besonders interessant:

- a) Unternehmensfunktionen, die ausschließlich intern – also im Betrieb – wahrgenommen werden  
 Die häufigsten Nennungen fallen dabei auf „Reinigungsdienste“, „Bürodienste“ und „Werbung“. In all diesen Fällen könnte die Frage aufgeworfen werden, ob diese Unternehmensfunktionen gegebenenfalls auf externe Unternehmen und/oder Existenzgründer ausgelagert werden könnten.
- b) Unternehmensfunktionen, die überwiegend oder ausschließlich ausserhalb des Landkreises Coburg vergeben werden  
 „EDV-Dienstleistungen“, „Wirtschaftsdienste“ und „Rechtsberatung“ erhalten von den befragten Betriebsinhabern die meisten Stimmen. Die Frage, die mit diesem Umstand in Verbindung zu bringen ist, muss lauten: Existiert überhaupt ein adäquates Angebot vor Ort oder wissen die Unternehmer überhaupt, dass ein Anbieter vor Ort ein qualitativ und kostenmäßig vergleichbarer Auftragnehmer sein könnte?

Die notwendigen Informationen können den Unternehmern bei Bedarf von der Wirtschaftsförderung des Landkreises Coburg weitergegeben werden.

Konkret danach befragt können sich etwa 20% der Unternehmen vorstellen, bestimmte Unternehmensfunktionen auszulagern. Nachdem damit 80% der Betriebsinhaber eine Bereitschaft zur Auslagerung der nachgefragten Unternehmensfunktionen verneint, erscheint das Auslagerungspotenzial in der Gesamtbetrachtung eher gering. Es darf dabei nicht verkannt werden, dass derzeit bestimmte Unternehmensfunktionen aus Sicht der Unternehmer innerhalb des eigenen Betriebes aus Sicht der Abwicklung gut verankert sind.

Andererseits sagt aber immerhin gut ein Fünftel der Betriebe (66 Nennungen), dass man sich eine Auslagerung bestimmter Unternehmensfunktionen durchaus vorstellen könnte.

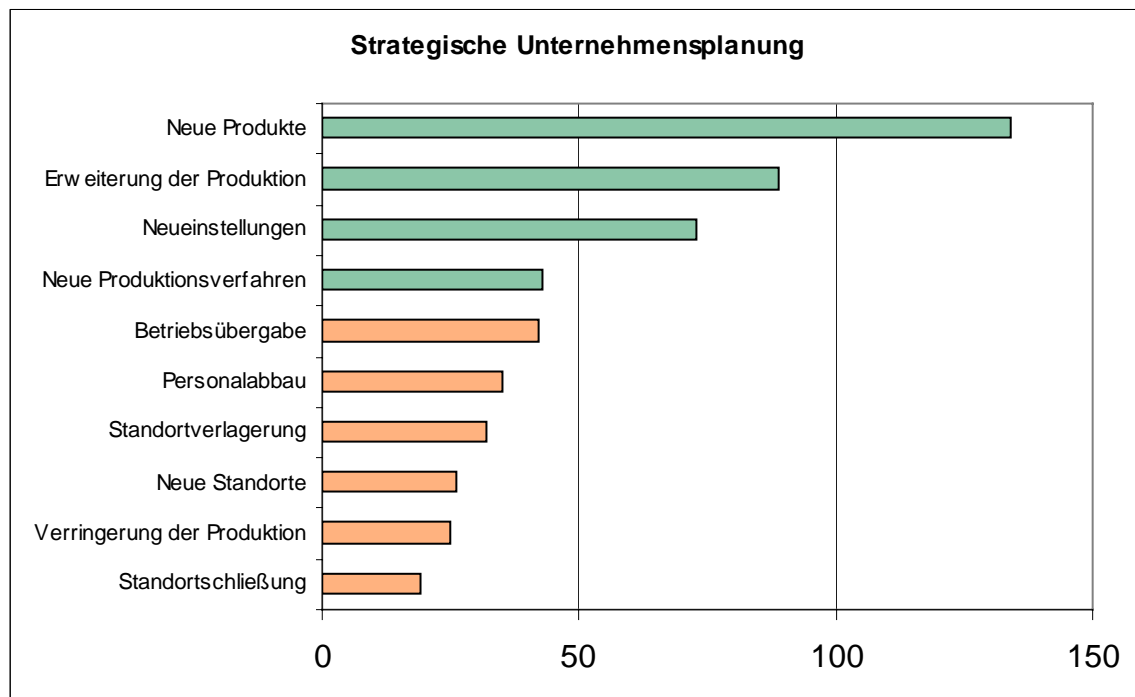


**Abbildung 12: Outsourcing-Felder aus Sicht der befragten Unternehmen**

Latentes Potenzial für externe Dienstleister liegt dabei in den Bereichen „Werbung“, „Reinigungsdienste“ und „Vertrieb über Internet“. Dies stellt eine wichtige Information dar, die die Wirtschaftsförderung an Unternehmen und Existenzgründer dieser Dienstleistungsbereiche vermitteln kann.

### Unternehmensplanungen

Einen besonders wichtigen Bereich vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Entwicklung des Landkreises Coburg stellt die Frage nach den Unternehmensplanungen innerhalb der befragten Betriebe dar.



**Abbildung 13: Strategische Unternehmensplanungen**

In der Gesamtbetrachtung vermitteln die befragten Unternehmen ein positives Bild für den Wirtschaftsraum „Landkreis Coburg“. Auf die positiven Ausprägungen der Unternehmensplanungen, wie „Einführung neuer Produkte/Dienstleistungen“, „Erweiterung der Produktion/des Dienstleistungsspektrums“, „Neueinstellungen“ und „Einführung neuer Produktionsverfahren“, entfallen die meisten Nennungen. Insbesondere aus der mit Abstand häufigsten Benennung der „Einführung neuer Produkte/Dienstleistungen“ lässt sich ein erhöhter Innovationsgrad in den befragten Unternehmen ableiten. Insofern vollziehen diese Unternehmen derzeit einen betriebsinternen Strukturwandel, aus dem sie gestärkt hervorgehen werden.

Bei jenen Aspekten der Unternehmensplanungen, die einen wirtschaftspolitischen Handlungsbedarf ableiten lassen, erhält die „Betriebsübergabe“ die meisten Nennungen. Bei genauerer Betrachtung wird dabei deutlich, dass die Betriebsübergabe vor allem im Handwerk ein Top-Thema der Zukunft darstellen wird.

Einer kritischen Betrachtung müssen die Angaben von Unternehmen unterzogen werden, nach denen ein Personalabbau, eine Standortverlagerung oder eine Standortschließung ansteht. Auf Grund der nicht anonymisierten Form der Befragung kann die Wirtschaftsförderung dem Einzelfall nachgehen und gegebenenfalls Wirtschaftsförderungsangebote zur Abwendung oder zumindest zur Abmilderung der negativen Folgen unterbreiten. Dies kann und wird nur in Form von vertraulichen Einzelberatungen erfolgen.

## 2.3 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

Die Kommunalpolitik hat 1998 mehrheitlich entschieden die Stelle der kommunalen Wirtschaftsförderung als Dienstleister für bestehende Unternehmen, externe Investoren und Existenzgründer einzurichten. Der Landkreis Coburg untermauert mit dieser Entscheidung die hohe kommunalpolitische Bedeutung der Wirtschaft und Unternehmen im Rahmen einer zukunftsgerichteten Landkreisentwicklung.

Seit ihrer Einführung im Jahr 1999 war die neue Wirtschaftsförderung im Aufbau begriffen. Die Inhalte und Arbeitsweise der Wirtschaftsförderung des Landkreises Coburg richten sich ausschließlich nach den Bedarfen der Zielgruppen, die sich in erster Linie aus einheimischen Unternehmen, externen Investoren und Existenzgründern zusammensetzen. In Anlehnung daran hat sich die Wirtschaftsförderung im Landkreis Coburg dahingehend etabliert, dass eine individuelle Unternehmensbetreuung im Vordergrund der Arbeit des Wirtschaftsförderers steht.

Mittlerweile ist die Aufbauphase der Wirtschaftsförderung abgeschlossen und die Einrichtung innerhalb der Landkreiswirtschaft etabliert und seitens der Unternehmen angenommen.

Die Unternehmensbefragung des Landkreises Coburg stellt insofern einen weiteren Meilenstein dar, als es allein durch die Kontaktaufnahme zu über 1000 Landkreisunternehmen gelingen konnte, den Bekanntheitsgrad der Einrichtung zu steigern.



**Abbildung 14: Anforderungen an die Wirtschaftsförderung**

Der kommunalpolitische Auftrag an den Wirtschaftsförderer wird den Angaben der befragten Unternehmen in seiner Schwerpunktsetzung heute gerecht. Die Mittelstands- und Fördermittelberatung erhält von den Betriebsinhabern im Landkreis Coburg die mit Abstand größte Stimmenanzahl. Fast 80% der Landkreisbetriebe wünschen sich in diesem Bereich eine Unterstützung durch die kommunale Wirtschaftsförderung. Die Beratungsdienstleistung muss dabei vertraulich, individuell und abseits einer öffentlichen Berichterstattung erfolgen. Die Unternehmen bestätigen damit die Aktivitäten und Schwerpunktsetzungen der im Rahmen der Bestandspflege.

Daneben wünscht nahezu jeder zweite Betriebsinhaber ein Engagement seitens der Wirtschaftsförderung im Themenkomplex „Standort-Imagewerbung“. Die Unternehmer dokumentieren damit nicht zuletzt ihre Verbundenheit mit dem heimischen Standort. Die Stärken der einzelnen Betriebe und die Potenziale des Wirtschaftsstandortes Coburg im Ganzen sind vor diesem Hintergrund in Einklang zu bringen. Die bereits laufenden Ansätze der Wirtschaftsförderung in diesem Bereich konzentrieren sich derzeit auf eine mögliche interkommunale Kooperation mit der Stadt Coburg und den angrenzenden Landkreisen Kronach und Lichtenfels. Im Rahmen des oberfränkischen Standortmarketings arbeitet der Wirtschaftsförderer mit den Partnern in den Städten und Landkreisen Oberfrankens vertrauensvoll zusammen.

Die Arbeit der Wirtschaftsförderung wird dabei dem Umstand gerecht, nach dem es heute für einzelne Städte oder Landkreise nicht mehr möglich ist, zu einem vertretbaren Kosten- und Personalaufwand Standort- und Imagewerbung durchzuführen. Nahezu ein Drittel der Unternehmen würde es begrüßen, wenn die Wirtschaftsförderung des Landkreises Coburg Unterstützung im Hinblick auf Internetpräsentationen bieten würde. In diesem Zusammenhang ist sicher auch der Wunsch nach einer Produkt- und Dienstleistungsdatenbank (regionales Wirtschaftsportal) zu sehen, die dazu beitragen kann die Angebotspektren der heimischen Betriebe bekannter zu machen. Als Arbeitsfeld mit dem geringsten Handlungsbedarf sehen die befragten Unternehmen die Funktion des Wirtschaftsförderers als Lotse innerhalb der Landkreisverwaltung. Drei Gründe können dabei für die Bewertung herangezogen werden: (a) Die Formulierung der Antwortkategorie war missverständlich (hier: „One-Step-Agency“), (b) Die Unternehmen stehen vornehmlich mit der Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung vor Ort in Kontakt und haben allenfalls mittelbar mit der Landkreisverwaltung zu tun, (c) Die Landkreisverwaltung zeichnet sich in ihrer Gesamtheit durch „Wirtschaftsfreundlichkeit“ aus.