Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge 2017

.....

Abschlussbericht
Stand 8.2.2018

.....

Gefördert durch:

Regionalmanagement Bayern

Bayerisches Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat

Das Regionalmanagement Landkreis Haßberge wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat.

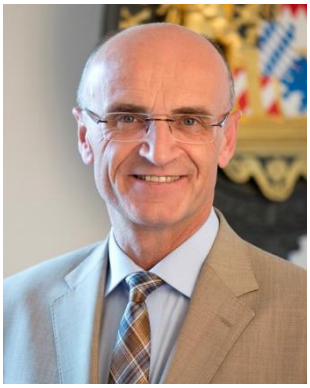
Bearbeiter:
Josef Rother
Paul Werner
Christian Worm
Michael Hauschild

wirtschaftsraum-hassberge.de

GEFAK

Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH
Ockershäuser Allee 40b 35037 Marburg
Tel.: +49 6421 1728-0 Fax: +49 6421 1728-28
info@gefak.de www.gefak.de

Vorwort von Landrat Wilhelm Schneider



Unser Landkreis Haßberge ist ein lebendiger Wirtschaftsraum mit einer gesunden Mischung aus leistungsfähigen Handwerksbetrieben und Dienstleistern, innovativem Mittelstand und weltweit agierenden Großunternehmen. Ein wirtschaftsfreundliches Klima wird durch die Verbindung aus Tradition und Moderne, durch niedrige Steuerhebesätze, vergleichsweise günstige Gewerbeflächen und eine geringe Arbeitslosenquote geschaffen. Hinzu kommen ein reichhaltiges Bildungsangebot, ein reges Vereins- und Kulturleben sowie die vielfältige Kultur- und Naturlandschaft, wodurch der Haßberge-Kreis zur idealen Heimat für Familien, zum Magnet für Erholungssuchende und zum perfekten Standort für Unternehmen wird.

Dennoch hat der Wirtschaftsraum Haßberge mit vielfältigen Herausforderungen zu kämpfen. Gerade aufgrund der Lage im ländlichen Raum zwischen den Oberzentren Schweinfurt, Bamberg und Coburg sieht sich der Landkreis Haßberge einem verstärkten Wettbewerb ausgesetzt. Weiterhin problematisch erweisen sich die geringere Erwerbsbeteiligung von Frauen, die Unterrepräsentation des Dienstleistungssektors (46,6 Prozent), die lückenhafte ÖPNV-Anbindung sowie die Diskrepanz zwischen verfügbaren und nachgefragten Ausbildungsstellen. Besonders zu schaffen macht unserer Region, dass viele junge Menschen in Ballungsräume abwandern. Dies hat zur Folge, dass es bereits jetzt viele Unternehmen und Handwerksbetriebe bei uns gibt, die Hände ringend nach Fachkräften suchen.

Genau hier setzt unser Standortmarketingkonzept an. Dieses hat das Ziel, den Bekanntheitsgrad des Landkreises Haßberge mit Hilfe einer Profilschärfung zu erhöhen. Außerdem wollen wir noch mehr Menschen dazu bewegen, in der Region zu bleiben bzw. in den Landkreis zurückzukehren, indem wir vorhandene Stärken aufzeigen. Gerade in Zeiten des zunehmenden Wettbewerbs um Unternehmensansiedlung, Fachkräftegewinnung, Familienzuzug und Herstellung hoher Lebensqualität ist es besonders wichtig, dass wir uns als Landkreis klar positionieren, abgrenzen und für eine Stärkung der regionalen Wertschöpfung sorgen.

Somit stellt das vorliegende Standortmarketingkonzept einen wichtigen Baustein der gesamten Landkreisentwicklung dar. Ich hoffe, dass sich daraus zahlreiche Folgeprojekte und Handlungsmaßnahmen entwickeln, die die Zukunftsfähigkeit unseres Wirtschaftsstandortes Landkreis Haßberge sichern und für eine Profilschärfung und Attraktivitätssteigerung sorgen.

Haßfurt, Februar 2018
Wilhelm Schneider
Landrat

Vorwort von Otto Kirchner

Angrenzend an Thüringen im Norden, den Grabfeldgau im Westen sowie Oberfranken im Osten und ungefähr bis zur Mitte des Steigerwalds liegt der Flächenlandkreis Haßberge mit seinen großen, naturbelassenen Wäldern, den ursprünglichen Landschaften und malerischen Dörfern. Mitten im Herzen Deutschlands bietet diese Region Bewohnern und Besuchern vielfältige Lebensqualität. Eine mehr als ausreichende Zahl an Betreuungsplätzen in Kindergärten, nicht zu große und vernünftig ausgestattete Schulen sowie bezahlbarer Wohnraum und niedrige Lebenshaltungskosten machen den Landkreis gerade auch für Familien lebenswert. Trotz aller Beschaulichkeit sind Städte wie Bamberg, Schweinfurt, Coburg und Würzburg schnell und einfach zu erreichen, selbst in eine Großstadt wie Nürnberg gelangt man innerhalb einer Stunde und zu den Metropolen Frankfurt, München oder Stuttgart braucht man gerade einmal doppelt so lange. Dank dem durchgängigen Ausbau der A 70, die entlang des Mains mitten durch den Landkreis verläuft und an der sich in den letzten drei Jahrzehnten eine Vielzahl von Betrieben niedergelassen haben, ist auch eine gute Anbindung an das Autobahnnetz gegeben.

Die IHK Würzburg-Schweinfurt vertritt die Interessen von rund 75.000 gewerblichen Betrieben in der Region Mainfranken. Die meisten Unternehmen im IHK-Bezirk profitieren von guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und positiven Standortfaktoren: Eine stark mittelständisch geprägte und breitgefächerte Firmenstruktur, eine große Zahl außenhandelsorientierter, erfolgreicher Familienunternehmen, die eine gute Aus- und Weiterbildung und die hohe Motivation ihrer Mitarbeiter zu schätzen wissen, sowie der enge Schulterschluss vieler Firmen mit der Wissenschaft – all das sind Gründe für den Erfolg der Wirtschaft in Mainfranken. Die jüngste Standortzufriedenheitsumfrage der IHK (2016) hat gezeigt, dass zwar fast zwei Drittel der Betriebe sich abermals für den Standort entscheiden (63,3 Prozent) würden – aber immerhin auch etwas mehr als ein Drittel dies nicht mehr tun würde. Diese Zahlen belegen aus Sicht der IHK, dass ein Standortmarketingkonzept für den Landkreis Haßberge nicht nur sinnvoll, sondern langfristig auch notwendig ist.

Ich hoffe, das vorliegende Standortmarketingkonzept liefert viele interessante Denkanstöße, wie der Landkreis Haßberge auch in Zukunft ein attraktiver Wohn- und Wirtschaftsstandort bleibt und wünsche Ihnen eine kurzweilige Lektüre.

Königsberg i.Bay., Februar 2018
Otto Kirchner
Geschäftsführender Gesellschafter der FRÄNKISCHE Rohrwerke Gebr. Kirchner GmbH & Co.KG
Präsident der IHK Würzburg-Schweinfurt

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Landrat Wilhelm Schneider 2
Vorwort von Otto Kirchner 3
Inhaltsverzeichnis 4
Abbildungsverzeichnis 5
Tabellenverzeichnis 6
1 Hintergrund, Ziele und Prozess der Untersuchung 7
1.1 Hintergrund und Ziele 7
1.2 Die Bausteine der Konzepterstellung 8
1.2.1 Die Lenkungsgruppe 8
1.2.2 Die Unternehmensbefragung 10
1.2.3 Die Einbindung der Schüler und Schulen 10
2 Unternehmensbefragung 12
2.1 Themen und Zielgruppe der Befragung 12
2.1.1 Ziele und Themen der Befragung 12
2.1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz 12
2.2 Struktur der antwortenden Unternehmen 14
2.2.1 Betriebsgrößen 14
2.2.2 Standortbindung 14
2.2.3 Gründe für die Standortwahl 15
2.2.4 Wirtschaftsbereiche 15
2.2.5 Kompetenzfelder 16
2.3 Standortbewertung der Unternehmen 20
2.3.1 Standortzufriedenheit im Landkreis Haßberge 20
2.3.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren im Landkreis Haßberge 23
2.3.3 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren 25
2.3.4 Standortzufriedenheit im Vergleich 28
2.4 Entwicklungspläne und Standortanforderungen 31
2.4.1 Mittelfristige Entwicklungspläne der Unternehmen 31
2.4.2 Flächenbedarf und -überkapazitäten 32
2.4.3 Breitbandversorgung 32
2.5 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf 33
2.5.1 Zur Beschäftigtenstruktur 33
2.5.2 Arbeitskräftebedarf 34
2.5.3 Stellenbesetzungsprobleme 35
2.5.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung 39
2.6 Regionale Vernetzung 41
2.6.1 (Hoch-)Schulkooperationen 41
2.6.2 Unternehmenskooperationen 42
2.7 Nachhaltigkeit und Digitalisierung 43
2.8 Wirtschaftsförderung und Standortmarketing 44
2.8.1 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung 44
2.8.2 Zum Standortmarketing 46
3 Stärken und Schwächen des Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort 48
3.1 Die Sicht der Experten 48
3.2 Die Sicht der Unternehmen 49
4 Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge 52

4.1 Vorbemerkung zum Vorgehen 52
4.2 Strategische Grundüberlegungen zum Standortmarketingkonzept 52
4.3 Ergebnisse der Lenkungsgruppe 53
4.4 Zusammenführung aller Ergebnisse 59
5 Anhang 78
5.1 Anschreiben 78
5.2 Fragebogen 80

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Ansiedlungszeitraum 14
Abbildung 2 Gründe für die Standortwahl 15
Abbildung 3 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik 16
Abbildung 4 Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern 17
Abbildung 5 Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte) 21
Abbildung 6 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte) 22
Abbildung 7 Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (absolute Nennungen) 23
Abbildung 8 Wichtigkeit der Standortfaktoren 24
Abbildung 9 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(1) 25
Abbildung 10 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(2) 26
Abbildung 11 Entwicklungsschwerpunkte für die Standortgemeinden aus Sicht der Unternehmen 27
Abbildung 12 Lage der Vergleichslandkreise 28
Abbildung 13 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Bamberg 29
Abbildung 14 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Günzburg und Fürstenfeldbruck 30
Abbildung 15 Unternehmensplanungen bis 2019 31
Abbildung 16 Benötigte Bandbreite 32
Abbildung 17 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf 34
Abbildung 18 Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung 36
Abbildung 19 Vergeblicher Versuch Arbeitsplatz zu besetzen 36
Abbildung 20 Vergeblicher Versuch Ausbildungsplatz zu besetzen 37
Abbildung 21 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften 37
Abbildung 22 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden 38
Abbildung 23 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Akademikern 38
Abbildung 24 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung 39
Abbildung 25 Betriebe, die Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung haben 40
Abbildung 26 Kooperationen der Betriebe mit (Hoch-)Schulen im Landkreisvergleich 41
Abbildung 27 Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial 42
Abbildung 28 Maßnahmen zur Nachhaltigkeit 43
Abbildung 29 Soziale (links) und Ökologische (rechts) Maßnahmen (Freitextnennungen) 44
Abbildung 30 Wichtigkeit von Wirtschaftsförderungsaktivitäten 45
Abbildung 31 Konkreter Bedarf an Wirtschaftsförderungsaktivitäten 46
Abbildung 32 Wichtigste Maßnahmen zur Vermarktung des Landkreises aus Unternehmenssicht 47
Abbildung 33 Stimmungsbild der Experten: Stärken des Landkreises Haßberge 48
Abbildung 34 Stimmungsbild der Experten: Schwächen des Landkreises Haßberge 49
Abbildung 35 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(1) 50
Abbildung 36 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(2) 51
Abbildung 37 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Was können wir tun zur Weiterentwicklung der Stärken? 54
Abbildung 38 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Was können wir tun zum Abbau der Schwächen? 55

Abbildung 39 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Fünf Handlungsfelder im Überblick 56
Abbildung 40 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Handlungsfeld Lebensqualität - Mindmap 57
Abbildung 41 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Handlungsfeld Fachkräfte & Bildung - Mindmap 58
Abbildung 42 Handlungsfelder des Standortmarketingkonzeptes 59

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Rücklauf nach Betriebsgröße 14
Tabelle 2 Unternehmensschwerpunkt der antwortenden Unternehmen 15
Tabelle 3 Kompetenzfelder im Landkreis Haßberge 18
Tabelle 4 Kompetenzfelder und größte Betriebe 19
Tabelle 5 Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen 33
Tabelle 6 Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate 35

1 Hintergrund, Ziele und Prozess der Untersuchung

1.1 Hintergrund und Ziele

Der Landkreis Haßberge sieht sich als ländliche Region in seiner Lage zwischen den Oberzentren Schweinfurt, Bamberg und Coburg einem verstärkten Wettbewerb als Wirtschaftsstandort ausgesetzt. Bereits in einem 2010 erstellten „Strategiepapier Wirtschaft“ wurden als besondere Herausforderungen für den Landkreis die Abwanderung junger Menschen sowie ein Mangel an Facharbeitskräften erkannt. Als Konsequenz aus dieser Analyse war die Erstellung eines Konzepts zum Standortmarketing für den Landkreis Haßberge als ein Leitprojekt empfohlen worden.

Im Rahmen des Ende 2016 vom Sachgebiet Kreisentwicklung des Landratsamtes beauftragten Standortmarketingkonzeptes sollten die besonderen Stärken des Landkreises als Wirtschaftsstandort herausgearbeitet, ein Standortprofil erstellt und Maßnahmenvorschläge aufgestellt werden, wie die Kommunikation über die Stärken des Standortes Haßberge verbessert werden kann. Das Konzept soll als wichtiger Baustein der gesamten Landkreisentwicklung insbesondere eine Attraktivitätssteigerung des Landkreises für potenzielle Fachkräfte anstoßen und die Grundlage für Folgeprojekte bilden.

Die Vorgehensweise der GEFAK orientierte sich an zwei Leitgedanken:

1. Endogene Potenziale im Mittelpunkt

Die zentralen Zielgruppen der Untersuchung waren die im Landkreis ansässigen Unternehmen sowie die an der Schwelle zum Berufsleben stehenden Schüler. Die Kommunikation der ermittelten charakteristischen Besonderheiten und Stärken des Landkreises muss im ersten Schritt auf die Stärkung der Identifikation dieser für die wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises entscheidenden Akteursgruppen fokussiert sein. Beide Zielgruppen verfügen – anders als etwa Unternehmen bzw. Fachkräfte aus anderen Regionen - bereits über eine emotionale Bindung an den Landkreis Haßberge als den ihnen vertrauten Standort bzw. als Wohnort und Heimat. Strategien zu deren Verbleib in der Region und zur Förderung ihrer Entwicklungspotenziale sind deshalb erheblich erfolgversprechender als Ansiedlungs- bzw. Anwerbungsmaßnahmen außerhalb des Landkreises. Letztere können allenfalls in einem zweiten Schritt ergänzende Funktion haben.

2. Hohe Priorität auf Umsetzungsorientierung

In methodischer Hinsicht gliederte sich das Projekt zwar in einen analytischen und einen partizipativen Teil. Diese waren aber eng miteinander verzahnt. Große strategische Bedeutung kam der frühzeitigen und mehrstufigen Einbindung der einschlägigen Akteure vor Ort zu. Durch Berücksichtigung ihres ortsspezifischen Wissens sollte nicht nur das fachliche Niveau der Analyse gehoben werden, sondern insbesondere eine möglichst breite Akzeptanz des Standortmarketingkonzeptes gesichert werden. Zentrale Bausteine in diesem Kontext waren eine breit angelegte Unternehmensbefragung im Landkreis sowie ein moderierter Prozess in einer Lenkungsgruppe mit den relevanten Akteuren.

Angesichts der bereits vorhandenen Erkenntnisse, u.a. aus dem „Strategiepapier Wirtschaft“, wurde auf eine aufwändige Recherche und Interpretation statistischer Standortdaten verzichtet. Die Stärken-Schwächen-Analyse erfolgte stattdessen in der Form, dass die beteiligten Akteure - unter Einbeziehung vorhandener Konzepte – ihre Sicht zusammentrugen und abglichen.

Einen besonderen Akzent setzte die GEFAK auf das Informationsmanagement. Die im Laufe des Projektes gewonnenen Daten wurden in dem beim Landratsamt eingesetzten Kommunalen Wirtschafs-Informa-

tions-System KWIS.net dokumentiert und zur Umsetzung des Standortmarketingkonzeptes für die Akteure in den Bereichen Kreisentwicklung, Wirtschaftsförderung, Regionalmanagement, Bildungsmanagement etc. aufbereitet. Dies betrifft vor allem die erhobenen Daten der im Kreis ansässigen Unternehmen. Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang die Verzahnung des Projektes mit dem im Aufbau befindlichen Arbeitgeberportal „KWIS.job“. Hier werden die Betriebe als Arbeitgeber dargestellt und Veranstaltungen zur Vermittlung von Bewerbern und Betrieben unterstützt werden. Durch diesen Fokus fungiert das vorliegende Konzept als Grundlage für konkrete Folgeprojekte. Außerdem wird damit eine Verzahnung der im „Strategiepapier Wirtschaft“ empfohlenen Leitprojekte „Wirtschaftsportal Haßberge“ und „Konzept für Standortmarketing“ erreicht („Strategiepapier Wirtschaft“, S. 51).

1.2 Die Bausteine der Konzepterstellung

1.2.1 Die Lenkungsgruppe

Die intensive und aktivierende Einbindung der relevanten kommunalen Akteure und Multiplikatoren erfolgte in einer Lenkungsgruppe. Diese wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber zusammengestellt. Folgende Institutionen bzw. Unternehmen waren in der Lenkungsgruppe vertreten:

Landrat, Landratsamt Haßberge	Wilhelm Schneider
Wirtschaftsförderung, Landratsamt Haßberge	Michael Brehm
Regionalmanagement, Landratsamt Haßberge	Jennifer Knipping
Regionalmanagement, Landratsamt Haßberge	Sonja Helmerich
Bildungsmanagement, Landratsamt Haßberge	Julia Hünemörder
Büro des Landrats, Landratsamt Haßberge	Michael Rahn
Agentur für Arbeit	Günther Trum
Demeterhof Dünninger	Hans Dünninger
Frankenland-Reisen – Richard Wichler e.K.	Klaus Wichler
Fränkische Rohrwerke Gebr. Kirchner GmbH & Co. KG	Otto Kirchner
FTF Fränkische Tourismus und Freizeit GmbH & Co. KG	Dagmar Kirchner
marcapo GmbH	Melanie Matern
Volkshochschule Landkreis Haßberge e.V.	Julia Grimmer
Volkshochschule Landkreis Haßberge e.V.	Tina Büdel
IHK Würzburg-Schweinfurt	Oliver Proske
ESN Deutsche Tischtennis Technologie GmbH	Jörg Dubbins
REWE Jürgen Mück oHG	Jürgen Mück
GEFAK mbH, Projektbearbeiter	Josef Rother
GEFAK mbH, Projektbearbeiter	Paul Werner

Die Lenkungsgruppe tagte zwischen Frühjahr und Herbst 2017 dreimal. In der ersten Sitzung am 26.01.2017 wurde zunächst ein Stimmungsbild der Teilnehmer zu den Stärken und Schwächen des Landkreises Haßberge erarbeitet (vgl. Kapitel 3). Vor dem Hintergrund dieser ersten Expertenanalyse wurde die Unternehmensbefragung als Herzstück der Untersuchung konzipiert (vgl. Baustein 2).

In einer zweiten Sitzung am 19.07.2017 wurden in der Lenkungsgruppe die Ergebnisse der Unternehmensbefragung vorgestellt und mit allen Akteuren bewertet. Stärken und Schwächen, die sich aus den Befragungsergebnissen ableiten ließen, wurden zusammengetragen. Anschließend wurde erarbeitet, was zur Weiterentwicklung der Stärken und zum Abbau der Schwächen getan werden kann (vgl. Kapitel 3).

In der dritten Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.09.2017 wurden offene Fragen aus der Unternehmensbefragung geklärt, die Ergebnisse der Schülerbefragung des Landratsamtes hinzugezogen und mit allen anderen bis dahin erarbeiteten Ergebnissen zusammengeführt. Die wichtigsten Handlungsfelder für das Standortmarketing wurden identifiziert und Maßnahmenvorschläge zusammengetragen.

1.2.2 Die Unternehmensbefragung

Es wurden knapp 1.800 Betriebe mit einem Standort im Landkreis Haßberge angeschrieben. Die wichtigsten Themenfelder der Befragung waren die Bewertung der Standortbedingungen, das Image des Landkreises, die Fachkräftesicherung sowie Fragen der Nachhaltigkeit. Die Befragung diente dabei nicht zuletzt der Identifizierung von Unternehmen, die in Zukunftsthemen als Pioniere fungieren und deren Erfahrungen als Best Practice für andere Betriebe nutzbar gemacht werden können. Die Unternehmensbefragung zielte insbesondere auch darauf ab, die Mitwirkungsbereitschaft der Unternehmer bei künftigen Maßnahmen zur Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung zu erhöhen.

Die Ergebnisse der Unternehmensbefragung sind ausführlich in Kapitel 2 beschrieben.

1.2.3 Die Einbindung der Schüler und Schulen

Die an der Schwelle zum Berufsleben stehenden Schüler im Landkreis Haßberge sind neben den ansässigen Unternehmen die zentrale Zielgruppe für die Sicherung des Fachkräftenachwuchses. Für das auf Binnenmarketing konzentrierte Standortmarketingkonzept ist deren intensive Einbindung folglich ebenso bedeutend wie die der Betriebe. Der Landkreis Haßberge führt im Rahmen des ESF-Projektes „Bildung integriert“ im Zeitraum 2016 bis 2018 eine jährliche Umfrage zur Thematik der Berufsorientierung durch. In Kooperation mit dem federführenden Bildungsmanagement im Landratsamt wurden die wichtigsten Ergebnisse der Schülerbefragungen in den Prozess der Erarbeitung des Standortmarketingkonzeptes eingebracht. Auf der Basis der Ergebnisse der Unternehmensbefragung und eigener Schülerbefragungen hat die GEFAK Anregungen zur Weiterentwicklung der Schülerbefragung für das Jahr 2018 gegeben. Diese

betrafen etwa den Kenntnisstand der Befragten hinsichtlich potenzieller Arbeitgeber, deren Erwartungen an Beruf und Arbeitgeber sowie notwendige Unterstützungsmaßnahmen.

Das Standortmarketingkonzept konnte somit zu einer Optimierung des Bildungsmonitorings beitragen. Dieses stellt angesichts des demographischen Wandels ein für die Kreisentwicklung unverzichtbares Analyseinstrument dar, das regelmäßig und langfristig eingesetzt werden sollte, also auch über 2018 hinaus.

Von zentraler Bedeutung für die Fachkräftesicherung ist die Erhöhung der Transparenz über die – vor allem im Zuge der Unternehmensbefragung identifizierten - Ausbildungsangebote, aber auch über Angebote für Praktika und Ferienjobs in den Betrieben im Landkreis Haßberge. Ziel des neuen Arbeitgeberportals „KWIS.job“ ist es, dass sich die Schüler optimal über die Karrierechancen in ihrer Heimat informieren können. Um dieses Ziel zu unterstützen, hat die GEFAK zwei Flyer zu „KWIS.job“ konzipiert, mit denen jeweils zielgruppenspezifisch Unternehmen, Bürger und Gäste sowie Arbeitgeber, Schüler, Studierende und Arbeitsuchende angesprochen werden können. Schließlich wurde das Portal in einer Informationsveranstaltung mit den für die Berufsorientierung zuständigen Lehrern am 20.11.2017 vorgestellt.

Das Standortmarketingkonzept wurde schließlich im Februar 2018 in zwei öffentlichen Veranstaltungen in Ebern und Haßfurt präsentiert. An diesen Veranstaltungen nahmen zusammen 40 Personen teil. Die Diskussionen bestätigten die Relevanz der vorgeschlagenen Handlungsfelder und brachten die eine oder andere Präzisierung der empfohlenen Maßnahmen.

2 Unternehmensbefragung

2.1 Themen und Zielgruppe der Befragung

2.1.1 Ziele und Themen der Befragung

Die im Folgenden beschriebene Unternehmensbefragung ist das Herzstück des Standortmarketingkonzeptes. Für eine optimale Nutzung der endogenen Potenziale sowie die Gewährleistung einer starken Umsetzungsorientierung sind die Standortbewertungen und -anforderungen der im Landkreis ansässigen Unternehmen von zentraler Bedeutung. Auch für die Ausgestaltung einer kundenorientierten Wirtschaftsförderung ist ein systematischer Dialog mit der ortsansässigen Wirtschaft unverzichtbar. Meilensteine dieses Dialogs sind Unternehmensbefragungen. Die Befragung zielte auf folgende Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung:

Standortanalyse: Aktuelle Bestandsaufnahme der wirtschaftlichen Strukturen sowie der Standortzufriedenheit der Betriebe.

Nachhaltige Regionalentwicklung: Überprüfung der Positionierung des Landkreises in Zukunftsthemen (Fachkräftesicherung, Kompetenzfeldentwicklung, Gewerbeflächenmanagement etc.).

Qualitätsmanagement: Ermittlung der Anforderungen der Wirtschaft an die Kreisverwaltung.

Kontaktmanagement: Aufbau und Aktualisierung des Datenbestandes für die laufende Ansprache der Unternehmen.

Um die praktische Verwertbarkeit der Befragungsergebnisse gewährleisten zu können, wurde die Befragung in nicht-anonymisierter Form durchgeführt. Im Anschluss daran wurden die Befragungsergebnisse mit sämtlichen einzelbetrieblichen Angaben an die Wirtschaftsförderung des Landratsamtes Haßberge übergeben. Damit steht nun – über die statistischen Auswertungen hinaus – eine aktuelle und umfassende Datengrundlage für die tägliche Arbeit zur Verfügung.

Der Fragebogen (siehe Anhang 5.2) wurde im März 2017 mit einem vom Landrat unterzeichneten Anschreiben sowie einem vorbereiteten Rücksendeumschlag per Briefpost an rund 1.850 Unternehmen verschickt. Nicht persönlich angeschriebenen Betrieben wurde über die Presse angeboten, sich ebenfalls an der Befragung zu beteiligen.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse dargestellt und einer ersten Analyse unterzogen. Die GEFAK hat in jüngster Vergangenheit ähnliche Untersuchungen durchgeführt, unter anderem in den Landkreisen Bamberg, Günzburg und Fürstenfeldbruck. Aufgrund der identischen Methodik werden die Ergebnisse dieser Befragungen zur Interpretation einzelner Befragungsaspekte herangezogen.

2.1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz

Der Kreisentwicklung war es wichtig, möglichst viele relevante Betriebe zu erreichen. Deshalb wurden die Adressen aller Betriebe ab drei Mitarbeitern aus allen Branchen über die bestehende Unternehmensdatenbank der Wirtschaftsförderung beschafft und im Ergebnis rund 1.850 Betriebe und öffentliche Einrichtungen angeschrieben. Von den 1.774 zugestellten Anschreiben haben bis zum Redaktionsschluss für die statistische Auswertung 382 Betriebe einen Fragebogen ausgefüllt. Das entspricht einer für diese Art von Befragungen guten Rücklaufquote von 22 Prozent. Ein Viertel der Fragebögen wurde über das Internet ausgefüllt, eine Mehrheit der Betriebe gab also der schriftlichen Befragungsmethode den Vorzug.

Wenn sich im Folgenden bei der Darstellung der Ergebnisse zu einzelnen Fragen niedrigere Summen als 382 Betriebe ergeben, dann ist dies darauf zurückzuführen, dass nicht jedes Unternehmen alle Fragen vollständig bzw. eindeutig beantwortet hat.

Die mit dieser Befragung erreichten Betriebe hatten zum 31.12.2016 insgesamt gut 9.000 Beschäftigte am angeschriebenen Standort im Landkreis Haßberge. Die amtliche Statistik weist für den Landkreis zum 30.6.2015 rund 26.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort) aus. Mit dieser Statistik werden (im bayerischen Durchschnitt) gut 70 Prozent aller Erwerbstätigen erfasst. Im Landkreis Haßberge kann demnach von 35.000 bis 40.000 Erwerbstätigen ausgegangen werden. Damit beziehen sich die Ergebnisse der Unternehmensbefragung also auf etwa jeden vierten Arbeitsplatz im Landkreis. Die Mitwirkung der 16 Großbetriebe (ab 100 Beschäftigten) signalisiert, dass auch diese für den Landkreis wichtigen Arbeitgeber am Dialog zur strategischen Weiterentwicklung der Region als Wirtschaftsstandort interessiert sind.

2.2 Struktur der antwortenden Unternehmen

2.2.1 Betriebsgrößen

55 Prozent der Fragebögen stammen von Kleinbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten und weitere 18 Prozent von Betrieben mit zehn bis unter 20 Beschäftigten. Zusammen kommen demnach knapp drei Viertel (73 %) der Antworten von Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten. Die 16 Betriebe mit mindestens 100 Beschäftigten haben einen Anteil am Rücklauf von vier Prozent.

Tabelle 1 Rücklauf nach Betriebsgröße

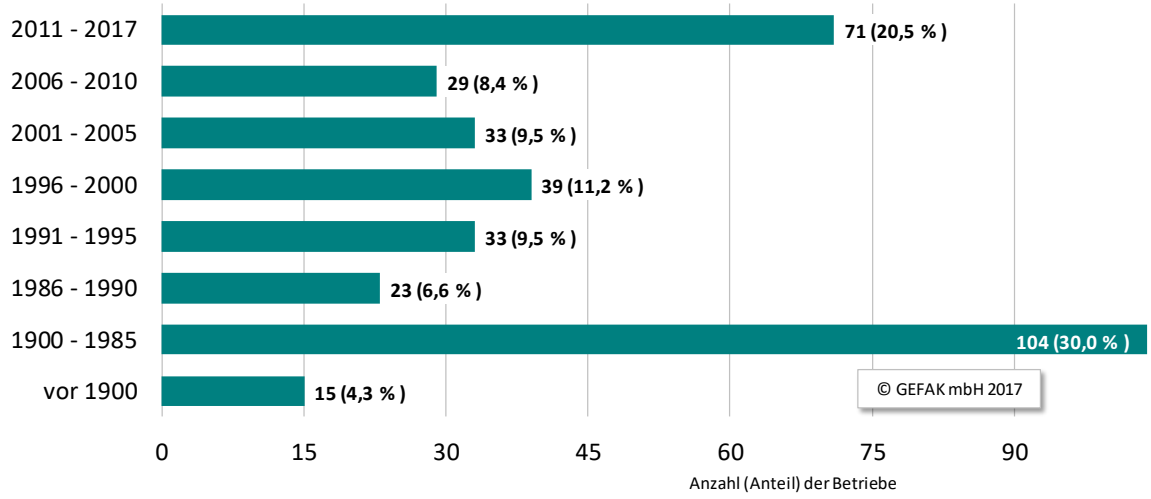
Betriebsgröße*	Rücklauf	
	Unternehmen	Anteil
1 - 4 Beschäftigte	127	33,25%
5 - 9 Beschäftigte	82	21,47%
10 - 19 Beschäftigte	69	18,06%
20 - 49 Beschäftigte	31	8,12%
50 - 99 Beschäftigte	12	3,14%
100 und mehr Beschäftigte	16	4,19%
Ohne Angabe	45	11,78%
Summe	**382**	**100,00%**

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017
* Beschäftigte am Standort

2.2.2 Standortbindung

Von den 347 Betrieben, die Angaben zum Alter ihrer Betriebsstätte gemacht haben, hat sich mehr als ein Viertel in den letzten zehn Jahren angesiedelt, zwischen 2012 und 2016 deutlich mehr als in den fünf Jahren zuvor. Etwas weniger als 40 Prozent der Betriebe sind länger als 30 Jahre an ihrem Standort, 15 Betriebe sogar schon seit dem 19. Jahrhundert.

Abbildung 1 Ansiedlungszeitraum

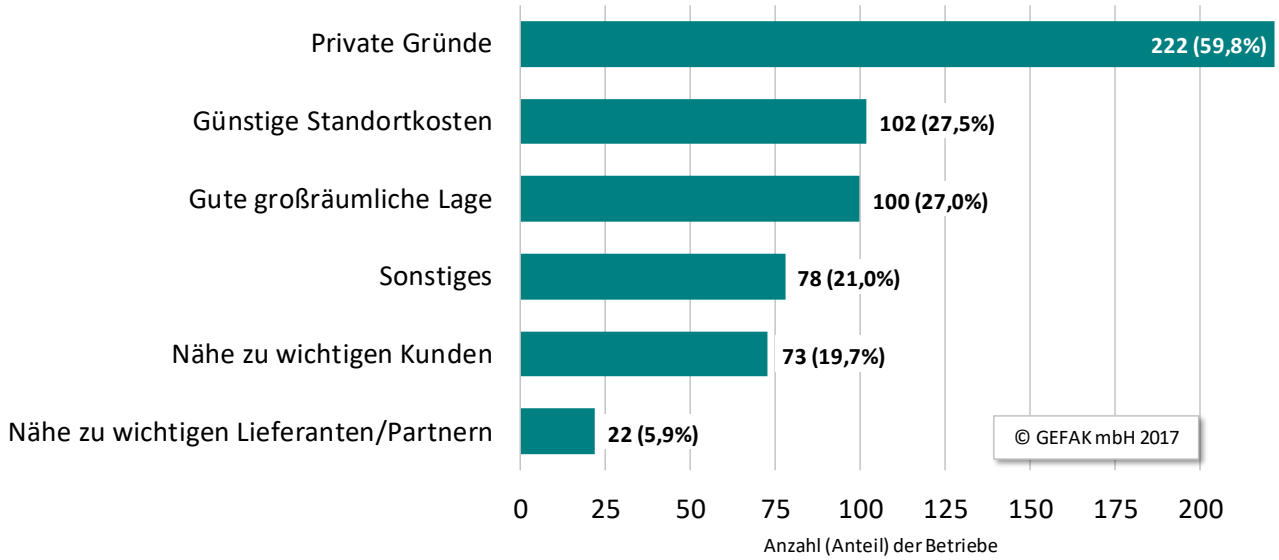


Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 347)

2.2.3 Gründe für die Standortwahl

Für mehr als die Hälfte der auf diese Frage antwortenden Unternehmen waren private Gründe der ausschlaggebende Punkt für die Standortwahl. Mehr als ein Viertel nannte günstige Standortkosten und die gute großräumliche Lage als entscheidenden Faktor und für knapp 20 Prozent war die Nähe zu wichtigen Kunden ausschlaggebend (vgl. Abbildung 2). Wertet man die Gründe für die Standortwahl nur für die jüngsten Gründungen (seit 2011) aus, so kommt man zu einer nahezu identischen Verteilung der Nennungen.

Abbildung 2 Gründe für die Standortwahl



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 371; Mehrfachantworten)

2.2.4 Wirtschaftsbereiche

Aus der Zuordnung der antwortenden Betriebe zu einem Unternehmensschwerpunkt lassen sich Aussagen über das Gewicht der Wirtschaftsbereiche in den Befragungsergebnissen ableiten. Mit 35 Prozent hat das Handwerk den größten Anteil am Rücklauf. Es folgen die Sonstigen Dienstleistungen mit 22 Prozent und mit 18 Prozent der Handel (vgl. Tabelle 2).

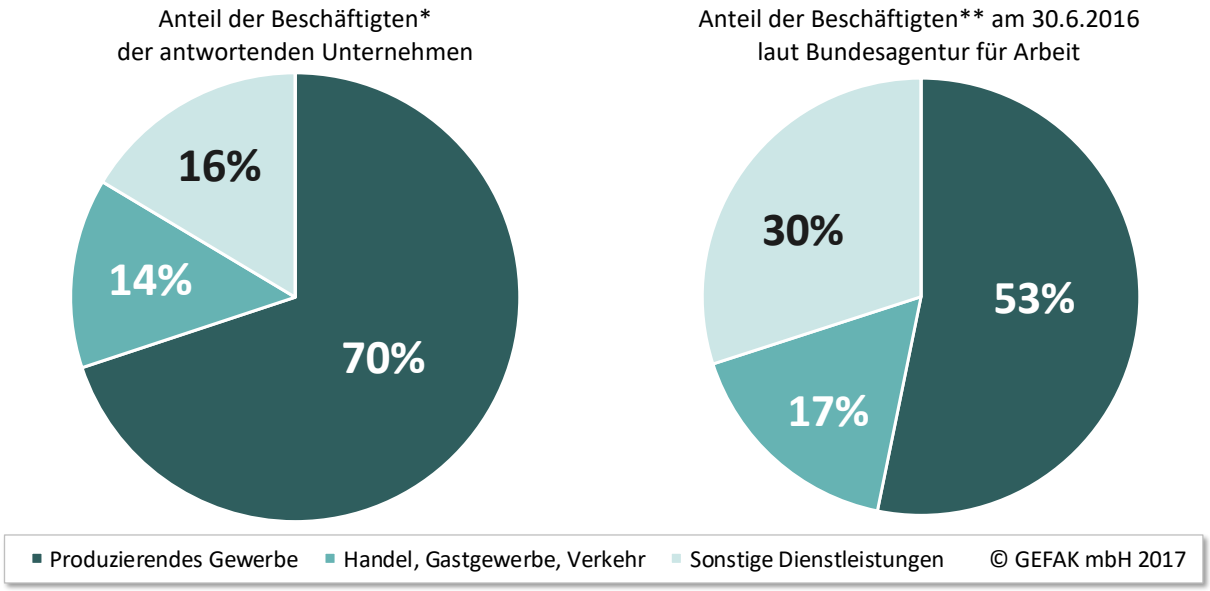
Tabelle 2 Unternehmensschwerpunkt der antwortenden Unternehmen

Sektor	Unternehmen	
	Anzahl	Anteil
Landwirtschaft	11	2,9 %
Industrie	36	9,4 %
Handwerk	132	34,6 %
Handel	70	18,4 %
Gastgewerbe	35	9,2 %
Verkehr	14	3,7 %
Sonstige Dienstleistungen	83	21,8 %
Summe	**382**	**100,0 %**

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 382)

Fasst man die sieben abgefragten Unternehmensschwerpunkte zu den drei großen Wirtschaftsbereichen der amtlichen Statistik Produzierendes Gewerbe, Handel/Verkehr/Gastgewerbe sowie Sonstige Dienstleistungen zusammen und wertet für diese den Anteil der Beschäftigten (am Standort) der antwortenden Unternehmen aus, so zeigt sich, dass die Befragungsstichprobe von der Verteilung der Beschäftigten laut amtlicher Statistik abweicht. Das produzierende Gewerbe ist an der Befragung mit 70 Prozent überrepräsentiert, während vor allem die Sonstigen Dienstleistungen (Gesundheitswesen, Erziehung, Finanzen etc.) unterrepräsentiert sind (Abbildung 3).

Abbildung 3 Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik



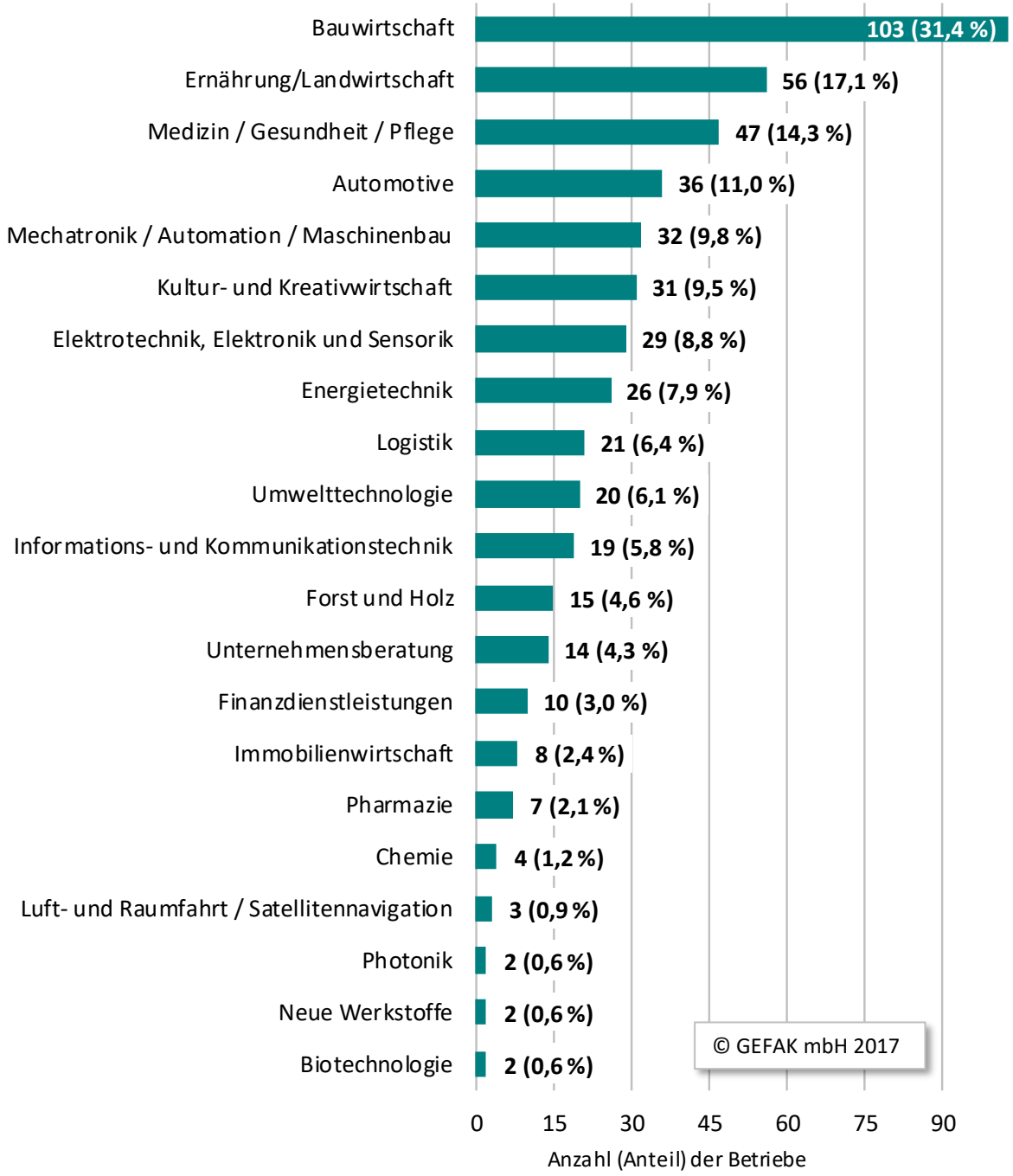
Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 337) & Bundesagentur für Arbeit
* Unternehmensschwerpunkte und Beschäftigte am Standort
** nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

2.2.5 Kompetenzfelder

Zur Ermittlung der örtlichen Kompetenzstruktur wurden die Unternehmen gebeten, sich zu 22 ausgewählten Branchen bzw. Technologiefeldern zuzuordnen, wobei Mehrfachzuordnungen möglich waren. Diese Zuordnung ist für die Wirtschaftsförderung deshalb von Interesse, weil sie nicht der üblichen Einordnung eines Unternehmens zu einem Wirtschaftszweig entspricht (z.B. Maschinenbau oder Architektur- und Ingenieurbüro), denn diese sagt oftmals wenig über die fachliche Ausrichtung des Unternehmens aus. Die hier vorgenommene Zuordnung ermöglicht demgegenüber einen Einblick in bestehende – oder aber auch potenzielle – Bausteine einer Wertschöpfungskette innerhalb der Region.

Mit 103 Nennungen wird die Bauwirtschaft am häufigsten genannt, gefolgt von Ernährung/Landwirtschaft (56), Medizin/Gesundheit/Pflege (47), Automotive (36), Mechatronik/Automation/Maschinenbau (32) und Kultur- und Kreativwirtschaft (31). Alle weiteren Kompetenzfelder haben weniger als 30 Nennungen. (vgl. Abbildung 4)

Abbildung 4 Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 381; Mehrfachantworten)

Die reine Anzahl der Betriebe, die sich einem Kompetenzfeld zuordnen, ist hinsichtlich ihrer Bedeutung für den Landkreis alleine noch nicht aussagekräftig. Ob es sich um ein wichtiges Kompetenzfeld handelt, lässt sich schon eher an der Anzahl der Beschäftigten ablesen. Diese sind in Tabelle 3 dargestellt, wobei zu beachten ist, dass sich einige, auch größere Betriebe mehreren Kompetenzfeldern zugeordnet haben. Mangels genauerer Daten wurden sämtliche Beschäftigte dieser Betriebe jedem angekreuzten Kompetenzfeld zugeordnet.

Tabelle 3 Kompetenzfelder im Landkreis Haßberge

Kompetenzfelder	Zuordnung nur zu einem Kompetenzfeld		Zuordnung auch zu weiteren Kompetenzfeldern	
	Anzahl Betriebe	Beschäftigte am Standort	Anzahl Betriebe	Beschäftigte am Standort
Mechatronik / Automation / Maschinenbau	9	646	32	4.488
Automotive	10	114	36	3.049
Umwelttechnologie	2	99	20	2.851
Elektrotechnik, Elektronik und Sensorik	11	78	29	1.872
Bauwirtschaft	61	1.136	103	1.553
Medizin / Gesundheit / Pflege	37	333	47	558
Logistik	10	205	21	552
Ernährung/Landwirtschaft	38	372	56	502
Finanzdienstleistungen	4	390	10	451
Kultur- und Kreativwirtschaft	15	90	31	316
Informations- und Kommunikationstechnik	7	72	19	314
Energietechnik	3	65	26	311
Chemie	1	185	4	210
Unternehmensberatung	2	19	14	194
Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation	1	10	3	127
Forst und Holz	6	27	15	90
Pharmazie	2	18	7	59
Immobilienwirtschaft	1	6	8	28
Biotechnologie	1	14	2	25
Photonik	0	0	2	14
Neue Werkstoffe	0	0	2	1

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 328; Mehrfachantworten)

In Tabelle 4 sind für jedes Kompetenzfeld die Beschäftigten im größten zugeordneten Betrieb. Das Vorhandensein solcher größeren Betriebe begünstigt die Entwicklung eines Kompetenzfeldes, denn diese können als „Ankerbetriebe“, etwa beim Aufbau von Netzwerken bzw. Clustern oder bei der gezielten Anwerbung von Investoren, angesehen werden.

Tabelle 4 Kompetenzfelder und größte Betriebe

Kompetenzfelder	Zuordnung auch zu weiteren Kompetenzfeldern		Beschäftigte im größten Betrieb
	Anzahl Betriebe	Beschäftigte am Standort	
Mechatronik / Automation / Maschinenbau	32	4.488	1.530
Automotive	36	3.049	1.530
Umwelttechnologie	20	2.851	1.530
Elektrotechnik, Elektronik und Sensorik	29	1.872	1.530
Bauwirtschaft	103	1.553	345
Medizin / Gesundheit / Pflege	47	558	145
Logistik	21	552	230
Ernährung/Landwirtschaft	56	502	86
Finanzdienstleistungen	10	451	283
Kultur- und Kreativwirtschaft	31	316	145
Informations- und Kommunikationstechnik	19	314	114
Energietechnik	26	311	102
Chemie	4	210	185
Unternehmensberatung	14	194	114
Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation	3	127	102
Forst und Holz	15	90	17
Pharmazie	7	59	12
Immobilienwirtschaft	8	28	10
Biotechnologie	2	25	14
Photonik	2	14	12
Neue Werkstoffe	2	1	1

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 328; Mehrfachantworten)

2.3 Standortbewertung der Unternehmen

2.3.1 Standortzufriedenheit im Landkreis Haßberge

Zur Bewertung des Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort wurden die Betriebe gebeten, ihre Einschätzung zu 26 einzelnen Standortfaktoren auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) abzugeben. Die Mittelwerte dieser Noten schwanken je nach Standortfaktor zwischen 1,9 und 4,2. Damit verfügt der Landkreis über ausgeprägte Stärken und auch ausgeprägte Standortschwächen. Die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort wird mit 2,4 als gut bewertet.

Den besten Wert aller abgefragten Standortfaktoren erhalten Natur und Landschaft mit einem Mittelwert von 1,9. Es folgen die Lebenshaltungskosten mit 2,1 und die Kinderbetreuungsangebote (Krippe, Kita, Kindergarten) mit 2,3.

Am kritischsten werden die Nähe zu Forschungseinrichtungen (4,2) und der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) bewertet (3,82). Die Hotel- und Tagungskapazitäten, die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften, die Aus- und Weiterbildungsangebote und die Verfügbarkeit von sonstigen Arbeitskräften folgen mit Werten zwischen 3,4 und 3,2. Die Nähe zu Hauptlieferanten, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen sowie die Angebote für Jugendliche werden mit 3,1 ebenfalls schlechter als befriedigend bewertet.

Die übrigen Standortfaktoren erhalten als Mittelwert Bewertungen zwischen 2,3 und 2,9 (vgl. Abbildung 5).

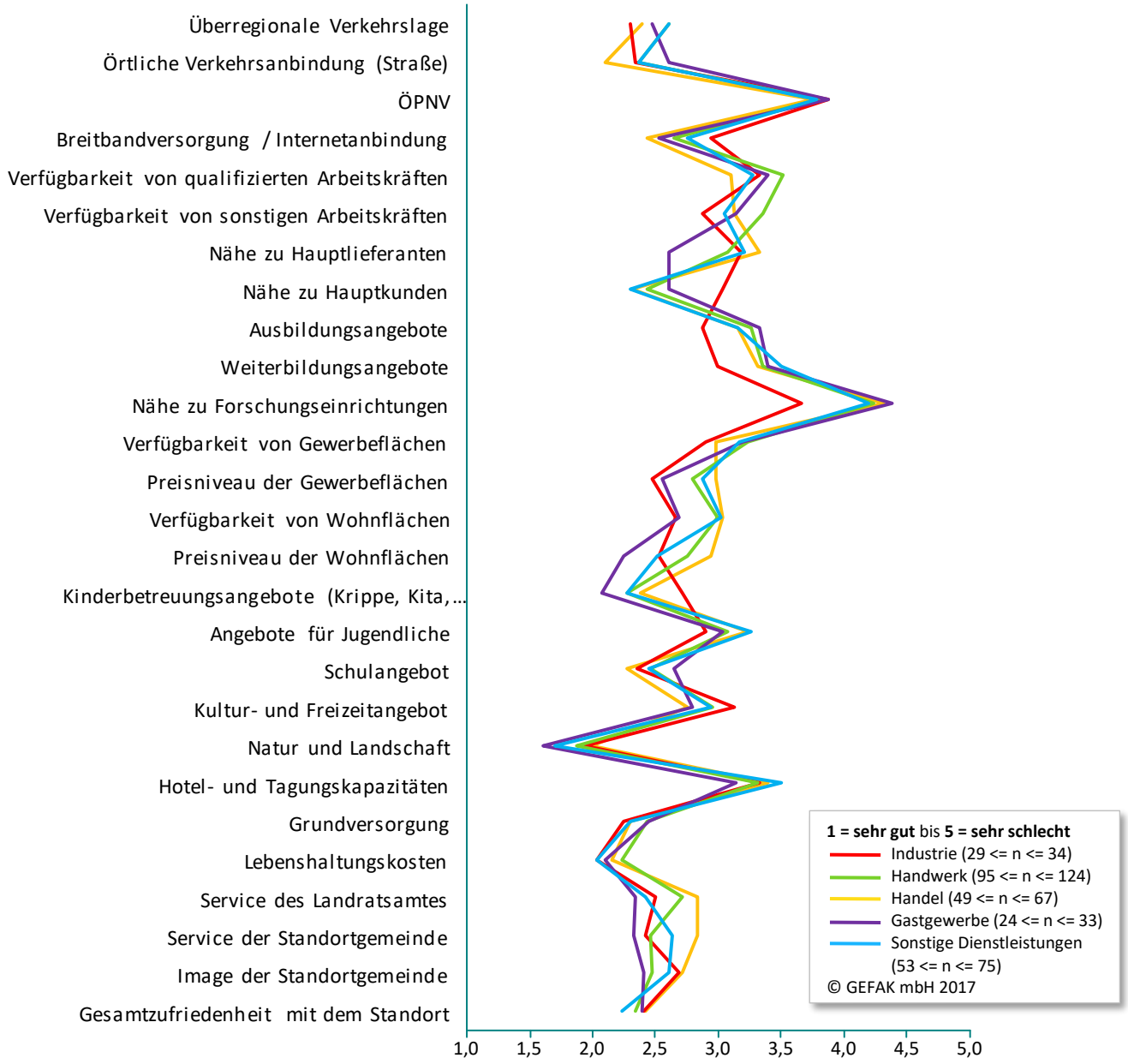
Abbildung 5 Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte)

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (270 <= n <= 355)

Eine nach den Wirtschaftsbereichen differenzierte Betrachtung zeigt bei vielen Standortfaktoren eine weitgehende Übereinstimmung (vgl. Abbildung 6). Auffällige Abweichungen gibt es (exemplarisch) bei den folgenden Standortfaktoren:

Die Industrie bewertet die Nähe zu Forschungseinrichtungen sowie die Weiterbildungs- und Ausbildungsangebote besser als die anderen Wirtschaftsbereiche. Lediglich die Nähe zu Hauptkunden wird durch die Industrie signifikant schlechter eingeschätzt. Größere Abweichungen zeigen sich teilweise bei den Bewertungen durch das Gastgewerbe. Dieses ist mit der Nähe zu Hauptlieferanten, dem Preisniveau von Wohnflächen und der Kinderbetreuung zufriedener. Bei den meisten Standortfaktoren liegen die Bewertungen durch die einzelnen Wirtschaftsbereiche jedoch nahe beieinander.

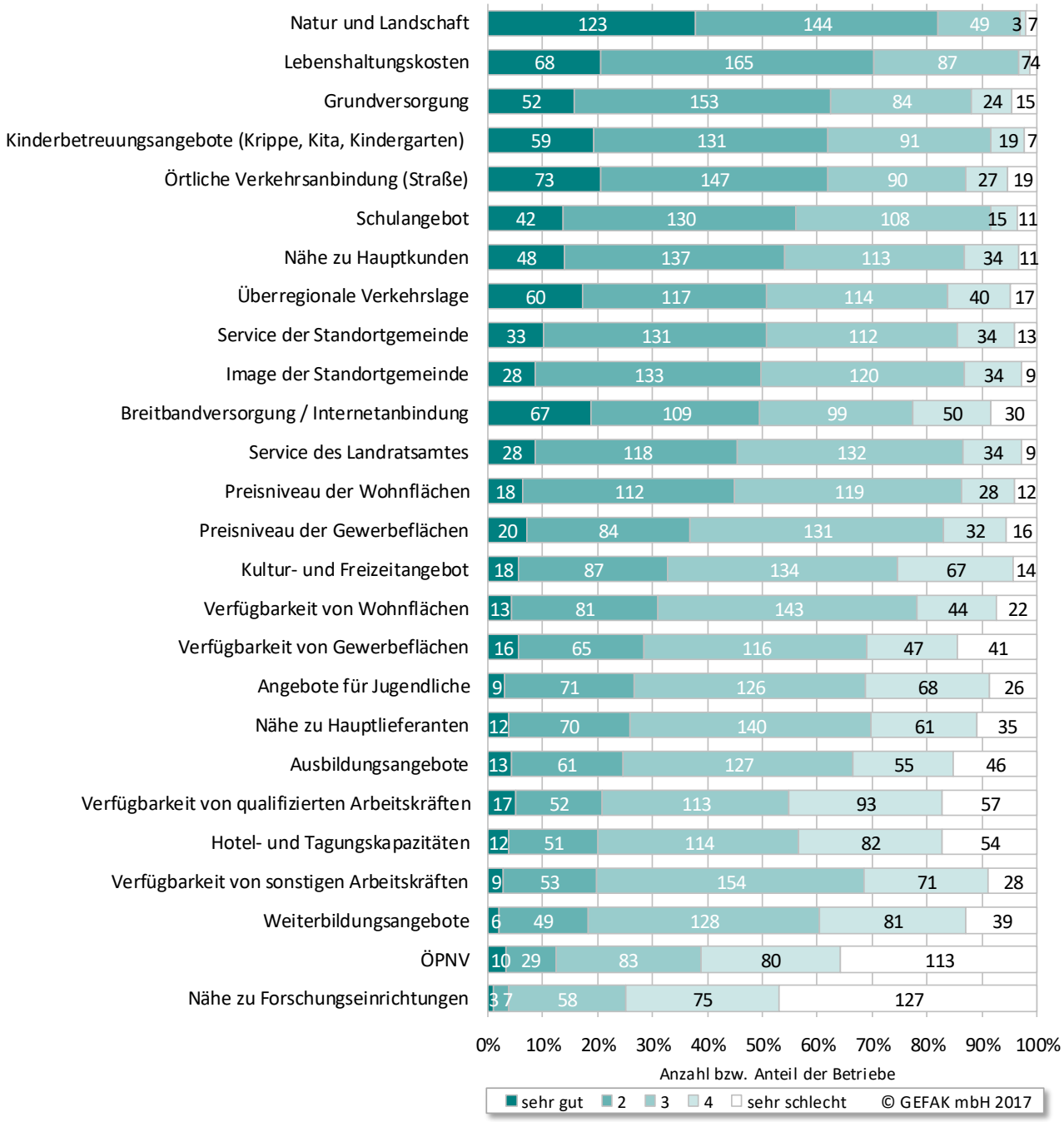
Abbildung 6 Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017
Wegen zu geringer Fallzahlen ohne Landwirtschaft (6 <= n <= 11) und Verkehr (12 <= n <= 14).

Neben den Mittelwerten ist es sinnvoll, auch die Anzahl der absoluten Nennungen zu betrachten, um die für einzelne Unternehmen besonders kritischen Standortfaktoren zu erkennen. Die Befragungsergebnisse stehen der Wirtschaftsförderung einzelbetrieblich zur Verfügung. Dadurch ist es möglich, unzufriedene Unternehmen zu identifizieren und gezielt anzusprechen (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7 Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (absolute Nennungen)



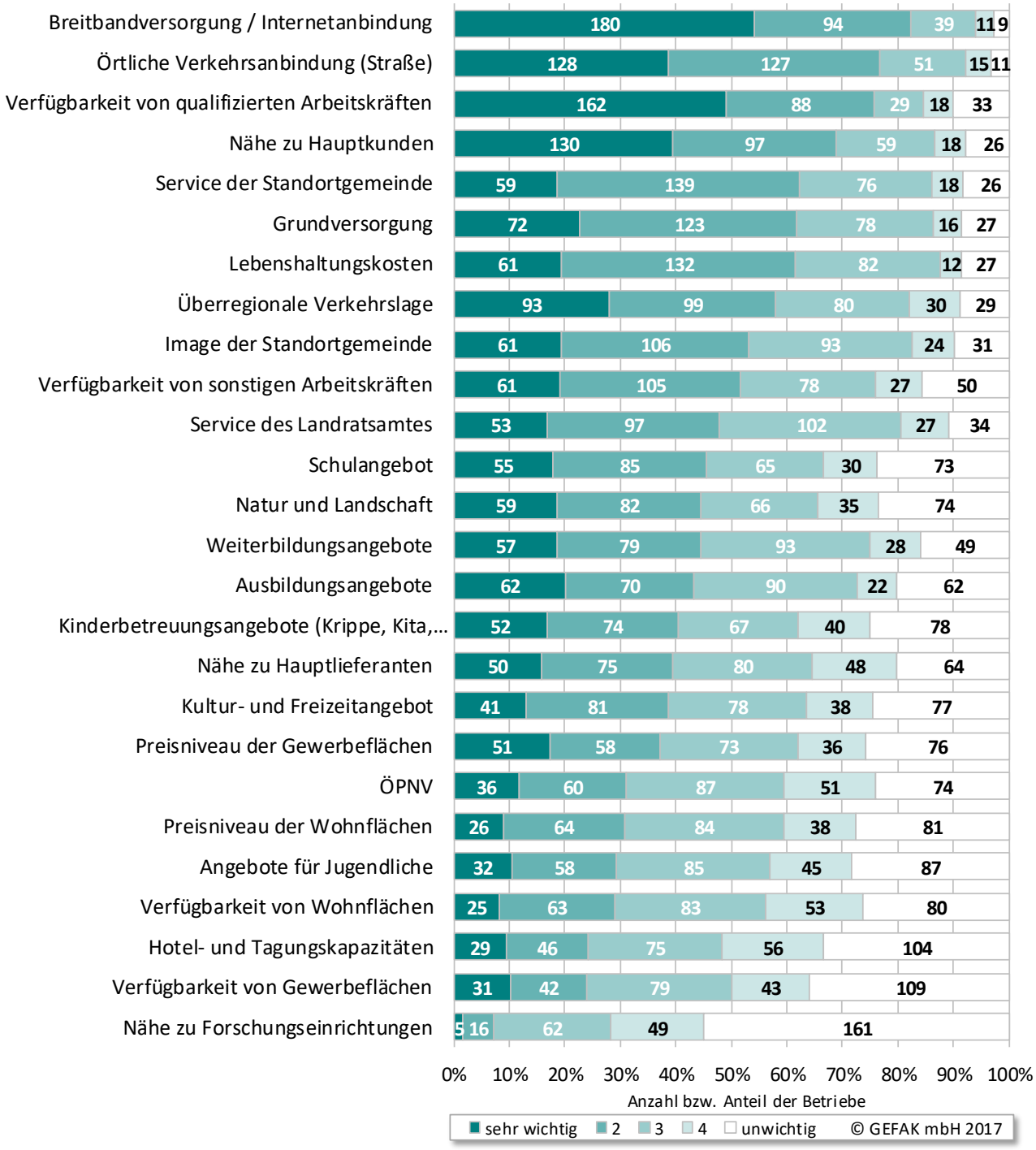
Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (270 <= n <= 355) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

2.3.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren im Landkreis Haßberge

Ob die (Un-)Zufriedenheit der Betriebe mit einem Standortfaktor Konsequenzen für die weitere Kreisentwicklungsplanung haben sollte, hängt nicht zuletzt davon ab, wie wichtig dieser Standortfaktor für die Betriebe ist. Abbildung 8 zeigt, dass die wichtigsten Standortfaktoren die Breitbandversorgung, die örtliche Straßenanbindung (Straße) und die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften sind. Jeweils die Hälfte der antwortenden Betriebe halten die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften und die Breitbandversorgung für sehr wichtig. Dazu kommt jeweils eine beträchtliche Zahl von Betrieben, die diese

beiden Standortfaktoren für wichtig halten. Das gleiche gilt, wenn auch mit insgesamt weniger Nennungen im Bereich „sehr wichtig“, für die örtliche Straßenanbindung (Straße) und die Nähe zu Hauptkunden.

Abbildung 8 Wichtigkeit der Standortfaktoren

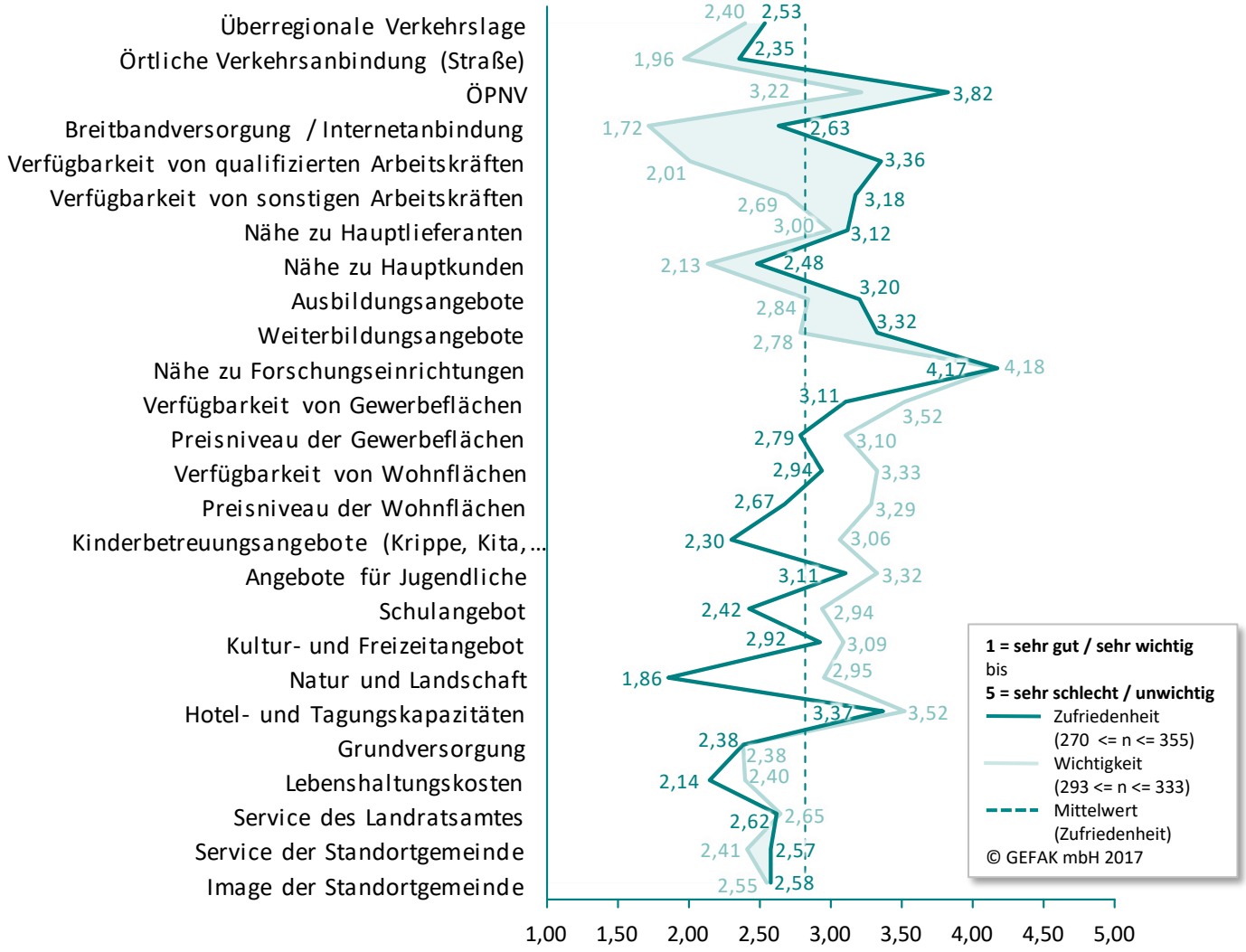


Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (293 <= n <= 333) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

2.3.3 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren

Eine Gegenüberstellung der Wichtigkeit mit den Zufriedenheitswerten der Standortfaktoren (vgl. Abbildung 9) zeigt, dass es bei einigen Faktoren eine große Diskrepanz zwischen ihrer Bedeutung und der Zufriedenheit gibt. Bei den Standortfaktoren, die deutlich höhere Wichtigkeits- als Zufriedenheitswerte aufweisen, ist ein Handlungsbedarf zu vermuten. Das trifft am offensichtlichsten auf die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften und die Breitbandversorgung / Internetanbindung zu, obwohl Letztere mit 2,6 einen überdurchschnittlichen Zufriedenheitswert erreicht. Weniger ausgeprägt, aber immer noch deutlich sichtbar ist die Diskrepanz bei der Verfügbarkeit von sonstigen Arbeitskräften sowie bei Aus- und Weiterbildungsangeboten. Kleinere Abweichungen gibt es bei der überregionalen Verkehrslage, der örtlichen Straßenanbindung, dem ÖPNV und dem Service der Standortgemeinde.

Abbildung 9 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(1)



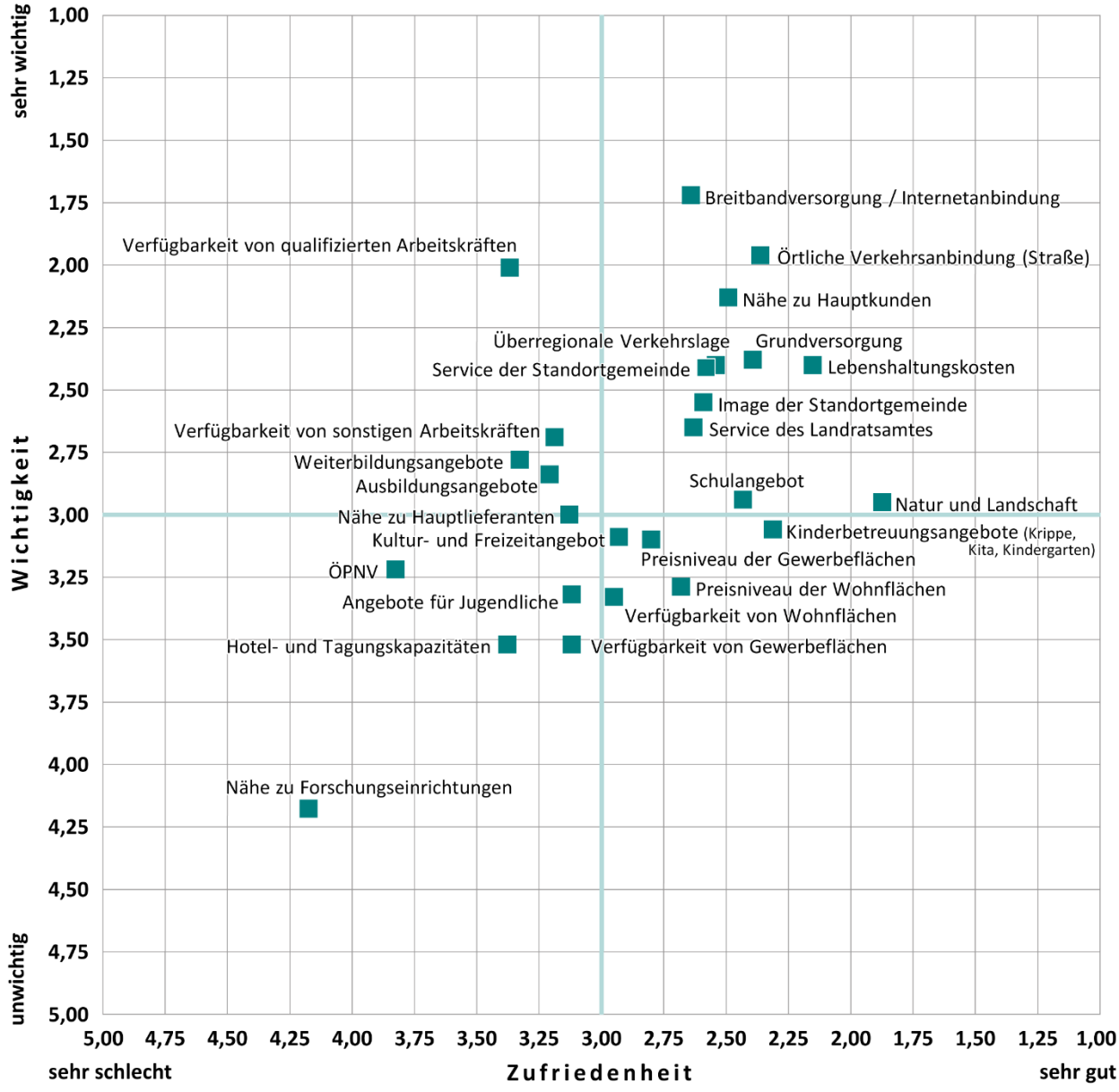
Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017

In Abbildung 10 sind Zufriedenheit und Wichtigkeit in anderer Weise dargestellt. In der oberen Hälfte stehen die wichtigeren Standortfaktoren. Dabei ist im linken oberen Quadranten (wichtig/geringere Zufriedenheit) die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften als die größte Herausforderung für die

Weiterentwicklung des Landkreises als Wirtschaftsstandort zu erkennen. Da dieser Quadrant auch die Verfügbarkeit von sonstigen Arbeitskräften sowie die Aus- und Weiterbildungsangebote beinhaltet, ist der Arbeitsmarkt insgesamt der für die Standortentwicklung kritische Bereich.

Der rechte obere Quadrant zeigt mit der örtlichen Straßenanbindung, der Breitbandversorgung, der Grundversorgung, den Lebenshaltungskosten sowie der Nähe zum Hauptkunden Standortstärken des Landkreises, die aufgrund ihrer großen Bedeutung – trotz guter Zufriedenheitswerte und soweit diese im Einflussbereich des Landkreises liegen – kontinuierlich bearbeitet werden sollten.

Abbildung 10 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(2)



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (270 <= n <= 355 für die Zufriedenheit und 293 <= n <= 333 für die Wichtigkeit)

Auf die Frage, welche Entwicklungsschwerpunkte die Standortgemeinde setzen sollte bzw. welches Image sie aufbauen sollte, antworteten 139 Betriebe. Deren Aussagen sind in Abbildung 11 wiedergegeben.

Auch hier liegen die einzelbetrieblichen Ergebnisse der Wirtschaftsförderung vor, sodass eine räumliche Differenzierung nach einzelnen Standortgemeinden vorgenommen werden kann.

Abbildung 11 Entwicklungsschwerpunkte für die Standortgemeinden aus Sicht der Unternehmen

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 139)

2.3.4 Standortzufriedenheit im Vergleich

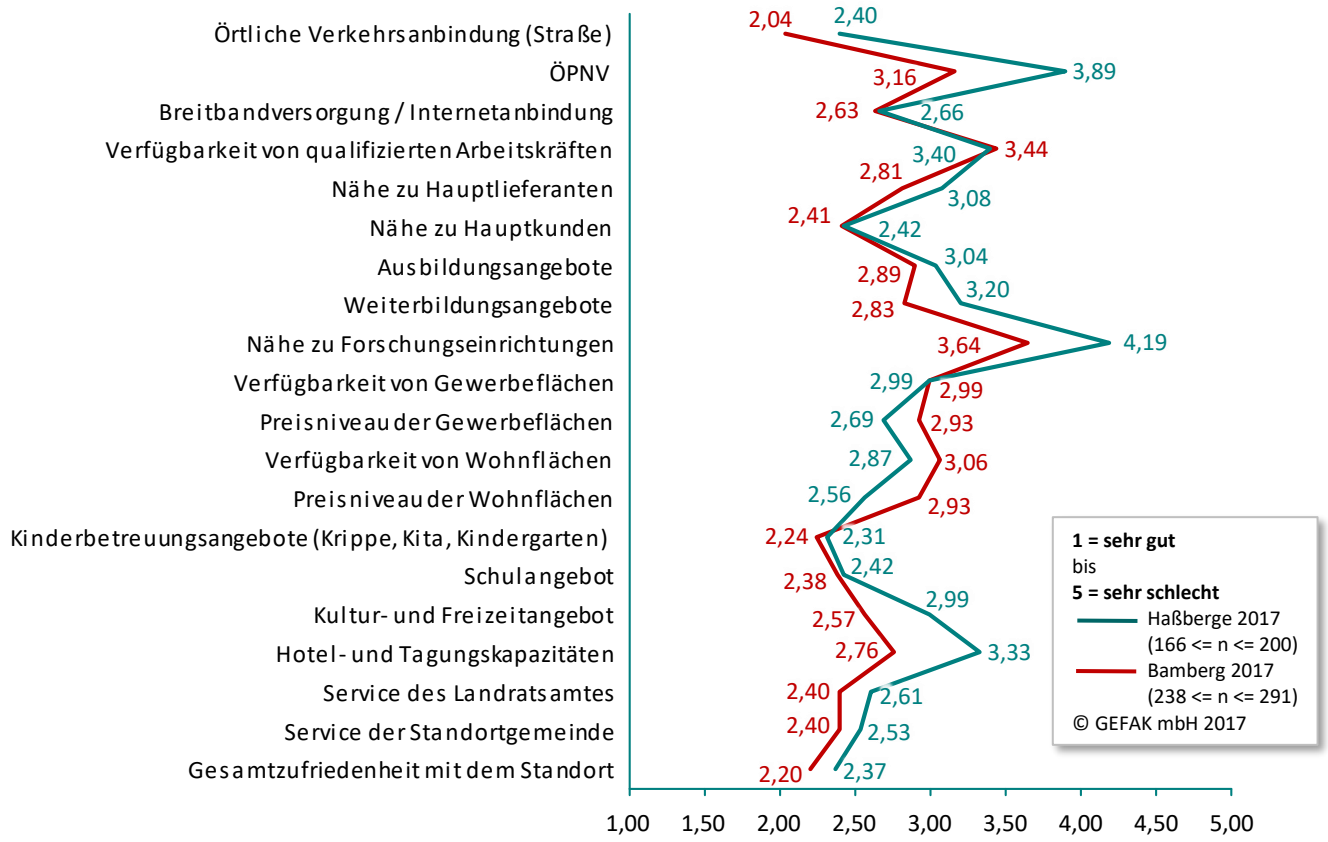
Im Folgenden werden die Standorteinschätzungen der befragten Unternehmen im Landkreis Haßberge mit anderen Landkreisen (vgl. Abbildung 12) verglichen, deren Befragungsergebnisse mit der gleichen Methodik durch die GEFAK erhoben wurden.

Abbildung 12 Lage der Vergleichslandkreise

Quelle: ROB 2000, verändert; Einwohnerzahlen: Wikipedia, Stand 31.12.2015, Zugriff 29.06.2017

Abbildung 13 zeigt zunächst den Vergleich mit dem Nachbarlandkreis Bamberg. Die Unternehmen im Landkreis Haßberge sind mit dem Wohnflächenangebot (Verfügbarkeit und Preisniveau) und dem Preisniveau der Gewerbeflächen zufriedener als ihre Kollegen im Landkreis Bamberg. Deutlich schlechtere Zufriedenheitswerte erhält der Landkreis Haßberge beim ÖPNV, bei der Nähe zu Forschungseinrichtungen, beim Kultur- und Freizeitangebot sowie bei den Hotel- und Tagungskapazitäten.

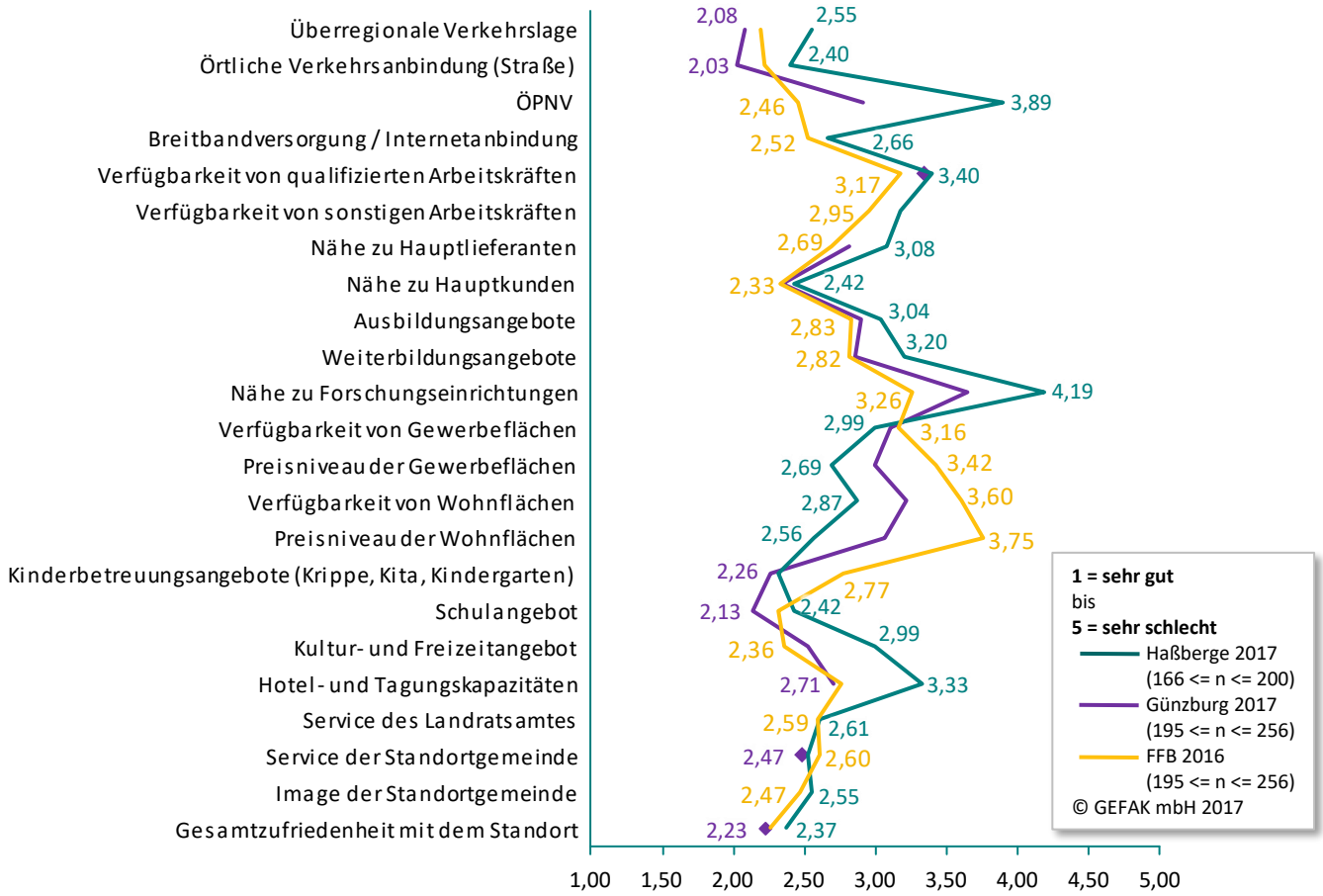
Abbildung 13 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Bamberg



Quelle: Unternehmensbefragungen Landkreis Haßberge und Landkreis Bamberg
Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe mit 5-999 Beschäftigten berücksichtigt.

Der Vergleich mit den Landkreisen Günzburg und Fürstenfeldbruck (Abbildung 14) bestätigt die relativen Stärken (Flächenangebot) und Schwächen (ÖPNV, Forschungseinrichtungen, Kultur-/Freizeitangebote, Hotel-/Tagungskapazitäten) des Landkreises Haßberge.

Abbildung 14 Standortbewertung im regionalen Vergleich: Günzburg und Fürstenfeldbruck



Quelle: Unternehmensbefragungen Landkreis Haßberge, Landkreis Günzburg und Landkreis Fürstenfeldbruck
Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe mit 5-999 Beschäftigten berücksichtigt.

2.4 Entwicklungspläne und Standortanforderungen

2.4.1 Mittelfristige Entwicklungspläne der Unternehmen

Die Entwicklungspläne der Unternehmen sind insgesamt sehr dynamisch. Es gibt mehr Unternehmen mit expansiven Entwicklungsplänen in den kommenden drei Jahren als Unternehmen, die in diesem Zeitraum Schrumpfungsmaßnahmen planen. Weil im Rahmen der Befragung keine genauen Angaben (z.B. Investitionsvolumen, Anzahl geplanter Entlassungen etc.) möglich waren, können aus den vorliegenden Zahlen keine „Nettoeffekte“ berechnet werden. Außerdem ist zu beachten, dass diese sensible Frage nicht alle Befragten beantwortet haben. Die folgenden prozentualen Angaben beziehen sich also auf eine kleinere Teilmenge.

Je knapp über 50 Prozent der hier antwortenden Unternehmen planen eine Neueinstellung von Beschäftigten, die Einführung neuer Dienstleistungen bzw. Produkte oder eine Standortmodernisierung bzw. Instandhaltungsmaßnahmen. 14 Prozent der Betriebe wollen ihren Standort erweitern oder neue Filialen eröffnen (vgl. Abbildung 15).

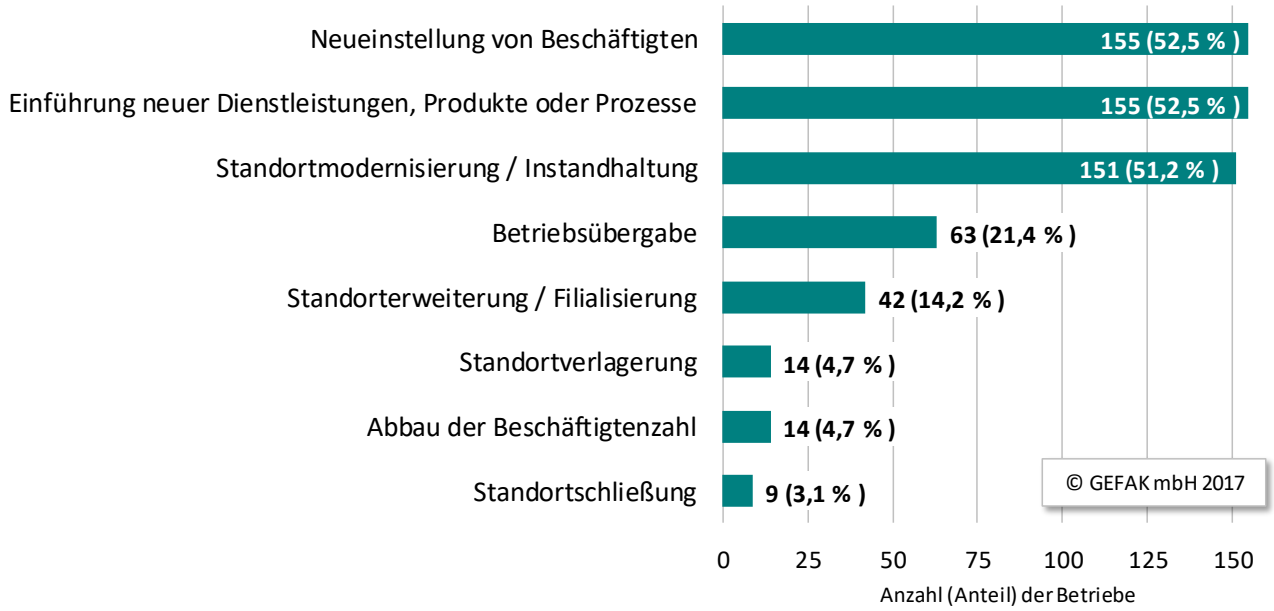
Den 155 Betrieben, die Neueinstellungen planen, stehen 14 Betriebe mit 486 Beschäftigten gegenüber, welche einen Personalabbau vorsehen.

42 Betriebe mit insgesamt über 3142 Beschäftigten planen eine Standorterweiterung bzw. Filialisierung. Davon umfasst ein Unternehmen etwa die Hälfte dieser Beschäftigtenzahl. Eine Standortverlagerung ziehen 14 Betriebe mit insgesamt 186 Beschäftigten in Betracht. Zu prüfen wäre, ob diese Verlagerung innerhalb oder nach außerhalb des Landkreises geplant ist. Eine Standortschließung erwägen neun Betriebe mit jeweils unter 10 Beschäftigten (bei den Unternehmen mit entsprechenden Angaben).

63 Betriebe mit rund 890 Beschäftigten wollen in den kommenden drei Jahren ihren Betrieb an einen Nachfolger übergeben.

Aufgrund der Befragung in nicht-anonymer Form sind der Wirtschaftsförderung die jeweiligen Betriebe bekannt, sodass eine gezielte Ansprache möglich ist.

Abbildung 15 Unternehmensplanungen bis 2019



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 295; Mehrfachantworten)

2.4.2 Flächenbedarf und -überkapazitäten

67 Betriebe, das sind gut 20 Prozent der antwortenden Unternehmen, haben an ihrem Standort Flächenerweiterungsbedarf. Sechs dieser Betriebe bewerten die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen als schlecht oder gar sehr schlecht.

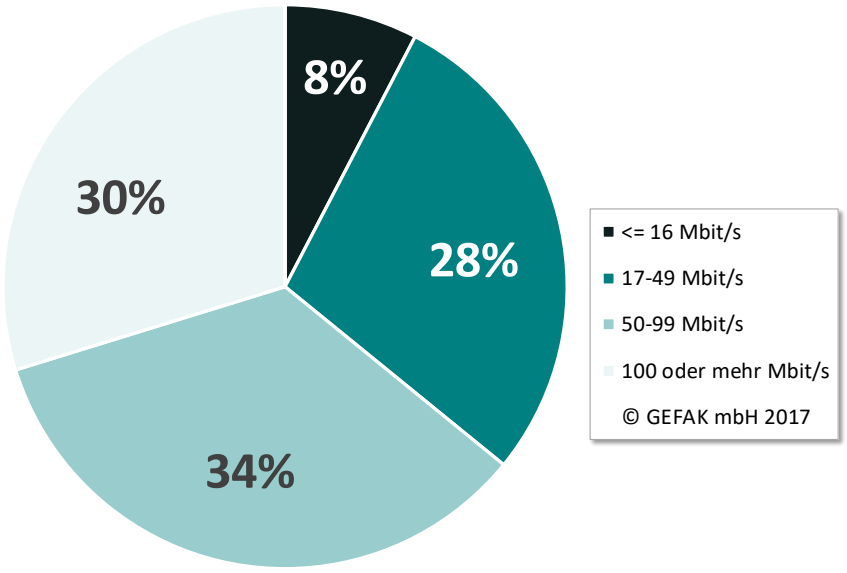
Die 51 Betriebe, die ihren Bedarf quantifiziert haben, unterscheiden sich bezüglich Nutzungsart (Lagerhalle, Bürofläche, Landwirtschaftliche Nutzfläche etc.) und Flächengröße (von 60 m² bis zu 6.000 m²) enorm. Die einzelbetrieblichen Daten liegen der Wirtschaftsförderung vor, um individuelle Bedarfe bearbeiten zu können.

22 Unternehmen geben an, dass sie derzeit über ungenutzte Flächen verfügen. Dabei handelt es sich um unterschiedlichste Angebote, von einer großen nicht näher spezifizierten Fläche, über kleinere Büroflächen und verschiedene Lagerflächen bis hin zu Tagungsräumen.

2.4.3 Breitbandversorgung

Die schnelle Internetverbindung ist mit einer Bewertung von 1,7 einer der aus Unternehmersicht wichtigsten Standortfaktoren im Landkreis Haßberge (vgl. Kapitel 2.3, Abbildung 9). Abbildung 16 zeigt den Bedarf der Betriebe hinsichtlich ihrer Breitbandversorgung (vgl. dazu auch Kapitel 2.7 Nachhaltigkeit und Digitalisierung).

Abbildung 16 Benötigte Bandbreite



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 262)

2.5 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf

2.5.1 Zur Beschäftigtenstruktur

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die 382 Betriebe mit detaillierten Beschäftigtenangaben. Diese boten zum Stichtag 31.12.2016 an der angeschriebenen Betriebsstätte 9.040 Arbeitsplätze (einschließlich Auszubildender). 28 Prozent der hier erfassten Arbeitsplätze entfallen auf Frauen (zum Vergleich: Die Frauenquote an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Landkreis Haßberge lag im Jahr 2016 laut amtlicher Statistik bei 43,2 Prozent). Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten liegt insgesamt bei 21 Prozent, zeigt aber bei den Geschlechtern eine deutliche Diskrepanz: Rund 53 Prozent der Frauen arbeiten in Teilzeit, bei den Männern sind es dagegen nur rund sieben Prozent.

In Industrie, Handwerk und Verkehr sind die Frauenanteile (13-22 %) deutlich niedriger als in den anderen Sektoren. Besonders geringe Teilzeitquoten liegen in Industrie (9%) und Handwerk (17%) vor. Den höchsten Anteil an Arbeitnehmerinnen hat der Sektor Hotellerie/Gastgewerbe. Hier liegt die Frauenquote bei 71 Prozent, die Sonstigen Dienstleistungen kommen auf 61 und der Einzelhandel auf 49 Prozent.

Über alle Sektoren hinweg ist eine deutliche Differenz der Teilzeitquote zwischen Männern und Frauen sichtbar. Besonders im Handwerk (Teilzeitquote Frauen: 52 %, Männer: 7 %), in der Industrie (Teilzeitquote Frauen: 39 %, Männer: 3 %), in der Hotellerie / Gastronomie (Teilzeitquote Frauen: 80 %, Männer: 35 %) und den Sonstigen Dienstleistungen (Teilzeitquote Frauen: 58 %, Männer: 14 %) ist das Phänomen klar erkennbar.

Am 31.12.2016 waren in 114 Unternehmen insgesamt 499 Auszubildende beschäftigt. Damit machen Ausbildungsbetriebe 30 Prozent der antwortenden Betriebe aus. Die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung in den einzelnen Wirtschaftsbereichen zeigt Tabelle 5.

Tabelle 5 Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen

	Ausbildungs-betriebe	Anteil*	Auszubildende pro Ausbildungsbetrieb	Anteil Azubis an allen Beschäftigten des Sektors
Landwirtschaft (n = 11)	1	9,1 %	1,0	2,0 %
Industrie (n = 35)	16	45,7 %	11,4	4,8 %
Handwerk (n = 122)	47	38,5 %	3,0	9,7 %
Handel (n = 58)	18	31,0 %	4,4	9,9 %
Gastgewerbe (n = 29)	6	20,7 %	1,7	4,5 %
Verkehr (n = 14)	0	0,0 %	0,0	0,0 %
Sonstige Dienstleistungen (n = 67)	26	38,8 %	3,3	5,9 %
Summe gesamt:	**114**	**33,9 %**	**4,4**	**6,2 %**

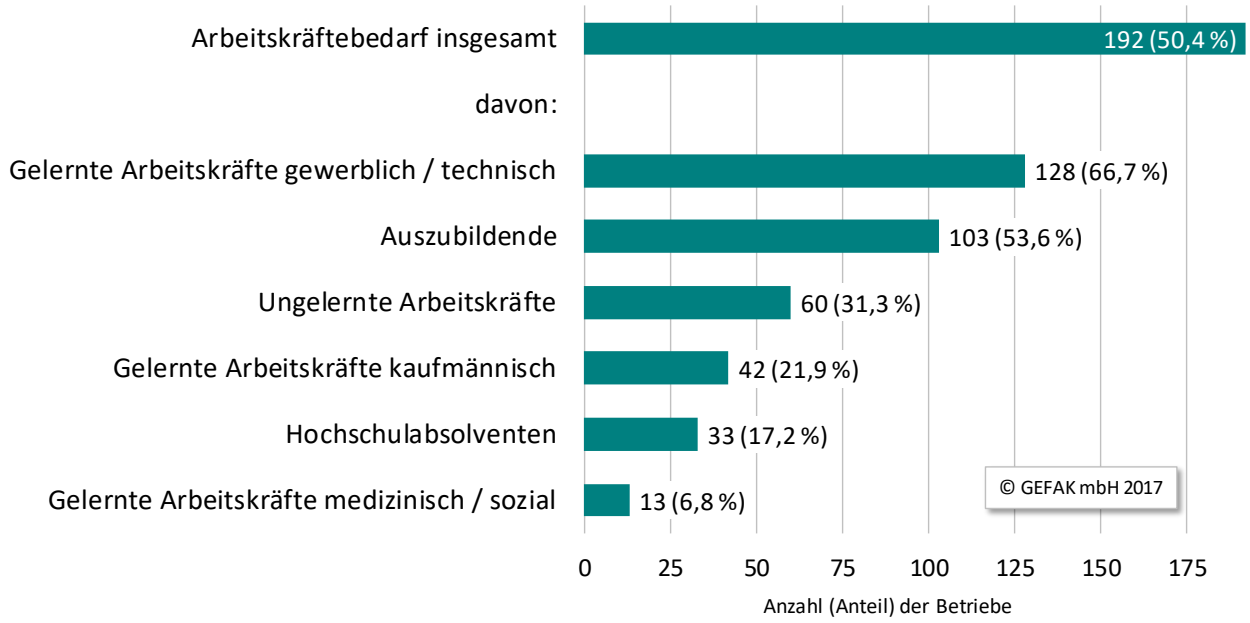
Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 157 = Betriebe mit Angabe „Beschäftigte am Standort“)
* Anteil der Ausbildungsbetriebe an allen Betrieben des jeweiligen Wirtschaftsbereichs mit Beschäftigtenangaben

Der Anteil der Auszubildenden an allen Beschäftigten liegt bei sechs Prozent. Allerdings gibt es auch hier deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sektoren. Die höchste Ausbildungsquote hat mit knapp zehn Prozent der Einzelhandel, dicht gefolgt vom Handwerk. Die anderen Sektoren folgen mit deutlichem Abstand.

2.5.2 Arbeitskräftebedarf

192 Betriebe, also rund 50 Prozent der antwortenden Unternehmen, haben in den nächsten zwölf Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften. Deutlich mehr als die Hälfte dieser Betriebe benötigt Auszubildende und gelernte Arbeitskräfte im gewerblich-technischen Bereich (vgl. Abbildung 17).

Abbildung 17 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 382; Mehrfachantworten)

Die 139 Betriebe, die ihren Arbeitskräftebedarf quantifiziert haben, wollen innerhalb dieser Jahresfrist rund 561 zusätzliche Stellen besetzen. Den größten Anteil daran haben mit einem Stellenbedarf von 239 die gewerblich-technischen Arbeitskräfte gefolgt von 131 Stellen für Auszubildende. Auch für andere Arbeitskräfte finden sich einige zu besetzende Stellen (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6 Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate

Arbeitskräfte	Unternehmen mit Bedarf	Unternehmen, die den Bedarf quantifiziert haben	Summierter Arbeitskräftebedarf
Hochschulabsolventen	33	27	50
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	128	95	239
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	42	29	44
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / sozial	13	7	9
Ungelernte Arbeitskräfte	60	45	88
Auszubildende	103	67	131
Summe:	**192***	**139***	**561**

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 192 für allgemeinen Bedarf und n = 139 für quantifizierten Bedarf)
* überschneidungsfrei

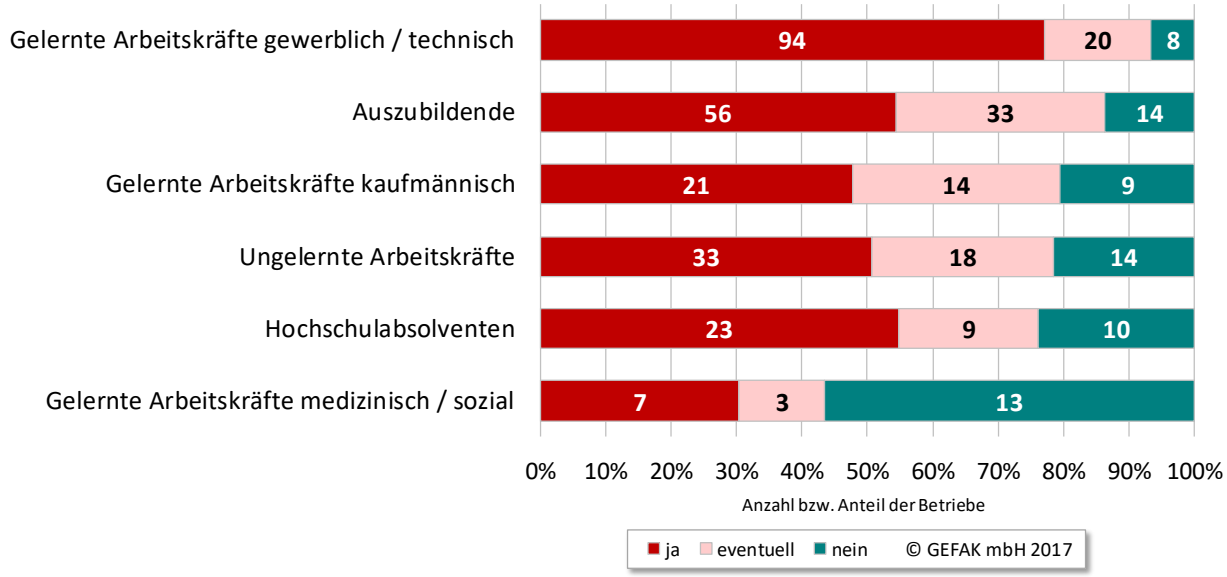
Zusätzlich wurde abgefragt, welche beruflichen Qualifikationen von den Unternehmen gesucht werden. Diese Angaben stehen einzelbetrieblich zur Verfügung.

Bei der Frage, welche Voraussetzungen ausländische Arbeitskräfte für die Integration in die Unternehmen erfüllen müssen, drehte sich eine sehr deutliche Mehrheit der Antworten um ausreichende Sprach-/Deutschkenntnisse. Nur relativ wenige Nennungen bezogen sich auf Motivation, Pünktlichkeit, Fachkenntnisse oder formelle Sicherheiten wie zum Beispiel der Aufenthaltsstatus bei geflüchteten Personen.

2.5.3 Stellenbesetzungsprobleme

Für die Zukunft erwarten 135 Betriebe bei der Besetzung der geplanten Stellen sicher Probleme, das sind mehr als 70 Prozent der 192 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf. Die meisten Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung werden bei gewerblich-technischen Fachkräften erwartet. Über 70 Prozent der antwortenden Betriebe gehen fest davon aus, bei dieser Zielgruppe Stellenbesetzungsprobleme zu bekommen. Weitere 20 Prozent erwarten eventuell Schwierigkeiten. Abbildung 18 zeigt, dass die Unternehmen auch bei der Besetzung von Stellen in den anderen Berufsgruppen Sorgen haben.

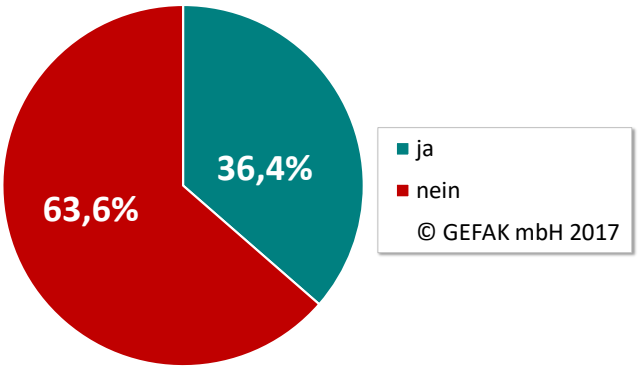
Abbildung 18 Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 184; Mehrfachantworten)

Das Gros der nicht besetzten Stellen bilden Berufe aus dem technischen und handwerklichen Bereich (insbesondere: Anlagenmechaniker, Elektriker, Maler/Lackierer, Schreiner und Metallbauer). In der Gesundheitswirtschaft fehlen vor allem Apotheker und Zahnmedizinische Assistenzkräfte. Vielfältige Nachfrage existiert auch in den Bereichen Bau (v.a. Maurer), Dienstleistung und Logistik (v.a. Friseure, Berufskraftfahrer) sowie im für die Region besonders wichtigen Gastronomie/Tourismus-Bereich (v.a. Köche).

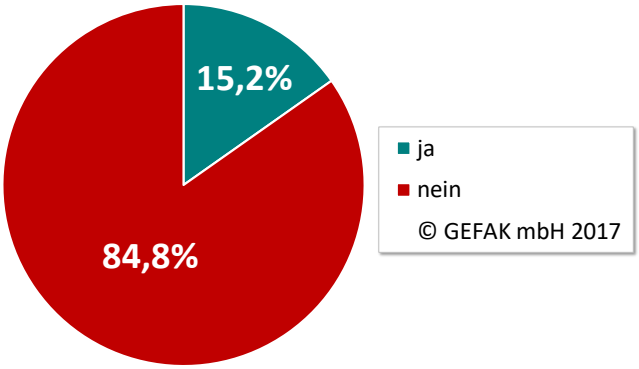
Abbildung 19 Vergeblicher Versuch Arbeitsplatz zu besetzen



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 357)

Analog zu den Stellenbesetzungsproblemen weisen technische und handwerkliche Ausbildungsstellen, die nicht besetzt wurden, die häufigsten Nennungen auf (v.a. Maler, Metallbauer, Maurer, Mechaniker, Zimmerer). Als weiterer wichtiger Bereich, in dem viele Ausbildungsstellen nicht besetzt werden konnten, stellte sich der Einzelhandel heraus (v.a. Verkäufer).

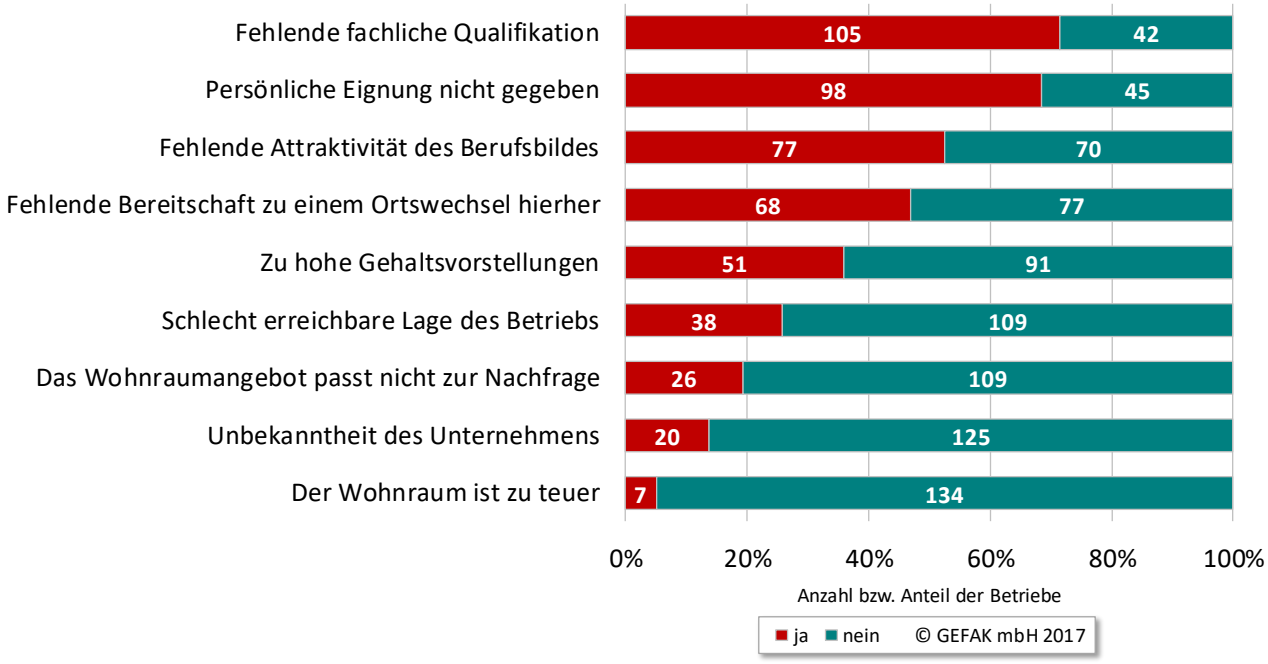
Abbildung 20 Vergeblicher Versuch Ausbildungsplatz zu besetzen



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 348)

Für die Probleme bei der Rekrutierung von Fachkräften führen über 70 Prozent der antwortenden Betriebe die fehlende Qualifikation und weitere 68 Prozent die fehlende persönliche Eignung an. Jeweils circa 50 Prozent sehen in der fehlenden Attraktivität des Berufsbildes sowie in der fehlenden Bereitschaft zum Ortswechsel eine Ursache. Die anderen Gründe für die Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung folgen mit etwas Abstand, haben aber durchaus eine hohe Zahl an absoluten Nennungen (vgl. Abbildung 21).

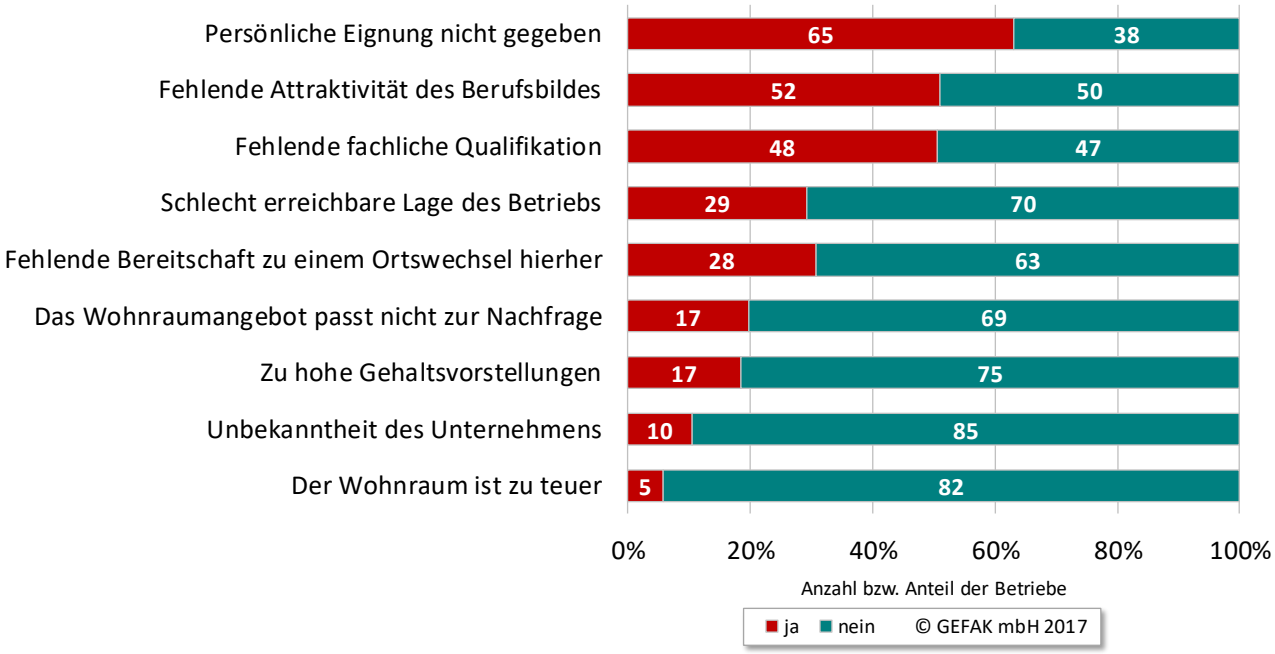
Abbildung 21 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 171; Mehrfachantworten)

Bei der Suche nach Auszubildenden sind ebenfalls die fehlende persönliche Eignung und die fehlende Attraktivität des Berufsbildes bedeutende Ursachen, zudem scheint auch hier die fehlende fachliche Qualifikation ein Problem zu sein. Andere Gründe spielen eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 22).

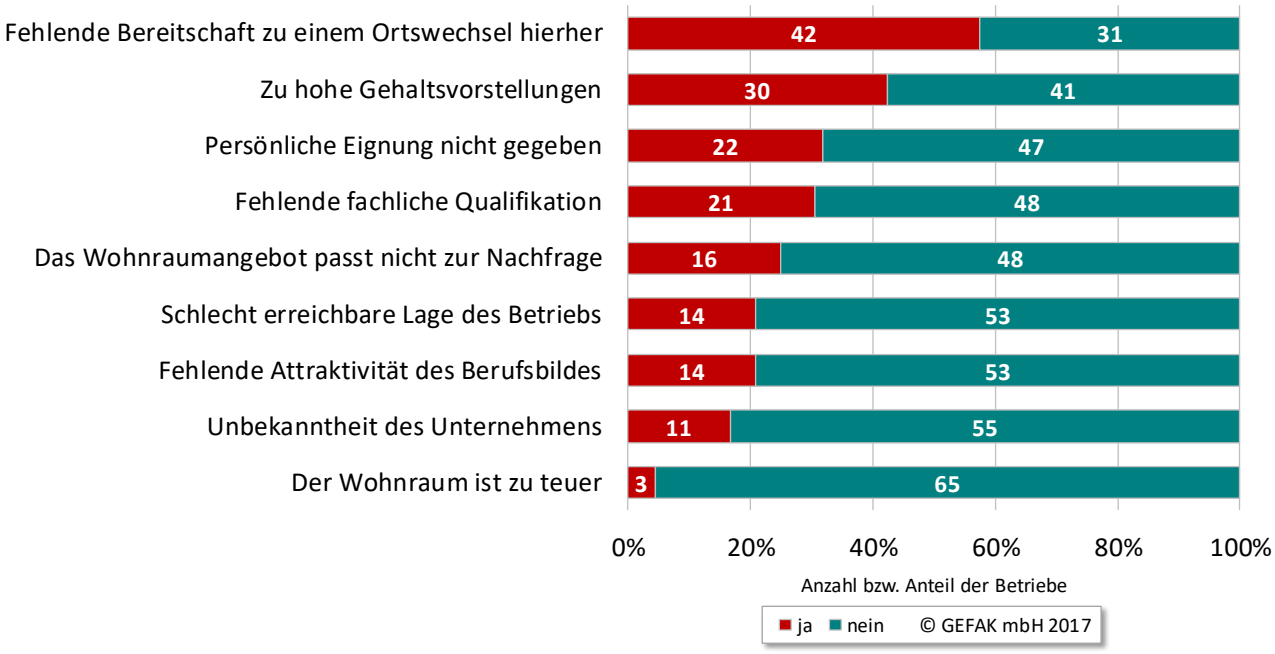
Abbildung 22 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 120; Mehrfachantworten)

Probleme bei der Rekrutierung von Akademikern speisen sich vor allem aus der fehlenden Bereitschaft in den Landkreis zu ziehen. Auch zu hohe Gehaltsvorstellungen spielen dabei eine wichtige Rolle. Andere Gründe folgen erst mit deutlichem Abstand (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23 Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Akademikern

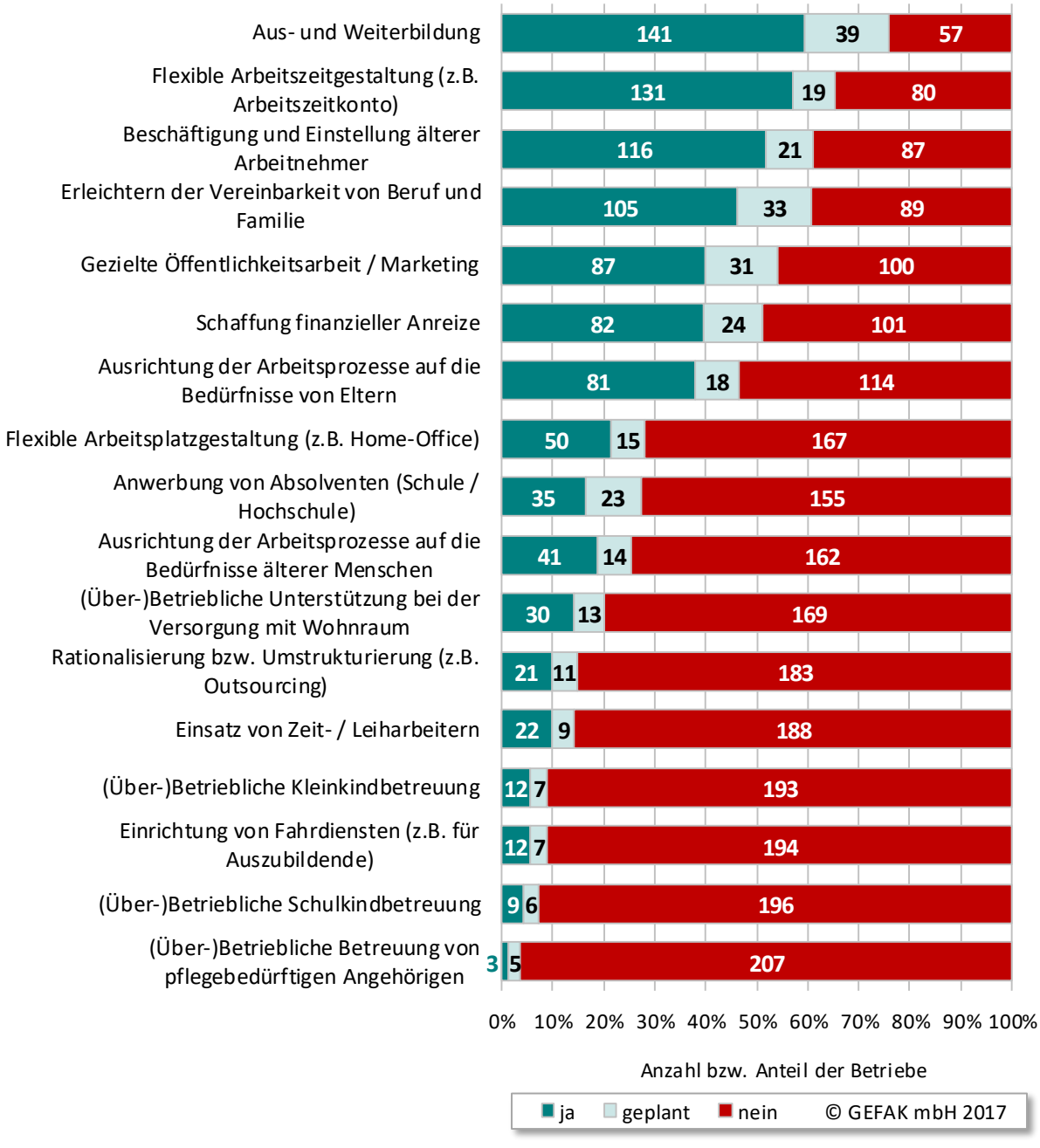


Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 89; Mehrfachantworten)

2.5.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

Die mit Abstand am häufigsten genannte betriebliche Maßnahme zur Sicherung des Fachkräftebedarfs ist die Aus- und Weiterbildung. 60 Prozent der Betriebe setzen bereits darauf, einige weitere planen die Einführung. Es folgt die flexible Arbeitszeitgestaltung in knapp 57 Prozent der Betriebe. Jeweils circa die Hälfte der Betriebe setzt auf die Beschäftigung bzw. Einstellung älterer Arbeitnehmer oder achtet insbesondere auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Auch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit wird von etwas weniger als der Hälfte der Betriebe als Instrument zur Fachkräftesicherung genutzt (vgl. Abbildung 24).

Abbildung 24 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

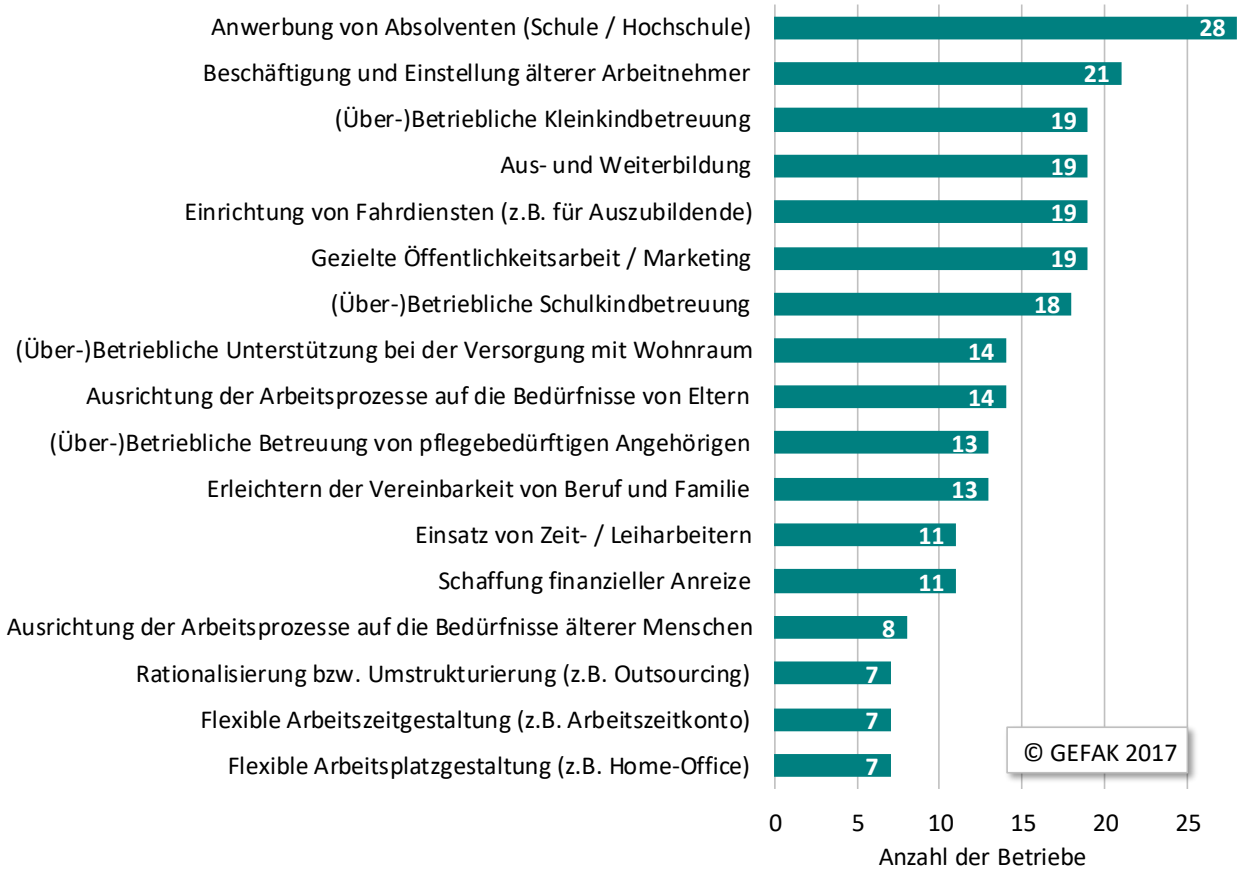


Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 267; Mehrfachantworten)

In diesen Zahlen kommt die Einsicht der Unternehmer zum Ausdruck, dass es einer Vielzahl von Maßnahmen bedarf, um dem knapper werdenden Pool der Fachkräfte zu begegnen. Es wird in Aus- und Weiterbildung investiert, damit der eigene Fachkräftebedarf zumindest teilweise aus dem eigenen Mitarbeiterstamm gedeckt werden kann. Zusätzlich wird das Arbeitsumfeld generell attraktiver gestaltet und man geht ergänzend auf die Bedürfnisse spezieller Zielgruppen ein (ältere Arbeitnehmer) oder schafft finanzielle Anreize. Zurückhaltend sind die Unternehmen mit betrieblichen Angeboten zur Kinderbetreuung, obwohl diese ein wichtiger Baustein für eine größere Familienfreundlichkeit des Betriebs sein kann. In diesem Zusammenhang ist es erfreulich, dass einige Betriebe sich an den Kosten der Kinderbetreuung beteiligen oder bei der Pflege von Angehörigen unterstützen.

Mit der Befragung konnten einige Betriebe identifiziert werden, die an innovativeren Maßnahmen interessiert sind und – gegebenenfalls auch betriebsübergreifend – dazu weiter informiert werden könnten. So zeigen 28 Betriebe Interesse am Thema Nachwuchskräftesicherung (Anwerbung von Absolventen aus Schule und Hochschule). Weitere 21 Betriebe möchten mehr über die Möglichkeiten zur Beschäftigung älterer Arbeitnehmer erfahren (vgl. Abbildung 25).

Abbildung 25 Betriebe, die Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung haben



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 77; Mehrfachantworten)

2.6 Regionale Vernetzung

2.6.1 (Hoch-)Schulkooperationen

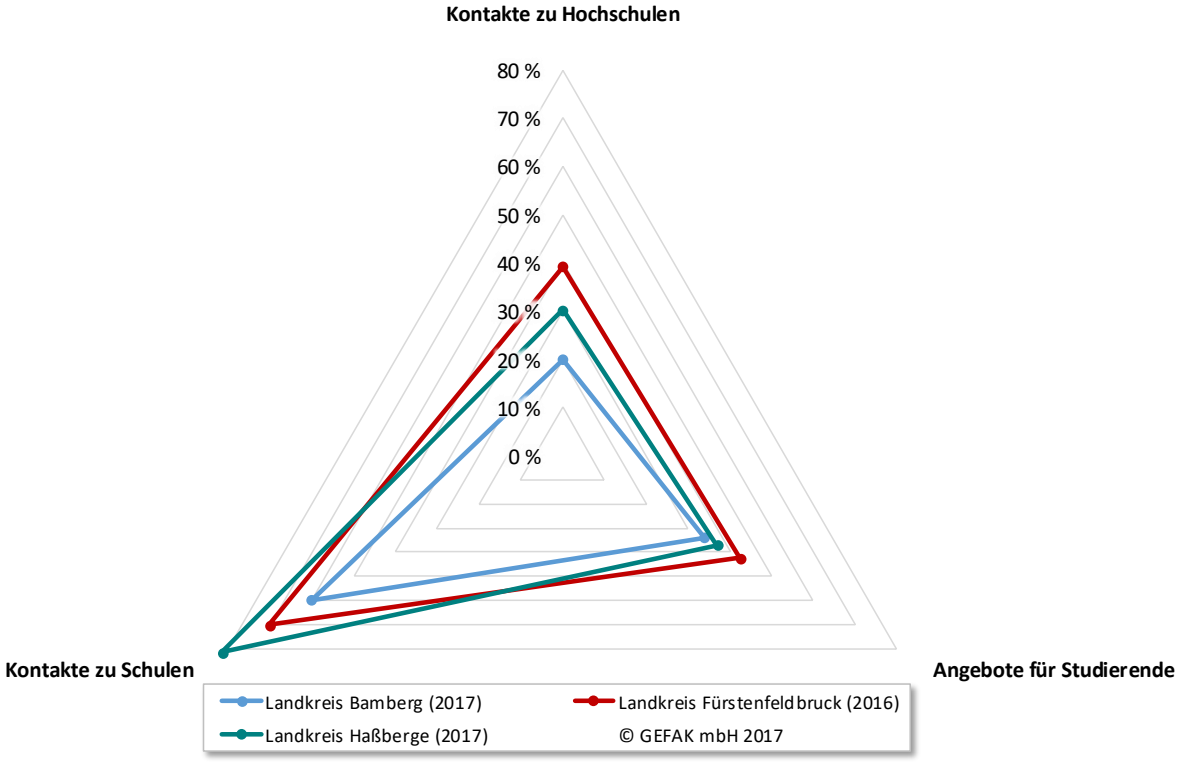
In einer zunehmend auf Wissen und Innovationen basierenden Wirtschaft werden die Kontakte der Unternehmen zu Hochschulen und sonstigen Forschungs- und Technologieeinrichtungen als besonders wichtig erachtet. Von den befragten Unternehmen geben 68 an, bereits solche Kontakte zu pflegen. Bezogen auf die 342 Betriebe, die diese Frage beantwortet haben, entspricht das einem Anteil von 20 Prozent. Weitere 14 Betriebe, die derzeit keine solchen Kontakte haben, bekunden ein Interesse daran.

65 der befragten Unternehmen haben Angebote für Studierende wie ein Duales Studium, Praktikumsplätze oder Abschlussarbeiten. Weitere 16 Betriebe zeigen erstmals Interesse diese Ausbildungsinstrumente anzubieten.

Die Möglichkeit, das Unternehmen über direkte Schulkontakte bei potenziellen Auszubildenden bekannt zu machen, nutzen derzeit bereits 178 Betriebe. Hier sind 15 Betriebe an einer erstmaligen Kooperation interessiert.

Ein Vergleich mit den Landkreisen Bamberg und Fürstenfeldbruck zeigt, dass die Vernetzung zwischen den Betrieben und den Schulen im Landkreis Haßberge am intensivsten ist. Hochschulkontakte und Angebote für Studierende kommen im Landkreis Haßberge häufiger vor als im Landkreis Bamberg, aber seltener als im Landkreis Fürstenfeldbruck (vgl. Abbildung 26)

Abbildung 26 Kooperationen der Betriebe mit (Hoch-)Schulen im Landkreisvergleich



Quelle: Unternehmensbefragungen Landkreis Haßberge, Landkreis Fürstenfeldbruck und Landkreis Bamberg
Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe ab 10 Beschäftigte berücksichtigt.

Zum Zukunftscoach im Landkreis Haßberge haben bislang 49 Betriebe (15 %) Kontakt, Interesse an einem Kontakt zeigen 35 weitere Betriebe.

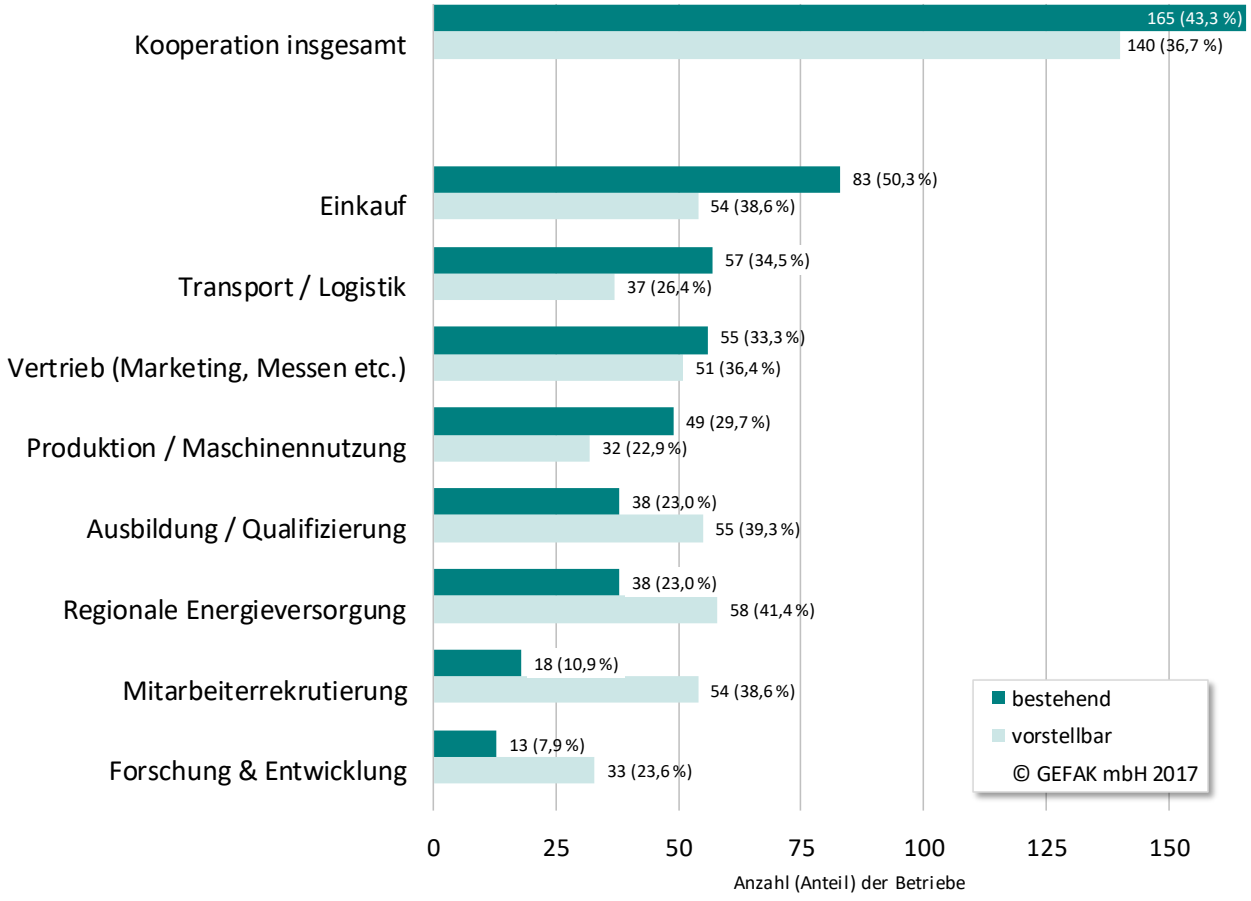
57 Betriebe, das sind gut 17 Prozent der Antwortenden, zeigen Interesse an einem Hochschulstandort im Landkreis Haßberge. Mit jeweils rund 20 Nennungen sprechen sich die meisten Unternehmer für MINT-Fächer bzw. Informatik oder Betriebswirtschaftslehre/Management aus.

2.6.2 Unternehmenskooperationen

Gut 43 Prozent der Antwortenden kooperieren bereits mit anderen Unternehmen im Landkreis. Die häufigsten Kooperationsfelder sind Einkauf (83 Nennungen), Transport/Logistik (57) sowie Vertrieb (Marketing, Messen etc.) (55). Mehr als ein Drittel (37 %) der Betriebe kann sich eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen im Landkreis vorstellen, darunter 74 Unternehmen, die offensichtlich erstmals kooperieren wollen.

Die größten Kooperationspotenziale stecken in der Regionalen Energieversorgung (58), der Ausbildung/Qualifizierung (55), der Mitarbeiterrekrutierung sowie im Einkauf (je 54). Bis auf den Einkauf gibt es in diesen Kooperationsfeldern und darüber hinaus bei Forschung und Entwicklung (33) mehr Interessenten als Betriebe mit bestehenden Kooperationen (vgl. Abbildung 27).

Abbildung 27 Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial



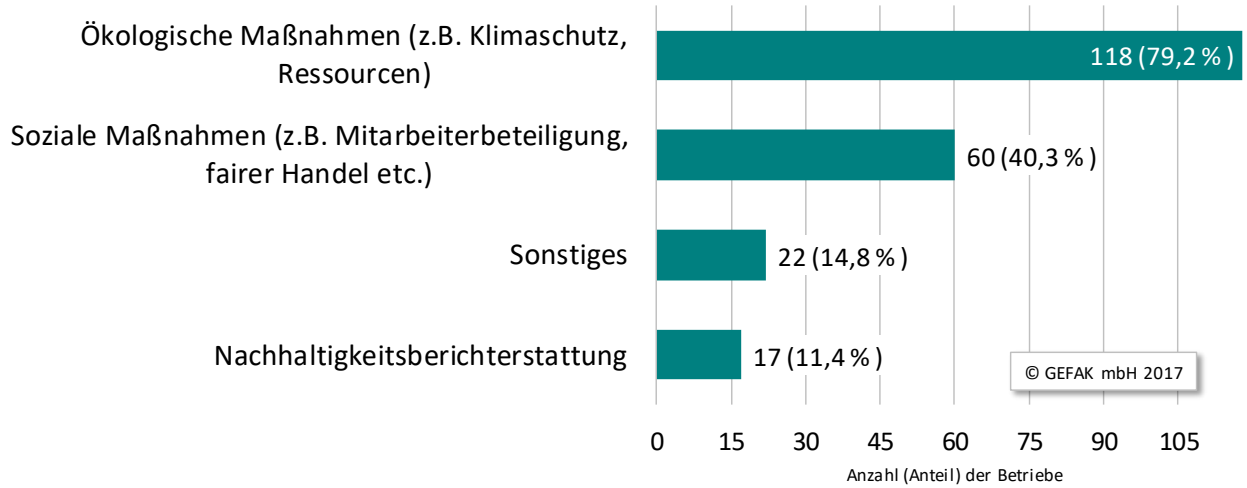
Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 381; Mehrfachantworten)

2.7 Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Das Thema Digitalisierung spielt in fast jedem vierten Betrieb (23,4 %) bereits heute eine wichtige Rolle. Wie schon in Kapitel 2.4.3 ausgeführt, ist die schnelle Internetverbindung mit einer Bewertung von 1,6 einer der aus Unternehmersicht wichtigsten Standortfaktoren im Landkreis Haßberge. Von den rund 50 Betrieben, die nähere Angaben zu den aus Ihrer Sicht größten Herausforderungen der Digitalisierung gemacht haben, entfallen 14 Nennungen auf die Produktion, also etwa auf die Steuerung und Vernetzung von Maschinen. Acht Betriebe nennen das Marketing und sechs die Logistik als Digitalisierungsfelder. Sechs Betriebe bezeichnen die Digitalisierung als wichtig für sämtliche Betriebsbereiche. Darunter befindet sich ein Unternehmen, das nach eigenen Angaben in der Digitalisierung bereits weit vorangeschritten ist und anbietet, seine Erfahrungen, etwa im Rahmen eines Vortrags, an andere Unternehmen weiterzugeben.

149 Betriebe (39 %) ergreifen bereits Maßnahmen zur Nachhaltigkeit. Dabei überwiegen bei Weitem ökologische Maßnahmen (vgl. Abbildung 28 und Abbildung 29).

Abbildung 28 Maßnahmen zur Nachhaltigkeit



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 149; Mehrfachantworten)

Abbildung 29 Soziale (links) und Ökologische (rechts) Maßnahmen (Freitextnennungen)

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 38 bei Sozialen Maßnahmen; n= 101 bei Ökologischen Maßnahmen)

2.8 Wirtschaftsförderung und Standortmarketing

2.8.1 Anforderungen an die Wirtschaftsförderung

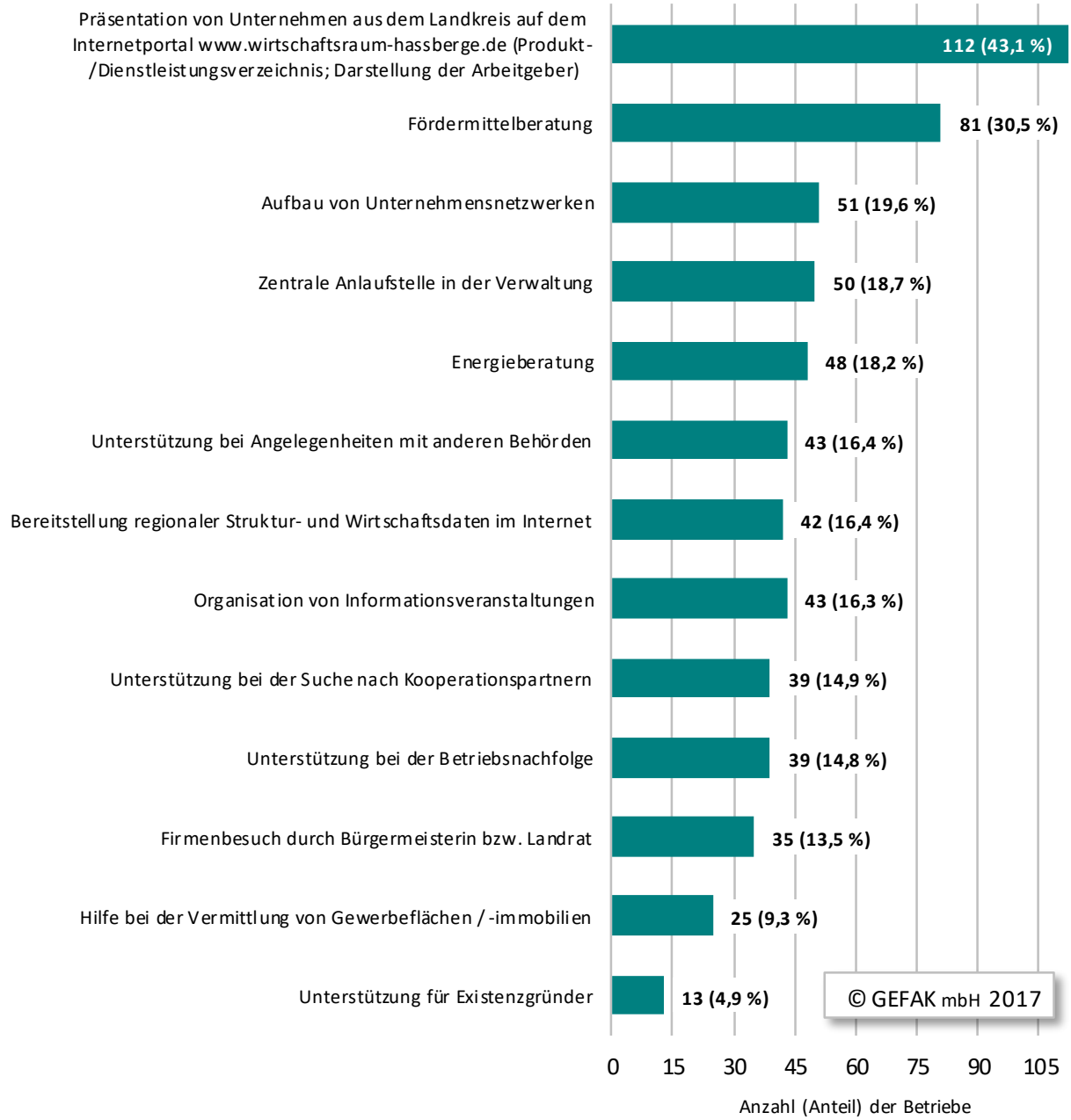
Zur bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Serviceangebote der Wirtschaftsförderung wurden die Betriebe gefragt, wie wichtig ihnen in Zukunft welche Angebote sind (vgl. Abbildung 30). 69 Prozent der Befragten halten eine zentrale Anlaufstelle in der Verwaltung für wichtig oder gar sehr wichtig. Die Unterstützung bei Anliegen mit anderen Behörden, die Fördermittelberatung sowie die Präsentation der Unternehmen auf dem Internetportal des Landkreises werden von mehr als der Hälfte der antwortenden Unternehmen als (sehr) wichtig angesehen.

Abbildung 30 Wichtigkeit von Wirtschaftsförderungsaktivitäten

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 329; Mehrfachantworten) - Sortierung nach Summe aus 1 + 2

Der konkrete und aktuelle Bedarf der Betriebe an Serviceangeboten der Wirtschaftsförderung lässt sich in Abbildung 31 erkennen. Die häufigsten Nennungen entfallen auf die Präsentation der Unternehmen auf dem Internetportal des Landkreises, die Fördermittelberatung, den Aufbau von Unternehmensnetzwerken und die Präsenz der Wirtschaftsförderung als zentrale Anlaufstelle in der Verwaltung. Die Abbildung zeigt weiter, dass auch zu allen weiteren Themen ein zum Teil erheblicher einzelbetrieblicher Beratungsbedarf besteht. Die Ergebnisse können zur weiteren Optimierung der Serviceangebote – je nach Zuständigkeit – bei der Wirtschaftsförderung des Kreises bzw. bei den regionalen Kooperationspartnern genutzt werden.

Abbildung 31 Konkreter Bedarf an Wirtschaftsförderungsaktivitäten



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n = 283; Mehrfachantworten)

2.8.2 Zum Standortmarketing

Gut ein Drittel der Unternehmen gab an, dass der Landkreis Haßberge eine Rolle bei der Vermarktung ihres Unternehmens spielt. Für 60 Prozent dieser Unternehmen ist dies eine positive, also förderliche Rolle. Ein Drittel der Betriebe sieht die Vermarktung durch ihren Standort im Landkreis erschwert. Acht Prozent sehen sowohl positive als auch negative Effekte in diesem Bereich.

Die wichtigsten Maßnahmen nach Ansicht der Unternehmen sind der Ausbau der Infrastruktur, eine weitere Konzentration auf die Tourismusförderung sowie die Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Region (vgl. Abbildung 32). Alle Nennungen stehen der Wirtschaftsförderung und dem Regionalmanagement zur Verfügung.

Abbildung 32 Wichtigste Maßnahmen zur Vermarktung des Landkreises aus Unternehmenssicht

Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (n =126)

3 Stärken und Schwächen des Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort

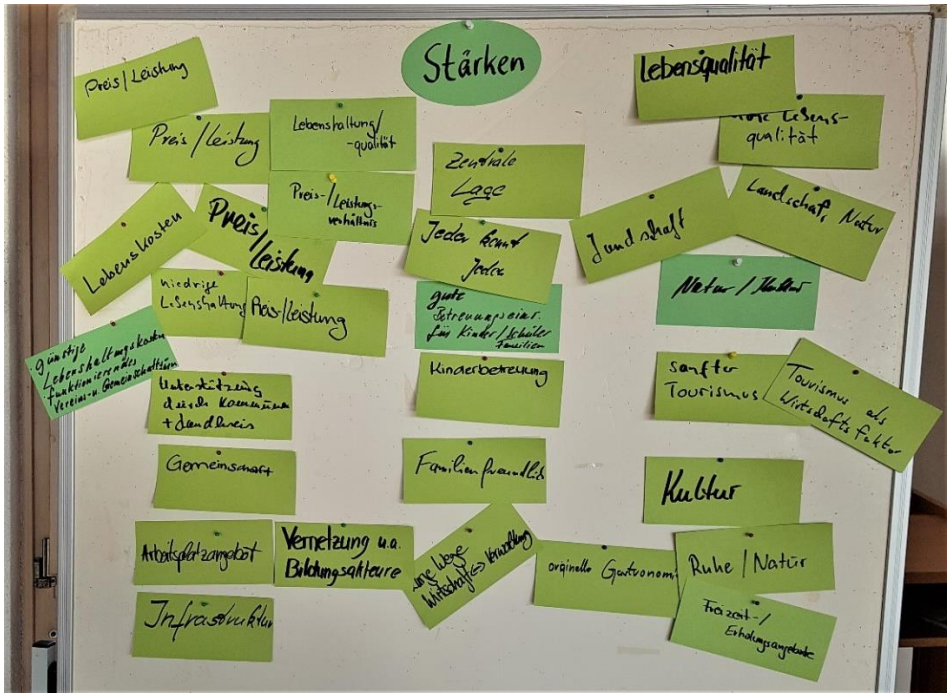
3.1 Die Sicht der Experten

Die Analyse der Stärken und Schwächen des Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort erfolgte schrittweise. Der erste Schritt war die Erstellung eines Stimmungsbildes im Rahmen der ersten Sitzung der Lenkungsgruppe. Dieses Bild beinhaltete folgende zentrale Aspekte (vgl. Abbildung 33):

Stärken

Niedrige Lebenshaltungskosten	Hohe Lebensqualität	Tourismus	Landschaft/Natur
Arbeitsplatzangebot	Kinderbetreuung	Gemeinschaft	Kultur
Enge Zusammenarbeit Wirtschaft u. Verwaltung			

Abbildung 33 Stimmungsbild der Experten: Stärken des Landkreises Haßberge

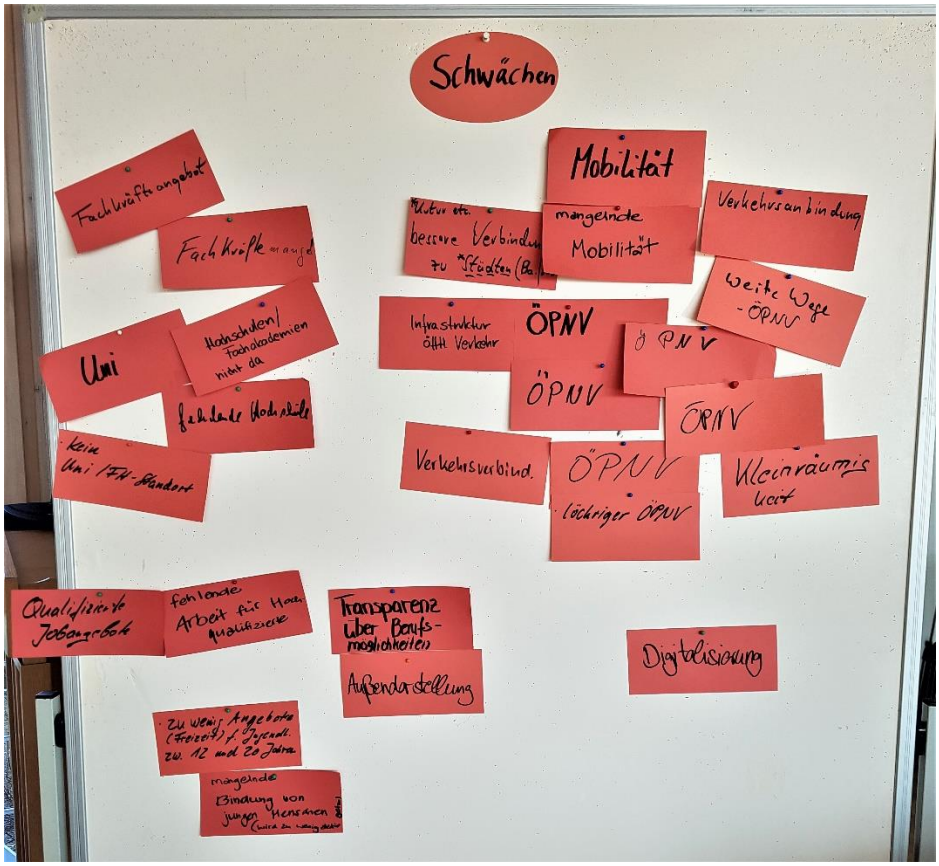


Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 1. Sitzung der Lenkungsgruppe am 26.01.2017

Schwächen

Fachkräfteangebot/-mangel	Mobilität/ÖPNV	Fehlende Hochschule
Mangelnde Bindung an den Landkreis	Außendarstellung	
Transparenz über Berufsmöglichkeiten	Wenig Freizeitangebote für Jugendliche	
Fehlende Arbeitsplätze für Hochqualifizierte	Digitalisierung	

Abbildung 34 Stimmungsbild der Experten: Schwächen des Landkreises Haßberge

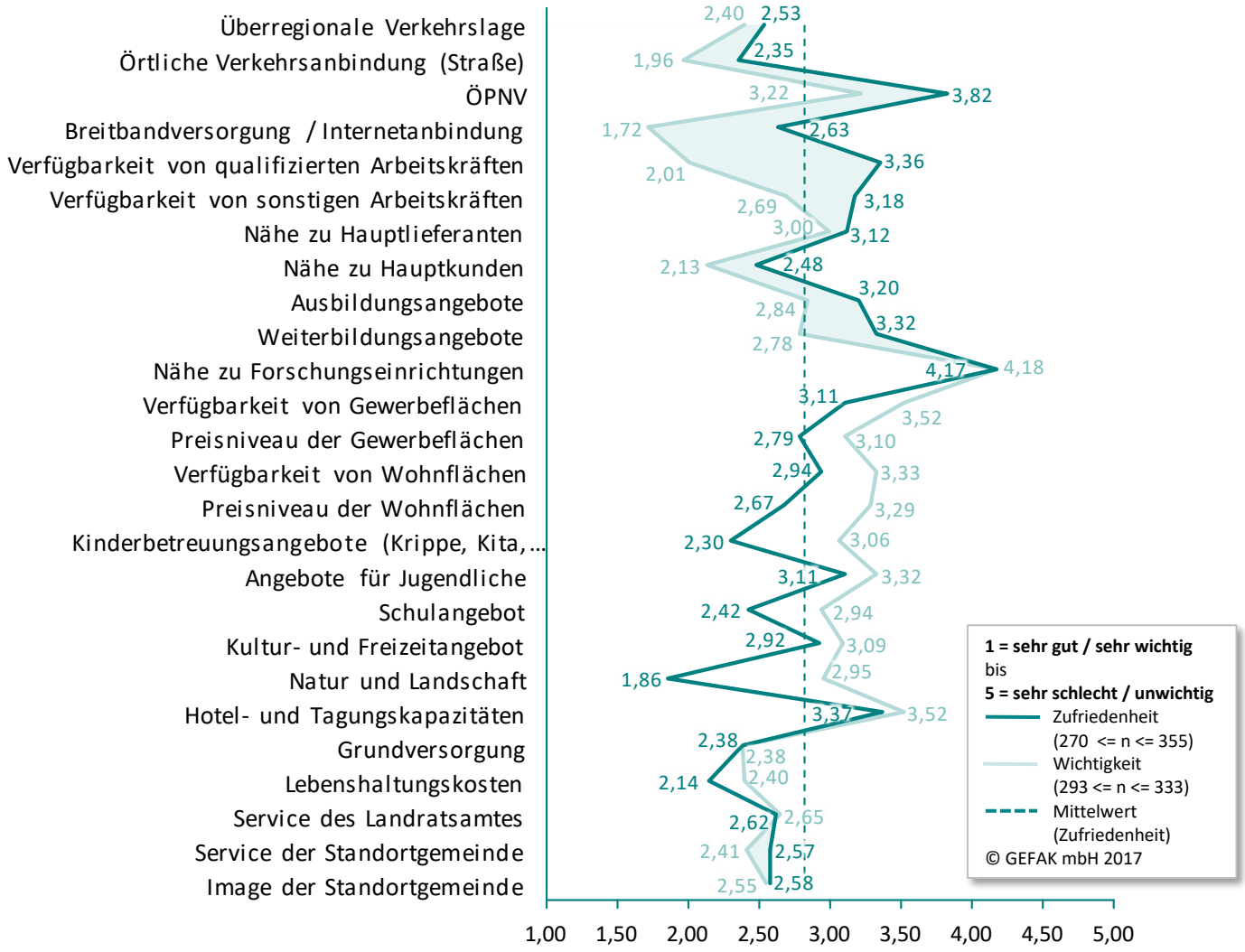


Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 1. Sitzung der Lenkungsgruppe am 26.01.2017

3.2 Die Sicht der Unternehmen

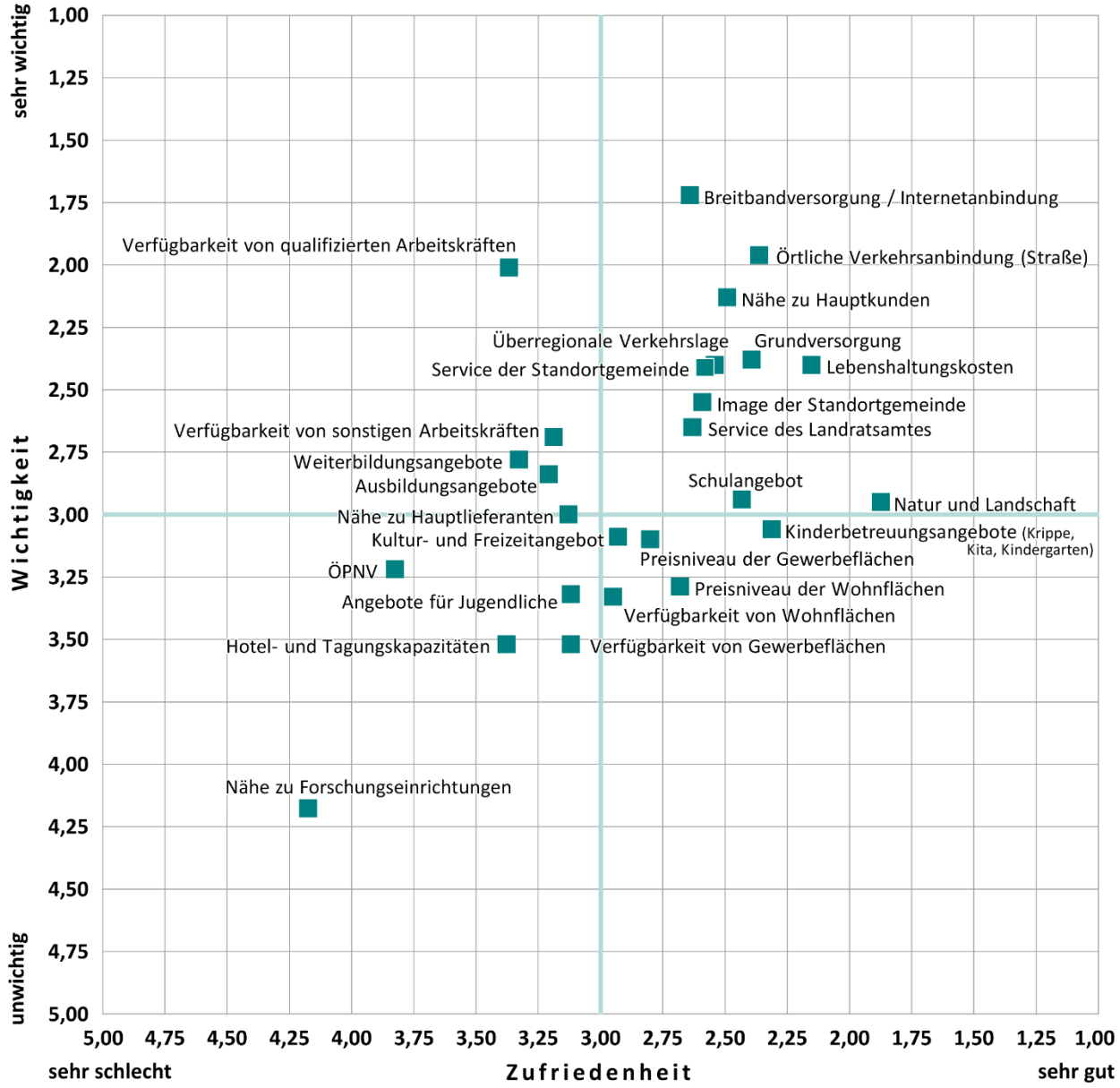
Die Unternehmensbefragung (Kapitel 2) thematisierte detailliert die Stärken und Schwächen des Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort. Die Sicht der knapp 400 antwortenden Unternehmen ist hier noch einmal zusammengefasst in den folgenden zwei Standortprofilen.

Abbildung 35 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(1)



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017

Abbildung 36 Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)(2)



Quelle: Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017 (270 <= n <= 355 für die Zufriedenheit und 293 <= n <= 333 für die Wichtigkeit)

Der Vergleich mit anderen Landkreisen, in denen die GEFAK eine methodisch identische Unternehmensbefragung durchgeführt hat, bestätigt das (Wohn- und Gewerbe-) Flächenpotenzial als relative Stärke, aber den ÖPNV, die Nähe zu Forschungseinrichtungen, die Kultur-/Freizeitangebote sowie die Hotel-/Tagungskapazitäten als relative Schwächen des Landkreises Haßberge.

4 Handlungsfelder und Maßnahmenvorschläge

4.1 Vorbemerkung zum Vorgehen

Die im Folgenden beschriebenen Handlungsfelder und Maßnahmen stellen die Integration einer Vielzahl von Dokumenten sowie der Ergebnisse aller vorangegangenen Analyseschritte dar. Im Einzelnen sind in die Empfehlungen eingeflossen:

- Stimmungsbild Stärken und Schwächen in der Lenkungsgruppe
- Ergebnisse der Unternehmensbefragung
- Interpretationen der Befragungsergebnisse in der Lenkungsgruppe
- Maßnahmenvorschläge aus den Sitzungen der Lenkungsgruppe (Mindmapping und Notizen zu persönlichen Gesprächen)
- Schülerbefragungen des Landkreises

Außerdem wurde eine Auswahl der vielen bestehenden Strukturen, Konzepte und Informationsangebote im Landkreis (Strategiepapier Wirtschaft von 2010 sowie die Lokale Entwicklungsstrategie (LES) mit integrierten Räumlichen Entwicklungsmaßnahmen (IRE) von 2014, Internetauftritt und Imagebroschüren) analysiert und ggf. hinzugezogen. Schließlich hat die GEFAK Maßnahmenvorschläge aus Good Practices in anderen Regionen abgeleitet.

4.2 Strategische Grundüberlegungen zum Standortmarketingkonzept

Angesichts der raumstrukturellen Lage des Landkreises Haßberge und vor dem Hintergrund der Einschätzungen der in die Konzepterstellung involvierten Akteure muss der zentrale Grundsatz für die Standortentwicklung des Landkreises lauten: **So viel Eigenständigkeit wie möglich und so viel (über-)regionale Kooperation wie nötig**.

Zur **Sicherung und Stärkung der Eigenständigkeit des Landkreises** muss die hohe Lebensqualität erhalten und nach Möglichkeit weiter ausgebaut werden. Die Unternehmen mit Sitz im Landkreis sollten im Rahmen einer nachhaltigen Bestandsentwicklung motiviert werden, ihre Standortverantwortung wahrzunehmen und dabei optimal von Seiten des Landratsamtes, der Standortgemeinden und der übrigen Akteure der Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung unterstützt werden. Im Interesse der Wirtschaft und gleichermaßen im Interesse der Allgemeinheit liegt dabei vor allem die Fachkräftesicherung. Ziel sollte die Weiterentwicklung des Angebotes an wohnortnahen Arbeitsplätzen sein, die die enormen Auspendlerströme reduzieren. Die natur- und kulturlandschaftlichen Qualitäten der Region sollten zur weiteren Profilierung des Landkreises als Tourismusregion und damit zur Erschließung von Wertschöpfungspotenzialen genutzt werden.

Bei allen Bemühungen um ein Maximum an Eigenständigkeit wird der Landkreis Haßberge auf eine gute **Kooperation mit den umliegenden Regionen** angewiesen bleiben. Im Rahmen einer funktionsräumlichen Arbeitsteilung wird der Landkreis eigene Angebotslücken akzeptieren und auswärtige Angebote insbesondere für Unternehmen und Arbeitskräfte aus dem Landkreis Haßberge optimal nutzbar machen müssen. Einen wesentlichen Aspekt stellt dabei die Erreichbarkeit der benachbarten Zentren mit ihren Arbeitsstätten, Wissens- und Forschungseinrichtungen und anderen zentralörtlichen Einrichtungen dar. So sollten

Bamberg, Schweinfurt, Würzburg und Coburg, aber auch Erlangen, Fürth und Nürnberg durch den weiteren Ausbau des öffentlichen Verkehrsangebotes besser und umweltfreundlich an den Landkreis Haßberge angebunden sein.

Neben der optimalen physischen Erreichbarkeit der auswärtigen Angebote regt die GEFAK an, die **Chancen der Digitalisierung** für die Menschen im Landkreis Haßberge dadurch nutzbar zu machen, dass Bildungsangebote und Arbeitsplätze in den genannten Zentren virtuell im Landkreis Haßberge erreichbar gemacht werden. E-Learning-Angebote und „Pendlerstationen“ (vgl. dazu Kapitel 4.4) könnten die Zahl der Berufs- und Bildungspendler reduzieren, den Nutzern kostbare Zeit sparen und somit die Lebensqualität steigern - und gleichzeitig die Umwelt entlasten. Gerade für Menschen mit Betreuungspflichten, in der Regel Frauen, könnten über diesen Ansatz neue Bildungs- und Erwerbspotenziale erschlossen werden. Die Umsetzung dieser Strategie steht und fällt mit dem gezielten Ausbau der Breitbandversorgung im Landkreis. Wenn dieses gelingt, wird der Landkreis auch attraktiver für Erwerbstätige, die derzeit in den Zentren wohnen, die aber die hohe Lebensqualität im Landkreis Haßberge anziehen könnte.

Ein strategischer Erfolgsfaktor von besonderer Bedeutung für die Realisierung des Standortmarketingkonzeptes ist ein **professionelles Informationsmanagement** von Seiten des Landratsamtes, das als Rückgrat für die systematische Vernetzung aller relevanten Akteure sowie die kontinuierliche Arbeit an erfolgversprechenden Projekten sicherstellt.

4.3 Ergebnisse der Lenkungsgruppe

Auch die Ableitung künftiger Handlungsfelder und Maßnahmen erfolgte schrittweise. Vor dem Hintergrund der Ergebnisse der Unternehmensbefragung trugen die Teilnehmer der Lenkungsgruppe zusammen, was sie als Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung der Stärken (Abbildung 37) und zum Abbau von Schwächen (vgl. Abbildung 38) sehen.

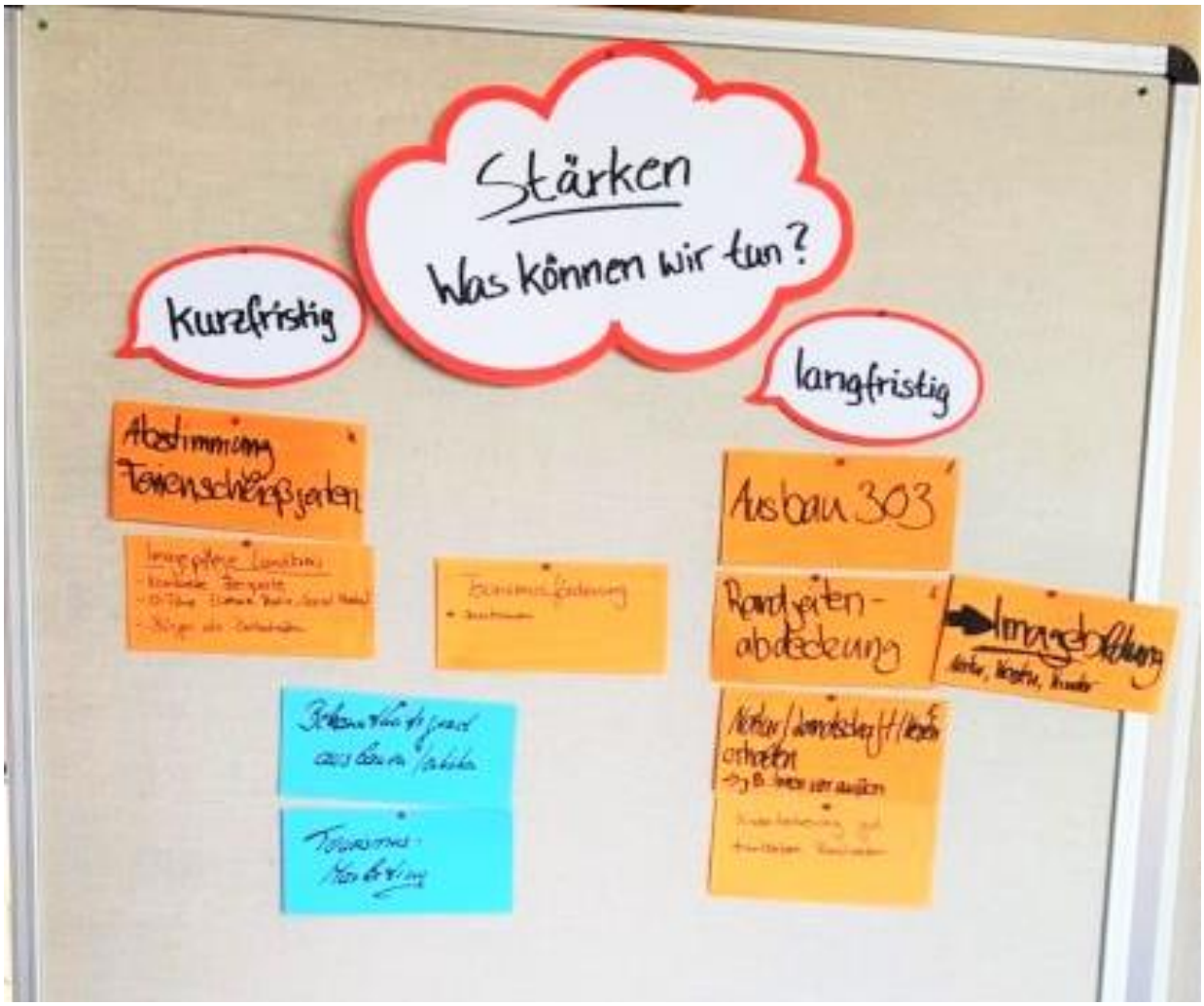
Stärken – Was können wir tun?

Abstimmung Ferienschließzeiten **Imagepflege** **Landkreis Bekanntheitsgrad ausbauen/erhöhen**

Tourismus/Marketing **Ausbau 303** **Tourismusförderung ausbauen**

Randzeitenabdeckung **Natur/Landschaft erhalten** **Kinderbetreuung (Randzeiten)**

Abbildung 37 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Was können wir tun zur Weiterentwicklung der Stärken?

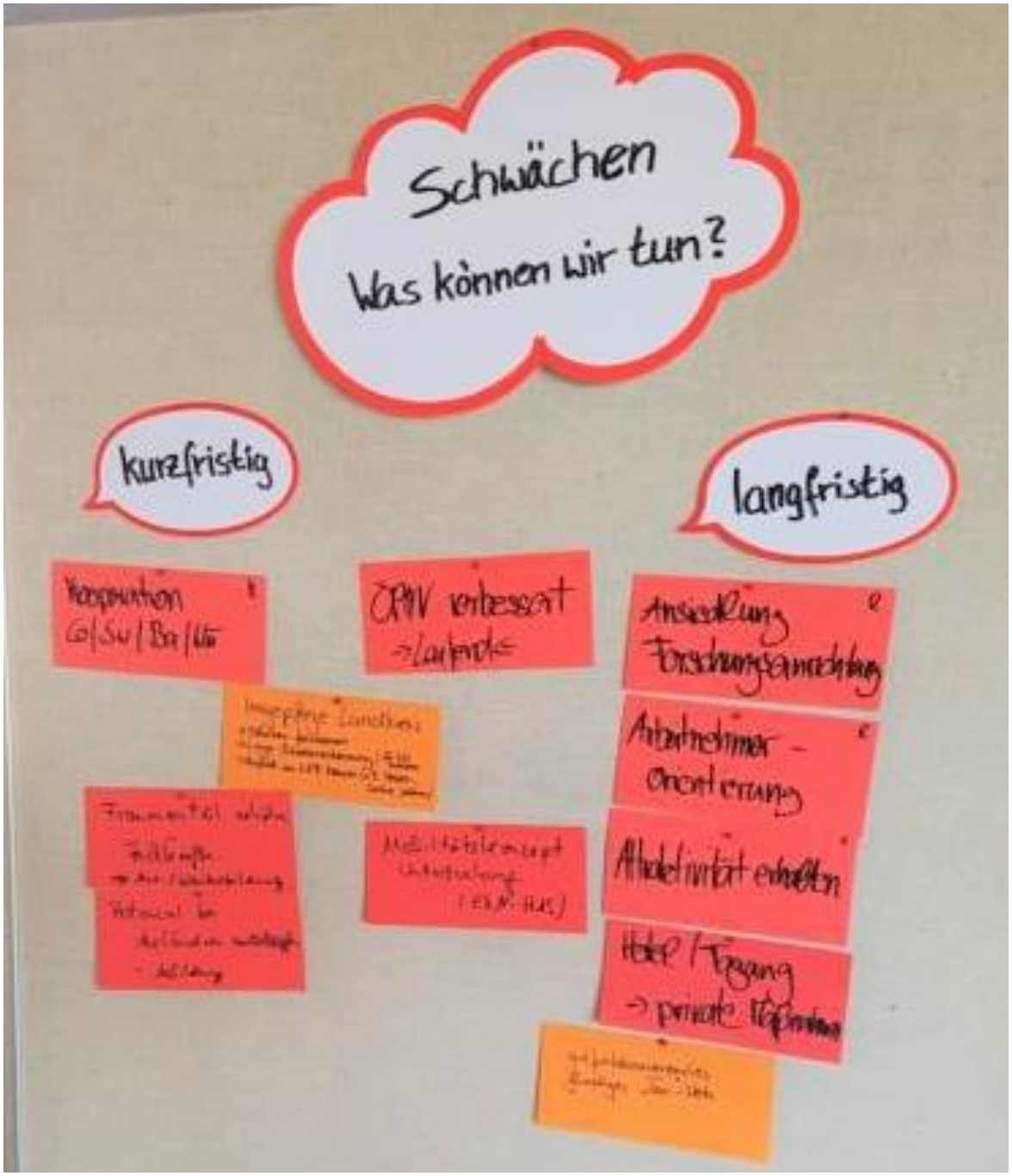


Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 2. Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.07.2017

Schwächen – Was können wir tun?

Kooperation CO/SW/BA/WÜ	**Frauenanteil erhöhen bei Fachkräfte und Aus-/Weiterbildung**	
Potenzial bei Ausländern ausschöpfen – Ausbildung		**Imagepflege Landkreis**
ÖPNV verbessern	**Mobilitätskonzept EBN – HAS**	**Ansiedlung Forschungseinrichtung**
Arbeitnehmer-Orientierung	**Attraktivität erhalten**	**Hotel/Tagung (private Maßnahmen)**

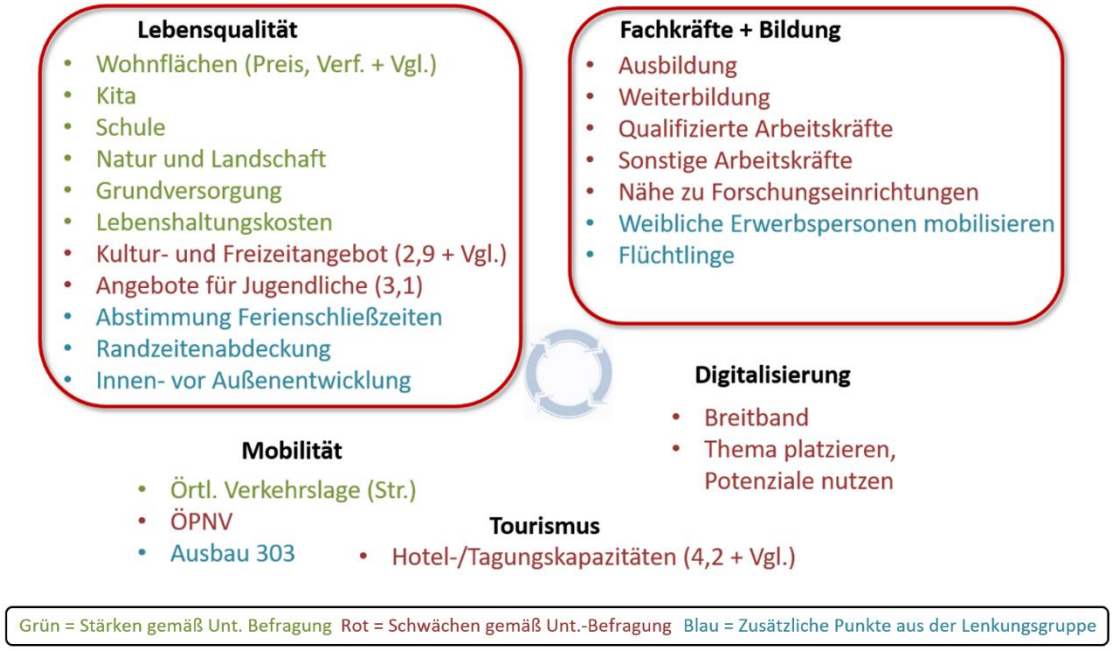
Abbildung 38 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Was können wir tun zum Abbau der Schwächen?



Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 2. Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.07.2017

Abbildung 39 zeigt die Identifizierung von fünf Handlungsfeldern in der dritten Sitzung der Lenkungsgruppe. Dabei sind die Lebensqualität und das Thema Fachkräfte & Bildung als übergeordnete und die Themen Mobilität, Tourismus und Digitalisierung als wichtige ergänzende Handlungsfelder zu sehen.

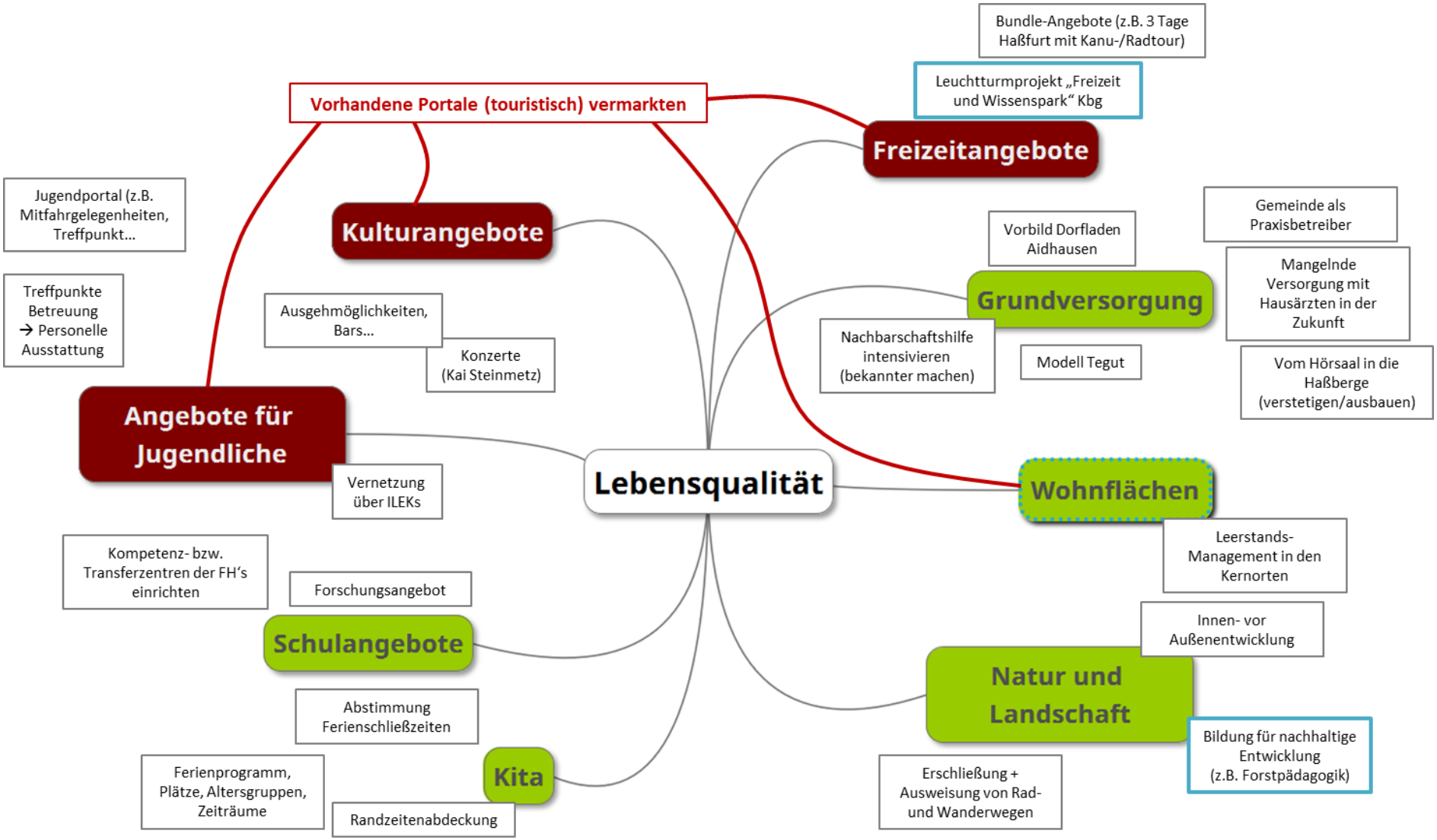
Abbildung 39 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Fünf Handlungsfelder im Überblick



Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 3. Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.09.2017

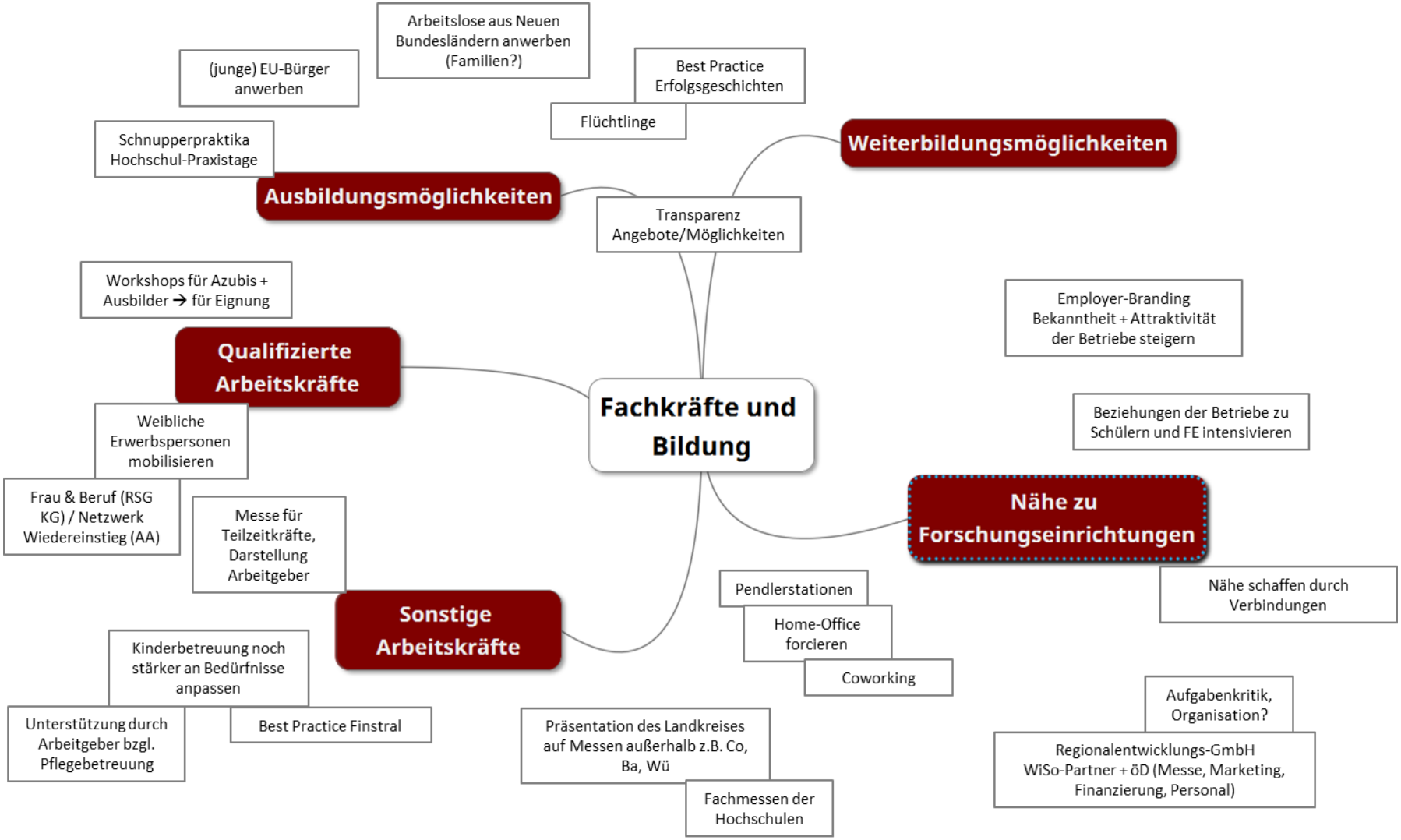
Die Abbildungen 40 und 41 geben die Mindmaps zur Differenzierung der beiden zentralen Handlungsfelder der Lebensqualität und Fachkräfte & Bildung wieder.

Abbildung 40 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Handlungsfeld Lebensqualität - Mindmap



Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 3. Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.09.2017

Abbildung 41 Ergebnis der Lenkungsgruppe: Handlungsfeld Fachkräfte & Bildung - Mindmap



Quelle: Standortmarketingkonzept Landkreis Haßberge: 3. Sitzung der Lenkungsgruppe am 19.09.2017

4.4 Zusammenführung aller Ergebnisse

Abbildung 42 Handlungsfelder des Standortmarketingkonzeptes

Quelle: GEFAK – eigene Darstellung (in Zusammenarbeit mit Agentur Stein/Marburg)

LEBENS-QUALITÄT

Themen	Maßnahmen	Akteure
I.1 Übergreifend (Hohe Lebensqualität erhalten und verbessern)	Eine hohe Lebensqualität der Menschen im Landkreis muss das oberste Ziel aller Bemühungen von Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung sein. Alle anderen Themen, also auch die im Folgenden dargestellten Handlungsfelder Fachkräfte & Bildung, ÖPNV & Mobilität, Tourismus und Digitalisierung sind aus der Perspektive zu sehen, dass sie zur Steigerung der Lebensqualität beitragen. Die Unternehmensbefragung hat wichtige Aspekte der Lebensqualität von den Unternehmen bewerten lassen. Obwohl diese Sicht der Unternehmer auch auf Standortparameter ausgedehnt wurde, die nicht unmittelbar auf die unternehmerische Tätigkeit Einfluss haben (wie z.B. Natur/Landschaft, Kultur- und Freizeitangebote etc.), sind die jetzt vorliegenden Ergebnisse keineswegs repräsentativ für die gesamte Bevölkerung im Landkreis. Dennoch liefert die Unternehmensbefragung zahlreiche Hinweise auf eine hohe Lebensqualität im Landkreis Haßberge. Die besten Bewertungen aller abgefragten Standortfaktoren erhalten Natur und Landschaft, die Lebenshaltungskosten und die Kinderbetreuungsangebote. Auch die Grundversorgung wird überdurchschnittlich gut bewertet. Einer hohen Lebensqualität abträglich sind demgegenüber v.a. das unzureichende ÖPNV-Angebot, die Aus- und Weiterbildungsangebote sowie die Angebote für Jugendliche. Vor diesem Hintergrund sollte die Lebensqualität ein zentraler Fokus des Standortmarketings sein, und zwar sowohl im Binnen- als auch im Außenmarketing. Eine systematische Thematisierung der Lebensqualität sollte auf mehreren Stufen erfolgen: ▪ **Sicherung und Weiterentwicklung der bereits vorhandenen Stärken Natur/Landschaft, Grundversorgung und Familienfreundlichkeit** ▪ **Abbau der derzeitigen Schwächen, d.h. Verbesserung des ÖPNV (vgl. Handlungsfeld 3) und der Aus- und Weiterbildungsangebote (Handlungsfeld 2) sowie** ▪ **Einführung eines Lebensqualitätsindex**	
I.2 Natur und Landschaft erhalten und in Wert setzen	Natur und Landschaft wird von den im Landkreis ansässigen Unternehmen als der mit Abstand beste Standortfaktor wahrgenommen (s. Abb. 9 und Abb. 10). Diesen Wert gilt es zum einen zu erhalten und zum anderen stärker in Wert zu setzen:	

		▪ **Innen- vor Außenentwicklung:** Eine Zersiedlung der Landschaft muss verhindert werden. Gebäudeentwicklungen in Innenstädten und Dorfkernen muss Vorrang vor großflächigen Ausweisungen neuer Wohn- und Gewerbegebiete gegeben werden, entgegen den gesetzlichen Anreizen, schnell neue Gebiete ausweisen zu können. Zum einen wird so das Landschaftsbild erhalten, zum anderen verlieren insbesondere Dorfgemeinden durch den sogenannten Donut-Effekt (Umzingelung des Dorfkerns mit Eigenheimsiedlungen) nicht ihren für den Tourismus und die Identifikation der einheimischen Bevölkerung wichtigen Charakter. Die Ende Januar 2018 vorgestellten Ergebnisse einer Studie der Universität Bamberg zum Thema Innenentwicklung sollten mit den folgenden Handlungsempfehlungen abgeglichen werden. ▪ **Wohnflächenentwicklung:** Es wird empfohlen, das in Teilen des Landkreises bereits installierte Leerstandsmanagement auf die übrigen Teilräume auszuweiten. Das bereits vorhandene Immobilienportal des Landkreises sollte ausgebaut und offensiv beworben werden. **Gewerbeflächenentwicklung:** Der in der Unternehmensbefragung ermittelte Gewerbeflächenbedarf sollte mit den ebenfalls erhobenen Überkapazitäten abgeglichen und zusammengebracht werden. Auch für die Gewerbeflächenentwicklung sollten ein **Leerstandsmanagement** aufgebaut, **Potenzialflächen innerhalb der Ortslagen** identifiziert werden und das vorhandene Immobilienportal auch mit gewerblich nutzbaren Objekten befüllt werden bzw. eine Verlinkung über zu weiteren Portalen wie dem Standortportal Bayern (SISBY) sichergestellt werden. Der in der Befragung geäußerte Gewerbeflächenbedarf sollte dahingehend spezifiziert werden, ob nur eine Erweiterung der bestehenden Betriebsstätte möglich ist oder ob grundsätzlich auch eine Nahverlagerung in Frage kommt. Für solche Standortverlagerungen, aber auch für größere Existenzgründer und Ansiedlungswillige von außerhalb, sollten **an wenigen Standorten im Landkreis Gewerbeentwicklungsflächen** entwickelt bzw. bereitgehalten werden. Die Auswahl dieser Standorte sollte nach der möglichen Einbettung in die Landschaft erfolgen und ihre Entwicklung sollte vom Landkreis koordiniert in **interkommunaler Zusammenarbeit** und unter Beachtung hoher ökologischer Standards durchgeführt werden. Mit Blick auf die nachhaltige Entwicklung des Landkreises sollten die immer knapper werdenden Ressourcen Landschaft und Boden nach einem **Katalog mit Nachhaltigkeitskriterien** an die geeignetsten Investoren vergeben werden. Dieser sollte von der Landkreisverwaltung entworfen und von der Politik im Landkreis sowie den kreisangehörigen Kommunen als transparente Entscheidungsgrundlage bei der Gewerbeflächenvergabe fungieren. ▪ **Rad- und Wanderwege**: Die Erschließung und eindeutige Ausweisung sollte fokussiert werden. Dabei sollten vor allem Verbindungen ins Hinterland attraktiver gestaltet werden, sodass nicht nur die Gebiete direkt entlang des Mains vom wachsenden Fahrradtourismus profitieren. Hotels und Sehenswürdigkeiten	

		müssen entsprechend prominenter für Touristen dargestellt werden. Das unterfränkische Kooperationsprojekt „Radbenchmark“ präzisiert die Nachbesserungs- und Ausbaubedarfe. ▪ **Bildung für nachhaltige Entwicklung:** Nutzung der Natur und Landschaft für pädagogische Ansätze (z.B. Forstpädagogik, Abenteuerpädagogik). Insbesondere Schulklassen oder Familien aus den umliegenden Ballungsräumen können so den Landkreis auch als attraktiven Lebensraum kennenlernen.	
	I.3 Grundversorgung sichern	Die Grundversorgung auch in den ländlichen Gemeinden des Landkreises stellt ein wichtiges Element der Lebensqualität dar. Außerdem trägt eine funktionierende Grundversorgung zur Bindung der örtlichen Kaufkraft und damit zur Steigerung der Wertschöpfung bei. Die Unternehmensbefragung hat bestätigt, dass die Grundversorgung aus Sicht der Unternehmen zu den wichtigsten Standortfaktoren zählt. Trotz der aktuell noch hohen Zufriedenheit bezüglich der Grundversorgung, drohen mit Blick auf den demografischen Wandel und die weitere Zentralisierung von Angeboten in Zukunft Angebotslücken, etwa bei der Versorgung mit Hausärzten oder beim Lebensmittelhandel. ▪ Die Workshops haben die bereits im Rahmen des Regionalen Entwicklungskonzeptes und der LES formulierte Zielsetzung bestätigt, die Nahversorgung über **kommunal oder bürgerschaftlich geförderte Dorfläden** sicherzustellen. Da dies bereits in verschiedenen Varianten im Landkreis versucht wird und es bereits Pläne für ein Austauschtreffen der Dorfladenbetreiber gibt, sollte ein weiteres Ziel sein, die bisherigen Erfahrungen in die bislang nicht aktiv gewordenen Gemeinden hineinzutragen. Dabei sollte die Verknüpfung des stationären Angebotes mit den Möglichkeiten neuer digitaler Technologie berücksichtigt werden. ▪ Mit Blick auf die mangelnde Versorgung mit Hausärzten sollte die in den Workshops formulierte Idee weiterverfolgt werden, dass einzelne **Gemeinden als Betreiber einer Ärztepraxis** fungieren, um die finanziellen Hürden für einen bzw. mehrere Ärzte abzubauen. Auch eine Fortführung des Projektes **„Vom Hörsaal in die Haßberge“** zur Anwerbung junger Ärzte sollte angestrebt werden. ▪ Innovative Beispiele zur Intensivierung der **Nachbarschaftshilfe** in anderen Regionen sollten beobachtet und gegebenenfalls auf den Landkreis Haßberge übertragen werden.	
	I.4 Familienfreundlichkeit fokussieren	Die hohe Lebensqualität im Landkreis Haßberge sollte primär mit Blick auf Familien weiterentwickelt werden. Damit wird der Abwanderung junger Menschen aus dem Landkreis entgegengewirkt und die Nachwuchssicherung der heimischen Wirtschaft erleichtert. In gleichem Maße sollten vorhandene Stärken wie die Kinder-	

		betreuung und das Schulangebot ausgebaut und bisherige Defizite in den Angeboten für Jugendliche abgebaut werden. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sollte weiter verbessert werden (vgl. dazu auch Handlungsfeld II – Fachkräfte & Bildung). ▪ Zunächst sollten die im bereits bestehenden **Angebote für Jugendliche** vor allem im Internet besser kommuniziert werden. Zur Erhebung aller vorhandenen Jugendangebote wird eine Vernetzung der über die teilräumlichen Konzepte (ILEK) bzw. über LEADER-Aktivitäten bereits gesammelten Maßnahmen empfohlen. Der Landkreis sollte prüfen, ob die personelle Ausstattung für die Betreuung der Jugendtreffpunkte verbessert werden kann. Dazu wäre auch ein Patenmodell denkbar, das von den ansässigen Unternehmen mitfinanziert wird. ▪ Das bereits gut ausgebaute Angebot der Städte und Gemeinden zur **Kinderbetreuung** sollte punktuell optimiert werden. Eine bedarfsgerechte Ausweitung auf Tagesrandzeiten sollte geprüft und die Ferienangebote sowie -schließzeiten teilräumlich aufeinander abgestimmt werden. Zur Ergänzung des öffentlichen Betreuungsangebotes sollten die in der Unternehmensbefragung identifizierten Betriebe zusammengeführt werden, die entweder bereits eine betriebliche Kinderbetreuung anbieten oder die an einem (betriebsübergreifenden) Projekt interessiert sind. ▪ Mit Blick auf die **künftig benötigten Kompetenzen** in den Betrieben sollten innovative Maßnahmen zur Bewerbung der Schulfächer Mathematik und Naturwissenschaften sowie des Interesses der Schüler an technischen Fragestellungen ergriffen werden. In Haßfurt ist dazu bereits ein „MINT-Projekt“ geplant. In den Workshops zum Standortmarketingkonzept wurde die Idee eines „Freizeit- und Wissensparks“ in Königsberg, dem Geburtsort des spätmittelalterlichen Mathematikers Regiomontanus, formuliert, der nicht nur Schüler aus dem Landkreis Haßberge ansprechen, sondern als touristisches Leuchtturmprojekt auch überregional ausstrahlen und Schulklassen zu mehrtägigen Ausflügen in den Landkreis locken könnte. Eine andere Idee sieht ein Kompetenz- bzw. Transferzentrum einer Fachhochschule zur Heranführung von Schülern an naturwissenschaftlich-technische Inhalte vor. ▪ Auch die **Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger** ist eine Herausforderung bei der Verbesserung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Immerhin 13 Betriebe haben sich offen für eine (über-)betriebliche Unterstützung ihrer Mitarbeiter gezeigt. Auch hier sollte das Landratsamt vermitteln und gute Beispiele für andere potenziell interessierte Betriebe aufbereiten.	
		Ein Ausbau der in der Unternehmensbefragung unterdurchschnittlich bewerteten Kultur- und Freizeitangebote erhöht nicht nur die Lebensqualität der eigenen Bevölkerung, sondern steigert auch die Attraktivität des	

	I.5 Kultur- und Freizeitangebot ausbauen	Landkreises Haßberge für Touristen. Auch hier gilt, dass die Vermarktung des vorhandenen Angebotes vor allem über das Internet optimiert werden sollte. Sowohl die Angebotserweiterung als auch deren Vermarktung sind Gegenstand des derzeit erstellten Tourismuskonzeptes. Daher werden hier lediglich die in der Befragung der Unternehmen und in den Workshops genannten Aspekte wiedergegeben. ▪ Neben dem bereits o.g. Leuchtturmprojekt „Freizeit- und Wissenspark“ in Königsberg wurde zur Erhöhung des Freizeitwertes die Einführung von Bundle-Angeboten vorgeschlagen, z.B. eine Kombination aus Kanufahren auf dem Main und Radfahren abseits des Maintals einschließlich der Übernachtungsangebote. ▪ Das Kulturangebot sollte vor allem mit Blick auf die Jugendlichen als wichtige Zielgruppe ergänzt werden. Dazu wären aus Sicht der Workshop-Teilnehmer weitere Ausgehmöglichkeiten, wie z.B. Bars, und Konzertangebote wünschenswert. ▪ Mit Blick auf die von den Unternehmen kritisch bewerteten Hotel- und Tagungskapazitäten wäre mit den Betreibern zu prüfen, ob eine Erweiterung der bestehenden Angebote in Frage kommt.	
	I.6 Lebensqualität systematisch messen	Wenn die hohe Lebensqualität im Landkreis Haßberge eine strategische Rolle für das Binnen- und das Außenmarketing spielen soll, dann muss der Landkreis das Thema offensiv und innovativ besetzen. Dazu könnte er die Lebensqualität regelmäßig von der Bevölkerung bewerten und die Ergebnisse in die politischen Weichenstellungen einfließen lassen. Diese Form der Bürgerbeteiligung würde nicht nur die Transparenz des politischen Handelns erhöhen. Sie würde auch die Identifizierung der Bevölkerung mit ihrem Landkreis stärken und die Menschen motivieren, z.B. über ehrenamtliches Engagement bei der Erreichung der Ziele zur Verbesserung ihrer Lebensqualität mitzuwirken. ▪ Es wird empfohlen, die Idee eines „Gemeinwohl-Index“ der Gemeinwohlökonomie aufzugreifen und zunächst in einem Expertengremium ca. 50 Indikatoren zur Messung der Lebensqualität zu identifizieren. Anschließend sollte in einem demokratischen Verfahren die Bevölkerung gefragt werden, welche ca. 20 Indikatoren davon für sie die entscheidenden sind. ▪ Auf dieser Grundlage sollte ein Fragebogen konzipiert werden, der regelmäßig - z.B. alle zwei Jahre – von der Bevölkerung ausgefüllt werden kann. Zusammen mit dem Fragebogen könnte bei den Wiederholungsbefragungen ein Überblick über die Ergebnisse der letzten Befragung und deren Umsetzung durch Politik und Verwaltung vorgelegt werden.	

FACHKRÄFTE & BILDUNG

Themen	Maßnahmen	Akteure
II.1 Übergreifend (Bestehende Ansätze bündeln und klaren Fokus entwickeln)	Der Landkreis Haßberge steht, wie jede andere Region in Deutschland, vor den großen Aufgaben, dass seine Bürgerinnen und Bürger attraktive und wohnortnahe Bildungs- und Erwerbsmöglichkeiten vorfinden sollen bzw. aus Sicht der ansässigen Unternehmen ein breites und geeignetes Potenzial an Fach- und Nachwuchskräften verfügbar bleibt. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen – aber ebenso für öffentliche Arbeitgeber – stellt die Fach- und Nachwuchskräftesicherung eine enorme Herausforderung dar. Für diese Betriebe sind Vernetzungsinitiativen und sonstige Unterstützungen durch die Akteure der Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung besonders hilfreich. Eine Garantie für erfolgreiche Fachkräftesicherung kann es nicht geben. Allerdings haben sich in jüngerer Zeit einige Faktoren als erfolgsversprechend herausgestellt. Diese sind: ▪ **Regionale Fachkräftepotenziale** wirksamer nutzen ▪ **Transparenz und Bewusstsein** über die Möglichkeiten und Vorteile des Landkreises schaffen ▪ **Ein starkes Netzwerk von Akteuren**, die den Herausforderungen entgegentreten und sie gemeinsam lösen wollen. Die Unternehmensbefragung hat noch einmal die drängendsten Herausforderungen unterstrichen. Die wirtschaftlich gute Situation der Unternehmen ermöglicht es allein bei den Befragten über 500 neue Arbeitsplätze in den nächsten zwölf Monaten bereitzustellen (vgl. Tabelle 6). Demgegenüber erwartet ein hoher Anteil der Unternehmen Schwierigkeiten bei deren Besetzung, vor allem bei gelernten Berufen. Herkömmliche Wege der Mitarbeiterakquise über bundesweite Online-Portale, Zeitungsannoncen oder das alleinige Verlassen auf die Erfolge der Bundesagentur für Arbeit können bei der Bewältigung der Aufgabe nur Bausteine sein. Um die oben genannten Faktoren regionaler Fachkräftesicherung optimal für den Landkreis nutzen zu können, erfordert es zusätzliche innovative und wirksame Ansätze.	
II.2 Regionale Potenziale ausschöpfen	In vielen Regionen Deutschlands mit vergleichbaren Voraussetzungen (und damit Herausforderungen) wie der Landkreis Haßberge ist neben dem demografischen Wandel der Wegzug junger Erwachsener Hauptursache für den Fachkräftemangel. Dabei kann der Landkreis, im Gegensatz zu vielen anderen Regionen, auf	

eine starke wirtschaftliche Basis und eine ausgezeichnete Begleitung von Nachwuchskräften über den gesamten schulischen Bildungsweg (Auszeichnung „Bildungsregion in Bayern“) bauen. Eine schlechte Aussicht auf Arbeit kann also nicht Ursache für einen Wegzug sein, was auch von Schülern bestätigt wird (Schülerbefragung 2017). Es gilt daher weitere Faktoren zu identifizieren und im zweiten Schritt mit geeigneten Maßnahmen entgegenzuwirken:

Zielgruppe Nachwuchskräfte:

- **Gründe für das Verlassen des Landkreises identifizieren und geeignete Lösungen entwickeln**
  - **Regelmäßige Befragung der Zielgruppen:** Das Bildungsmanagement führte bereits mehrere Befragungen bei Schülern zum Thema „Zeit nach der Schule“ durch. Dies sollte als Monitoring beibehalten werden. Die Befragungen können auch Rückschlüsse zur Wirksamkeit und Bewertung der realisierten Maßnahmen liefern.
  - **Mentoring-Programme für Schüler (Studium):** Im Landkreis Haßberge werden derzeit keine Studiengänge angeboten. Ein Zugehen der Unternehmen auf Abiturienten kann für beide Seiten von Vorteil sein. Durch ein Mentoring erhalten Schüler in ihrem Studium beispielsweise nützliche Kontakte oder finanzielle Unterstützung. Unternehmen treten so mit potenziellen Fachkräften in Verbindung, bevor diese sich am Ende des Studiums (und meist außerhalb des Landkreises) nach passenden Jobs umschauen.
  - Die bereits initiierte **Rückkehrerkampagne** in Form einer Postkartenaktion zur Bewerbung des Landkreises bei ehemaligen Schülern sollte die mit dem Standortmarketingkonzept identifizierten Stärken des Landkreises aufgreifen.
  - **Duale Studienangebote:** Eine noch engere Bindung an den Landkreis kann durch ein Duales Studium erreicht werden, weil die Studierenden auch während ihres Studiums immer wieder im Landkreis tätig sind. Die Unternehmensbefragung hat 65 Unternehmen identifiziert, die bereits Angebote für Studierende haben. Diejenigen, die ein Duales Studium anbieten, sollten ihre Erfahrungen andere interessierte Unternehmen im Landkreis weitergeben können. Auf diese Weise kann die Wirtschaftsförderung für diese Ausbildungsform werben.
  - Der Landkreis sollte außerdem prüfen, ob sich eine Hochschule findet, die bereit wäre – fokussiert auf ein spezielles regionales Kompetenzfeld, z.B. in der Kunststoffverarbeitung – einen **Hochschulstandort im Landkreis** zu ermöglichen. Zugeschnitten auf die Bedürfnisse der relevanten Betriebe könnte z.B. ein Bachelor-Studiengang entwickelt werden. Die Standortgemeinde

könnte Räumlichkeiten zur Verfügung stellen und sich ebenso an den übrigen Kosten, z.B. für eine Professur, beteiligen wie der Landkreis und die profitierenden Unternehmen.
    - **Mentoring-Programme für Schüler (Ausbildung):** Auch potenzielle Auszubildende wollen immer häufiger Erfahrungen außerhalb der Heimat sammeln. Frühzeitige Bindung an den zukünftigen Ausbildungsbetrieb, z.B. durch finanzielle Unterstützung bei „Auszeiten“ nach der Schule, sind daher ratsam. Auch ein Austausch von Auszubildenden während der Ausbildung (in Unternehmen gleicher Branche, bei Kooperationspartnern, Zulieferern usw.) kann für Schüler und Unternehmen Vorteile bringen.
- **Patenmodell für schwache Schüler, Schulabbrecher und Quereinsteiger:** Schüler lediglich auf Basis ihrer Schulnoten zu bewerten, wird immer stärker auch in Kreisen der Wirtschaft in Frage gestellt. Zusammen mit dem knappen Nachwuchskräftepotenzial verfolgen einige Pionier-Unternehmen ein Patenschaftsmodell für Auszubildende. Dabei wird ein gewisser Anteil der verfügbaren Ausbildungsstellen an Schüler mit schwachem oder gar keinem Abschluss vergeben, die dann durch einen erfahrenen Mitarbeiter als Paten zusätzliche Betreuung bzw. eine besondere Einarbeitung erhalten. Dieses Modell wäre auch für Quereinsteiger denkbar, da es sich nach der Motivation der Nachwuchskräfte und nicht nach deren bisherigen (Schul-)Noten richtet. Der Landkreis sollte Unternehmen, die solche innovativen Modelle unterstützen, fördern bzw. ehren.
- **Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten stärker innerhalb des Landkreises vermarkten**
    - **Transparenz der Angebote steigern**: Siehe II.3
    - **Flüchtlinge als potenzielle Fachkräfte integrieren**: Ähnlich wie bei Schülern wird Unternehmen empfohlen, bereits während der Qualifizierungsphase auf potenzielle Kandidaten für Ausbildungsstellen zuzugehen. Mit einer greifbaren Aussicht auf eine Zukunft im Landkreis ist anzunehmen, dass ein Wegzug nach Beendigung der Qualifikation verhindert wird. Hier sind die entsprechenden Träger einzubinden.
    - **Schnupperpraktika, Hochschul-Praxistage, Veranstaltungsreihen**: Der direkte Kontakt von Schülern und Studenten mit Unternehmen stellt einen erfolgsversprechenden Weg der Fachkräftesicherung dar. Zum einen werden so erste Kontakte geknüpft, zum anderen aber auch falsche Erwartungen und ggf. auch Vorurteile gegenüber dem Beruf im Vorfeld der Ausbildung beseitigt. Auch Treffen zwischen Ausbildern und potenziellen Auszubildenden können über verschiedene Formate angestrebt werden. Allgemein können sich so beide Seiten frühzeitig über die Eignung der Ausbildung für den Schüler austauschen. Wichtig dabei ist, auch Gymnasiasten Transparenz

über die Möglichkeiten von Ausbildungsstellen aufzuzeigen und den Druck zu reduzieren, nach dem Abitur unbedingt ein Studium aufnehmen zu müssen. Bestehende Ansätze wie das Projekt „Pflege on Tour“ zur Berufsorientierung in Pflegeberufen sollten auf weitere Wirtschaftsbereiche mit (künftigem) Fachkräftemangel ausgeweitet werden. Darüber hinaus sollten neue Veranstaltungsformate, wie etwa eine in anderen Landkreisen bewährte „Woche des offenen Unternehmens“ als schulisches Praktikum initiiert werden. Die EDV-technischen Voraussetzungen dafür sind durch den Ausbau des Wirtschaftsportals Haßberge bereits vorhanden.

- **Koordinierte Nachwuchskräftesicherung**: Die zahlreichen individuellen und damit unterschiedlichen Bemühungen der Schulen, Schüler und Unternehmen in Kontakt zu bringen sowie über Ausbildungen im Landkreis zu informieren, sollten koordiniert werden. Insbesondere vor dem Hintergrund der „Überschüttung“ der Schüler mit Informationsmaterialien sollten einheitliche und wirksame Maßnahmen definiert und fokussiert werden. Für diese Aufgabe benötigt es die Mitarbeit von Schulen, Unternehmen und einem Mediator (z.B. Bildungsmanager)
- **Erfolgsgeschichten kommunizieren**: Die mediale Darstellung von persönlichen Erfolgsgeschichten und breit angelegten Maßnahmen/Veranstaltungen trägt nicht nur zur Bewerbung dieser bei, sondern verbessert auch die Wahrnehmung des Landkreises als dynamische Region.

Zielgruppe qualifizierte Arbeitskräfte

- **Weibliche Erwerbspersonen mobilisieren:** Frauen arbeiten deutlich häufiger in Teilzeit als Männer, obwohl dies nicht immer gewollt ist. Eine direkte Ansprache und Befragung von Frauen würde in einem ersten Schritt das Arbeitskraftpotenzial, aber auch Wünsche und Hindernisse für längere Arbeitszeiten erheben. Vergleichbare Befragungen haben bereits in anderen Landkreisen enorme Potenziale identifizieren können, auf deren Datengrundlage spezifische Maßnahmen getroffen wurden. Bestehende Institutionen wie „Frau & Beruf (RSG KG)“ oder das „Netzwerk Wiedereinstieg“ können diese Prozesse unterstützen. Da Frauen häufiger als Männer Betreuungsaufgaben erfüllen, können sie weite Anfahrten zum Arbeitsplatz seltener ermöglichen. Gerade für sie stellen daher Telearbeit und speziell die Idee von „Pendlerstationen“ (siehe HF II.4) einen Mehrwert dar.
- **Unternehmen und öffentliche Einrichtungen zusammenbringen**: Erfolgreiche Fachkräftesicherung kann besser gelingen, wenn alle regionalen Akteure dazu beitragen. Um qualifizierte Mitarbeiter zu halten und zu akquirieren, müssen neben besonderen Vorteilen im Unternehmen (flexible Arbeitszeiten, Home-

		Office, Jobtickets etc.) auch die Angebote der öffentlichen Hand an die Ansprüche der Arbeitnehmerschaft angepasst sein (Kinderbetreuungszeiten, Öffnungszeiten von Behörden etc.). Zur Ergänzung des öffentlichen Betreuungsangebotes sollten die in der Unternehmensbefragung identifizierten Betriebe zusammengeführt werden, die entweder bereits eine betriebliche Kinderbetreuung anbieten oder die an einem (betriebsübergreifenden) Projekt interessiert sind. Immerhin 13 Betriebe haben sich auch offen für eine (über-)betriebliche Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen ihrer Mitarbeiter gezeigt. Auch hier sollte das Landratsamt vermitteln und gute Beispiele für andere potenziell interessierte Betriebe aufbereiten.	
	II.3 Größtmögliche Transparenz schaffen	Schüler schätzen ihre beruflichen Chancen im Landkreis zum Großteil als gut oder sogar sehr gut ein (Schülerbefragung 2017). Dies hat sicherlich mit Trends wie der anhaltend guten Konjunktur und dem demografischen Wandel zu tun, der jungen Menschen auf dem Arbeitsmarkt immer bessere Chancen bietet. Aber auch die vielfältigen bestehenden Angebote, sich über Berufe, Ausbildungen und Studiengänge zu informieren, tragen dazu bei. Gleichzeitig stellt sich immer mehr heraus, dass es die Informationsflut ist, die auch zu Überforderungen und falschen Vorstellungen bei Schülern führt. Größtmögliche Transparenz über die Möglichkeiten in der Region muss daher Hand in Hand mit einer klaren Struktur gehen, um Übersichtlichkeit zu gewährleisten: ▪ **Commitment aller relevanten Akteure zu einer Zusammenarbeit:** Der Begriff „Commitment“ umfasst dabei die Bedeutungen, sich zur Zusammenarbeit zu bekennen, sich dazu zu verpflichten, sich dabei zu engagieren und sich vor allem damit zu identifizieren. Eine Kooperation in dem Gebiet braucht also eine gemeinsame Strategie, zu der alle Akteure stehen. Um dies zu erreichen, wird eine externe Moderation empfohlen, die die Gruppe zu einem gemeinsamen Commitment führt. Wichtige Akteure sind vor allem: Schulen, Agentur für Arbeit, Wirtschaftsförderung, AK SchuleWirtschaft, VHS, Kreisjobcenter, Gemeinde-Allianzen (ILEs). Ob diese Zusammenarbeit – wie von einigen Workshop-Teilnehmern vorgeschlagen – durch die Gründung einer neuen Regionalentwicklungsgesellschaft verbessert werden könnte, sollte im Rahmen des moderierten Prozesses geprüft werden. ▪ **Strukturierung der bestehenden Angebote:** Nach dem Erreichen eines Commitments müssen sich die Akteure auf zentrale Inhalte der kreisweiten Fachkräftesicherungsstrategie einigen. Die teilweise überfordernde Vielzahl der Angebote soll so verschlankt werden. Mögliche Kernmaßnahmen können sein:	

		○ **Gemeinsame Informationsplattform nutzen: Klarheit im Internet schaffen.** Es existieren auch hier enorm viele Angebote, die allerdings für sich selbst im Internet schwer zu finden sind. Eine führende Internetseite, die von allen Akteuren empfohlen und auf die von allen anderen Portalen prominent verlinkt wird, sollte angestrebt werden. Die Seite des Wirtschaftsraumes Haßberge (www.wirtschaftsraum-hassberge.de) bietet sich insofern an, als dass sie überparteilich, modern gestaltet und mit personellen Kapazitäten ausgestattet ist. Prominent platzierte Verlinkungen zwischen den einzelnen Internetseiten sollten als Standard festgelegt werden. ○ **Gemeinsame Präsentation außerhalb und innerhalb des Landkreises:** Ein einheitliches und kooperatives Verhalten zeigt das Engagement der Akteure und wirkt positiv auf potenzielle Auszubildende, Fachkräfte etc. Die Präsentation kann z.B. auf landkreisinternen Messen, Fachmessen an umliegenden Hochschulen, bei der Beratung von Jugendlichen, Rückkehrern oder Studenten etc. Anwendung finden. ○ **Forcierung der Zusammenarbeit mit Unternehmen:** Speziell für die Nachwuchskräftesicherung sind praxisnahe Informationen über Berufe für Schüler enorm wichtig und vor allem die vielversprechendste Möglichkeit, junge Menschen in der Region zu halten. Erfahrungen über verschiedene Formate wie die Vorstellung von Berufen an Schulen, Pflichtpraktika, Schnuppertage etc. sollten gesammelt/ausgetauscht und bewährte Formate landkreisweit eingeführt werden. Auch der Austausch zwischen Unternehmen über gute Erfahrungen in dem Bereich sollte gefördert werden, um auf die Bedürfnisse der Jugendlichen/Studenten etc. als Unternehmen adäquat einzugehen. ▪ **Fortlaufende professionelle Unterstützung zur Vermarktung einholen:** Da es sich bei Nachwuchskräfte- und Fachkräftesicherung um einen fortlaufenden und komplexen Prozess handelt, ist die Begleitung durch Externe anzuraten. Insbesondere die Einigung auf eine gemeinsame, einheitliche und abgestimmte Vermarktung ist ein zentraler Punkt, der durch professionalisierte Agenturen deutlich an Effektivität gewinnen würde (z.B. bei der Einführung einer Regionalmarke oder der Erstellung von zielgruppenorientierten Werbematerialien).	
	II.4 Unternehmen unterstützen und integrieren	Ein starkes und Wirkung entfaltendes Netzwerk von Akteuren kann im Bereich Nachwuchs- und Fachkräftesicherung nur gemeinsam mit der Unternehmerschaft im Landkreis funktionieren. Drei Faktoren spielen dabei eine zentrale Rolle:	

1. Unternehmen haben unterschiedliche Bedarfe, verlangen also auch unterschiedliche Unterstützung
2. Unterstützung von Unternehmen muss in Netzwerken organisiert sein, um breite Wirkung im Landkreis zu entfalten
3. Unterstützung von Unternehmen kann keine Einbahnstraße sein. Es müssen vielmehr Partnerschaften angestrebt werden, von denen alle Seiten profitieren.

- **Bedarfsspezifische Unterstützung von Unternehmen:** Allgemeingültige Lösungen für Probleme bei der schwierigen Mitarbeiterrekrutierung und -bindung zu finden, ist nicht möglich. Zu komplex sind die verschiedenen Rahmenbedingungen in den Betrieben. Dennoch haben sich einige Konzepte als erfolgsversprechend herausgestellt, gerade im Hinblick auf die besondere Struktur des Landkreises:
  - **Employer-Branding ermöglichen:** Die Schärfung des eigenen Firmenprofils ist für Klein- und Mittelunternehmen aufgrund begrenzter personeller und finanzieller Kapazitäten eine große Herausforderung. Informationsveranstaltungen zu diesem Thema und die Initiierung von Partnerschaften in diesem Bereich sind zu empfehlen. So sollen die Bekanntheit und auch die Attraktivität der Unternehmen innerhalb und außerhalb des Landkreises gefördert werden. Erste Schritte in diesem Bereich wurden durch den Aufbau des Branchenverzeichnisses sowie der Darstellung von Unternehmen als Arbeitgeber im Wirtschaftsportal des Landkreises umgesetzt.
  - **Offenheit gegenüber neuen Arbeitsmodellen:** Die Flexibilisierung der Arbeitszeit ist bei vielen Unternehmen bereits ein Thema (vgl. Abb. 24). Dazu gehört jedoch nicht nur die eigenständige Einteilung der Arbeitszeit, sondern auch die Ermöglichung von Telearbeit. Auch hier gilt: nicht für alle Betriebe wird das umsetzbar sein. Es geht jedoch um das Sondieren von Potenzialen, um dort Lösungen zu finden, wo es Sinn macht.
  - **Coworking/Pendlerstationen:** Auch in ländlichen Regionen entstehen – zum Teil durch kommunale Initiative – immer häufiger Coworking Spaces, die es insbesondere Freiberuflern und Kreativen ermöglichen, ein kostengünstiges und gleichzeitig professionelles Büroambiente zu nutzen, das die Nachteile von Home Office vermeidet und dennoch wohnortnah ist. Die größeren Standortgemeinden im Landkreis Haßberge sollten prüfen, ob der Bedarf auch bei ihnen vorhanden ist und potenzielle Betreiber identifizieren. Ein Coworking Space könnte auch dem einen oder anderen Pendler eine Alternative bieten. Zu einer Pendlerstation könnte ein Coworking Space weiterentwickelt werden, wenn – bei vorhandenen Raumkapazitäten – die für Auspendler aus dem Landkreis Haßberge wichtigsten Arbeitgeber gezielt umworben werden, ihren Mitarbeitern

		die Arbeit in einem Firmenbüro in der Pendlerstation zu ermöglichen, sodass das Pendeln an einigen Wochentagen entfallen kann. ○ **Gemeinsam Benefits für Mitarbeiter anbieten:** Aus den Ergebnissen der Unternehmensbefragung lassen sich zahlreiche Themengebiete ausmachen, in denen sich Unternehmen Kooperationen vorstellen können, die den Arbeitnehmern direkt nutzen (vgl. Abb. 25, z.B. überbetriebliche Schul- und Kleinkindbetreuung, Aus- und Weiterbildungsangebote, koordinierte Fahrdienste, altersgerechte Arbeit, Unterstützung bei Wohnraumfindung, Unterstützung bei der Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger etc.). Vielen Unternehmen muss erst noch klar gemacht werden, dass sich angesichts des demografischen Wandels ihr Selbstverständnis als Arbeitgeber dahingehend entwickeln sollte, dass sie sich selbst als Bewerber um Fach- und Nachwuchskräfte sehen. ▪ **Integration von Unternehmen in Netzwerke:** Die oben genannten Punkte (und zukünftige Initiativen im Landkreis) sollten Unternehmen als Stakeholder in die Arbeit der Netzwerke einbeziehen. Netzwerke sind für die Lösung bestehender Probleme vielversprechend, da sie alle betroffenen Akteure involvieren und durch die vielfältigen Perspektiven zu passgenauen und im Optimalfall effizienten Lösungen führen. Hier sollte beachtet werden, dass die Integration von Unternehmen nicht nur auf Geschäftsführungen abzielt, sondern auch vermehrt auf Arbeitnehmer abzielt, für Fragestellungen, bei denen es Sinn macht. Das Mitnehmen aller Akteure innerhalb der Lösungsfindung ermöglicht erst eine erfolgreiche Umsetzung der erarbeiteten Ergebnisse. Die GEFAK empfiehlt daher: ○ **Kritische Auseinandersetzung mit der Zusammensetzung bestehender Netzwerke** (Wer fehlt?) und breite Aufstellung zukünftiger Netzwerke (im Optimalfall alle betroffenen Akteursgruppen) (systemischer Ansatz). ○ In kritischen Situationen, bei Ergebnislosigkeit oder auch bei inhaltlichen Sackgassen sollten **externe (systemische) Moderatoren** konsultiert werden. ○ Netzwerke nicht geschlossen gestalten, **dynamisch** halten (Offenheit für neue Akteure, Nachbesserungen), Verteilung von Verantwortung auf mehrere Schultern, Mut zur Auflösung nach erfolgreicher und während nicht erfolgreicher Kooperation. ○ **Ergebnisse der Unternehmensbefragung für Netzwerkarbeit nutzen**: Unternehmen mit Kooperationsoffenheit kontaktieren und themen- oder branchenspezifisch zusammenbringen; Kooperationen mit Schulen, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Weiterbildungsinstitutionen etc. weiter fördern unter Beachtung der vorstehenden Gesichtspunkte.	

- Für Kontakte **Business-to-Business** existiert bereits die Unternehmensdatenbank des Landkreises Haßberge im Wirtschaftsportal. Diese sollte weiter bei Unternehmen beworben werden, um landkreisinterne Wirtschaftskreisläufe zu stärken.
- Die **Wirtschaftsförderung des Landkreises** kann als **Initiator von Netzwerken** auftreten, sollte diese jedoch nach erfolgreicher Implementierung sich selbst verwalten lassen (aufgrund begrenzter personeller und finanzieller Kapazitäten). Dazu gehört auch Mut, Netzwerke bei nicht erfolgreicher Arbeit wieder aufzulösen bzw. sich auflösen zu lassen (Scheitern als Normalität begreifen und daraus lernen). Auch hier bietet die Befragung Anhaltspunkte, welche Aufgaben von der Wirtschaftsförderung seitens der Unternehmen erwartet/verlangt werden.

- Netzwerkarbeit kann also keine Einbahnstraße sein, in der allein der Landkreis die Kooperationen am Leben hält. Der Nutzen der Arbeit muss vielmehr für alle Beteiligten spürbar sein, nur dann ergibt eine Kooperation Sinn. Themengebiete, in denen insbesondere ein Austausch zwischen Unternehmen empfohlen wird, sind:
  - Mitarbeiterrekrutierung
  - Arbeitnehmerorientierung
  - Verbesserte Verbindungen zu umliegenden Hochschulen (sieben Großbetriebe mit Interesse an Hochschulgründung und alle, denen die Nähe zu Hochschuleinrichtungen wichtig ist, sie aber derzeit (sehr) schlecht bewerten, zusammenbringen). Ein eigener Standort könnte dabei ebenso eine Option sein (vgl. oben) wie die verstärkte Zusammenarbeit mit externen Hochschulen, um Lehrangebote zumindest virtuell im Landkreis Haßberge zugänglich zu machen. Den Hinweisen, dass die Hochschulen in Coburg und Bamberg räumlich überlastet seien, sollte nachgegangen und ggf. Räumlichkeiten im Landkreis Haßberge anbieten.
  - Ausbildungskooperationen (z.B. Ansprache der 38 Unternehmen mit bestehender Ausbildungskooperation und Integration von Unternehmen mit geäußertem Bedarf in diesem Gebiet, Austausch von Good Practice, Aufteilung der Ausbildungsinhalte)
  - Weiterbildungskooperation
  - Schüleransprache (Nachwuchssicherung)
  - Eröffnung eines Kompetenzzentrums bzw. Hochschulstandortes (Darstellung spezifischer Berufe, eigener Studiengang (vgl. oben), gemeinsame Ausbildungsräume etc.). Neben den Überlegungen zum Thema Kunststoffverarbeitung wäre die Fachakademie für Sozialpädagogik in Haßfurt ein möglicher Anknüpfungspunkt für einen Studiengang „Soziale Arbeit“.

		○ Firmennachfolge ○ Unternehmensweiterbildung (z.B. zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung) ▪ Die neu zu gestaltende Netzwerkarbeit könnte gegebenenfalls auch mit einer organisatorischen Veränderung einhergehen. Wie bereits im Zusammenhang mit der wünschenswerten Transparenz thematisiert wurde (siehe II.3), wäre die Gründung einer regionalen Entwicklungsagentur denkbar, die die fachlichen und finanziellen Ressourcen des Landkreises und der Wirtschaft bündelt und für eine schlagkräftige Landkreisentwicklung sorgt. Ein möglicher Weg dahin könnte sein, dass in einem ausgewählten Themengebiet mit Leuchtturmcharakter, das unmittelbar auch die Interessen der Wirtschaft berührt, eine zunächst projektbezogene Kooperation eingeübt wird, die anschließend sowohl hinsichtlich des Aufgabenspektrums als auch hinsichtlich der zu beteiligenden Unternehmer ausgeweitet wird. Als Einstieg würde sich aus Sicht der GEFAK die Frage eines Hochschulstandortes bzw. Kompetenzzentrums eignen.	

HF III
ÖPNV & MOBILITÄT

Themen	Maßnahmen	Akteure
III.1 übergreifend	Mobilität und Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV) stellen zentrale Aspekte der Sicherung der Lebensqualität der Bevölkerung, aber auch für die touristische Erschließung des Landkreises Haßberge dar. Die Unternehmensbefragung zeigte, dass die ÖPNV-Anbindungen als ähnlich wichtig wie der Breitbandausbau oder die Fachkräftesicherung für die Entwicklung der Region eingestuft, gleichzeitig von den befragten Betrieben ebenso wie von den Workshop-Teilnehmern als deutliche Standortschwäche angesehen wird (vgl. Abb. 32). Auch angesichts der enormen Pendlerströme muss der Ausbau der umweltfreundlichen Mobilität ein wichtiges Handlungsfeld sein. Im Rahmen der Erstellung eines **Mobilitätskonzeptes mit integriertem Nahverkehrsplan für den Landkreis im Jahr 2018** wird dieses Thema professionell bearbeitet. In Anbetracht dessen sollen an dieser Stelle lediglich punktuelle Maßnahmen und Empfehlungen genannt werden, die sich aus der Erarbeitung des Standortmarketingkonzeptes ergeben haben und bei der Erstellung des Mobilitätskonzeptes Beachtung finden sollten. ▪ **Generelle Stärkung des ÖPNV:** Nicht nur die Quantität der Verbindungen von ruralen Gebieten in die Zentren innerhalb und außerhalb des Landkreises muss erhalten bleiben, sondern die Verbindungen müssen auch erschwinglich und verlässlich sein (Grundversorgung, Pendler, Umweltfreundlichkeit, touristische Erschließung etc.). Solange die Fahrt mit dem Auto bequemer und günstiger ist als die Nutzung	

		des ÖPNV, wird sich das Mobilitätsverhalten der meisten Menschen nicht ändern. Hierfür sind intelligente Lösungen notwendig, die sich an alltäglichen Problemen (Einkäufe nach Hause bringen, abends zum nächsten Kino fahren, Freunde in Bamberg besuchen etc.) orientieren. Eine enge Zusammenarbeit zwischen Verkehrsplanung und Anbietern des täglichen und mittelfristigen Bedarfs ist daher obligatorisch. ▪ **Verbesserte Anbindung von Gewerbegebieten:** Anhand der Befragungsergebnisse können Unternehmen ermittelt werden, die die ÖPNV-Anbindung an ihren Standort als schlecht oder sehr schlecht bewertet haben. Diese sollten auch bei der Konzeptionierung neuer Buslinien beachtet, oder gar in den Konzeptionsprozess integriert werden. Ergänzend dazu bewährte sich bereits in anderen Regionen eine höhere Taktung zu Stoßzeiten (morgens und später Nachmittag) sowie der Einsatz von zusätzlichen Fahrzeugen am frühen Freitagnachmittag. Auch hier würden Mitarbeiterbefragungen nützliche Erkenntnisse zum Mobilitätsverhalten generieren. ▪ **Zielgruppenspezifische Nutzung von Technologie:** Apps und Homepages von Mobilitätsanbietern ermöglichen schnell Informationen und Fahrkarten für entsprechende Verbindungen zu bekommen. Gleichzeitig sind es vor allem ältere Menschen, die oft immobil sind und sich wenig bis gar nicht mit der Bedienung von dieser Technik auskennen. Dies muss bei einer integrativen Mobilitätsplanung beachtet werden (z.B. durch Einrichtung einer Telefonzentrale für Informationen über Verbindungen oder auch Nachbarschaftshilfen/Bringdienste, die in der Nähe vorhanden sind). Es sollten bei der Erstellung von Maßnahmen im Rahmen des Mobilitätskonzeptes die Chancen und Risiken der Digitalisierung kritisch betrachtet werden.	

HF IV
DIGITALISIERUNG

Themen	Maßnahmen	Akteure
IV.1 übergreifend	Für die Unternehmen im Landkreis stellt die Anbindung an das Breitbandnetz den wichtigsten Standortfaktor dar (vgl. Abb.8). Auch wenn die Internetbandbreite nicht die gesamte Thematik „Digitalisierung“ abdeckt, so zeigt dieses Ergebnis doch ihre Relevanz. Natürlich durchdringen Aspekte der Digitalisierung fast alle Lebensbereiche. Aufgrund dieses „unbegrenzten“ Charakters der Thematik können an dieser Stelle nur generelle Empfehlungen zum Umgang mit dem Digitalisierungsprozess gegeben werden, die sich insbesondere in den letzten Jahren bewährt haben. ▪ **Digitalisierung gestalten:** Oft wird Digitalisierung als unabdingbare, selbstverständliche Entwicklung betrachtet, die mit allen Mitteln unterstützt werden muss, um nicht im Wettbewerb der Regionen zurückzubleiben. Gleichzeitig existiert kein einheitliches Verständnis darüber, was Digitalisierung genau umfasst. Diese Verbindung aus Unklarheit und vermeintlichem Handlungsdruck birgt die Gefahr, unbedacht auf Trends zu reagieren, ohne die Risiken zu kennen. Es ist daher sinnvoll, eine klare Strategie zu Inhalten und Grenzen der Digitalisierung zu entwerfen, um überhaupt Eckpunkte für die Entwicklung des Landkreises zu setzen. Erst dann kann von einer reagierenden zu einer proaktiven Vorgehensweise in diesem Bereich übergegangen werden. ▪ **Unternehmen integrieren:** Digitalisierung in Unternehmen kann nur gelingen, wenn diese auch über Chancen und Risiken Bescheid wissen. Es wird daher empfohlen, Vorreiter und generell interessierte Unternehmen zusammenzubringen, um einen inhaltlichen Austausch anzuregen (Hierzu stellte die Unternehmensbefragung einige Unternehmen heraus, die ihr Wissen und Erfahrungen in diesem Gebiet gern weitergeben). Digitalisierungsmöglichkeiten sollten branchenspezifisch betrachtet werden. Neben der technischen Komponente dürfen die Auswirkungen auf die betroffenen Menschen nicht unbeachtet bleiben. Digitalisierung muss für Menschen da sein, nicht umgekehrt. Dies bedeutet, dass Technik die Arbeit erleichtern und nicht Arbeitsplätze sowie soziale Kontakte im Unternehmen ersetzen soll. Diese Gefahr besteht allerdings zunehmend. Mit Bezug auf Lebensqualität, gute Arbeitsplätze und die damit zusammenhängende Fachkräfteproblematik, wird empfohlen, gemeinsam mit Mitarbeitern in den Unternehmen, Digitalisierungsstrategien zu entwickeln. So werden Entwicklungen von oben, basierend auf rein betriebswirtschaftlichen Gründen, verhindert und die Akzeptanz der Belegschaft deutlich gesteigert. Zudem können so Wissenslücken im Umgang mit der Technik frühzeitig erkannt werden.	

HFV TOURISMUS

Themen	Maßnahmen	Akteure
V.1 übergreifend	Derzeit begleitet die Beratungsfirma FUTOUR die Entwicklung eines **Tourismuskonzepts** für den Landkreis Haßberge. Die Weiterentwicklung des Sektors liegt somit bereits in den Händen von Spezialisten in diesem Bereich. Analog zum ÖPNV sollen an dieser Stelle lediglich punktuelle Maßnahmen und Empfehlungen genannt werden, die sich aus der Erarbeitung des Standortmarketingkonzeptes ergeben haben und bei der Erstellung des Tourismuskonzeptes Beachtung finden sollten. Auch aus Sicht der befragten Unternehmen stellte sich heraus, dass der Tourismus als **entscheidender Faktor für die Entwicklung der Standortgemeinden und des Landkreises** insgesamt angesehen wird (vgl. Abb. 11 und 32). Daran zeigt sich, dass der Tourismus nicht nur aus sektorenspezifischer und ökonomischer Perspektive enorm wichtig ist. Mit der Verbesserung der Angebote für Touristen verbessert sich immer auch das (Freizeit-)Angebot für die heimische Bevölkerung. Damit hängt die Entwicklung des Tourismus stark mit der lokalen **Lebensqualität**, der **Fachkräftesicherung** und nicht zuletzt auch mit der Identitätsbildung im Landkreis zusammen. Ein mehrfach thematisiertes Problem stellt das lückenhafte gastronomische Angebot für (Rad-)Wanderer - und generell für Touristen und Bürger - dar. Gleichwohl sollte bei der Fortentwicklung des Tourismus der Leitgedanke der **funktionsräumlichen Trennung** verfolgt werden. Nicht alle Sparten müssen und können bedient werden. Vielmehr muss eine Symbiose mit den umliegenden Zentren angestrebt werden, sodass ein sich ergänzendes Angebot für beide Seiten nützlich ist (touristische Profilierung z.B. durch Nachhaltigkeit, Burgen/Schlösser/Gärten, Naturtourismus, Wassertourismus am Main (vgl. auch LES-IRE)). Hierbei sind erneut **intelligente ÖPNV-Strukturen** entscheidend, um die touristischen Potenziale des Landkreises umweltfreundlich zu erschließen und den Zugang zu Angeboten in den Zentren für die heimische Bevölkerung nutzbar zu machen. **Kooperation** ist dabei der Schlüssel, um erfolgreiche Arbeit zu leisten (z.B. Erhöhung des Wiedererkennungswertes durch „Regionalmarke“ oder abgestimmte Bestrebungen zur Fachkräfterekrutierung)	

5 Anhang

5.1 Anschreiben

Wilhelm Schneider
Landrat des Landkreises Haßberge

Premiumadress
Basis
Dialogpost

##«UnternehmenID»##
Franziska Schmitt Lebensmittelhandel
«Anrede_Adresse» «Akademischer_Titel» «Vorname»
«Nachname»
«Ortsteil»
«Straße»
«PLZ» «Ort»

Haßfurt, 10.03.2017

WirtschaftsRaum Haßberge
Unternehmensbefragung für das Standortmarketingkonzept

«Anrede_Text» «Akademischer_Titel» «Nachname»,

zur Stärkung unseres Landkreises als Lebens- und Wirtschaftsraum erarbeiten wir z.Zt. ein Standortmarketingkonzept. Aus diesem Grund haben wir eine Lenkungsgruppe mit Vertretern aus den Bereichen *Wirtschaft, Tourismus, Landwirtschaft, Politik* und *Verwaltung* ins Leben gerufen, die uns bei der Erstellung des Konzepts fachlich unterstützt. Um nun dieses Konzept – auf Basis einer breiten/repräsentativen Datengrundlage – weiter ausarbeiten zu können, führen wir zunächst eine Unternehmensbefragung durch. Der Fragenkatalog selbst wurde in der Lenkungsgruppe erarbeitet und wird heute an über 1.800 bekannte Betriebe im Landkreis versandt.

Uns geht es inhaltlich darum zu erfahren, wie zufrieden Sie mit den Standortbedingungen sind und welche künftigen Anforderungen Ihr Betrieb an den Standort im Landkreis hat. Auf Basis Ihrer Rückmeldungen können wir letztlich erkennen, in welchen Handlungsfeldern wir ansetzen müssen und welche künftigen Maßnahmen Ihnen den höchstmöglichen Nutzen bringen werden. Die Spanne reicht dabei von der Frage nach dem Breitband-Bedarf über Verkehrsanbindung und Flächenbedarf bis hin zur Akquise von Fach- und Arbeitskräften.

Ich bitte Sie deshalb ausdrücklich: Nehmen Sie sich einige Minuten Zeit für die Beantwortung dieses Fragebogens und senden Sie ihn bis zum 04.04.2017 mittels beiliegendem Antwortkuvert an meine Mitarbeiter in der Stabsstelle Kreisentwicklung **zurück.** Denn nur mit den so gewonnenen Erkenntnissen ist es uns anschließend möglich, situations- und bedarfsgerecht zu handeln.

Sie können den Fragebogen natürlich auch bequem online ausfüllen. Sie finden ihn entweder direkt unter der URL *http://umfrage.wirtschaftsraum-hassberge.de,* über die Verlinkung im Portal *www.wirtschaftsraum-hassberge.de* oder durch Scan des nebenstehenden QR-Codes.

Das **Passwort** zu Ihrem **persönlichen Fragebogen** lautet

«Serial»

97437 Haßfurt - Am Herrenhof 1 - Telefon 09521 27-111 - Telefax 09521 27-333
www.hassberge.de - landrat@hassberge.de

Wilhelm Schneider
Landrat des Landkreises Haßberge

Die Befragung erfolgt selbstverständlich unter Beachtung datenschutzrechtlicher Vorschriften.

Bitte beachten Sie, dass sich die Fragen auf die angeschriebene **Betriebsstätte** beziehen. Sollte Ihr Unternehmen an mehreren Standorten im Landkreis angesiedelt sein und sie deshalb mehrfach angeschrieben werden, bitte ich Sie, den Fragebogen **für jeden Standort** auszufüllen.

Für Rückfragen können Sie sich jederzeit an den Wirtschaftsförderer Michael Brehm oder die Regionalmanagerin Jennifer Knipping wenden, beide erreichbar unter der Telefonnummer (0 95 21) 27 - 6 50 bzw. per eMail an *kreisentwicklung@landratsamt-hassberge.de*.

Als Landrat des Landkreises ist es mir ein großes Anliegen, die heimischen Unternehmen bedarfsgerecht zu unterstützen. Wir – Landrat, Kreistag und Verwaltung – orientieren uns stets am Bedarf. Den erkennt man häufig nicht an einer amtlichen Statistik oder einer Nachrichten-Schlagzeile, sondern vielmehr an den vielen Meinungen und Aussagen der Betroffenen selbst. Deshalb richtet sich die Befragung an alle Betriebe – Landwirte, Handwerks-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen ebenso wie an Einzelunternehmer und Großbetriebe. Je größer der Rücklauf, desto repräsentativer das Ergebnis, umso gezielter können wir dann handeln.

Ein kurzes Wort noch zum Standortmarketing und Wirtschaftsportal allgemein

Sicherlich haben Sie vor wenigen Tagen in der Presse gelesen, dass wir das Internetportal ***www.wirtschaftsraum-hassberge.de*** offiziell freigeschaltet haben. Eigentlich sollten Sie als Empfänger dieses Schreibens bereits in dem Branchenverzeichnis des Wirtschaftsportals gelistet sein. Falls nicht, können Sie sich gerne an die o.g. Adresse wenden; Herr Brehm hilft Ihnen bei der Eintragung.

Dieses Wirtschaftsportal war ein Projektvorschlag aus dem letzten Standortmarketingkonzept, dem *Wirtschaftsstrategiepapier für den Landkreis Haßberge* aus dem Jahr 2010. Das Portal soll die unternehmerische Vielfalt im Landkreis darstellen, die Unternehmen bei der Fach- und Arbeitskräfteakquise unterstützen, Termine & Veranstaltungen ebenso bewerben wie z.B. Gewerbeflächen und -objekte. Am besten, Sie schauen einfach mal vorbei ...

Mit dem Hinweis auf dieses Wirtschaftsportal möchte ich Sie nochmals dazu animieren, dieses kostenlose Angebot rege in Anspruch zu nehmen und sich gleichzeitig auch an der Unternehmensbefragung zu beteiligen. Denn genau solche Projekte wie das Wirtschaftsportal entstehen aus den Informationen, die wir z.B. über eine Unternehmensbefragung erst erhalten.

Ich bedanke mich für Ihre Unterstützung – ich zähle auf Sie!

Ihr

Wilhelm Schneider
Landrat des Landkreises Haßberge

Fragebogen
Frankierter Rückumschlag

5.2 Fragebogen

Unternehmensbefragung Landkreis Haßberge 2017

Bitte bis zum **04.04.2017** zurücksenden. Vielen Dank!

WirtschaftsRaum Landkreis Haßberge

Bitte prüfen und ergänzen Sie die vorliegenden Angaben:

1.1 Firma:	«Unternehmen» «UnternehmenID»		
Anschrift:	«Straße», «Ort» «Ortsteil»		
Telefon:	«Telefon»	Fax:	«Fax»
Homepage:	«Homepage»	E-Mail:	«UnternehmensEMail»
Branche:	«Branche_1_Bezeichnung»		
Öffnungszeiten:			
1.2 Geschäftsleitung:			
Telefon:		E-Mail:	
1.3 Ansprechpartner/-in für die Wirtschaftsförderung:		Funktion:	
Telefon:		E-Mail:	

2. In welchem Sektor befindet sich Ihr Unternehmensschwerpunkt? *(Bitte nur ein Kreuz)*

Landwirtschaft ☐ Industrie ☐ Handwerk ☐ Handel ☐ Gastgewerbe ☐ Verkehr ☐ Sonstige Dienstleistungen ☐

3. Welchen der folgenden Kompetenzfeldern können Sie Ihr Unternehmen zuordnen? *(Mehrfachnennungen möglich)*

1. Automotive	☐	12. Kultur- und Kreativwirtschaft	☐
2. Bauwirtschaft	☐	13. Logistik	☐
3. Biotechnologie	☐	14. Luft- und Raumfahrt / Satellitennavigation	☐
4. Chemie	☐	15. Mechatronik / Automation / Maschinenbau	☐
5. Elektrotechnik, Elektronik und Sensorik	☐	16. Medizin / Gesundheit / Pflege	☐
6. Energietechnik	☐	17. Nanotechnologie	☐
7. Ernährung /Landwirtschaft	☐	18. Neue Werkstoffe	☐
8. Finanzdienstleistungen	☐	19. Pharmazie	☐
9. Forst und Holz	☐	20. Photonik	☐
10. Immobilienwirtschaft	☐	21. Umwelttechnologie	☐
11. Informations- und Kommunikationstechnik	☐	22. Unternehmensberatung	☐

4.1 Seit wann ist Ihr Betrieb am jetzigen Standort? *(Bitte das Jahr angeben)* ☐

4.2 Was waren die wichtigsten Gründe für diese Standortwahl? *(Mehrfachnennungen möglich)*

Gute großräumliche Lage	☐	Nähe zu wichtigen Lieferanten/Partnern	☐
Günstige Standortkosten	☐	Private Gründe	☐
Nähe zu wichtigen Kunden	☐	Sonstiges, und zwar:	

5.1 Wie viele Beschäftigte (einschließlich Inhaber) hat Ihr Unternehmen insgesamt? *(Stand 31.12.2016)* ☐

5.2 Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen am Standort? *(Stand 31.12.2016) (Bitte in Tabelle eintragen)*

	Vollzeit	Teilzeit	Insgesamt	davon in Ausbildung	davon über 50 Jahre	davon von außerhalb des Landkreises
Anzahl Männer						
Anzahl Frauen						

6.1 Wie beurteilen Sie Ihren Betriebsstandort?

Standortfaktoren – *Bitte pro Standortfaktor (Zeile) je ein Kreuz für die Standortqualität Ihrer Betriebsstätte (1-5) und eins für die Wichtigkeit des Faktors für Ihren Betrieb (1-5)*	**Standortqualität Betriebsstätte** 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht)					**Wichtigkeit für Ihren Betrieb** 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. Überregionale Verkehrslage	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2. Örtliche Verkehrsanbindung (Straße)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3. ÖPNV	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
4. Breitbandversorgung / Internetanbindung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
5. Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
6. Verfügbarkeit von sonstigen Arbeitskräften	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
7. Nähe zu Hauptlieferanten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
8. Nähe zu Hauptkunden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
9. Ausbildungsangebote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
10. Weiterbildungsangebote	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
11. Nähe zu Forschungseinrichtungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
12. Verfügbarkeit von Gewerbeflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
13. Preisniveau der Gewerbeflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
14. Verfügbarkeit von Wohnflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
15. Preisniveau der Wohnflächen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
16. Kinderbetreuungsangebote (Krippe, Kita, Kindergarten)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
17. Angebote für Jugendliche	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
18. Schulangebot	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
19. Kultur- und Freizeitangebot	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
20. Natur und Landschaft	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
21. Hotel- und Tagungskapazitäten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
22. Grundversorgung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
23. Lebenshaltungskosten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
24. Service des Landratsamtes	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
25. Service der Standortgemeinde	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
26. Image der Standortgemeinde	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
27. Gesamtzufriedenheit mit dem Standort	☐	☐	☐	☐	☐					

6.2 Welche Entwicklungsschwerpunkte sollte Ihre Standortgemeinde setzen, welches Image sollte sie aufbauen?

.....

.....

7.1 Hat Ihr Betrieb in den kommenden 12 Monaten Bedarf an Arbeitskräften? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, bitte präzisieren Sie diesen Bedarf:

	ja	**nein**	**Anzahl**	**Berufsbezeichnung**	**Erwarten Sie Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung?**		
Hochschulabsolventen	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / sozial	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Ungelernte Arbeitskräfte	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐
Auszubildende	☐	☐			ja ☐	eventuell ☐	nein ☐

7.2 Welche Voraussetzungen müssen ausländische Arbeitskräfte für die Integration in Ihr Unternehmen erfüllen?

.....

.....

7.3 Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten vergeblich versucht, einen Arbeitsplatz zu besetzen? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, für welche Berufe? .....

7.4 Haben Sie in den vergangenen 12 Monaten vergeblich versucht, einen Ausbildungsplatz zu besetzen? **ja** ☐ **nein** ☐

Wenn ja, für welche Berufe? .....

8. Falls Sie Stellenbesetzungsprobleme haben: Aus welchen Gründen fällt es Ihrem Betrieb schwer, Fachkräfte bzw. Auszubildende zu finden? *(Bitte pro Zeile und Kategorie je ein Kreuz)*

Folgende Aussagen treffen zu für	Akademiker		sonstige Fachkräfte		Auszubildende	
	ja	nein	ja	nein	ja	nein
Fehlende fachliche Qualifikation	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Persönliche Eignung nicht gegeben	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Zu hohe Gehaltsvorstellungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unbekanntheit des Unternehmens	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fehlende Bereitschaft zu einem Ortswechsel hierher	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Der Wohnraum ist zu teuer	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Das Wohnraumangebot passt nicht zur Nachfrage	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fehlende Attraktivität des Berufsbildes	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Schlecht erreichbare Lage des Betriebs	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Sonstiges:	☐	☐	☐	☐	☐	☐

9. Welche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung führt Ihr Betrieb bereits durch bzw. welche Maßnahmen kommen – ggf. auch in Kooperation mit anderen Betrieben – künftig in Frage?

	ja	geplant	nein	Interesse
Anwerbung von Absolventen (Schule / Hochschule)	☐	☐	☐	☐
Aus- und Weiterbildung	☐	☐	☐	☐
Erleichtern der Vereinbarkeit von Beruf und Familie	☐	☐	☐	☐
Flexible Arbeitsplatzgestaltung (z.B. Home-Office)	☐	☐	☐	☐
Flexible Arbeitszeitgestaltung (z.B. Arbeitszeitkonto)	☐	☐	☐	☐
Beschäftigung und Einstellung älterer Arbeitnehmer	☐	☐	☐	☐
Ausrichtung der Arbeitsprozesse auf die Bedürfnisse älterer Menschen	☐	☐	☐	☐
Ausrichtung der Arbeitsprozesse auf die Bedürfnisse von Eltern	☐	☐	☐	☐
Gezielte Öffentlichkeitsarbeit / Marketing	☐	☐	☐	☐
Schaffung finanzieller Anreize	☐	☐	☐	☐
Einrichtung von Fahrdiensten (z.B. für Auszubildende)	☐	☐	☐	☐
Rationalisierung bzw. Umstrukturierung (z.B. Outsourcing)	☐	☐	☐	☐
Einsatz von Zeit- / Leiharbeitern	☐	☐	☐	☐
(Über-)Betriebliche Unterstützung bei der Versorgung mit Wohnraum	☐	☐	☐	☐
(Über-)Betriebliche Kleinkindbetreuung	☐	☐	☐	☐
(Über-)Betriebliche Schulkindbetreuung	☐	☐	☐	☐
(Über-)Betriebliche Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen	☐	☐	☐	☐

10.1 Hat Ihr Betrieb Kontakt zu Hochschulen oder sonstigen Forschungseinrichtungen? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

10.2 Hat Ihr Betrieb Angebote für Studierende (Duales Studium, Praktikum etc.)**?** ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

10.3 Hat Ihr Betrieb Kontakte zu Schulen (Praktika, Berufsinfotage etc.)**?** ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

10.4 Haben Sie Kontakte zum Zukunftscoach des Landkreises? ja ☐ nein ☐ Interesse ☐

10.5 Sind Sie an der Gründung einer Hochschule o.ä. im Landkreis Haßberge interessiert? ja ☐ nein ☐

Wenn ja, an welchen Themengebieten? 1) ..... 2) .....

11. Welche konkreten Überlegungen für die Entwicklung Ihres Betriebes bestehen für die nächsten drei Jahre? *(Mehrfachnennungen möglich)* **Selbstverständlich werden Ihre Angaben streng vertraulich behandelt.**

Einführung neuer Dienstleistungen, Produkte oder Prozesse	☐	Standorterweiterung / Filialisierung	☐
Neueinstellung von Beschäftigten	☐	Standortmodernisierung / Instandhaltung	☐
Abbau der Beschäftigtenzahl	☐	Standortverlagerung	☐
Betriebsübergabe	☐	Standortschließung	☐

12.1 Hat Ihr Betrieb Überkapazitäten an Flächen / Immobilien oder Angebote zu deren Fremdnutzung? *(z.B. Tagungskapazitäten, Halle, Bürofläche)* ja ☐ nein ☐

Wenn ja, welche und wie viel Fläche könnten Sie veräußern / vermieten? (*bitte Angaben in Art, qm und mit Zeitraum*)

.....

.....

«UnternehmenID»

12.2 Hat Ihr Unternehmen in Zukunft Erweiterungsbedarf am Standort? ja ☐ nein ☐

Wenn ja, welche und wie viel Fläche werden Sie benötigen? (*bitte Angaben in Art, qm und mit Zeitraum*)

.....

.....

13. Bitte geben Sie die benötigte Bandbreite Ihres Internetanschlusses (in Mbit/s) an:

Bedarf: <= 16 ☐ 17-49 ☐ 50-99 ☐ >= 100 ☐ Symmetrische (Upload- = Download-Speed) Anbindung ☐ mit: …… MBit/s

14. Kooperieren Sie bereits mit Unternehmen aus Ihrem räumlichen Umfeld bzw. können Sie sich eine Kooperation vorstellen?

Kooperation	bestehend	vorstellbar	Kooperation	bestehend	vorstellbar
Einkauf	☐	☐	Regionale Energieversorgung	☐	☐
Vertrieb (Marketing, Messen etc.)	☐	☐	Ausbildung / Qualifizierung	☐	☐
Produktion / Maschinennutzung	☐	☐	Mitarbeiterrekrutierung	☐	☐
Transport / Logistik	☐	☐	Forschung & Entwicklung	☐	☐

15. Welche Aktivitäten des Landratsamtes, Ihrer Standortgemeinde bzw. der Kammern und Verbände sind Ihnen in Zukunft wichtig?

Aktivitäten – *Für jede Aktivität (Zeile) je ein Kreuz bei „Allgemein wichtig" und bei „Aktuell eigener Bedarf".*	**Allgemein wichtig** 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)					**Aktuell eigener Bedarf**	
	1	2	3	4	5	ja	nein
Zentrale Anlaufstelle in der Verwaltung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei Angelegenheiten mit anderen Behörden	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hilfe bei der Vermittlung von Gewerbeflächen / -immobilien	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung für Existenzgründer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Betriebsnachfolge	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Organisation von Informationsveranstaltungen	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Aufbau von Unternehmensnetzwerken	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Energieberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Fördermittelberatung	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Bereitstellung regionaler Struktur- und Wirtschaftsdaten im Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Firmenbesuch durch Bürgermeisterin bzw. Landrat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Präsentation von Unternehmen aus dem Landkreis auf dem Internetportal www.wirtschaftsraum-hassberge.de (Produkt-/Dienstleistungsverzeichnis; Darstellung der Arbeitgeber)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16. Welche Maßnahmen zu Nachhaltigkeit bzw. sozialer Verantwortung (CSR) führt Ihr Unternehmen bereits durch?

☐ Ökologische Maßnahmen (z.B. Klimaschutz, Ressourcen), und zwar: .....

☐ Soziale Maßnahmen (z.B. Mitarbeiterbeteiligung, fairer Handel etc.), und zwar: .....

☐ Nachhaltigkeitsberichterstattung, und zwar: .....

☐ Sonstiges, und zwar: .....

17. Spielt das Thema Digitalisierung (Stichworte Industrie 4.0 und Big Data) in Ihrem Unternehmen schon heute eine wichtige Rolle? ja ☐ nein ☐

In welchen Bereichen Ihres Betriebes wird dieses Thema eine große Herausforderung?

.....

18. Spielt Ihr Standort im Landkreis Haßberge eine Rolle bei der Vermarktung Ihres Unternehmens? ja ☐ nein ☐

Wenn ja, inwiefern ist Ihr Standort förderlich bzw. hinderlich für Ihre Vermarktung?

.....

19. Was wären aus Ihrer Sicht die wichtigsten Maßnahmen zur Vermarktung unseres Landkreises Haßberge als Wirtschaftsstandort?

.....

.....

Vielen Dank !