

Wirtschaftsstandort Bobenheim-Roxheim



**Ergebnisse einer Befragung der ortsansässigen
Unternehmer im Auftrage des
Verkehrsvereins Bobenheim Roxheim e.V.**

Juli 2005

Ziele der Untersuchung

- Gewinnung von Wirtschafts- Strukturdaten
- Ermittlung der Stärken und Schwächen des Standortes aus Sicht der Unternehmer (**Investoren**)
- Aufbau einer aktuellen Wirtschaftsdatenbank
- Motivieren zur Mitarbeit im Standortmarketing

Methode

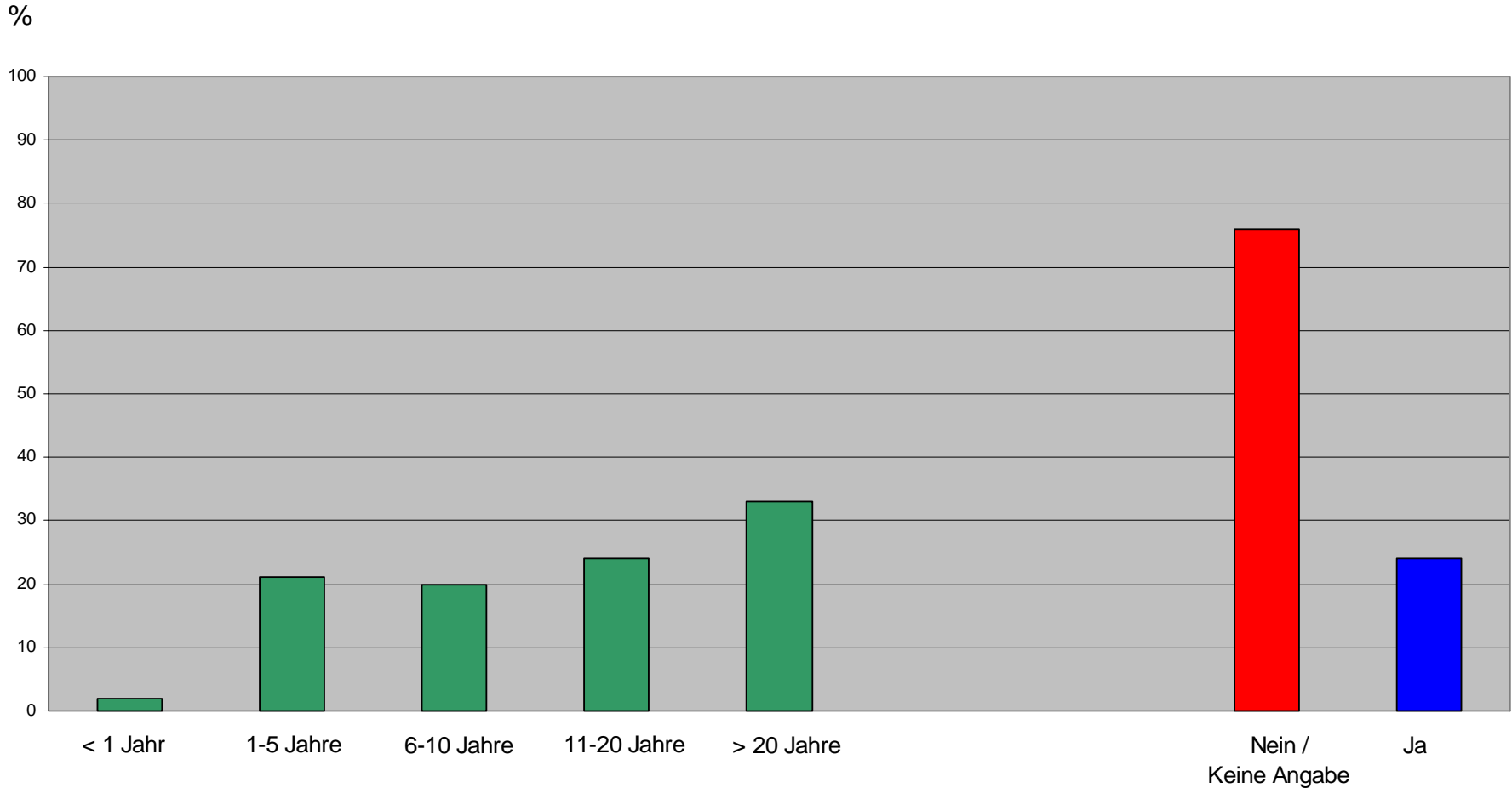
- schriftliche Befragung
- Fragebogen mit 16 offenen und 23 geschlossenen Fragen
- Bearbeitungsdauer: 15 bis 45 Minuten
- Laufzeit: Mitte Mai bis Mitte Juli 2005
- Anonymität gegenüber dem Auftraggeber gesichert

Stichprobe

- ca. 340 Unternehmen angeschrieben
- Rücklauf 82 auswertbare Fragebögen (24 %)
- davon nur 12 (14 %) anonym gegenüber MBE
- alle Branchen vertreten: Querschnitt der Wirtschaft
- überwiegend kleine Betriebe (75 % < 10 Mitarbeiter)
- 18 (22 %) Existenzgründer
- 20 (24 %) an weiteren Standorten aktiv

Frage 1: Dauer Existenz am Standort

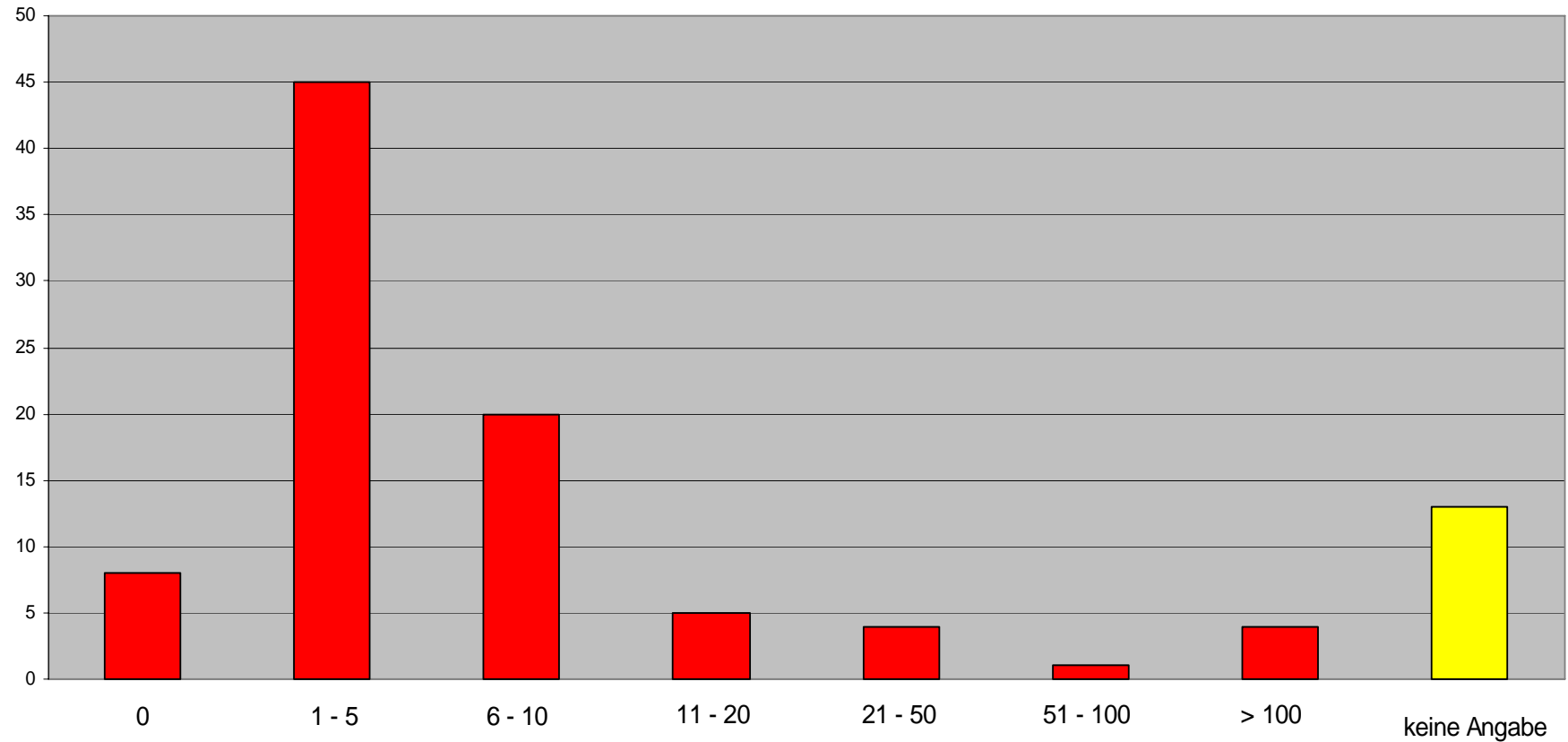
Frage 2: Andere Standorte



Frage 29: Zahl der Mitarbeiter

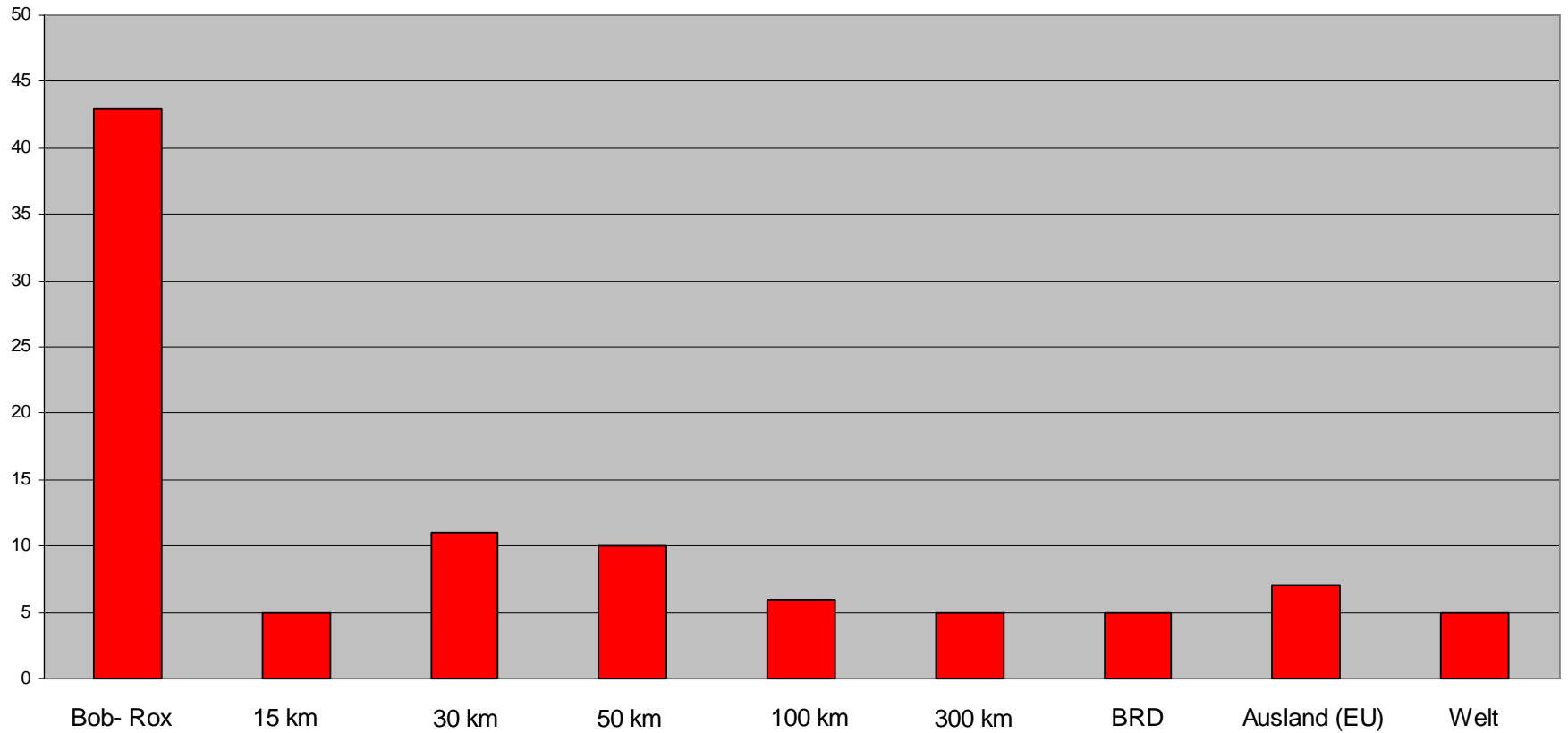
(n = 71)

Nennungen



Frage 33: Verkaufsgebiet (n=80)

Nennungen



Frage 3: Kriterien für die Qualität des Unternehmensstandorts (n = 79, Rangfolge nach Nennungen „sehr wichtig“)

1. Verfügbarkeit von Parkplätzen	38
2. Kaufkraft am Ort	37
Wirtschaftsfreundliche Kommune	37
Gesundheitsversorgung	37
3. Bildungs- und Schulangebot	33
4. Kunden- und Passantenfrequenz	31
5. Mietpreisniveau	29
6. Qualifiziertes Personal verfügbar	28

Frage 4: Wie bewerten Sie den Standort Bobenheim-Roxheim ?

1,41	Nähe zur Autobahn	2,78	Umweltauflagen
2,28	Nähe zum Markt	2,89	Verkaufsfläche
2,30	Bildungsangebot	2,90	ÖNPV
2,39	Gesundheitsversorgung	2,98	Parkplätze
2,53	Firmentradition	2,98	Mietpreisniveau
2,68	wirtschaftsfreund. Komm.	3,07	aktive Mitbewerber
2,74	Komm. Steuern/ Subv.	3,21	staatliche Leistungen
2,75	qualifiziertes Personal	3,21	Kundenfrequenz
2,78	Kaufkraft am Ort		

Frage 5: Vorschläge zur Verbesserung des Standorts (n = 44)

Mehr Fachgeschäfte ansiedeln

Bessere Zusammenarbeit untereinander

Bessere Zusammenarbeit mit der Gemeinde

Mehr Aktionen, mehr Werbung

Tourismus-/ Naherholungspotenzial nutzen

➔ **Mehr interne Kaufkraft binden**

➔ **Mehr externe Kaufkraft anziehen**

Frage 8: Trends mit Einfluss auf das Geschäft ? (n = 48)

Kostensteigerung durch staatliche Eingriffe

Zunehmender Online-Handel

Sinken der durchschnittlichen Kaufkraft

Stärkerer internationaler Wettbewerb

Demografischer Wandel (weniger, älter, Umzug)

➔ Druck auf die Unternehmen wächst

Frage 9: Wie bewerten Sie das Dienstleistungsangebot in Bobenheim-Roxheim? (Durchschnittsnote , n = 67 –81)

1,97 Kirchen

2,14 Arztpraxen

2,31 Banken

2,61 Steuer-/ Anwaltskanzleien

2,62 Handwerker

2,98 Gastronomie ⇔ Frage 13

3,43 Hotels/ Pensionen

Frage 10: Wie benoten Sie die Einkaufsorte generell ?

(Durchschnittsnote, n = 54 – 79)

1,83 Mannheim

2,37 Worms

2,81 Frankenthal

2,86 Ludwigshafen

3,29 Bobenheim-Roxheim ⇨ Frage 11

Frage 11: Wie benoten Sie den Einkaufsort Bo-Rox

anhand folgender Einzelkriterien ? (Durchschnittsnote)

2,32	Verkehrsanbindung	2,96	Parken
2,44	Sauberkeit	2,98	Fassaden
2,45	Sicherheit	3,03	Warenangebot
2,46	Beratung	3,10	Werbung
2,56	Freundlichkeit	3,11	Einkaufsatmosphäre
2,57	Service	3,14	Schaufenster
2,76	Öffnungszeiten	3,37	Branchenmix

Frage: Sehen das die Bürger (Kunden) auch so ?

Frage 13: Empfehlenswerte Lokale ? (n= 69, 130 Nennungen)

1. Seestube Bader	30
2. Chinarestaurant Nin Hao	13
3. SC Vereinsheim	7
4. Fröhliche Pfalz	6
5. Meurer, Großkarlbach	5
5. Sängerkunst	5
6. Pfälzer Hof	4

Frage 14: Preis für Kundenfreundlichkeit (n = 56, Nennungen)

Papeterie/Reisebüro Wagner	25
Bäckerei Preiß	6
Optik Klein	5
Apotheke Rochus	4
Metzgerei Hellmeier	4
Kohl Unterhaltungselektronik	3

Frage 18: Vorschläge zur wirtschaftlichen Belebung (n =42)

Mieten senken (zur Leerstandsbekämpfung)

Gesamtangebot verbessern

Intensiver zusammenarbeiten

Mehr Werbung, mehr Aktionen

Tourismuspotezial nutzen

➔ ein ganzes Bündel von Maßnahmen ist nötig

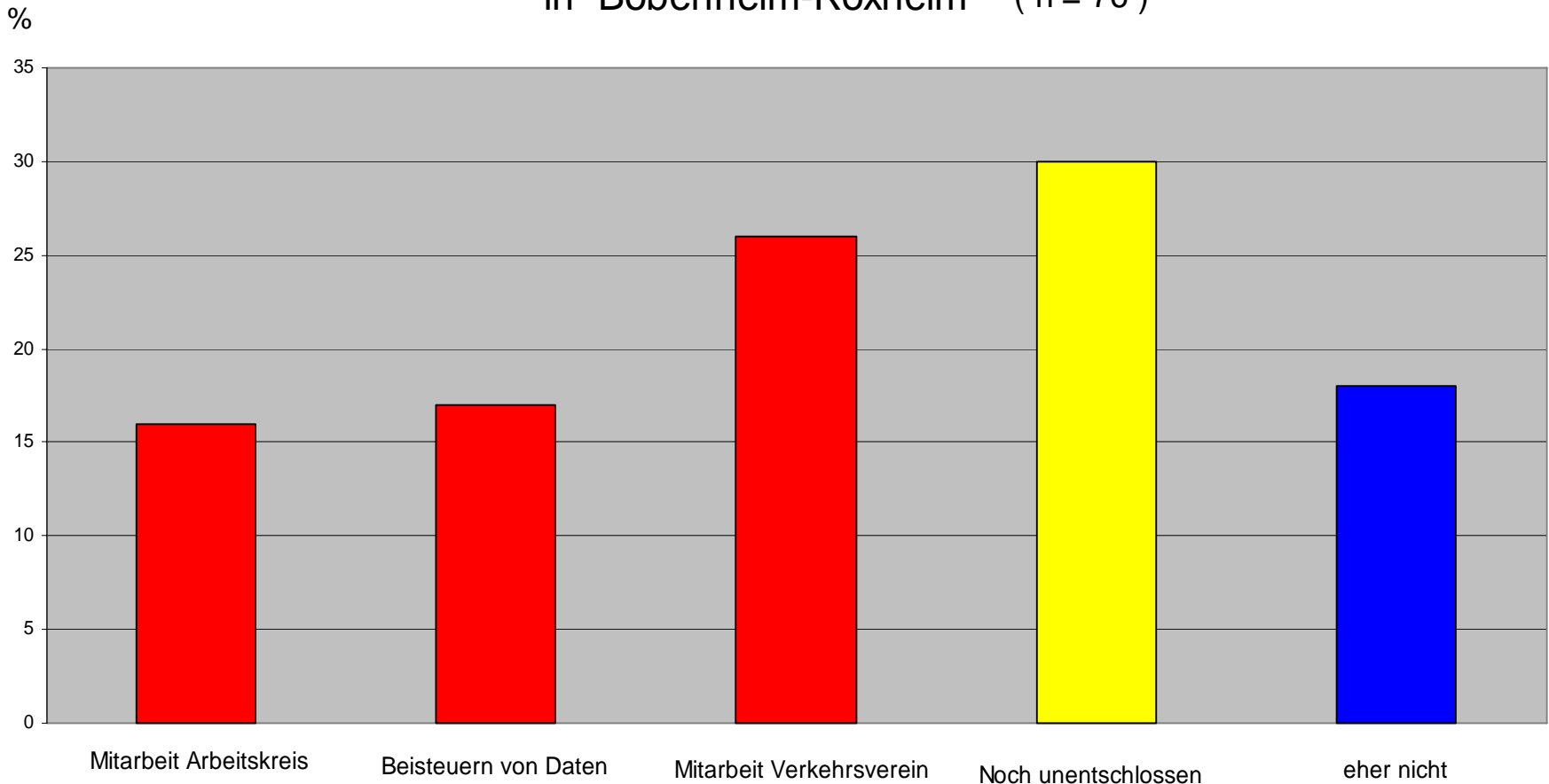
Frage 23: Haltung zum Standortmarketing (n = 69)

die Idee find ich gut	56 %
höchste Zeit, damit anzufangen	20 %
weiß darüber nicht genug	23 %
interessiert mich weniger	7 %

➔ **mehrheitlich positive Einstellung**

➔ **aber: Aufklärung über Nutzen nötig**

Frage 24: Persönliche Mitarbeit am Standortmarketing- Prozess
in Bobenheim-Roxheim (n = 76)



Frage 25: Erfahrungen mit der Kommunalverwaltung (n = 65)

Positive Erfahrungen	50 %
Negative Erfahrungen	12 %
Sowohl als auch	17 %

➔ **Gesunde Mischung**

➔ **gute Basis für erfolgreiches Standortmarketing**

Schlussfolgerungen

- hohe Rücklaufquote: starkes Interesse der Unternehmer
- geringe Anonymitätsquote: viel Vertrauen
- alle Branchen vertreten: „Die Wirtschaft“ hat gesprochen
- differenziertes Lagebild entwickelt
- Stärken und Schwächen nüchtern erkannt
- Fülle von Anregungen geliefert
- konstruktive Haltung gegenüber dem Stadtmarketing

Empfehlungen

- Ergebnisse im Verkehrsverein auswerten
- Nutzen der Mitarbeit für Unternehmen vermitteln
- Ergebnisse in den Arbeitskreisen auswerten
- Anregungen aufnehmen und prüfen
- Ergänzend: Herkunft der eigenen Kunden erfassen
- Freiberufler und Vereine einbeziehen
- Schulen einbeziehen (Leitung und Elternrat)
- mit Institutionen zusammenarbeiten (IHK / HWK etc.)
- Stärken des Standorts bewusst machen (Medien)
- auch die Bürger befragen

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !**

Fakten zur Lage I

- 1. Bobenheim-Roxheim steht im Wettbewerb mit allen Kommunen in der Region um Kaufkraft, um Infrastruktur und um Lebensqualität.**
- 2. Die Metropolregion Rhein-Neckar entwickelt sich dynamisch; Bobenheim-Roxheim muss versuchen, davon zu profitieren, um nicht zurückzufallen.**

Fakten zur Lage II

3. **Bobenheim-Roxheim hat (nur) ein markantes Wertschöpfungspotenzial, mit dem es wettbewerbsfähig werden kann: Den Silbersee und die Landschaft.**
4. **Künftige Wertschöpfung erfordert heute Investitionen.**
5. **Investoren brauchen günstige Bedingungen (Standortqualität) und Planungssicherheit.**

Fakten zur Lage III

6. Die Standortqualität hängt vom Zusammenspiel aller Bereiche ab: Einzelhandel, Handwerk, Gewerbe, Gastronomie, Politik und Verwaltung, Vereine und Institutionen und engagierte Bürger
7. Ein gutes Image zieht Kunden, Gäste und Investoren an. Negative Schlagzeilen schrecken ab. Das Image hängt vom Verhalten aller ab.

Schlussfolgerungen für Bobenheim-Roxheim

- 1. Bobenheim-Roxheim hat gute Entwicklungschancen**
- 2. Die Chancen und Risiken müssen sorgfältig gegeneinander abgewogen werden**
- 3. Das Ergebnis sollte in einem Entwicklungskonzept mit Leitbild festgehalten werden**
- 4. Die gemeinsame Linie muss von allen mitgetragen werden**
- 5. Alle müssen für ein gutes Image sorgen**

Empfehlungen

1. Lage sachlich neu bewerten (Wertschöpfung beachten)
2. Entscheidungen im Interesse des Ganzen treffen
3. Nachhaltigkeit beachten: - **wirtschaftlich**
 - sozial
 - ökologisch
 - kulturell
4. Gesamtkonzept erarbeiten und zügig umsetzen
5. Behutsam in die Zukunft investieren

