



**Fokussiert auf die Zukunft
von Stadt und Land.
Seit 1988.**

Gewerbeflächenentwick- lungskonzept für die Stadt Lindau 2023

Stadt+Regionalentwicklung
Handel
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien

Unternehmensbefragung

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Bearbeitung: Kerstin Mahrenholz
Vesna Simeunovic

München, April 2023

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhaltsverzeichnis

1 Methodik.....	5
2 Ergebnisanalyse.....	7
2.1 Unternehmensbezogene Daten.....	7
2.1.1 Allgemeine Angaben zu den Unternehmen	7
2.1.2 Zukünftige Entwicklungen der Unternehmen	8
2.1.3 Auswirkungen Corona-Pandemie	12
2.2 Standortspezifische Aspekte	14
2.2.1 Eigentumsverhältnisse	14
2.2.2 Betriebliche Veränderungen.....	14
2.2.3 Qualitätskriterien zukünftiger Flächen	21
2.2.4 Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren.....	21
2.2.5 Optimierungsbedarf.....	26
2.2.6 Bedarf und Verfügbarkeit an Arbeitskräften.....	26
2.2.7 Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten.....	28
2.3 Fragen zur Kooperation	30
2.3.1 Bestehende Kooperationen	30
2.3.2 Bedarf neuer Kooperationen.....	35
3 Anhang: Fragebogen	36

Verzeichnis von Abbildungen und Tabellen

Abbildung 1: Thematische Schwerpunkte der Unternehmensbefragung.....	6
Abbildung 2: Branchenstruktur der befragten Unternehmen.....	7
Abbildung 3: Erwartete Umsatzentwicklung in den kommenden fünf Jahren.....	9
Abbildung 4: Erwartete Umsatzentwicklung in den kommenden fünf Jahren nach Wirtschaftszweigen	9
Abbildung 5: Erwartete Entwicklung der Mitarbeiter*innenzahlen in den kommenden fünf Jahren.....	11
Abbildung 6: Erwartete Entwicklung der Mitarbeiter*innenanzahl in den kommenden fünf Jahren nach Wirtschaftszweigen	12
Abbildung 7: Einschätzung der Auswirkungen der Corona-Pandemie.....	13
Abbildung 8: Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Wirtschaftszweigen	13
Abbildung 9: Veränderungsplanung für die kommenden fünf Jahre.....	15
Abbildung 10: Flächenverfügbarkeit am aktuellen Standort.....	15
Abbildung 11: Flächenverfügbarkeit am aktuellen Standort nach Wirtschaftszweigen	16
Abbildung 12: Fristigkeit des Flächenbedarfs.....	17
Abbildung 13: Fristigkeit des Flächenbedarfs nach Wirtschaftszweigen.....	18
Abbildung 14: Zusätzlicher Flächenbedarf nach Wirtschaftszweigen.....	19
Abbildung 15: Art der benötigten Flächen	20
Abbildung 16: Flächenarten und Fristigkeit der Flächen.....	20
Abbildung 17: Qualitäten einer zukunftsfähigen Gewerbeimmobilie	21
Abbildung 18: Bedeutung und Zufriedenheit harter Standortfaktoren	24
Abbildung 19: Bedeutung und Zufriedenheit weicher Standortfaktoren	25
Abbildung 20: Optimierungsbedarf am aktuellen Standort	26
Abbildung 21: kurz- bis mittelfristiger Bedarf an Arbeitskräften.....	27
Abbildung 22: Anzahl benötigter Arbeitskräfte	27
Abbildung 23: Bewertung der Arbeitskräfteverfügbarkeit*	28
Abbildung 24: Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt Lindau.....	29
Abbildung 25: Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten Region Lindau	29
Abbildung 26: Kooperation mit anderen Unternehmen/ Betrieben	30
Abbildung 27: Kooperation mit anderen Unternehmen/ Betrieben nach Branchen.....	31
Abbildung 28: Sitz der Kooperationspartner.....	32
Abbildung 29: Sitz der Kooperationspartner nach Wirtschaftszeigen.....	32
Abbildung 30: Kooperationsfelder.....	33
Abbildung 31: Felder der Kooperation nach Wirtschaftszweigen.....	34
Abbildung 32: Bedarf nach räumlicher Nähe der Kooperationen	34
Abbildung 33: Räumliche Nähe der Kooperationen	35
 Tabelle 1: Gründe für die Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten der Stadt.....	 29
Tabelle 2: Gründe für die Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten in der Region	30

1 Methodik

Im Rahmen der Erarbeitung des Gewerbeflächenentwicklungskonzeptes (GEFEK) für die Stadt Lindau 2023 wurde eine Unternehmensbefragung durchgeführt, um das Konzept um marktrelevante Informationen auf Betriebsebene zu ergänzen. Das übergeordnete Ziel dieser Befragung war es, den aktuellen und zukünftigen Bedarf an gewerblichen Bauflächen in Lindau zu ermitteln, um künftige Flächenbedarfe frühzeitig erkennen zu können und gemäß den unternehmerischen Bedürfnissen zu entwickeln.

Entsprechende Befragungen der Unternehmen am Untersuchungsstandort sind ein fester Bestandteil von Gewerbeflächenentwicklungskonzepten, um weitere relevante Aspekte aus Sicht der Betriebe wie z.B. Aussagen zu Erweiterungsabsichten, eventuellen Flächenengpässen, dringenden baulichen Handlungsbedarfen und Beschäftigtenzahlen zu beleuchten. Ebenfalls können hierüber Angaben über die Zusammenarbeit von Unternehmen innerhalb von Wirtschaftsklustern sowie Hinweise zu spezifischen Standortanforderungen gewonnen werden. Entsprechend fließen die Ergebnisse der Befragung auch in die Kernelemente des Gewerbeflächenentwicklungskonzeptes, d.h. neben der Bestimmung von Flächenbedarfen auch in die Ableitung von Handlungsempfehlungen und standortbasierten Maßnahmen, ein. Dabei ist zu betonen, dass die gewonnenen Erkenntnisse vor der Aufnahme in den Untersuchungsbericht zunächst aus gutachterlicher Sicht reflektiert wurden.

Die Befragung der Gewerbetreibenden und Unternehmer*innen in der Stadt Lindau wurde mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens durchgeführt und als Kombination von schriftlicher und online-Befragung konzipiert. Der Fragebogen wurde den potenziellen Teilnehmer*innen von der Stadtverwaltung per Post zugeschickt, gleichzeitig enthielt das Anschreiben auch einen Link, über welchen die Gewerbetreibenden den Fragebogen online ausfüllen konnten.

Insgesamt wurden auf Grundlage der Gewerbedatenbank der Stadt Lindau 194 Fragebögen an Gewerbetreibende verschickt. Von diesen versendeten Fragebögen gingen im Befragungszeitraum 44 auswertbare Fragebögen ein, sodass eine Rücklaufquote von rd. 23 % erzielt wurde.¹ Folgende Kennzahlen können für die Unternehmensbefragung festgehalten werden:

- Aussendungen: 194
- Rücklauf: Teilnahme von 55 Betrieben, dabei 44 auswertbare Fragebögen
- Rücklaufquote: ca. 23 %
- Befragungszeitraum: 12. November bis 10. Dezember 2021

Der Fragebogen umfasste insgesamt 20 Fragen, die verschiedene Themenbereiche abdecken. Dabei können die Themenfelder grob drei Teilbereichen – unternehmensbezogene und standortspezifische Fragen sowie Fragen zur Kooperation – zugeordnet werden:

¹ Diese Quote liegt etwas über dem Durchschnitt vergleichbarer Erhebungen der cima.

Abbildung 1: Thematische Schwerpunkte der Unternehmensbefragung

Unternehmensbezogene Daten	Standortspezifische Aspekte	Kooperation
<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Angaben (Wirtschaftsbereich, Unternehmenssitz, Mitarbeiter*innenzahlen) • Zukünftige Entwicklungen der Unternehmen • Auswirkungen der Corona-Pandemie 	<ul style="list-style-type: none"> • Eigentumsverhältnisse • Betriebliche Veränderungen • Qualitätskriterien zukünftiger Flächen • Zufriedenheit mit Standortfaktoren • Optimierungsbedarf • Bedarf/ Verfügbarkeit Arbeitskräfte • Beurteilung Übernachtungsmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Felder der Kooperation • räumliche Nähe der Kooperation • Bedarf weiterer Kooperationen

CIMA Beratung + Management GmbH, 2022

Neben diesen thematischen Schwerpunkten der Befragung hatten die Teilnehmer*innen am Ende des Fragebogens zudem die Möglichkeit, in einer offenen Frage sonstige Anmerkungen oder Anregungen weiterzugeben.²

Die Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung werden im Folgenden aufgeführt und analysiert. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und einer ausführlicheren Darstellung der Auswertungen wurde die Detailbetrachtung nicht in den Untersuchungsbericht zum Gewerbeflächenkonzept für die Stadt Lindau 2023 integriert, sondern in Form eines separaten Berichtes zur Unternehmensbefragung dargestellt.

² Bei den sonstigen Anmerkungen und Anregungen wurden Einzelaussagen getroffen, die keine für die Analyse der Unternehmensbefragung ergänzenden relevanten Angaben darstellen. Die Nennungen werden dementsprechend im vorliegenden Bericht nicht weiter betrachtet; sie wurden vielmehr an die relevanten Stellen in der Stadtverwaltung zur weiteren Bearbeitung weitergeleitet..

2 Ergebnisanalyse

2.1 Unternehmensbezogene Daten

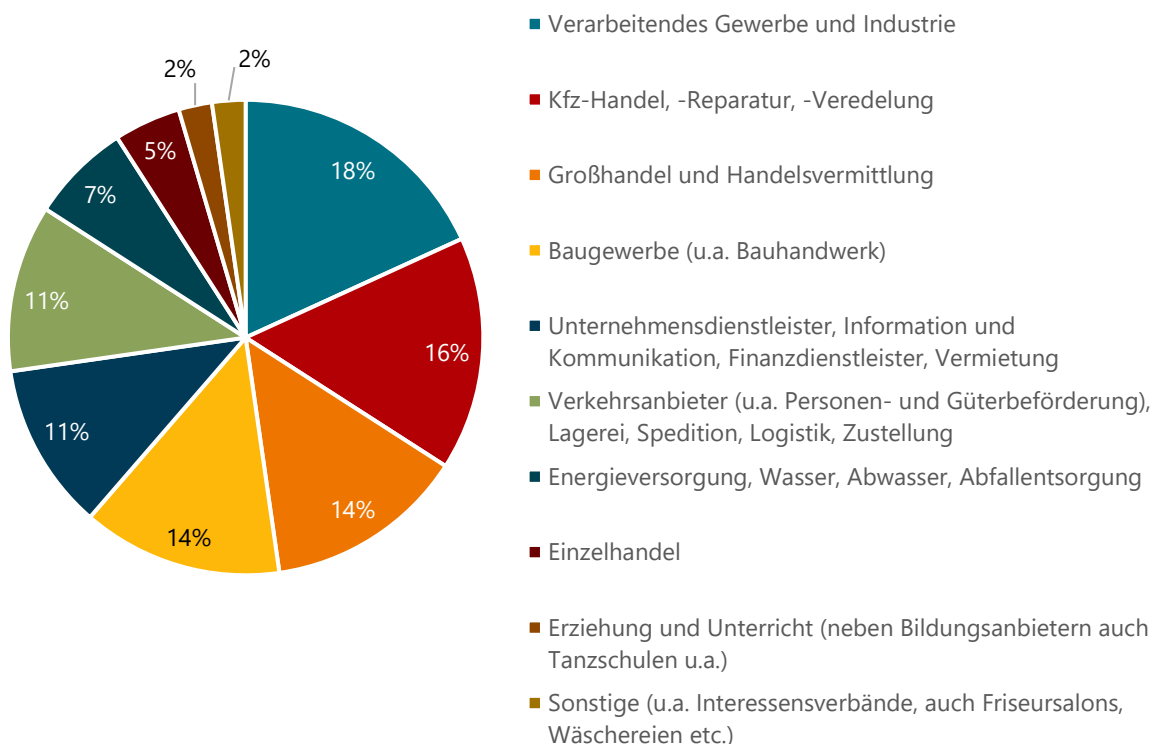
Der erste Teil der Unternehmensbefragung befasste sich mit den allgemeinen Daten der befragten Betriebe. Dabei galt es zunächst mit den Angaben zum Wirtschaftsbereich sowie der Frage nach dem Unternehmenssitz und der Mitarbeiter*innenanzahl einen Überblick über die teilnehmenden Betriebe zu gewinnen. Anschließend wurden mit Blick auf die Zukunft mögliche Entwicklungen der Betriebe hinsichtlich des Umsatzes und der Zahl der Beschäftigten beleuchtet. Dabei spielen auch die möglichen Auswirkungen der Corona-Pandemie eine Rolle.

2.1.1 Allgemeine Angaben zu den Unternehmen

Wirtschaftsbereiche

Zu Beginn der Befragung galt es zunächst zu konstatieren, welchen Wirtschaftsbereichen sich die interviewten Betriebe selbst zuordnen.³ Diese Zuordnung bildet die Grundlage für die Analyse weiterer branchenspezifischer Unterschiede. Dabei ergab sich eine breit gefächerte Verteilung der Betriebe nach Wirtschaftszweigen (vgl. Abbildung 2):

Abbildung 2: Branchenstruktur der befragten Unternehmen



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

- Die meisten Betriebe stammen aus dem verarbeitenden Gewerbe und der Industrie (ca. 18 %), dem Bereich Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung (ca. 16 %) sowie dem Großhandel und der Handelsvermittlung (ca. 14 %) und dem Baugewerbe (ca. 14 %).

³ Vier Unternehmen aus der Kategorie „Sonstiges“ wurden dabei nachträglich einem Wirtschaftsbereich zugeordnet.

- Die Branchen Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung sowie Verkehrsanbieter folgen mit jeweils ca. 11 %.
- Die weiteren Teilnehmer*innen verteilen sich auf diverse andere Branchen⁴.

Unternehmenssitz und Anzahl der Mitarbeiter*innen der Betriebe

Anschließend zur Einordnung der Unternehmen in die verschiedenen Wirtschaftsbereiche wurden die teilnehmenden Betriebe nach dem Ort des Unternehmenssitzes gefragt. Dabei machten die Befragten folgende Angaben:

- Mit **ca. 91 %** aller befragten Betriebe hat der Großteil seinen **Unternehmenssitz in Lindau**.
- Bei den restlichen Befragten (ca. 9 %) ist der Unternehmenshauptsitz in anderen Kommunen vorzufinden. Die Befragten dieser Gruppe gaben überwiegend einen Unternehmenssitz in Baden-Württemberg und Bayern an.

Die Frage nach der Anzahl der Mitarbeiter*innen ermöglicht einen guten Einblick in die Betriebsstruktur der befragten Unternehmen. Dabei wurde deutlich, dass bei den teilnehmenden Unternehmen in Lindau der Schwerpunkt bei Kleinbetrieben mit bis zu zehn Mitarbeiter*innen liegt:

- Fast die **Hälfte** (ca. 45 %) gab an, dass **bis zu zehn Mitarbeiter*innen** im jeweiligen Betrieb angestellt sind.
- Etwa **ein Drittel** der befragten Betriebe (ca. 34 %) entfällt auf die **Größenklasse 11 bis 50 Mitarbeiter*innen**.
- Ca. 9 % der Befragten finden sich hingegen im Bereich zwischen **51 bis einschließlich 100 Mitarbeiter*innen** wieder.
- Weitere **rd. 11 %** weisen eine **Beschäftigtenanzahl von über 100** auf. Die Unternehmen dieser Größenklasse können dem Wirtschaftsbereich „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“, „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“ sowie „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ zugeordnet werden. Darunter stehen v.a. zwei Firmen hervor, die jeweils zwischen 500 und 700 Mitarbeiter*innen beschäftigen.

Insgesamt konnte kein eindeutiger Zusammenhang zwischen der Anzahl der Mitarbeitenden und den Wirtschaftsbereichen hergestellt werden. Es war allerdings eine Tendenz dahingehend festzustellen, dass die Betriebe des produzierenden Gewerbes eher größere Beschäftigtenzahlen aufweisen, während die Betriebe mit eher geringen Beschäftigtenzahlen v.a. den Branchen „Großhandel und Handelsvermittlung“, „Einzelhandel“ sowie der Kfz-Branche zuzuordnen waren.

2.1.2 Zukünftige Entwicklungen der Unternehmen

Ein weiterer wesentlicher Teil der unternehmensbezogenen Fragen umfasste die Einschätzung der Befragten hinsichtlich der zukünftigen Entwicklung ihres Unternehmens. Dabei wurde sowohl die Entwicklung des Umsatzes als auch der Zahl der Mitarbeiter*innen beleuchtet. Besonders interessant ist die Weiterentwicklung der Umsätze sowie Mitarbeiter*innenanzahl im Zusammenhang mit der Zuordnung zu den Wirtschaftsbereichen. Daher wurden die Antworten auf die Fragen nach der Umsatz- sowie Mitarbeiter*innenentwicklung im Anschluss mit den Wirtschaftsbereichen verglichen, um mögliche zukünftige Prognosen für die gesamte Gewerbeflächenentwicklung am Standort Lindau zu generieren.

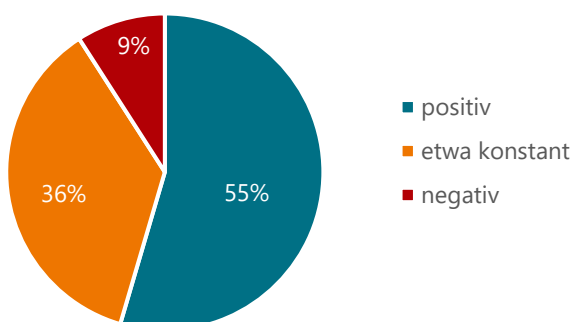
⁴ Die Kategorie Sonstiges umfasst in der Abbildung 2 sowie in den darauffolgenden Abbildungen, welche die Branchenstruktur aufgreifen, jeweils ein Unternehmen, welches keinem der aufgelisteten Wirtschaftsbereiche zugeordnet werden konnte.

Umsatzentwicklung

Die erwartete Umsatzentwicklung der Betriebe in Lindau für die kommenden fünf Jahre ergibt ein klares Bild:

- Der **Großteil der Unternehmen**, ca. 91 %, blickt **positiv** in die Zukunft. Die Betriebe erwarten in den kommenden fünf Jahren eine positive (ca. 55 %) bzw. zumindest eine konstante Entwicklung (ca. 36 %) ihres Unternehmensumsatzes.
- Etwa 9 % der Unternehmen erwarten in den kommenden fünf Jahren Umsatzeinbußen.

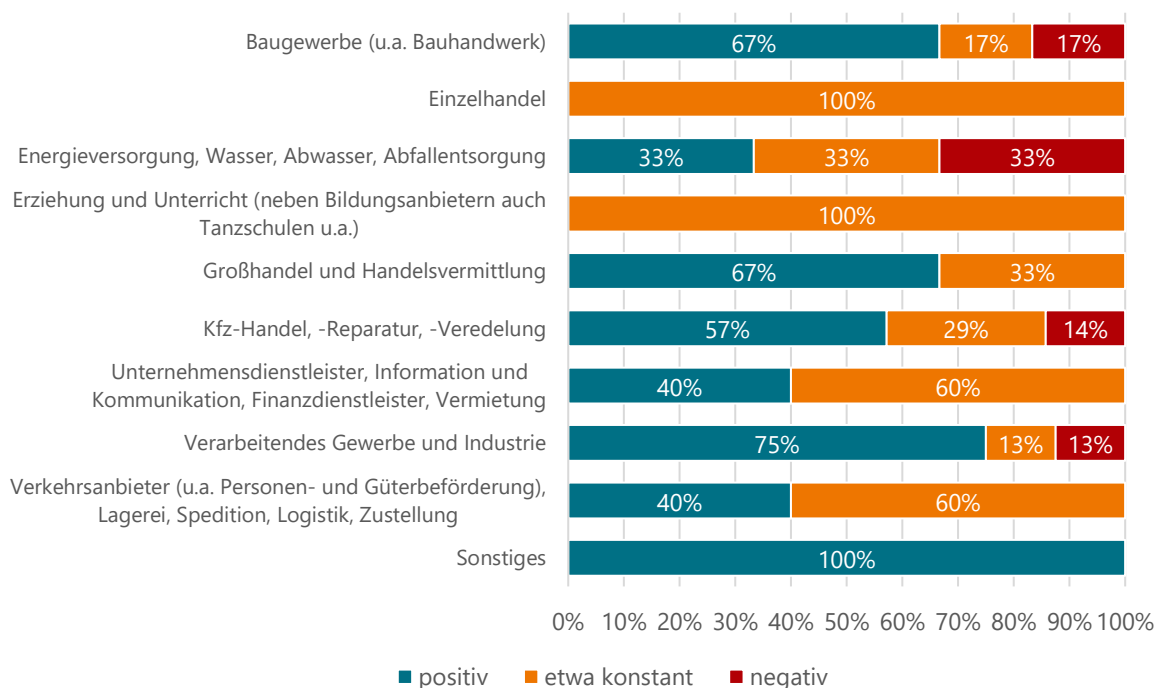
Abbildung 3: Erwartete Umsatzentwicklung in den kommenden fünf Jahren



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Die Einschätzung zur zukünftigen Umsatzentwicklung der Unternehmen wurde im nächsten Schritt mit den jeweiligen Wirtschaftszweigen verschnitten. Die Darstellung der Umsatzentwicklung und der Wirtschaftsbereiche ist der nachfolgenden Abbildung 4 zu entnehmen.

Abbildung 4: Erwartete Umsatzentwicklung in den kommenden fünf Jahren nach Wirtschaftszweigen⁵



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

⁵ Auf den Wirtschaftsbereich „Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)“ sowie die Kategorie „Sonstiges“ entfällt jeweils nur ein Unternehmen.

In Abbildung 4 wird ersichtlich, dass in jedem Wirtschaftsbereich ein Großteil der Unternehmen von einer positiven oder zumindest konstanten Umsatzprognose ausgeht. Lediglich in vier Wirtschaftsbereichen liegen negative Erwartungen zur Umsatzprognose vor, welche sich jedoch gegenüber den konstanten/ positiven Angaben auf einem geringen Niveau befinden. Insgesamt sind mit Blick auf die Umsatzentwicklungen folgende branchenspezifische Unterschiede festzuhalten:

- In den vier Wirtschaftszweigen „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“, „Großhandel und Handelsvermittlung“, „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“ sowie „Sonstiges“ gehen mehr als zwei Drittel (ca. 67 – 100 %) der Unternehmen von einer positiven Umsatzentwicklung in den nächsten fünf Jahren aus.
- In sechs der zehn aufgelisteten Wirtschaftsbereiche werden in den kommenden Jahren ausschließlich konstante sowie positive Umsatzentwicklungen erwartet.
- Bei den ca. 9 % der Unternehmen, die eine negative Umsatzentwicklung erwarten, ist im Hinblick auf die Branche kein Schwerpunkt festzustellen. Wie aus Abbildung 4 deutlich wird, ist die Erwartung einiger Unternehmen im Sektor „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“ am pessimistischsten. Hier erwarten ca. 33 % der befragten Unternehmen eine negative Entwicklung. Jedoch blicken in dieser Branche wie bereits erwähnt auch fast zwei Drittel aller Betriebe optimistisch in die Zukunft. Daneben gehen im „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“ ca. 17 %, im Bereich „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ ca. 14 % und im „verarbeitenden Gewerbe und Industrie“ ca. 13 % der Unternehmen von einem Umsatzrückgang aus.

Anschließend an die allgemeine Einschätzung der Umsatzentwicklung wurden die Teilnehmer*innen gebeten, ihre jeweils erwartete Entwicklung zu begründen. Aus Gründen des Datenschutzes und Relevanz der Antworten über die einzelbetriebliche Aussage hinaus, werden nur Antworten aufgeführt, die mehr als einmal genannt wurden. Bei den Begründungen für eine konstante oder negative Umsatzerwartung liegen vornehmlich Einzelnennungen vor, sodass hier kaum Ableitungen getroffen werden können. Zwei Betriebe gaben an, dass aufgrund der Corona-Pandemie keine zuverlässige Aussage über die zukünftige Entwicklung möglich ist.

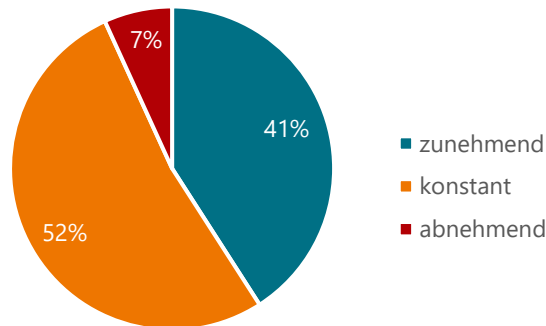
Betriebe, die eine positive Umsatzentwicklung erwarten, gaben hierfür v.a. eine positive Entwicklung des Marktes bzw. eine gute vorhandene/ steigende Nachfrage an (sieben Nennungen). Diese Nennungen wurden v.a. von Unternehmen aus dem Baugewerbe, der Kfz-Branche und des verarbeitenden Gewerbes genannt. Drei Unternehmen haben zudem eine Erweiterung/ Umstrukturierung des Unternehmens geplant und erwarten in diesem Zusammenhang auch für die nächsten Jahre steigende Umsätze.

Entwicklung der Mitarbeiter*innenanzahl

Neben der aktuellen Anzahl an Mitarbeitenden wurde in der Unternehmensbefragung auch nach einer Einschätzung der zukünftigen Mitarbeiter*innentwicklung gefragt. Zusammen mit der Umsatzentwicklung können durch eine Mitarbeiter*innenprognose der befragten Unternehmen Rückschlüsse auf die gesamte Gewerbeentwicklung am Standort Lindau gezogen werden.

Für die Entwicklung der Mitarbeiter*innenanzahlen wird, entsprechend zur Umsatzerwartung, für die nächsten fünf Jahre vornehmlich eine konstante bzw. positive Entwicklung erwartet. Insgesamt ca. 41 % der Befragten gehen von steigenden Mitarbeiter*innenanzahlen aus. Eine konstante Entwicklung erwartet etwas über die Hälfte (ca. 52 %) der befragten Unternehmen. Etwa 7 % gehen dagegen von einem Personalabbau in den kommenden fünf Jahren aus (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Erwartete Entwicklung der Mitarbeiter*innenzahlen in den kommenden fünf Jahren

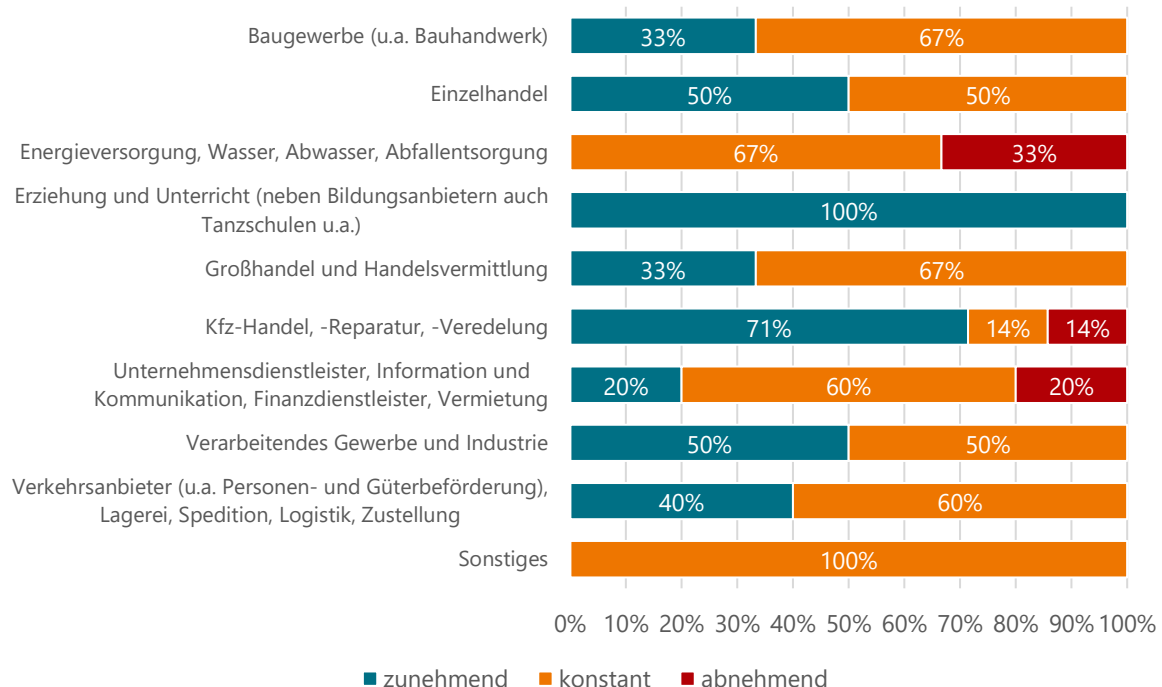


Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Im Hinblick auf die Erwartungen nach Wirtschaftsbereichen, sind deutliche Parallelen zu den entsprechenden Ergebnissen zur Umsatzerwartung zu erkennen. Branchen, die einen Rückgang bei den Mitarbeiter*innenzahlen erwarten, decken sich z.T. mit den Branchen, die zukünftig auch einen Umsatzrückgang erwarten. Folgende Aspekte sind hierbei hervorzuheben:

- Wie aus Abbildung 6 hervorgeht, ist die Erwartung rückläufiger Mitarbeiter*innenzahlen im Sektor „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“ am stärksten ausgeprägt. Hier erwarten ca. 33 % der befragten Unternehmen eine Abnahme. Daneben gehen im Bereich „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ ca. 20 % und im Bereich „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ ca. 14 % der Unternehmen von einer Abnahme aus.
- Hier sind Parallelen zur erwarteten Umsatzentwicklung nach Wirtschaftszweig zu erkennen, die in Abbildung 4 dargestellt ist. Es fällt auf, dass die Branche „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“ im Hinblick auf die Entwicklungen beim Umsatz und der Mitarbeiter*innenzahl am pessimistischsten ist. Betriebe aus den Bereichen „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ sowie „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ erwarten teilweise ebenfalls eine rückläufige Entwicklung ihrer jeweiligen Beschäftigtenzahlen.
- Optimistischer, mit einer erwartenden Zunahme der Mitarbeiter*innenzahlen von mind. 50 %, scheinen die Branchen „Einzelhandel“ (ca. 50 %), „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“ (ca. 50 %) sowie v.a. „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ (ca. 71 %) und „Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)“ (ca. 100 %) zu sein.

Abbildung 6: Erwartete Entwicklung der Mitarbeiter*innenanzahl in den kommenden fünf Jahren nach Wirtschaftszweigen ⁶



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

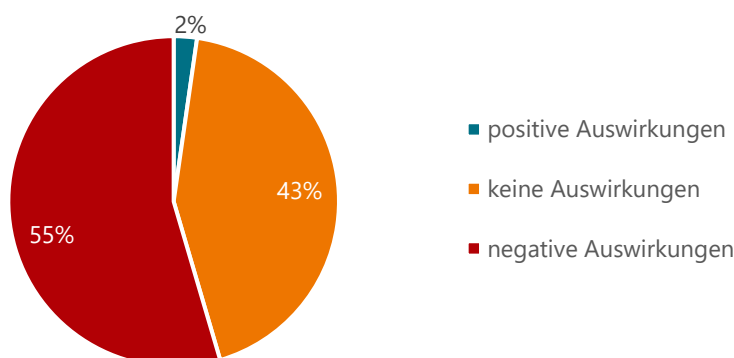
Ebenso wie bei den Umsätzen liegen bei der Begründung der erwarteten Entwicklung der Mitarbeiter*innenanzahlen v.a. verschiedene Einzelnennungen vor. Mit jeweils drei Nennungen verzeichneten die Antworten „Firmenwachstum/ Serviceerweiterung“ und „positive Umsatzentwicklung/ Auftragslage“ die meisten Antworten. Das Wachstum des Unternehmens bzw. Einstellungen an anderen Standorten gaben zwei weitere Betriebe als Grund für ihre erwartete konstante Mitarbeiter*innenanzahl an.

2.1.3 Auswirkungen Corona-Pandemie

Bei der Durchführung der Befragung Ende des Jahres 2021 konnten die Teilnehmer*innen auf zwei außergewöhnliche Jahre zurückblicken. Die Corona-Pandemie stellte zahlreiche Betriebe und Branchen in Deutschland vor große Herausforderungen. Die Frage nach den Auswirkungen der Pandemie für die Lindauer Betriebe zeigt, dass die Teilnehmer*innen überwiegend negative Auswirkungen verzeichnen. Mit insgesamt rd. 45 % gaben die Befragten an, keine oder gar positive Auswirkungen der Corona-Pandemie auf ihren Betrieb festzustellen. Demgegenüber stehen über die Hälfte (ca. 55 %) der Unternehmen, welche die Auswirkungen für ihr Unternehmen negativ einschätzen.

⁶ In den Wirtschaftsbereich Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.) sowie Sonstiges fällt jeweils nur ein Unternehmen

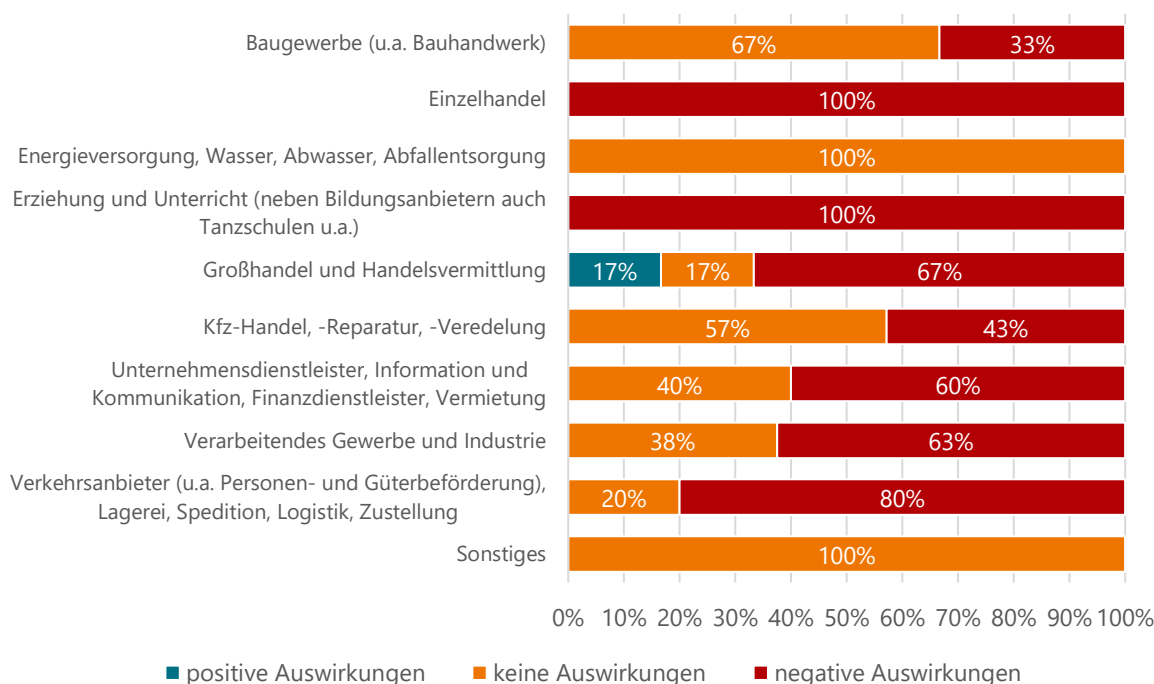
Abbildung 7: Einschätzung der Auswirkungen der Corona-Pandemie



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Unternehmen, die negative Auswirkungen durch die Corona-Pandemie erwarten, sind auf nahezu alle Wirtschaftszweige verteilt, jedoch mit unterschiedlich starker Ausprägung. Wie aus Abbildung 8 deutlich wird, werden negative Auswirkungen am stärksten im Sektor „Einzelhandel“ (ca. 100 %) und „Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)“ (ca. 100 %) sowie im Bereich „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ (ca. 80 %) wahrgenommen. Die Branchen „Großhandel und Handelsvermittlung“, „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“ sowie „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ folgen mit Anteilen von ca. 60 – 67 %. Lediglich im Sektor „Großhandel und Handelsvermittlung“ wird von einem der entsprechenden Unternehmen eine positive Auswirkung der Corona-Pandemie erwartet.

Abbildung 8: Auswirkungen der Corona-Pandemie nach Wirtschaftszweigen ⁷



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

⁷ In den Wirtschaftsbereich Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.) sowie Sonstiges fällt jeweils nur ein Unternehmen

Die Begründungen für die jeweiligen Auswirkungen der Corona-Pandemie lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Zwei Betriebe weisen auch während der Pandemie eine weiterhin bestehende Nachfrage nach ihren jeweiligen Leistungen auf und erfahren daher keine pandemiebedingten Auswirkungen.
- Negative Auswirkungen i.S.v. Umsatzeinbußen (u.a. durch Lockdowns, Kurzarbeit) geben sechs Betriebe an.
- Zwei weitere Betriebe begründen zudem negative Auswirkungen durch die Corona-Pandemie mit dem Verlust ihrer Kund*innen.

2.2 Standortspezifische Aspekte

Im nächsten Abschnitt wurden die Teilnehmer*innen um Angaben zu möglichen betrieblichen Veränderungen gebeten, sodass hieraus Aussagen zu Flächenbedarfen abgeleitet werden können. Weiterhin wurde die Bedeutung verschiedener Standortfaktoren und die Zufriedenheit mit deren Ausprägung am aktuellen Standort abgefragt. Darüber hinaus wurden die Teilnehmer*innen gebeten, Einschätzungen über den Bedarf und die Verfügbarkeit von Arbeitskräften am Standort zu machen. Abschließend wurde in diesem Themenblock befragt, wie die Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt und Region Lindaus beurteilt werden.

2.2.1 Eigentumsverhältnisse

Die Frage nach den Eigentumsverhältnissen bildete den Einstieg in den zweiten Teil der Unternehmensbefragung, den standortspezifischen Charakteristika. Mit der Darstellung der Eigentumsverhältnisse können erste Indizien auf eine Standorttreue der Unternehmen getroffen werden. Eine Betriebsstätte im Eigentum ist in den meisten Branchen mit höheren Investitionen und Kapital am Standort verbunden. Bei den befragten Unternehmen in Lindau ergab sich folgendes Bild:

- Mit ca. 48 % der Unternehmen verfügt **etwas weniger als die Hälfte** der Befragten über eine **Liegenschaft im Eigentum**. Die höchsten Eigentumsquoten sind dabei im „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“ sowie im Bereich „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“ festzustellen.
- Etwa 52 % der Unternehmen gaben an, die Betriebsflächen gemietet bzw. gepachtet zu haben. Die Wirtschaftszweige „Einzelhandel“, „Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)“ sowie der Bereich „Sonstiges“ mieten bzw. pachten ihre Betriebsfläche ausschließlich. Der Bereich „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ folgt; rd. 60 % dieser Unternehmen mieten bzw. pachten ihre Flächen in Lindau.

2.2.2 Betriebliche Veränderungen

Ein größerer Abschnitt der standortspezifischen Aspekte befasste sich mit möglichen betrieblichen Veränderungen der befragten Unternehmen. Für die Gestaltung der künftigen Gewerbeflächenpolitik können aus diesen Fragen wichtige Informationen abgeleitet werden. Dabei galt es zunächst herauszufinden, ob und welche betrieblichen Veränderungen am jeweiligen Betriebsstandort geplant sind. Im nächsten Schritt lag der Fokus auf den Erweiterungsabsichten der befragten Unternehmen. Für das Gewerbeflächenentwicklungskonzept war es insbesondere wichtig zu eruieren, wie viele Unternehmen bereits über Erweiterungsflächen verfügen und welche Betriebe zusätzliche Flächen benötigen. Um genaue Daten für das GEFEK zu generieren, wurde im Fragebogen außerdem nach der Größe und Art (Grundfläche, Bürofläche etc.) der benötigten Flächen für Expansionen gefragt.

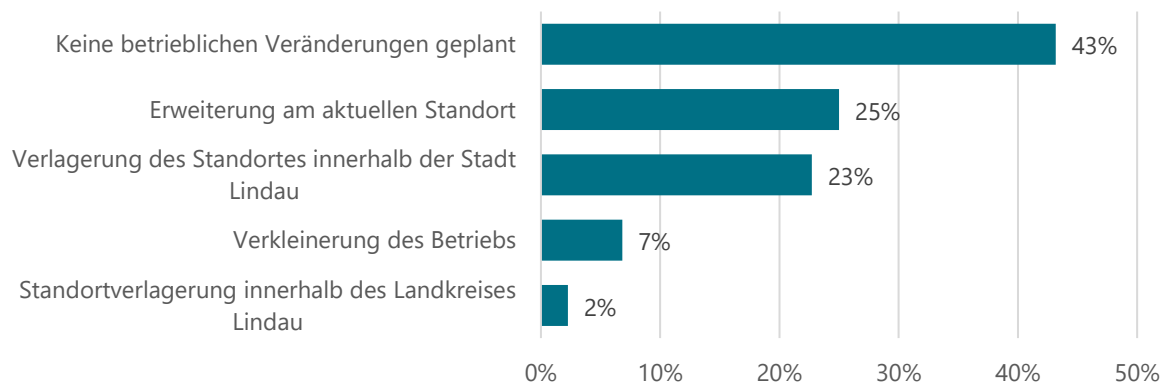
Art der Veränderungen am Betriebsstandort

Im Hinblick auf anstehende betriebliche Veränderungen beinhaltet der Fragebogen folgende erste Frage: „*Falls Sie in den nächsten 5 Jahren betriebliche Veränderungen an Ihrem Betriebsstandort planen – welche sind das?*“.

Mit rd. 43 % hat etwas weniger als die Hälfte der Befragten für die nächsten Jahre keine Veränderungen vorgesehen. Relevant für die Lindauer Gewerbeflächenpolitik sind jedoch insbesondere die Antworten der Unternehmen, die eine Veränderung planen. Insgesamt gaben **mehr als die Hälfte** der Unternehmen an, dass in den **nächsten 5 Jahren Veränderungen** der Betriebe anstehen (ca. 57 %). Die Pläne dieser Betriebe stellen sich wie folgt dar (vgl. Abbildung 9):

- Von den 25 Teilnehmer*innen, die in den nächsten Jahren betriebliche Veränderungen vorgesehen haben, möchten ca. 44 % ihre Betriebsfläche am aktuellen Standort erweitern.
- Ferner gaben ca. 40 % der Unternehmen mit Veränderungsabsichten an, eine Verlagerung des Standorts innerhalb der Stadt Lindau zu planen.
- Eine Verkleinerung des Betriebes ist derzeit von drei Unternehmen vorgesehen.
- Nicht alle Unternehmen planen jedoch, ihren Standort in der Stadt Lindau beizubehalten. Ein Unternehmen wird innerhalb des Landkreises verlagern.

Abbildung 9: Veränderungsplanung für die kommenden fünf Jahre



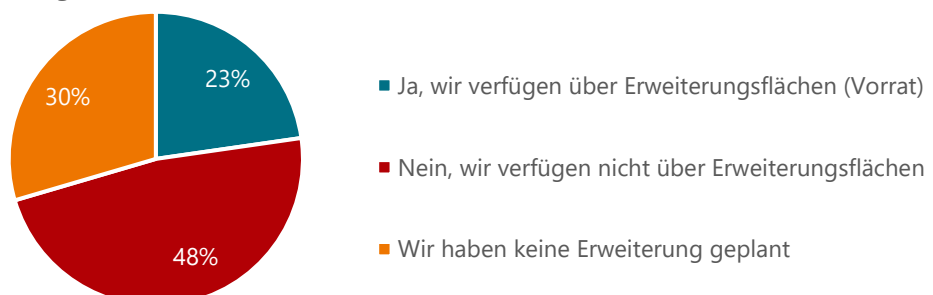
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Erweiterungsabsichten

Die nächsten Fragen konzentrierten sich konkret auf mögliche Erweiterungen und dafür notwendige und verfügbare Flächen. Die Frage nach der Flächenverfügbarkeit gibt Aufschluss über möglicherweise vorhandene Flächendefizite, sodass diese entsprechend in den Berechnungen für den zukünftigen Gewerbeflächenbedarf berücksichtigt werden können.

So wurden die Teilnehmer*innen zunächst gebeten anzugeben, ob sie an ihrem aktuellen Standort grundsätzlich über ausreichend Flächen für eine mögliche Erweiterung verfügen.

Abbildung 10: Flächenverfügbarkeit am aktuellen Standort



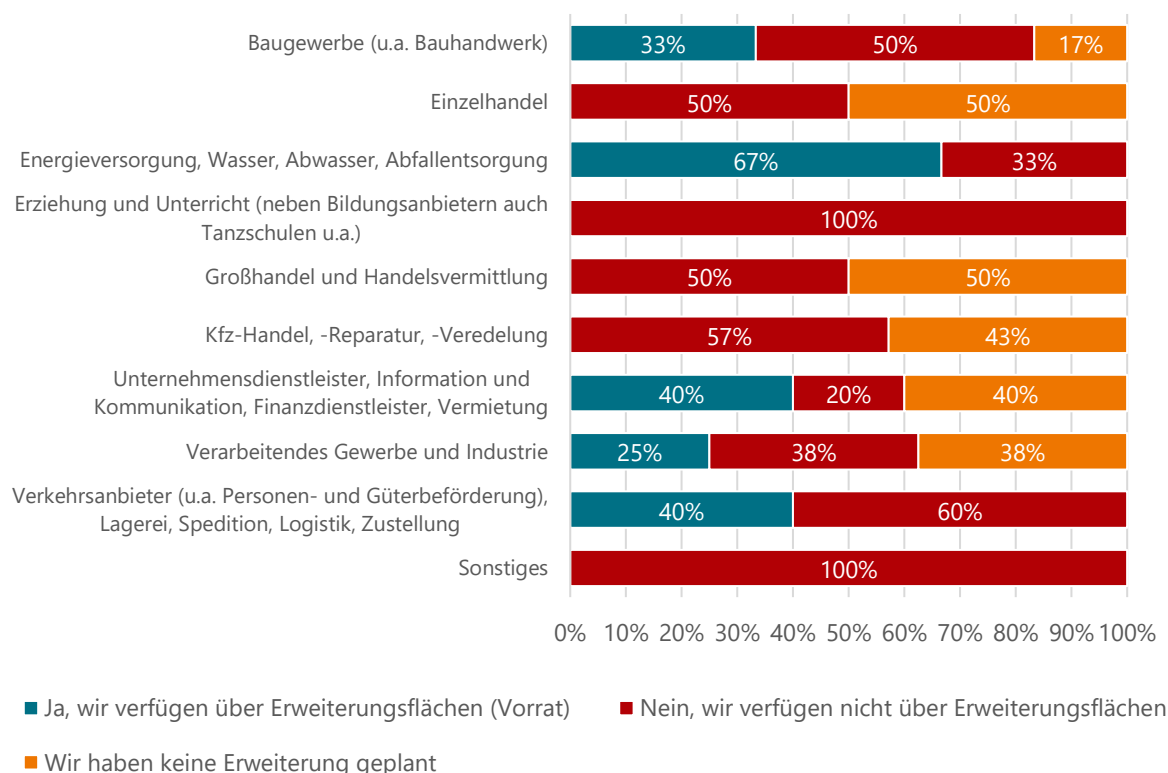
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Etwa 30 % der Unternehmen gaben an, keine Erweiterung geplant zu haben. Fast ein Viertel der Unternehmen (ca. 23 %) antwortete, über ausreichende Flächen für mögliche Erweiterungen zu verfügen. Im Hinblick auf die zukünftigen Flächenbedarfe sind v.a. die ca. 48 % der Unternehmen relevant, deren aktueller Standort nicht ausreichend Fläche für eine mögliche Erweiterung bietet. Dies betrifft in absoluten Zahlen 21 Betriebe.

Innerhalb der verschiedenen Wirtschaftszweige lassen sich dabei z.T. deutliche Unterschiede hinsichtlich verfügbarer bzw. benötigter Erweiterungsflächen feststellen (vgl. Abbildung 11):

- In allen Branchen sind Defizite hinsichtlich der Flächenverfügbarkeit festzustellen.
- Mit einem Anteil von ca. 60 % sind insbesondere in der Branche „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ sowie „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ (ca. 57 %) am aktuellen Standort die Flächen knapp.
- Auch im „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“, „Einzelhandel“ sowie dem Bereich „Großhandel und Handelsvermittlung“ gab jeweils rd. die Hälfte Betriebe an, nicht ausreichend Fläche für Expansionsbestrebungen zur Verfügung zu haben.

Abbildung 11: Flächenverfügbarkeit am aktuellen Standort nach Wirtschaftszweigen⁸



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Fristigkeiten, Art und Umfang der Flächenbedarfe

Bei der anschließenden Frage nach dem konkreten Flächenbedarf wurden von 19 Betrieben Angaben zu den jeweils benötigten Flächen gemacht. Darunter fallen neben Betrieben, die an ihrem aktuellen Standort oder einem anderen Standort innerhalb der Stadt Lindau vergrößern wollen, zwei Betriebe,

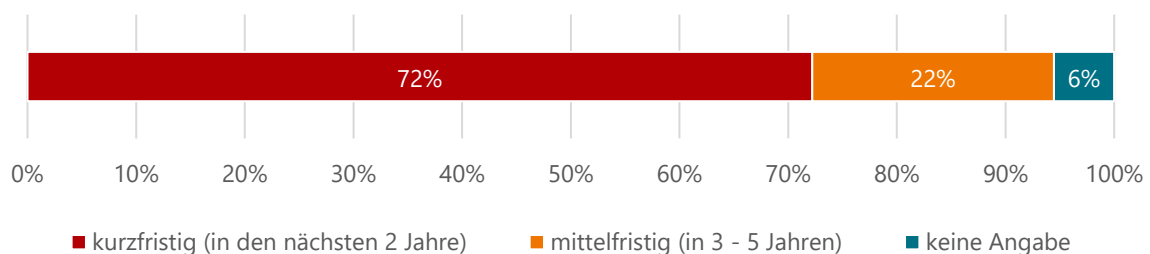
⁸ In den Wirtschaftsbereich Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.) sowie Sonstiges fällt jeweils nur ein Unternehmen

die zuvor angegeben haben, keine betrieblichen Veränderungen zu planen. Da jedoch von diesen Betrieben konkrete Flächenbedarfe angemeldet wurden, fließen diese in die nachfolgenden Berechnungen mit ein. Ein Betrieb hat dagegen eine Verlagerung in eine andere Stadt innerhalb des Landkreises Lindau geplant. Da in den folgenden Auswertungen der Fokus auf die Unternehmen gelegt wird, die innerhalb Lindaus Flächen benötigen, wird dieser Betrieb dementsprechend bei den Flächenbedarfen nicht weiter berücksichtigt. Insgesamt bilden daher 18 Unternehmen die Grundgesamtheit bei der weiteren Auswertung der Flächenbedarfe.

In Summe haben alle bis auf einen dieser Betriebe eine Anmerkung bezüglich der Fristigkeit des Flächenbedarfs gemacht, welche in Abbildung 12 aufgeführt ist.

Mit ca. 72 % gaben nahezu drei Viertel der befragten Betriebe an, dass sie die Fläche kurzfristig (in den nächsten zwei Jahren) benötigen, während etwa ein Fünftel diese mittelfristig (in drei bis fünf Jahren) brauchen.

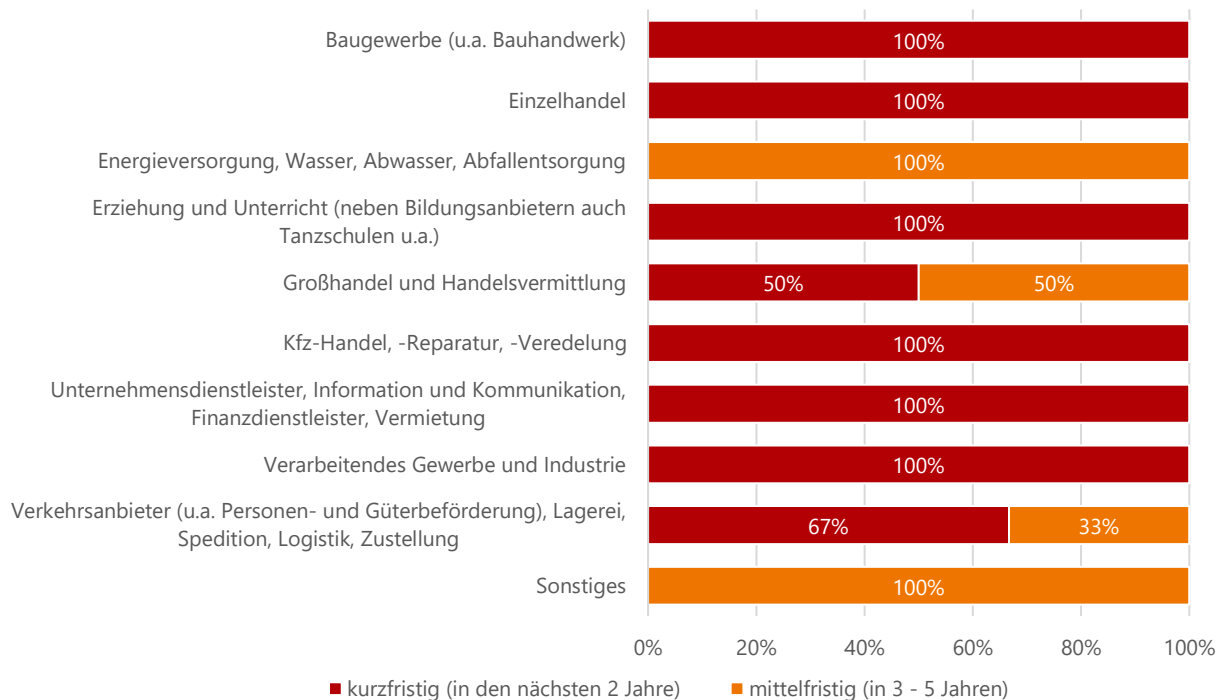
Abbildung 12: Fristigkeit des Flächenbedarfs



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=18.

Die Auswertung der Fristigkeit nach Wirtschaftszweigen (Abbildung 13) zeigt, dass lediglich in den Bereichen „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“, „Großhandel und Handelsvermittlung“, „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung)“, „Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ sowie in den „sonstigen Branchen“ die Flächen für Erweiterung zumindest teilweise erst mittelfristig benötigt werden. In allen anderen Bereichen besteht ausschließlich kurzfristiger Bedarf innerhalb der nächsten zwei Jahre.

Abbildung 13: Fristigkeit des Flächenbedarfs nach Wirtschaftszweigen⁹



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=17.

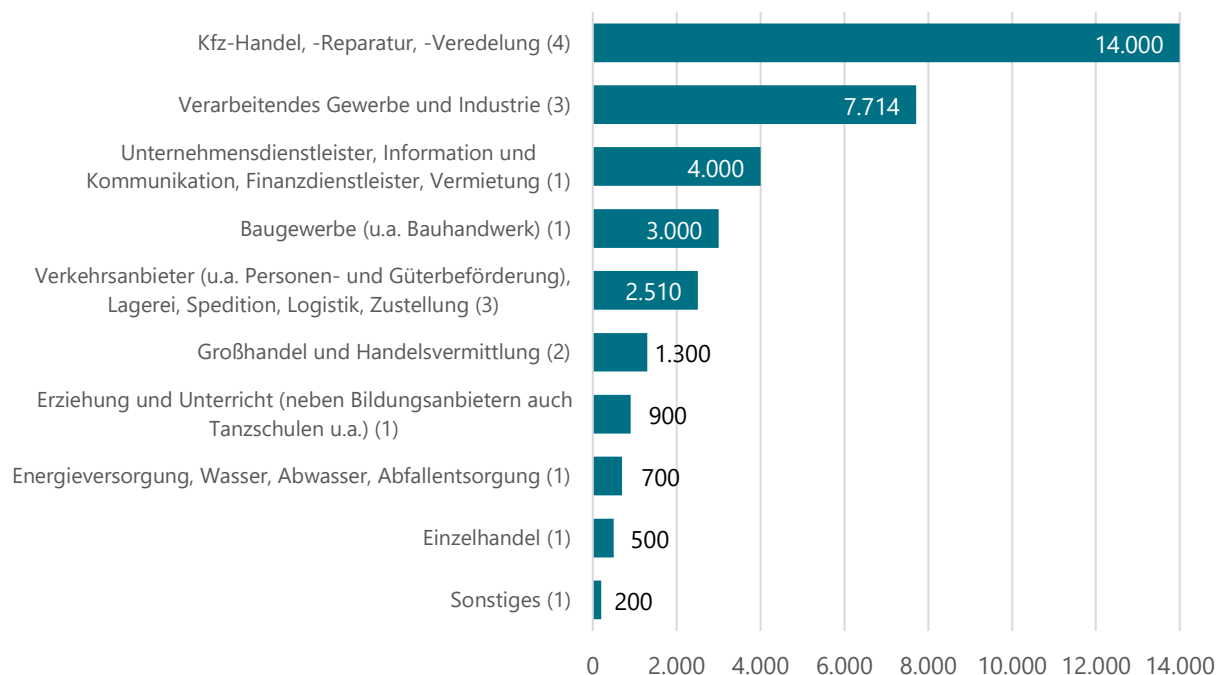
Im Zusammenhang mit der Erweiterungsabsicht, der Verfügbarkeit von Flächen am Betriebsstandort sowie der Fristigkeit ist auch die Quantifizierung des tatsächlichen Bedarfs an zusätzlicher Fläche von besonderer Relevanz. Deshalb wurde den Betrieben folgende Frage gestellt: „Wenn Sie eine Expansion in Erwägung ziehen – wie viel zusätzliche Fläche werden Sie voraussichtlich in den nächsten 5 Jahren benötigen?“ Expansion umfasst dabei neben Erweiterungen auch Verlagerungen sowie Neuansiedlungen.

Wie bereits ausgeführt, liegen hierzu Antworten von 18 Betrieben vor, welche einen konkreten Flächenbedarf quantifiziert haben. Von diesen können vier Unternehmen dem Bereich „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“, jeweils drei Betriebe den Segmenten „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“ sowie „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ und zwei Betriebe dem „Großhandel und Handelsvermittlung“ zugeordnet werden. Weitere Wirtschaftszweige werden von jeweils einem Unternehmen vertreten (vgl. Abbildung 14).

Von den 18 Unternehmen werden in Summe zusätzlich rd. 3,5 ha Fläche benötigt. Die Abbildung 14 stellt den zusätzlichen Flächenbedarf nach Wirtschaftszweigen dar. Hier sind sowohl die absoluten Flächenbedarfe in m² angegeben sowie in Klammern die Anzahl der jeweils nachfragenden Betriebe.

⁹ Auf die Wirtschaftsbereiche „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“, „Einzelhandel“, „Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung“, „Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)“, „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ sowie Sonstiges entfällt jeweils nur ein Unternehmen.

Abbildung 14: Zusätzlicher Flächenbedarf nach Wirtschaftszweigen in m²



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=18; die in Klammern aufgeführte Zahl stellt die Anzahl der Betriebe im jeweiligen Wirtschaftszweig dar

- Mit ca. 1,4 ha besteht gemäß den Befragungsergebnissen der mit Abstand größte Flächenbedarf im Bereich „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“. Davon entfallen etwa 1,0 ha auf ein Unternehmen, während sich die weiteren ca. 0,4 ha auf drei weitere Betriebe verteilen.
- Die Betriebe aus dem „Verarbeitenden Gewerbe und Industrie“ benötigen in Summe ca. 0,8 ha. Der Großteil hiervon (ca. 0,6 ha) wird von einem Betrieb nachgefragt, die beiden verbleibenden Betriebe benötigen in Summe lediglich etwa 0,2 ha.
- Ferner melden jeweils ein Betrieb der Branchen „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ sowie „Baugewerbe (inkl. Bauhandwerk)“ einen Flächenbedarf von ca. 0,4 bzw. 0,3 ha.
- Flächen von min. 0,1 ha werden auf branchen- sowie einzelbetrieblicher Ebene in der Branche „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ sowie im „Großhandel und Handelsvermittlung“ benötigt.
- In den übrigen Branchen liegen die Flächenbedarfe jeweils unter 0,1 ha.

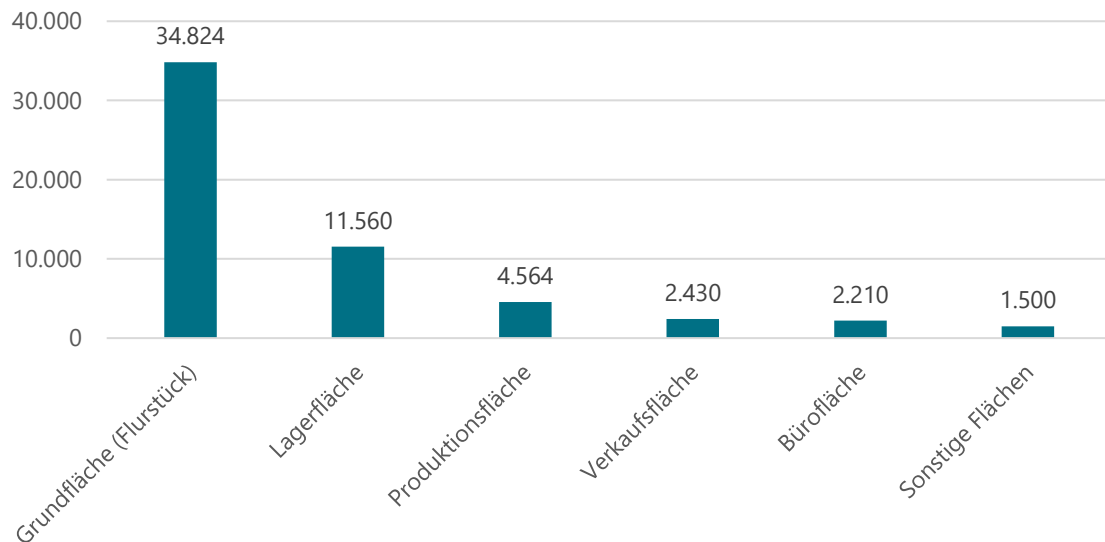
Im Hinblick auf den Standort, an welchem die Erweiterungsflächen benötigt werden, lassen sich anhand der Befragungsergebnisse folgende Aussagen treffen:

- Von den rd. 3,5 ha werden etwa 45 % bzw. 1,6 ha für Erweiterungen am jeweils aktuellen Standort der Betriebe benötigt.
- Etwa die Hälfte der Flächen (ca. 1,8 ha) sind von den befragten Betrieben im Zusammenhang mit Verlagerungen des Standorts erforderlich.
- Ein geringer Anteil von ca. 0,1 ha kann diesbezüglich nicht zugeordnet werden, da diese Betriebe angaben, keine betrieblichen Veränderungen zu planen.

Die Unternehmen konnten zusätzlich zur Gesamtfläche auch die Art der benötigten Flächen genauer angeben. Nachfolgende Abbildung 15 stellt die entsprechende Verteilung dar. Zu berücksichtigen ist

dabei, dass nicht alle Befragten genauere Angaben zur Art der benötigten Fläche gemacht haben. Die Summe der Flächen nach Nutzungsart entspricht daher nicht dem Gesamtflächenbedarf von rd. 3,5 ha (Grundfläche).

Abbildung 15: Art der benötigten Flächen



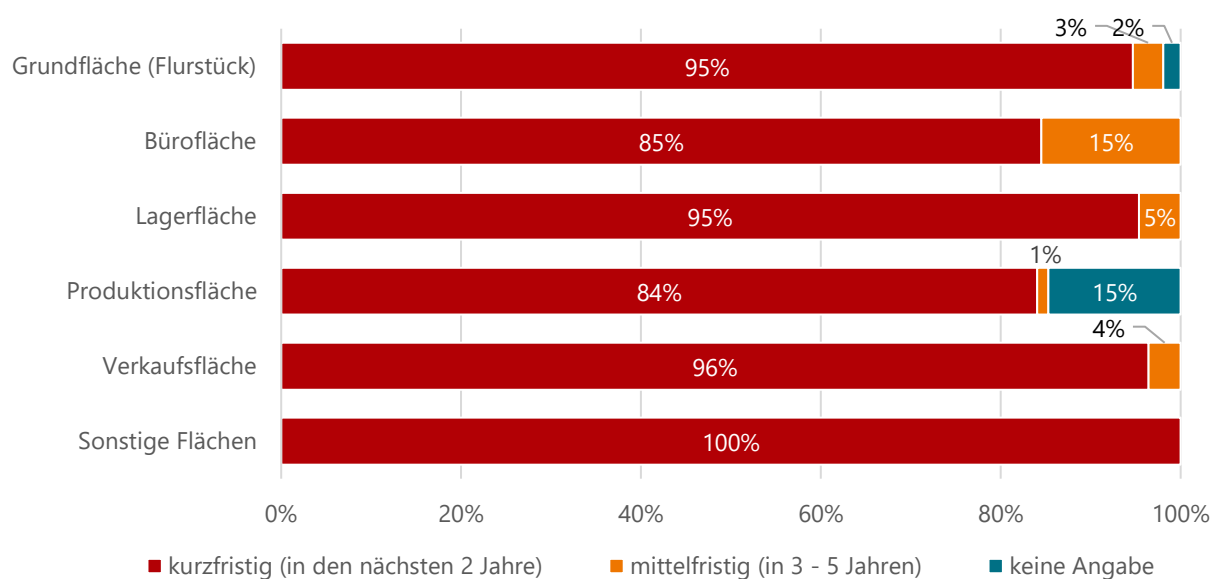
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=18

Im Hinblick auf die Art der benötigten Flächen lässt sich Folgendes festhalten:

- Von den insgesamt rd. 3,5 ha wird etwa ein Drittel als Lagerflächen benötigt (ca. 1,2 ha).
- Mit ca. 0,5 ha entfallen nicht ganz 15 % des Bedarfs auf Produktionsflächen.
- Verkaufsflächen, Büroflächen und sonstige Flächen werden nur nachgeordnet nachgefragt (< 10 %).

Mit Berücksichtigung der Fristigkeit der Flächenbedarfe ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 16: Flächenarten und Fristigkeit der Flächen



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=18.

Mit Blick auf die Abbildung 16 lässt sich erkennen, dass fast alle Flächenarten zum großen Teil innerhalb der nächsten zwei Jahre von den befragten Unternehmen benötigt werden. Bei den genannten Flächenarten gaben mehr als 70 % der befragten Gewerbetreibenden eine kurzfristige Nachfrage der Flächen an (vgl. auch Abbildung 12).

Hinweis zu den Flächenbedarfen: Im vorliegenden Bericht sind die Ergebnisse kumuliert dargestellt. Die konkreten Flächenbedarfe der Einzelbetriebe sind durch den Auftragnehmer an die Wirtschaftsförderung der Stadt Lindau weitergegeben worden. Hierdurch konnte gezielt eine Kontaktaufnahme erfolgen und gemeinsam individuelle Lösungsansätze besprochen werden.

2.2.3 Qualitätskriterien zukünftiger Flächen

In einer offenen Frage wurde nach besonderen Qualitäten gefragt, die eine zukunftsfähige Gewerbeimmobilie bzw. -fläche aus Sicht der Unternehmen aufweisen sollte. Mithilfe dieser Frage können Kriterien einer bedarfsgerechten Gestaltung zukünftiger Flächen im Vorfeld erkannt und somit bei Planungen forciert werden. Die Befragten konnten jeweils maximal drei Qualitäten angeben. Die Ergebnisse sind in der nachfolgenden Wortwolke (vgl. Abbildung 17) dargestellt.¹⁰

Abbildung 17: Qualitäten einer zukunftsfähigen Gewerbeimmobilie



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=59 (Mehrfachnennungen möglich).

Insgesamt gab es bei dieser Frage 59 Nennungen. Mit 16 Nennungen (entspricht ca. 27 %) wurde eine **gute Erreichbarkeit/ Lage/ Zufahrt** am häufigsten genannt. Einen ebenfalls wichtigen Stellenwert erreicht bei den Teilnehmer*innen mit 13 Nennungen (ca. 22 %) die Option zu **Erweiterungs-, Umbaumöglichkeiten/ Flexibilität**. Etwa 9 % der Antworten fielen auf den Aspekt der Parzellengröße und des Zuschnitts. Darüber hinaus sind mit jeweils ca. 8 % zielführende Bauvorschriften/ eine mehrgeschossige Bauweise sowie die technische Ausstattung wie z.B. ein Glasfaseranschluss und Lastenfahrstuhl weitere Qualitäten, die die Befragten als sehr wichtig empfunden haben.

2.2.4 Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren

Die Zufriedenheit der Lindauer Unternehmer*innen mit ihren Gewerbestandorten aufzuzeigen, bildete einen weiteren Schwerpunkt der Unternehmensbefragung. Dies ermöglicht u.a. eine Darstellung der Wahrnehmung von Unternehmer*innen auf die Gewerbegebiete und generiert somit erste Handlungsbedarfe und Maßnahmenbereiche für das Gewerbeflächenentwicklungskonzept.

¹⁰ Aufgrund der besseren Visualisierung wurde bei der Ergebnisdarstellung auf die sogenannten Wortwolke zurückgegriffen. Hierbei werden die Häufigkeiten der Nennungen durch die unterschiedliche Schriftgröße repräsentiert.

Die Frage nach den Standortfaktoren erfolgte zweigeteilt. Zum einen wurde die Zufriedenheit der jeweiligen Faktoren am Standort bewertet, zum anderen wurde die Wichtigkeit der entsprechenden Standortfaktoren für das eigene Unternehmen abgefragt. Durch dieses Vorgehen können defizitäre Standortbedingungen oder -ausstattungen identifiziert werden.

Handlungsbedarf bei den Standortfaktoren ist insbesondere dann erforderlich, wenn die Wichtigkeit durch die antwortenden Unternehmen mit einem besseren Wert beurteilt wird als die tatsächliche Zufriedenheit mit dem jeweiligen Faktor am Standort Lindau. Die Bewertung erfolgte anhand einer Vierer-Skala (von 1 = sehr wichtig/sehr zufrieden bis 4 = gar nicht wichtig/unzufrieden)

Harte Standortfaktoren

Abbildung 18 zeigt die durchschnittliche Bewertung harter Standortfaktoren durch die antwortenden Unternehmen. Folgende Aspekte sind bei dieser Frage ausführlicher zu beleuchten:

- Zunächst kann eine überwiegend positive Einschätzung durch die Betriebe konstatiert werden. So überschreitet die Zufriedenheit im Mittel in lediglich zwei Bereichen den Wert von 2,5.
- Besonders zufrieden sind die Unternehmen am Standort Lindau mit den Aspekten Erreichbarkeit von Fernstraßen (Bundesstraße, Autobahn) (Durchschnitt 1,5) sowie der Wasserver- und -entsorgung (Durchschnitt 1,7). Die Wichtigkeit dieser beiden harten Standortfaktoren wurde mit ca. 2,1 geringer eingestuft, sodass im Hinblick auf diese beiden Standortfaktoren eine gute Versorgung angenommen werden kann.
- Darüber hinaus erfüllen der ÖPNV-Anschluss, Bahnanschluss und die Erreichbarkeit von Flughäfen die Erwartungen der Unternehmer*innen Lindaus.
- Insgesamt lässt sich aber feststellen, dass die Zufriedenheit in sechs Bereichen nicht mindestens den Werten der Wichtigkeit entspricht. Insbesondere in den Bereichen Kauf-/ Mietpreis der Betriebsfläche, Park- und Abstellflächen für Pkw, Gewerbesteuerhebesatz sowie dem Breitbandinternet besteht ein dringender Handlungsbedarf. In diesen Bereichen bestehen die größten Differenzen zwischen Zufriedenheit und Wichtigkeit, die Bewertungen weichen jeweils um ca. 0,8 - 1,1 Punkten voneinander ab. Insbesondere die Faktoren Park- und Abstellflächen für Pkw, Kauf-/ Mietpreis der Betriebsfläche und Breitbandinternet min. 100 Mbit/s werden neben der Energieversorgung (Strom und Gas) mit dem Durchschnitt 1,5 als wichtigste harte Standortfaktoren benotet. Es ist davon auszugehen, dass sich das Bedürfnis nach einem leistungsfähigen Internet zunehmend verstärkt, da die Digitalisierung von Prozessen auch durch die Corona-Pandemie noch einmal einen Zuwachs erfahren hat.
- Abweichungen geringeren Ausmaßes sind zudem bei der Energieversorgung (Strom und Gas) und der kleinräumigen verkehrlichen Erreichbarkeit (auch Abbiegesituation zum Betrieb/ Grundstück) festzustellen.

Weiche Standortfaktoren

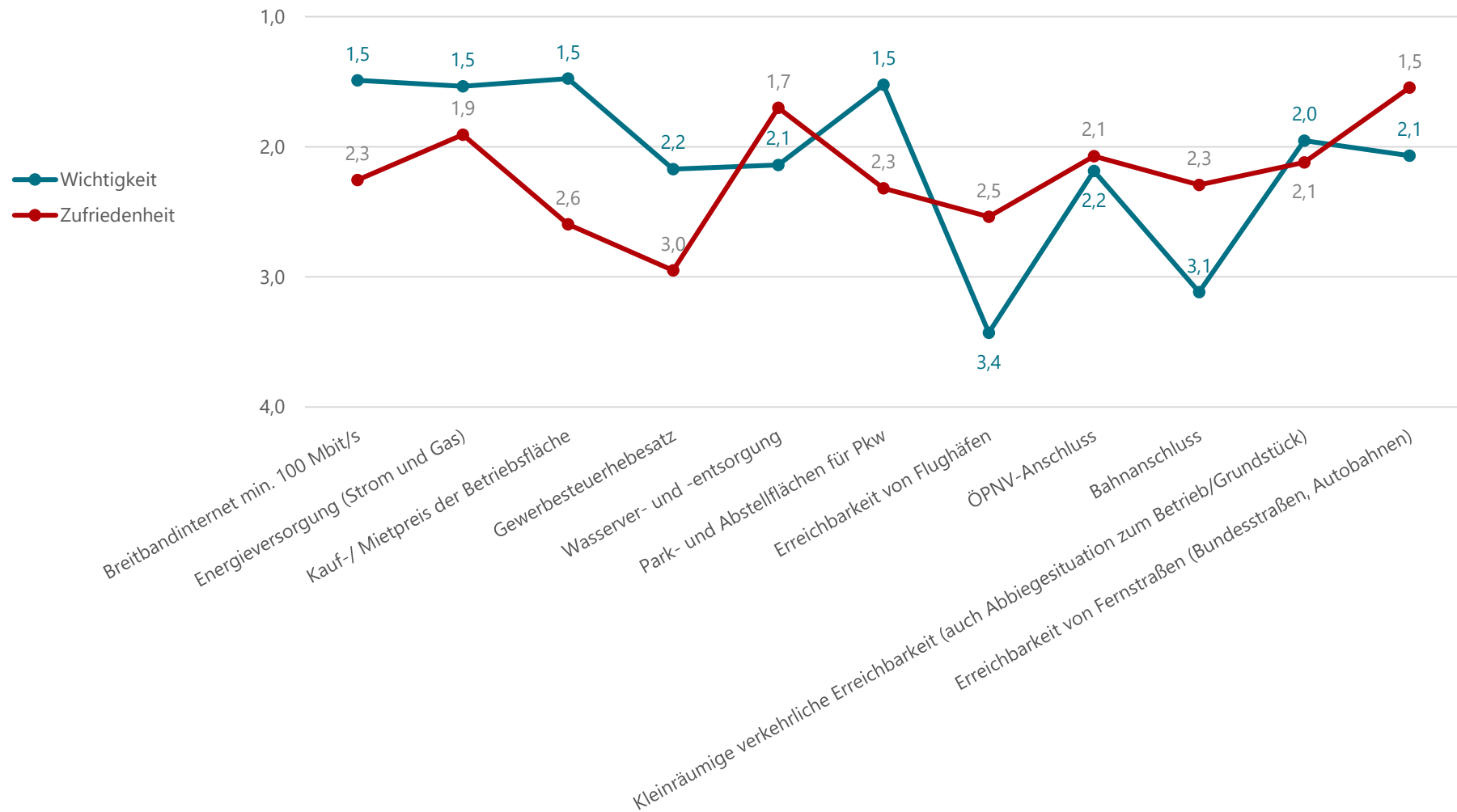
Bei den weichen Standortfaktoren zeichnet sich ein ähnliches Bild ab (vgl. Abbildung 19):

- Im Hinblick auf die Zufriedenheit werden die weichen Standortfaktoren im Durchschnitt etwas schlechter bewertet als die harten Standortfaktoren. Bedingungen wie die Hochschulnähe (Durchschnitt 3,1) oder verfügbare Erweiterungsmöglichkeiten am Standort (Durchschnitt 2,8) werden in Bezug auf ihre jeweilige Ausprägung am schlechtesten bewertet.
- Besonders wichtig sind den Unternehmen die „Unternehmensfreundlichkeit“ der Verwaltung (Durchschnitt 1,7), eine sinnvolle Gebäudeanordnung am Standort sowie die Kund*innennähe (Durchschnitt jeweils 1,8).
- Eine eher untergeordnete Rolle für die Befragten spielen die Hochschulnähe, die Verfügbarkeit von Tagungsräumen (beide Durchschnitt 3,1) sowie die Nähe zu Unternehmen desselben Wirtschaftsbereiches (Durchschnitt 3,0).

- Besonderes Augenmerk gilt den weichen Standortfaktoren, bei welchen eine Disparität zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit vorliegt. Dabei wird insbesondere die „Unternehmensfreundlichkeit“ der Verwaltung im Hinblick auf die Zufriedenheit (Durchschnitt 2,5) deutlich negativer bewertet als die Wichtigkeit (Durchschnitt 1,7) für das eigene Unternehmen. Weitere größere Differenzen sind bei der verfügbaren Erweiterungsmöglichkeit sowie der sinnvollen Gebäudeanordnung am Standort erkennbar. Diese Bereiche können damit als Standortfaktoren mit Optimierungspotenzial identifiziert werden.
- Zudem sind Abweichungen geringeren Ausmaßes bei der Wohnraumnähe, Kund*innennähe, der Qualität des städtebaulichen Umfelds sowie der Grünflächengestaltung im Umfeld des eigenen Unternehmens festzustellen.

Abbildung 18: Bedeutung und Zufriedenheit harter Standortfaktoren

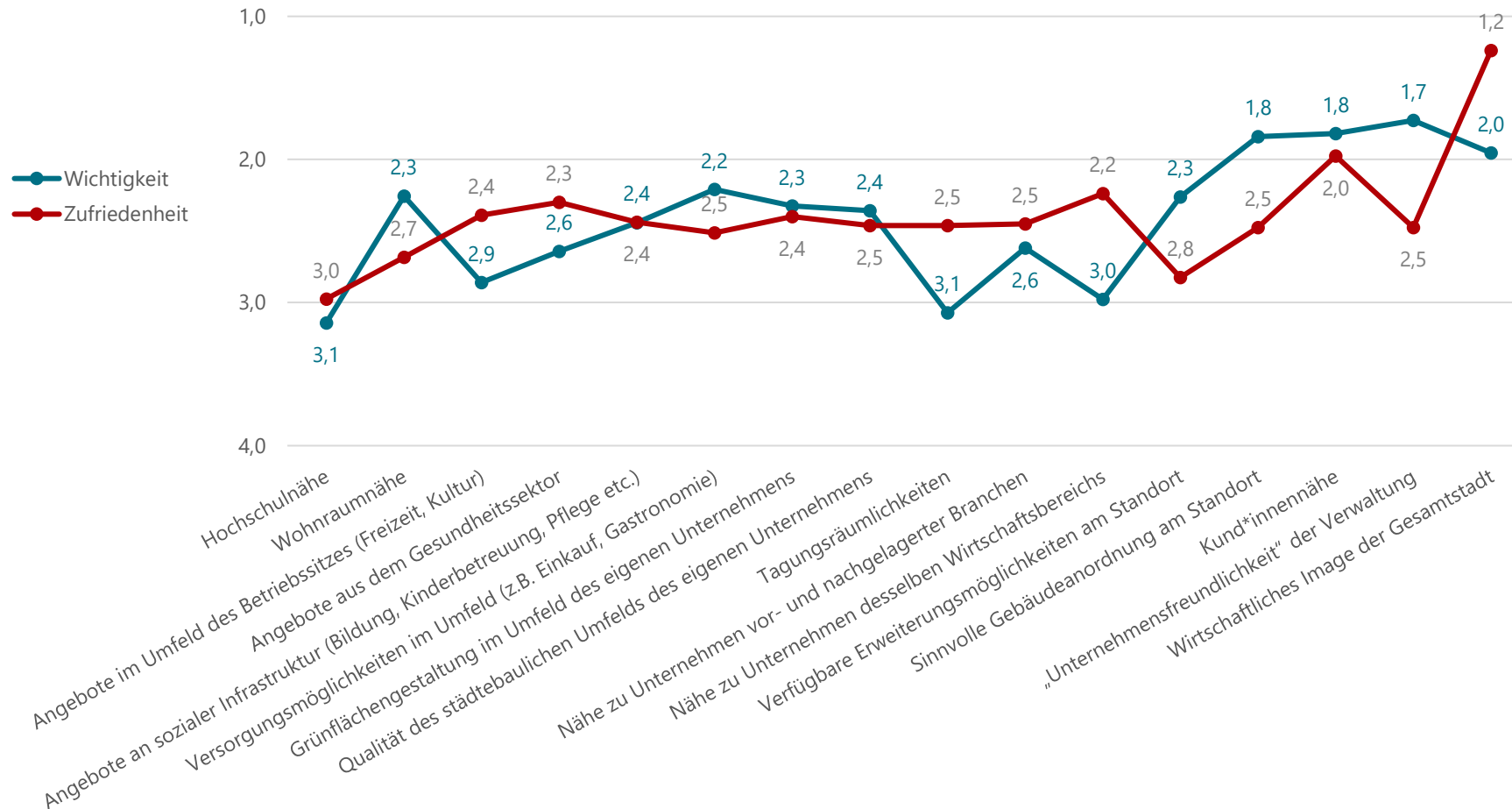
(1 = sehr wichtig/zufrieden; 2 = eher wichtig/zufrieden; 3 = eher unwichtig; 4 = gar nicht wichtig/sehr unzufrieden)



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, in Abhängigkeit des Teilaspektes liegt n zwischen 39 - 44.

Abbildung 19: Bedeutung und Zufriedenheit weicher Standortfaktoren

(1 = sehr wichtig/zufrieden; 2 = eher wichtig/zufrieden; 3 = eher unwichtig; 4 = gar nicht wichtig/ sehr unzufrieden)



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, in Abhängigkeit des Teilaspektes liegt n zwischen 39 - 44.

2.2.5 Optimierungsbedarf

Um eine gezielte Weiterentwicklung der Gewerbeflächen in Lindau forcieren zu können, sind Optimierungsvorschläge seitens der Unternehmer*innen von großer Bedeutung. Daher wurden im Anschluss an die Bewertung der harten und weichen Standortfaktoren im Rahmen einer offenen Frage Vorschlägen für eine Optimierung des aktuellen Standorts und des Standortumfeldes abgefragt.

Die Unternehmer*innen konnten hinsichtlich dieser Frage jeweils maximal drei Nennungen angeben. Die Ergebnisse sind in Abbildung 20 dargestellt. Es ist zu erkennen, dass die Betriebe v.a. die fehlenden Erweiterungsmöglichkeiten (ca. 16 % der Befragten) sowie das Internet und den Netzeempfang hinsichtlich der Leistungsfähigkeit kritisieren (ca. 14 %). Dieses Ergebnis deckt sich auch mit der Auswertung hinsichtlich der Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren (vgl. Kapitel 2.2.4).

Auch hinsichtlich der Parkmöglichkeiten und der Verkehrsanbindung/ -infrastruktur/ PKW-Zufahrt insgesamt sehen die Unternehmen Optimierungsbedarf. Außerdem werden von ca. 9 % der Befragten mehr Versorgungsmöglichkeiten im Bereich des Einzelhandels und der Gastronomie am aktuellen Standort gewünscht. Weitere Nennungen können der nachstehenden Wortwolke entnommen werden.

Abbildung 20: Optimierungsbedarf am aktuellen Standort



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=55 (Mehrfachnennungen möglich)

2.2.6 Bedarf und Verfügbarkeit an Arbeitskräften

Einen wesentlichen Aspekt bei der unternehmerischen Standortwahl und dem Erfolg sowie der Standorttreue stellt die Verfügbarkeit von Arbeitskräften dar. Um hierzu einen besseren Einblick in die Bedürfnisse der lokalen Unternehmen zu erhalten, wurden diese im Rahmen der Erhebung gefragt, ob bei ihnen kurz- bis mittelfristig Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften besteht. Darüber hinaus wurden die Teilnehmer*innen gebeten, die Anzahl an benötigten Arbeitskräften zu nennen und deren Verfügbarkeit am Standort zu bewerten.

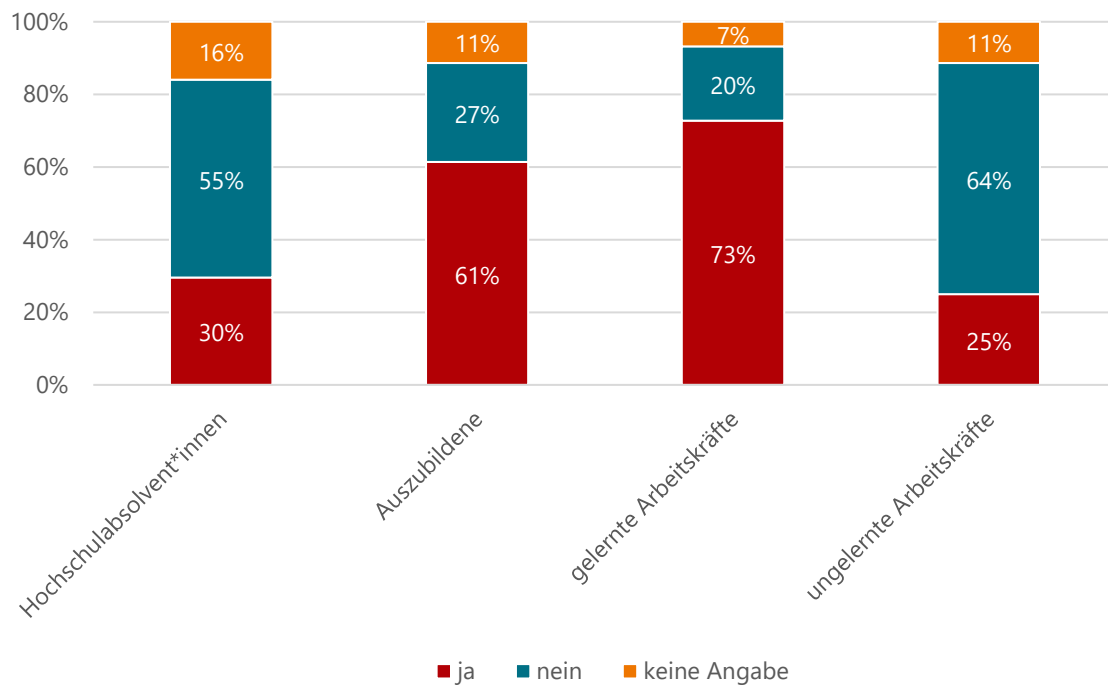
Bedarf an Arbeitskräften

Hinsichtlich des Bedarfs lässt sich Folgendes festhalten (vgl. Abbildung 21):

- Bei den Befragten zeichnet sich insbesondere ein hoher Bedarf an gelernten Arbeitskräften (ca. 73 %) sowie an Auszubildenden (ca. 61 %) ab.

- Die Nachfrage nach Hochschulabsolvent*innen und ungelernten Arbeitskräften ist dagegen mit ca. 30 % bzw. ca. 25 % deutlich geringer ausgeprägt.

Abbildung 21: kurz- bis mittelfristiger Bedarf an Arbeitskräften

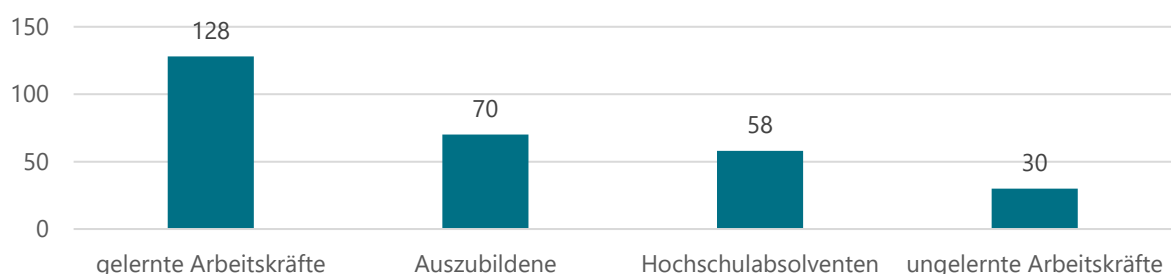


Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022 n=44.

Im Hinblick auf die konkrete Anzahl der jeweils benötigten Arbeitskräfte folgen die Antworten der Tendenz des allgemeinen Arbeitskräftebedarfs (vgl. Abbildung 22):

- Auch der absolute Bedarf wird bei den gelernten Arbeitskräften mit insgesamt 128 am höchsten angegeben.
- Darüber hinaus werden von den Betrieben insgesamt 70 Auszubildene sowie 58 Hochschulabsolvent*innen benötigt.
- Der Bedarf an ungelernten Arbeitskräften beträgt in Summe 30 Arbeitskräfte.

Abbildung 22: Anzahl benötigter Arbeitskräfte



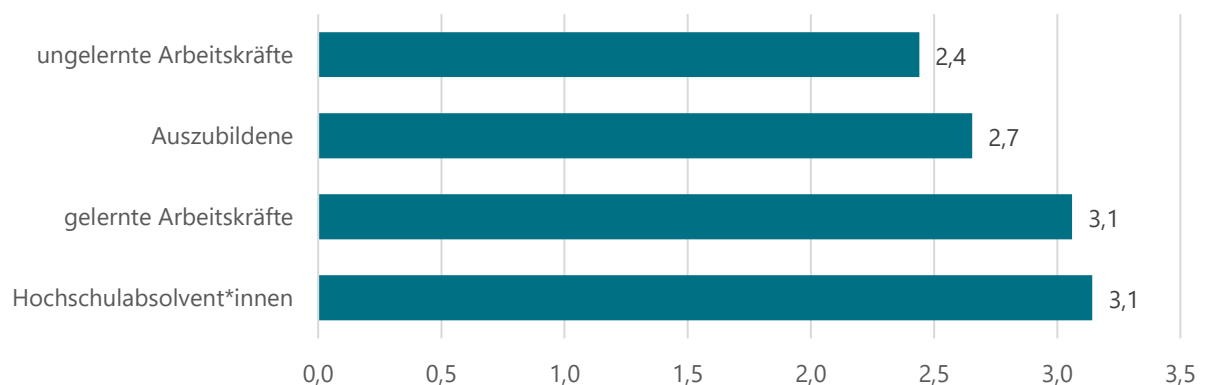
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Verfügbarkeit an Arbeitskräften

Neben dem aktuellen Bedarf konnten die befragten Unternehmer*innen zudem die Verfügbarkeit der entsprechenden Arbeitskräfte am Standort Lindau bewerten. Ein Wert von 1 bedeutet dabei eine sehr gute Verfügbarkeit, eine 4 signalisiert dagegen eine sehr schlechte Bewertung der Arbeitskräfteverfügbarkeit. Folgende Aussagen können aus den Befragungsergebnissen abgeleitet werden (siehe Abbildung 23):

- Die Verfügbarkeit an ungelernten Arbeitskräften wird mit einem durchschnittlichen Wert von ca. 2,4 am besten bewertet, es folgt die Bewertung der Verfügbarkeit von Auszubildenden mit ca. 2,7.
- Hochschulabsolvent*innen und gelernte Arbeitskräfte werden mit einer durchschnittlichen Bewertung von jeweils ca. 3,1 als vergleichsweise schlechter verfügbar eingestuft. Die Verfügbarkeit von gelernten Arbeitskräften deckt sich mit dem vorherig abgefragten hohen Bedarf an gelernten Arbeitskräften. Obwohl auch ein hoher Bedarf an Auszubildenden besteht, ist deren Verfügbarkeit mit ca. 2,7 etwas besser bewertet.

Abbildung 23: Bewertung der Arbeitskräfteverfügbarkeit*



* 1 = sehr gut, 2 = eher gut, 3 = eher schlecht, 4 = sehr schlecht

Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022; in Abhängigkeit des Teilaspektes liegt n zwischen 21-33.

2.2.7 Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten

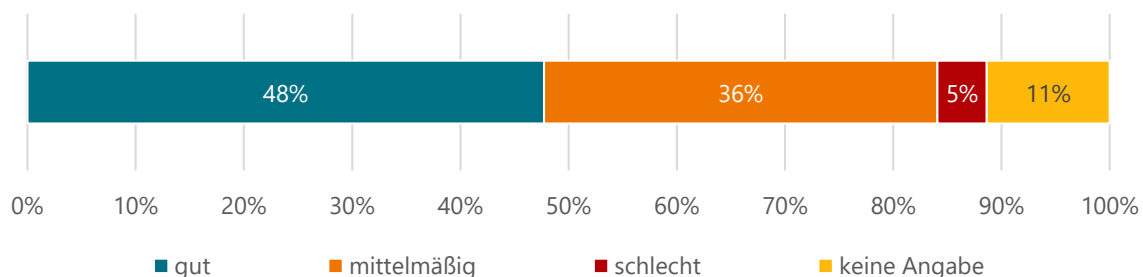
Die letzte Frage des Blocks zu den standortspezifischen Aspekten bezieht sich auf die Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt sowie der Region Lindau. Neben einer reinen Bewertung mittels einer vorgegebenen Skala, wurden die Befragten darüber hinaus gebeten, ihre Antwort zu begründen.

Übernachtungsmöglichkeiten Stadt Lindau

Im Hinblick auf die Bewertung der Übernachtungsmöglichkeiten innerhalb der Stadt Lindau lässt sich Folgendes festhalten (vgl. Abbildung 24):

- Mit ca. 48 % bewertet etwa die Hälfte der befragten Unternehmer*innen die Übernachtungsmöglichkeiten als gut, ca. 36 % hingegen nur als mittelmäßig.
- Ein geringer Anteil von ca. 5 % der Befragten beurteilt die vorhandenen Übernachtungsmöglichkeiten als schlecht.

Abbildung 24: Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten in der Stadt Lindau



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n = 44

Die Lindauer*innen Unternehmer gaben für ihre Bewertungen dabei folgende Begründungen an (siehe Tabelle 1):

Tabelle 1: Gründe für die Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten der Stadt

gut	mittelmäßig
<p>➔ Großes Angebot und breite Auswahl (4)</p>	<p>➔ Zu teuer (4)</p> <p>➔ Starke saisonale Unterschiede in der Verfügbarkeit (4)</p> <p>➔ Hohe Preise für Kurzzeit-Unterkünfte (2)</p>

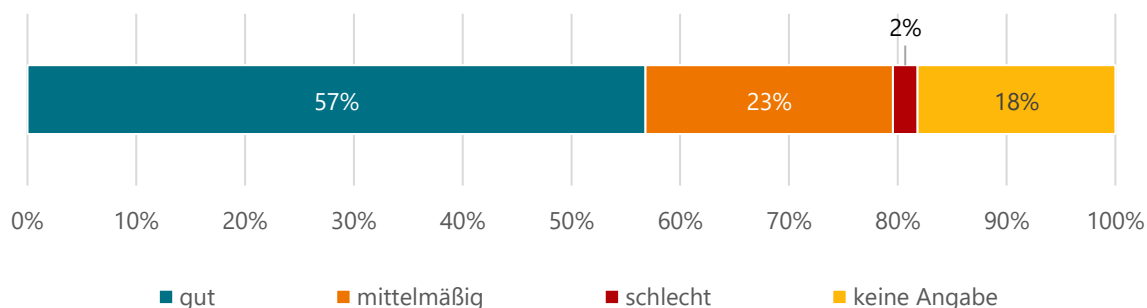
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=18; aufgeführt werden lediglich Antworten mit min. einer Nennung

Übernachtungsmöglichkeiten Region Lindau

Der Landkreis Lindau wird in seinen Übernachtungsmöglichkeiten etwas besser eingestuft als die Stadt (siehe Abbildung 25):

- Etwa 57 % der Befragten stufen das Angebot als gut ein, knapp ein Viertel der Unternehmer*innen bewerten die Übernachtungsmöglichkeiten als mittelmäßig.
- Mit rd. 2 % werden die Übernachtungsmöglichkeiten nur von einem kleinen Anteil der Befragten als schlecht eingestuft.

Abbildung 25: Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten Region Lindau



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Die Bewertung geht auf folgende Begründungen zurück (vgl. Tabelle 2):

Tabelle 2: Gründe für die Beurteilung der Übernachtungsmöglichkeiten in der Region

gut	mittelmäßig
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Großes Angebot (6) ➤ Gutes Angebot außerhalb der Saison und bei geringem benötigten Kontigent (2) ➤ Qualitativ gutes Angebot (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Starke saisonale Unterschiede in der Verfügbarkeit (2)

Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=13, aufgeführt werden lediglich Antworten mit min. einer Nennung

2.3 Fragen zur Kooperation

Im letzten Block des Fragebogens wurden die Teilnehmer*innen um Aussagen hinsichtlich ihrer Kooperationen und Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen gebeten. Dabei wurde insbesondere abgefragt, in welchem räumlichen Umgriff und welche Art von Kooperationen stattfinden. Zudem wurde der Bedarf an weiteren Kooperationen erfragt.

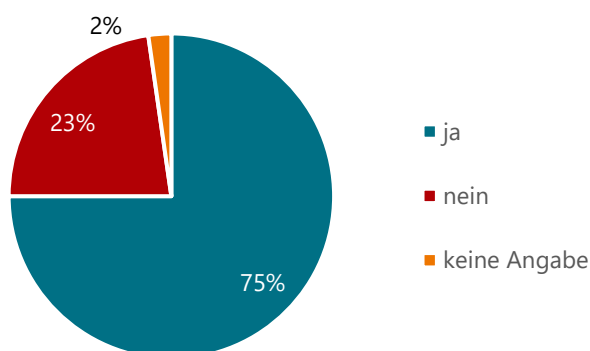
2.3.1 Bestehende Kooperationen

Kooperation mit anderen Unternehmen/ Betrieben

Zu Beginn des Themenblocks wurde abgefragt, ob Kooperationen der Lindauer Unternehmen mit anderen Unternehmen/ Betrieben bestehen (siehe Abbildung 26):

- Bei ca. 75 % der Lindauer Betriebe finden Kooperationen mit anderen Unternehmen/ Betrieben statt. In absoluten Zahlen entspricht dies 33 Unternehmen.
- Etwas weniger als ein Viertel der Befragten unterhält gemäß den Befragungsergebnissen keine Kooperationen mit anderen Unternehmen/ Betrieben (ca. 23 %).

Abbildung 26: Kooperation mit anderen Unternehmen/ Betrieben



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n =44.

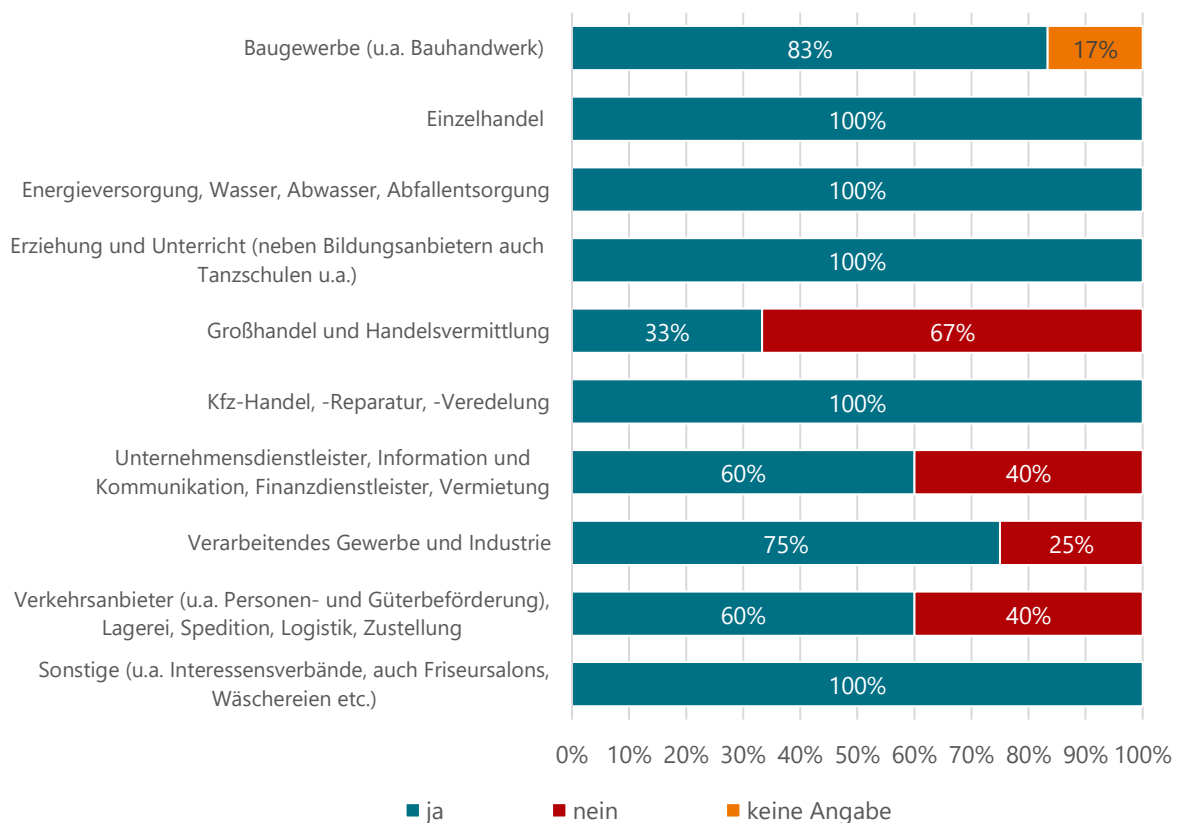
Kooperationen finden dabei in allen Branchen statt, jedoch in unterschiedlichem Ausmaß (siehe Abbildung 27):

- Den geringsten Anteil an Kooperationen geben die Betriebe aus dem „Großhandel und Handelsvermittlung“ an. Lediglich bei einem Drittel der Teilnehmer*innen liegt gemäß den Befragungsergebnissen eine Zusammenarbeit mit anderen Betrieben vor.
- Stärker ausgeprägt sind Kooperationen in den Bereichen „Baugewerbe (inkl. Bauhandwerk)“, „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“, „Verarbeitendes Gewerbe und Industrie“ sowie „Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und

Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“. Hier liegt der Anteil der kooperierenden Betriebe zwischen ca. 60 und 83 %.

- In den übrigen Branchen gaben alle teilnehmenden Betriebe an, Kooperationen zu anderen Unternehmen zu pflegen.

Abbildung 27: Kooperation mit anderen Unternehmen/ Betrieben nach Branchen



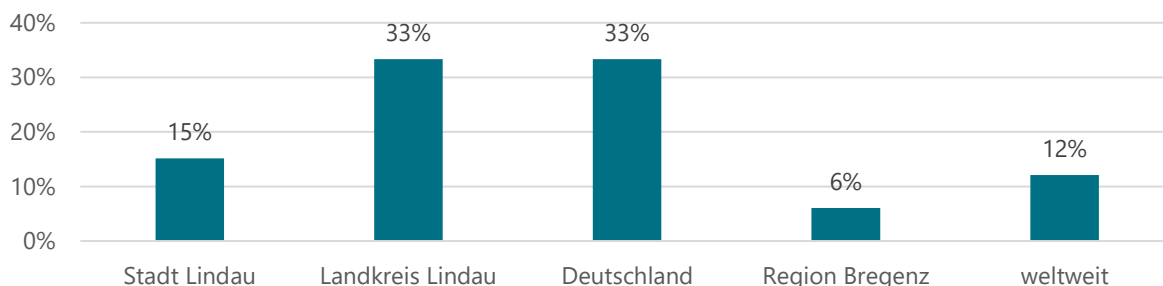
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n =44.

Räumliche Ausdehnung der Kooperationen

Die 33 Unternehmen, die Kooperationen pflegen, machten im Hinblick auf deren räumliche Verflechtungen folgende Angaben (vgl. Abbildung 28):

- Mit Anteilen von jeweils ca. 33 % finden Kooperationen am häufigsten mit Unternehmen aus dem Landkreis oder mit Sitz in Deutschland statt.
- Ein etwas geringerer Anteil von rd. 15 % der Kooperationen bestehen zu anderen Unternehmen innerhalb der Stadt Lindau.
- Eine grenzübergreifende Zusammenarbeit mit Betrieben in der Region Bregenz wird von ca. 6 % der Befragten angegeben.
- Etwa 12 % der Kooperationen finden weltweit statt.

Abbildung 28: Sitz der Kooperationspartner

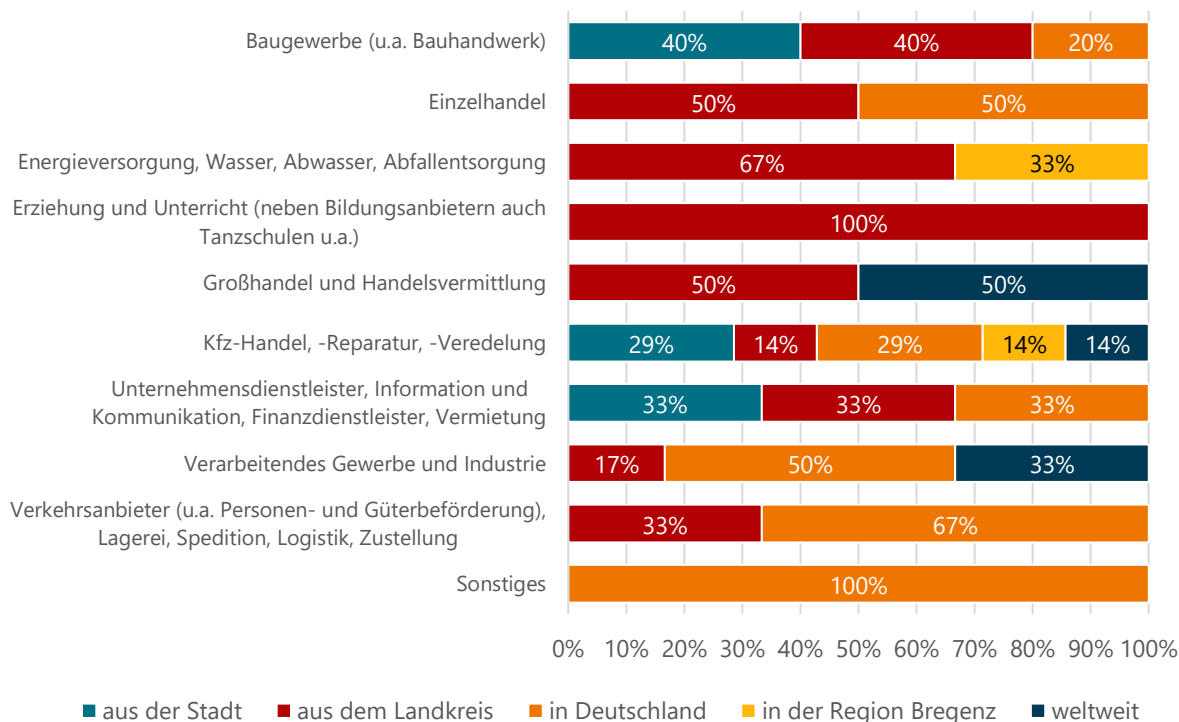


Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n = 33.

Unter Berücksichtigung der Wirtschaftsbereiche der befragten Unternehmen lässt sich Folgendes erkennen:

- Im Bereich „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ liegt die stärkste Vielfalt im Hinblick auf den Standort der Kooperationspartner vor.
- Räumliche Kooperationen innerhalb der Stadt Lindau finden in den Bereichen „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“, „Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung“ und „Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung“ statt.
- Kooperationen im Landkreis sind mit Ausnahme von der Kategorie „Sonstiges“ in jedem Wirtschaftszweig vorhanden. Auch eine Zusammenarbeit mit anderen Betrieben in Deutschland ist in den meisten Branchen vorhanden.
- Auf lediglich wenige Branchen beschränkt sich dagegen die Kooperation mit Betrieben in der Region Bregenz sowie weltweit ansässigen Unternehmen.

Abbildung 29: Sitz der Kooperationspartner nach Wirtschaftszeigen



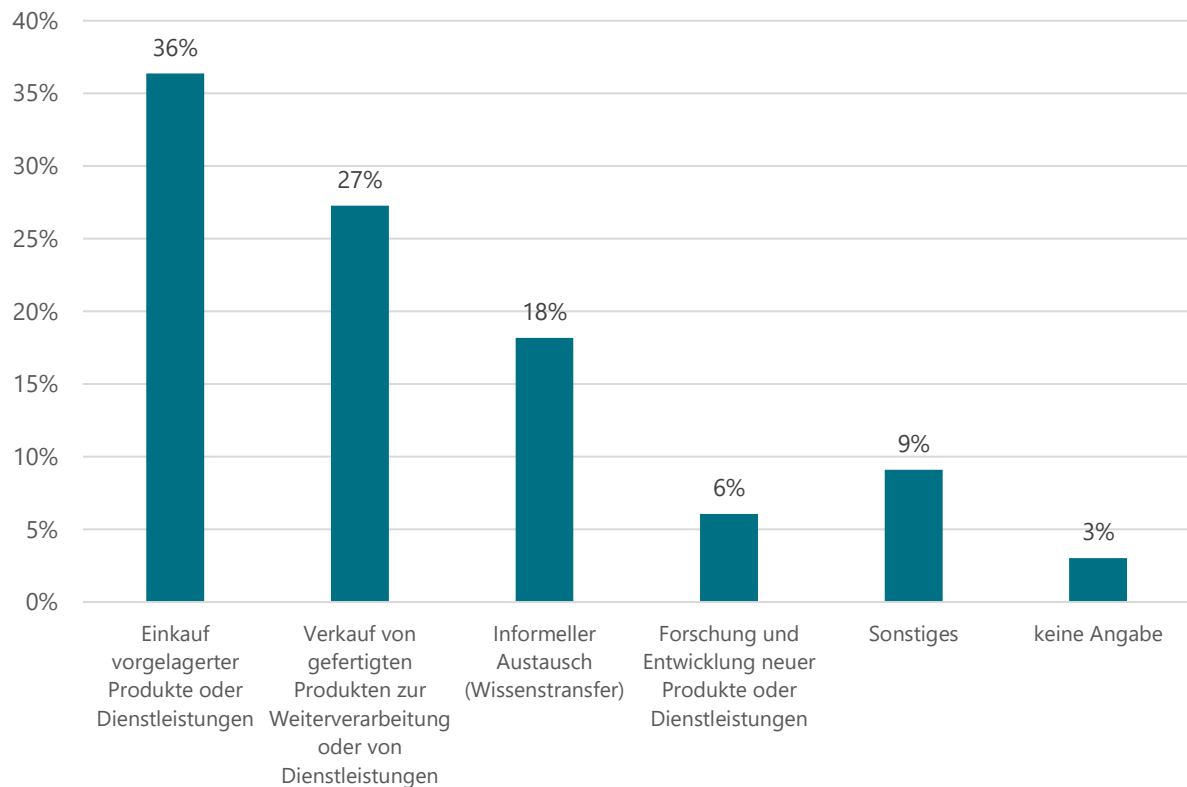
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n = 33.

Art der Kooperation

In der anschließenden Frage wurden die 33 Unternehmen, die Kooperationen unterhalten, gebeten, die Kooperationsfelder zu definieren (vgl. Abbildung 30):

- Kooperationen im Bereich „Einkauf vorgelagerter Produkte oder Dienstleistungen“ finden in bei den befragten Lindauer Betrieben am häufigsten statt (ca. 36 %), gefolgt von Kooperationen im „Verkauf von gefertigten Produkten zur Weiterverarbeitung oder von Dienstleistungen“ (ca. 27 %).
- „Informellen Austausch (Wissenstransfer)“ betreiben rd. 18 % der Betriebe, die „Forschung und Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen“ erfolgt bei ca. 6 % der Befragten in Kooperation mit anderen Betrieben.
- Unter „Sonstiges“ (ca. 9 %) wurden Nennungen im Bereich Medien, Warentausch und Verkauf von Gebrauchsgütern genannt.

Abbildung 30: Kooperationsfelder

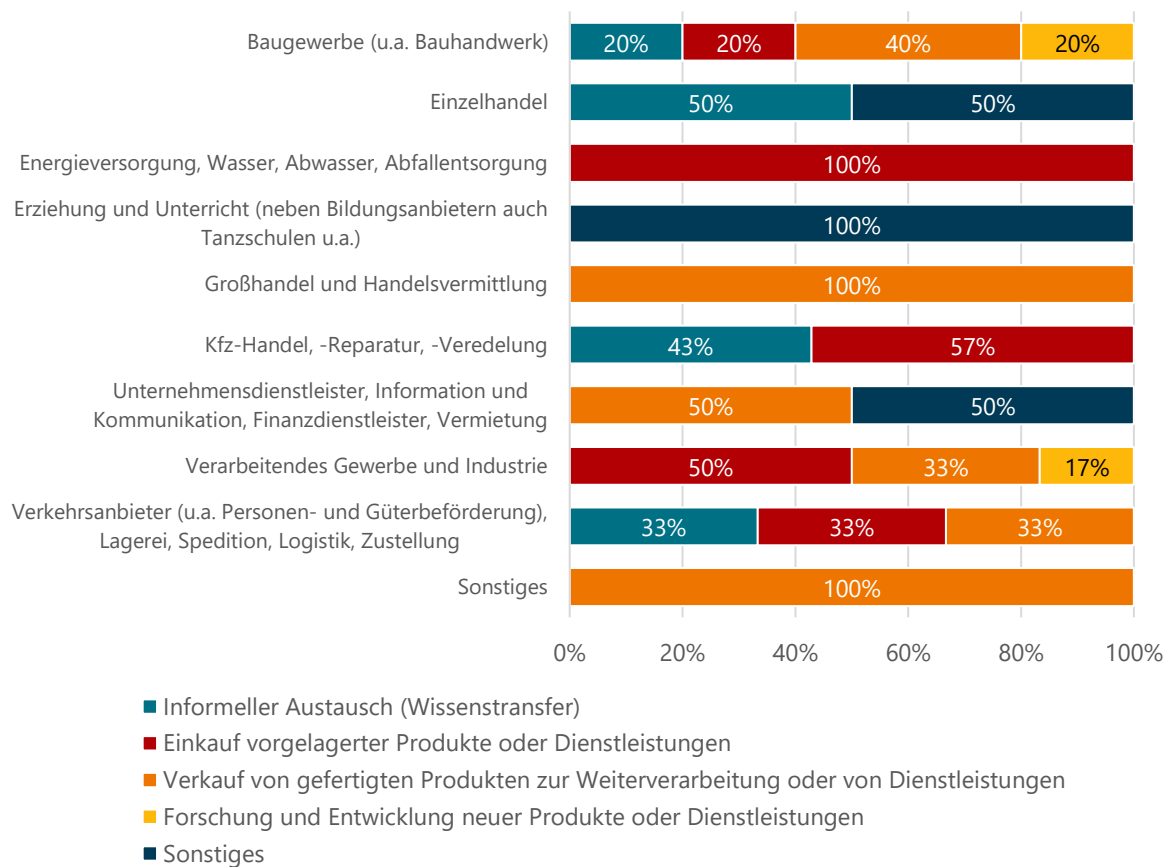


Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n = 33.

Die Art der Kooperationen stellt sich in Abhängigkeit der Branche z.T. sehr unterschiedlich dar (siehe Abbildung 31):

- Kooperationen in allen o.g. Bereichen finden im „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“ statt.
- Vergleichsweise vielfältige Kooperationsbereiche liegen auch bei den „Verkehrsanbietern (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung“ vor. Lediglich die „Forschung und Entwicklung neuer Produkte“ ist hier nicht vertreten.
- Während sich die weiteren Kooperationsbereiche bei einer Vielzahl verschiedener Branchen wiederfinden, geben lediglich Betriebe aus dem „Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)“ und dem „Verarbeitenden Gewerbe und Industrie“ eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen bei der „Forschung und Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen“ an.

Abbildung 31: Felder der Kooperation nach Wirtschaftszweigen



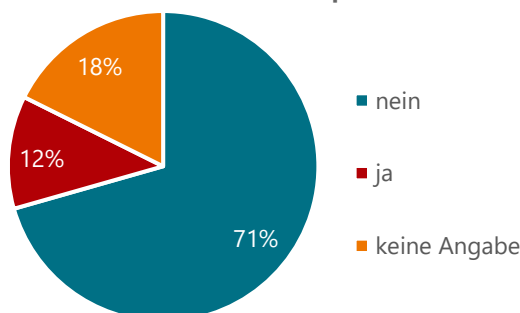
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=33.

Räumliche Nähe der Kooperation

Um mögliche Chancen und Potenziale bei der Neuansiedlung von Unternehmen zu identifizieren, wurden die Unternehmen, die Kooperationen mit Unternehmen außerhalb des Landkreises unterhalten, befragt, ob eine räumliche Nähe dieser Kooperationen wünschenswert sei. Dabei gaben die 17 Antwortenden Folgendes an:

- Etwa 71 % der Unternehmen sehen keine Erfordernis für eine räumliche Nähe der Kooperationen.
- Ca. 12 % der Unternehmen findet eine räumliche Nähe wünschenswert.
- Ein Anteil von ca. 18 % der Unternehmen hat keine Antwort hinsichtlich dieser Frage angegeben.

Abbildung 32: Bedarf nach räumlicher Nähe der Kooperationen



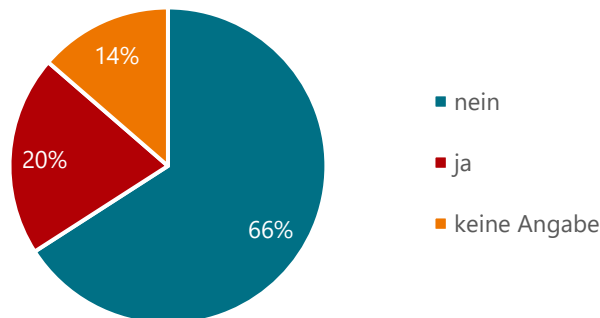
Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=17.

2.3.2 Bedarf neuer Kooperationen

In der abschließenden Frage wurden die Lindauer Unternehmer*innen noch dazu befragt, ob ein Bedarf an (weiteren) Kooperationen besteht. Entsprechend der Abbildung 33 stellen sich die Antworten wie folgt dar:

- Bei ca. 66 % der Unternehmen besteht kein Bedarf an (weiteren) Kooperationen.
- Mit ca. 20 % gab ein Fünftel der Befragten an, sich weitere Kooperationen zu wünschen.

Abbildung 33: Räumliche Nähe der Kooperationen



Quelle: eigene Darstellung CIMA Beratung + Management GmbH, 2022, n=44.

Die neun Betriebe, die einen Bedarf für weitere Kooperationen sehen, wünschen mit Unternehmen aus den folgenden Wirtschaftszweigen eine Zusammenarbeit:

- Verarbeitendes Gewerbe (C)¹¹
- Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen (E)
- Baugewerbe (F)
- Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen (G)
- Information und Kommunikation (J)
- Dienstleistungen (M-N)
- Erziehung und Unterricht (P)
- Kunst, Unterhaltung und Erholung (R)

¹¹ In Klammern wurde zur besseren Zuordnung der jeweilige Wirtschaftsabschnitt nach WZ 2008 ergänzt.

3 Anhang: Fragebogen

TEIL I – UNTERNEHMENSBEZOGENE FRAGEN

I a) Name Ihres Unternehmens: _____

Anschrift: _____

Ansprechpartner im Unternehmen (bei Rückfragen): _____

I b) Welchem Wirtschaftsbereich ist Ihr Unternehmen am ehesten zuzuordnen?

- ☐ Land- und Forstwirtschaft, Fischerei
- ☐ Verarbeitendes Gewerbe und Industrie
- ☐ Energieversorgung, Wasser, Abwasser, Abfallentsorgung
- ☐ Baugewerbe (u.a. Bauhandwerk)
- ☐ Kfz-Handel, -Reparatur, -Veredelung
- ☐ Großhandel und Handelsvermittlung
- ☐ Einzelhandel
- ☐ Verkehrsanbieter (u.a. Personen- und Güterbeförderung), Lagerei, Spedition, Logistik, Zustellung
- ☐ Gastgewerbe (Gastronomie, Übernachtung)
- ☐ Unternehmensdienstleister, Information und Kommunikation, Finanzdienstleister, Vermietung
- ☐ Öffentliche Verwaltung und Sozialversicherung
- ☐ Erziehung und Unterricht (neben Bildungsanbietern auch Tanzschulen u.a.)
- ☐ Gesundheits- und Sozialwesen (u.a. Ärzte, Physiotherapie)
- ☐ Kunst, Erholung und Unterhaltung (u.a. Kunst, Theater, Fitnesscenter, Wettbüros)
- ☐ Sonstige (u.a. Interessensverbände, auch Friseursalons, Wäschereien etc.)
und zwar _____

I c) Handelt es sich bei Ihrem Unternehmen um

- ☐ den Unternehmenssitz
- ☐ eine Zweigstelle, der Unternehmenssitz befindet sich in _____

I d) Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie in den kommenden 5 Jahren?

- ☐ positiv
- ☐ etwa konstant
- ☐ negativ

Begründung:

I e) Wie viele Mitarbeiter sind am Standort in Lindau aktuell insgesamt tätig?

O genau _____ O ungefähr _____

I f) Welche Entwicklung der Mitarbeiterzahlen erwarten Sie in den nächsten 5 Jahren?

O zunehmend O konstant O abnehmend

Begründung:

I g) Wie schätzen Sie die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Ihren Betrieb ein?

O positive Auswirkungen O keine Auswirkungen O negative Auswirkungen

Begründung:

TEIL II – STANDORTSPEZIFISCHE FRAGEN

II a) Befindet sich die Liegenschaft / Betriebsfläche Ihres Unternehmens in Ihrem Eigentum?

O Ja O Nein, sie ist gemietet / gepachtet O Es besteht ein Erbbaurecht

II b) Falls Sie in den nächsten 5 Jahren betriebliche Veränderungen an Ihrem Betriebsstandort planen – welche sind das? (Mehrfachnennung möglich)

O Keine betrieblichen Veränderungen geplant

O Erweiterung am aktuellen Standort

O Verlagerung des Standortes innerhalb der Stadt Lindau

O Standortverlagerung in eine andere Stadt oder Gemeinde

O innerhalb d. Landkreises Lindau

O außerhalb d. Landkreises Lindau

Wenn ja, Gründe der Verlagerung in eine andere Stadt oder Gemeinde:

O Errichtung einer zusätzlichen Niederlassung in der Stadt Lindau

O Übernahme eines anderen Unternehmens

O Verkleinerung des Betriebs

O Änderung des Sortiments / der Produktion

O Unternehmensübergabe

O Schließung

O Sonstige: _____

II c) Verfügen Sie an Ihrem heutigen Standort über ausreichend Fläche für eine mögliche Erweiterung?

- ☐ Ja, wir verfügen über Erweiterungsflächen (Vorrat)
☐ Nein, wir verfügen nicht über Erweiterungsflächen
☐ Wir haben keine Erweiterung geplant

II d) Wenn Sie eine Expansion in Erwägung ziehen (Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung) – wie viel zusätzliche Fläche werden Sie voraussichtlich in den nächsten 5 Jahren in Lindau benötigen? (Mehrfachnennung möglich)

(Anmerkung: $10.000 \text{ m}^2 = 1 \text{ ha}$)

☐ Für uns ist die Grundfläche (Flurstück) relevant; wir benötigen: _____ m^2

darunter fallen/ wir benötigen nur:

☐ Bürofläche; wir benötigen: _____ m^2

☐ Lagerfläche; wir benötigen: _____ m^2

☐ Produktionsfläche; wir benötigen: _____ m^2

☐ Verkaufsfläche; wir benötigen: _____ m^2

☐ Sonstige Angaben zur Art/Umfang des Flächenbedarfs: _____

Wir benötigen die Fläche:

☐ kurzfristig (nächste 2 Jahre)
(erst in über 5 Jahren)

☐ mittelfristig (3-5 Jahre)

☐ langfristig

II e) Welche besonderen Qualitäten müsste eine zukunftsfähige Gewerbeimmobilie/-fläche aus Ihrer Sicht aufweisen? (z.B. Erweiterungsoptionen, Zuschnitte, Parzellengrößen) (max. 3 Nennungen)

1. _____

2. _____

3. _____

II f) Wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren und wie zufrieden sind Sie mit diesen an Ihrem jetzigen Unternehmensstandort?

(1 = sehr wichtig / sehr zufrieden, 2 = eher wichtig / eher zufrieden, 3 = eher unwichtig / eher unzufrieden, 4 = gar nicht wichtig / sehr unzufrieden)

Harte Standortfaktoren	Wichtigkeit	Zufriedenheit am Standort
Erreichbarkeit von Fernstraßen (Bundesstraße, Autobahn)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Kleinräumige verkehrliche Erreichbarkeit (auch Abbiegesituation zum Betrieb/Grundstück)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Bahnanschluss	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
ÖPNV-Anschluss	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Erreichbarkeit von Flughäfen	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Park- und Abstellflächen für Pkw	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Wasserver- und -entsorgung	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Gewerbesteuerhebesatz	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Kauf-/ Mietpreis der Betriebsfläche	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Energieversorgung (Strom und Gas)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Breitbandinternet ≥ 100 Mbit/s	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4

Weiche Standortfaktoren	Wichtigkeit	Zufriedenheit am Standort
Wirtschaftliches Image der Gesamtstadt	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
„Unternehmensfreundlichkeit“ der Verwaltung	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Kundennähe	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Sinnvolle Gebäudeanordnung am Standort	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Verfügbare Erweiterungsmöglichkeiten am Standort	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Nähe zu Unternehmen desselben Wirtschaftsbereichs	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Nähe zu Unternehmen vor- und nachgelagerter Branchen	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Tagungsräumlichkeiten	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Qualität des städtebaulichen Umfelds meines Unternehmens	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Grünflächengestaltung im Umfeld meines Unternehmens	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Versorgungsmöglichkeiten im Umfeld (z.B. Einkauf, Gastronomie)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Angebote an sozialer Infrastruktur (Bildung, Kinderbetreuung, Pflege etc.)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4

Angebote aus dem Gesundheitssektor	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Angebote im Umfeld des Betriebssitzes (Freizeit, Kultur)	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Wohnraumnähe	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Hochschulnähe	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4

II g) Was müsste an Ihrem aktuellen Standort / Standortumfeld künftig optimiert werden? (max. 3 Nennungen)

1. _____
2. _____
3. _____

II h) Besteht kurz- bis mittelfristiger Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften in Ihrem Unternehmen und wie beurteilen Sie die Verfügbarkeit am Standort?

(1 = sehr gut, 2 = eher gut, 3 = eher schlecht, 4 = sehr schlecht)

Bedarf weiterer Arbeitskräfte	ja	nein	Anzahl	Verfügbarkeit am Standort
Hochschulabsolventen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Gelernte Arbeitskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4
Ungelernte Arbeitskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4

II i) Wie beurteilen Sie die Übernachtungsmöglichkeiten?

... in der Stadt Lindau ☐ gut ☐ mittelmäßig ☐ schlecht ☐ keine Angabe

Begründung: _____

... in der Region ☐ gut ☐ mittelmäßig ☐ schlecht ☐ keine Angabe

Begründung: _____

TEIL III –FRAGEN ZU KOOPERATIONEN

III a) Kooperieren Sie mit anderen Unternehmen / Betrieben?

☐ Ja

☐ aus der Stadt ☐ aus dem Landkreis ☐ in Deutschland ☐ in der Region Bregenz
☐ weltweit

☐ Nein

III b) Wenn ja, in welchen Feldern findet die Kooperation statt?

- ☐ Informeller Austausch (Wissenstransfer)
- ☐ Einkauf vorgelagerter Produkte oder Dienstleistungen
- ☐ Verkauf von gefertigten Produkten zur Weiterverarbeitung oder von Dienstleistungen
- ☐ Forschung und Entwicklung neuer Produkte oder Dienstleistungen
- ☐ weitere: _____

III c) Wenn ja und außerhalb des Landkreises, wäre eine räumliche Nähe wünschenswert?

- ☐ Ja, mit folgenden Unternehmen: _____
- ☐ Nein

III d) Haben Sie Bedarf für weitere Kooperationen?

- ☐ Ja, mit Unternehmen / Einrichtungen aus folgenden Branchen:

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- ☐ Nein

Sonstige Anmerkungen / Anregungen:

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!