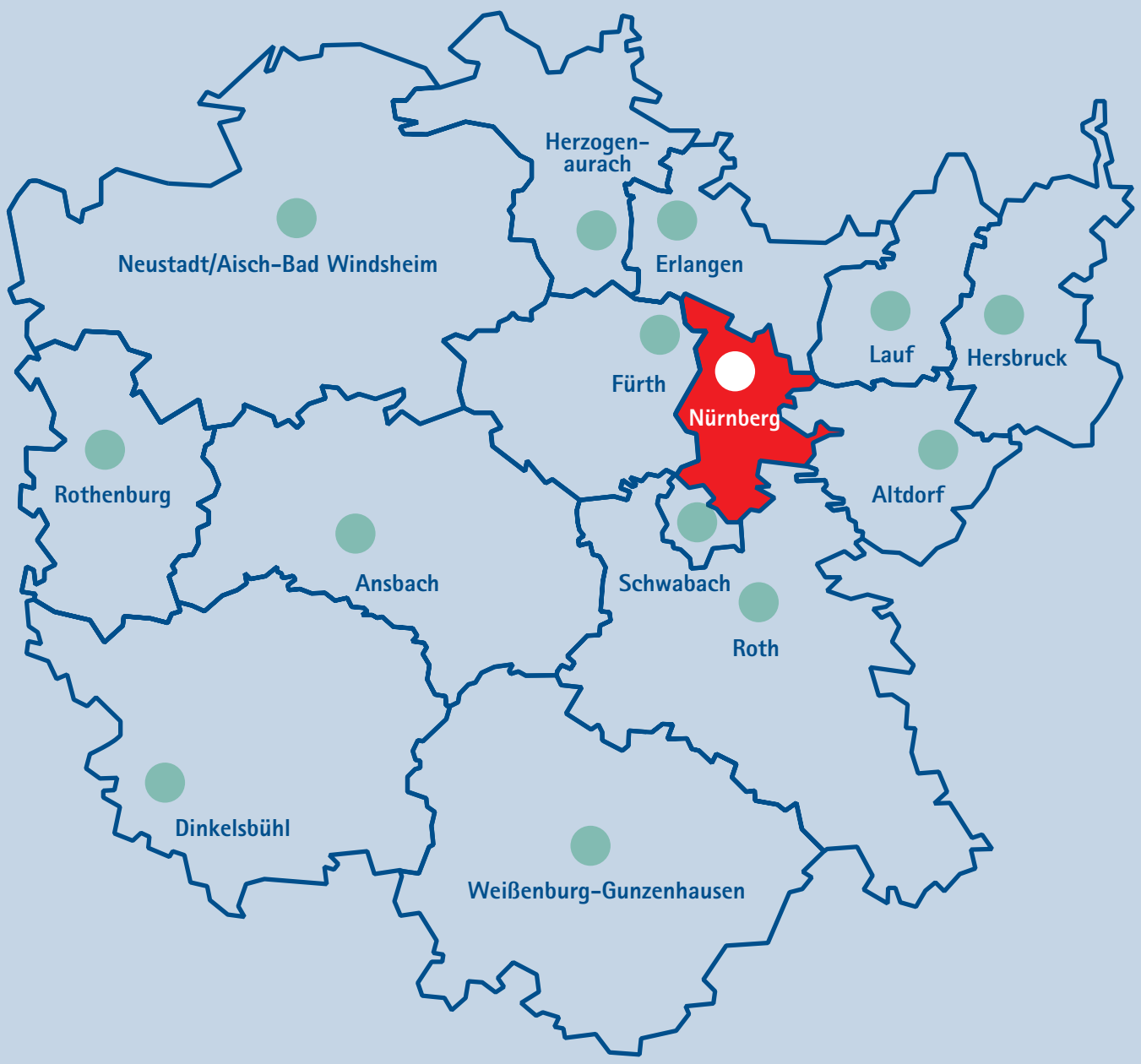


Nürnberg



● = IHK-Gremiumsbezirk

ERGEBNISSE DER UMFRAGE BEI
MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN

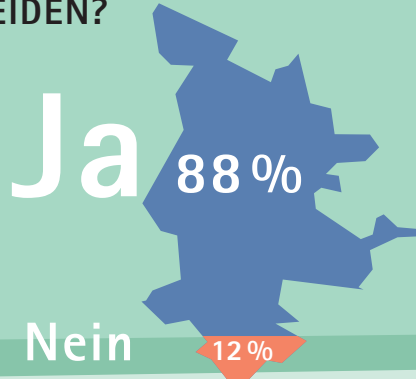


Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

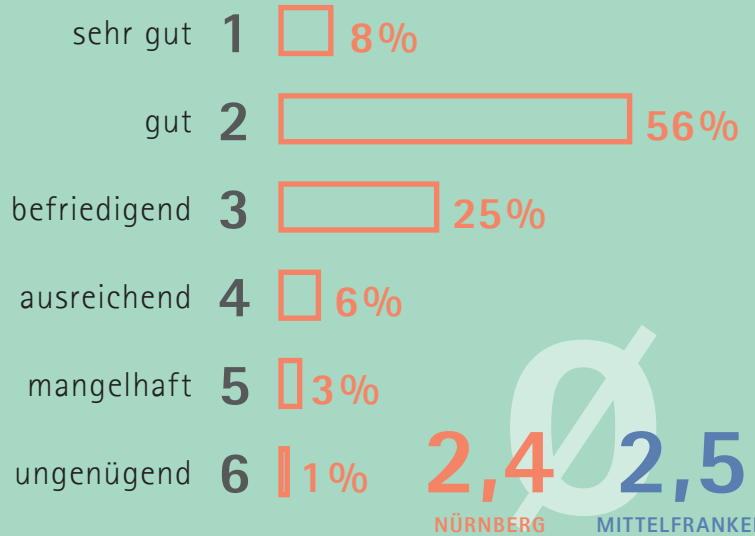
IHK-STANDORTUMFRAGE 2014

Die wichtigsten Ergebnisse für die Stadt Nürnberg

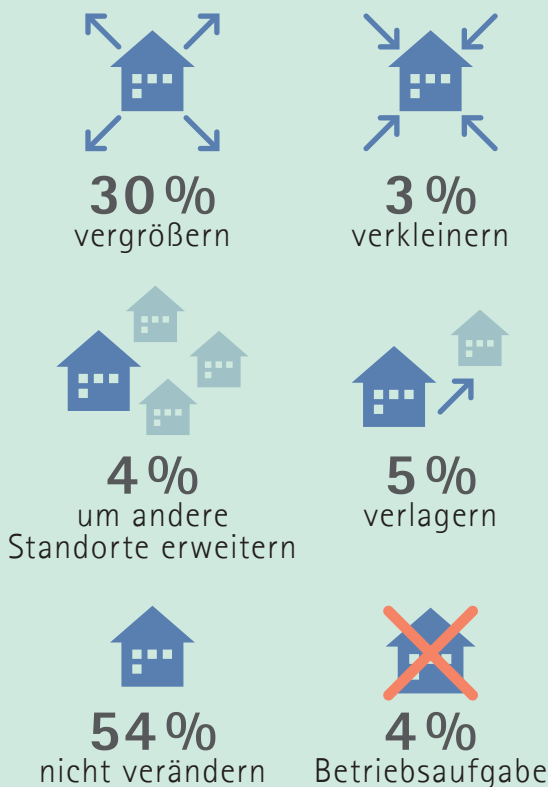
WÜRDEN SIE SICH MIT IHREM UNTERNEHMEN NOCH EINMAL FÜR DIESEN STANDORT ENTSCHEIDEN?



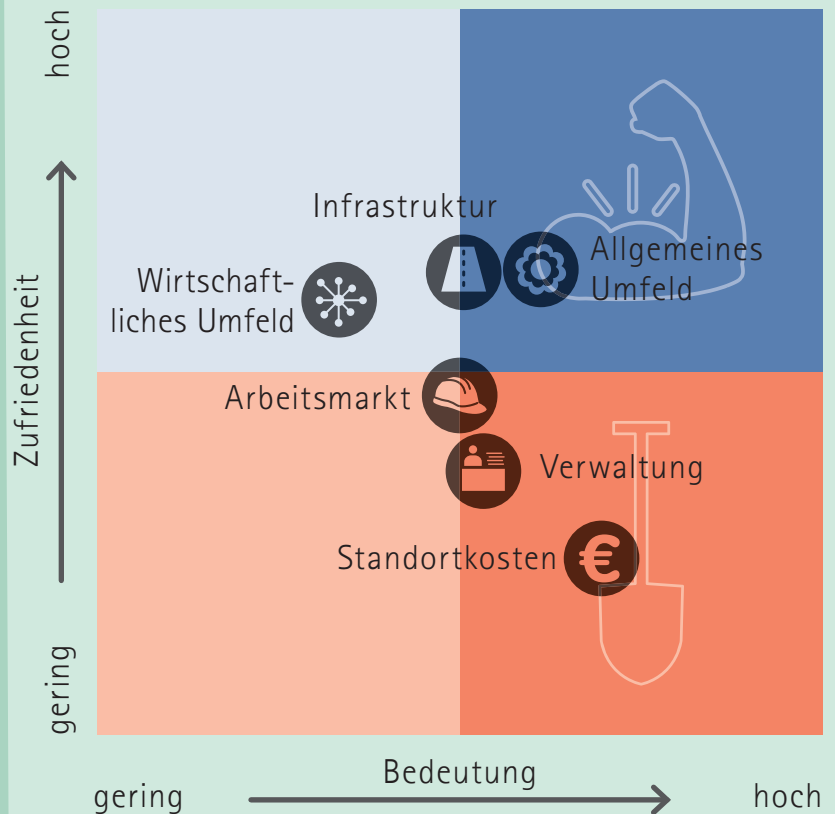
GESAMTNOTE FÜR DEN STANDORT







VORAUSSICHTLICHE ENTWICKLUNG DER UNTERNEHMEN



BEWERTUNG DER STANDORTFAKTOREN

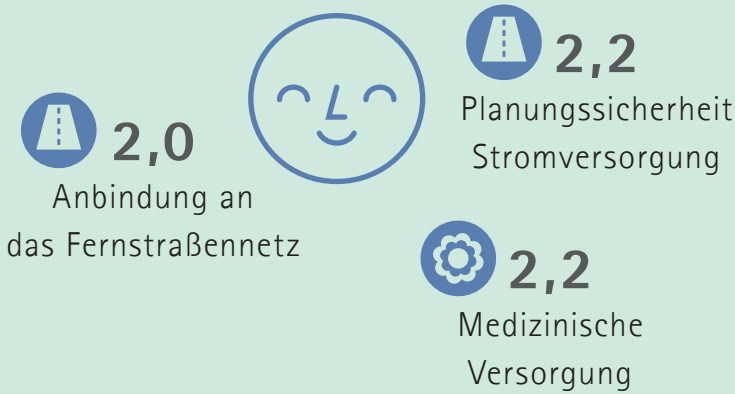


LEGENDE

-  **Infrastruktur**
Straßenverbindungen, Anbindung an das Fernstraßennetz, Zustand der Straßen, Anbindung durch den ÖPNV, Anbindung Flugverkehr, Schienenfernverkehr, Breitbandinfrastruktur, Planungssicherheit Stromversorgung, Verfügbarkeit von Erweiterungsflächen
-  **Arbeitsmarkt**
Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, Verfügbarkeit von anderen Arbeitskräften, Qualifikation der verfügbaren Arbeitskräfte, Verfügbarkeit von Ausbildungsbewerbern, Weiterbildungsmöglichkeiten
-  **Verwaltung**
»Offenes Ohr« der Verwaltung für Wirtschaftsfragen, Dauer von Genehmigungsverfahren, generelle Erreichbarkeit (Telefon, Öffnungszeiten etc.), Begründung von Entscheidungen (Transparenz), Verlässlichkeit bei Wirtschaftsfragen und Entscheidungen, Zugang zu Fördermitteln
-  **Standortkosten**
Steuern und Abgaben, Grundstückspreise/Mieten, Energiekosten

HÖCHSTE ZUFRIEDENHEIT

Schulnoten 1-6



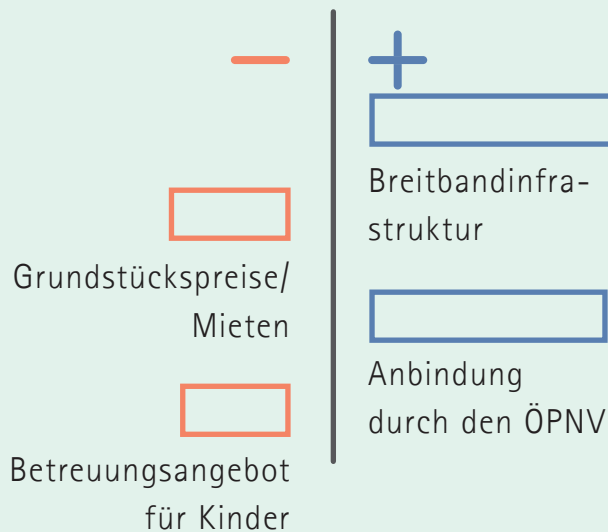
STÄRKEN

hohe Bedeutung – hohe Zufriedenheit



VOR- UND NACHTEILE

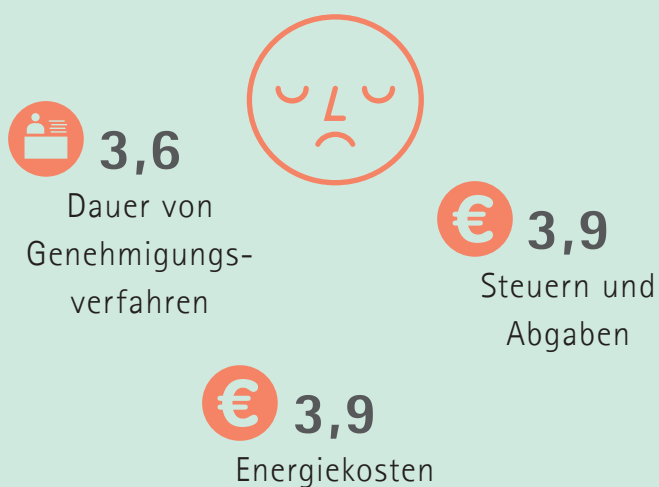
im mittelfränkischen Vergleich



»Nürnberg muss am Image einer internationalen Metropole arbeiten, dazu sollte es innovativer, offener und bunter werden!«

GERINGSTE ZUFRIEDENHEIT

Schulnoten 1-6



HANDLUNGSBEDARF

hohe Bedeutung – geringe Zufriedenheit



Wirtschaftliches Umfeld

Nähe zu Kunden und Absatzmarkt, Nähe zu Zulieferern und Kooperationspartnern, Hochschulkooperationen, innovatives Umfeld, Unternehmensnetzwerke/ Kompetenzinitiativen, Werbemöglichkeiten mit der EMN, Arbeit der Metropolregion Nürnberg



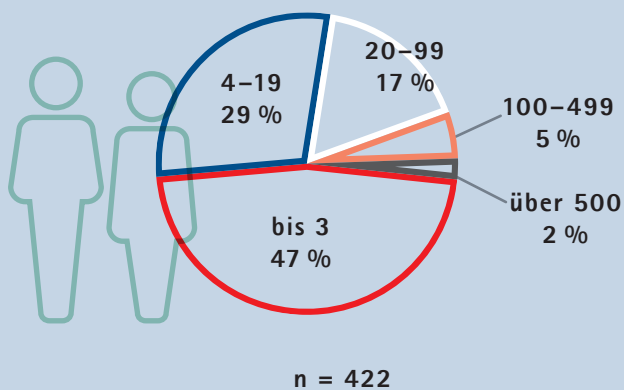
Allgemeines Umfeld

Image des Standorts, Profil der Metropolregion Nürnberg, Lebensqualität, Kultur-, Sport- und Freizeitmöglichkeiten, Einkaufsmöglichkeiten, Innenstadtattraktivität, internationale Ausrichtung des Standorts, Wohnsituation, medizinische Versorgung, Schulangebot vor Ort, Betreuungsangebot für Kinder

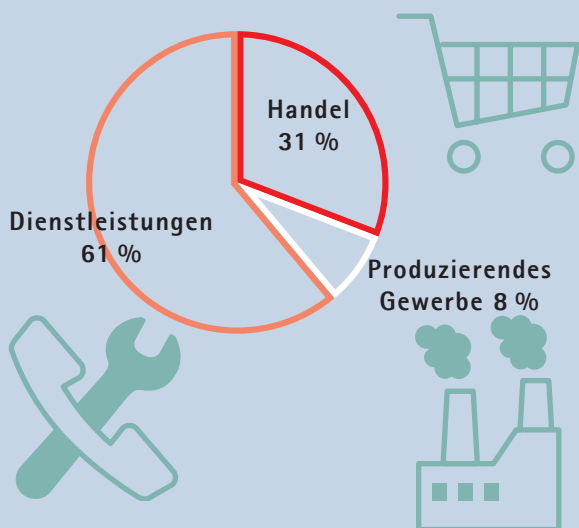
METHODIK

Im Mai 2014 haben uns rund 2.000 Unternehmerinnen und Unternehmer aus Mittelfranken ihre Einschätzung zum Wirtschaftsstandort gegeben, 422 Unternehmen davon für den Standort Nürnberg. 41 Standortfaktoren aus den sechs Kategorien Infrastruktur, Arbeitsmarkt, wirtschaftliches Umfeld, Standortkosten, Verwaltung und allgemeines Umfeld wurden auf Bedeutung und Zufriedenheit untersucht.

MITARBEITERANZAHL DER BEFRAGTEN UNTERNEHMEN AM STANDORT



BRANCHENVERTEILUNG



IMPRESSUM

Herausgeber
IHK Nürnberg für Mittelfranken
Ulmenstraße 52
90443 Nürnberg
Tel.: +49 (0)911 1335-0
info@nuernberg.ihk.de
www.ihk-nuernberg.de

Ansprechpartner
Dr. Maïke Müller-Klier
Jana Regenfuß

Realisation
klok GmbH & Co. KG
www.klok-agentur.de

ERGEBNISSE

- Die Nürnberger Unternehmen bewerten ihren Standort insgesamt mit der Note »Gut« (2,4).
- Neun von zehn Betrieben (88 %) würden sich wieder für den Standort Nürnberg entscheiden.
- Besonders zufrieden sind die Unternehmen mit der Anbindung an das Fernstraßennetz, mit der Planungssicherheit bei der Stromversorgung und der medizinischen Versorgung.
- Als Stärken des Standorts werden neben der medizinischen Versorgung die Straßenverbindungen und die Lebensqualität in Nürnberg geschätzt.
- Als klare Standortvorteile im mittelfränkischen Vergleich sehen die Nürnberger Betriebe die gute Anbindung an den ÖPNV und die Breitbandversorgung in der Stadt Nürnberg.
- Standortnachteile werden in den Grundstückspreisen und Mieten in der Stadt Nürnberg sowie in den Betreuungsangeboten für Kinder gesehen.
- Insgesamt unzufrieden sind die Unternehmen in Nürnberg mit den Energiekosten, den Gewerbesteuern und anderen Abgaben sowie mit der Dauer von Genehmigungsverfahren.
- Besonders wichtige, aber mangelhafte Standortfaktoren sind aus Sicht der Nürnberger Unternehmen die Kostenaspekte des Standorts, der Zustand der Straßen und die Qualifikation der verfügbaren Arbeitskräfte. Hier besteht Handlungsbedarf!

WAS IST ZU TUN?


- »Allianz pro Fachkräfte« weiter stärken!
- In Qualifizierung investieren!
- Kinderbetreuung ausbauen!
- Qualität der Straßen verbessern!
- Mehr passende Gewerbeflächen!
- Weniger Belastungen für Unternehmen!
- Weniger Bürokratie!


WWW.IHK-NUERNBERG.DE/STANDORTUMFRAGE2014


Hinweis zu den Grafiken:

Rundungsbedingt ergibt die Summe der Prozente nicht immer 100.

ZUFRIEDENHEIT: SCHULNOTENSKALA
 BEDEUTUNG: 1 = SEHR WICHTIG BIS 6 = VÖLLIG UNWICHTIG

INFRASTRUKTUR 	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	2,5	2,6	2,6	2,9
Straßenverbindungen	1,8	2,3	1,7	2,4
Anbindung an das Fernstraßennetz	2,1	2,0	2,1	2,2
Zustand der Straßen	2,2	3,3	2,2	3,1
Anbindung durch den ÖPNV	2,4	2,4	2,9	3,1
Anbindung Flugverkehr	3,4	2,8	3,9	3,1
Schienenfernverkehr	3,3	2,4	3,7	3,0
Breitbandinfrastruktur	2,0	2,6	2,0	3,2
Planungssicherheit Stromversorgung	2,0	2,2	2,0	2,4
Verfügbarkeit von Erweiterungsflächen	3,2	3,3	3,1	3,2

ARBEITSMARKT 	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	2,5	3,2	2,5	3,2
Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften	2,3	3,3	2,3	3,4
Verfügbarkeit von anderen Arbeitskräften	2,7	3,1	2,6	3,2
Qualifikation der verfügbaren Arbeitskräfte	2,1	3,2	2,1	3,3
Verfügbarkeit von Ausbildungsbewerbern	3,2	3,3	3,1	3,4
Weiterbildungsmöglichkeiten	2,5	2,8	2,5	2,9

WIRTSCHAFTLICHES UMFELD 	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	3,0	2,7	3,2	2,9
Nähe zu Kunden und Absatzmarkt	1,9	2,2	2,1	2,4
Nähe zu Zulieferern und Kooperationspartnern	2,7	2,4	2,8	2,6
Hochschulkooperationen	4,0	2,9	4,1	3,1
Innovatives Umfeld	3,1	2,9	3,1	3,0
Unternehmensnetzwerke/Kompetenzinitiativen	3,0	2,9	3,0	2,9
Werbemöglichkeiten mit der EMN	3,4	2,9	3,7	3,0
Arbeit der Metropolregion Nürnberg	3,0	2,9	3,4	3,1



ZUFRIEDENHEIT: SCHULNOTENSKALA

BEDEUTUNG: 1 = SEHR WICHTIG BIS 6 = VÖLLIG UNWICHTIG

STANDORTKOSTEN



	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	1,9	3,8	2,0	3,5
Steuern und Abgaben	1,8	3,9	1,9	3,6
Grundstückspreise/Mieten	2,1	3,6	2,2	3,3
Energiekosten	1,9	3,9	1,9	3,7

VERWALTUNG



	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	2,5	3,4	2,4	3,3
»Offenes Ohr« der Verwaltung für Wirtschaftsfragen	2,5	3,4	2,3	3,2
Dauer von Genehmigungsverfahren	2,5	3,6	2,4	3,5
Generelle Erreichbarkeit (Telefon, Öffnungszeiten etc.)	2,3	3,2	2,2	2,9
Begründung von Entscheidungen (Transparenz)	2,5	3,4	2,4	3,3
Verlässlichkeit bei Wirtschaftsfragen und Entscheidungen	2,3	3,3	2,2	3,2
Zugang zu Fördermitteln	2,8	3,6	2,7	3,5

ALLGEMEINES UMFELD



	Nürnberg		Mittelfranken	
	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT	BEDEUTUNG	ZUFRIEDENHEIT
	2,2	2,6	2,3	2,7
Image des Standorts	2,0	2,7	2,2	2,8
Profil der Metropolregion Nürnberg	2,4	2,8	2,9	2,9
Lebensqualität	1,7	2,3	1,8	2,3
Kultur-, Sport- und Freizeitmöglichkeiten	2,2	2,3	2,3	2,5
Einkaufsmöglichkeiten	2,0	2,3	2,1	2,5
Innenstadtattraktivität	2,2	2,6	2,5	3,1
Internationale Ausrichtung des Standorts	2,8	3,0	3,3	3,2
Wohnsituation	1,9	2,7	2,0	2,6
Medizinische Versorgung	1,9	2,2	1,9	2,4
Schulangebot vor Ort	2,3	2,5	2,2	2,4
Betreuungsangebot für Kinder	2,5	3,0	2,4	2,7