

Über den Kirchturm hinaus...

Plädoyer für eine
wachstumsorientierte Kommunalpolitik

Ein Positionspapier der IHK Pfalz zu den
Kommunalwahlen in Rheinland-Pfalz
am 7. Juni 2009

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer für die Pfalz

Redaktion: IHK Pfalz
Jürgen Vogel
Tel.: 0621 5904-1500
Fax: 0621 5904-1504
E-Mail: juergen.vogel@pfalz.ihk24.de
Internet: www.pfalz.ihk24.de

Ruth Scherer
Tel.: 0621 5904-1510
Fax: 0621 5904-1504
E-Mail: ruth.scherer@pfalz.ihk24.de
Internet: www.pfalz.ihk24.de

Stand: April 2009

Titelbild: Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|----|
| Vorwort | 4 |
| | |
| A. Kommunalpolitische Forderungen | 5 |
| | |
| 1. Kommunale Standortbedingungen stetig verbessern | 5 |
| 2. Wirtschaftsförderung eng an Unternehmensbedürfnissen ausrichten | 6 |
| 3. Kommunalhaushalte sanieren, Steuern und Abgaben moderat gestalten | 8 |
| 4. Multifunktionale Innenstädte mit attraktivem Handel erhalten | 8 |
| 5. Verkehrliche Erreichbarkeit gewährleisten | 9 |
| 6. Kommunen demografiefest machen | 10 |
| 7. Bildungsinvestitionen sind Zukunftsinvestitionen | 11 |
| 8. Unternehmensorientierte kommunale Umwelt- und Energiepolitik | 12 |
| 9. Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern | 12 |
| 10. Naturraum, Kultur und Wein als touristische Standortfaktoren in Wert setzen | 13 |
| | |
| B. Attraktivität der Wirtschaftsstandorte in der Pfalz | 15 |
| - Ergebnisse einer IHK-Umfrage zur Standortqualität pfälzischer Städte - | |

Vorwort

99,8 Prozent aller rheinland-pfälzischen Unternehmen sind dem Mittelstand zuzuordnen. Der Mittelstand hat damit für die rheinland-pfälzische Wirtschaft eine überragende Bedeutung. Er zeichnet sich durch eine hohe Standortverbundenheit und -treue aus. Egal ob im Rahmen einer erfolgreichen Nischenstrategie international operierend oder, wie beispielsweise im Einzelhandel, den lokalen Markt versorgend, für den wirtschaftlichen Erfolg dieser Unternehmen kommt es wesentlich auf die konkreten Standortbedingungen vor Ort an. Diese Standortbedingungen werden durch zahlreiche Faktoren wie beispielsweise Infrastrukturausstattung, Wirtschaftsförderungsanstrengungen oder die Ausgestaltung von Genehmigungsprozessen auf der kommunalen Ebene geformt.

Die IHK Pfalz will daher mit dem vorliegenden Positionspapier im Vorfeld zu den Kommunalwahlen in Rheinland-Pfalz am 7. Juni 2009 Anstöße für eine wachstumsorientierte Kommunalpolitik geben. An vielen Orten läuft vieles bereits gut, doch gibt es an anderen Stellen Defizite zu verzeichnen. Damit die mittelständischen Unternehmen unseres Bundeslandes weiter ihre überragende Rolle für Wirtschaftsstruktur, Wachstum und Beschäftigung spielen können, sind die kommunalpolitisch verantwortlichen Akteure aufgefordert, alles in ihren Kräften stehende zu tun, um die Standortbedingungen vor Ort stetig zu verbessern. Hierzu muss der Blick den engeren lokalen und zeitlichen Rahmen überwinden. Interkommunale Kooperation, Marktöffnung und langfristige Demografiefestigkeit sind Gebote der Stunde.

Ergänzt werden die vorliegenden kommunalpolitischen Forderungen der IHK-Pfalz durch eine Umfrage unter den in den acht kreisfreien Städten in der Pfalz ansässigen Unternehmen zu ihrer Zufriedenheit mit den Standortfaktoren vor Ort.

Die IHK Pfalz steht bei der Umsetzung wirtschaftsfreundlicher Maßnahmen auf kommunaler Ebene immer gerne beratend und unterstützend zur Verfügung. Kommen Sie auf uns zu!



Willi Kuhn
Präsident



Dr. Rüdiger Beyer
Hauptgeschäftsführer

A. Kommunalpolitische Forderungen

1. Kommunale Standortbedingungen stetig verbessern

Kommunale Aufgabenkonzentration: Vielerorts betätigen sich Kommunen im wirtschaftlichen Bereich, obwohl eine Leistungserstellung durch privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen möglich wäre. Derzeit sind sogar Bestrebungen zu verzeichnen, den Kommunen weiter reichende wirtschaftliche Engagements zu erleichtern. Dies widerspricht zentralen marktwirtschaftlichen Grundprinzipien. Die Betätigung von Kommunen ist auf den hoheitlichen Bereich sowie solche Aufgaben der Daseinsvorsorge zu beschränken, die privatwirtschaftlich nicht mit vergleichbarer Effizienz zu lösen sind.

Gleiche Wettbewerbsbedingungen: Verschiedentlich betätigen sich Kommunen als „Unternehmer“ indem sie beispielsweise Dorfläden oder ähnliche Einrichtungen gründen und unterstützen. Dies ist nur insoweit legitim, als hierdurch ein Beitrag zur Verbesserung der Versorgungsinfrastruktur vor Ort geleistet wird, der in keinem direkten Wettbewerb zu privatwirtschaftlichen Anbietern steht. Im Rahmen der Diskussion um den sog. „kommunalen Querverbund“ muss ordnungspolitisch sauber zwischen hoheitlicher und „privatrechtlicher“ Tätigkeit der Kommunen getrennt werden. Gewinne und Verluste „kommunaler Unternehmen“ sollten im nicht-hoheitlichen Bereich, wie bei allen übrigen Wettbewerbern, besteuert werden, damit Chancengleichheit am Markt besteht.

PPP-Modelle erproben: Der Einsatz von Public Private Partnership (PPP) Projekten erfolgt derzeit noch vergleichsweise zaghaft. Wo wirtschaftlich effizient darstellbar sollten PPP-Projekte verstärkt genutzt werden, um betriebswirtschaftliches Know-how und wettbewerbliches Effizienzstreben privatwirtschaftli-

cher Unternehmen stärker für den kommunalen Bereich nutzbar zu machen.

Effizienzorientierte Versorgungsinfrastrukturausstattung: Die Kommunen setzen sich mit Vehemenz für den Ausbau bzw. den Erhalt kommunaler Versorgungsinfrastruktur direkt vor Ort ein. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels werden viele Infrastruktureinrichtungen mittel- bis langfristig nicht mehr ausreichend ausgelastet sein. Daher muss jede „Kirchturmdoktrin“ überwunden werden. Die Infrastrukturausstattung muss sich Gemeindegrenzen übergreifend an ökonomischen Effizienzgesichtspunkten und dem Grundsatz der Demografiefestigkeit ausrichten.

Wirtschaftsorientierte Flächenplanung: Immer wieder kommt es zu Konflikten zwischen gewerblichen und alternativen Nutzungsarten wie beispielsweise Wohnbebauung. Die kommunale Flächennutzungs- und Bauleitplanung muss unternehmerische Ansprüche angemessen berücksichtigen und Entwicklungsperspektiven auch in die Zukunft hinein offen halten. Dies betrifft insbesondere auch Industrieansiedlungen und Infrastrukturvorhaben sowie die Gewährleistung von Abbaumöglichkeiten für Rohstoffe. Darüber hinaus gilt es auch, durch Planung eine Bestandssicherung von Gewerbestandorten zu gewährleisten.

Parallelarbeiten vermeiden: Im kommunalen Bereich existieren noch immer Parallelstrukturen. Sei es, dass bspw. die Sitze von Stadt- und Kreisverwaltung, in einem Ort stehen, welche gleiche oder ähnliche Aufgaben erledigen oder aber benachbarte Verwaltungseinheiten identische Arbeiten durchführen. Durch verstärkte Kooperation zwischen Kommunen bzw. Verwaltungseinheiten sollten Skalenvorteile genutzt und die dadurch erzielten Einsparungen in Form niedrigerer Gebühren, Beiträge und Steuern an Unternehmen und Bürger weitergereicht werden.

Großräumiges Standortmarketing: Trotz positiver Entwicklungen im Standortmarketing sind solche Initiativen zuweilen zu „kleinteilig“ organisiert. Standort- und Regionalmarketing-initiativen sollten so großräumig strukturiert sein, dass durch Synergie und Bekanntheitseffekte eine bedeutsame und nachhaltige Außenwirkung erzielt werden kann.

Regionale Entwicklungskonzepte: Eine wirtschaftlich erfolgreiche Regionalentwicklung benötigt Leitbilder und Visionen. Wo dies nicht bereits erfolgt ist, sollten regionale Entwicklungskonzepte erarbeitet werden, die unternehmens- und wirtschaftsrelevante Projekte mit dem Ziel der langfristigen wirtschaftlichen Stärkung des Standorts in den Fokus nehmen.

Flächendeckende Breitbandversorgung: In einer Reihe ländlich strukturierter Gebiete existiert immer noch keine zufriedenstellende Versorgung mit Breitbandtechnologie. Die dortigen Kommunen sind aufgefordert, sich gemeinsam mit der Wirtschaft für eine flächendeckende Breitbandversorgung zu engagieren. Dies ist eine grundlegende Voraussetzung, um unabhängig von bestehenden Agglomerationen dezentrale Wachstums- und Beschäftigungschancen im ländlichen Raum zu sichern und auszubauen.

Zurückhaltung bei 1-Euro-Jobs: Im Rahmen der Hartz IV-Reform ist es möglich geworden, so genannte 1-Euro-Kräfte zur Erledigung kommunaler Aufgaben heranzuziehen. Angesichts knapper Finanzressourcen der Kommunen ist die Versuchung groß, auf diese Weise Kosten einzusparen. Durch den Einsatz von 1-Euro-Kräften darf es zu keiner Verdrängung privatwirtschaftlicher Tätigkeiten und damit regulärer Arbeitsverhältnisse kommen.

2. Wirtschaftsförderung eng an Unternehmensbedürfnissen ausrichten

Unternehmen als Schlüsselkunden definieren: Vielerorts leisten die Kommunen eine sehr gute Wirtschaftsförderung, doch es gibt auch immer wieder Beispiele umständlichen und unnötig bürokratischen Agierens. Es muss zur Kernaufgabe jeder kommunalen Verwaltung werden, Unternehmensgründung und -entwicklung sowie Bestandspflege nach Kräften zu unterstützen. Zahlreiche konkrete Maßnahmen wurden hierzu bereits von der IHK vorgeschlagen: schnelle Genehmigungsverfahren mit vorher definierten Fristen, transparente Zuständigkeitsregelungen, Lotsendienste bei komplexen Antragsverfahren, Durchführung von Unternehmenssprechtagen, Erstellung von Checklisten für wiederholt auftretende Verwaltungsvorgänge, die Unternehmen betreffen.

Kommunales Audit: Vielerorts wird Gutes getan, aber noch unzureichend darüber berichtet. Kommunalverwaltungen und Wirtschaftsförderungsorganisationen, die sich konsequent an Unternehmensinteressen ausrichten, sollten sich einem freiwilligen „Audit wirtschaftsfreundliche Kommune“ unterwerfen und in diesem Rahmen auch eine regelmäßige Analyse der Zufriedenheit ihrer Unternehmenskunden vornehmen. So wurde das RAL-Gütezeichen „Mittelstandsfreundliche Kommunalverwaltung“ u. a. in Nordrhein-Westfalen an verschiedene Kommunen vergeben. Diese Maßnahmen wären hervorragend zu kommunizierende Instrumente im Rahmen eines wirtschaftsorientierten Kommunal- bzw. Regionalmarketings.

Wirtschaftsfreundliche Gewerbeflächenpolitik: Während einerseits manche Kommunen unter leer stehenden Gewerbegebieten leiden, fehlt an anderen Orten Unternehmen die Expansionsmöglichkeit. Die Kommunen sind aufgefordert, geeignete Gewerbeflächen zu angemessenen Preisen zur Verfügung zu stellen. Wo entsprechendes Potenzial besteht,

sollte dies in Form interkommunaler Kooperationen geschehen, da dies intensivere Marketingmaßnahmen ermöglicht. Langfristig sind Bestands- und Erweiterungsmöglichkeiten für Unternehmen durch eine vorausschauende Bauleitplanung zu gewährleisten.

Runde Tische etablieren: Viele wirtschaftsrelevante Fragen werden von den betroffenen Organisationen und Institutionen immer noch unabhängig voneinander diskutiert. Wichtige Fragen der kommunalen bzw. regionalen Wirtschaftsentwicklung sollten im Rahmen von Runden Tischen erörtert werden. Dort könnten Vertreter von Kommunalpolitik, Verwaltung, Unternehmen, Kammern und Verbänden in direktem Kontakt die Leitlinien künftiger Entwicklungsprozesse (z. B. in Einzelhandels-, Mobilitäts- oder Parkraumkonzepten) festlegen.

Von den Besten Lernen: Es ist kaum möglich, jeweils das „Rad neu zu erfinden“. Kommunen sollten es sich zur Aufgabe machen, systematisch von Leuchtturmbeispielen zu lernen, wie sie unter anderem im Rahmen des „Landeswettbewerbs Mittelstandsfreundliche Kommune“ vorgestellt werden. Die Kommunen sind aufgefordert in systematischer Form „Best Practices“ für ein unternehmensorientiertes kommunales Verwaltungshandeln auszuwerten und entsprechende Projektideen umzusetzen.

Kommune als mittelstandsfreundlicher Auftraggeber: Die Zusammenarbeit von Kommunen und privaten Auftragnehmern verläuft nicht immer konfliktfrei. Durch eine konsequent mittelstandsfreundliche Ausgestaltung von Auftragsvergaben sowie die Sicherstellung einer zeitnahen Bezahlung von Unternehmensleistungen kann ein direkter Beitrag der kommunalen Ebene zu einer positiven regionalen Wirtschaftsentwicklung geleistet werden.

E-Government ausbauen: Viele Verwaltungsakte können mittlerweile auf elektronischem Wege abgewickelt werden, doch bestehen weiterhin Bereiche, die noch den traditionellen Kommunikationsformen verhaftet sind. Das E-Government sollte konsequent weiter ausgebaut werden, damit Unternehmen kommunale Verwaltungsakte mit Hilfe des schnellen und kostengünstigen Einsatzes modernster Kommunikationsmittel erledigen können. Ein positives Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit ist das System „Gewerbe online“, an dem sich die IHKs und die größte Zahl der rheinland-pfälzischen Kommunen bereits beteiligen.

Wirtschaftsförderungskooperationen: Vollerorts leistet die kommunale Wirtschaftsförderung eine sehr gute Arbeit. Es gibt jedoch auch Fälle, wo Unternehmen sich eine größere Aktivität und auch Kooperation der Wirtschaftsförderer über die Gemeindegrenzen hinaus wünschen. Die kommunale Wirtschaftsförderung sollte sich überall als „aktiver Kümmerer“ einbringen, der enge Unternehmenskontakte hält und über die Einbindung in ein interkommunales Netzwerk auch auf unternehmerische Entwicklungschancen an Standorten jenseits der eigenen Gemeindegrenze hinweisen kann.

Kontinuierliche Verbesserung des Innovationsklimas: Ein technologiefreundliches Klima in der Gesellschaft ist die Voraussetzung für eine zukunftsorientierte Forschung und die Entwicklung erfolgreicher Produkte. Auch die Kommunen sind hier aufgerufen, Technologieängste in der Bevölkerung abzubauen. Kooperationen zwischen Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen sind weiter auszubauen und zu stärken. Die Vergabe von Förderungsmitteln für Forschung und Entwicklung nach der Devise „Stärken stärken“ hat sich bewährt und sollte konsequent fortgesetzt werden.

3. Kommunalhaushalte sanieren, Steuern und Abgaben moderat gestalten

Verschuldung stoppen: Die Mehrzahl der rheinland-pfälzischen Kommunen ist ver- oder überschuldet. Der Haushaltskonsolidierung kommt daher hohe Priorität zu. Diese kann nur durch äußerste Ausgabendisziplin erfolgreich gelingen. Die Kommunen sind aufgefordert, konsumtive Ausgabeposten konsequent auf den Prüfstand zu stellen, Privatisierungspotentiale zu nutzen und ihre Haushalte mittelfristig auszugleichen.

Gewerbsteuer abschaffen: Die Gewerbesteuer ist ein Relikt aus alten Tagen und belastet einseitig gewerblich Tätige, während alle ansässigen Wirtschaftssubjekte kommunale Leistungen in Anspruch nehmen. Diese Ungleichbehandlung ist nicht nachvollziehbar. Die Kommunen sind aufgefordert, sich der Forderung der gewerblichen Wirtschaft nach Abschaffung der Gewerbesteuer anzuschließen. Kompensiert werden könnte dies durch ein kommunales Zuschlagsrecht auf Einkommen- und Körperschaftssteuer. Zumindest im Hinblick auf die durch die Unternehmenssteuerreform 2008 erweiterte Bemessungsgrundlage der Gewerbesteuer, die nunmehr auch betriebswirtschaftliche Aufwendungen wie Zinsen, Mieten, Pachten und Lizenzgebühren umfasst, sollten die Kommunen keine Gewerbesteuersätze festlegen, die oberhalb des Durchschnittsniveaus vergleichbarer Gemeinden liegen. Die Erweiterung der Bemessungsgrundlage führt bei Unternehmen, die Verluste ausweisen, mangels Verrechnungsmöglichkeit mit der Einkommenssteuer zur Substanzbesteuerung, die nicht noch durch Hebesatzerhöhungen verschärft werden darf.

Moderate kommunale Abgaben: Die Kostenbelastung der Unternehmen durch kommunale Steuern, Gebühren und Abgaben ist nicht unerheblich. Die Höhe dieser finanziellen Belas-

tungen stellt einen wichtigen Standortfaktor dar. Die Kommunen sind aufgefordert, hier moderate Sätze zu wählen, da dadurch das Wirtschaftswachstum angeregt und damit auch langfristig die Finanzierungssituation der Gemeinden verbessert werden kann.

Doppik als Chance nutzen: Bis in die jüngste Vergangenheit stellten Städte und Gemeinden kameralistische Haushalte auf, die mit Ausnahme von Fachleuten kaum jemandem verständlich waren, noch die wirtschaftlichen Gegebenheiten angemessen widerspiegeln. Mit dem Umstieg auf die Doppik haben die Kommunen nun ein Instrument in der Hand, um ihre eigenen Produkte und deren Kostenstruktur mit anderen Städten und Gemeinden vergleichen zu können. Dieses Instrument sollten die Kommunen systematisch nutzen, um Einsparpotenziale zu identifizieren und „Best Practices“ zu übernehmen.

Interne Prozesse optimieren: Viele Verwaltungen haben sich zu guten kundenorientierten Dienstleistern weiterentwickelt. In ihrer inneren Organisation haben sie jedoch noch viele Instrumente nicht übernommen, die in modernen Unternehmen mittlerweile selbstverständlich sind. Benchmarking, Qualitätsmanagement und leistungsorientierte Anreizsysteme sollten in allen Kommunalverwaltungen eingeführt werden, um auf diese Weise Effizienzgewinne und damit Potenziale zur Senkung der kommunalen Steuer-, Abgaben- und Gebührenlast sowie zur Haushaltskonsolidierung freizusetzen.

4. Multifunktionale Innenstädte mit attraktivem Handel erhalten

Innenstadtorientierte Einzelhandelsansiedlungspolitik: In zahlreichen Orten wurden Einzelhandelsgroßbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten in Randlagen oder auf der grünen Wiese angesiedelt. Hierdurch sind die

Stadtzentren städtebaulich beeinträchtigt werden. Die Kommunen sind aufgerufen, wieder durchgehend zu einer funktionalen Arbeitsteilung zwischen Kerneinkaufsbereichen und Randlagen zurückzukehren. Einzelhandelsbetriebe die innenstadtrelevante Sortimente führen gehören in die Innenstädte, solche mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch in Stadtteilzentren, während Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten in Randlagen angesiedelt werden können.

Regionale Einzelhandelskonzepte erstellen:

Zahlreiche Kommunen liefern sich eine Art „Rattenrennen“ um zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen, die sich zudem oft in nicht-integrierten Randlagen wieder finden. Die Verkaufsfläche expandiert, während die Einzelhandelsumsätze stagnieren. Leidtragender ist häufig der innerstädtische inhabergeführte Facheinzelhandel. Die kommunalpolitisch Verantwortlichen sind aufgerufen, in Kooperation mit Vertretern der Einzelhandelsunternehmen, der Kammern sowie der relevanten Verbände interkommunale bzw. regionale Einzelhandelskonzepte ausarbeiten zu lassen, die zukünftig Fehlentwicklungen im Bereich der Ansiedlungspolitik entgegen wirken.

Professionelles Stadtmarketing: In den 1990er Jahren erlebten Stadtmarketing- und Citymanagementprozesse einen Boom. Derzeit ist mancherorts zu beobachten, dass diese Prozesse in eine Art Lethargie fallen. Da Stadtmarketing in Form einer aktiv gelebten öffentlich-privaten Partnerschaft die lokalen Standortbedingungen nachhaltig verbessern kann, sollten die Kommunen darauf hinwirken, Stadtmarketingprozesse professionell und dauerhaft zu gestalten. Hierzu gehört auch eine möglichst gesicherte finanzielle Basis für entsprechende Initiativen. Ein wichtiges Mittel hierzu kann die (Ko-)Finanzierung eines „Kümmerers“ sein.

Innerstädtische Standortbedingungen verbessern: Einzelhandelsansiedlungen auf der

„grünen Wiese“ genießen bezüglich der verkehrlichen Erreichbarkeit oder der Parkraumkosten Vorteile gegenüber innerstädtischen Standorten. Die Kommunen sind aufgefordert, die innerstädtischen Standortbedingungen so weit zu verbessern, dass dem dort angesiedelten Handel gegenüber Wettbewerbern in Randlagen keine Nachteile entstehen. Maßnahmen in diesem Zusammenhang können moderate Stellplatzablösesummen und die Zurverfügungstellung ausreichend günstigen Parkraums sein.

Kooperatives Leerstandsmanagement: Verschiedentlich bestehen Defizite hinsichtlich der Sicherheit und Sauberkeit in den Innenstädten. In manchen Lagen sind Leerstände entstanden. Diese Herausforderungen sollten Kommunen in Kooperation mit Kammern, Verbänden, Gewerbevereinen und Unternehmen angehen, um ein sicheres und sauberes Umfeld zu schaffen und damit gleichzeitig einen aktiven Beitrag zur Behebung der Leerstandsproblematik zu leisten.

Unternehmensfreundliche Satzungen: Werbe-, Gestaltungs- und Sondernutzungssatzungen definieren den Rahmen, innerhalb dessen sich Betriebe nach außen gegenüber den Kunden präsentieren können. Je nach örtlichen Gegebenheiten können die Anforderungen an eine unternehmensfreundliche Satzungsgestaltung variieren. Aus diesem Grund ist es wichtig, solche Satzungen stets in enger Kooperation mit den Gewerbetreibenden vor Ort und deren Vertretern in den Kammern und Verbänden auszuarbeiten.

5. Verkehrliche Erreichbarkeit gewährleisten

Mobilitätskonzepte entwickeln: In vielen Städten stockt der Verkehr und es fehlt an aufeinander abgestimmten Maßnahmen zur Verkehrslenkung und -verflüssigung. Wo diese

Probleme auftreten sind die kommunalen Akteure gefordert, Mobilitätskonzepte zu entwickeln, die die innerstädtische Erreichbarkeit durch alle Verkehrsträger inklusive des motorisierten Individualverkehrs langfristig sicherstellen. Es bieten sich darüber hinaus konkrete Maßnahmen zur Optimierung des Verkehrsflusses an: Umsetzung für den Wirtschaftsverkehr brauchbarer Kreisellösungen, „grüne Welle“-Ampelschaltungen, umfassende Parkleitsysteme, bedarfsorientierte ÖPNV-Angebote, Park&Ride-Services, etc.

Mobilitätsbarrieren verhindern: Insbesondere durch EU-Vorgaben wächst in jüngster Zeit bei einigen kommunalen Akteuren die Versuchung, Verkehrslenkung durch Verkehrsbeschränkungen zu ersetzen. Schlagworte sind in diesem Zusammenhang, die Feinstaub- und Lärmrichtlinien, Umweltzonen oder Citymaut. Die Kommunen sind aufgefordert, durchgehend eine möglichst geringe Eingriffsintensität in den Stadtverkehr vorzunehmen, um die vorgeschriebenen Schutzziele zu erreichen. Eine gute verkehrliche Erreichbarkeit ist grundlegende Voraussetzung für ein prosperierendes innerstädtisches Gewerbe.

Straßeninfrastruktur ausbauen und erhalten: Das kommunale Straßennetz befindet sich teilweise in einem miserablen Zustand. Infrastrukturausgaben sind investive Ausgaben, die sich langfristig wirtschaftlich rechnen. Die Kommunen sind daher aufgefordert, Straßen in einem guten Zustand zu erhalten und Lücken im Straßennetz zur Verbesserung der Erreichbarkeit zu schließen. Wer heute notwendige Investitionen unterlässt, mindert seine Standortgunst und muss morgen ein Mehrfaches zahlen, wie die Erfahrung lehrt.

Vorausschauendes Baustellenmanagement: Immer wieder treten in den Gemeinden Baustellen auf, die den Verkehrsfluss empfindlich hemmen und die Erreichbarkeit von Unternehmen teilweise bis zur Existenzgefährdung erschweren. Alle Kommunen sind aufgefordert,

ein proaktives und koordiniertes Baustellenmanagement zu betreiben, die Unternehmen über unvermeidbare Einschränkungen ihrer verkehrlichen Erreichbarkeit frühzeitig zu unterrichten und im Rahmen des Möglichen durch ein effizientes Baustellenmanagement die Belastungen für Wirtschaft und Bürger möglichst gering zu halten. Größere Sanierungsmaßnahmen, die keinen akuten Notfallcharakter aufweisen, haben beispielsweise in der Zeit des für den Handel überlebenswichtigen Weihnachtsgeschäfts nichts verloren.

Fußgängerzonen für Verkehr öffnen: Vor Jahrzehnten gab es einen Trend, auch in kleineren Kommunen verstärkt Fußgängerzonen auszuweisen. Mittlerweile hat das Konsumentenverhalten dahin geführt, dass diese Bereiche teilweise unter extremen Frequenzverlusten leiden und dort „trading down“-Prozesse eingesetzt haben. Wo ansässige Betriebe davon ausgehen, dass durch eine Freigabe bisheriger Fußgängerzonenbereiche für den motorisierten Individualverkehr eine geschäftliche Belebung wahrscheinlich ist, sollte deren Öffnung – zumindest probeweise, wie an verschiedenen Orten bereits geschehen – ermöglicht werden.

6. Kommunen demografiefest machen

Planungen an Bevölkerungsprognosen orientieren: Trotz der absehbaren, tief greifenden demografischen Umwälzungen hängen mancherorts die kommunalpolitisch Verantwortlichen noch einem „Status-Quo“-Denken an. Kommunale Planungen sollten die vorliegenden Bevölkerungsprognosen angemessen berücksichtigen und regelmäßig mit der tatsächlichen Entwicklung abgleichen. Auch die eigenen Verwaltungsstrukturen gilt es vor diesem Hintergrund kritisch zu überprüfen.

Stärkung der Ortskerne: Immer noch wachsen viele Städte und Gemeinden in das Um-

land hinein, während Wohnraum im Ortskern zunehmend leer steht. Der Grundsatz „Innenentwicklung vor Außenentwicklung“ muss die kommunale Siedlungsplanung stärker prägen. Dies bietet gerade für (ältere) Menschen mit Mobilitätsbeschränkungen sinnvolle Perspektiven zur Lebensgestaltung in unmittelbarer Nähe wichtiger Versorgungseinrichtungen.

Potenzial des ländlichen Raums aktivieren:

Vielfach wird der ländliche Raum recht unkritisch als „Verlierer“ im demografischen Prozess beschrieben. Durch eine sinnvolle „dezentrale Konzentration“ von Versorgungseinrichtungen sowie eine Ausrichtung des Wohn- und touristischen Angebots auf die größer werdende Gruppe „aktiver Senioren“ kann der ländliche Raum neue wirtschaftliche Impulse erfahren.

Zuwanderung nutzbar machen: Auf Grund des Geburtendefizits gewinnt Zuwanderung einen immer größeren Stellenwert zur Stabilisierung der Bevölkerungszahl. Die Kommunen sind aufgefordert, durch Integrationsangebote eine möglichst umfängliche Eingliederung der Zuwanderer in die lokalen Gesellschafts- und Wirtschaftsstrukturen zu ermöglichen.

7. Bildungsinvestitionen sind Zukunftsinvestitionen

In tragfähige Schulinfrastruktur investieren:

Viele Schulen weisen einen erheblichen Sanierungsstau auf. Bildung ist jedoch der zentrale Wachstumsfaktor in Gegenwart und Zukunft. Die Kommunen sind aufgefordert, die Schulinfrastruktur intakt zu halten und zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Es sollte daher eine langfristige Konzentration der Schulstandorte stattfinden.

Individuelle Schülerförderung: Die derzeit laufende Diskussion über Reformmaßnahmen im Schulsystem verkürzt sich auf rein organi-

satorische Aspekte. Es muss darum gehen, die individuelle Förderung der Schüler wieder stärker in das Zentrum des Interesses zu rücken und diese durch eine systematische Berufsorientierung fit für Ausbildung und Beruf zu machen.

Duales System stärken: Es sind immer wieder Bestrebungen zu erkennen, vollzeitschulische Angebote in Konkurrenz zum dualen Ausbildungssystem einzuführen. Dies ist der falsche Weg, da die duale Ausbildung in Unternehmen und Berufsschule sowie die damit einhergehende Qualifizierung von Fachkräften einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil für die deutsche Volkswirtschaft insgesamt darstellt.

Praxisorientierung stärken: Die Lehrpläne haben nicht immer Schritt gehalten mit der gesellschaftlichen und ökonomischen Entwicklung. Viele Schüler sind unzureichend auf das Berufsleben vorbereitet. Daher sollten verstärkt wirtschaftsbezogene Praxiselemente in den Unterricht eingebaut und der Austausch zwischen Schulen und Wirtschaft weiter intensiviert werden. Ökonomische Themen sollten nicht nur im Curriculum ausgewiesen, sondern fächerübergreifend verpflichtend im Unterricht vermittelt werden – idealerweise durch ein eigenes Fach „Wirtschaft“ für alle Schularten. In diesem Zusammenhang sind die Schulbücher, die sich mit Ökonomie und Arbeitswelt beschäftigen, dringend einer Überarbeitung und modernen wie ausgewogenen Darstellung von Wirtschaftsthemen zu unterziehen.

Frühzeitige Kompetenzvermittlung: Viele Erstklässler finden sich nur mit Mühe in den Schulalltag ein. Die Kindergartenphase sollte daher verstärkt genutzt werden, erste Fertigkeiten zu vermitteln und insbesondere Kinder mit einem bildungsfernen Hintergrund gezielt zu fördern. Insbesondere auch bei Kindern mit Migrationshintergrund ist eine sichere Beherrschung der deutschen Sprache bis zur Einschulung zu gewährleisten.

Vernetzung Bildung und Wirtschaft: Das im Bereich der Schulen und Hochschulen vorhandene Know-how wird noch nicht zur Gänze für den Wirtschaftsprozess aktiviert. Die bereits vielerorts bestehende gute Zusammenarbeit zwischen Schulen, Hochschulen, Unternehmen, Kammern und Wirtschaftsverbänden auf kommunaler bzw. regionaler Ebene ist weiter zu intensivieren. So können junge Menschen im lokalen und regionalen Rahmen ihre Begabungspotenziale optimal ausschöpfen.

Kooperation von Unternehmen mit Hochschulen: Hochschulen sind Orte eines immens konzentrierten fachlichen Know-hows. Viele Studierende verlassen je nach Hochschulbesuch ihre Studienregion. Durch eine möglichst enge Kooperation zwischen den Hochschulen und den Unternehmen vor Ort, sollten leistungsfähige und leistungsorientierte Studierende auf Karrierechancen in der regionalen Wirtschaft bzw. als Unternehmensgründer(in) aufmerksam gemacht werden. So können zusätzliche lokale und regionale Innovationsimpulse generiert werden.

8. Unternehmensorientierte kommunale Umwelt- und Energiepolitik

Daseinsvorsorge mit Privatisierungspotenzial: Die Bereiche Wasser- und Energieversorgung sowie Abwasser- und Abfallentsorgung werden traditionell stark von kommunalen Unternehmen dominiert. Auch in diesen Bereichen muss jedoch der ordnungspolitische Grundsatz „Privat geht vor Staat“ gelten. Privatisierungspotenziale sollten daher konsequent genutzt werden. PPP-Projekte können ggf. als mögliche Zwischenstufe zu einer vollständigen Privatisierung eine konstruktive Rolle spielen.

Sichere Energieversorgung gewährleisten: Gegen den Neubau effizienter Kohlekraftwerke mobilisieren vielerorts Kommunalpolitik und Umweltverbände. Entsprechende Planungen

mussten bereits zurückgestellt oder ganz revidiert werden. Auf absehbare Zeit wird Deutschland jedoch nicht ohne Kohle- und Kernkraftwerke auskommen. Die Kommunalpolitik muss sich deshalb ihrer Verantwortung für eine sichere und wettbewerbsfähige Energieversorgung bewusst werden.

Ver- und Entsorgungskosten prüfen: Ver- und Entsorgungsgebühren sind ein nicht unbedeutender Kostenfaktor für die Unternehmen und stellen damit einen relevanten Standortfaktor dar. Die jeweiligen Gebührensätze sollten durch „Benchmarks“ transparent dargestellt, verglichen und veröffentlicht werden. Denn Kommunen sind im Standortwettbewerb gefordert, moderate Preise zu gewährleisten.

Nachhaltige Umweltauflagen: Auflagen des flächenbezogenen Umweltschutzes verzögern, verteuern oder verhindern häufig gewerbliche Ansiedlungen, den Abbau von Rohstoffen und den Ausbau von Infrastruktur. Die Kommunen sind in ihrem Zuständigkeitsbereich aufgefordert, nachhaltige Maßnahmen zu wählen um Mobilität, Wirtschaftskraft und Beschäftigungsmöglichkeiten nicht über das notwendige Maß hinaus einzuschränken.

9. Vereinbarkeit von Familie und Beruf erleichtern

Krippenplätze ausbauen: Viele junge Eltern wünschen sich zeitnah nach der Geburt ihrer Kinder wieder berufstätig zu sein. Dieser Wunsch scheitert noch allzu oft an mangelnden Betreuungskapazitäten, insbesondere für Kleinstkinder. Um eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf herbeizuführen und damit dem Arbeitsmarkt die dringend benötigten qualifizierten Arbeitskräfte zuzuführen, sind die Kommunen aufgefordert, den Ausbau der Betreuungskapazitäten insbesondere für Kleinstkinder konsequent fortzuführen.

Arbeitsortnahe Kinderbetreuung als Option: Derzeit müssen Eltern ihre Kinder in der Regel innerhalb des Gemeindebezirk ihres Wohnortes betreuen lassen. Gerade für mobile Berufstätige stellt dies eine Einschränkung dar. Bei der Wahl des Betreuungsortes sollte eine stärkere interkommunale Flexibilität bestehen. Zudem sollte die Kooperation zwischen Kommunen und Unternehmen in Betreuungsfragen ausgebaut werden, beispielsweise mit dem Ziel, arbeitsortnahe Belegplätze einzurichten.

Flexiblere Öffnungszeiten: Die Öffnungszeiten der meisten Kinderbetreuungseinrichtungen sind zu kurz und unflexibel. Eine wirksame Verbesserung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf insbesondere für Hochqualifizierte kann nur gelingen, wenn sich die Öffnungszeiten der Einrichtungen an den Erfordernissen des modernen Berufslebens orientieren, d. h. es ist die Ganztagsbetreuung ausbauen und eine Öffnung der Einrichtungen auch am frühen Abend und in Ferienzeiten zu gewährleisten.

Ganztagsschulangebot bedarfsgerecht ausgestalten: Die Herausforderung Beruf und Familie „unter einen Hut zu bringen“ endet nicht mit dem Kindergartenalter. Die Einführung von Ganztagsschulen war hierauf eine richtige Antwort. Es sollte die Chance genutzt werden, das Ganztagsschulangebot bedarfsorientiert und mit schlüssigen pädagogischen sowie inhaltlichen Konzepten weiterzuentwickeln. Hierdurch werden nicht nur die Eltern entlastet, sondern ein wichtiger Beitrag zur Verbesserung des „Bildungskapitals“ junger Menschen geleistet.

10. Naturraum, Kultur und Wein als touristische Standortfaktoren in Wert setzen

Tourismus als Chance erkennen: Tourismus hat sich zu einem bedeutenden Wirtschaftsfak-

tor entwickelt. Die Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste tragen nicht nur zum finanziellen Erfolg in Hotellerie und Gastronomie bei, sie sorgen auch in hohem Maße für Umsatz im Handel und Dienstleistungsgewerbe. Damit trägt der Tourismus verstärkt zur Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen bei. Die Verantwortlichen in den Kommunen müssen erkennen, dass Tourismus mehr als nur eine freiwillige Aufgabe ist, die in Zeiten knapper Haushaltsmittel vorschnell dem Rotstift zum Opfer fällt. Tourismus bietet vielmehr die Chance, die wirtschaftliche Zukunft einer Gemeinde zu sichern, Arbeitsplätze zu schaffen und Wachstum zu generieren.

Tourismusstrategie 2015 umsetzen: Mit der Tourismusstrategie 2015 verfolgt das Land eine klare Zielsetzung für die touristische Zukunft des Landes. Die Kommunen sind angehalten, diese Strategie vor Ort mit Leben zu füllen. Dabei sollte sich auf die Zukunftstrends im Tourismus konzentriert und zugleich die natürlichen Ressourcen, die Kompetenz der Leistungsträger und das kulturelle Erbe genutzt werden. Das touristische Angebot ist einer Stärken-Schwächen-Analyse zu unterziehen, Alleinstellungsmerkmale sind konsequent herauszuarbeiten.

Fremdenverkehrsabgabe für Tourismus einsetzen: Vom Tourismus partizipieren viele Kommunen auch durch vermehrte Steuereinnahmen. So machen viele anerkannte Fremdenverkehrsgemeinden von der Möglichkeit Gebrauch, „Sondersteuern“ in Form der Fremdenverkehrsabgabe von den Unternehmen zu erheben. Durch die Fremdenverkehrsabgabe erzielte Einnahmen sind konsequent für touristische Projekte zu verwenden und nicht zum Stopfen allgemeiner Haushaltslöcher. Aufgabe der Kommune ist es, für die Sicherung der Basisinfrastruktur zu sorgen und Nachhaltigkeitskonzepte z. B. für die Erhaltung von Wanderwegen und Ortsbildern, die Attraktivität öffentlicher Gebäude und für Ausschielderungen zu entwickeln.

Miteinander statt Gegeneinander: Keine Gemeinde wird es schaffen, sich künftig alleine am touristischen Markt zu positionieren. Die Gäste verhalten sich heute multioptional und themenorientiert. Ziel einer kommunalen Tourismuspolitik muss daher sein, sich in einen regionalen oder thematischen Verbund einzubringen und durch die Bündelung von Ressourcen und Finanzen nicht nur die Schlagkraft zu erhöhen, sondern auch die Produktqualität zu sichern.

Leistungsträger eng einbeziehen: Planungen zur Tourismusförderung laufen teilweise immer noch ohne den engen Einbezug der touristischen Leistungsträger. Deren konsequente Einbindung in die Entscheidungsfindung ist sicherzustellen, um Maßnahmen möglichst eng an den Bedürfnissen der betroffenen Unternehmen orientieren zu können.

Tourist – Infos professionalisieren: Die Tourist-Information spielt eine wesentliche Rolle mit Blick auf die Gästezufriedenheit. Leider entsprechen hier Ausstattung und Kundenorientierung nicht immer den Erwartungen der reiseerfahrenen Gäste. Im Sinne der Qualitätsorientierung ist daher jede touristisch ambitionierte Gemeinde aufgefordert, für eine angemessene sachliche und personelle Ausstattung der Tourist-Information sowie für kundenorientierte Öffnungszeiten zu sorgen.

„Schwarzgastronomie“ eindämmen: Vielerorts nehmen Vereins-, Straßenfeste und sonstige Formen der so genannten „Schwarzgastronomie“ überhand. Hierdurch entstehen gewerblichen Anbietern im Gastronomiebereich, die umfassende Schutzbestimmungen beispielsweise im Hygienebereich einhalten müssen, Wettbewerbsnachteile und Umsatzausfälle. Die kommunalpolitisch Verantwortlichen sind aufgefordert, durch eine restriktivere Gestaltungspraxis, die genannten Formen der nicht gewerblichen „Gastronomie“ auf ein wieder akzeptables Maß zurückzuführen.

B. Attraktivität der Wirtschaftsstandorte in der Pfalz

- Ergebnisse einer IHK-Umfrage zur Standortqualität pfälzischer Städte -

Die IHK Pfalz hat im März 2009 eine Umfrage unter rund 3.400 im Handelsregister eingetragenen Unternehmen in den acht kreisfreien Städten der Pfalz durchgeführt. Ziel war es, Stärken und Schwächen des jeweiligen Wirtschaftsstandorts aus Sicht der ortsansässigen Unternehmen zu ermitteln, um hieraus Ansatzpunkte für die Wirtschaftsförderung abzuleiten.

Aus der Umfrage sollen konstruktive Ansätze gewonnen werden, wie die Städte noch wirtschaftsfreundlicher werden und so ihre Qualität als Wirtschaftsstandort weiter ausbauen und verbessern können.

Die Unternehmensbefragung beschränkt sich zwar auf ausgewählte Standorte der kreisfreien Städte in der Pfalz. Die aus Sicht der Wirtschaft genannte Bedeutung und vorgenommene Bewertung der Standortfaktoren und Rahmenbedingungen ist jedoch repräsentativ auch für andere Wirtschaftsstandorte, ob es sich nun um größere oder kleinere Städte oder Gemeinden in ländlichen Regionen handelt.

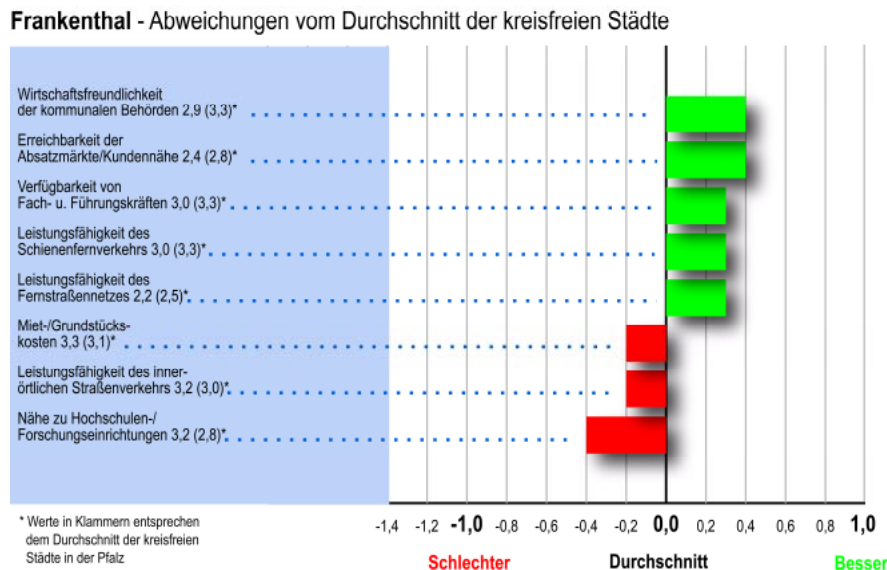
Im folgenden sind besonders signifikante Ergebnisse für die kreisfreien Städte aufgeführt. Dabei hat die IHK Pfalz aus den Rückantworten aller Unternehmen einen Durchschnitt der kreisfreien Städte in der Pfalz ermittelt und diesen den konkreten Beurteilungen der Unternehmen zur jeweiligen Standortgemeinde gegenübergestellt.

Insbesondere deutliche Abweichungen der einzelnen kreisfreien Städte von diesem Durchschnitt, sowohl in positiver als auch in negativer Hinsicht, weisen auf besondere Standortvorteile hin bzw. zeigen Handlungsbedarf in der jeweiligen Kommune auf.

Natürlich sind durchschnittliche oder überdurchschnittliche Ergebnisse noch nicht unbedingt gute Ergebnisse. Dennoch sollte es der Mindestanspruch jeder beurteilten Stadt sein, zumindest den Durchschnitt der kreisfreien Städte in der Pfalz zu erreichen.

Die einzelnen Bewertungen orientieren sich am Schulnotensystem (1 = sehr gut bis 6 = ungenügend). Den Beurteilungen der einzelnen Städte ist jeweils in Klammern der Durchschnitt der kreisfreien Städte in der Pfalz gegenübergestellt.

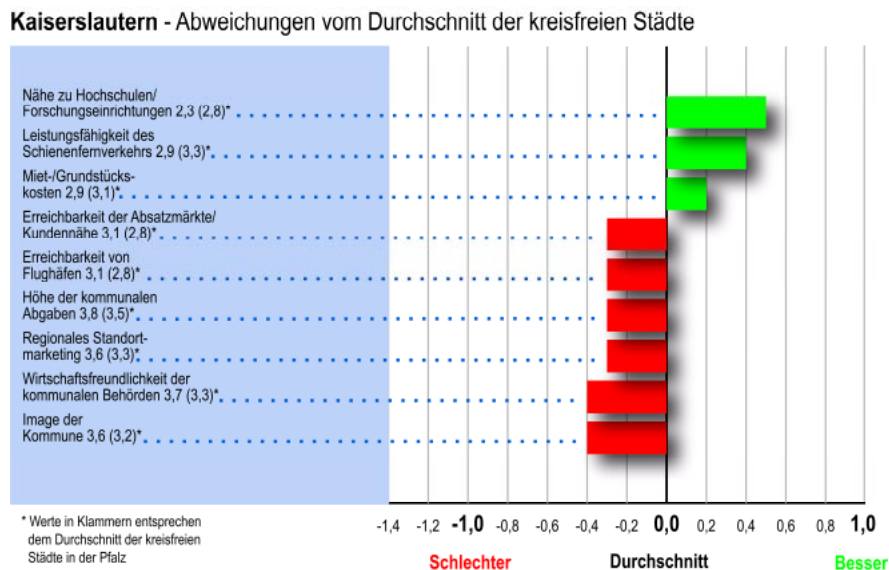
Frankenthal: Meist über dem Durchschnitt



Die befragten Unternehmen beurteilen den Standort Frankenthal meist besser als im Durchschnitt. Besonders hervorzuheben ist die gute Verkehrsanbindung und damit einhergehend die gute Erreichbarkeit der Absatzmärkte. Ebenfalls sehr positiv ist die Wirtschaftsfreundlichkeit der Verwaltung. Handlungsbedarf besteht für den innerörtlichen Straßenverkehr und auch die eigentlich gegebene Nähe des Standortes zu Hochschulen müsste noch mehr herausgestrichen werden.

Sowohl die Erreichbarkeit der **Absatzmärkte** bzw. die Nähe zu den Kunden (2,4) als auch die Nähe zu **Zulieferern** und Kooperationspartnern (2,6) wird in Frankenthal besser eingeschätzt als im Pfalzdurchschnitt (jeweils 2,8). Dagegen wird die Nähe zu **Hochschulen und Forschungseinrichtungen** von den ansässigen Unternehmen mit einer Schulnote von 3,2 (Durchschnitt der kreisfreien Städte: 2,8) vergleichsweise kritisch gesehen. Die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** (3,0; 3,3) und **sonstigen Arbeitskräften** (2,8; 3,0) wird wiederum günstiger als im Durchschnitt aller kreisfreien Städte beurteilt. Bei den **Miet- und Grundstückskosten** vergeben die ansässigen Unternehmen lediglich die Note 3,3 (3,1). Die Verfügbarkeit von geeigneten **Gewerbeflächen** liegt mit 2,9 hingegen im Durchschnitt (3,0). Die Verkehrsanbindung Frankenthals bewerten die Unternehmen positiver als im Pfälzer Durchschnitt. Insbesondere werden die Leistungsfähigkeit des **Fernstraßennetzes** mit 2,2 (2,5) und des **Schienenfernverkehrs** mit 3,0 (3,3), aber auch der **ÖPNV** mit 2,9 (3,0) günstiger beurteilt. Die Erreichbarkeit von **Flughäfen** wird ähnlich dem Pfalzdurchschnitt bewertet (jeweils 2,8). Kritischer sehen die Unternehmen den **innerörtlichen Verkehr**, der mit einem Wert von 3,2 (3,0) unter dem Durchschnitt liegt. Die Erreichbarkeit der **Innenstadt** wird durchschnittlich beurteilt (jeweils 2,6). Die Verwaltung und das schulische Angebot Frankenthals erhalten sogar überdurchschnittlich Noten. Hervorzuheben ist insbesondere die **Wirtschaftsfreundlichkeit** der Verwaltung, die mit 2,9 (3,3) deutlich über dem Durchschnitt liegt, und auch die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** wird mit 3,1 (3,3) besser bewertet als im Durchschnitt der anderen Städte der Pfalz. Ähnliches gilt für die Höhe der **kommunalen Abgaben** mit 3,3 (3,5) – sie werden dennoch nur mit „befriedigend“ bewertet. Sowohl das **Schulangebot** (2,5; 2,6) als auch das **Betreuungsangebot für Kleinkinder** (jeweils 3,1) werden von den Unternehmen als durchschnittlich empfunden.

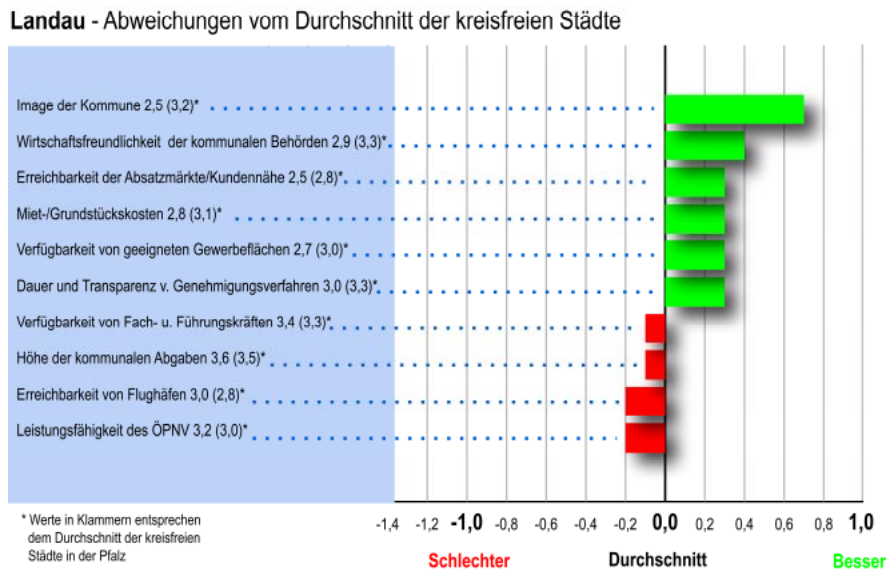
Kaiserslautern: Licht und Schatten



Der Standort Kaiserslautern bietet aus Sicht der Unternehmen ein zwiespältiges Bild. Auf der einen Seite schätzen sie die Nähe zu Hochschul- und Forschungseinrichtungen und auch die gute Verkehrsanbindung an den Fernstraßen- und Schienenverkehr. Sehr deutlichen Handlungsbedarf sehen die Unternehmen aber bei der Wirtschaftsfreundlichkeit der Verwaltung, dem regionalen Standortmarketing und der Höhe der kommunalen Abgaben. Diese Faktoren werden deutlich unterdurchschnittlich bewertet und so verwundert es nicht, dass auch das Image der Stadt deutlich unter dem Schnitt liegt.

Die Unternehmen in Kaiserslautern bewerten die Erreichbarkeit der **Absatzmärkte** bzw. von Kunden (3,1) und die Nähe zu **Zulieferern** (3,0) nennenswert schwächer als im pfalzweiten Durchschnitt (jeweils 2,8). Dagegen wird erwartungsgemäß die Nähe zu **Hochschulen** und Forschungseinrichtungen als gut (2,3; Durchschnitt der kreisfreien Städte: 2,8) beurteilt. Gleichzeitig wird die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** (3,4) sowie **sonstiger Arbeitskräfte** (3,1) ähnlich wie im Gesamtdurchschnitt (3,3 und 3,0) als befriedigend bezeichnet. Sowohl das **Image** der Kommune als auch das regionale **Standortmarketing** erreichen lediglich ein „ausreichend“ (jeweils 3,6) und werden somit von den Betrieben vor Ort merklich schlechter als im Gesamtdurchschnitt (Noten 3,2 und 3,3) bewertet. Die Anbindung an das **Fernstraßennetz** beurteilen die Kaiserslauterer Unternehmen mit einem Wert von 2,4 (2,5) leicht überdurchschnittlich. Deutlich besser bewertet wird die **Leistungsfähigkeit des Schienenverkehrs** mit 2,9 (3,3). Etwa dem Durchschnitt entspricht die Leistungsfähigkeit des **innerörtlichen Straßenverkehrs** (3,1; 3,0), während die **Erreichbarkeit von Flughäfen** mit einem Wert von 3,1 (2,8) schwächer empfunden wird als im Schnitt. Die Erreichbarkeit der **Innenstadt** wird wie im Pfalzdurchschnitt mit 2,6 bewertet, genauso wie die Leistungsfähigkeit des **ÖPNV** (jeweils 3,0). Deutlich schwächer wird die **Wirtschaftsfreundlichkeit** der kommunalen Behörden mit 3,7 (3,3) und die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** mit 3,5 (3,3) beurteilt. Sehr schwach fällt auch die Beurteilung der Höhe der **kommunalen Abgaben** mit 3,8 (3,5) aus. Das **Schulangebot** (2,5; 2,6) sowie das **Betreuungsangebot für Kleinkinder** (jeweils 3,1) liegen im Mittel aller kreisfreien Städte.

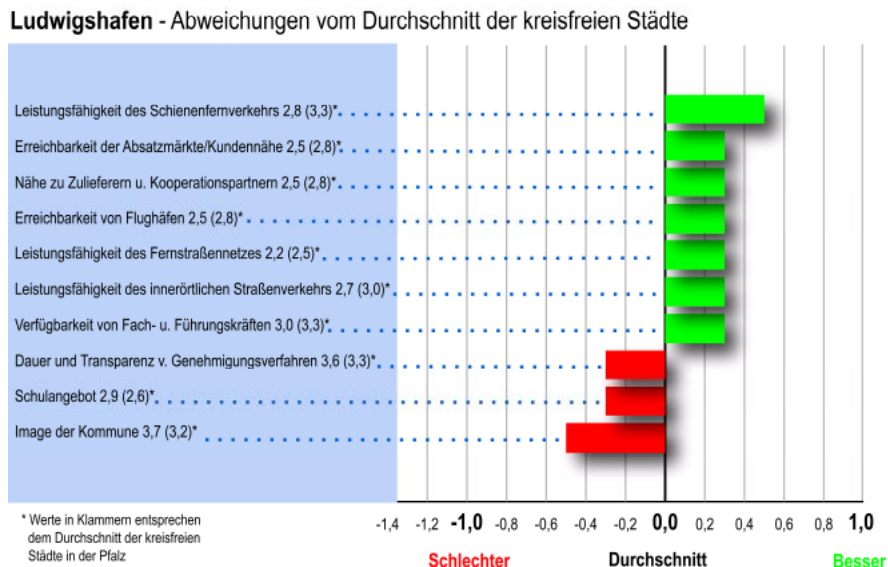
Landau: Zu Recht ein gutes Image



Die Unternehmen beurteilen den Standort Landau positiver als im Durchschnitt der pfälzischen Städte. Besonders hervorzuheben ist die Wirtschaftsfreundlichkeit der Verwaltung und das Image. Handlungsbedarf besteht am ehesten im Bereich des ÖPNV, und auch die Höhe der kommunalen Abgaben trübt ein wenig das Gesamtbild.

Die Erreichbarkeit der **Absatzmärkte** (2,5) und die Nähe zu **Zulieferern** und Kooperationspartnern (2,7) werden von der Wirtschaft in Landau günstiger beurteilt als von den Unternehmen pfalzweit (jeweils 2,8). Zugleich wird die Nähe zu **Hochschulen** sowie zu Forschungseinrichtungen mit 2,7 (2,8) ähnlich dem Pfälzer Durchschnitt beurteilt. Die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** (3,4; Durchschnitt der kreisfreien Städte: 3,3) sowie **sonstigen Arbeitskräften** (2,9; 3,0) liegen in den Augen der befragten Unternehmen etwa im Durchschnitt. Anders bei den **Miet- und Grundstückskosten** und bei der Verfügbarkeit von **Gewerbeflächen**. Beide Standortfaktoren (2,8 und 2,7) werden günstiger eingeschätzt als im Pfalzdurchschnitt (3,1 und 3,0). Auch das **Image** Landaus, das als „gut“ (2,5) bewertet wird, liegt deutlich über dem pfalzweiten Wert von 3,2 und das **regionale Standortmarketing** (3,1; 3,3) liegt leicht über dem Mittel. Die Leistungsfähigkeit des **innerörtlichen Straßenverkehrs** wird in Landau mit 2,8 (3,0) ebenso leicht überdurchschnittlich beurteilt wie das **Fernstraßennetz**, das mit 2,3 (2,5) gut bewertet wird. Etwas unter dem Durchschnitt werden mit 3,2 (3,0) die Leistungsfähigkeit des **ÖPNV** und mit 3,0 (2,8) die **Erreichbarkeit von Flughäfen** bewertet. Im Mittel liegt die Leistungsfähigkeit des **Schienenfernverkehrs** mit 3,2 (3,3). Überdurchschnittlich beurteilt wird die Verwaltung. So erreichen die Zufriedenheit der Unternehmen mit der **Wirtschaftsfreundlichkeit** der kommunalen Behörden mit 2,9 (3,3) und die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsfragen** mit 3,0 (3,3) Werte, die sich vom Schnitt der übrigen kreisfreien Städte abheben. Die Höhe der **kommunalen Abgaben** erreicht nach Ansicht der Betriebe kein „befriedigend“ mehr (3,6; 3,5). Das **Schulangebot** (jeweils 2,6) und das **Betreuungsangebot für Kleinkinder** (3,0; 3,1) liegen im Durchschnitt aller berücksichtigten Städte.

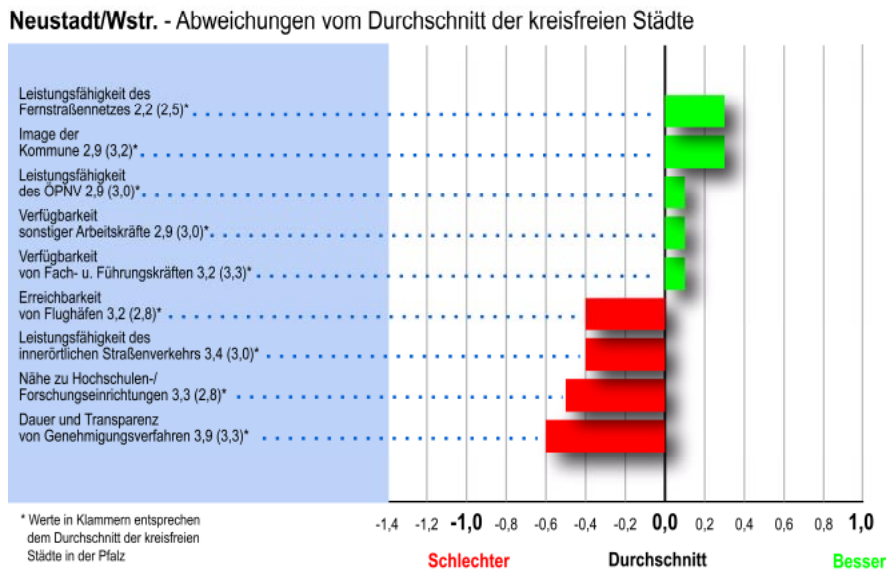
Ludwigshafen: Besser als sein Ruf



Die Verkehrsanbindung und die Nähe zu Absatzmärkten und Zulieferern sind in Ludwigshafen gut. Handlungsbedarf besteht vor allem darin, das schwache Image zu verbessern, denn die Unternehmen beurteilen Ludwigshafen positiver als seinen Ruf. Einen Beitrag dazu könnte eine verbesserte Betreuung von Kleinkindern, der Ausbau der Schulangebote und die Verbesserung der Dauer und Transparenz von Genehmigungsverfahren leisten.

Bei den Standortfaktoren „Erreichbarkeit der **Absatzmärkte**“ und „Nähe zu **Zulieferern**“ erreicht Ludwigshafen die Note „gut“ (jeweils 2,5) und wird damit merklich besser beurteilt als im Pfalzvergleich (jeweils 2,8). Die Verfügbarkeit von **Arbeitskräften**, seien es Fach- und Führungskräfte oder sonstige Arbeitskräfte, wird von den in Ludwigshafen ansässigen Unternehmen als befriedigend (jeweils 3,0) bewertet. Damit wird hier zumindest die Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften günstiger eingeschätzt als im Pfalzdurchschnitt (3,3 und sonstige Arbeitskräfte: 3,0). Die Urteile der Betriebe zu den **Miet- und Grundstückskosten** sowie zur Verfügbarkeit geeigneter **Gewerbeflächen** liegen etwa auf dem Niveau der Gesamtpfalz (3,1 und 3,2; 3,1 und 3,0). Das **Image** des Stadt wird allerdings deutlich schlechter beurteilt: Die Unternehmen vergeben hier die Note 3,7 (3,2). Die Einschätzungen zum regionalen Standortmarketing liegen dagegen im Mittel aller kreisfreien Städte (3,2; Durchschnitt der kreisfreien Städte: 3,3). Die **Verkehrsanbindung** Ludwigshafens bewegt sich in allen Bereichen über dem Durchschnitt der kreisfreien Städte der Pfalz. Dies gilt besonders für die Leistungsfähigkeit des **Schienerverkehrs**, der mit 2,8 (3,3) bewertet wird, genauso wie für das **Fernstraßennetz** (2,2; 2,5), den **innerörtlichen Straßenverkehr** (2,7; 3,0) und den **ÖPNV** (2,8; 3,0) sowie die Erreichbarkeit von **Flughäfen** (2,5; 2,8). Auch die Erreichbarkeit der **Innenstadt** wird als gut angesehen (2,4; 2,6). Im Bereich der Verwaltung wird die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** mit einem Wert von 3,6 (3,3) nur ausreichend und damit unterdurchschnittlich beurteilt. Hingegen wird die **Wirtschaftsfreundlichkeit der Kommune** als durchschnittlich angesehen (3,2; 3,3), ebenso wie die Höhe der **kommunalen Abgaben** (jeweils 3,5). Handlungsbedarf besteht dagegen bei der Verbesserung des **Schulangebotes**, das mit 2,9 (2,6) ebenso unterdurchschnittlich beurteilt wird wie die **Betreuungsangebote für Kleinkinder**, die mit 3,3 (3,1) bewertet werden.

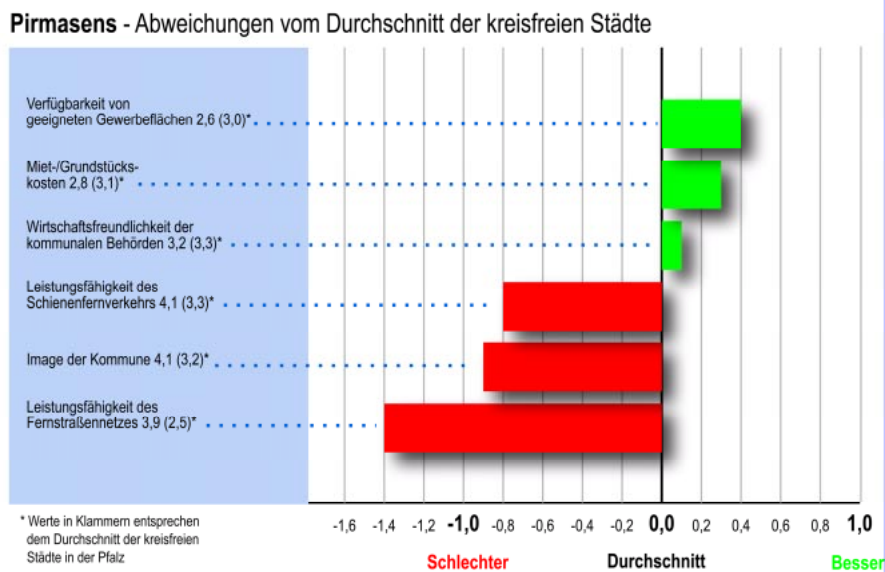
Neustadt: Gutes Image, aber Handlungsbedarf



Das Image der Stadt Neustadt ist überdurchschnittlich und so verwundert es nicht, dass die Unternehmen auch die Verfügbarkeit von Arbeits- und Führungskräften überdurchschnittlich bewerten. Handlungsbedarf besteht aus Sicht der Unternehmen bei der Verwaltung. Deren Wirtschaftsfreundlichkeit und auch die Praxis der Genehmigungsverfahren erreichen schwache Werte. Auffällig ist zudem die deutlich unterdurchschnittliche Bewertung der Leistungsfähigkeit des innerörtlichen Straßenverkehrs.

Die Erreichbarkeit der **Absatzmärkte** und die Nähe zu **Zulieferern** werden in Neustadt leicht unterdurchschnittlich beurteilt: Mit Schulnoten von 2,9 und 3,0 liegen sie unter dem pfälzweiten Niveau (jeweils 2,8). Kritischer beurteilen die Unternehmen die Nähe zu **Hochschulen** sowie Forschungseinrichtungen (3,3; Durchschnitt der kreisfreien Städte: 2,8). Die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** sowie von **sonstigen Arbeitskräften** wird hingegen positiver eingeschätzt als im Pfalzvergleich (3,2 und 2,9; 3,3 und 3,0). Die Einschätzungen der Unternehmen in Neustadt zu den **Miet- und Grundstückskosten** vor Ort sowie zur Verfügbarkeit geeigneter **Gewerbeflächen** liegen im pfälzweiten Durchschnitt (jeweils 3,1 und 3,0). Das **Image** der Stadt liegt hingegen mit einem Wert von 2,9 spürbar über dem Pfälzwert (3,2) und das **regionale Standortmarketing** etwa im Durchschnitt (3,4; 3,3). Die Leistungsfähigkeit des **Fernstraßennetzes** erreicht in Neustadt mit 2,2 (2,5) einen guten Wert. Deutlich unterdurchschnittlich beurteilen die Unternehmen aber die **Erreichbarkeit der Innenstadt** mit 2,8 (2,6) und die Leistungsfähigkeit des **innerörtlichen Straßenverkehrs** mit 3,4 (3,0). Auch die Erreichbarkeit von **Flughäfen** wird nur mit 3,2 (2,8) beurteilt. Dagegen erreichen die Leistungsfähigkeit des **ÖPNV** (2,9; 3,0) sowie des **Schienerfernverkehrs** (jeweils 3,3) durchschnittliche Werte. Signifikant schwache Noten erhält Neustadt für die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren**. Der Wert von nur 3,9 liegt ebenso deutlich unter dem Durchschnitt wie die Beurteilung der **Wirtschaftsfreundlichkeit** der kommunalen Behörden, die mit 3,6 (3,3) ebenfalls nur ausreichend bewertet wird. Bei den kommunalen Abgaben hingegen liegt Neustadt im pfälzischen Mittel (jeweils 3,5), genauso wie beim **Schulangebot** (jeweils 2,6) und dem **Betreuungsangebot für Kleinkinder** (3,2; 3,1).

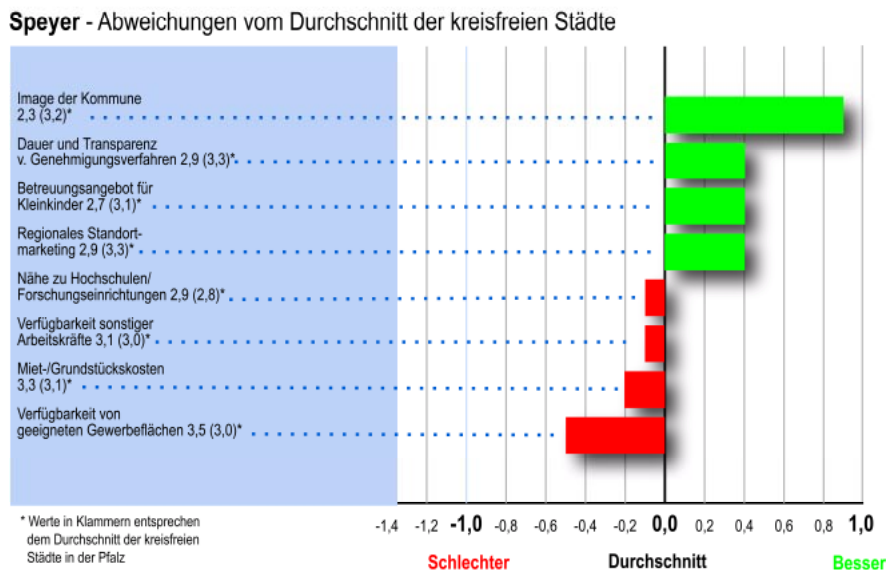
Pirmasens: Die Verkehrsanbindung als Knackpunkt



Die meisten Faktoren beurteilen die Unternehmen in Pirmasens durchschnittlich. Krass sind jedoch die extrem negativen Werte für die Anbindung an das Fernstraßennetz und den Schienenfernverkehr. Hier besteht dringender Handlungsbedarf, denn die Probleme des Standortes hängen offensichtlich mit der schlechten Erreichbarkeit zusammen. Dies wirkt sich auch auf das Image aus, das ebenfalls einen sehr niedrigen Wert erreicht.

Die Unternehmen in Pirmasens schätzen die Standortfaktoren Erreichbarkeit von **Absatzmärkten** und Kunden sowie die Nähe zu **Zulieferern** und Kooperationspartnern zwar als insgesamt zufriedenstellend, aber schwächer als im pfälzweiten Vergleich ein (3,1 und 3,2; Durchschnitt der kreisfreien Städte: jeweils 2,8). Die Nähe zu **Hochschulen** (2,9; 2,8) wird dagegen von den Unternehmen vor Ort ähnlich den Betrieben in anderen kreisfreien Städten beurteilt. Gleichzeitig wird auch die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** sowie sonstiger **Arbeitskräfte** vergleichsweise etwas schwächer bewertet: Sie erreichen lediglich Werte von 3,5 und 3,2 (3,3 bzw. 3,0). Die **Miet- und Grundstückspreise** sowie die Verfügbarkeit geeigneter **Gewerbeflächen** schneiden besser ab als im Pfälzdurchschnitt. Sie erreichen nach Ansicht der Wirtschaft vor Ort Werte von 2,8 und 2,6 (Pfalz: 3,1 und 3,0). Das **Image** der Stadt liegt mit „ausreichend“ deutlich unter dem Niveau der Gesamtpfalz (3,2). Auch das **Standortmarketing** wird schwächer beurteilt: 3,5 (3,3). Die **Verkehrsanbindung** von Pirmasens wird in allen Bereichen unterdurchschnittlich bewertet. Ganz schwach beurteilt werden dabei mit 3,9 (2,5) die Leistungsfähigkeit des **Fernstraßennetzes** und des **Schienenfernverkehrs** 4,1 (3,3), aber auch die Leistungsfähigkeit des innerörtlichen Straßenverkehrs (3,3; 3,0), des ÖPNV (3,3; 3,0) und die Erreichbarkeit der Innenstadt (2,8; 2,6). Erstaunlicherweise vergeben die Unternehmen auch für die Erreichbarkeit von **Flughäfen** eine unterdurchschnittliche Note (3,1; 2,8). Die Beurteilung der Wirtschaftsfreundlichkeit der **Verwaltung** (3,2; 3,3) und die Höhe der **kommunalen Abgaben** (jeweils 3,5) bewegen sich im Durchschnitt der Pfälzer Städte, ebenso wie die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** (jeweils 3,3). Unterdurchschnittlich beurteilen die Unternehmen mit 2,9 (2,6) das **Schulangebot**, während das Betreuungsangebot für **Kleinkinder** im Durchschnitt liegt (3,2; 3,1).

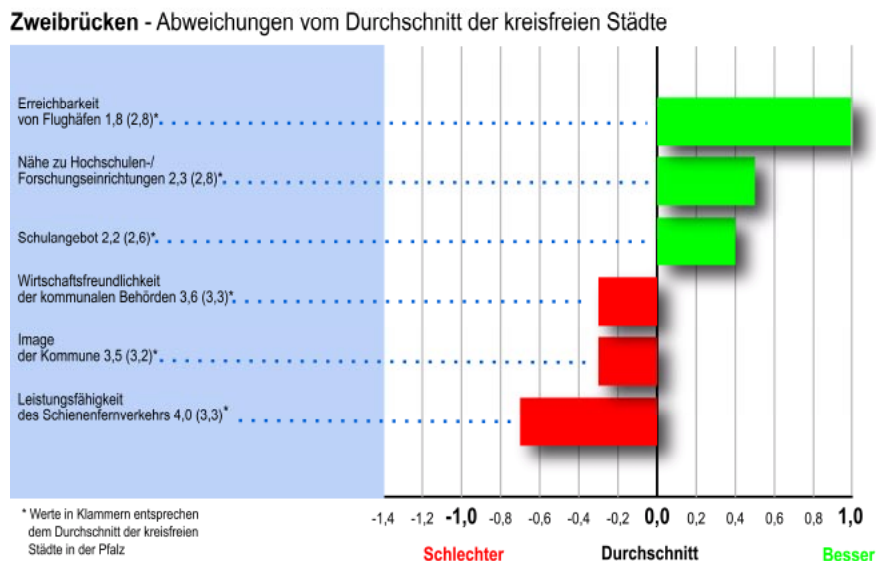
Speyer: Gutes Image, wirtschaftsfreundlich, aber teuer



Der Standort Speyer wird in vielen verschiedenen Bereichen deutlich überdurchschnittlich beurteilt. Dies gilt sowohl für die Wirtschaftsfreundlichkeit der Verwaltung als auch für das regionale Standortmarketing oder die Betreuung von Kleinkindern. Insofern verwundert das gute Image nicht. Problematischer sehen die Unternehmen lediglich die Kostensituation des Standortes. So wird neben der geringen Verfügbarkeit geeigneter Gewerbeflächen die Miet- und Grundstückskostensituation sowie die Höhe der kommunalen Abgaben kritisch gesehen.

Die Betriebe vor Ort bewerten die Erreichbarkeit von **Absatzmärkten** und Kunden sowie die Nähe zu **Zulieferern** ähnlich wie im Pfalzdurchschnitt (2,8 und 2,7; Durchschnitt der kreisfreien Städte: jeweils 2,8). Die Nähe zu **Hochschulen** und Forschungseinrichtungen entspricht ebenfalls dem Pfalzdurchschnitt (2,9; 2,8). Gleichzeitig wird die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** (3,2) sowie sonstiger **Arbeitskräfte** (3,1) leicht unterdurchschnittlich eingeschätzt (Pfalz: 3,3 und 3,0). Im Hinblick auf die **Miet- und Grundstückskosten** (3,3) und die Verfügbarkeit geeigneter **Gewerbeflächen** (3,5) beurteilen die Betriebe ihre Situation vor Ort schlechter als in der Gesamtpfalz (3,1 und 3,0). Dagegen wird das **Image** der Stadt in den Augen der Wirtschaft als „gut“ (2,3) und somit deutlich besser als im Pfalzdurchschnitt (3,2) charakterisiert. Auch das regionale **Standortmarketing** erhält eine bessere Bewertung als pfalzweit (2,9 gegenüber 3,3). Die Verkehrsanbindung Speyers bewegt sich im Durchschnitt, so bei der Erreichbarkeit von **Flughäfen** (jeweils 2,8), der Leistungsfähigkeit des **Fernstraßennetzes** (jeweils 2,5) und des **innerörtlichen Straßenverkehrs** (jeweils 3,0) und der Erreichbarkeit der **Innenstadt** (jeweils 2,6). Gleichzeitig wird die Leistungsfähigkeit des **Schienerfernverkehrs** mit 3,1 (3,3) und des **ÖPNV** mit 2,8 (3,0) bewertet. Durchweg überdurchschnittlich beurteilen die Unternehmen die **Wirtschaftsfreundlichkeit** der kommunalen Behörden 3,0 (3,3), die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** 2,9 (3,3) und die Höhe der Kommunalen Abgaben 3,3 (3,5). Das **Betreuungsangebot für Kinder** erreicht mit 2,7 (3,1) ebenfalls einen vergleichsweise günstigen Wert und das **Schulangebot** einen Wert im Mittel (jeweils 2,6).

Zweibrücken: Ein ambivalentes Bild



Die Standort Zweibrücken wird von den Unternehmen durchschnittlich beurteilt. Signifikant gute Noten erhält Zweibrücken für die Kleinkindbetreuung und das Schulangebot. Zudem schätzen die Unternehmen die Nähe zu Hochschul- und Forschungseinrichtungen sowie den Flughafen. Dringenden Handlungsbedarf gibt es aber bei der Anbindung an den Schienenfernverkehr. Ebenfalls schwach beurteilen die Unternehmen die Wirtschaftsfreundlichkeit und das Image.

In Zweibrücken werden die Standortfaktoren Erreichbarkeit von **Absatzmärkten** (2,9) und Kunden sowie die Nähe zu **Zulieferern** und Kooperationspartnern (2,8) ähnlich wie in der gesamten Pfalz eingeschätzt (jeweils 2,8). Die Nähe zu **Hochschulen** bzw. Forschungseinrichtungen wird als „gut“ (2,3) erachtet und liegt deutlich über dem Pfalzniveau von 2,8. Gleichzeitig schätzen die Unternehmen die Verfügbarkeit von **Fach- und Führungskräften** als befriedigend (3,3; Durchschnitt der kreisfreien Städte: 3,3) und die Verfügbarkeit **sonstiger Arbeitskräfte** etwas besser ein als in der Gesamtpfalz (2,8 gegenüber 3,0). Die **Miet- und Grundstückskosten** und die Verfügbarkeit geeigneter **Gewerbeflächen** werden als zufriedenstellend und ähnlich dem Durchschnitt in der gesamten Pfalz beurteilt (jeweils 3,1; Pfalz: 3,1 und 3,0). Allerdings wird das **Image** der Stadt schwächer bewertet: Mit einer Note von 3,5 liegt es unterhalb des Pfalzniveaus von 3,2. Bei der **Verkehrsanbindung** ergibt sich ein ambivalentes Bild. Einerseits beurteilen die Unternehmen die Erreichbarkeit von **Flughäfen** mit einem Spitzenwert von 1,8 (2,8) und auch die Leistungsfähigkeit des **Fernstraßennetzes** wird mit guten 2,2 (2,5) genauso überdurchschnittlich beurteilt wie der **innerörtliche Straßenverkehr** mit 2,8 (3,0). Im Mittel liegt die Beurteilung der Erreichbarkeit der Innenstadt (2,7; 2,6). Andererseits wird die Leistungsfähigkeit des **Schienerfernverkehrs** mit 4,0 (3,3) sehr schwach und auch der **ÖPNV** mit 3,2 (3,0) leicht unter Schnitt beurteilt. Unterdurchschnittlich beurteilt werden die **Wirtschaftsfreundlichkeit** der kommunalen Behörden mit schwachen 3,6 (3,3) und die Höhe der **Kommunalabgaben** mit 3,7 (3,5). Die Dauer und Transparenz von **Genehmigungsverfahren** liegt im Durchschnitt (3,4; 3,3). Für das **Schulangebot** verteilen die Unternehmen hingegen mit 2,2 (2,6) eine gute Note, und auch die **Betreuungsangebote für Kleinkinder** werden mit 2,8 (3,1) überdurchschnittlich beurteilt.

Industrie- und Handelskammer für die Pfalz

www.pfalz.ihk24.de

Dienstleistungszentrum Ludwigshafen

Ludwigsplatz 2-4
67059 Ludwigshafen
Tel. 0621 5904-0
Fax 0621 5904-1214

info@pfalz.ihk24.de

Dienstleistungszentrum Kaiserslautern

Europaallee 14
67657 Kaiserslautern
Tel. 0631 41448-0
Fax 0631 41448-2704

info.kl@pfalz.ihk24.de

Dienstleistungszentrum Landau

Im Grein 5
76829 Landau
Tel. 06341 971-2510
Fax 06341 971-2514

info.ld@pfalz.ihk24.de

Dienstleistungszentrum Pirmasens

Adam-Müller-Straße 6
66594 Pirmasens
Tel. 06331 523-2610
Fax 06331 523-2614

info.ps@pfalz.ihk24.de