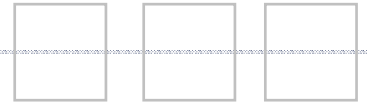




L · Q · M



| Lindauer Qualität- & Marktforschung GmbH | Ritterstrasse 16 | 55131 Mainz |

PRESSEINFORMATION

Lindauer Qualität & Marktforschung GmbH
Ritterstrasse 16
55131 Mainz
Tel. +49 (0) 6131 / 97 21 2-0
Fax +49 (0) 6131 / 97 21 2-10

Internet www.L-Q-M.de
E-Mail info@L-Q-M.de

Bankverbindung: Sparkasse Mainz
Kto. 200 039 220
BLZ 550 501 20

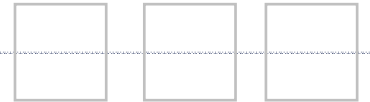
Mainz, den 26. Oktober 2009

Unternehmen wünschen sich den Dialog mit ihrer Kommune – Ergebnisse aus dem GEWERBEMonitor 2009

Fragt man Unternehmen und Gewerbetreibende nach ihren Wünschen an ihre Kommune, so stehen meist ein aktiverer Kontakt sowie mehr und bessere Informationen zu Fördermöglichkeiten an erster Stelle. Unternehmen, die den persönlichen Kontakt zu Ansprechpartnern von Kommune und Wirtschaftsförderung und deren Kompetenz als zufriedenstellend erleben, und die zudem zufrieden mit den gegebenen Informationen zu Fördermöglichkeiten sind, empfehlen auch ihren Standort aktiv weiter und sorgen somit für positive Mund-zu-Mund-Propaganda. Dies zeigen die Ergebnisse aus dem GEWERBEMonitor 2009, dem kommunalen Dialog- und Frühwarnsystem, welches die Lindauer Qualitäts- und Marktforschung seit 2006 mit Unterstützung durch den DStGB durchführt. Anhand der Ergebnisse des GEWERBEMonitors lassen sich individuelle Maßnahmen ableiten, mit denen Kommunen effizient die Standortverbundenheit ihrer Unternehmen erhöhen können.

Doch es bestehen auch kommunenübergreifende Gemeinsamkeiten:

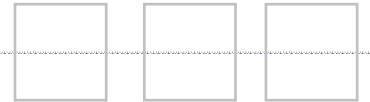
Über alle teilnehmenden Kommunen hinweg betrachtet hängt die Standortverbundenheit von Unternehmen von den folgenden sechs Faktoren ab: Verkehrsanbindung, Standortimage, telefonische Erreichbarkeit und Kompetenz von Ansprechpartnern bei der Wirtschaftsförderung, Informationen zu Fördermöglichkeiten sowie Leistungen der Kommune insgesamt. Diese Faktoren sind allerdings nicht in gleichem Maße als Stellschrauben zur Bestandssicherung geeignet. Verbesserungen bei der Verkehrsanbindung eines Standortes zum Beispiel sind nicht nur mit hohem finanziellen und zeitlichen Aufwand verbunden, sie



können die Standortzufriedenheit meist nur noch geringfügig steigern – wohl auch deshalb, weil günstige Verkehrsanbindungen bereits für eine Wahl des Unternehmensstandortes entscheidend sind. Zum Image ihres Standortes hingegen äußern sich die meisten Unternehmer nur als teilweise zufrieden. Aber auch hier können entsprechende Maßnahmen von Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung nur auf lange Sicht etwas ändern.

→ Größeres Verbesserungspotenzial besteht bei Erreichbarkeit und Kompetenz von Ansprechpartnern und den erhaltenen Informationen zu Fördermöglichkeiten, kurzum der wahrgenommenen Unternehmerfreundlichkeit von Kommune und Wirtschaftsförderung. Diese lässt den Ergebnissen zufolge allerdings noch deutlich zu wünschen übrig – sowohl bei der Kommune wie auch bei der Wirtschaftsförderung: Mit der telefonischen Erreichbarkeit und der Kompetenz kommunaler Ansprechpartner, der Bewertung ihrer Kompetenz und vor allem mit der Bearbeitungsgeschwindigkeit von Anliegen sind die befragten Unternehmen nur teilweise zufrieden. Dabei ließe sich die „gefühlte“ Erreichbarkeit und Reaktionsgeschwindigkeit z.B. durch sofortige Rückmeldungen und Weiterleitungsregeln recht einfach und schnell erhöhen. Mit der Erreichbarkeit bei der Wirtschaftsförderung sind die befragten Unternehmer zwar etwas zufriedener („teilweise bis eher zufrieden“), wenn es jedoch um Informationen zu Fördermöglichkeiten, die Hilfe bei der Suche nach Betriebsgrundstücken und Büroflächen, die Vermittlung von Kontakten und um die Bereitstellung von Informationen geht, so wünschen sich die meisten Unternehmen mehr. Konkret werden dabei „Aktiv auf die Unternehmen zugehen“, „Mehr informieren über Leistungen und Möglichkeiten der Wirtschaftsförderung“ als häufigste Verbesserungswünsche geäußert.

Auch 2010 gibt der GEWERBEMonitor den teilnehmenden Kommunen wieder konkrete Anhaltspunkte dafür, wie Kommune, Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing recht einfach – aber dennoch wirkungsvoll – zur Pflege und Sicherung Ihres Standortes beitragen können. Unterstützt wird die Studie erneut von kommunalen Spitzenverbänden der Länder und dem Verband Kommunaler Unternehmen (VKU). Die Lindauer Qualitäts- & Marktforschung aus Mainz führt dieses Projekt als Beratungs- und Marktforschungspartner des DStGB durch. Nähere Informationen zu Anmeldung, Inhalt, Methode, Leistungsumfang und Kosten stellt die Lindauer Qualitäts- & Marktforschung interessierten Kommunen gerne zur Verfügung.

**Über L.Q.M.:**

Die Lindauer Qualität- und Marktforschung GmbH mit Sitz in Mainz hat sich auf Markt- und Kundenforschung mit den Schwerpunkten Kundenorientierung und Servicequalität spezialisiert. Bekannt ist das Unternehmen vor allem in der kommunalen Wirtschaft bei Versorgern und Entsorgern durch den „KUNDENFocus“ und bei den Wirtschaftsförderungen durch den „GEWERBEMonitor“, zwei regelmäßig aktualisierte, umfangreiche Studien, mit denen kommunale Betriebe und Kommunen die Zufriedenheit der Bürger, Unternehmen und gewerblicher Kunden messen können. Bei allen Projekten setzt das Unternehmen einen starken Fokus auf die Verbesserung des gegenseitigen Dialogs an der Kundenschnittstelle.

Die L.Q.M ist ein unabhängiges Unternehmen mit derzeit zehn Mitarbeitern, das 2008 aus der Lindauer Managementberatung hervorgegangen ist.

Für Rückfragen und weiteren Informationen wenden Sie sich bitte an:

Ute Kerber
L.Q.M
Lindauer Qualität- und Marktforschung GmbH
Ritterstraße 16
55131 Mainz
Telefon: 06131. 97212-16
Telefax: 06131. 97212-10
E-Mail: ute.kerber@l-q-m.de
Internet: www.l-q-m.de