

Stadt besser als ihr Image

Überdurchschnittliche Standortqualitäten beschreiben Entscheider aus der Wirtschaft bei einer Umfrage der Stadt Hanau. Unter 15 deutschen Kommunen, die an einem Gewerbe-monitor teilnahmen, liegt die Stadt bei den Öffnungszeiten der Ämter gar an der Spitze. Nachholbedarf gibt es beim Image. Als Ort zum Leben fällt Hanau ab. Drei Viertel der Führungskräfte wohnen außerhalb.

Seite 25

In Treue fest zum Schmuttelkind

Gewerbemonitor: Standortqualitäten der Stadt deutlich besser als ihr Ruf / Bei Image Nachholbedarf

Von Erwin Dieß

Hanau • Goldschmiedestadt und Brüder-Grimm-Stadt, die Attribute, mit denen sich Hanau schmückt, verweisen auf materiellen und kulturellen Reichtum. In den Köpfen von Entscheidungsträgern der Wirtschaft hat Hanau indes wenig märchenhaften Goldglanz, sondern hartnäckig den Ruf des Schmuttelkindes. Das ist eines der Ergebnisse eines Gewerbe-monitors, den Mainzer Marktforscher für Hanau und 14 weiteren deutschen Kommunen erstellt haben.

Befragt worden sind in Hanau Führungskräfte in 100 Unternehmen mit mehr als zehn Mitarbeitern. In 15-mi-

nütigen Telefon-Interviews gaben die Marktforscher meist standardisierte Antworten auf Fragen vor, die Manager konnten aber auch frei ihre Meinung äußern. Überrascht war Geschäftsführerin Ute Kerber von der großen Bereitschaft Hanauer Unternehmen, sich zu den Fragen zu äußern. Zwei Drittel der Befragten hätten sofort mitgemacht, das gebe es andernorts nicht. Es zeige, dass die Unternehmen großes Interesse hätten, mit der Stadt ins Gespräch zu kommen.

Ein positives Signal für die Stadt, die mit dem Gewerbe-monitor die Standortzufriedenheit und Standortbindung der Unternehmen messen

wolle. Wer auf dem Absatz sei, wolle nicht mehr mit der Kommune reden, so Kerber. Die Umfrage soll Schwächen im Marketing aufzeigen, der Stadt Wege weisen, die Firmen in ihren Mäulen zu halten. Nur drei Prozent der Befragten denken an eine Standortverlagerung.

In vielen für Unternehmen wichtigen Einzelfeldern schneidet Hanau deutlich besser ab, als sein Image erwarten lässt. Punkten kann die Stadt laut den Antworten der Entscheidungsträger mit der hervorragenden Verkehrs-anbindung und mit der Nähe zu den Kunden. Zufriedener als andernorts sind die Wirtschaftsführer auch mit den

Dienstleistungen, die die Kommune den Unternehmen bietet. Bei der Öffnungszeiten kommunaler Dienststellen nimmt Hanau in der Umfrage die Spitzenposition ein. Kritisch bewertet wird der hohe Gewerbesteuersteuersatz und das mangelnde Angebot an qualifizierten Arbeitskräften. Teilgenommen haben am Gewerbe-monitor Städte und Gemeinden zwischen 9000 und 120000 Einwohnern, darunter Wetzlar, Rüsselsheim, Ulm und Heilbronn.

In der Wahrnehmung der Befragten gilt Hanau als weit offen, und wirtschaftskräftig. Was den Entscheidungsträgern nicht gefällt, sind das Stadtbild und der Freizeit-

wert. Die Stadt wird zudem als nicht sauber und nicht sicher beurteilt. Das Thema, so Wirtschaftsdezernent Dr. Ralf-Rainer Piesold, sei bekannt. Mit dem wettbewerblichen Dialog, in dem Planer und Investoren Vorschläge zur künftigen Gestaltung der Innenstadt entwickeln, wolle die Stadt gegensteuern.

Nicht immer, so Piesold, müsse die Wahrnehmung in den Firmen der Realität entsprechen. Bei der Beurteilung des Bearbeitungsstemplos von Eingaben an die Stadt liegt Hanau unter dem Durchschnitt. Tatsächlich, so Piesold, würden Genehmigungen hier deutlich schneller als anderswo erteilt.