

*Unternehmensblick:*

*Was bewegt die Logistiker?  
– Ergebnisse einer Umfrage –*

Befragung zur Situation und  
zu Chancen und Potenzialen der Logistikbranche im  
Kreis Groß-Gerau

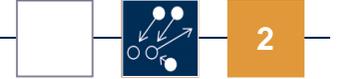


LINDAUER  
QUALITÄT & MARKTFORSCHUNG

Groß-Gerau, 10. März 2009

## Inhalt:

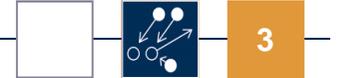
1. Hintergrund	2
2. Ergebnisse: Kernaussagen	5
3. Vor- und Nachteile Standort Kreis Groß-Gerau für Logistikunternehmen	9
4. Zufriedenheit der Logistiker mit den einzelnen Standortfaktoren	13
5. Zukunft	15
6. Aktivitäten	18
7. Ausblick	22
Anhang	24



## 1. Hintergrund: Ausgangssituation

Hoher Stellenwert der Logistik-Branche als Wirtschaftsfaktor für den Kreis Groß-Gerau

- Die Wirtschaftsförderung des Kreises Groß-Gerau hat in einer **telefonischen Befragung** die Erwartungen und Bedürfnisse von im Kreis ansässigen Logistikunternehmen an ihr Umfeld erheben lassen.
- Neben der Erwartungen und der Bedürfnisse aus **Unternehmenssicht** wurde die Sicht der **Kommunen** über mögliche Chancen und Potenziale erhoben, welche die Logistikbranche für die künftige wirtschaftliche Entwicklung des Kreises bietet.
- Ergänzend wurde zudem die Expertenmeinung aus der **Projektentwicklung** im Kreis eingeholt.
- Mit dieser Gesamtsicht lässt sich eine umfassende Einschätzung der Situation der Logistikbranche im Kreis heute darstellen. Dies dient auch als Basis für die weitere **Bearbeitung der Logistik-Themen im Kreis** durch Wirtschaftsförderung und Kommunen.



## 1. Hintergrund: Fragestellungen der Studie

- 1) Wie sehen die Logistikunternehmen den Standort Kreis Groß-Gerau?
- 2) Wie zufrieden sind die Unternehmen mit dem Standort und mit einzelnen Standortfaktoren?
- 3) Welche Stärken und Schwächen hat der Standort für die Logistik?
- 4) Wo können Kommunen und Kreis unterstützen?
- 5) Wie werden die Zukunftsaussichten eingeschätzt?
- 6) An welchen Stellen benötigen Kommunen die Unterstützung vom Kreis?
- 7) Welchen Bedarf an Unterstützung äußern die Logistikunternehmen selbst?

# 1. Hintergrund: Methode

Integration unterschiedlicher Perspektiven und verschiedener Zielgruppen

## a. Logistikunternehmen:

- Es wurden **83 Geschäftsführer** aus im Kreis angesiedelten Logistikunternehmen befragt.
- Die Interviews dauerten circa 5 bis 8 Minuten und enthielten standardisierte und offene Fragen.

## b. Kommunen:

- Es wurden **12 Bürgermeister / Wirtschaftsförderer** befragt.
- Die Interviews dauerten circa 5 Minuten und enthielten standardisierte und offene Fragen.

## c. Projektentwickler:

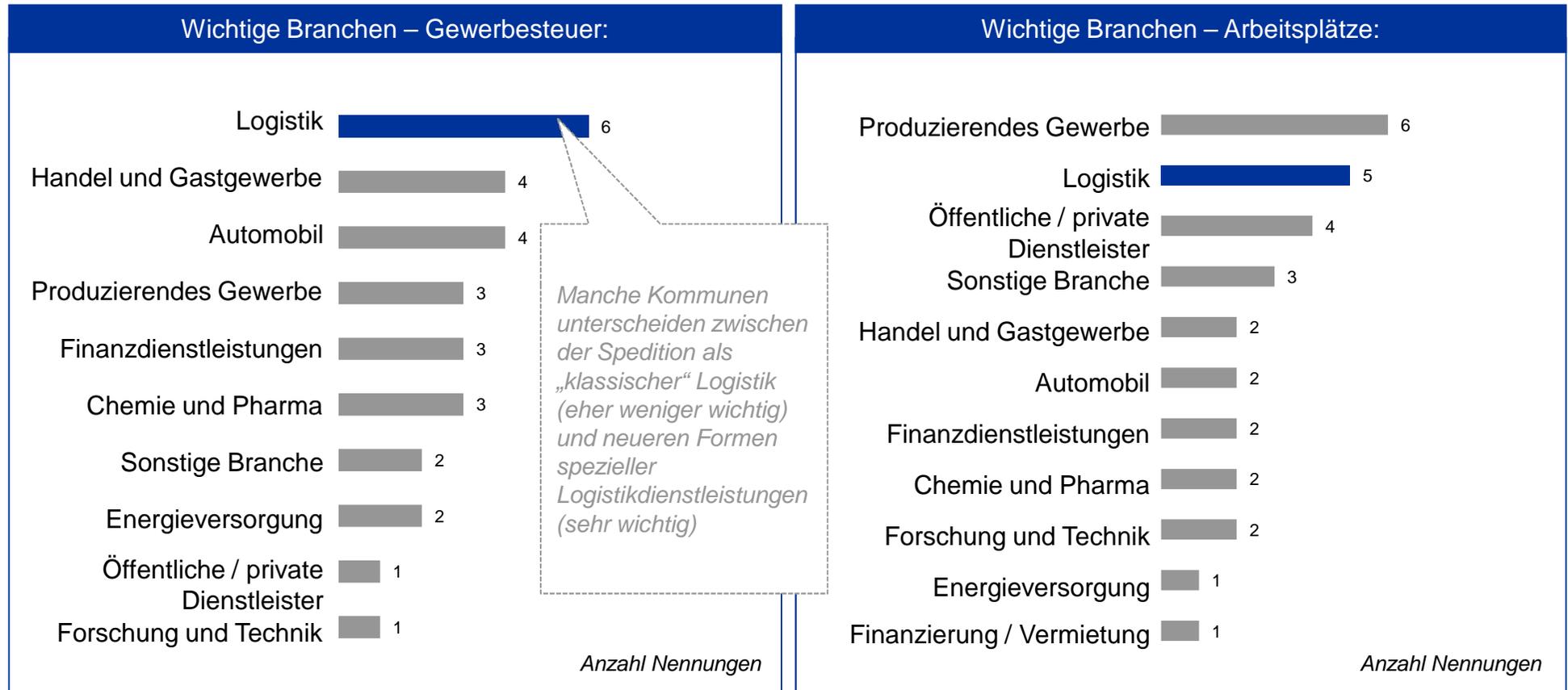
- Es wurden **3 Projektentwickler** befragt, die im Kreis tätig sind (aber nicht ansässig).
- Die Interviews dauerten circa 20 bis 30 Minuten und wurden als offenes Gespräch durchgeführt.

## 2. Ergebnisse: Kernaussagen

- Grundsätzlich bewerten die Kommunen die Logistikbranche als wichtigste Branche für Gewerbesteuer und Arbeitsplätze.
- Einigkeit herrscht bei den Standortvorteilen: Die Logistiker und die Bürgermeister betonen die Nähe zum Flughafen, Nähe zu Kunden, Partnern und Absatzmärkten, gute Autobahnanbindungen und zentrale Lage.
- Nachteile sehen insbesondere die Logistiker bei der Verkehrsinfrastruktur, vor allem bei fehlenden Parkplätzen, überlasteten Straßen und veralteten Immobilien.
- Insgesamt sind die Logistiker „eher zufrieden“ mit dem Standort. Auch die Bürgermeister gehen von hoher Standortzufriedenheit aus.
- Knapp die Hälfte aller Logistikunternehmen im Kreis plant eine Flächenerweiterung. Bei ihnen ist aktive Unterstützung der Kommunen bei der Suche nach Gewerbeflächen und –immobilien gefragt, um Abwanderungstendenzen vorzubeugen.
- Die Bereitschaft der Logistikunternehmen nach kommunaler Unterstützung ist dabei vorhanden: Jedes dritte Unternehmen findet entsprechende Angebote von kommunaler Seite prinzipiell interessant.

## 2. Stellenwert der Logistik für die Kommunen

Für die Kommunen ist die Logistik wichtig – sowohl im Hinblick auf die Gewerbesteuer als auch hinsichtlich der Arbeitsplätze.



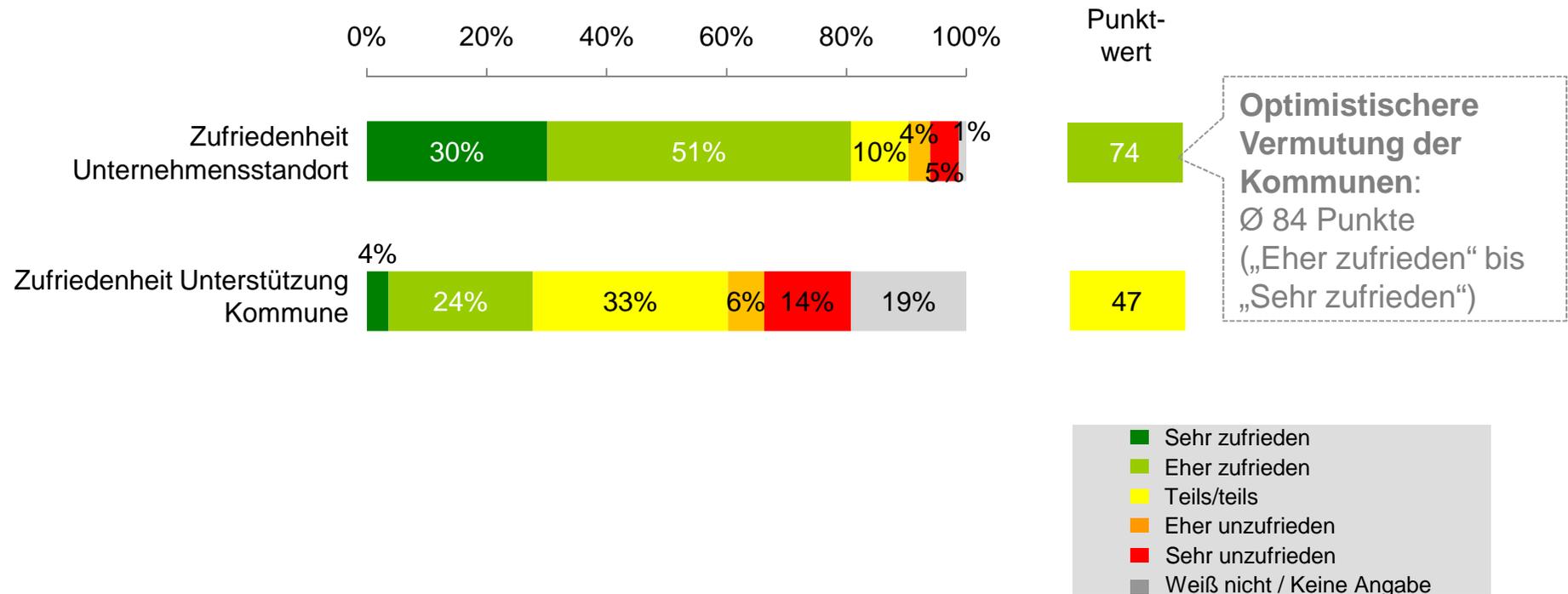
## 2. Situation der Logistik im Kreis: Projektentwicklungssicht

Die Chancen für die Logistik im Kreis überwiegen. Ein dynamischer Markt mit vitalem Flächenangebot und ausdifferenzierter Nachfrage sind wesentliche Treiber.

Chancen und Potenziale	Risiken und Barrieren
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nachfrage beim <b>Blauen See in Rüsselsheim</b></li> <li>▪ <b>Differenzierungsthema</b> in Produktion, Logistik (Produktveredelung, Sortimentserweiterung)</li> <li>▪ <b>Dienstleistungen für den Flughafen</b> werden wichtiger</li> <li>▪ <b>Flächenrecycling</b> wird an Bedeutung gewinnen</li> <li>▪ Hohe <b>Angebots- und Nachfragesituation</b>, da hoher Bedarf an Autobahnen, Raststätten, Parkplätzen</li> <li>▪ <b>Tendenz:</b> „auf die Straße - weniger auf die Schiene“</li> <li>▪ Revitalisierung des Altstandortes "<b>Südzucker Groß-Gerau</b>" ist zu bewerkstelligen</li> <li>▪ Flughafen hat für 1 Mrd. Euro das <b>Ticono-Gelände</b> gekauft; siedeln nun im Industriepark Höchst; Folge: Gelände wird frei, welches als weitere Gewerbefläche genutzt werden kann</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Befindlichkeiten auf kommunaler Seite:</b> Logistikflächen schwieriger zu vermarkten; Gemeinden wollen am liebsten IT, weniger die Logistik-Unternehmen</li> <li>▪ <b>Kein gemeinschaftliches Handeln der Kommunen:</b> Kommunen stechen sich gegenseitig aus, z.B. Paketlogistik aus Ginsheim-Gustavsburg abgezogen nach Raunheim-Kelsterbach.</li> <li>▪ <b>Überregionale Planungsinstanzen:</b> Problem: GI-Ausweisung kommt aus den überregionalen Instanzen; Standorte, die GI-kompatibel sein könnten, werden nicht als solche ausgewiesen.</li> <li>▪ <b>Preisempfindlichkeit:</b> Logistik- und Produktionsunternehmen sind durch EU-Wettbewerb niedrige Bodenpreise gewohnt (Einkaufspreise für erschlossene / nicht erschlossen Liegenschaften spielen eine wichtige Rolle)</li> <li>▪ <b>Finanzkrise</b> macht sich aktuell bemerkbar: d.h. erste Projekte kommen schon in den Gefrierschrank; kurzfristige Investitionen zur Zeit unsicher; zudem signalisieren langfristig etablierte Investoren, dass es zur Zeit Schwierigkeiten bei der Finanzierung von Projekten geben kann</li> </ul>

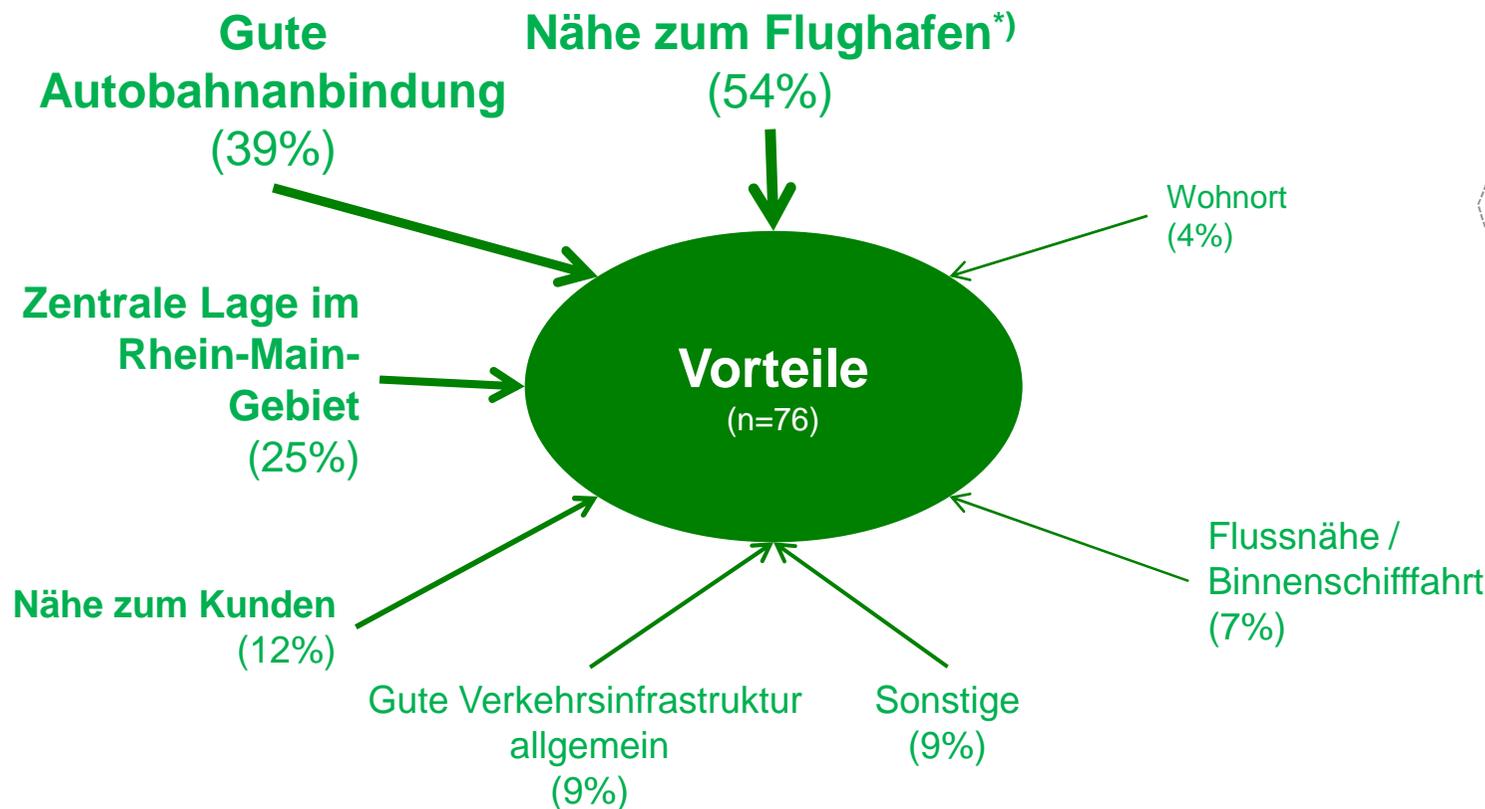
## 2. Bewertung der Logistiker: Zufriedenheit

Insgesamt sind die Logistikunternehmen mit ihrem Standort zufrieden. Die meisten wünschen mehr Unterstützung durch die Kommune.



### 3. Vorteile Standort Kreis Groß-Gerau für Logistikunternehmen

Nähe zum Flughafen, gute Autobahnanbindungen und zentrale Lage werden spontan von den Logistikunternehmen als Standortvorteile genannt.



Die **Kommunen** sehen im Wesentlichen die gleichen Stärken ihres Standortes, betonen aber häufiger auch die **günstige Gewerbesteuer** und das **serviceorientierte Zusammenspiel** von Kreis, Kommunen und Unternehmen.



### 3. Vorteile Standort Kreis Groß-Gerau für Logistikunternehmen

Insbesondere Unternehmen im Nordkreis betonen die Flughafennähe.

#### O-Töne (Auszug) aus dem Nordkreis:

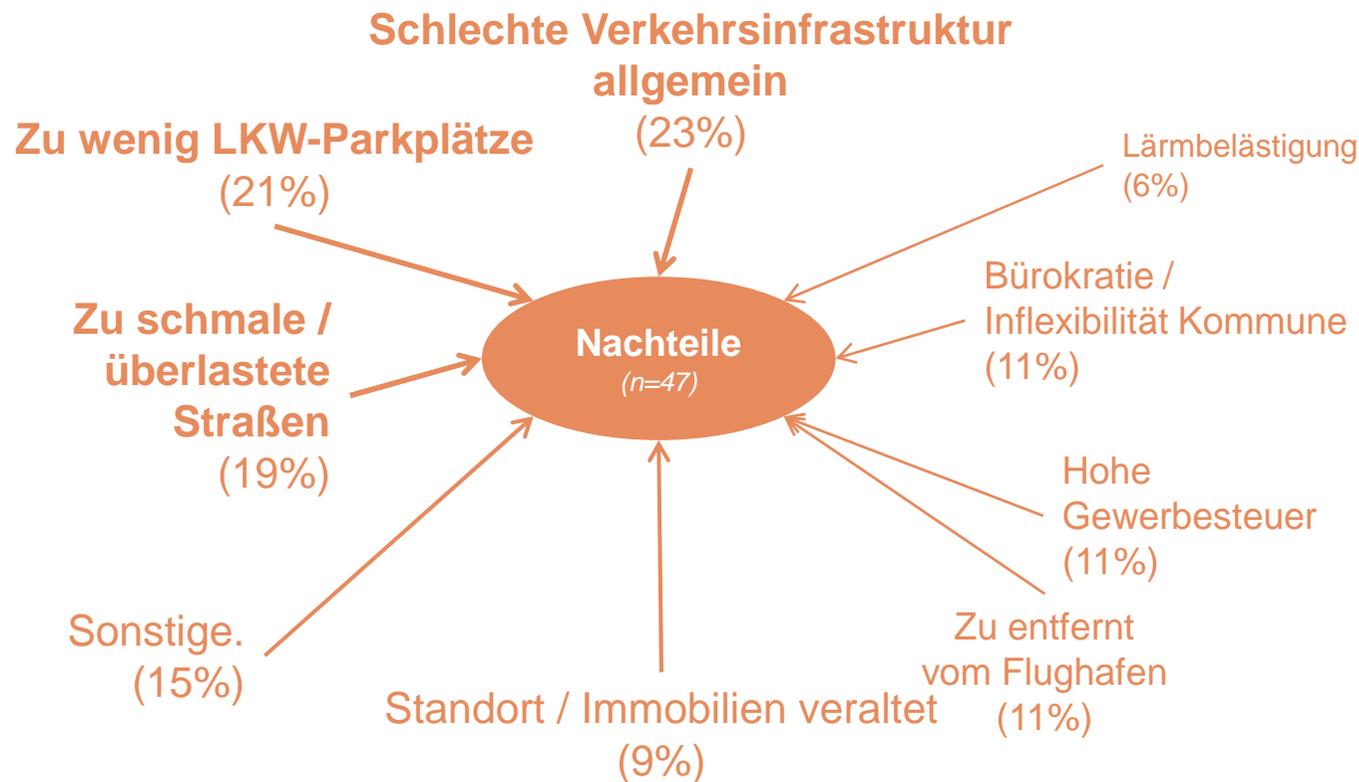
- „Die Entfernung zum Flughafen, ob Nord oder Süd, ist gut.“
- „Nähe zum Flughafen, zum Bereich Lufthansa Cargo“
- „Anbindung zum Flughafen; Infrastruktur, Tankstellen, Autohäuser, Reparaturen.“
- „Autobahnnähe; Ballungszentrum; Kundennähe.“
- „Zentrale Verkehrsanbindung, Nähe zum Flughafen, Gemeinschaft mit anderen Logistikunternehmen.“
- „In der Nähe von allen Autobahnen, sehr verkehrstüchtig.“
- „Die zentrale Lage im Rhein-Main Gebiet; liegen in der Mitte; Verkehrsanschlüsse; optimaler Standort.“
- „Recht zentral, in der Nähe von Frankfurt, Darmstadt und Wiesbaden.“

#### O-Töne (Auszug) aus dem Mittel- bzw. Südkreis:

- „Autobahnanbindung, Flughafennähe, Rhein-Main-Gebiet.“
- „Bin hier daheim; gute Infrastruktur.“
- „Wir laden in [Kommune], ist nur 4km von uns, also ideal, Autobahn ist auch da.“
- „Ganz einfach, liegen direkt am Wasser, können unsere Binnenschifffahrt betreiben.“
- „In alle vier Richtungen flexibel, Autobahnanbindung sehr gut“

### 3. Nachteile Standort Kreis Groß-Gerau für Logistikunternehmen

Nachteile werden eher seltener gesehen. Genannt werden Verkehrsinfrastruktur, fehlende Parkplätze, überlastete Straßen und veraltete Immobilien.



Als Standortschwäche wird in den **Kommunen** ebenso die mangelhafte Verkehrsinfrastruktur gesehen. Zudem werden angeführt:

- **Fehlende Erweiterungsflächen**
- **Fehlende, schmale Rhein-Brücken**



### 3. Nachteile Standort Kreis Groß-Gerau für Logistikunternehmen

Fehlende Parkplätze und zu enge Straßen werden gleichermaßen im Nord- wie im Mittel- / Südkreis angeführt.

#### O-Töne (Auszug) aus dem Nordkreis:

→ 40% befragten Unternehmen sehen **KEINE** Standort-Nachteile.

→ Die übrigen nennen z.B. folgende Nachteile:

- „Zu teuer; hohe Dieselpreise; hohe Kundengewerbsteuer; hohe Niederschlagsgebühr, keine Busanbindung.“
- „Zu enge Straßen in den Industriegebieten“
- „Nicht ausbaubar, erweiterbar; keine Grundstücke, wie man es braucht; man muss drei Jahre vorher ankündigen wenn man etwas machen möchte.“
- „Nicht ein einziger LKW-Parkplatz, ganz großer Schwachpunkt...“
- „Verkehrssituation innerhalb des Ortes, Parkplatzsituation ist schlecht.“

#### O-Töne aus dem Mittel- bzw. Südkreis

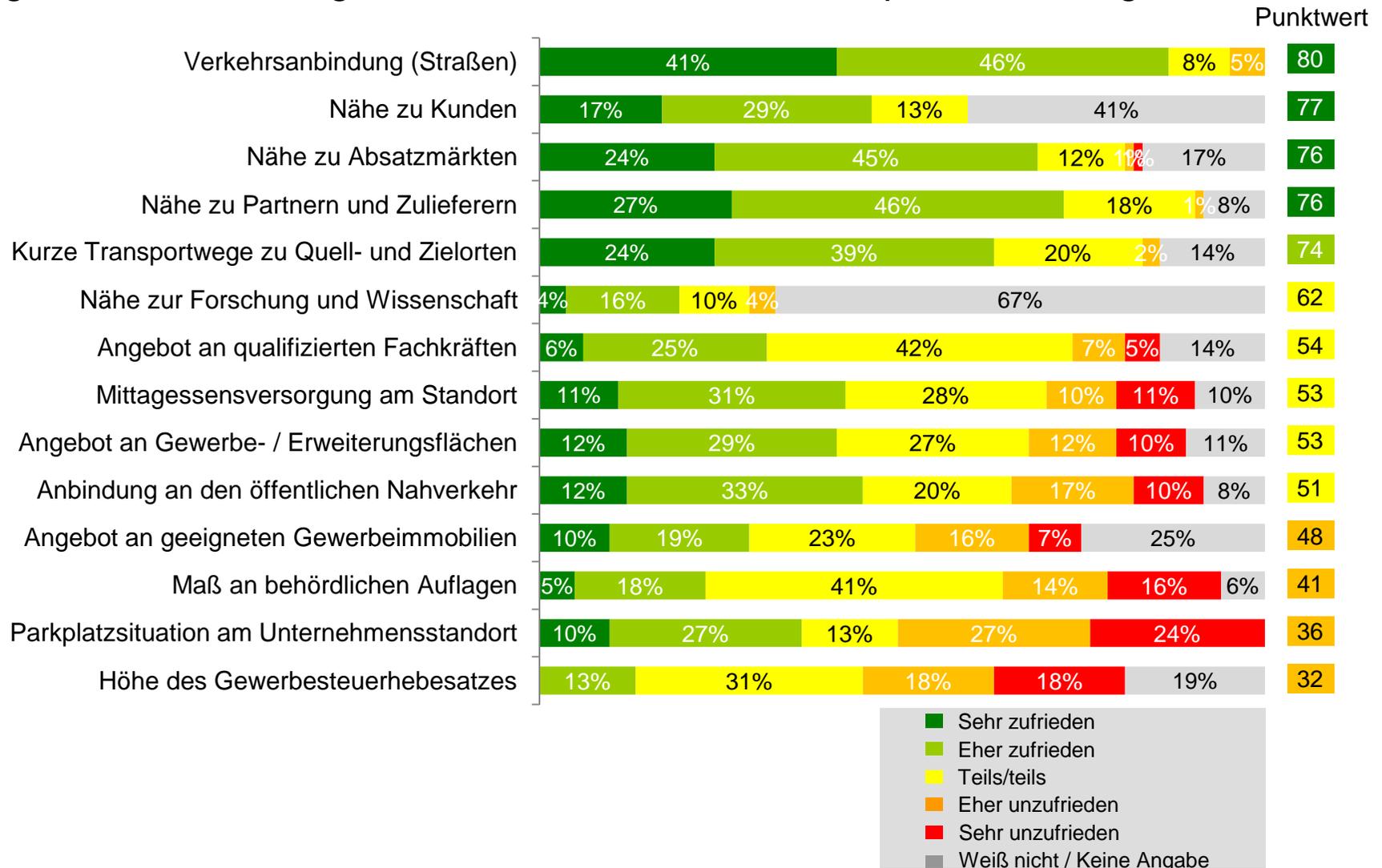
→ 6 von 10 befragten Unternehmen sehen **KEINE** Standort-Nachteile.

→ Die übrigen 4 nennen die folgenden Nachteile:

- „Unser Standort ist im Wohngebiet, wir sind ständig zugeparkt von PKWs, ganz schlimm.“
- „Mit Gewerbeflächen schlecht gesegnet; Straßen schmal gebaut, zwei LKWs kommen nicht durch; keine Abstellplätze für LKWs, vor allem fremde, die nur be- und entladen, wo sollen sie Pause machen, das ist schlimm.“
- „Könnte günstiger sein.“
- „Man kann nicht über den Rhein, es gibt keine Brücke.“

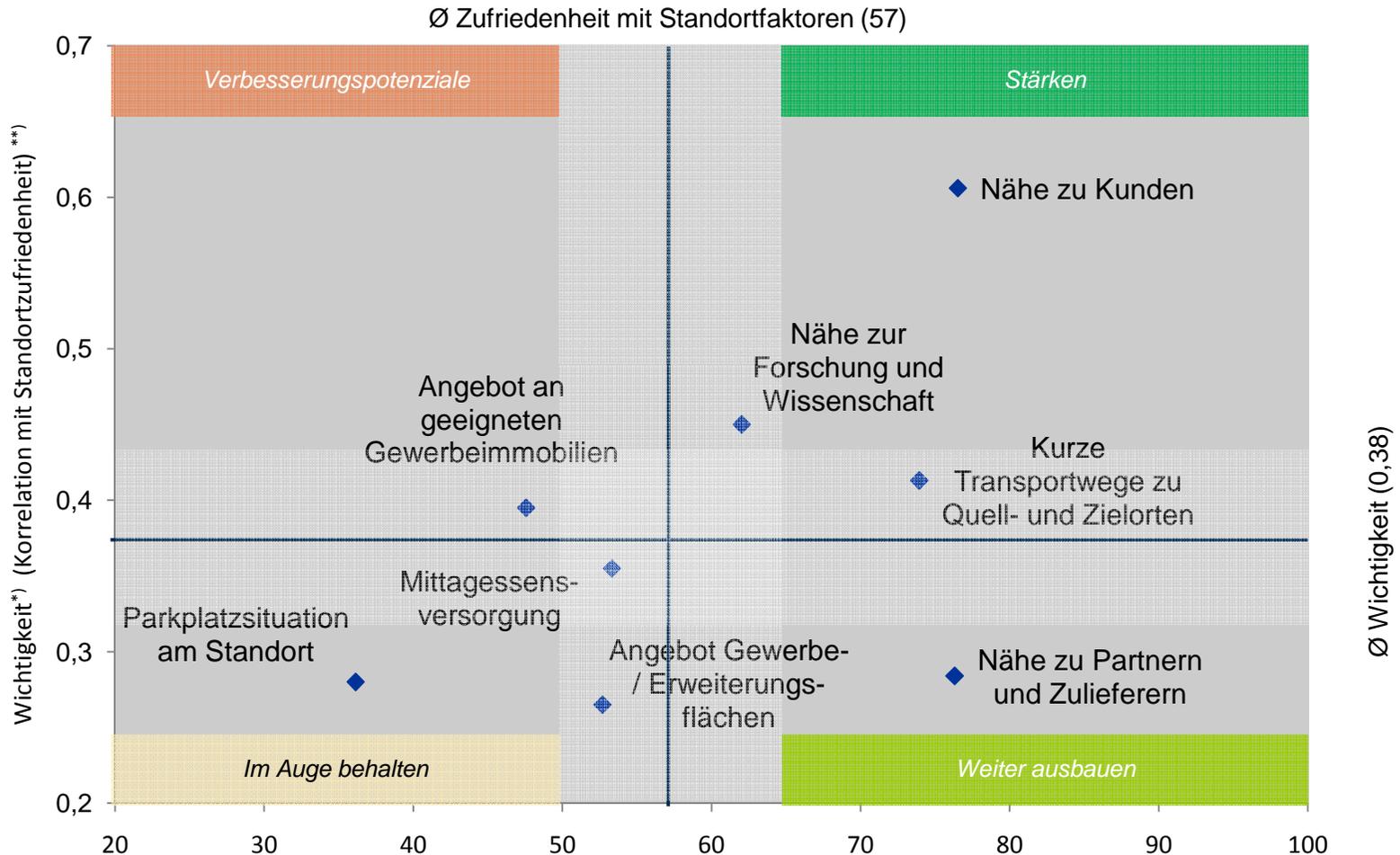
## 4. Zufriedenheit der Logistiker mit den einzelnen Standortfaktoren

Verkehrsanbindung sowie Nähe zu Kunden und Partnern sind Stärken aus Sicht der Logistik. Verbesserungen werden hinsichtlich der Parkplatzsituation gewünscht.



## 4. Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren

Entscheidend ist die Kundennähe, mit der Parkplatzsituation ist man unzufrieden, nimmt es aber in Kauf, problematisch ist das Angebot an Gewerbeimmobilien.

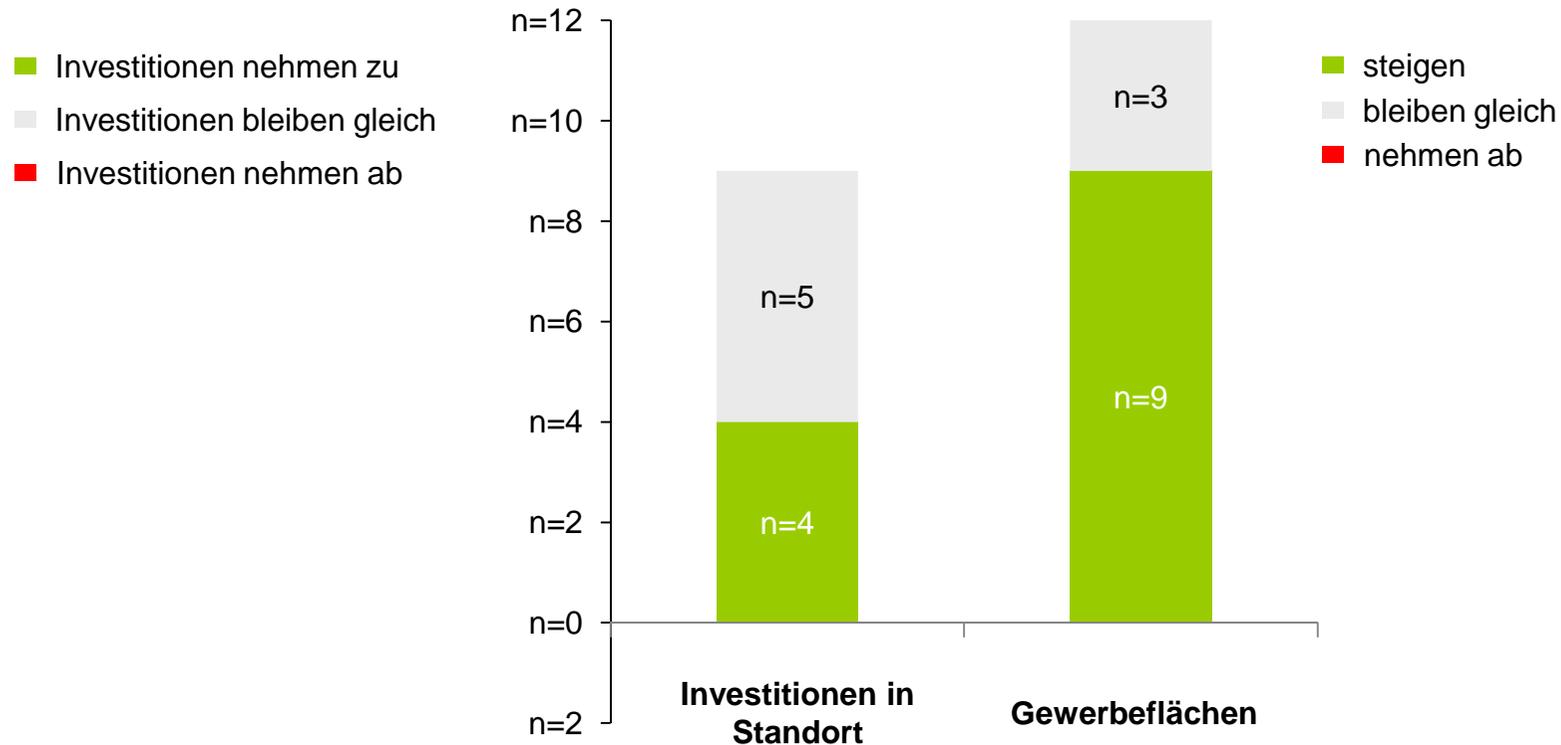


\*) Die Wichtigkeit der Standortfaktoren wird rechnerisch ermittelt: Sie ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Gesamtzufriedenheit mit dem Standort und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Standortfaktoren. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

\*\*) Nur Standortfaktoren, die signifikant mit der Standortzufriedenheit korrelieren.

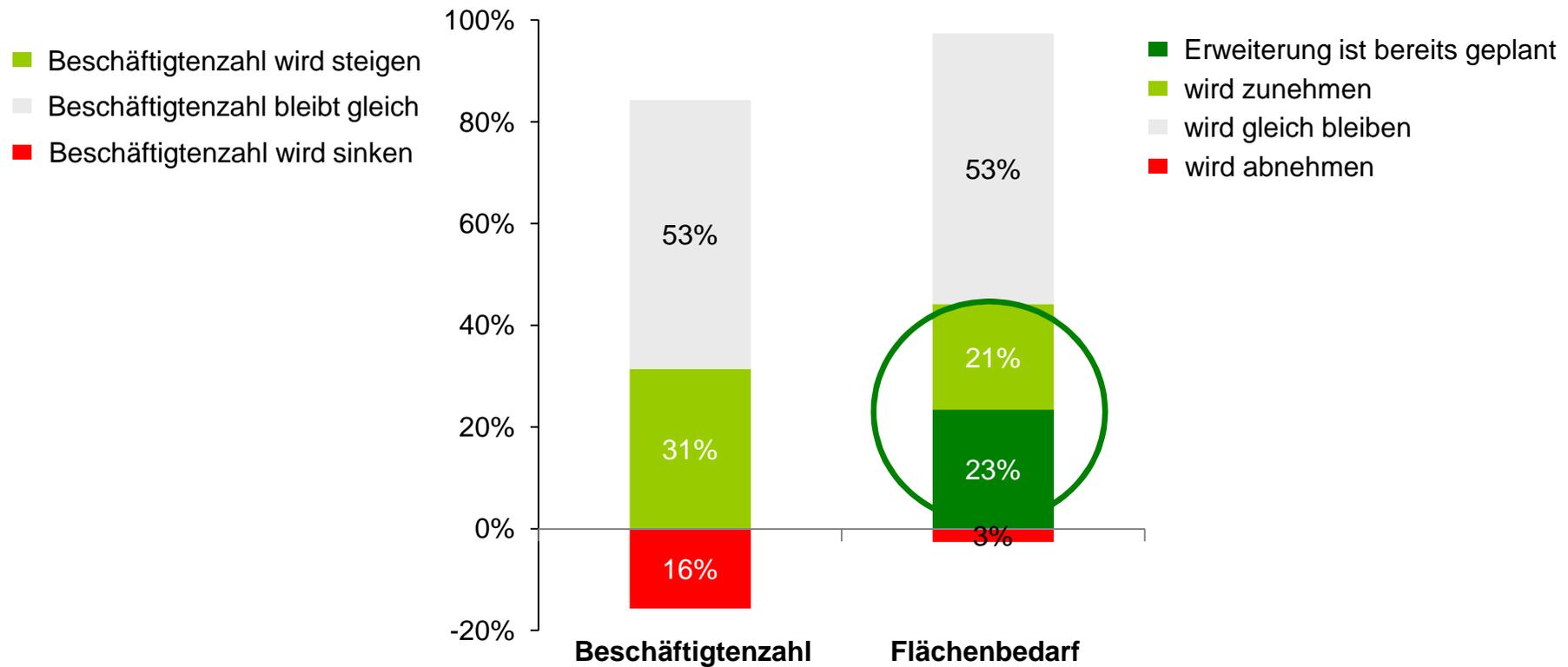
## 5. Zukunft: Einschätzung der Kommunen

Die Zukunft der Logistik wird von den Kommunen optimistisch gesehen – auch wenn sich diese zurückhaltender in Bezug auf Standortinvestitionen äußern.



## 5. Zukunft: Einschätzung der Logistikunternehmen

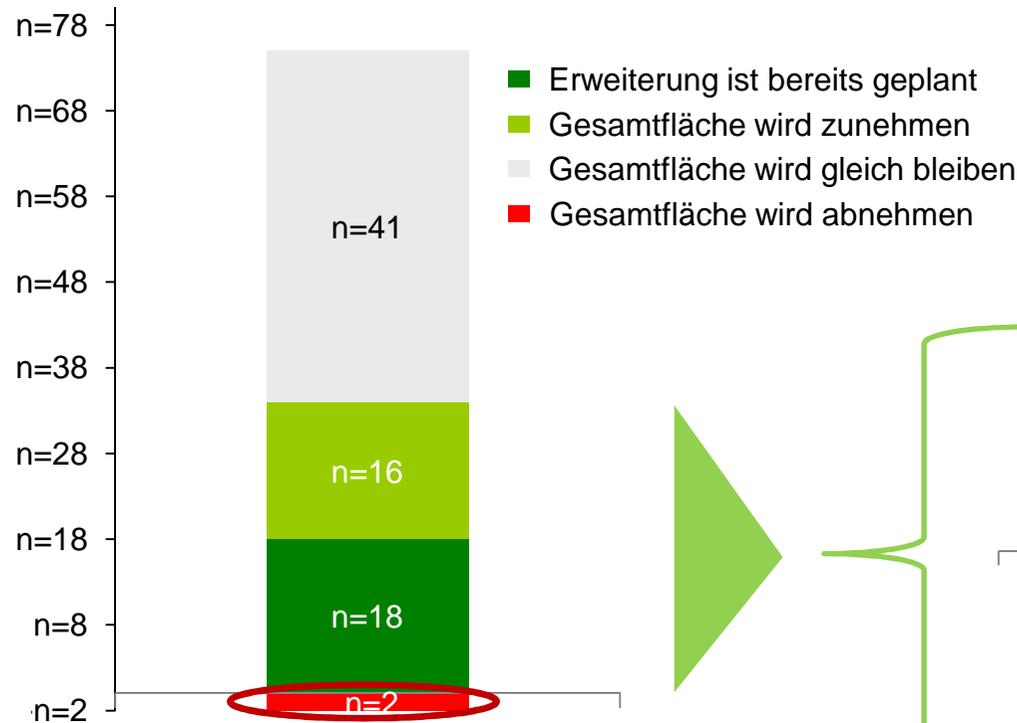
Knapp die Hälfte der Unternehmen äußert von sich aus Erweiterungsabsichten, hier könnten Kommunen ansetzen.



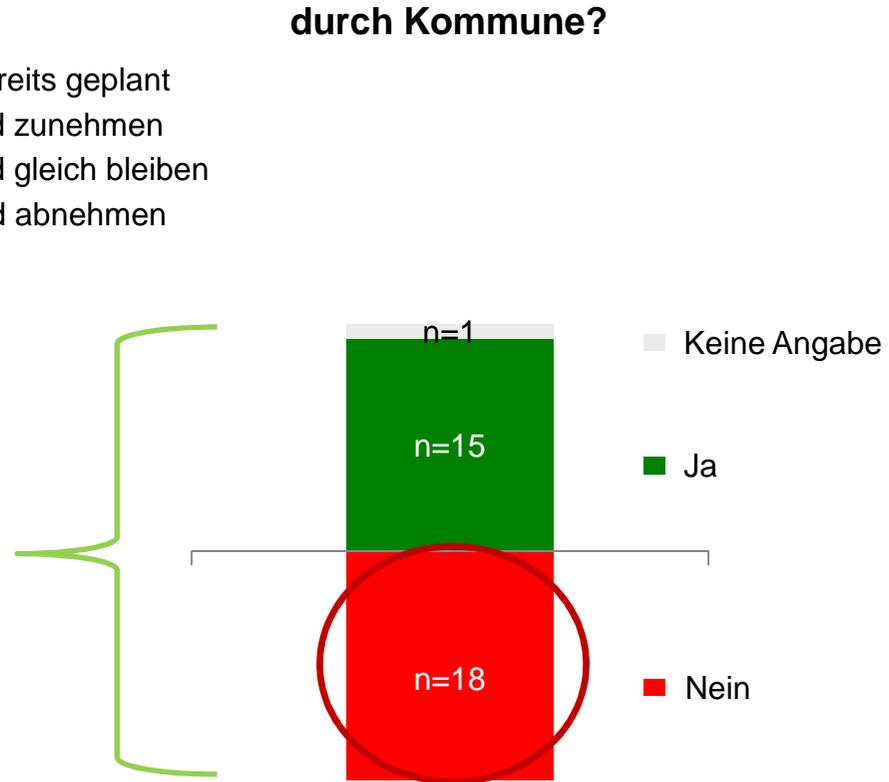
## 5. Zukunft: Pro-aktive kommunale Unterstützung

Wenn die Flächenerweiterung schon konkret geplant ist, sehen viele Unternehmen keinen Unterstützungsbedarf mehr. Offenbar ist dies im Vorfeld gefragt.

**Flächenbedarf der Logistikunternehmen**



**Wunsch nach Unterstützung durch Kommune?**





## 6. Aktivitäten: Angebot der Kommunen

Die Logistiker vor Ort werden dabei im gleichen Maße wie die übrigen Gewerbetreibenden unterstützt, d.h. über Flächenangebote sowie Kontaktvermittlung.

### Kommunale Aktivitäten:

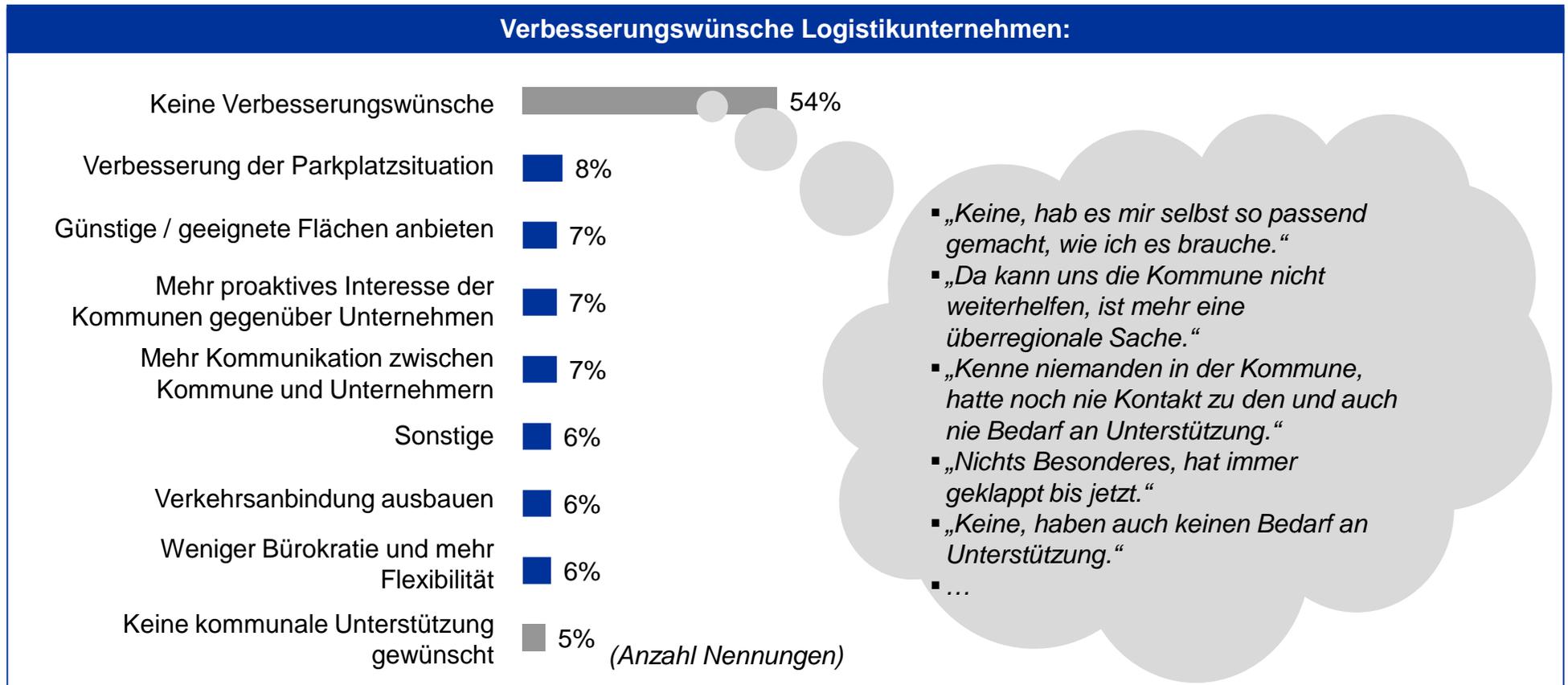
**Die Kommunen unterstützen eigener Aussage zufolge aktiv diejenigen Unternehmen, die sich bei ihnen melden:**

*Auszug O-Töne:*

- *„Sind sehr stark auch selbst aktiv, verfügen über Flächen, die Logistikunternehmen kommen auch auf uns zu; Messen werden auch von uns veranstaltet.“*
- *„Der Kommune sind die Arbeitsplätze wichtiger; weniger die Gewerbesteuer.“*
- *„Logistikunternehmen sind erwünscht; werden im Rahmen des Flächenangebots gefördert; Unternehmen gehen an den Rand des Industriegebiets, d.h. auf die wenigen Flächen, die noch vorhanden sind.“*
- *„Haben alle Gewerbetreibenden unterstützt, bei der Logistikbranche wird es nicht anders sein.“*
- *„Wir haben extra eine Person, die zuständig ist für die Gewerbetreibenden, unterstützt diese; es werden auch Veranstaltungen und Feste durchgeführt zu den sie immer eingeladen werden.“*
- *„Wenn es Nachfrage gibt, vermitteln auch Adressen.“*
- *„Sind weniger aktiv, da wir die Standortgunst haben, sodass automatisch Anfragen kommen.“*

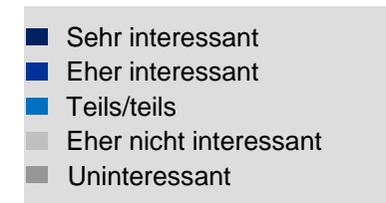
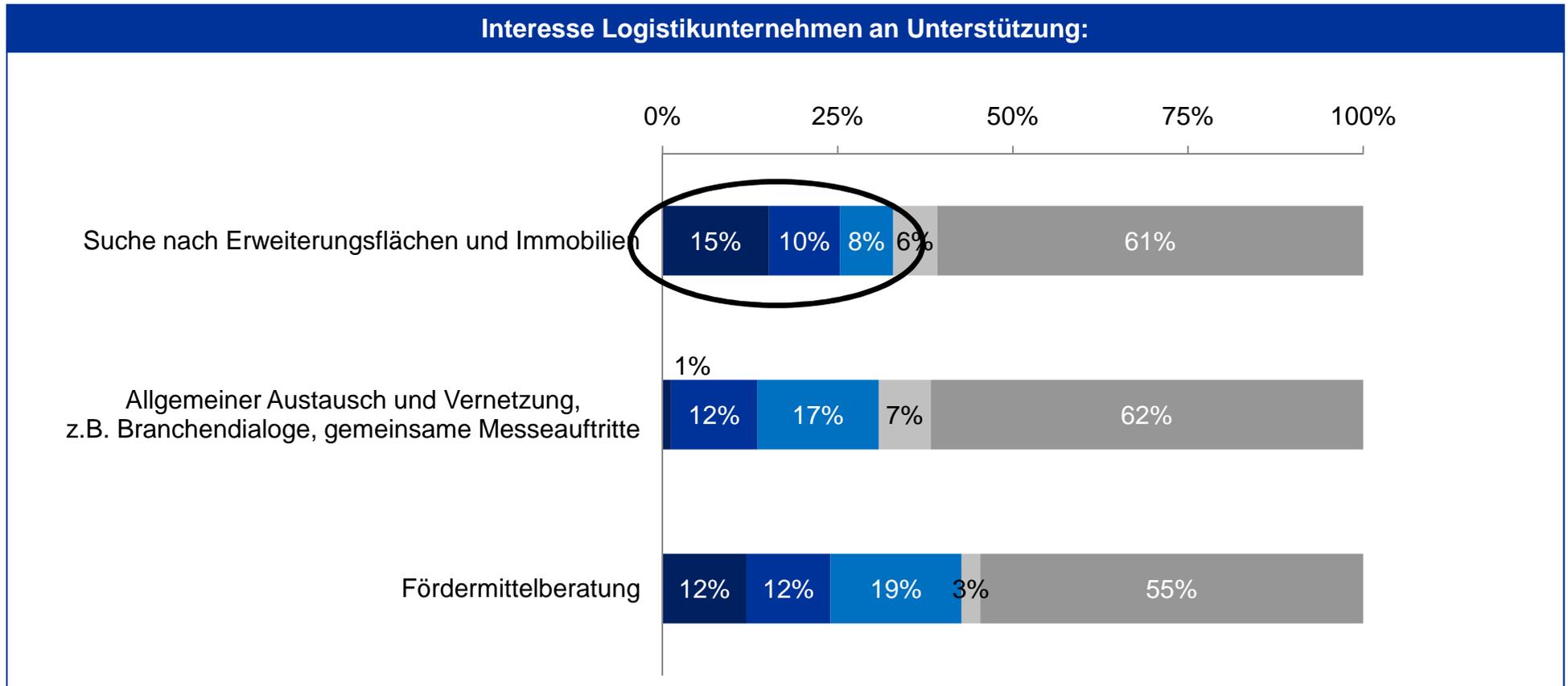
## 6. Aktivitäten: Erwartung der Unternehmen

Nur eine Minderheit der Unternehmen hat bislang Unterstützungsbedarf formuliert – und wünscht sich Verbesserungen bei Parkplatzsituation, Flächen und Kommunikation.



## 6. Aktivitäten: Interesse der Logistiker an Unterstützung

Unterstützung der Kommunen bei der Erweiterung kann die Unternehmensbindung fördern: Bei jedem dritten Unternehmen stößt dieses Angebot auf Interesse.





## 6. Aktivitäten: Unterstützung der Kommunen durch den Kreis

Die Bürgermeister sehen beim Kreis Unterstützung, als Ansprechpartner für die Unternehmen und für die Vernetzung von Logistiker und Kommunen.

### Aufgaben des Kreises:

- *„Unterstützung ist immer gut, je nachdem was der Kreis bieten kann.“*
- *„Der Kreis / die Wirtschaftsförderung ist ein wichtiger / objektiver Ansprechpartner für die Unternehmen. Es wird aus Sicht der Unternehmen nicht gleich versucht, jemanden für irgendetwas zu gewinnen.“*
- *„Soll unterstützen!“*
- *„Halte die Rolle für sehr wichtig, liegen im Rhein-Main-Gebiet; es ist sehr wichtig dass Kooperation vorhanden ist.“*
- *„Ja, unbedingt, auch bei der Genehmigung von Vorhaben.“*
- *„Der Kreis unterstützt bereits, ist auch gut so, seine Aufgabe; im Südkreis könnte es vielleicht etwas stärker sein“*
- *Branchendialoge vielleicht, ansonsten bin ich froh, dass es eine so gute Verbindung gibt zum Landkreis; zeigen auch immer Interesse an den Unternehmen.“*
- *Soll weiter so machen, vermittelt uns auch Angebote von Logistikunternehmen, haben bereits ein Automotive Projekt entwickelt, das wünschen wir uns auch für die Logistikbranche, die hat auch ein Pflaster verdient.“*
- *„In anderen Branchen ja, weniger in der Logistikbranche.“*
- *„Sehe die Rolle eher neutral.“*



## 7. Ausblick

### Zusammenfassung

- Unter den **Kommunen** nimmt die Logistik aktuell wie auch in Zukunft einen hohen Stellenwert ein. Sie wollen die Logistikunternehmen fördern – und zwar im Rahmen von Flächenangeboten, Veranstaltungen und Kontaktvermittlungen.
- Die Kommunen wünschen sich hierbei vom **Kreis Unterstützung**: Der Kreis soll Ansprechpartner sein und Kommunen und Unternehmen untereinander vernetzen.
- Die **Logistikunternehmen** wünschen sich **Verbesserungen der spezifischen Bedingungen** vor Ort – eine Verbesserung der Parkplatzsituation, günstige und geeignete Logistikflächen.
- **Knapp die Hälfte aller Logistikunternehmen im Kreis plant eine Flächenerweiterung.** Bei ihnen ist aktive Unterstützung der Kommunen bei der Suche nach Gewerbeflächen und –immobilien gefragt. Dies unterstützt die Bindung der Unternehmen an den Standort und verringert evtl. Abwanderungstendenzen.
- Die **Projektentwickler** sehen die Entwicklung der Logistikbranche im Kreis – trotz Bedenken und allgemeinen wirtschaftlichen Unwägbarkeiten – optimistisch. Hierfür spricht die zentrale Lage, die günstigen Verkehrsanbindungen und die Dynamik im Gewerbeflächenmarkt



# Herzlichen Dank!



## Ihre Ansprechpartner

Als Ansprechpartner der Lindauer Qualität & Marktforschung stehen Ihnen zur Verfügung:



Ute Kerber, Geschäftsführerin, Dipl. Soz.  
Ritterstraße 16



55131 Mainz  
Tel.: 06131/97 212-16



Fax: 06131/97 212-10  
E-Mail: ute.kerber@l-q-m.de



Markus Schuler, Dipl. Psych.  
Senior Research Consultant



Ritterstraße 16  
55131 Mainz



Tel.: 06131/97 212-14  
Fax: 06131/97 212-10  
E-Mail: markus.schuler@l-q-m.de



Barbara Heinrich, Dipl. Soz.-Päd.  
Senior Research Consultant



Ritterstraße 16  
55131 Mainz



Tel.: 06131/97 212-15  
Fax: 06131/97 212-10  
E-Mail: barbara.heinrich@l-q-m.de