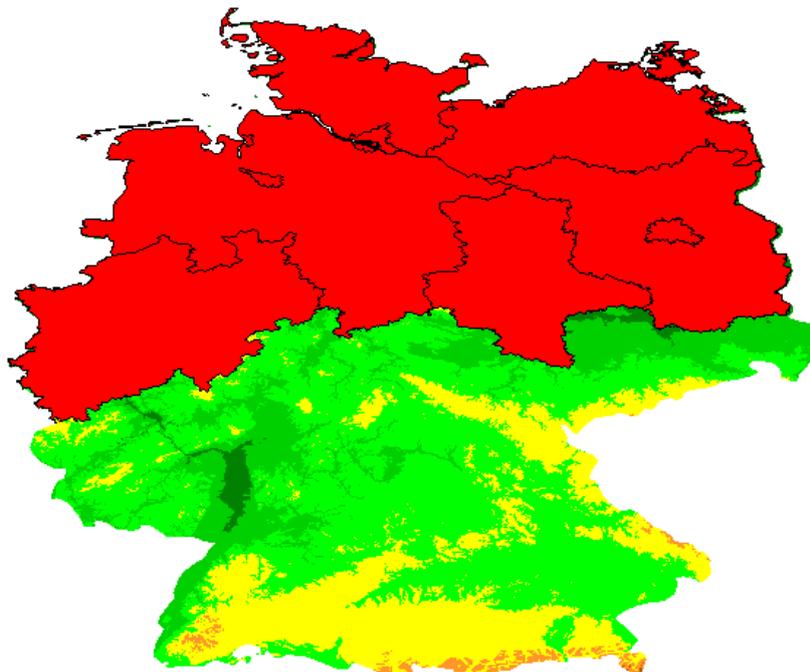


Standortkompass CONTOR 2007:

Hotellerie in solitären Mittelstädten
Norddeutschlands:

Die geeignetsten 30 Städte nach CONTOR-REGIO



Wir über uns:

Die CONTOR GmbH wurde 1970 in das Handelsregister eingetragen.

Die Gesellschaft betätigte sich als Makler-, Baubetreuer- und Bauträgergesellschaft auch größerer Bauvorhaben.

Bereits damals lag ein Tätigkeitsschwerpunkt eines der geschäftsführenden Gesellschafter, Martin Lüttich, in der Beratung von Kommunen beim Aufbau von Industrie- und Gewerbegebieten und in der Beratung von Industrie- und Gewerbebetrieben bei der Standortsuche.

Mit Eintritt des heutigen geschäftsführenden Gesellschafter, dem Dipl. Kfm. Henner Lüttich, 1983 in die Gesellschaft, wurde ein weiterer Schwerpunkt in der Beratung und Sanierung in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratener Unternehmen gesetzt.

Im Zuge dieser Sanierungsarbeiten wurde mehrfach als Auslöser einer betrieblichen Notsituation die Entscheidung für eine Investition am falschen Standort ausgemacht.

1996 hat Henner Lüttich mit der systematischen Erarbeitung eines neuen Verfahrens zur Standortsuche für Unternehmen begonnen. Seitdem berät die CONTOR Unternehmen bei der Standortsuche in Deutschland und Europa sowie Städte, Gemeinden und Regionen bei der Analyse ihrer Standorte. Basis dieser Beratung sind sehr große Datenbanken, deren Datensätze mit multivariaten statistischen Verfahren, Rankingmodellen oder Stärken-Schwächen-Analysen bearbeitet werden. Seit 2007 bietet die CONTOR auf www.contor-regio.de online Analysen an.

Expertenmeinungen:

- Andreas Frank, Arbeitgeberpräsident des Rheintals (AGVR), Schweiz:
„Für uns hat sich die Analyse auf jeden Fall gelohnt. Die Zusammenarbeit mit Contor war sehr professionell. Die gelieferten Ergebnisse waren methodisch einwandfrei - das haben uns alle Seiten bestätigt. Wir haben zudem sehr konkret erfahren, wo wir im europäischen Vergleich wirtschaftlich stehen und können daraus unsere Schlüsse ziehen.“
- Julius Lazarek, GfK Marktforschung, Nürnberg:
“Das Standortwahlverfahren für Unternehmen mittels multivariater Verfahren der CONTOR stellt eine gelungene Kombination aus individueller Unternehmensberatung, zielgerichtetem Einsatz multivariater statistischer Verfahren und aufwendig recherchierten Regionaldaten als Grundlage für die Berechnungen dar.”
- Prof. Dr. Johann Bacher, Universität Erlangen - Nürnberg:
...”Die Standortwahl eines Elektronikunternehmens mit multivariaten statistischen Verfahren sowie die Standortwahl eines Maschinenbauherstellers mit multivariaten statistischen Verfahren....Die Clusteranalyse wurde in beiden Beiträgen formal richtig angewandt.”
- Prof. Dr. Karl - Werner Schulte, European Business School, Oestrich - Winkel:
“Das von Herrn Henner Lüttich entwickelte Standortwahlverfahren mit multivariaten statistischen Methoden stellt eine grundlegende Verbesserung im Bereich der Standortsuche, die eine der schwierigsten und weitreichendsten Unternehmensentscheidungen ist, dar. Erstmals ist eine objektivierte, flächendeckende Analyse unter gleichzeitiger Berücksichtigung sämtlicher für das suchende Unternehmen relevanter Standortvariablen möglich.”

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einführung	1
1.1. Bedeutung der Standortwahl	2
1.2. Ablauf einer Standortsuche mit herkömmlichen Methoden	3
1.3. Unsere Anforderungen an ein Standortwahlverfahren	4
1.4. Standortsuche kontra Strukturanalyse	6
1.5. Unsere Analysemethoden	6
1.6. Das Verfahren	7
1.7. Anmerkung zur Studie	9
1.8. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse	10
1.9. Das Szenario	10
2. Definitionen	11
2.1. Bevölkerungszahl insgesamt	11
2.2. Bevölkerungszahl Umkreis 30 km	12
2.3. Wanderungssaldo	12
2.4. Entfernung Autobahn	12
2.5. Gewerbeanmeldungen je Einwohner	12
2.6. Gewerbesteuerhebesätze	12
2.7. Gewerbesteueraufkommen je Einwohner	12
2.8. Beschäftigtenanteil produzierendes Gewerbe	12
2.9. Beschäftigtenanteil Hotellerie	13
2.10. Beschäftigtenanteil Gastgewerbe Umkreis 30 Kilometer	13
3. Die Ergebnisse	13
3.1. Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze	14
3.2. Länderauswahl	15
3.2. Faktorenauswahl und Gewichtung	16
3.3. Die Daten der ersten 30 Rangplätze	19
3.4. Die Standortprofile der ersten 30 Rangplätze	79

1. Einführung

Die CONTOR berät Unternehmen bei der Standortsuche in Deutschland und Europa sowie Städte, Gemeinden und Regionen bei der Analyse ihrer Standorte. Basis unserer Arbeit sind sehr große Datenbanken. Diese Datenbanken enthalten bei deutschlandweiten Analysen für jede der ca. 12.000 Gemeinden über 1.000 Standortvariable und bei europaweiten Analysen für jede EU-Region ca. 400 Standortvariable. Die Daten werden je nach Zielsetzung mit den verschiedensten Verfahren bearbeitet. So kommen beispielsweise clusteranalytische Modelle, Rankingverfahren oder Stärken-Schwächen-Methoden zum Einsatz. Im Rahmen aufwendiger und individueller Beratungsdienstleistungen sind Kundenwünschen im Hinblick auf Analyseziele, Dateneinsatz und Methodik kaum Grenzen gesetzt. Diese individuellen Beratungsdienstleistungen sind in jeder Hinsicht aufwendig. CONTOR ist jedoch der Überzeugung, daß sich ein erheblicher Teil an standortrelevanten Informationen innerhalb von 60 Minuten decken läßt. Dies geht nur mit stark verdichteten standardisierten Methoden. CONTOR-REGIO ist so ein Modell. Spezielles Know-How auf dem Gebiet der Standortsuche bzw. Standortanalyse wird zusammen mit einer Vielzahl von Standortfaktoren und Daten sowie entsprechenden Analysealgorithmen in ein geschlossenes System gegossen und online über die Webseite www.contor-regio.de zur Verfügung gestellt. Über die Eingabemasken des Systems erstellt der Nutzer seine eigenen, individuellen Analysen. Standortanalysen in Form von Rankings und Strukturanalysen in Form von Stärken-Schwächen-Analysen sämtlicher ca. 12.000 Gemeinden Deutschlands oder aller ca. 1.400 EU-Regionen sind durchführbar. Anwender können damit innerhalb von durchschnittlich 30 - 60 Minuten eigene Analysen, individuell zugeschnitten auf ihre spezifischen Anforderungen, an Hand von bis zu ca. 70 Standortfaktoren erstellen. Das Ergebnis dieser Analysen wird nach durchschnittlich 60 Minuten per e-mail überreicht.

Die CONTOR hat in den letzten Jahren mehrere äußerst aufwendige, auf spezifische Fragen zugeschnittene Studien zum Teil mit Medienpartnern wie der Zeitschrift MANAGER MAGAZIN und wissenschaftlichen Partnern wie der Wissenschaftlichen Hochschule für Unternehmensführung WHU - Otto-Beisheim-Hochschule - in Vallendar erstellt. In diesen Studien wurden Themenkomplexe, in der Regel auf Ebene der EU-Regionen, sehr detailliert behandelt. Die hier vorliegende Studie beschränkt sich jedoch in der Darstellung auf das Wesentliche, die Angabe der geeignetsten Städte und Gemeinden mit ihren Daten und Standortprofilen. Eine ausführliche Interpretation der Ergebnisse wird nicht vorgenommen. Die Daten, Fakten und Standortprofile sprechen für sich selbst. Diese Studie wurde mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt, so, wie es grundsätzlich jedem Anwender auf www.contor-regio.de zur Verfügung steht. Jedoch wurden nur für diese Studie einige spezielle, auf den Analysezweck zugeschnittene Standortvariable in das System eingestellt.

1.1. Bedeutung der Standortwahl

Die Standortwahl eines Unternehmens bei Gründung oder Verlagerung zählt zu den wesentlichsten Unternehmensentscheidungen. Sie hat langfristigen Charakter und ist nur schwer revidierbar. Sie hat direkten Einfluß auf die Investitionskosten bei Einrichtung des Unternehmens durch Grundstückspreise und Baupreise. Sie beeinflusst langfristig Kostengrößen wie Transportkosten, Regionalabgaben, Löhne. Sie hat langfristig Einfluß auf die Erlössituation durch Absatzgrößen wie Kaufkraft, Bevölkerungsstruktur und Konkurrenz. Ein falsch gewählter Standort kann existenzvernichtend sein.

Trotzdem ist Standortwahl als betriebswirtschaftliche Unternehmensentscheidung erstaunlicherweise heute immer noch ein Nischenthema. Schaut man sich beispielsweise einmal die allgemeine betriebswirtschaftliche Literatur an, so wird man feststellen, daß die Standortwahl als betriebswirtschaftliches Problem in der Regel auf einer halben Seite bis einer Seite abgehandelt wird. Dies ist aus mehreren Gründen erstaunlich:

- ♦ Die Problematik der Standortwahl ist kein neues Problem. Die erste wissenschaftliche Untersuchung zu dem Thema erfolgte bereits im Jahr 1826. Seitdem gibt es die vielfältigste Literatur zu diesem Thema. Untersuchungen haben gezeigt, daß die durchschnittliche Verweildauer an einem Standort 20 Jahre beträgt. Eine einmal getroffene Standortentscheidung kann in der Regel nicht mehr revidiert werden. Die Standortentscheidung hat so viel Kapital gebunden, daß insbesondere dann, wenn sich herausstellt, daß der Standort objektiv falsch ist, kein Kapital mehr zur Verfügung steht um den Standort zu wechseln. In einem solchen Fall führt eine falsche Standortentscheidung direkt in die Insolvenz. Die Standortwahl eines Unternehmens hat damit strategisch langfristigen Charakter und müßte allein aus diesem Grund sehr sorgfältig getroffen werden.
- ♦ Die Standortwahl eines Unternehmens hat direkten Einfluß auf Kosten- und Erlösgrößen dieses Unternehmens. Bei der Investition des Unternehmens sind dies beispielsweise Baulandpreise und regional unterschiedliche Baukosten sowie regional unterschiedliche Einrichtungskosten des Betriebes. Im laufenden Betrieb sind Kosten wie z.B. Löhne und Gehälter, Steuern oder kommunale Abgaben sowie Erträge, die beispielsweise abhängen von der regionalen Kaufkraft, von der Einwohnerzahl in einer Region oder von der Nähe zu einem Großabnehmer abhängig vom Standort. Mit kaum einer anderen unternehmerischen Entscheidung können derartig schnell und nachhaltig Kosten und Erlöse beeinflusst werden.
- ♦ Die Standortwahl eines Unternehmens nimmt in der unternehmerischen Entscheidungskette einen vorderen Rang ein. Wenn für das Unternehmen feststeht, welche Produkte es produzieren will oder welche Produkte es vertreiben will, welche Märkte mit diesen Produkten zu beliefern sind und welche grundsätzlichen Produktionserfordernisse hierzu vonnöten sind, steht die Frage nach dem geeigneten Standort auf dem Plan.

Die Unternehmen beschäftigen ein Heer von Beratern um sämtliche Unternehmensbereiche nach Einsparpotentialen zu durchleuchten, Synergieeffekten nachzuspüren und neuen Märkten auf die Spur zu kommen. Jedoch wird die Standortwahl trotz des strategisch langfristigen Charakters der Standortentscheidung, trotz des enormen Einflusses auf Kosten- und Erlösgrößen des Unternehmens und trotz des hohen Rangplatzes in der unternehmerischen Entscheidungskette heute häufig immer noch aus dem Bauch heraus getroffen. Dies entspricht nicht der Relevanz der Entscheidung.

1.2. Ablauf einer Standortsuche mit herkömmlichen Methoden

Es gibt eine Vielzahl von Lösungsversuchen und Modelltypen der Standortbestimmung wie geometrische Modelle, statische und dynamische Investitionsrechnungen oder mathematische Methoden des Operations Research.

In der Praxis erfolgt ein Abgleich der Standortbedingungen und Standortanforderungen häufig folgendermaßen :

- Aufstellung eines Systems von Standortanforderungen
- Erstellung einer Rangfolge der Standortfaktoren hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Ansiedlung mit eventueller Gewichtung oder Punktbewertung der einzelnen Faktoren bzw. ihrer Determinanten
- Festlegung eines Standortsuchraumes bzw. Festlegung der zu untersuchenden Standortalternativen
- Beurteilung der möglichen Standortalternativen hinsichtlich der Standortfaktoren
- Vergleich der Standortanforderungen mit den Standortbedingungen ausgesuchter möglicher Standorte durch Punktbewertungsmodell, Nutzwertanalyse oder Profilmethode

Die Auswahl der zu untersuchenden möglichen Standorte erfolgt hierbei meist aufgrund von Erfahrungswerten der Entscheidungsträger oder ihrer Berater oder aufgrund punktueller Analysen. Eine Betrachtung sämtlicher potentieller Standorte entfällt.

Heute werden bei einer systematischen Standortsuche meist Nutzwertanalysen und Profilmethoden eingesetzt. Neben dem Nachteil, nicht sämtliche potentiellen Standorte untersuchen zu können, fließen bereits zu Beginn der Analyse subjektive Einflüsse des Anwenders in Form der Bewertung der Nutzwerte ein. Dies führt zu Ergebnissen, bei denen nicht mehr unterschieden werden kann, welcher Teil des Ergebnisses auf Daten und Fakten und welcher Teil des Ergebnisses auf vielleicht fehlerhaften subjektiven Einschätzungen beruht. Eine Standortsuche muß auch Raum bieten, subjektive Einflüsse, die sich z.B. auf eine besondere Unternehmensphilosophie gründen können, zu berücksichtigen. Jedoch muß zu jedem Zeitpunkt der Analyse klar ersichtlich sein, wo hört bei einer Entscheidung die durch Daten gegebene Objektivität auf und wo fängt die durch eine besondere Unternehmensphilosophie gegebene Subjektivität an. Subjektive Einflüsse müssen bei der Entscheidung des

Entscheidungsträgers berücksichtigt werden, jedoch nicht bei der Entscheidungsvorbereitung durch Mitarbeiter oder Berater.

Ein objektivierter mathematischer Vergleich von Standortbedingungen und Standortanforderungen findet dadurch nicht statt.

1.3. Unsere Anforderungen an ein Standortwahlverfahren

Die Standortsuche eines Unternehmens ist eigentlich nichts anderes als der simple Abgleich der unternehmensspezifischen Anforderungen mit den spezifischen Bedingungen, die an jedem Standort gegeben sind. Wichtig hierbei ist, daß die Anforderungen unternehmensspezifisch sind, das heißt, das Maschinenbau-Unternehmen A in der Stadt X stellt andere Anforderungen an einen Standort als das Maschinenbau-Unternehmen B aus der Stadt X. Dies hängt damit zusammen, daß trotz gleicher Branche z.B. andere Produkte erstellt werden, andere Abnehmer beliefert werden und eine andere Unternehmensphilosophie in den Unternehmen herrscht.

Größte Relevanz bei der Standortsuche und bei der Auswahl der Methoden der Standortsuche hat die Anpassung der Suche an die Ziele des Unternehmens. Dahinter steht wieder der Gedanke, daß jedes Unternehmen andere Anforderungen an einen geeigneten Standort stellt. Diese unternehmensspezifischen Anforderungen sind abhängig vom Zielsystem des Unternehmens. Bei der Standortsuche müssen alle Teilbereiche des Unternehmens auch unternehmensspezifisch erfaßt werden; es müssen die Fragen „ Was produziert oder verkauft das Unternehmen?“, „Womit werden diese Güter produziert?“ und „An wen werden diese Güter verkauft?“ in die Standortüberlegungen einbezogen werden. Die individuellen Bedürfnisse des Unternehmens bei Beschaffung, Produktion und Absatz müssen auch individuell berücksichtigt werden.

Thesen:

- ◆ Unter zunehmendem Wettbewerbsdruck auf europäischer Ebene wird die Standortfrage und damit die Suche nach dem richtigen Standort zur Überlebensfrage für das Unternehmen.
- ◆ Es gibt keine schlechten Standorte, nur Standorte, die nicht für jedes Unternehmen geeignet sind.
- ◆ Jeder Standort weist ganz spezifische Bedingungen auf, die geprägt sind von z.B. klimatischen, geographischen, sozio-ökonomischen oder politischen Bedingungen.
- ◆ Jedes Unternehmen stellt ganz spezifische Anforderungen an einen Standort, die abhängen u.a. von dem Produkt, Beschaffungs- und Absatzmärkten oder dem Investitionsmotiv.

Wie bereits erwähnt, ist die Standortsuche eines Unternehmens nichts anderes als der bestmögliche Abgleich der Unternehmensanforderungen mit den Standortbedingungen. Dieser eigentlich ganz simple Prozeß wird lediglich erschwert durch die große Zahl der potentiellen Standorte, die Vielzahl und große Bandbreite der Standortbedingungen und die Vielfalt und besonderen Ausprägungsbedürfnisse der Standortanforderungen.

Um die potentiellen Standorte miteinander vergleichen zu können, wird bisher üblicherweise jeder Standort mit sämtlichen anderen potentiellen Standorten verglichen. Bei diesem sogenannten paarweisen Vergleich errechnet sich die Zahl der durchzuführenden Vergleiche nach der Formel $n(n-1)/2$. Werden demnach 10 Standorte untersucht, sind 45 paarweise Vergleiche durchzuführen, sollen 100 Standorte miteinander verglichen werden, sind bereits 4.950 paarweise Vergleiche durchzuführen. Untersuchungen zu diesem Thema haben ergeben, daß der Mensch nicht in der Lage ist, wesentlich mehr als 10 Alternativen auf diese Art und Weise zu untersuchen. Wenn also bei ca. 1.500 potentiellen Standortregionen in Europa lediglich z.B. 15 Standorte auf Eignung überprüft werden, beträgt die statistische Wahrscheinlichkeit einen geeigneten Standort zu finden lediglich 1 %. Die Standortsuche wird so zum Lotteriespiel und der Aufwand, der für eine Standortrecherche üblicherweise betrieben wird und die Erfolgswahrscheinlichkeit stehen in keinem ökonomisch vernünftigen Verhältnis zueinander. Mit den üblichen Mitteln sind die ca. 1.500 Regionen Europas also auf keinen Fall zu untersuchen. Dies ist nur noch mit mathematischen Methoden möglich.

Um die spezifischen Anforderungen eines Unternehmens an einen Standort abdecken zu können, müssen diese Anforderungen soweit wie möglich spezifiziert werden. Wenn weiterhin Fakten, also Daten anstatt Einschätzungen in die Standortsuche einfließen sollen, erfordert dies eine Vielzahl von Standortfaktoren und Variablen, für die Marktforschungsdaten erfaßt werden müssen.

Aus den bisher beschriebenen Anforderungen an ein Standortsuchverfahren ergeben sich folgende Schlußfolgerungen:

Es ist eine Analyse gefordert, die ...

- ◆ simultan sämtliche potentiellen Standorte überprüft
- ◆ die Prüfung an Hand von Fakten, Marktforschungsdaten, vornimmt
- ◆ die spezifischen Unternehmensanforderungen durch eine Vielzahl von möglichen Standortfaktoren bzw. Standortvariablen berücksichtigt.

1.4. Standortsuche kontra Strukturanalyse

Die bisher für die Standortsuche gemachten Ausführungen gelten ebenso für die Strukturanalyse. Auch für die Strukturanalyse ist es unerlässlich, sämtliche Regionen eines Gebietes flächendeckend zu analysieren, um einen wirklichen Vergleich mit allen Regionen, besseren und schlechteren, zu gewährleisten. Auch für die Strukturanalyse ist es wichtig, eine Analyse an Hand von Fakten durchzuführen, um subjektive Einflußfaktoren zu minimieren. Natürlich können im Rahmen einer Strukturanalyse keine unternehmensindividuellen Standortanforderungen berücksichtigt werden. Es können jedoch tendenzielle Stärken und Schwächen einer Region im Vergleich mit anderen Regionen zielgerichtet herausgearbeitet werden.

Standortsuche und Strukturanalyse betrachten die Problematik des „Marktes der Standorte“ aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Während für das Unternehmen die Suche nach dem optimalen Standort im Vordergrund steht, wobei innerhalb eines vom Unternehmen bestimmten Suchraumes nur die optimalen Standortalternativen relevant sind, steht bei der Strukturanalyse der Vergleich einer Region mit sämtlichen anderen Regionen eines bestimmten Analysegebietes im Vordergrund, um die Stärken und Schwächen dieser Region im Vergleich zu besser aufgestellten und schlechter aufgestellten Regionen zu ermitteln. Man könnte die Standortsuche als nachfrageorientierte Sichtweise und die Strukturanalyse als angebotsorientierte Sichtweise darstellen.

1.5. Unsere Analysemethoden

Die Contor GmbH bietet 2 verschiedene Analyseformen an, deren Anwendung sich nach den Analysezielen richtet.

- ◆ Analyse der Regionen mittels einer von der Contor GmbH entwickelten Vorgehensweise mit multivariaten statistischen Verfahren.
Dieses Verfahren eignet sich insbesondere, um individuelle unternehmensspezifische Standortanforderungen zu berücksichtigen und die Unterschiede der Regionen hinsichtlich dieser Anforderungen sehr detailliert herauszuarbeiten.
Dieses Verfahren bietet sich an, um das konkrete Entscheidungsproblem „Standortwahl“ für ein konkretes Unternehmen sehr detailliert zu lösen.
Das Verfahren ist beratungsintensiv, arbeitsintensiv und interpretationsintensiv.
- ◆ Analyse der Regionen mittels einer von uns entwickelten Software. Die Software ermittelt die Rangfolge der Regionen hinsichtlich auszuwählender Standortanforderungen oder zeigt im Rahmen der Strukturanalyse die Stärken und Schwächen von Regionen.
Dieses Verfahren eignet sich insbesondere zur Erstellung einer sehr schnellen und übersichtlichen Rangfolge der Regionen hinsichtlich der gewählten Standortanforderungen. Dieses Verfahren eignet sich insbesondere zur Standortanalyse.

In beide Analysemethoden fließen identische Marktforschungsdaten ein. Beide Analysemethoden untersuchen simultan flächendeckend sämtliche Regionen. Beide Analysemethoden können zu weitgehend ähnlichen Ergebnissen führen. Wie bereits gesagt, hängt die Wahl der Analysemethode vom Analysezweck ab.

Zweck der folgenden Analyse ist die Suche nach den geeignetsten Standortgemeinden. Da es sich hierbei um ein klassisches Problem der Standortanalyse handelt, wird die folgende Studie mit der von uns entwickelten Analysesoftware mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt. .

1.6. Das Verfahren

Zunächst werden die relevanten Standortfaktoren, Determinanten und Variablen für den Bereich Hochtechnologie zusammengestellt. Hierbei stehen hinter den Standortfaktoren in der Regel mehrere Determinanten, die den Standortfaktor weiter eingrenzen, und hinter den Determinanten stehen wiederum ein Mehrzahl von Variablen, deren Ausprägungen letztendlich in die Analyse einfließen. Folgende Standortfaktoren stehen grundsätzlich zur Auswahl:

- ◆ Arbeitskräfte
- ◆ Löhne und Gehälter
- ◆ Arbeitsproduktivität
- ◆ Führungsvorteile
- ◆ Beschaffung
- ◆ Absatz
- ◆ Herkunftsgoodwill
- ◆ Immissionen / Emissionen
- ◆ Verkehr
- ◆ Steuern
- ◆ Energie
- ◆ Telekommunikation
- ◆ Bevölkerung
- ◆ Gesundheitswesen
- ◆ Bildung / Wissen
- ◆ Volkswirtschaft
- ◆ Wohlstand
- ◆ Wachstumschancen
- ◆ Sicherheit
- ◆ Wirtschaftsförderung
- ◆ Tourismus
- ◆ Sozialer Friede

Dieses System der Standortfaktoren, Determinanten und Variablen soll kurz an dem Beispiel des Standortfaktors Arbeitskräfte bei einer deutschlandweiten Standortsuche im nachfolgenden Schaubild dargestellt werden.

Standortfaktor	Determinanten	Variable
Arbeitskräfte	1. Arbeitskräfte nach Geschlecht	1.1 Zahl der männlichen Arbeitskräfte 1.2. Zahl der weiblichen Arbeitskräfte
	2. Arbeitskräfte nach der Nationalität	2.1 Zahl der deutschen Arbeitskräfte 2.2. Zahl der ausländischen Arbeitskräfte
	3. Arbeitskräfte nach der Ausbildung	3.1. Zahl der Arbeitskräfte ohne Berufsausbildung 3.2. mit Berufsausbildung 3.3. mit betriebl. Ausbildung 3.4. mit Berufsfachschule 3.5. mit Fachschule 3.6. mit Fachhochschule 3.7. mit Hochschule
	4. Arbeitskräfte nach ihrem Beschäftigungsverhältnis	4.1 Arbeiter 4.1.1 Nichtfacharbeiter 4.1.2. Facharbeiter 4.2. Angestellte 4.2.1. mit einfach. Tätigkeit 4.2.2. mit gehob. Tätigkeit
	5. Arbeitskräfte nach Alter	5.1 Zahl der Arbeitskräfte ... in 11 verschiedenen Altersklassen 5.11
	6. Arbeitslose nach Berufsgruppen	6.1 Zahl der Arbeitslosen ... nach ca. 100 Berufsgruppen (z.B. arbeitslose Werkzeugmacher)
	7. Beschäftigte nach Wirtschaftsgruppen	7.1 Zahl der Arbeitskräfte ... nach ca. 300 Wirtschaftsgruppen (z.B. Beschäftigte im Kesselbau)

Hinter diesen Standortfaktoren stehen ca. 50 Determinante und über 1.000 Variable bei einer deutschlandweiten Standortsuche sowie mehrere hundert Variable bei einer europaweiten Standortsuche im Rahmen individueller

Analysen. Für unser Online-Analysemodell CONTOR-REGIO haben wir aus diesem Datenpool ca. 70 besonders wichtige und häufig nachgefragte Standortvariable herausgegriffen und mit Analysealgorithmen für eine Standortanalyse in Form eines Rankings sowie eine Strukturanalyse in Form einer Stärken-Schwächen-Analyse in ein geschlossenes Tool gegossen.

1.7. Anmerkung zur Studie

Die Ergebnisse jeder Studie sind abhängig von den in der Studie gemachten Annahmen. Veränderte Annahmen führen zu veränderten Ergebnissen.

Für diese Studie gilt:

Die Ergebnisse der Studie beziehen sich darauf, daß Unternehmen und Investoren bei ihren Investitionsvorhaben die hier getroffenen Standortanforderungen stellen. Dies wird nicht der Fall sein, da, wie bereits in der Einführung zu dieser Studie gesagt, jedes Unternehmen und jeder Investor individuelle Anforderungen stellt. Die individuellen Anforderungen einzelner Unternehmen können in einer Studie keine Berücksichtigung finden. Daher kann eine Studie lediglich im Rahmen eines relativ weit gefaßten Variablenspektrums erstellt werden. Wir haben hier versucht, für eine möglichst große Zahl von Unternehmen der jeweiligen Bereiche einen „kleinsten gemeinsamen Nenner“ an Standortanforderungen und Standortgewichten herauszufiltern. Dies schränkt natürlich im Einzelfall die Aussagekraft der Studie ein. Ein einzelnes Unternehmen und ein einzelner Investor kann also berechtigterweise andere Anforderungen an einen Standort stellen und andere Schwerpunkte seiner Anforderungen setzen.

Nicht alle in der Rangfolge vorne stehenden Städte, Gemeinden und Regionen entsprechen möglicherweise auf den ersten Blick den an sie gestellten Anforderungen. Dies kann daran liegen, daß die Ergebnisbildung ein mathematischer Prozeß ist. Hierbei können z.B. wichtige Standortfaktoren von vielleicht mehreren nicht so wichtigen Standortfaktoren, die jedoch sehr positive Werte aufweisen, überkompensiert werden. Dies ist letztlich eine Frage der Faktorenauswahl sowie ihrer Gewichtung.

Trotz der oben gemachten Einschränkungen lassen sich wahrscheinlich in einem breiten Rahmen Tendenzen durch diese Studie gut erkennen. Nicht repräsentative Beobachtungen, die wir bei unseren Beratungen gemacht haben, zeigen, daß sich die Analysen relativ stabil gegenüber kleineren Variationen erweisen. Das heißt, z.B. die Veränderung der Höhe der Gewichtungsfaktoren einzelner Faktoren in einem gewissen Rahmen (10 % bis 20%) hat in der Regel keinen radikalen Einfluß auf die Analyseergebnisse.

Die Daten, die in die Analyse einfließen, unterliegen einem gewissen Timelag zwischen Auftreten und Veröffentlichung. Dies ist leider insbesondere bei den Daten auf kleinster regionaler Ebene nicht aktueller möglich. Wir bemühen uns natürlich, die Daten so aktuell wie möglich zu halten.

Die Standortsuche mit mathematisch statistischen Methoden bzw. die Regionalanalyse mittels mathematischer Datenanalyse sind komplexe Verfahren. Die Daten unterliegen vielfältigen Bearbeitungen. Trotz sorgfältigster Prüfung der Daten vor, bei und nach der Bearbeitung können Fehler entstehen. Die Daten können uns fehlerhaft übermittelt worden sein, ohne daß dies bemerkt werden konnte, oder bei der Bearbeitung unterlaufen Fehler, die ebenfalls nicht bemerkt werden konnten. Vor Ansiedlung und Investition an einem empfohlenen Standort muß daher geprüft werden, ob die in der Analyse aufgezeigten Standortbedingungen vor Ort tatsächlich vorliegen.

In die Analysen gehen Daten ein, die von amtlicher Seite oder Unternehmen bezogen wurden oder von uns erhoben und berechnet wurden. Die Daten bewegen sich daher in einer üblichen statistischen Bandbreite. Eine zulässige Fehlertoleranz kann nicht garantiert werden. Die Daten eignen sich nicht zu einer exakten Standortkalkulation. Es ist nicht möglich, die exakten Investitionskosten an einem Standort aufgrund der Analyse zu errechnen.

1.8. Unterschiede Ergebnis Studie - Ergebnis Online-Analyse

In dieser Studie werden die geeignetsten 30 Standortgemeinden für den Bereich der Hotellerie in solitären Mittelstädten Norddeutschlands vorgestellt. Dabei werden die Daten der relevanten Standortvariablen sowie graphische Standortprofile hinsichtlich der relevanten Standortvariablen ausgegeben. Im Unterschied dazu werden in der Online-Analyse über www.contor-regio.de lediglich die geeignetsten 5 Standortgemeinden mit Daten und Standortprofil ausgegeben. Dafür besteht jedoch bei der Online-Analyse die Möglichkeit für den Nutzer, den Rangplatz, die Daten und das Standortprofil einer von ihm zu benennenden Gemeinde auszugeben. Damit kann beispielsweise ermittelt werden, wie gut eine Stadt für diesen Bereich geeignet ist und wie groß die Unterschiede zu den geeignetsten Städten sind. Diese Studie wurde mit unserem CONTOR-REGIO Modell erstellt, so, wie es grundsätzlich jedem Anwender auf www.contor-regio.de zur Verfügung steht. Jedoch wurden nur für diese Studie einige spezielle, auf den Analysezweck zugeschnittene Standortvariable in das System eingestellt.

1.9. Das Szenario

Dieses Szenario soll die günstigsten Standorte für den Bereich der Hotellerie in solitären Mittelstädten Norddeutschlands ermitteln. Als Mittelstädte werden hier Städte definiert, in denen zwischen 30.000 und 100.000 Menschen leben. Dies weicht bewußt von der üblichen Definition der Mittelstadt mit einer Einwohnerzahl zwischen 20.000 und 100.000 Einwohnern ab. Solitäre Mittelstädte sind hier Städte, die in relativer Alleinlage, nicht direkt an den Ballungszentren liegen. Das Szenario geht davon aus, daß die günstigsten Standorte für Unternehmen dieses Bereiches folgende Voraussetzungen aufweisen. Hierbei werden den Faktoren gemäß ihrer Relevanz Gewichte in einem Bereich von 0 (völlig unwichtig bzw. nicht ausgewählt) bis 10 (äußerst wichtig) zugewiesen.

- ◆ Die Bevölkerungszahl der Stadt soll innerhalb des Rahmens dieses Szenarios möglichst hoch sein: Gewichtungsziffer: 6
- ◆ die Bevölkerungszahl im Umkreis von 30 km der Stadt soll möglichst niedrig sein. Dieser Faktor dient insbesondere der Abgrenzung von Ballungsräumen. Gewichtungsziffer: 10
- ◆ der Wanderungssaldo sollte möglichst positiv sein. Das heißt, die Zahl der Zuzüge übersteigt die Zahl der Fortzüge. Gewichtungsziffer: 4
- ◆ ein Autobahnanschluß sollte in der Nähe liegen. Gewichtungsziffer: 7
- ◆ die Zahl der Gewerbeanmeldungen je Einwohner sollte möglichst hoch sein. Dies soll u.a. als Indikator für die wirtschaftliche Attraktivität der Stadt dienen. Gewichtungsziffer: 3
- ◆ der Gewerbesteuerhebesatz sollte möglichst niedrig sein. Gewichtungsziffer: 7
- ◆ die Gewerbesteuereinnahmen je Einwohner sollten möglichst hoch sein. Dies soll als Filter für Städte dienen, die relativ wohlhabend sind und in denen wirtschaftlich starke Unternehmen angesiedelt sind. Gewichtungsziffer: 3
- ◆ der Anteil der im produzierenden Gewerbe beschäftigten Menschen im Umkreis von 30 Kilometern sollte möglichst hoch sein. In Regionen mit einem hohen Anteil wird eine größere Zahl von Industrieunternehmen erwartet und damit ein höheres Potential an Geschäftsreisenden für die Branche Hotellerie. Gewichtungsziffer: 7
- ◆ der Anteil der in der Hotellerie beschäftigten Menschen an der Bevölkerungszahl sollte möglichst niedrig sein, das heißt es werden Städte gesucht, in denen diese Branche wahrscheinlich unterrepräsentiert ist. Gewichtungsziffer: 10
- ◆ der Anteil der insgesamt im Gastgewerbe beschäftigten Menschen an der Bevölkerungszahl im Umkreis von 30 Kilometern soll möglichst hoch sein. Es werden Städte gesucht, deren weiteres Umfeld insgesamt für die Gastronomie attraktiv ist. Gewichtungsziffer: 7

Dieses Szenario für die Hotellerie in solitären Mittelstädten versucht aus der Gesamtzahl der an der Analyse teilnehmenden Städte die Städte herauszufiltern, die, verkürzt ausgedrückt, für Bevölkerung und Unternehmen attraktiv sind, bei relativ günstigen Steuersätzen ein erhöhtes Potential an Reisenden bieten und in denen die Hotellerie unterrepräsentiert ist.

2. Definitionen

2.1. Bevölkerungszahl insgesamt

Die Variable zeigt die Einwohnerzahl der Gemeinden am 31.12.2005 an. Grundlegendaten sind Daten des Statistischen Bundesamtes.

2.2. Bevölkerungszahl Umkreis 30 km

Die Variable zeigt die Bevölkerungszahl im Umkreis von 30 km einer Gemeinde am 31.12.2005 an. Die Entfernungen beziehen sich auf die geographischen Mittelpunkte der Gemeinden.

2.3. Wanderungssaldo

Die Variable zeigt den Anteil des Wanderungssaldos an der Bevölkerung einer Gemeinde an. Der Wanderungssaldo wird definiert als Zahl der Zuzüge abzüglich der Zahl der Fortzüge in einer Gemeinde. Stand 31.12.2005.

2.4. Entfernung Autobahn

Die Variable zeigt die Luftlinienentfernung in Kilometern von einer Gemeinde zur nächstgelegenen Gemeinde mit Autobahnanschluß an. Die Entfernungen werden von den geographischen Mittelpunkten der Gemeinden gemessen.

2.5. Gewerbeanmeldungen je Einwohner

Die Variable zeigt die Zahl der Gewerbeanmeldungen je Einwohner in den Landkreisen. Stand 31.12.2005.

2.6. Gewerbesteuerhebesätze

Die Variable zeigt den Gewerbesteuerhebesatz der Gemeinden. Es werden Daten des Statistischen Bundesamtes verwendet. Stand 31.12.2005.

2.7. Gewerbesteueraufkommen je Einwohner

Die Variable zeigt das Istaufkommen der Gewerbesteuer je Einwohner in EUR in den Gemeinden. Stand 31.12.2005.

2.8. Beschäftigtenanteil produzierendes Gewerbe

Die Variable zeigt den Anteil der Beschäftigten im produzierenden Gewerbe an der Bevölkerung im Umkreis von 30 km von jeder Gemeinde an. Basis der Daten sind Gemeindedaten. Die Entfernungen werden jeweils von den geographischen Mittelpunkten der Gemeinden gemessen. Stand 30.09.2006.

2.9. Beschäftigtenanteil Hotellerie

Die Variable zeigt den Anteil der Beschäftigten an der Bevölkerung in der Hotellerie von jeder Gemeinde an. Hierzu zählen Hotels, Gasthöfe, Pensionen und Hotels garni. Basis der Daten sind Gemeindedaten. Stand 30.09.2006.

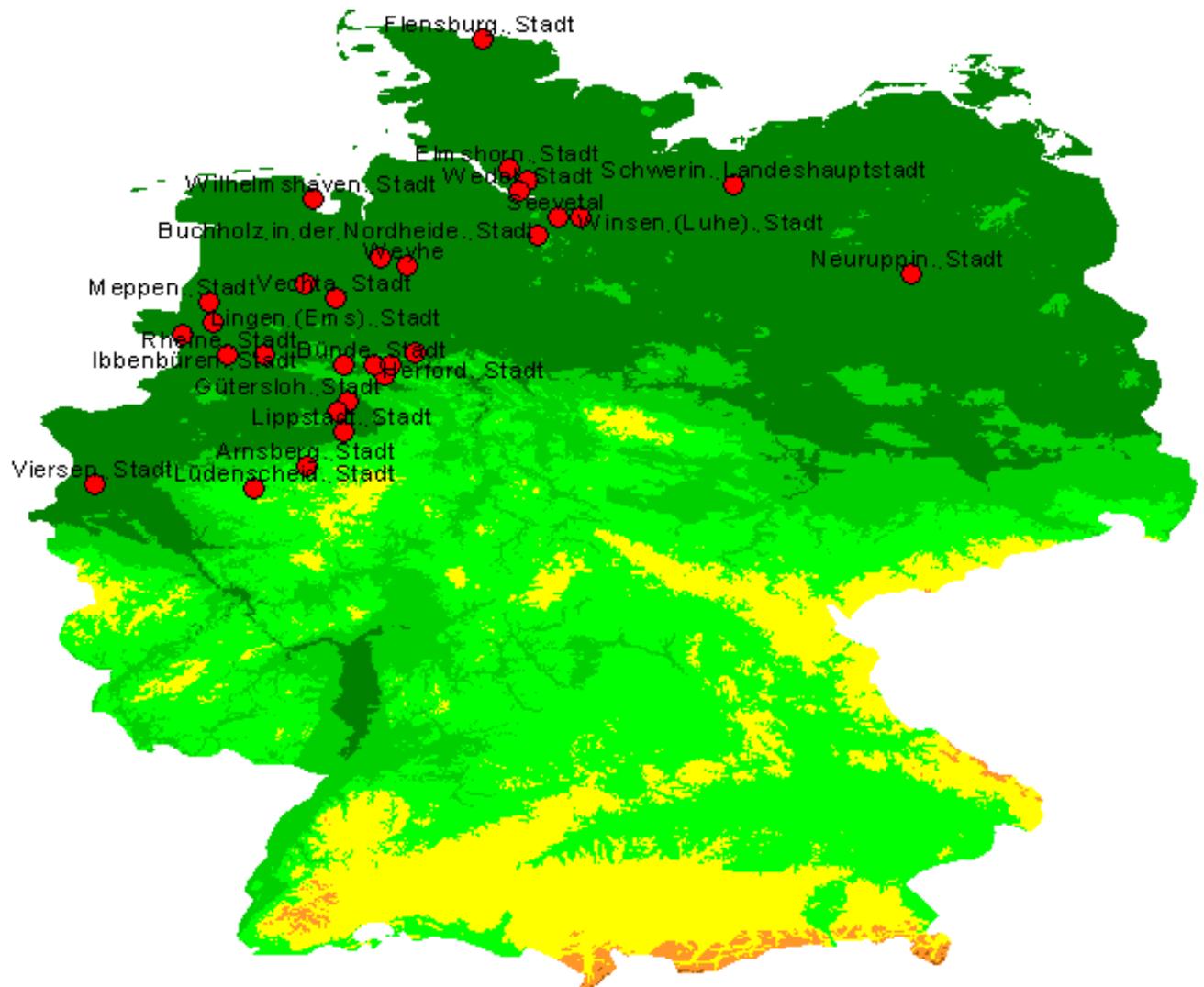
2.10. Beschäftigtenanteil Gastgewerbe Umkreis 30 Kilometer

Die Variable zeigt den Anteil der Beschäftigten im Gastgewerbe im Umkreis von 30 km von jeder Gemeinde an. Basis der Daten sind Gemeindedaten. Die Entfernungen werden jeweils von den geographischen Mittelpunkten der Gemeinden gemessen. Stand 30.09.2006.

3. Die Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Analyse wiedergegeben. Die Darstellung entspricht dabei der Darstellung unseres CONTOR-REGIO online Standortanalysesystems. Es werden die Daten und die Standortprofile der ersten 30 Rangplätze der Analyse ausgegeben. Eine ausführliche Interpretation der Ergebnisse wird nicht vorgenommen. Die Daten, Fakten und Standortprofile sprechen für sich selbst.

Geographische Lage der ersten 30 Rangplätze:



Wählen Sie die Länder, deren Regionen analysiert werden sollen

Schleswig-Holstein	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Hamburg	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Niedersachsen	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Bremen	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Nordrhein-Westfalen	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Hessen	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Rheinland-Pfalz	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Baden-Württemberg	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Bayern	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Saarland	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Berlin	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Brandenburg	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Mecklenburg-Vorpommern	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Sachsen	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Sachsen-Anhalt	<input checked="" type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein	Thüringen	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein

Faktorengewichte

Hohe Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine hohe Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

Niedrige Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine niedrige Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

Bevölkerungszahl der Gemeinde	6	0
Bevölkerung im Umkreis von 30 km	0	10
Bevölkerungsdichte: Einwohner/km ²	0	0
Wanderungssaldo: Zuzüge minus Fortzüge / Einwohner	4	0
Bevölkerungsentwicklung bis 2020 in Prozent	0	0
Bevölkerungsdichte 2020	0	0
Bevölkerungsanteil unter 20 Jahre in der Gemeinde	0	0
Bevölkerungsanteil 25 bis 50 Jahre in der Gemeinde	0	0
Bevölkerungsanteil über 60 Jahre in der Gemeinde	0	0
Autobahn Entfernung in km	0	7
IC / ICE Entfernung in km	0	0
Gueterbahnhof Entfernung in km	0	0
Regional- oder Verkehrsflughafen Entfernung in km	0	0
Binnenhafen Entfernung in km	0	0
Seehafen Entfernung in km	0	0
Gästebetten je Einwohner	0	0
Übernachtungen je Einwohner p.a.	0	0
Sozialhilfeempfänger je Einwohner	0	0
Gewerbeanmeldungen je Einwohner	3	0
Insolvenzverfahren je Einwohner	0	0
Hebesatz Gewerbesteuer	0	7
Gewerbesteuereinnahme je Einwohner in EUR	3	0
Ausgabe_Fördergebiete_2	0	0

Faktorengewichte

Hohe Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine hohe Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

Niedrige Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine niedrige Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

PKW je Einwohner	0	0
Entfernung Oberzentrum	0	0
Primäreinkommen p.a. in EUR je Einwohner	0	0
langfristige prozentuale Entwicklung Primäreinkommen	0	0
verfügbaren Einkommen p.a. in EUR je Einwohner	0	0
langfr. prozent. Entwicklung verfügbares Einkommen	0	0
Kriminalitätsrate	0	0
Entfernung Universität in km	0	0
Entf. Uni Fachber. Chemie, Biochemie, Biotech.	0	0
Entf. Uni Elektrotechnik, Elektronik, Automation	0	0
Entf. Uni Fachber. Informatik	0	0
Entf. Uni Maschinen- Fahrzeugbau, Mechatronik,	0	0
Jahresbruttolohn im produzierenden Gewerbe	0	0
langfristige prozentuale Entwicklung Jahresbruttolohn	0	0
Lohnstückkosten im produzierenden Gewerbe	0	0
langfristige prozentuale Entwicklung Lohnstückkosten	0	0
Produktivität prod.Gewerbe p.a. je Beschäftigten	0	0
langfristige prozentuale Entwicklung Produktivität	0	0
Bruttoinlandsprodukt je Einwohner	0	0
langfristige prozentuale Entwicklung BIP	0	0
Bruttowertschöpfung in Landwirtsch ua. in 1000 EUR	0	0
Bruttowertschöpfung produzierendes Gewerbe	0	0
Bruttowertschöpfung Dienstleistungsbereiche	0	0
langfrist. Entwicklung BWS Landwirtschaft_ua	0	0

Faktorengewichte

Hohe Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine hohe Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

Niedrige Werte bei folgenden Faktoren wirken sich positiv auf das Analyseergebnis aus. Z.B. wird eine niedrige Bevölkerungsdichte in der Region positiv gesehen.

langfr. Entwicklung BWS produzierendes Gewerbe	0	0
langfr. Entwicklung BWS Dienstleistungsbereiche	0	0
Anteil Arbeitsloser an Einwohnerzahl Umkreis 30km	0	0
Anteil Arbeitsloser an Einwohnerzahl Umkreis 10km	0	0
Anteil Arbeitsloser Technische_Berufe Umkreis 30km	0	0
Anteil Arbeitsloser Dienstleistungsberufe Umkreis 30km	0	0
Anteil Arbeitsloser Chemie Kunststoff Umkreis 30km	0	0
Anteil Arbeitsloser Metallerzeug. /Bearb. Umkreis 30km	0	0
Anteil Arbeitsloser Schlosser_Mechaniker Umkreis 30 km	0	0
Anteil Arbeitsloser Elektriker Umkreis 30km	0	0
Anteil Beschäftigter Landwirtschaft ua Umkreis 30km	0	0
Anteil Beschäftigter produz. Gewerbe Umkreis 30km	7	0
Anteil Beschäftigter KFZ-Handel in der Gemeinde	0	0
Anteil Beschäftigter Tankstellen in der Gemeinde	0	0
Anteil Besch. Einzelhandel mit Waren versch. Art, Gemeinde	0	0
Anteil Beschäftigter Apotheken, Kosmetik, Drogerien	0	0
Anteil Beschäftigter Hotellerie in der Gemeinde	0	10
Anteil Beschäftigter Frachtumschlag u. Lagerei, Gemeinde	0	0
Anteil Beschäftigter Spedition u. sonst. Verkehrsvermittlg.	0	0
Anteil Beschäftigter Gastgewerbe Umkreis 30km	7	0
Anteil Beschäftigter Einzelhandel o. KFZ Umkreis 30km	0	0
Anteil Beschäftigter Einzelhandel in der Gemeinde	0	0

Rangziffer

1

Zahl analysierter Regionen

189

Gemeindebezeichnung

Flensburg, Stadt

Ländername

Schleswig-Holstein

Bevölkerungszahl der Gemeinde

86080

Bevölkerung im Umkreis von 30 km

235743

Bevölkerungsdichte: Einwohner/km²

Wanderungssaldo: Zuzüge minus Fortzüge / Einwohner

,0059

Bevölkerungsentwicklung bis 2020 in Prozent

Bevölkerungsdichte 2020

Bevölkerungsanteil unter 20 Jahre in der Gemeinde

Bevölkerungsanteil 25 bis 50 Jahre in der Gemeinde

Bevölkerungsanteil über 60 Jahre in der Gemeinde

Autobahn Entfernung in km

0

IC / ICE Entfernung in km

Gueterbahnhof Entfernung in km

Regional- oder Verkehrsflughafen Entfernung in km

Binnenhafen Entfernung in km

Seehafen Entfernung in km

Gästebetten je Einwohner

Übernachtungen je Einwohner p.a.

Sozialhilfeempfänger je Einwohner

Gewerbeanmeldungen je Einwohner

,0133

Insolvenzverfahren je Einwohner

Hebesatz Gewerbesteuer

375

Gewerbesteuerereinnahme je Einwohner in EUR

397

Wirtschaftsförderung

PKW je Einwohner

Entfernung Oberzentrum

Primäreinkommen p.a. in EUR je Einwohner

langfristige prozentuale Entwicklung Primäreinkommen

verfügbaren Einkommen p.a. in EUR je Einwohner

langfr. prozent. Entwicklung verfügbares Einkommen

Kriminalitätsrate

Entfernung Universität in km

Ent. Uni Fachber. Chemie, Biochemie, Biotech.

Entf. Uni Elektrotechnik, Elektronik, Automation

Entf. Uni Fachber. Informatik

Rangziffer

1

Zahl analysierter Regionen

189

Gemeindebezeichnung

Flensburg, Stadt

Ländername

Schleswig-Holstein

Entf. Uni Maschinen- Fahrzeugbau, Mechatronik,
 Jahresbruttolohn im produzierenden Gewerbe
 langfristige prozentuale Entwicklung Jahresbruttolohn
 Lohnstückkosten im produzierenden Gewerbe
 langfristige prozentuale Entwicklung Lohnstückkosten
 Produktivität prod.Gewerbe p.a. je Beschäftigten
 langfristige prozentuale Entwicklung Produktivität
 Bruttoinlandsprodukt je Einwohner
 langfristige prozentuale Entwicklung BIP
 Bruttowertschöpfung in Landwirtsch ua. in 1000 EUR
 Bruttowertschöpfung produzierendes Gewerbe
 Bruttowertschöpfung Dienstleistungsbereiche
 langfrist. Entwicklung BWS Landwirtschaft_ua
 langfr. Entwicklung BWS produzierendes Gewerb
 langfr. Entwicklung BWS Dienstleistungsbereiche
 Anteil Arbeitsloser an Einwohnerzahl Umkreis 30km
 Anteil Arbeitsloser an Einwohnerzahl Umkreis 10km
 Anteil Arbeitsloser Technische_Berufe Umkreis 30km
 Anteil Arbeitsloser Dienstleistungsberufe Umkreis 30km
 Anteil Arbeitsloser Chemie Kunststoff Umkreis 30km
 Anteil Arbeitsloser Metallerzeug. /Bearb. Umkreis 30km
 Anteil Arbeitsloser Schlosser_Mechaniker Umkreis 30 km
 Anteil Arbeitsloser Elektriker Umkreis 30km
 Anteil Beschäftigter Landwirtschaft ua Umkreis 30km
 Anteil Beschäftigter produz. Gewerbe Umkreis 30km
 Anteil Beschäftigter KFZ-Handel in der Gemeinde
 Anteil Beschäftigter Tankstellen in der Gemeinde
 Anteil Beschäftigter Einzelhandel Waren versch. Art,;Gemeinde
 Anteil Besch Apotheken, Kosmetik, Orthopädie, Drogerien; Gmeinde
 Anteil Beschäftigter Hotellerie in der Gemeinde
 Anteil Beschäftigter Frachtumschlag und Lagerei in der Gemeinde
 Anteil Besch. Spedition u. sonst. Verkehrsvermittlung; Gemeinde
 Anteil Beschäftigter Einzelhandel o. KFZ Umkreis 30km
 Anteil Beschäftigter Gastgewerbe Umkreis 30km
 Anteil Beschäftigter Einzelhandel (ohne KFZ) in der Gemeinde

,073084

,00086

,008289