

# Standortumfrage 2015

## Ludwigshafen



## Vorwort

Die Attraktivität einer Wirtschaftsregion bemisst sich vor allem an der Qualität der Standortfaktoren. Diese haben maßgeblichen Einfluss auf Ansiedlungsvorhaben sowie auf die Entscheidung von Unternehmen, am jeweiligen Standort längerfristig zu verbleiben. Die IHK Pfalz hat deshalb im Frühsommer 2015 bereits zum vierten Mal rund 11.000 Unternehmen in 12 pfälzischen Kommunen befragt. Ziel der Umfrage ist es, Stärken und Schwächen des jeweiligen Wirtschaftsstandorts aus Sicht der ortsansässigen Wirtschaft zu ermitteln, um hieraus als Handreichung für die Kommunen Ansatzpunkte für die Arbeit von Wirtschaftsförderung und Verwaltung abzuleiten. Dazu wurden die Unternehmen gebeten, 33 Standortfaktoren anhand der Kriterien „Bedeutung“ und „Zufriedenheit“ gemäß dem Schulnotensystem (Bedeutung: 1 = sehr hoch bis 6 = sehr niedrig bzw. Zufriedenheit: 1 = sehr zufrieden bis 6 = völlig unzufrieden) zu bewerten.

Einleitend erfolgt eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse für die gesamte Pfalz, gefolgt von den einzelnen Kapiteln mit den besonders signifikanten Umfrageergebnissen in den zwölf Kommunen. Neben den acht kreisfreien Städten der Pfalz wurden die Unternehmen in den zwei kreisangehörigen Städten und Verbandsgemeinden mit Sitz einer Kreisverwaltung - Bad Dürkheim, Germersheim, Kirchheimbolanden und Kusel – in die Umfrage einbezogen. Zu Beginn eines jeden Kapitels werden die wichtigsten wirtschaftsstatistischen Merkmale der einzelnen Kommune in einer Tabelle zusammengefasst. Im Anschluss folgt eine textliche Analyse zu den besonders erwähnenswerten Standortfaktoren vor Ort. Dabei wurde aus den Antworten der Unternehmen der Durchschnitt aller zwölf Kommunen ermittelt und dieser Wert jeweils den konkreten Beurteilungen der Unternehmen an der jeweiligen Standortgemeinde gegenübergestellt. In den Graphiken - als Portfolio-Diagramme - sind darüber hinaus die Unternehmensbewertungen zu allen abgefragten Standortfaktoren veranschaulicht.

Eine hohe Bedeutung in Verbindung mit einer hohen Zufriedenheit der Unternehmen weist auf besondere Standortvorteile hin. Merkliche Abweichungen zwischen der Bedeutung und Zufriedenheit von Standortfaktoren sowie zum pfalzweiten Durchschnitt weisen dagegen auf Standortdefizite und somit besonderen Handlungsbedarf hin. Über- oder unterdurchschnittliche Ergebnisse lassen nicht automatisch auf gute oder schlechte Ergebnisse schließen. Dennoch sollte es der Anspruch der Städte sein, zumindest den Durchschnitt der befragten Kommunen zu erreichen.

Aus der Analyse lassen sich konstruktive Ansätze ableiten, wie die Kommunen ihre Rahmenbedingungen und ihr Handeln noch wirtschaftsfreundlicher ausgestalten und so ihre Qualität als Wirtschaftsstandort weiter verbessern können. Zwar beschränkt sich die Analyse auf ausgewählte Standorte – die Ergebnisse können aber auch für vergleichbare oder benachbarte Standortgemeinden, die nicht in die Umfrage einbezogen wurden, interessante Ansatzpunkte zur Verbesserung der Standortbedingungen liefern.

Gerne steht die IHK Pfalz für einen konstruktiven Dialog zur Verfügung.

Die vorliegende Umfrage finden Sie auch im Internet unter [www.pfalz.ihk24.de](http://www.pfalz.ihk24.de), Dokument-Nr. 2743604.

Albrecht Hornbach  
Präsident

Dr. Rüdiger Beyer  
Hauptgeschäftsführer

## Ludwigshafen: Das Leben ist eine Baustelle

Ludwigshafen erhält von seinen Unternehmen die Note 2,8 für seine Rahmenbedingungen insgesamt und liegt damit im Durchschnitt der befragten Kommunen. Dabei punktet Ludwigshafen bei allgemeinen Faktoren, aber auch das Schulangebot und die Gesundheitsversorgung werden geschätzt. Als wachsenden Nachteil empfinden die Unternehmen den innerörtlichen Straßenverkehr und besonders die geringe Attraktivität der Innenstadt.

Gute Beurteilungen erhält Ludwigshafen für seine Anbindung im überregionalen Verkehr. Der in den Augen der Unternehmen wichtigste Standortfaktor, die Anbindung an das Fernstraßennetz, wird mit 2,4 (Durchschnitt aller Kommunen: 2,4) gut, wenn auch schwächer als in der letzten Umfrage (2,0), beurteilt. Die Anbindungen an den Schienenfernverkehr mit 2,5 (2,9) und an Logistikzentren mit 2,6 (3,0) erreichen pfalzweit Höchstwerte. Und auch die sehr wichtige Breitbandinfrastruktur wird mit 2,7 (3,0) überdurchschnittlich bewertet. Dies und die zentrale Lage Ludwigshafens tragen auch dazu bei, dass die Erreichbarkeit von Kunden und Absatzmärkten mit 2,4 (2,5) positiv eingeschätzt wird.

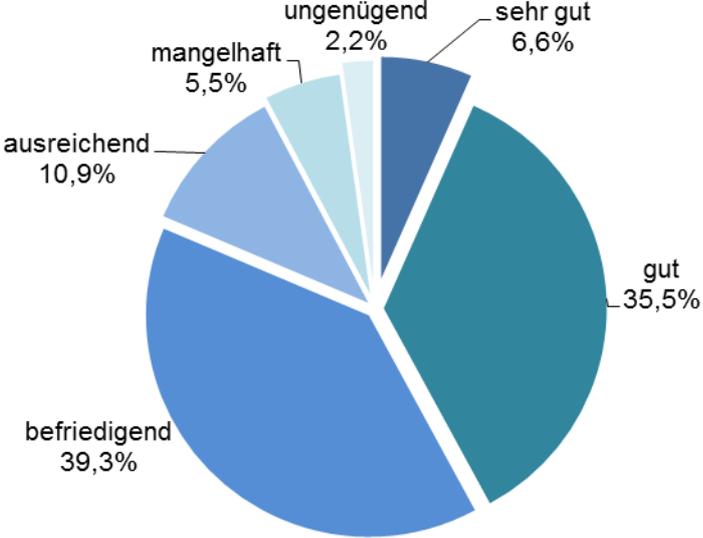
Regelrecht eingebrochen ist aber die Beurteilung der Leistungsfähigkeit des innerörtlichen Straßenverkehrs. Wurde diese 2013 noch mit 2,6 (3,0) als Vorteil betrachtet, liegt der Wert nun nur noch bei 3,4 (3,2). Grund hierfür sind massive Beeinträchtigungen von Unternehmen und Mitarbeitern durch diverse Straßenbaumaßnahmen sowie die bevorstehende Sanierung der Hochstraße Nord. Die Unternehmen vermissen Lösungen und Konzepte für die Zukunft.

Positiver fällt mit 2,9 (3,0) das Urteil zur Verfügbarkeit und mit 3,0 (3,2) zu den Preisen von Gewerbeflächen aus. Und auch die Kundennähe mit 2,8 (2,9) und Kompetenz der Wirtschaftsförderung mit 3,0 (3,0) werden zufriedenstellend eingeschätzt. Die Arbeit der Verwaltung erhält durchweg durchschnittliche Noten, wobei die Bearbeitungsdauer von Anliegen und Verfahren mit 3,5 (3,4) schwächer beurteilt wird. Im Fokus der Kritik stehen hier (Bau-) Genehmigungsverfahren und Brandschutzauflagen.

Bei den weichen Standortfaktoren bewegt sich Ludwigshafen häufig im Durchschnitt der befragten Kommunen. Eine gute Note gibt es für die Gesundheitsversorgung mit 2,4 (2,5) und auch das Schulangebot mit 2,6 (2,4) oder das Betreuungsangebot für Senioren mit 2,7 (2,7) werden geschätzt. Erschreckend schwach beurteilen die Unternehmen aber die Attraktivität der Innenstadt mit 4,6 (3,5). Hier hat sich bei vielen ein negatives Bild verfestigt, das trotz großer Anstrengungen nur schwer korrigierbar scheint. Ebenfalls sehr schwach beurteilt wird die Lebensqualität mit 3,4 (2,7).

Emotional verbinden die Unternehmen mit Ludwigshafen vor allem Wirtschaftskraft, aber auch das Gefühl der Heimat. Vermisst werden aber Flair und Kreativität sowie Sicherheit und Umweltfreundlichkeit. Ludwigshafen steht vor großen Herausforderungen und muss daran arbeiten, sein Image aufzupolieren, denn dieses wird mit 3,8 (3,2) ebenfalls als sehr schwach eingestuft.

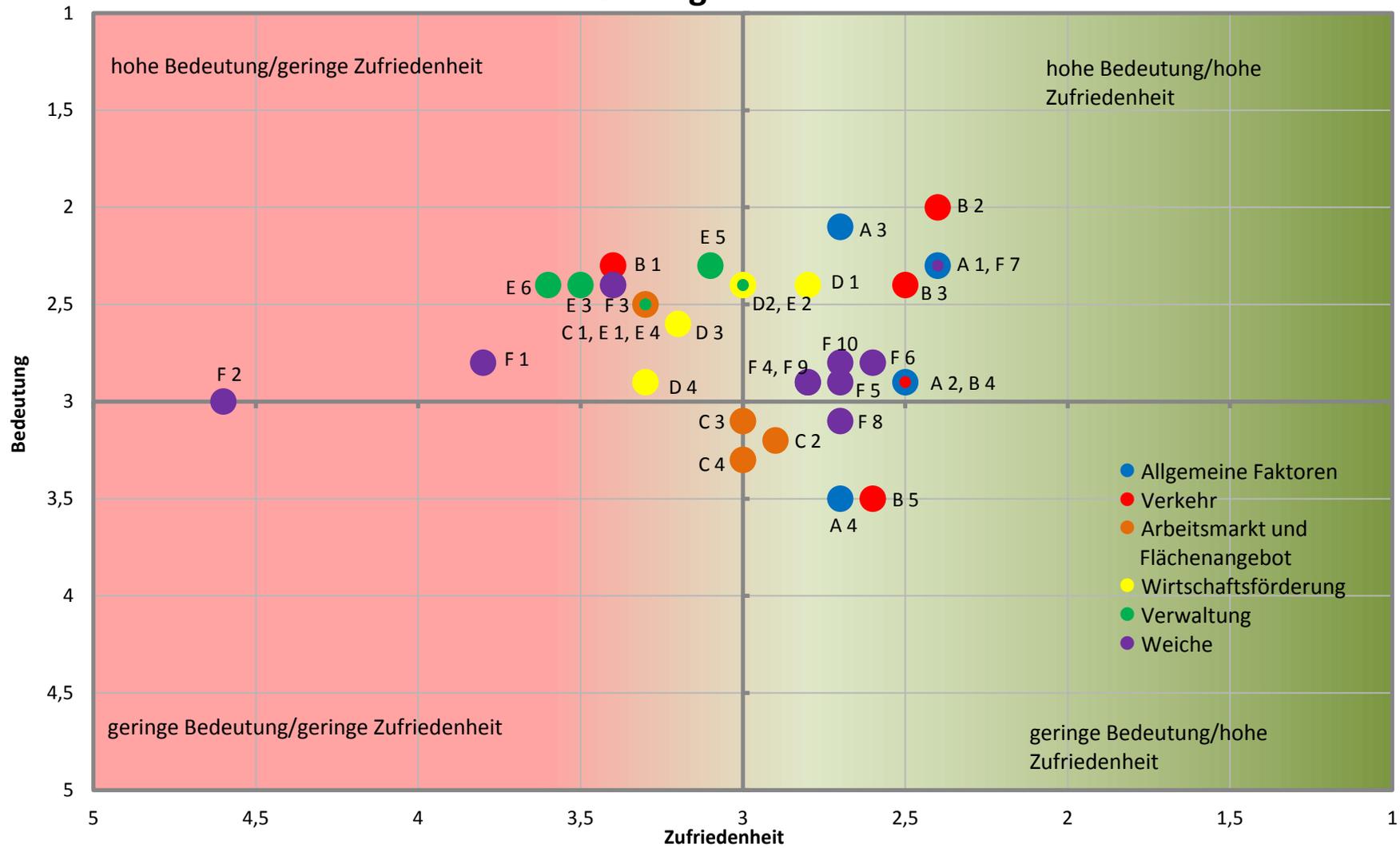
### Gesamtbewertung der Rahmenbedingungen (2,8)



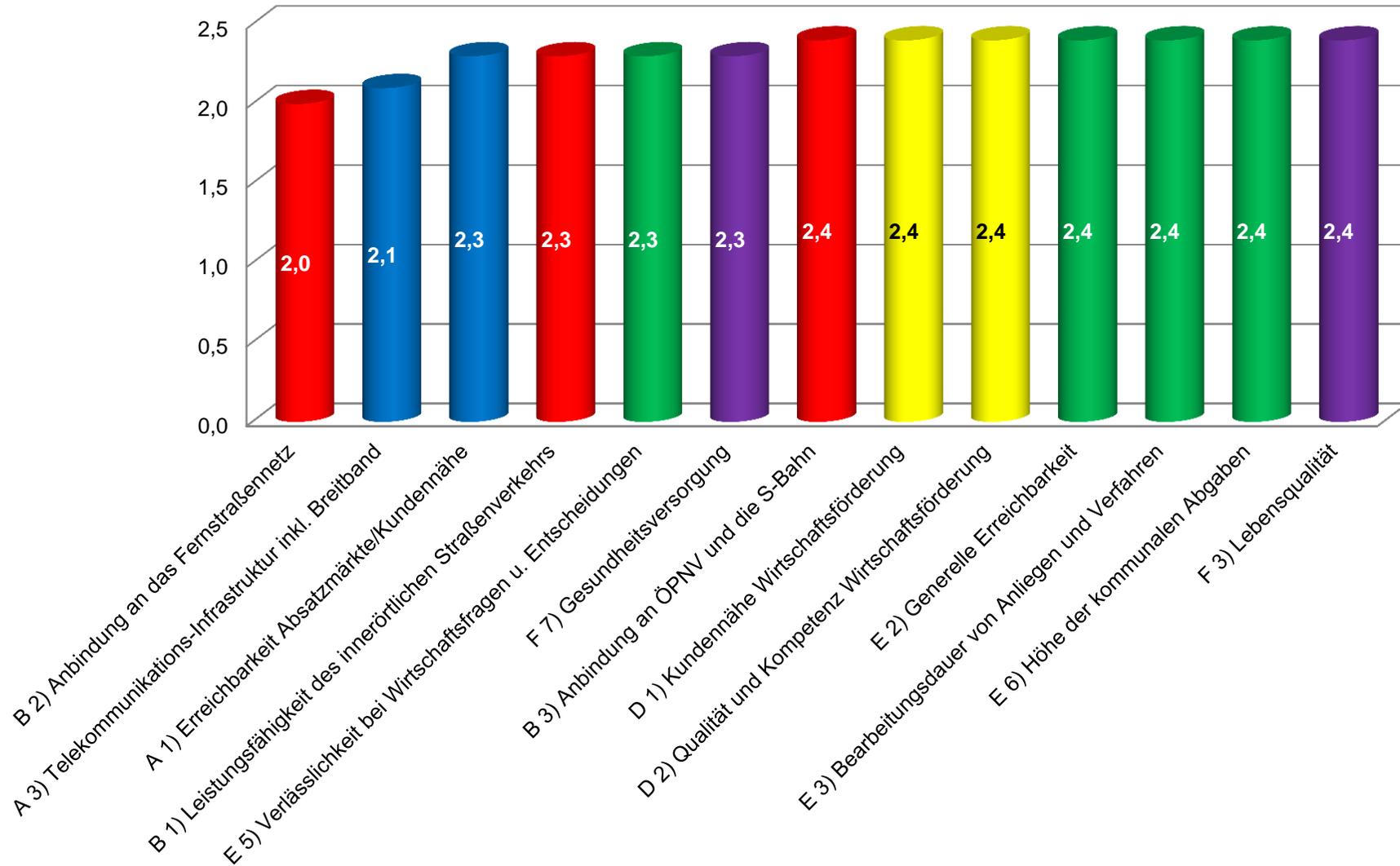
Rundungsdifferenz möglich

<b>Allgemeine Faktoren</b>
A 1) Erreichbarkeit Absatzmärkte/Kundennähe
A 2) Nähe zu Zulieferern und Kooperationspartnern
A 3) Telekommunikations-Infrastruktur inkl. Breitband
A 4) Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen
<b>Verkehr</b>
B 1) Leistungsfähigkeit des innerörtlichen Straßenverkehrs
B 2) Anbindung an das Fernstraßennetz
B 3) Anbindung an ÖPNV und die S-Bahn
B 4) Anbindung an Schienenfernverkehr
B 5) Anbindung an Logistikzentren
<b>Arbeitsmarkt und Flächenangebot</b>
C 1) Verfügbarkeit von Fachkräften
C 2) Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien
C 3) Miet-/Kaufpreis von Gewerbeflächen/-immobilien
C 4) Verfügbarkeit von Wohnimmobilien (Miete, Kauf)
<b>Kommunale Wirtschaftsförderung</b>
D 1) Kundennähe
D 2) Qualität und Kompetenz
D 3) Reaktionsgeschwindigkeit
D 4) Kommunales Standortmarketing
<b>Verwaltung</b>
E 1) „Offenes Ohr“ für Wirtschaftsfragen
E 2) Generelle Erreichbarkeit
E 3) Bearbeitungsdauer von Anliegen und Verfahren
E 4) Begründung von Entscheidungen (Transparenz)
E 5) Verlässlichkeit bei Wirtschaftsfragen u. Entscheidungen
E 6) Höhe der kommunalen Abgaben
<b>"Weiche" Standortfaktoren</b>
F 1) Image der Kommune
F 2) Attraktivität der Innenstadt
F 3) Lebensqualität
F 4) Betreuungsangebot für Kleinkinder
F 5) Betreuungsangebot für Schulkinder
F 6) Schulangebot
F 7) Gesundheitsversorgung
F 8) Betreuungsangebot für Senioren (auch Pflegefälle)
F 9) Kulturangebot
F 10) Sport- und Freizeitangebot

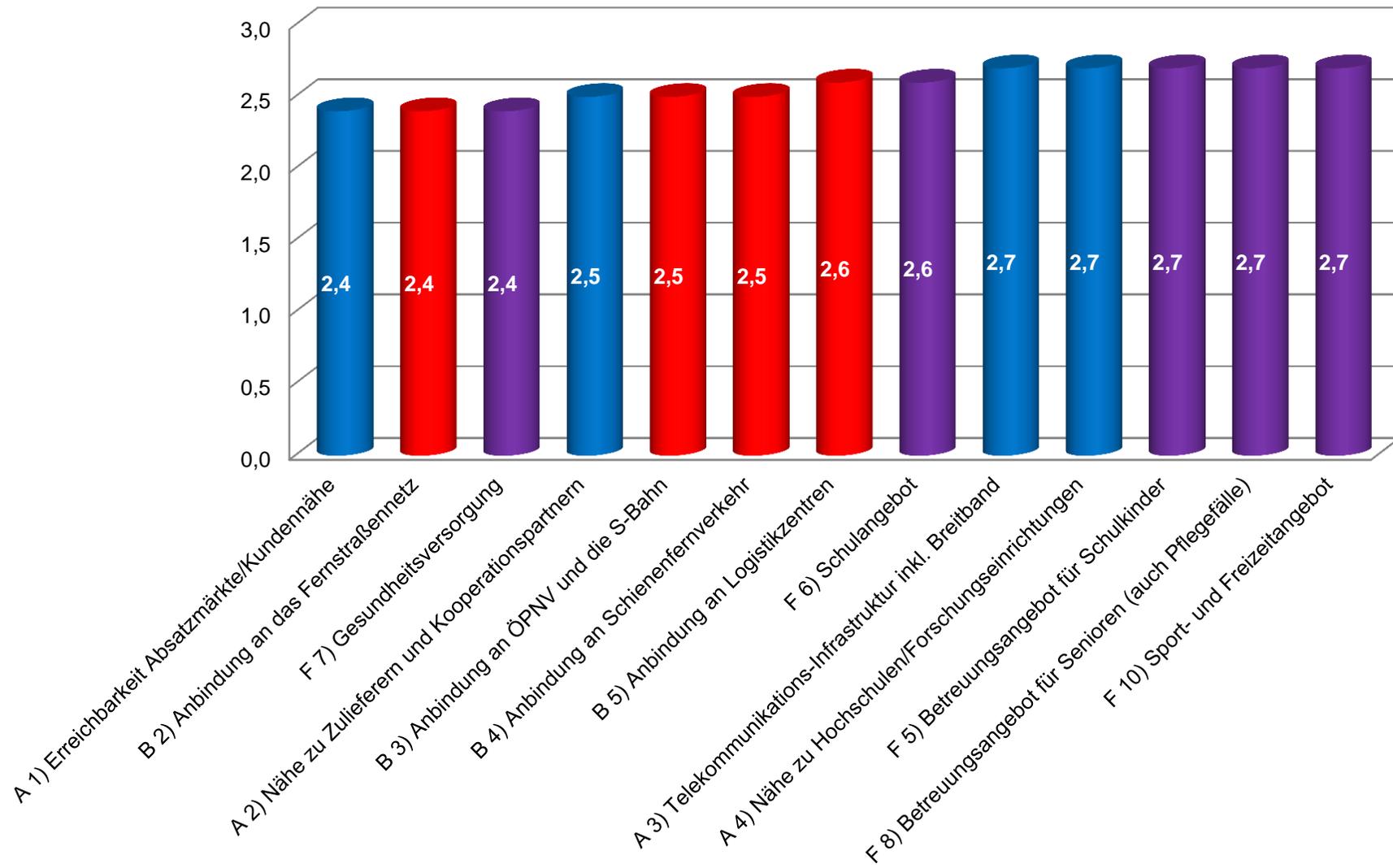
# Ludwigshafen



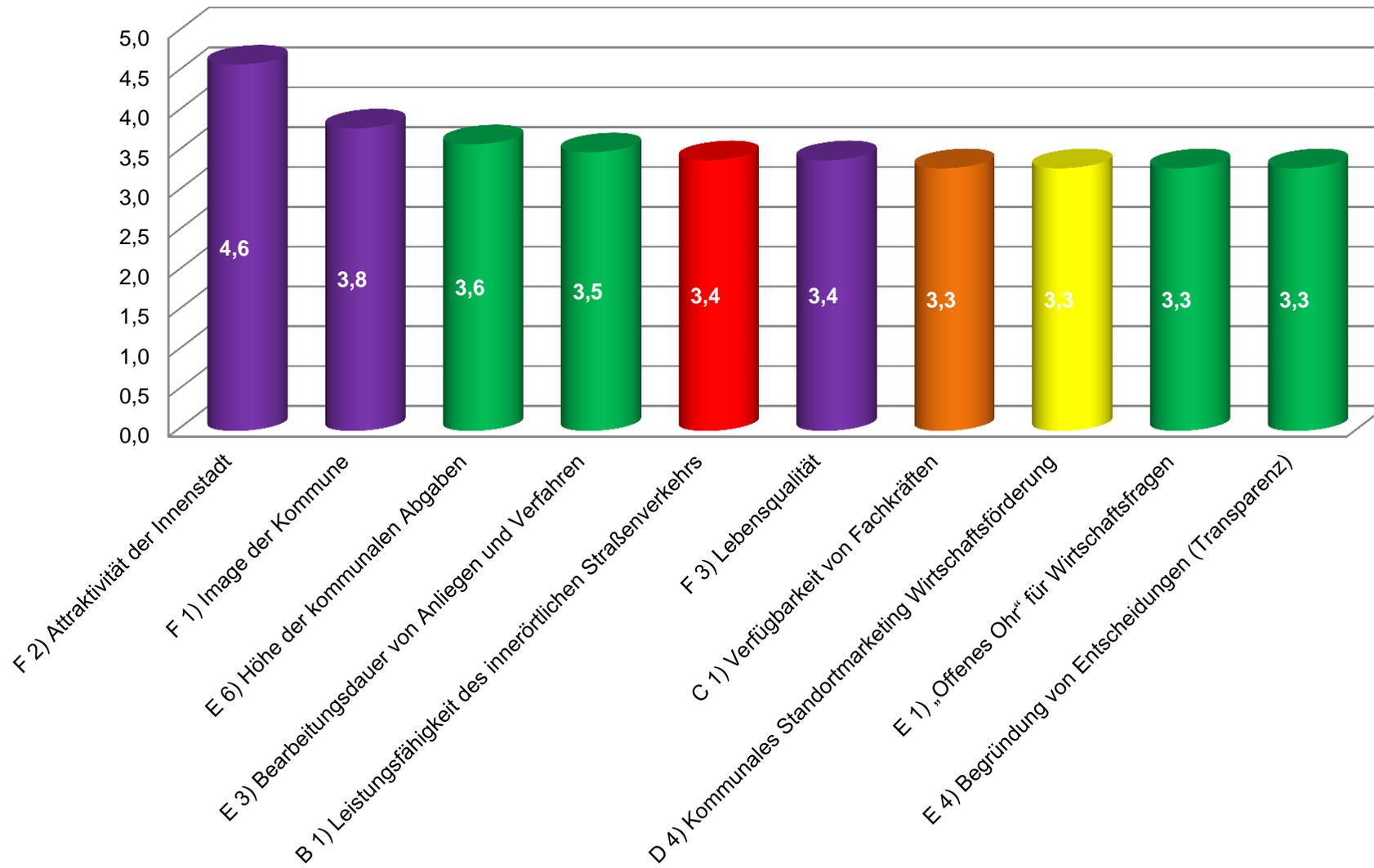
## Faktoren mit der höchsten Bedeutung Ludwigshafen



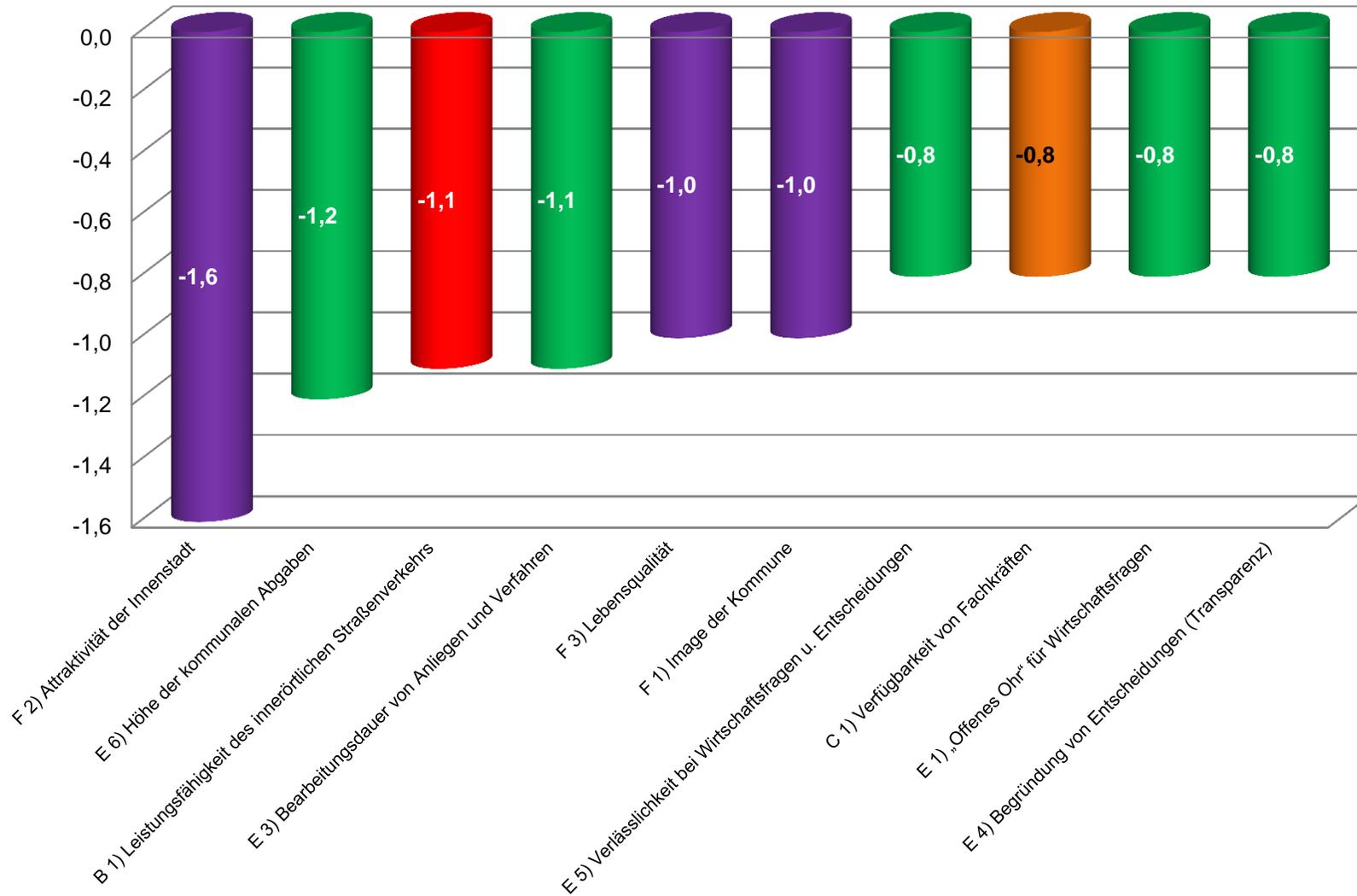
## Faktoren mit der höchsten Zufriedenheit Ludwigshafen



## Faktoren mit der niedrigsten Zufriedenheit Ludwigshafen



## Faktoren mit der höchsten negativen Differenz zwischen Bedeutung und Zufriedenheit Ludwigshafen



## Kreisfreie Stadt Ludwigshafen am Rhein

### Wie bewerten Sie insgesamt die Rahmenbedingungen am Standort Ihres Betriebes?

(1 = sehr gut bis 6 = ungenügend)

	Ludwigshafen	Pfalz*
	%	%
sehr gut	6,6	6,5
gut	35,5	37,1
befriedigend	39,3	35,2
ausreichend	10,9	13,7
mangelhaft	5,5	5,6
ungenügend	2,2	2,0

Rundungsdifferenzen möglich

### Was verbinden Sie mit Ihrer Standortgemeinde? (1 = trifft sehr zu bis 6 = trifft gar nicht zu)

	Ludwigshafen	Pfalz*
Heimat	2,7	2,2
Familienfreundlichkeit	2,9	2,6
Sicherheit	3,1	2,6
Umweltfreundlichkeit	3,2	2,8
Flair, Kreativität	3,8	3,1
Zukunft	3,2	3,1
Wirtschaftskraft	2,6	3,1
Innovationskraft	3,1	3,3

**Wie wichtig sind für Ihren Betrieb die folgenden Standortfaktoren** (1= sehr hoch bis 6 = sehr niedrig)  
**und wie zufrieden sind Sie mit diesen in Ihrer Standortgemeinde?** (1= sehr gut bis 6 = ungenügend)

	Bedeutung		Zufriedenheit	
	Ludwigshafen	Pfalz*	Ludwigshafen	Pfalz*
<b>Allgemeine Faktoren</b>				
A 1) Erreichbarkeit Absatzmärkte/Kundennähe	2,3	2,2	2,4	2,5
A 2) Nähe zu Zulieferern und Kooperationspartnern	2,9	2,9	2,5	2,6
A 3) Telekommunikations-Infrastruktur inkl. Breitband	2,1	2,2	2,7	3,0
A 4) Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen	3,5	3,5	2,7	2,7
<b>Verkehr</b>				
B 1) Leistungsfähigkeit des innerörtlichen Straßenverkehrs	2,3	2,5	3,4	3,2
B 2) Anbindung an das Fernstraßennetz	2,0	2,2	2,4	2,4
B 3) Anbindung an ÖPNV und die S-Bahn	2,4	2,9	2,5	2,9
B 4) Anbindung an Schienenfernverkehr	2,9	3,2	2,5	3,0
B 5) Anbindung an Logistikzentren	3,5	3,7	2,6	3,0
<b>Arbeitsmarkt und Flächenangebot</b>				
C 1) Verfügbarkeit von Fachkräften	2,5	2,5	3,3	3,4
C 2) Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	3,2	3,2	2,9	3,0
C 3) Miet-/Kaufpreis von Gewerbeflächen/-immobilien	3,1	3,1	3,0	3,2
C 4) Verfügbarkeit von Wohnimmobilien (Miete, Kauf)	3,3	3,3	3,0	3,2
<b>Summe</b>				
<b>Kommunale Wirtschaftsförderung</b>				
D 1) Kundennähe	2,4	2,3	2,8	2,9
D 2) Qualität und Kompetenz	2,4	2,3	3,0	3,0
D 3) Reaktionsgeschwindigkeit	2,6	2,4	3,2	3,2
D 4) Kommunales Standortmarketing	2,9	2,7	3,3	3,4
<b>Verwaltung</b>				
E 1) „Offenes Ohr“ für Wirtschaftsfragen	2,5	2,3	3,3	3,3
E 2) Generelle Erreichbarkeit	2,4	2,3	3,0	3,0
E 3) Bearbeitungsdauer von Anliegen und Verfahren	2,4	2,4	3,5	3,4
E 4) Begründung von Entscheidungen (Transparenz)	2,5	2,4	3,3	3,4
E 5) Verlässlichkeit bei Wirtschaftsfragen u. Entscheidungen	2,3	2,4	3,1	3,3
E 6) Höhe der kommunalen Abgaben	2,4	2,4	3,6	3,6
<b>"Weiche" Standortfaktoren</b>				
F 1) Image der Kommune	2,8	2,5	3,8	3,2
F 2) Attraktivität der Innenstadt	3,0	2,6	4,6	3,5
F 3) Lebensqualität	2,4	2,1	3,4	2,7
F 4) Betreuungsangebot für Kleinkinder	2,9	2,8	2,8	2,7
F 5) Betreuungsangebot für Schulkinder	2,9	2,7	2,7	2,7
F 6) Schulangebot	2,8	2,6	2,6	2,4
F 7) Gesundheitsversorgung	2,3	2,2	2,4	2,5
F 8) Betreuungsangebot für Senioren (auch Pflegefälle)	3,1	2,8	2,7	2,7
F 9) Kulturangebot	2,9	2,7	2,8	2,8
F 10) Sport- und Freizeitangebot	2,8	2,6	2,7	2,6

Pfalz\* = Durchschnitt aller Antworten der untersuchten Kommunen  
Quelle: eigene Erhebung 2015

	Ludwigshafen	IHK-Bezirk
<b>Bevölkerung</b>		
Einwohner 2014	162.312	1.389.769
<b>Demografische Entwicklung</b>		
Einwohner 31.12.2013	161.518	1.387.737
davon in %		
< 20	19,4	18,2
20-64	61,2	60,8
65 und >	19,5	21,0
Einwohner 2035	169.776	1.341.888
davon in %		
< 20	19,0	16,8
20-64	56,6	52,5
65 und >	24,4	30,7
Einwohner 2060	156.459	1.181.224
davon in %		
< 20	17,8	15,9
20-64	53,6	51,0
65 und >	28,6	33,1
<b>Beschäftigung</b>		
Sozialversicherungspflicht Beschäftigte am 30.06.2014	98.842	461.986
Arbeitslosenquote (2014) in %	9,1	6,0
<b>Wertschöpfung 2012 in Mio. €</b>		
Bruttowertschöpfung insgesamt,	10.432	37.717
davon		
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	13	502
Produzierendes Gewerbe	7.384	16.301
Dienstleistungsbereiche	3.035	20.914
BIP je Erwerbstätigen	99.380	64.948
<b>Tourismus 2014</b>		
Gäste	126.010	1.776.246
Übernachtungen	237.137	4.199.935
<b>Allgemeine Kaufkraft 2015</b>		
je Einwohner in €	21.950	21.799
je Einwohner Index (Deutschland = 100)	100,4	99,7
<b>Öffentliche Finanzen</b>		
Gewerbesteuerhebesatz	405%	Niedrigster Wert: 330% Höchster Wert: : 420%
Schulden der Kommunen gegenüber dem nicht-öffentlichen Bereich je Einwohner in Euro 2014	6.951	3.888