



L · Q · M



Braunschweig
Zukunft

Unternehmensbefragung zu Standortzufriedenheit,
Bedarfen und erwarteten Entwicklungen

Ergebnisbericht

für die

Braunschweig Zukunft GmbH

28. November 2023

Inhalt

1.	Hintergrund	2
2.	Standortbewertung	9
3.	Braunschweig Zukunft GmbH	18
4.	Erwartete Entwicklung	25
5.	Zukunftsthemen	34
6.	Flächenbedarfe	39
7.	Fachkräfte	44
8.	Handlungsrelevanz	51
9.	Zusammenfassung	54

Kontakt

1. Hintergrund

Die Unternehmensbefragung GEWERBEMonitor erhebt die Zufriedenheit der Unternehmen mit dem Standort und ihre Anforderungen an die Verwaltung.

- Zur Erhebung handlungsleitender, verlässlicher Daten über die Zufriedenheit der Braunschweiger Unternehmen mit dem Standort, über ihre Bewertung der Standortfaktoren, bezüglich zukünftiger Wünsche und Bedarfe wurde im Auftrag der Braunschweig Zukunft GmbH vom 3. bis zum 29. Juli 2023 eine Befragung von Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und -vereinen in Braunschweig durchgeführt.
- Es bestand für alle Unternehmen die Möglichkeit zur Teilnahme, beworben unter anderem auf den Social-Media-Kanälen der Braunschweig Zukunft GmbH. 940 Unternehmen, Verbände, Vereine und weitere Partner der Wirtschaftsförderung (zur besseren Lesbarkeit im Folgenden allgemein als Unternehmen bezeichnet) wurden mittels postalischer Anschreiben persönlich kontaktiert und um Teilnahme an der Befragung gebeten.
- Die Befragung wurde zunächst online durchgeführt. Unternehmen, die sich zuvor noch nicht online beteiligt hatten, wurden telefonisch kontaktiert und um Teilnahme an der Befragung gebeten.
- Es konnten insgesamt 380 Unternehmen für die Teilnahme an der Befragung gewonnen werden, was einer hervorragenden Ausschöpfungsquote von 40% der ursprünglich kontaktierten Gesamtzahl entspricht.
- Themen der Befragung waren insbesondere die Gesamtbewertung des Standorts und der Standortfaktoren. Darüber hinausgehend waren auch Themen wie Fachkräfte, Flächen und weitere Kennzahlen Inhalte der Befragung.

1. Hintergrund

Die Unternehmen wurden mittels eines persönlichen Anschreibens zur Teilnahme an der Befragung eingeladen.

Zielgruppe



- Ansprechpersonen der Braunschweig Zukunft GmbH in den Unternehmen
- Stichprobe: 380 Befragte (180 online, 200 telefonisch)
- Ausschöpfungsquote: 40%

Methodik



- Online-Befragung mit nachgeschalteter Telefonbefragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interviewing) für Zielpersonen ohne vorherige Online-Teilnahme
- Durchschnittliche Interviewdauer: 20 Min.
- Befragungszeitraum: 03.07. – 29.07.2023

Interviews



- Fragebogeninhalt:
 - **Hauptmodule:**
 - Standortfaktoren, Globalzufriedenheit, Wirtschaftsförderungsleistungen
 - **Zusatzmodule:**
 - Zukunftsthemen, Flächen & weitere Kennzahlen, Fachkräfte, Standortimage

1. Hintergrund: Teilnehmer und Auswertung der Studie (I)

Die Ergebnisse der Zufriedenheits- und Imageskalen werden in Punktwerte von 0 bis 100 umgerechnet.

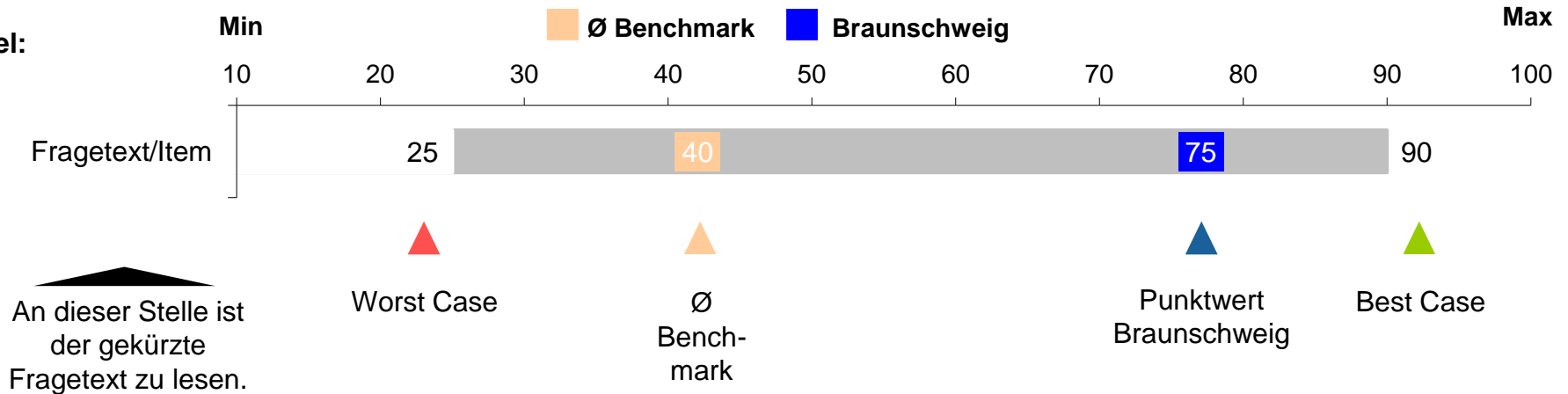
Berechnung – Beispiel:

Die Skalentransformation der Antwortoptionen in Punktwerte erleichtert die Lesbarkeit und Interpretation der Stärken und Schwächen. Unzufriedenheit wird dabei auf 0 gesetzt, höchste Zufriedenheit auf 100.

Punktwert 5er-Skala		Skala	Prozentanteil	Formel	Ergebnis
Sehr zufrieden/Trifft voll zu (1)	100	Sehr zufrieden	21%	21% x 100	21
Eher zufrieden/Trifft eher zu (2)	75	Eher zufrieden	54%	54% x 75	40
Teils/teils (3)	50	Teils/teils	18%	18% x 50	9
Eher unzufrieden/Trifft eher nicht zu (4)	0	Eher unzufrieden	5%	5% x 0	0
Sehr unzufrieden/Trifft überhaupt nicht zu (5)	0	Sehr unzufrieden	2%	2% x 0	0

Punktwert: 21 + 40 + 9 = 70

Beispiel:



Hintergrund: Teilnehmer und Auswertung der Studie (II)

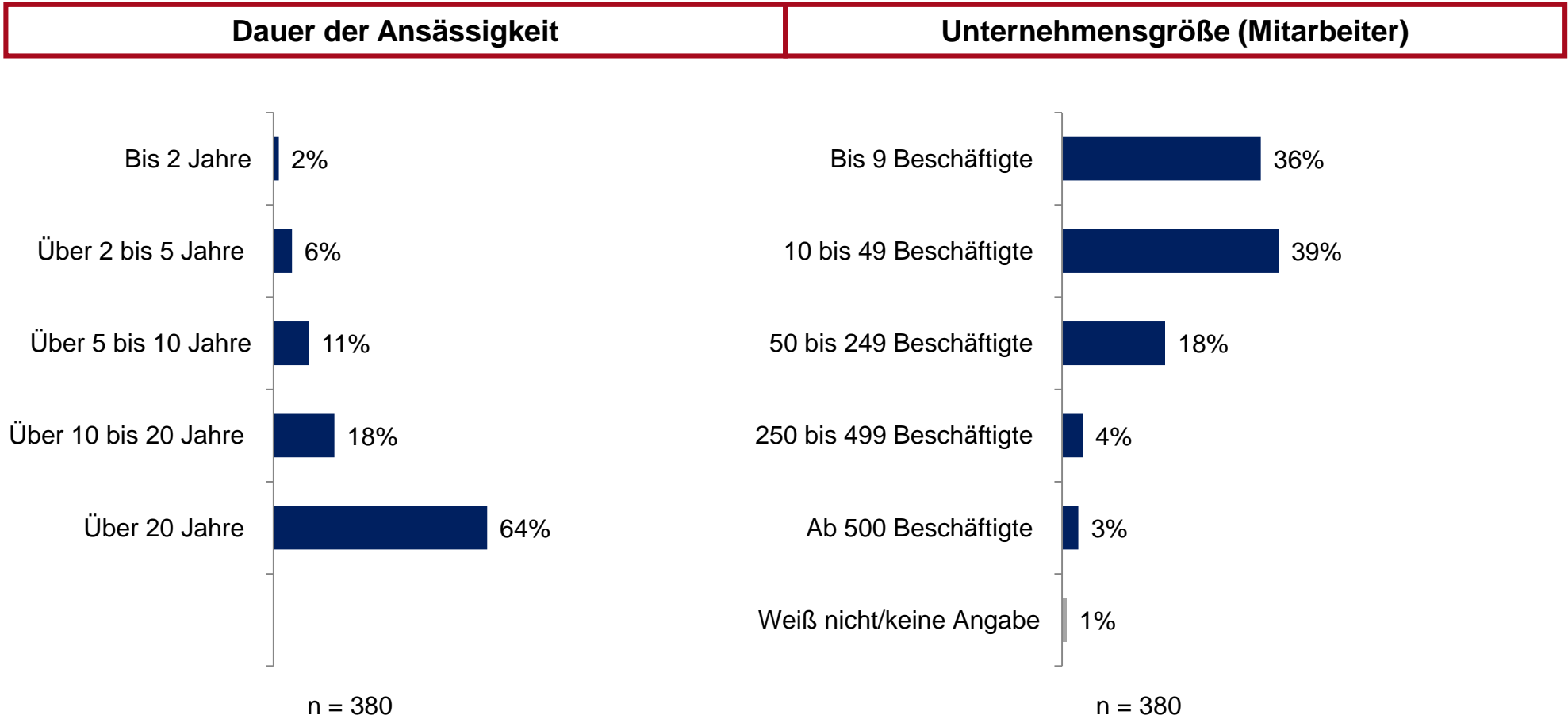
Teilnehmer vergleichbarer L-Q-M Unternehmensbefragungen



	Alzey (19.000 Einwohner)		Lehrte (45.000 Einwohner)		Samtgemeinde Grafschaft Hoya (17.000 Einwohner)
	Bernau bei Berlin (42.000 Einwohner)		Iserlohn (92.000 Einwohner)		Regiopolregion Rostock (400.000 Einwohner)
	Bochum (363.000 Einwohner)		Leonberg (49.000 Einwohner)		Landkreis Rottal-Inn (122.000 Einwohner)
	Braunschweig (250.000 Einwohner)		Landeshauptstadt Mainz (217.000 Einwohner)		Landkreis Schweinfurt (116.000 Einwohner)
	Eschborn (22.000 Einwohner)		Mannheim (312.000 Einwohner)		Sendenhorst (13.000 Einwohner)
	Friedberg (Hessen) (30.000 Einwohner)		Marburg (77.000 Einwohner)		Speyer (50.000 Einwohner)
	Friedrichsdorf (25.000 Einwohner)		Landeshauptstadt Potsdam (183.000 Einwohner)		Kreis Unna (393.000 Einwohner)
	Hattersheim am Main (28.000 Einwohner)		Planegg (11.000 Einwohner)		Weilerbach (5.000 Einwohner)

1. Hintergrund: Dauer der Ansässigkeit und Unternehmensgröße

Über die Hälfte der Unternehmen sind bereits seit über 20 Jahren in Braunschweig ansässig. 36% der Unternehmen haben bis zu 9, weitere 39% bis zu 49 Beschäftigte.

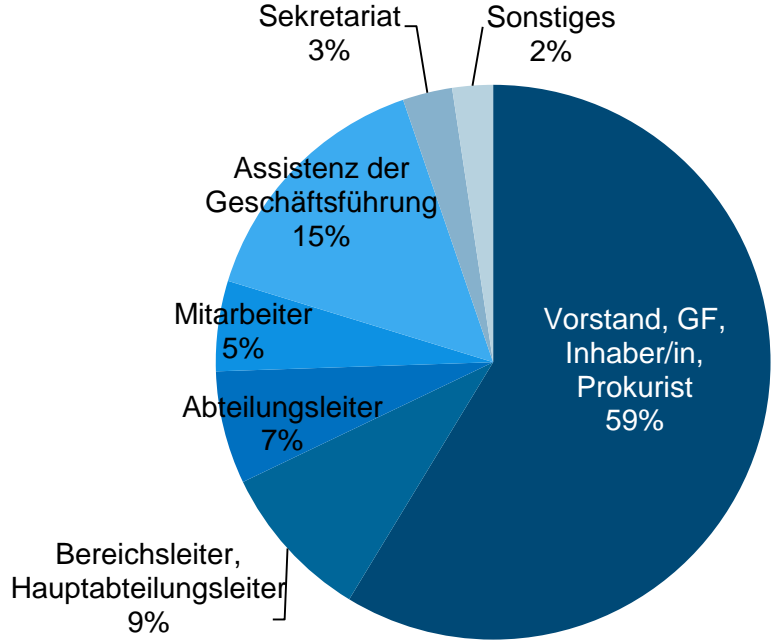


Frage 1: Wie lange ist Ihr Unternehmen schon in Braunschweig ansässig?
 Frage S1: Wie viele Mitarbeiter/innen hat ihr Unternehmen am Standort Braunschweig? Frage S2: Wenn Sie schätzen müssten, wären das...?

1. Hintergrund: Branche des Unternehmens und Position d. Befragten (I)

Der Fragebogen wurde in fast allen Fällen durch Personen mit Führungsverantwortung oder in unmittelbarer Nähe dazu beantwortet. Die Handels- und Dienstleistungsbranche sind deutlich häufiger vertreten als andere Branchen.

Branche	Position der Befragten im Unternehmen
---------	---------------------------------------



n = 380

Frage S3: Zu welcher Branche gehört Ihr Unternehmen?
Frage S4: Welche Position nehmen Sie im Unternehmen ein?

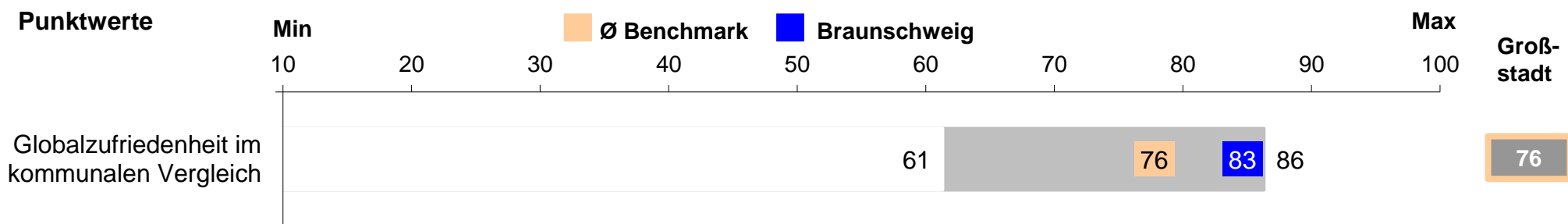
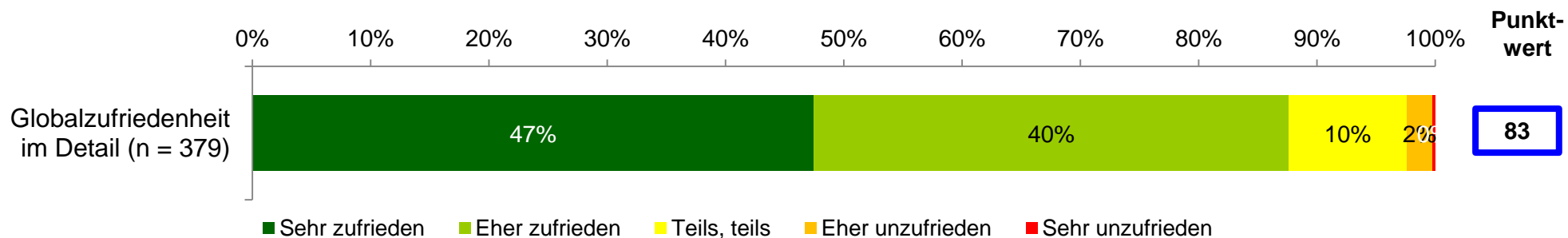
1. Hintergrund: Branche des Unternehmens und Position d. Befragten (II)

(Andere genannte Branchen)

- Architekturbüro (2x)
- Baunebengewerbe Anlagenhersteller
- Beratung / Dienstleister im Umweltbereich
- Biotechnologie
- Entsorgungswirtschaft
- Forschung & Entwicklung
- Forschungsgemeinschaft und -institut
- Industrierobotik; am Standort Braunschweig mit den Schwerpunkten Bildung (College) und Service (an Kundenmaschinen)
- Ingenieursdienstleistungen für die Automobilindustrie
- Luft- und Raumfahrtunternehmen
- Luftverkehr
- Sachverständigenbüro
- Schausteller
- Sonderanlagenbau
- Soziales Bildungsunternehmen
- Stiftungswesen
- Tourismus
- Universität
- Werbeagentur
- Wissenschaft
- Wohlfahrtsverband

2. Standortbewertung: Globalzufriedenheit

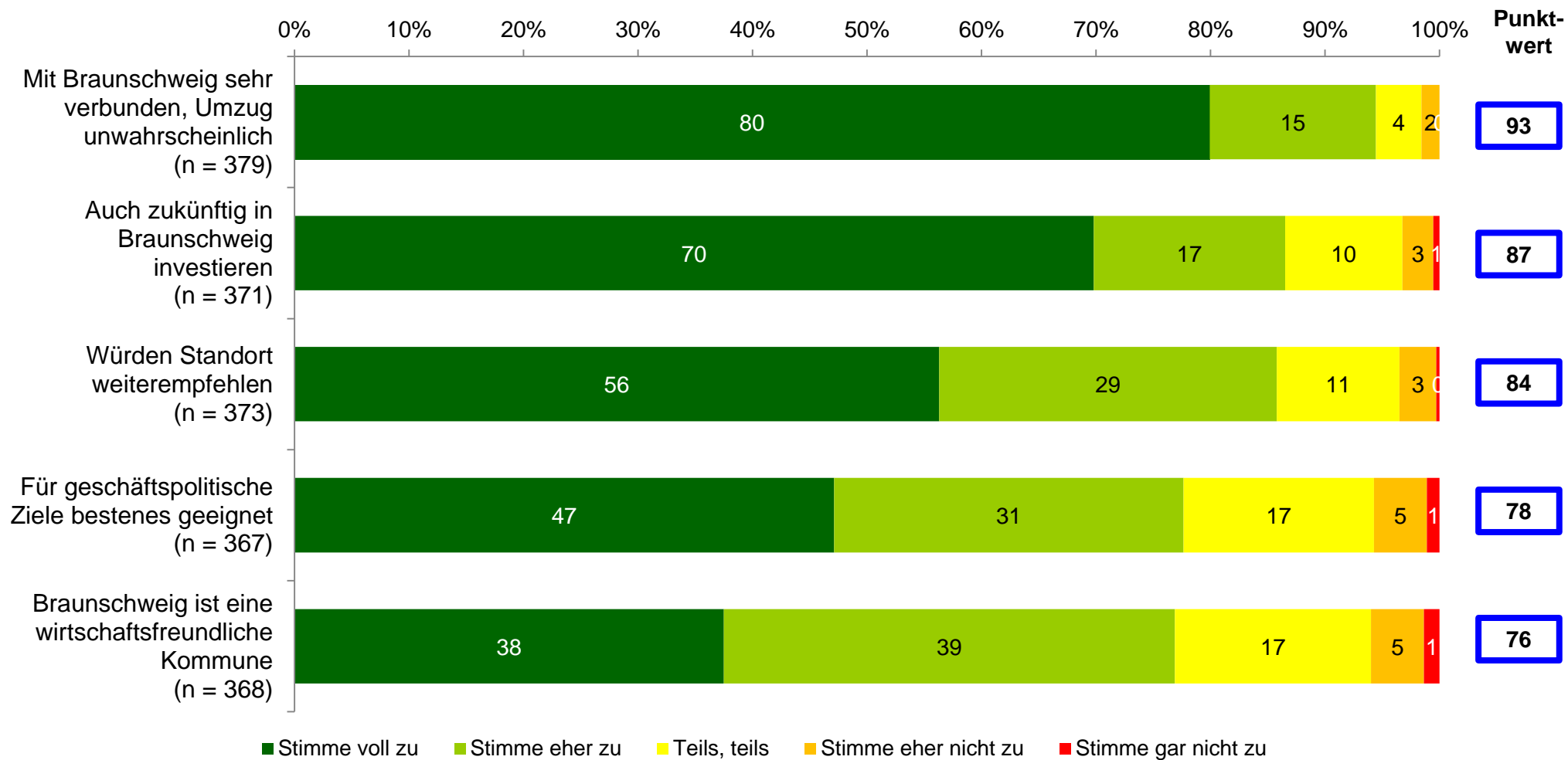
Insgesamt herrscht eine große Zufriedenheit bei den Unternehmen mit dem Standort Braunschweig vor. Knapp die Hälfte sind „sehr zufrieden“, 40% sind „eher zufrieden“. Auch im kommunalen Vergleich liegt Braunschweig messbar über dem Durchschnitt.



Frage 3: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Unternehmensstandort Braunschweig?

2. Standortbewertung: Standortloyalität im Detail

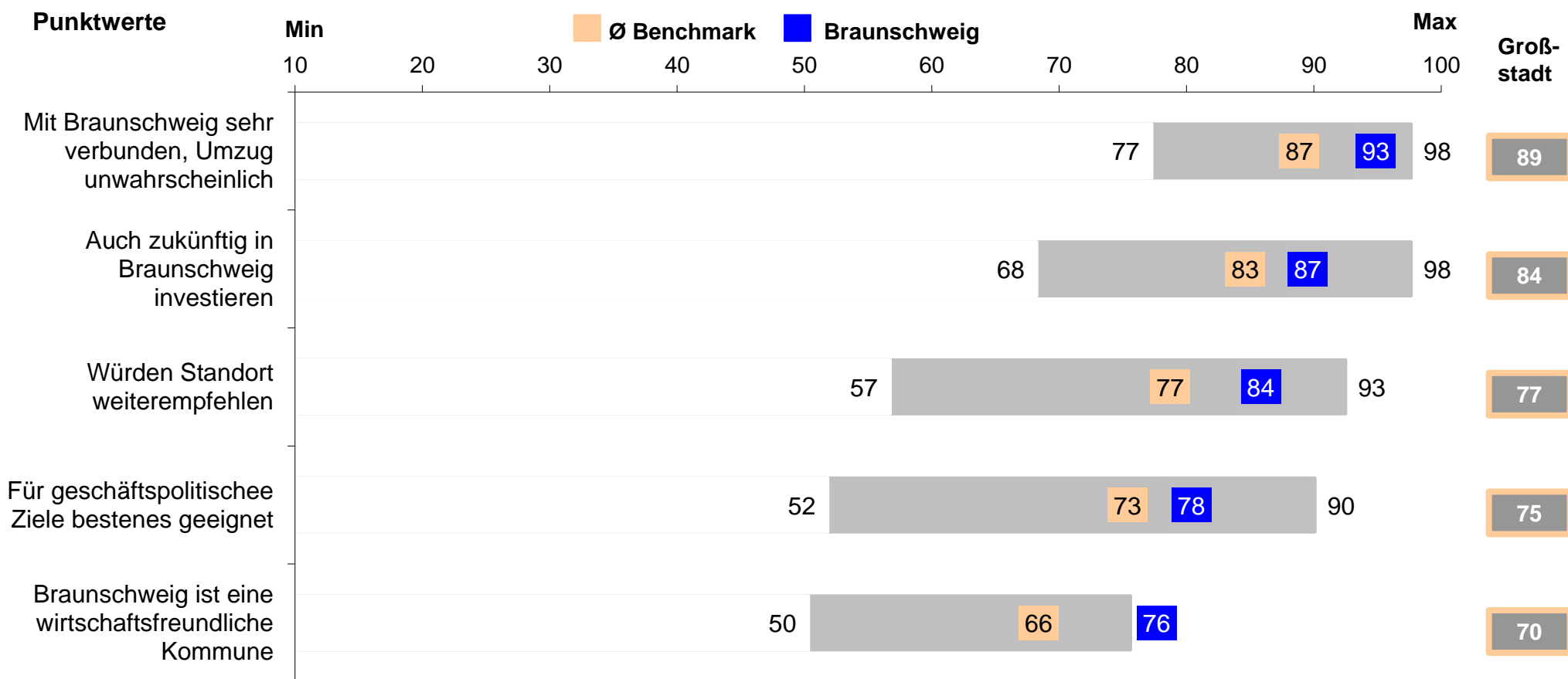
Die Befragung zeigt eine hohe Verbundenheit der Unternehmen mit dem Standort Braunschweig. Große Mehrheiten fühlen sich mit Braunschweig verbunden und möchten dort künftig investieren.



Frage 2: Bitte beurteilen Sie, inwieweit die folgenden Aussagen zum Standort Braunschweig zutreffen.

2. Standortbewertung: Standortloyalität im kommunalen Vergleich

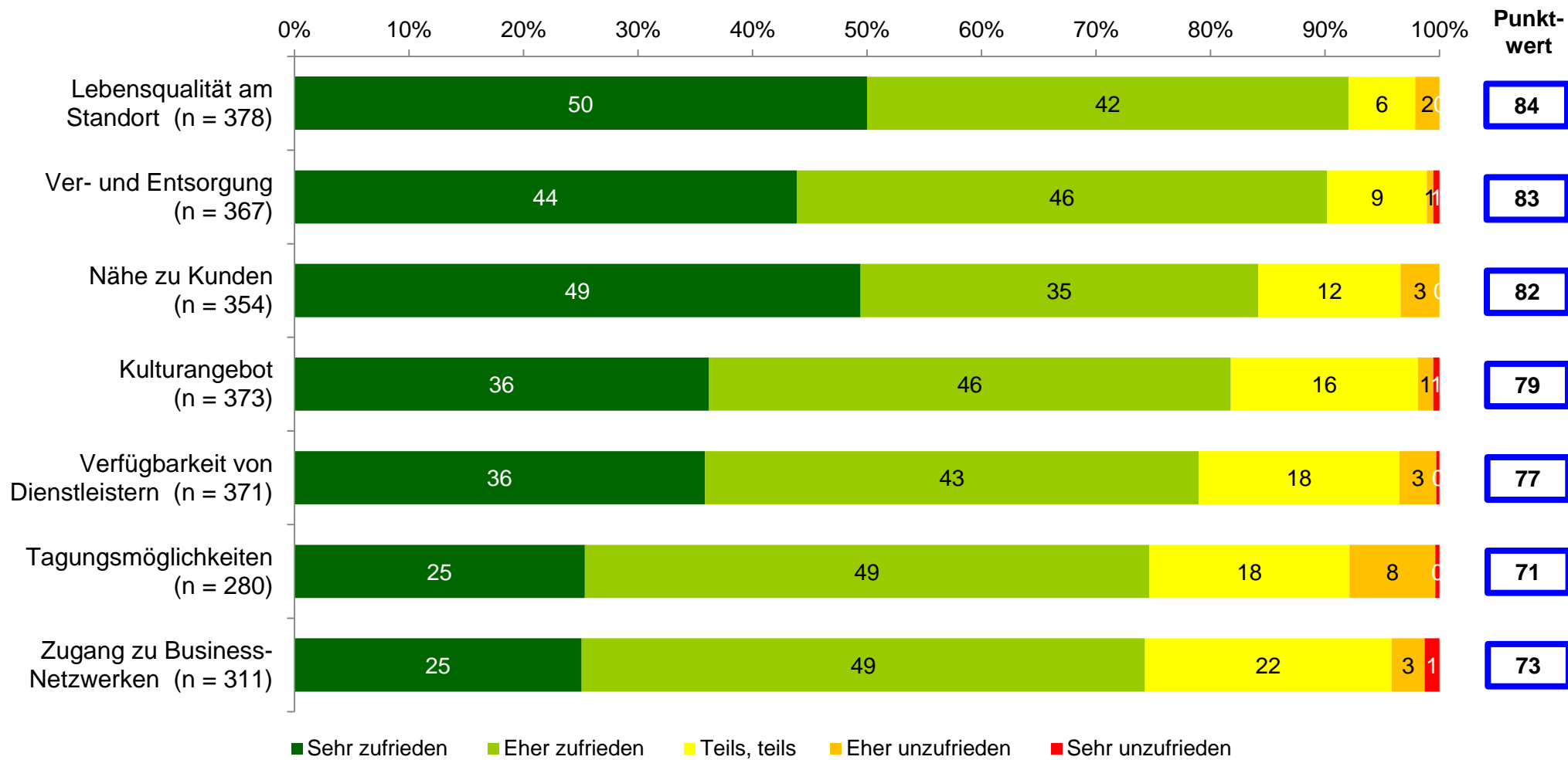
Im kommunalen Vergleich zeigt sich eine überdurchschnittliche Loyalität der Unternehmen zu ihrem Standort in Braunschweig – vor allem auch bei der typischerweise seltener bejahten Aussage, dass Braunschweig eine wirtschaftsfreundliche Kommune sei.



Frage 2: Bitte beurteilen Sie, inwieweit die folgenden Aussagen zum Standort Braunschweig zutreffen.

2. Standortbewertung: Standortfaktoren im Detail

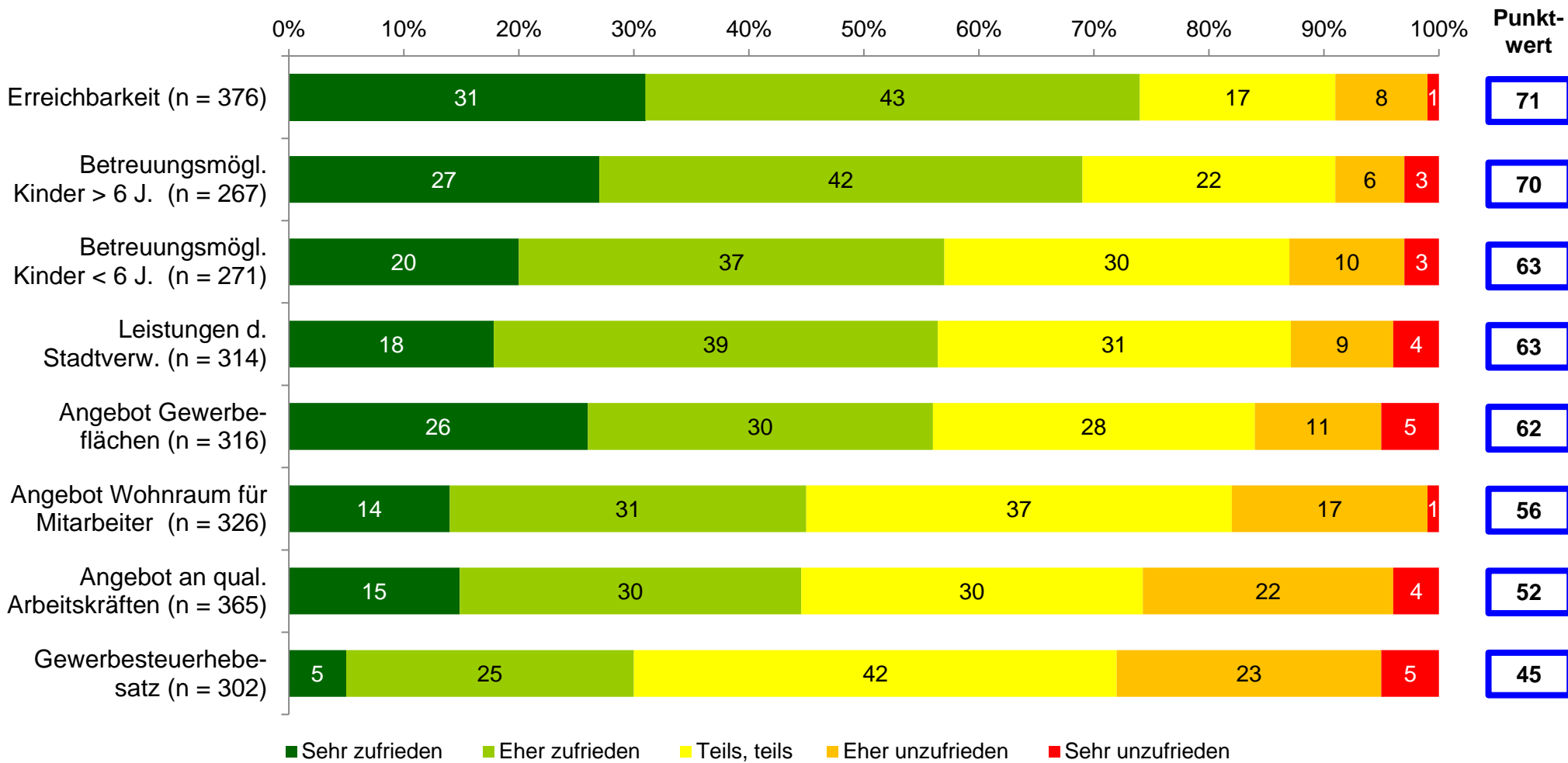
Die Unternehmen bzw. ihre Mitarbeiter schätzen die Lebensqualität in Braunschweig, das Angebot an Ver- und Entsorgung sowie die Nähe zu ihren Kunden. Auch das Kulturangebot wird gelobt.



Frage 4: Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Braunschweig. Wie zufrieden sind Sie mit... ?

2. Standortbewertung: Standortfaktoren im Detail

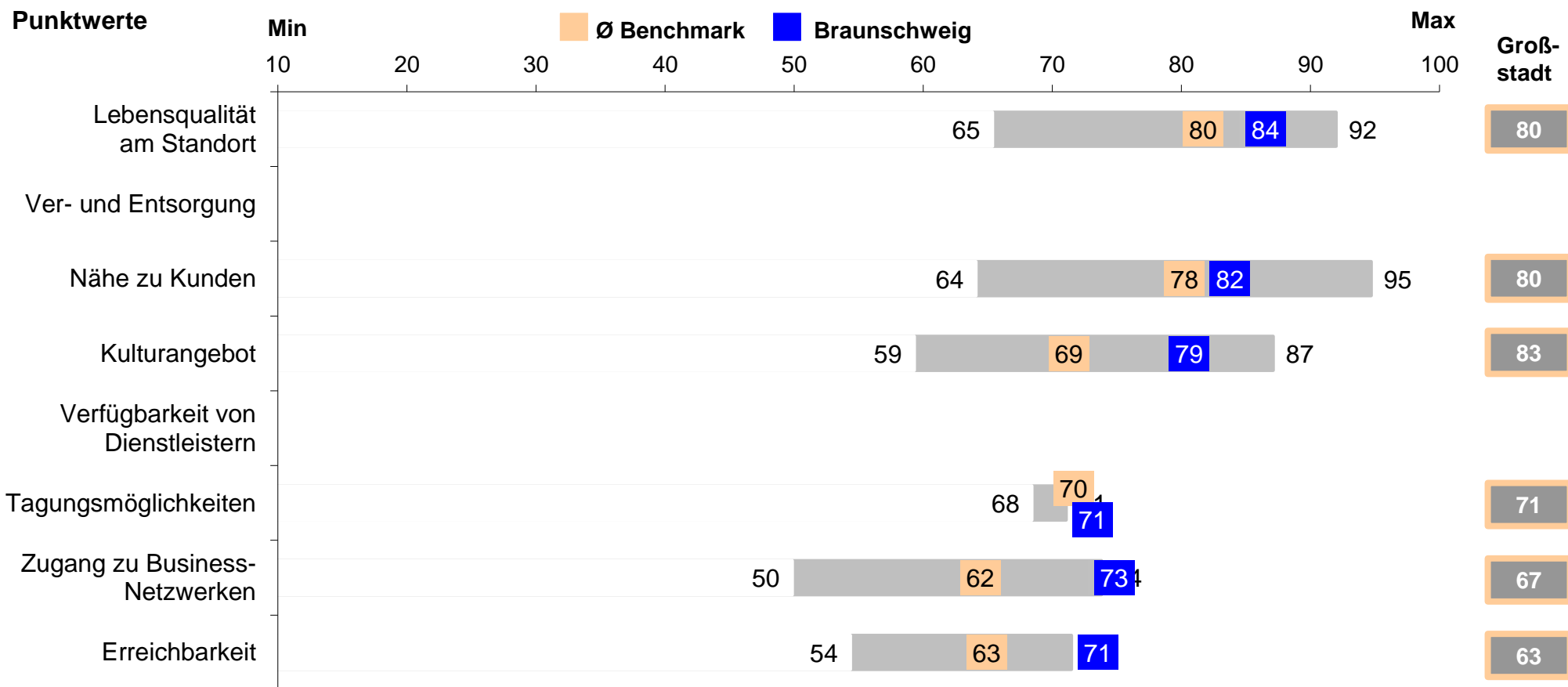
Vergleichsweise kritisch sieht man das Angebot an Gewerbeflächen und an Wohnraum. Viele Unternehmen erleben unmittelbar einen Fachkräftemangel.



Frage 4: Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Braunschweig. Wie zufrieden sind Sie mit... ?

2. Standortbewertung: Standortfaktoren im kommunalen Vergleich

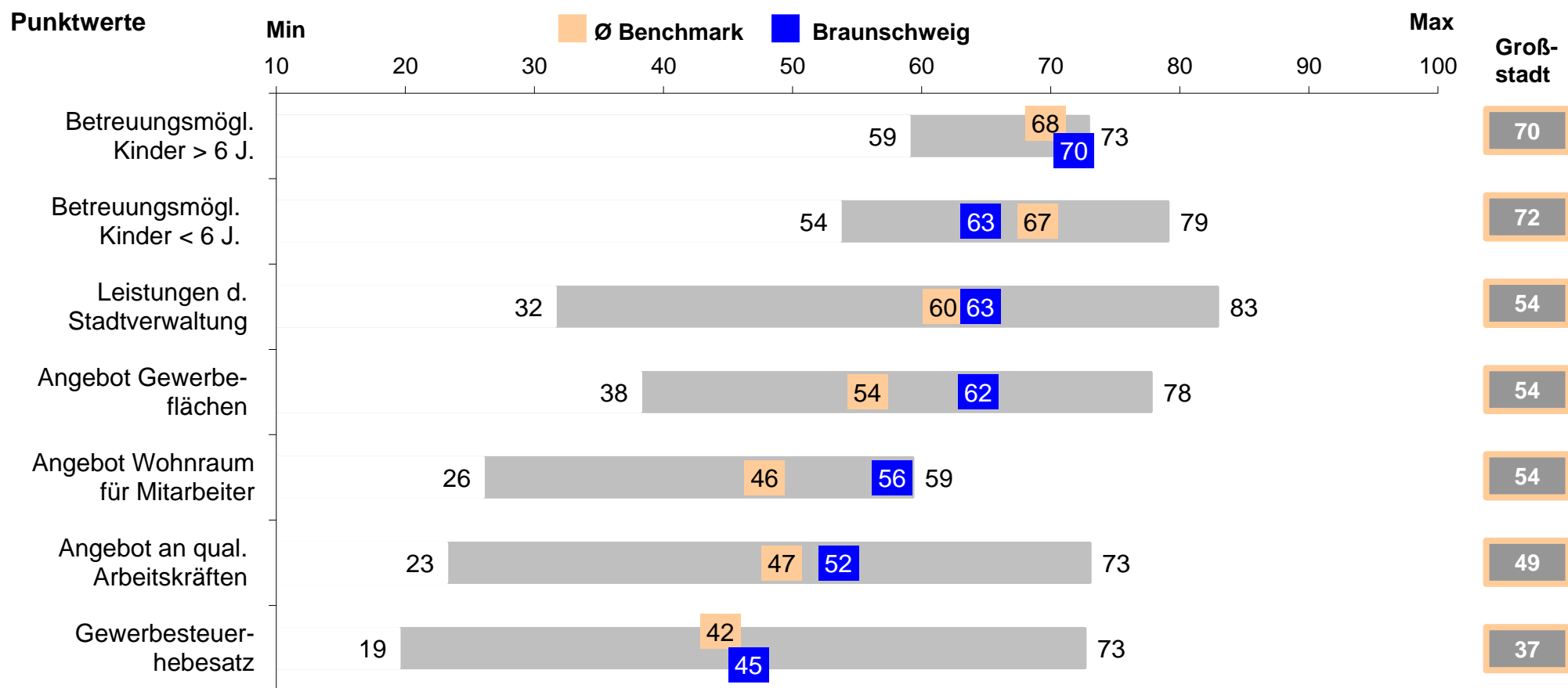
Das Kulturangebot, der Zugang zu Business-Netzwerken sowie die Erreichbarkeit von Braunschweig werden im kommunalen Benchmarking überdurchschnittlich bewertet.



Frage 4: Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Braunschweig. Wie zufrieden sind Sie mit... ?

2. Standortbewertung: Standortfaktoren im kommunalen Vergleich

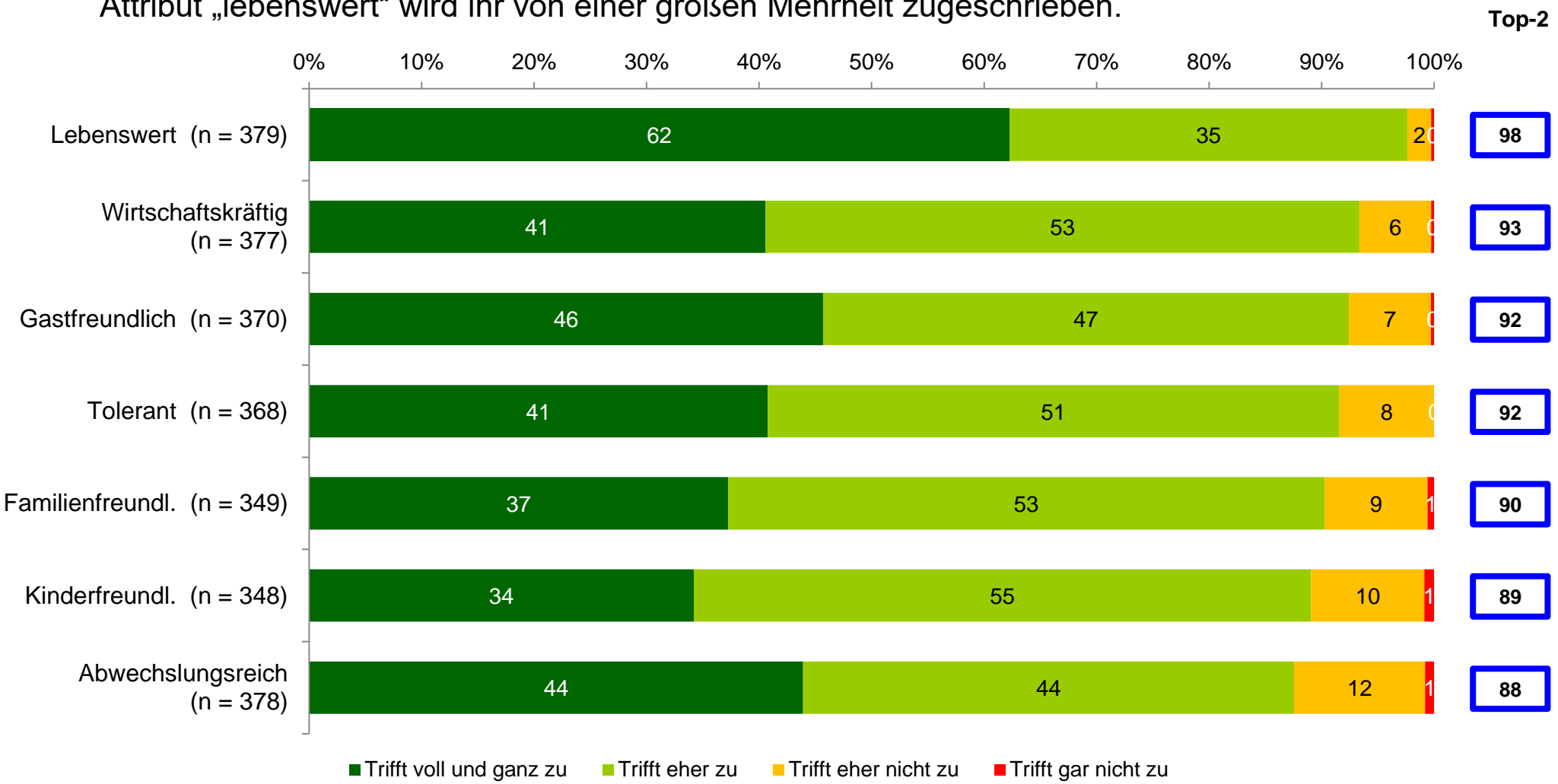
Obwohl kritischer bewertet als andere Standortfaktoren werden das Flächen- und Wohnraumangebot dennoch deutlich wohlwollender bewertet als in anderen Städten.



Frage 4: Jetzt geht es um Ihre Zufriedenheit mit den Standortfaktoren in Braunschweig. Wie zufrieden sind Sie mit... ?

2. Standortbewertung: Image (I)

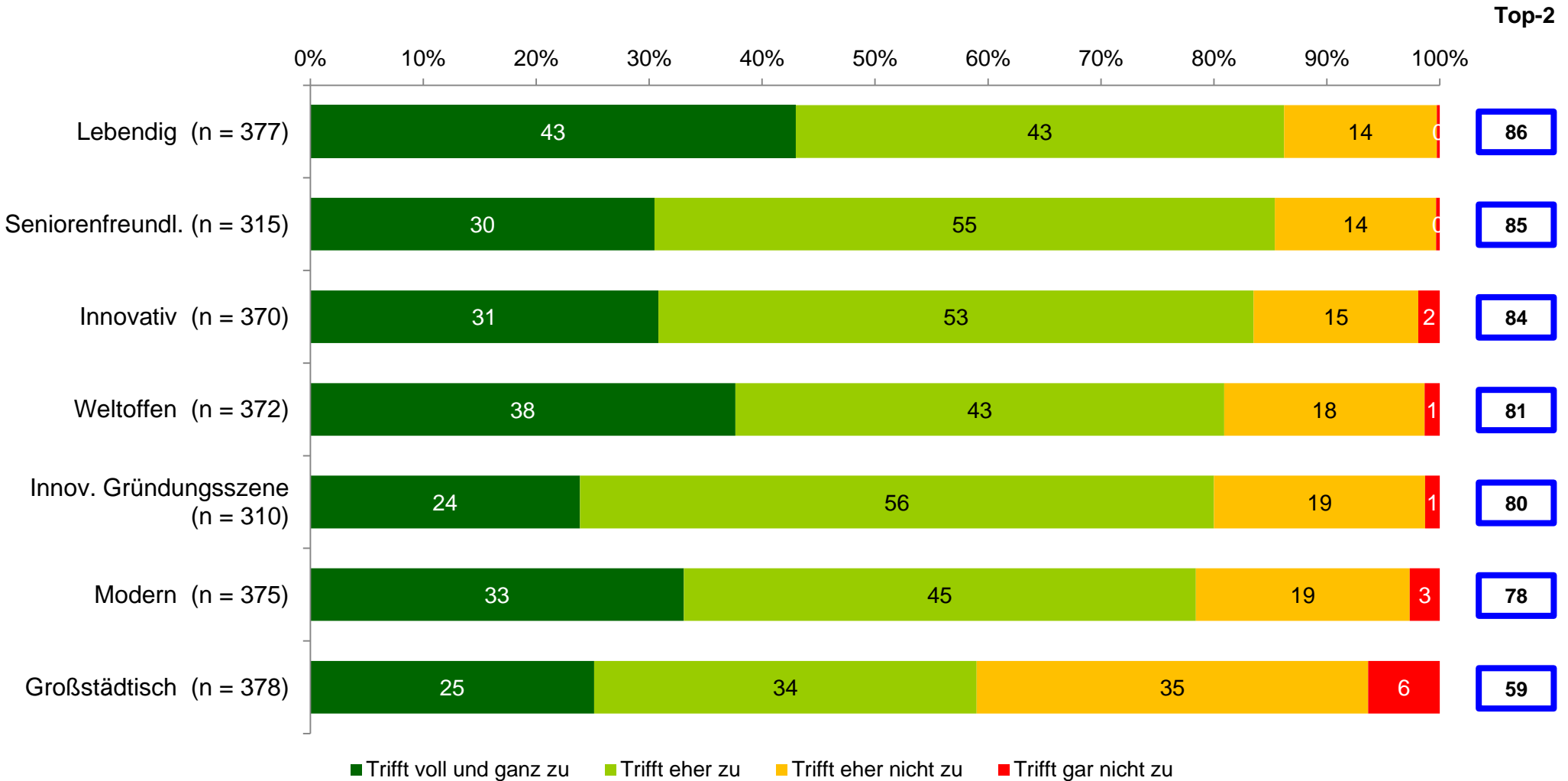
Insgesamt hat die Stadt Braunschweig bei den Unternehmen ein gutes Image. Insbesondere das Attribut „lebenswert“ wird ihr von einer großen Mehrheit zugeschrieben.



Zusatzmodul Standortimage: Einer Stadt können verschiedene Eigenschaften zugeschrieben werden: Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf Braunschweig zu oder nicht?

2. Standortbewertung: Image (II)

Das Attribut „großstädtisch“ wird vergleichsweise seltener mit Braunschweig assoziiert.

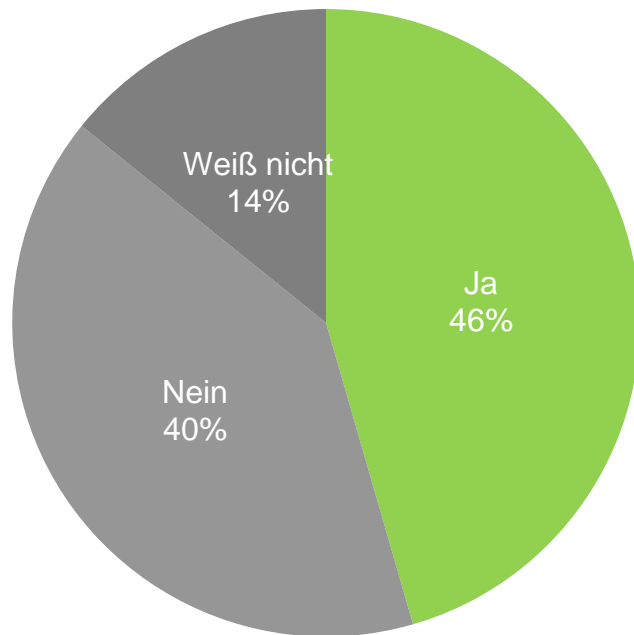


Zusatzmodul: Einer Stadt können verschiedene Eigenschaften zugeschrieben werden: Welche der folgenden Eigenschaften treffen Ihrer Meinung nach auf Braunschweig zu oder nicht?

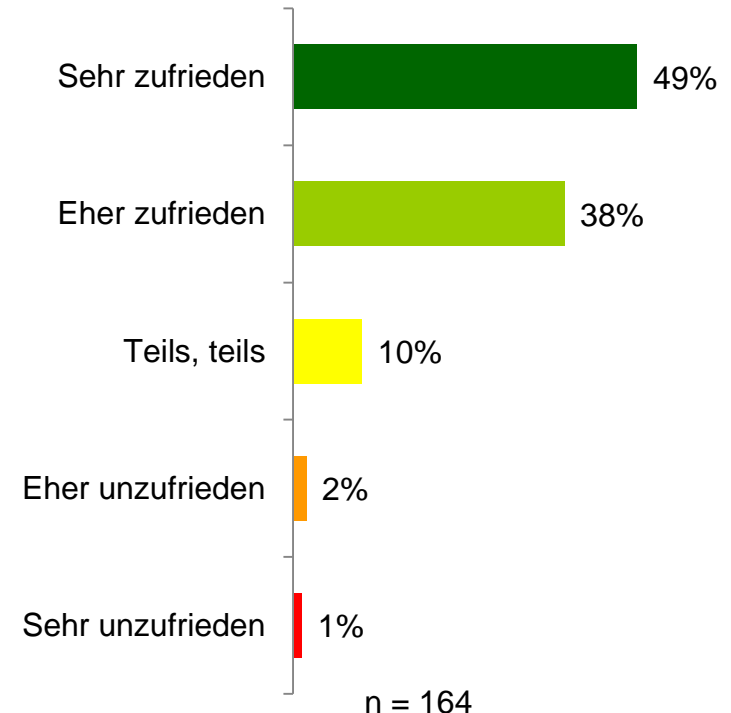
3. Braunschweig Zukunft GmbH: Kontakt und Gesamtbewertung

Knapp die Hälfte der Befragten gab an, dass das eigene Unternehmen schon einmal Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH hatte. 14% sind sich unsicher, ob das für das eigene Unternehmen zutrifft. Die Arbeit der Braunschweig Zukunft GmbH wird von der Mehrheit gelobt.

Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH	Zufriedenheit mit der Arbeit
---------------------------------------	------------------------------



n = 380



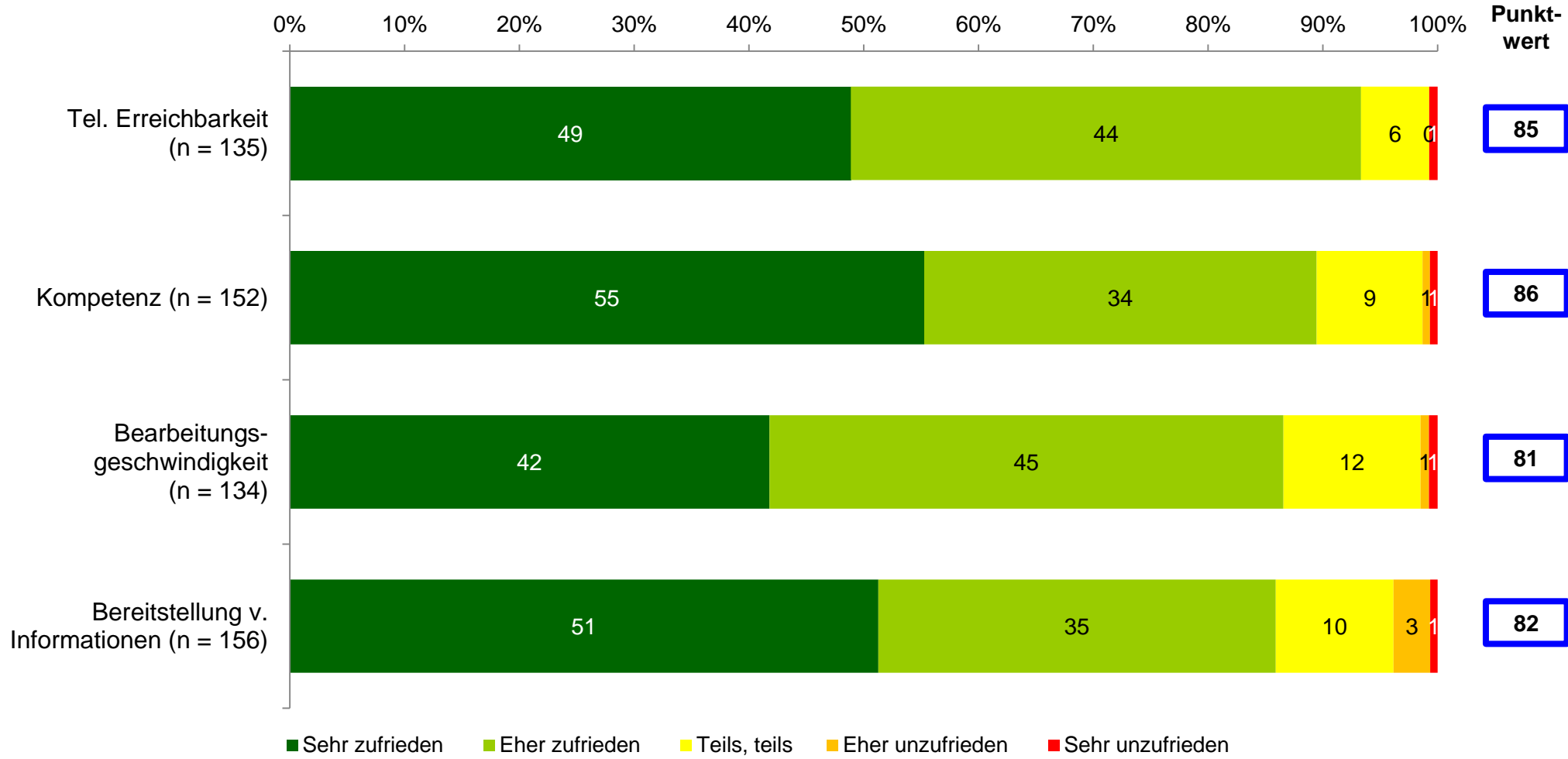
n = 164

Punktwert: 82

Frage 5: Hatte Ihr Unternehmen schon einmal Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH?
Frage 6: Wie zufrieden sind Sie mit der Arbeit der Braunschweig Zukunft GmbH insgesamt?

3. Braunschweig Zukunft GmbH: Bewertung im Detail

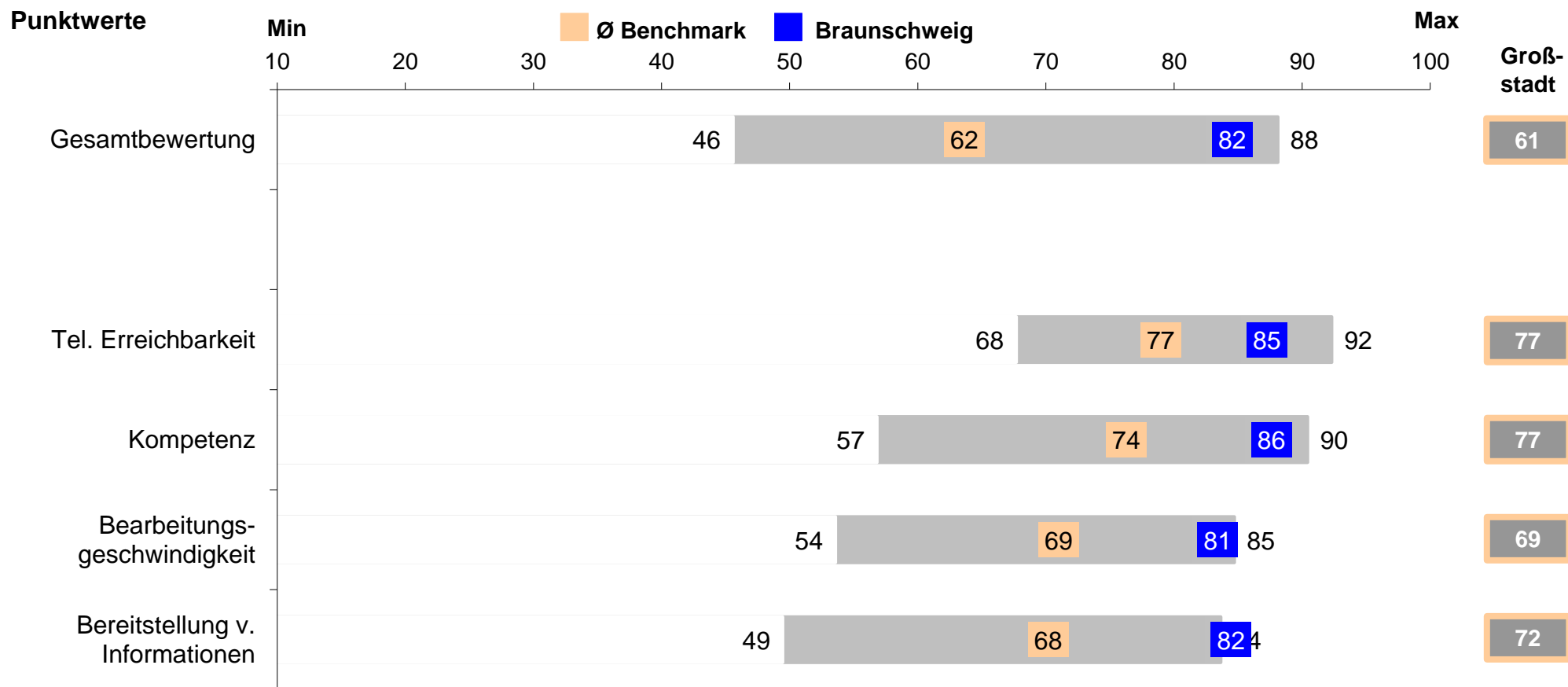
Es herrscht eine hohe Zufriedenheit mit den Leistungen der Braunschweig Zukunft GmbH im Detail. Insbesondere mit der telefonischen Erreichbarkeit und der Kompetenz der Ansprechpartner sind die Unternehmen zufrieden.



Frage 7: Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Braunschweig Zukunft GmbH im Einzelnen?

3. Braunschweig Zukunft GmbH: Bewertung im kommunalen Vergleich

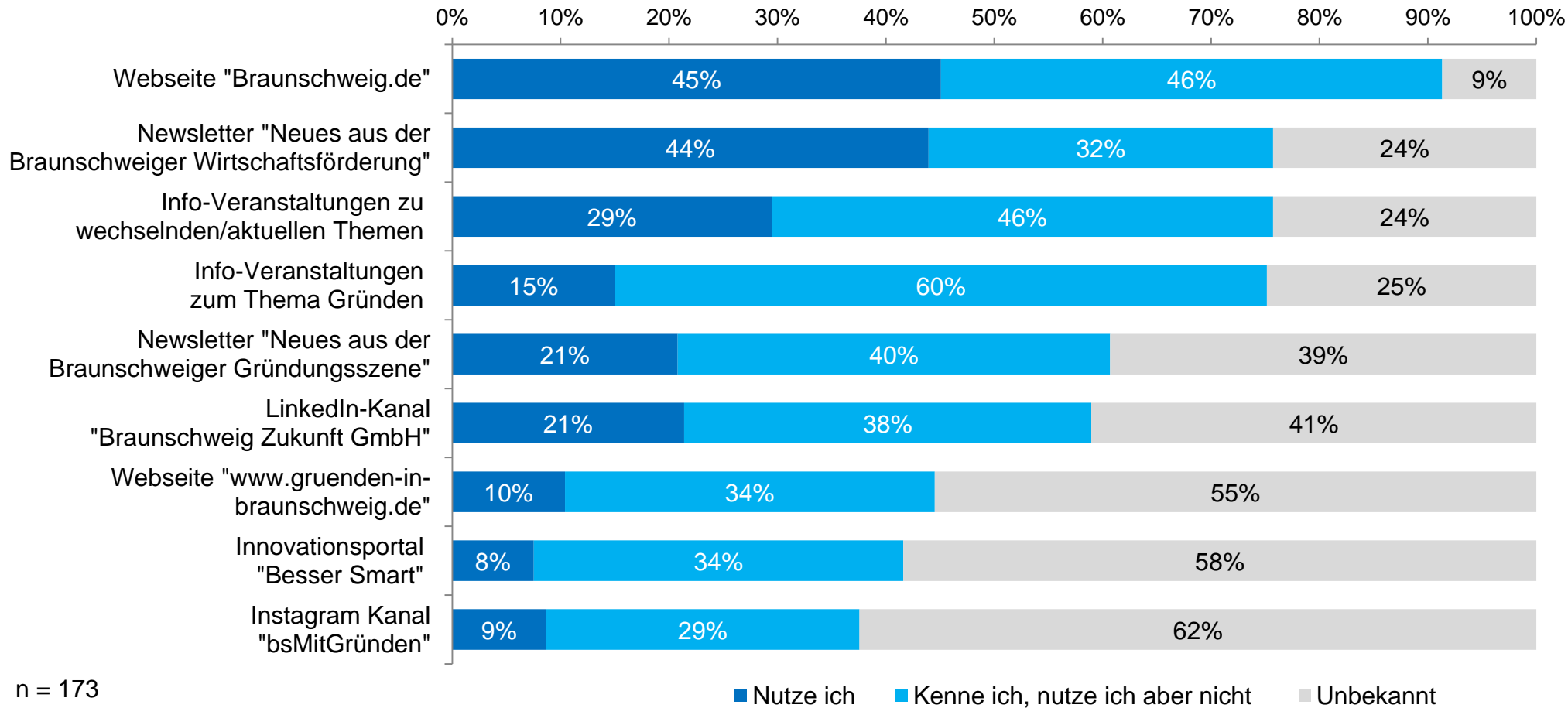
Im kommunalen Vergleich mit anderen Wirtschaftsförderungsgesellschaften erreicht die Braunschweig Zukunft GmbH Bestwerte in allen Bereichen.



Frage 7: Und wie zufrieden sind Sie mit den Leistungen der Braunschweig Zukunft GmbH im Einzelnen?

3. Braunschweig Zukunft GmbH: Angebote – Bekanntheit/Nutzung

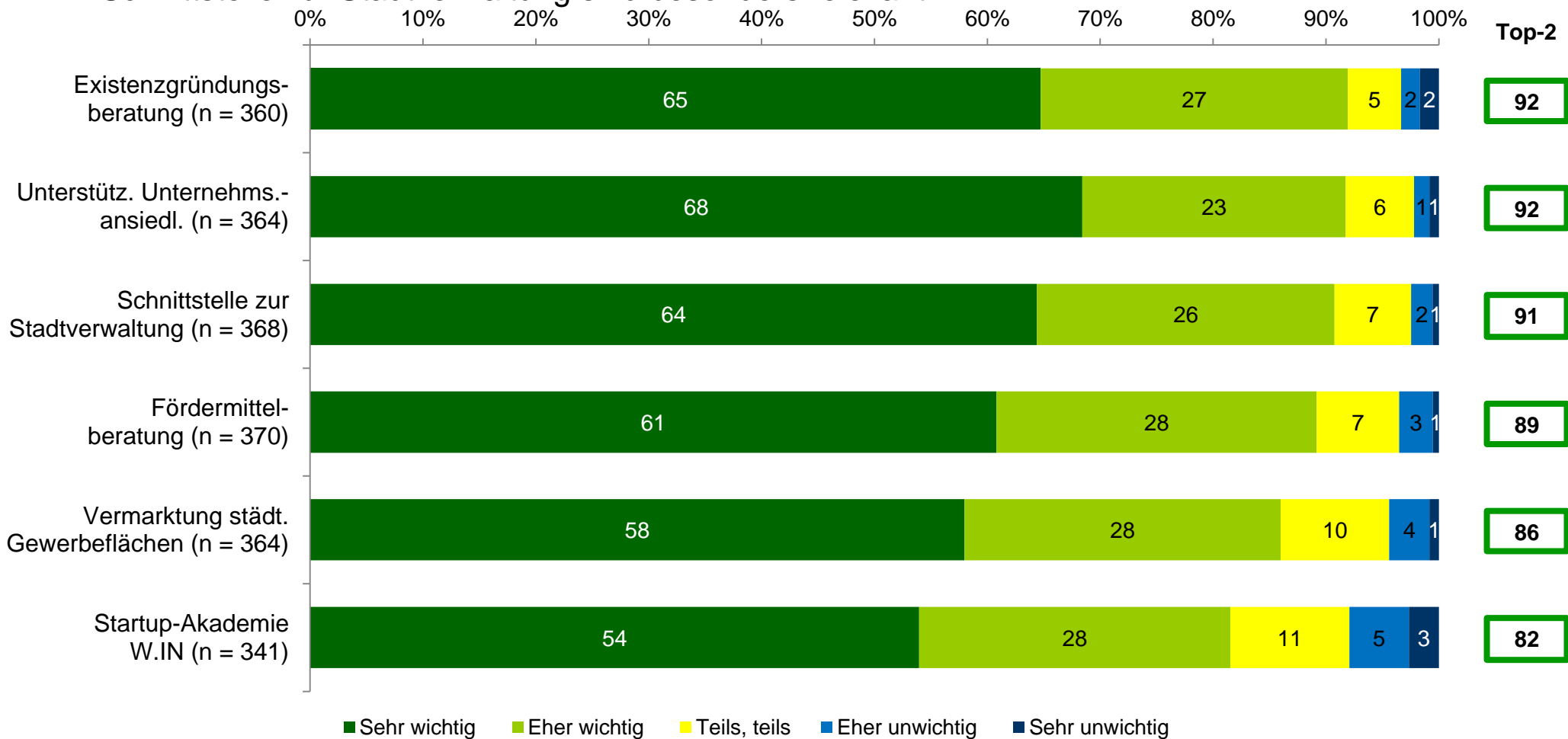
Der Newsletter „Neues aus der Wirtschaftsförderung“ hat eine ähnlich hohe Nutzungsquote wie die Webseite „Braunschweig.de“ und fast ähnlich hohe Bekanntheit. Demgegenüber fallen die Bekanntheit und Nutzung anderer Angebote geringer aus. Insbesondere bei den Social-Media-Kanälen besteht noch Vermarktungspotenzial.



Frage 8: Welche Informationsangebote der Braunschweig Zukunft GmbH kennen bzw. nutzen Sie?

3. Braunschweig Zukunft GmbH: Wichtigkeit möglicher Angebote

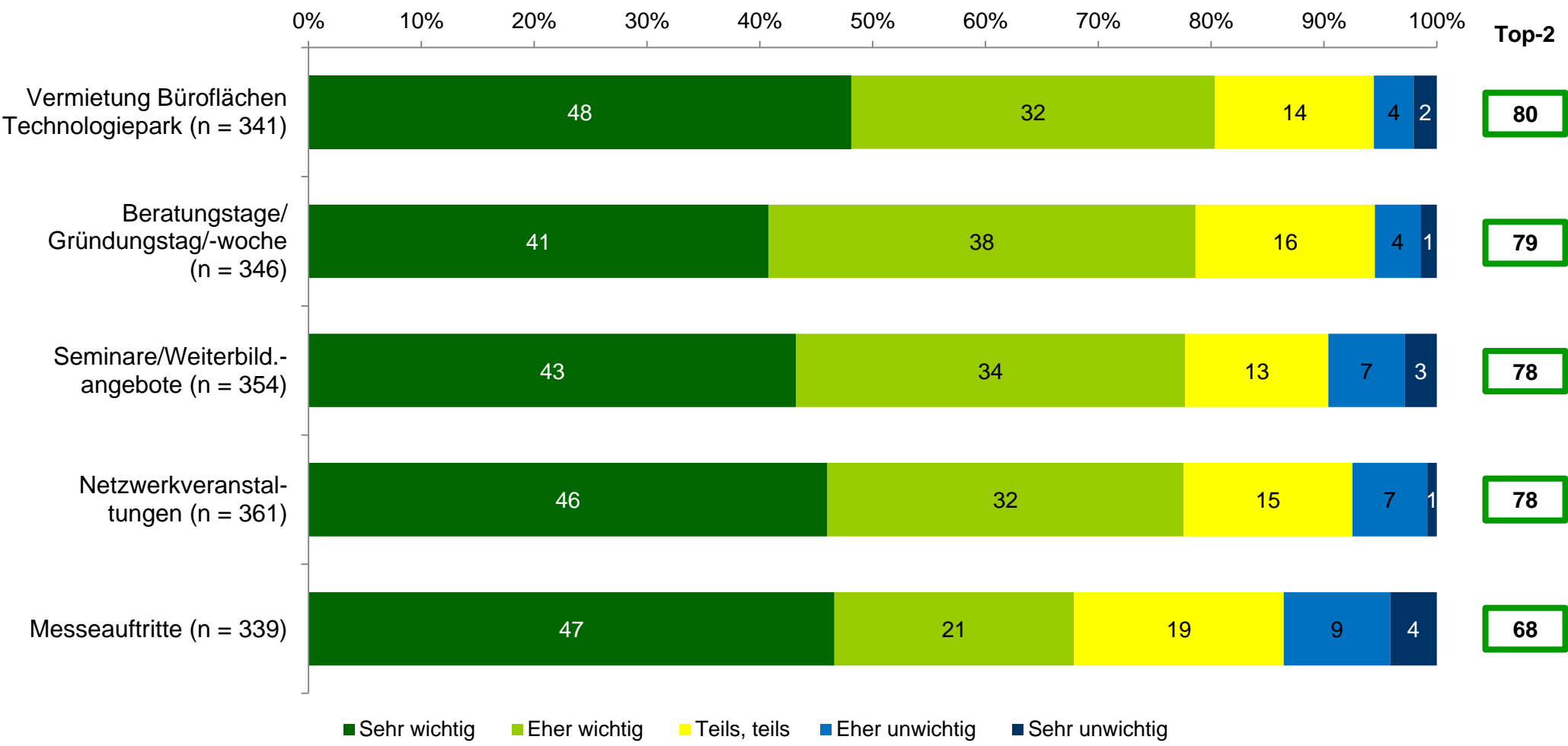
Generell werden praktisch alle abgefragten Aktivitäten der Braunschweig Zukunft GmbH als wichtig erachtet. Die Existenzgründungsberatung, Unternehmensansiedlungen und die Tätigkeit als Schnittstelle zur Stadtverwaltung sind besonders relevant.



Frage 9: Für wie wichtig halten Sie die folgenden Aktivitäten und Dienstleistungen der Braunschweig Zukunft GmbH?

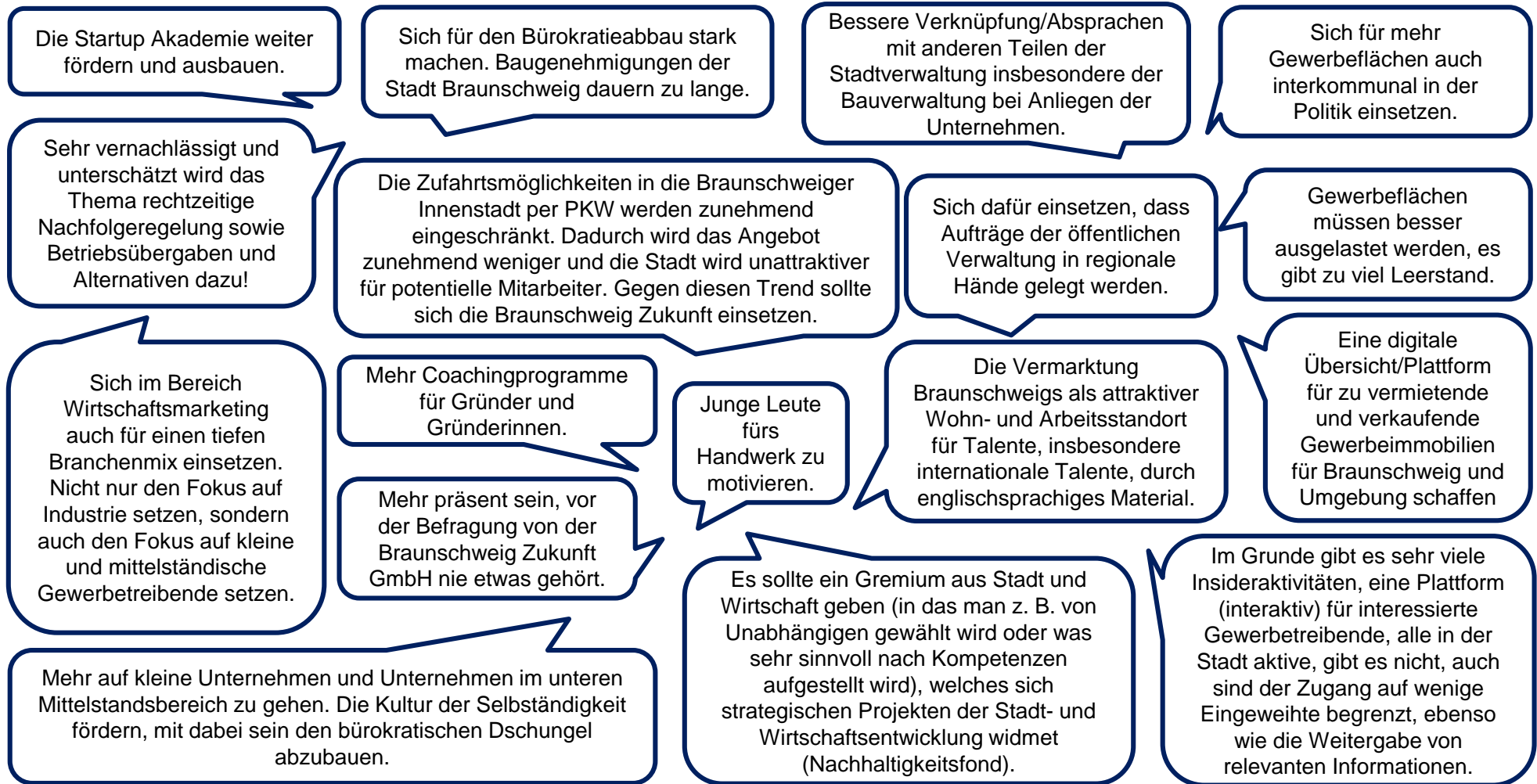
3. Braunschweig Zukunft GmbH: Wichtigkeit möglicher Angebote

Netzwerkveranstaltungen und Messauftritte werden als vergleichsweise weniger wichtig beurteilt – d.h. von „nur“ knapp der Hälfte als ausdrücklich „sehr wichtig“.



Frage 9: Für wie wichtig halten Sie die folgenden Aktivitäten und Dienstleistungen der Braunschweig Zukunft GmbH?

3. Braunschweig Zukunft GmbH: Verbesserungswünsche und Erwartungen (Auszug aus den offenen Nennungen)

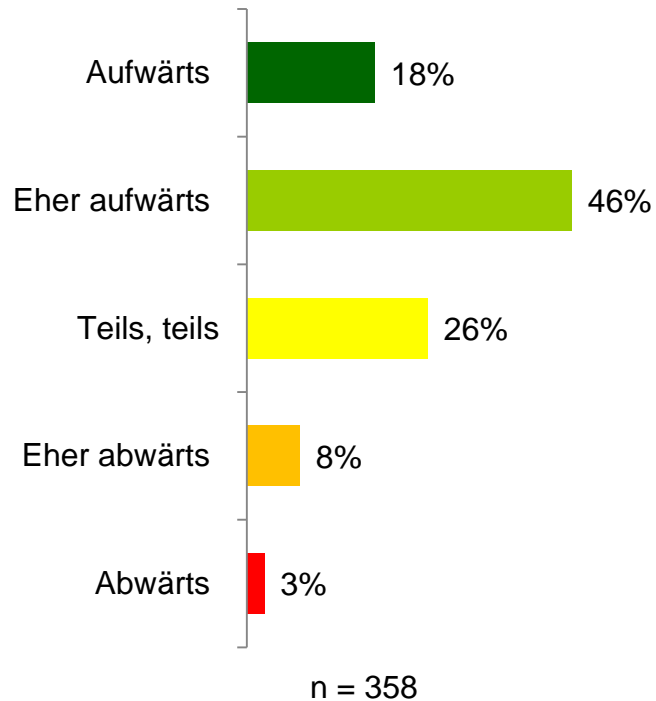


Frage 10: Ganz allgemein gefragt: Was könnte die Braunschweig Zukunft GmbH aus der Sicht Ihres Unternehmens besser machen? Welche Erwartungen haben Sie?

4. Erwartete Entwicklung: Entwicklung in den nächsten fünf Jahren

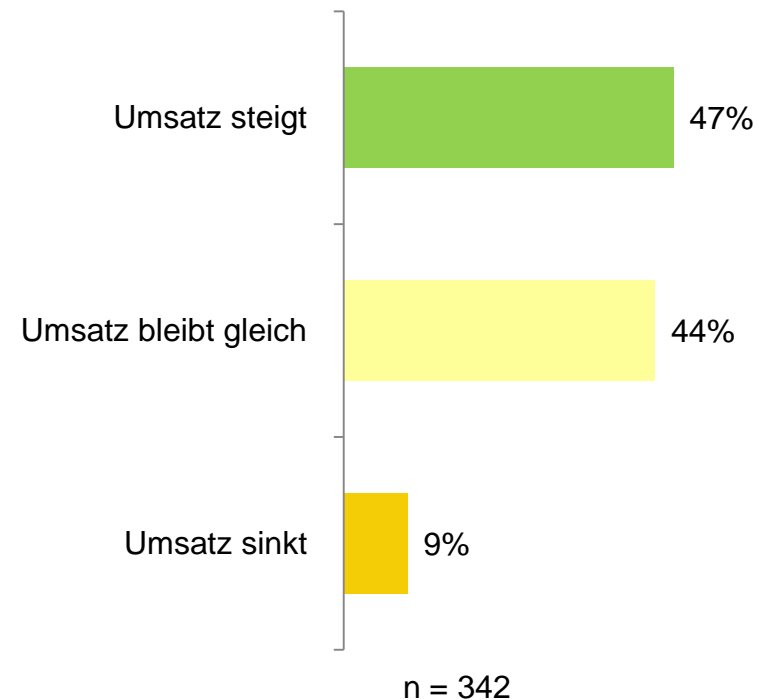
Tendenziell nimmt man eine leichte positive Entwicklung des Standorts Braunschweig wahr. Knapp die Hälfte Befragten geht davon aus, dass der Umsatz des eigenen Unternehmens sich in den nächsten fünf Jahren positiv entwickeln wird.

Erwartete Standortentwicklung



Punktwert: 66

**Erwartete Umsatzentwicklung d. Unternehmens
(nächste 5 Jahre)**

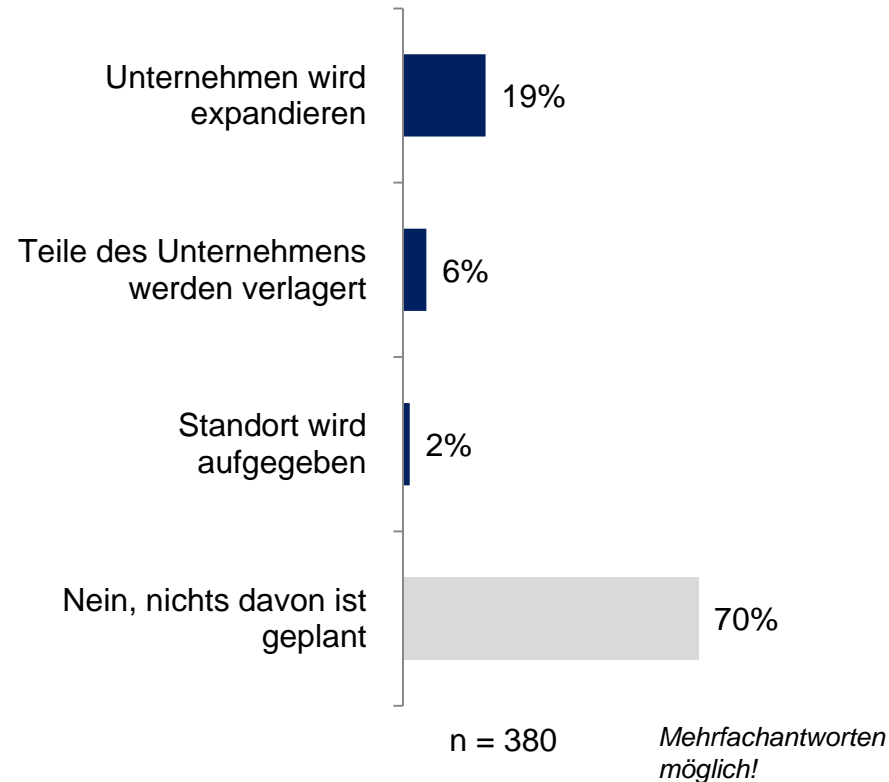


Frage 11: Geht es denn Ihrer Meinung nach mit dem Unternehmensstandort Braunschweig aufwärts oder abwärts?

Frage 12: Welche Entwicklung erwarten Sie für Ihr Unternehmen für die nächsten fünf Jahre? Wird der Umsatz am Standort Braunschweig in den nächsten fünf Jahren gleich bleiben, sinken oder steigen?

4. Erwartete Entwicklung: Unternehmensentwicklung am Standort (I)

19% der Unternehmen rechnen mit einer Expansion in Braunschweig. 6% wollen den Unternehmensstandort teilweise verlagern, 2% vollständig.



Frage 13: Wird Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren in Braunschweig expandieren, Teile an andere Standorte verlagern oder den ganzen Standort aufgeben?

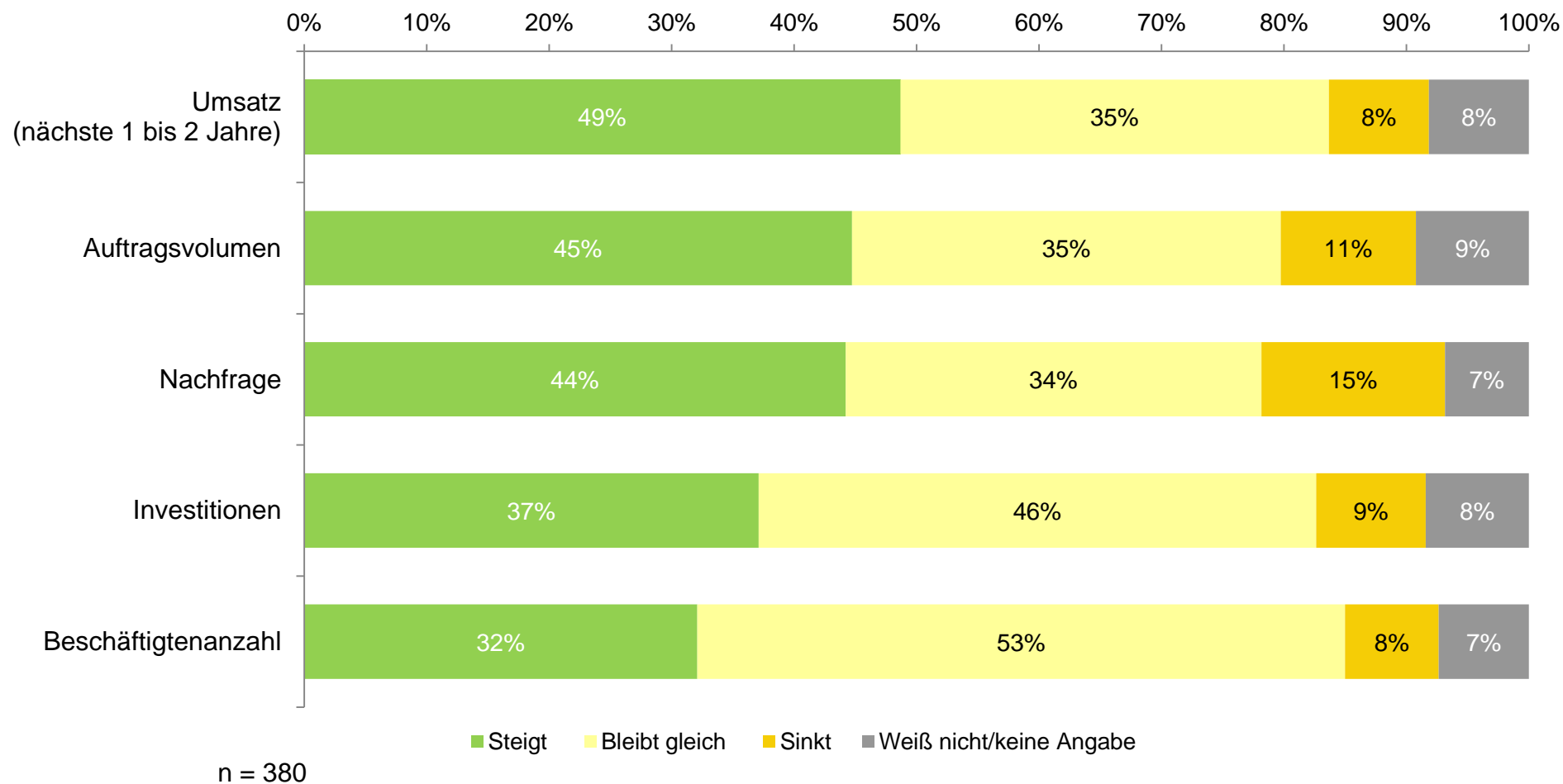
4. Erwartete Entwicklung: Unternehmensentwicklung am Standort (II)

(Gründe für die teilweise oder vollständige Verlagerung)

- Andere Standorte sind lukrativer.
- Die Stadt Braunschweig möchte nicht ausreichend Gewerbeflächen bereitstellen.
- Die wirtschaftliche Situation allgemein.
- Digitalisiertes Geschäftsmodell erfordert weitere Standorte im Land.
- Fehlende Infrastruktur für Geschäftsbetrieb.
- Flächenreduzierung.
- Hohe Mietkosten, kaum passende Gewerbeflächen für unser Geschäft.
- Kapazitätsprobleme
- Keine Flächen vorhanden oder durch große Unternehmen in der Region zu teuer. 12 Euro/m² Büro sind auch am Rand von Industriegebieten nicht unüblich und zu hoch für kleine und junge Unternehmen. Außerdem sind kaum Hallenflächen zu finden, obwohl auch im Industriegebiet um die Hansestraße viel frei zu sein scheint.
- Kostengründe und Nähe zum Hauptkunden
- Platzmangel für Tochterfirmen/Mitarbeitermangel/Bundespolitische Unsicherheit/Energieversorgung ist im Ausland günstiger
- Schließung einer Filiale in der Innenstadt; ggf. Umsiedlung in ein anderes Viertel
- Unsere Mitarbeiter:innen arbeiten zum größten Teil Remote. Wir treffen uns nur 1x die Woche vor Ort im Büro. Die Büromiete ist dafür einfach zu teuer. Ich weiß, dass es anderen Firmen auch so geht. Deshalb würde ich mir eine Website wünschen, wo man sein Büro für andere Firmen zur Verfügung stellen kann. Eine Art Airbnb für Büros.
- Vielfältigeres und größeres Startup Ökosystem. Günstigere Gewerbeflächen
- Wir wachsen weiter in Logistikflächen. Da es quasi keine Flächen für größere Hallen mehr in BS gibt, bauen wir gerade weitere 10.500m² Halle bei Helmstedt. Die hätte ich gerne in BS gebaut. Genehmigungsverfahren dauern teilweise sehr lange.
- Zu hoher Gewerbesteuersatz
- Zugang zu Kapital
- Zur Internationalisierung sind andere Standorte im Ausland notwendig

4. Erwartete Entwicklung: Unternehmensentwicklung am Standort (III)

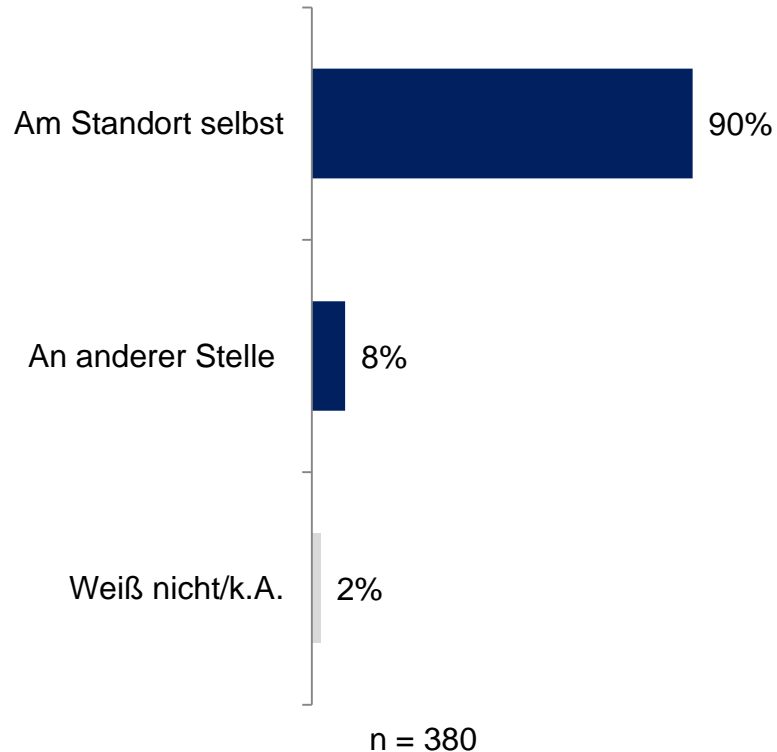
Generell erwarten die Befragten bereits in den nächsten ein bis zwei Jahren eine positive Entwicklung relevanter Unternehmenskennzahlen, insb. bzgl. Umsatz und Auftragsvolumen.



Zusatzmodul Flächen 1: Was glauben Sie, wie werden sich folgende Kennzahlen für Ihr Unternehmen in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren entwickeln?

4. Erwartete Entwicklung: Ort für Standortentscheidungen

Standortentscheidungen werden zumeist, d. h. in 9 von 10 Fällen, direkt in Braunschweig getroffen.



Wo werden Standortentscheidungen getroffen?

(Auszug aus den offenen Nennungen)

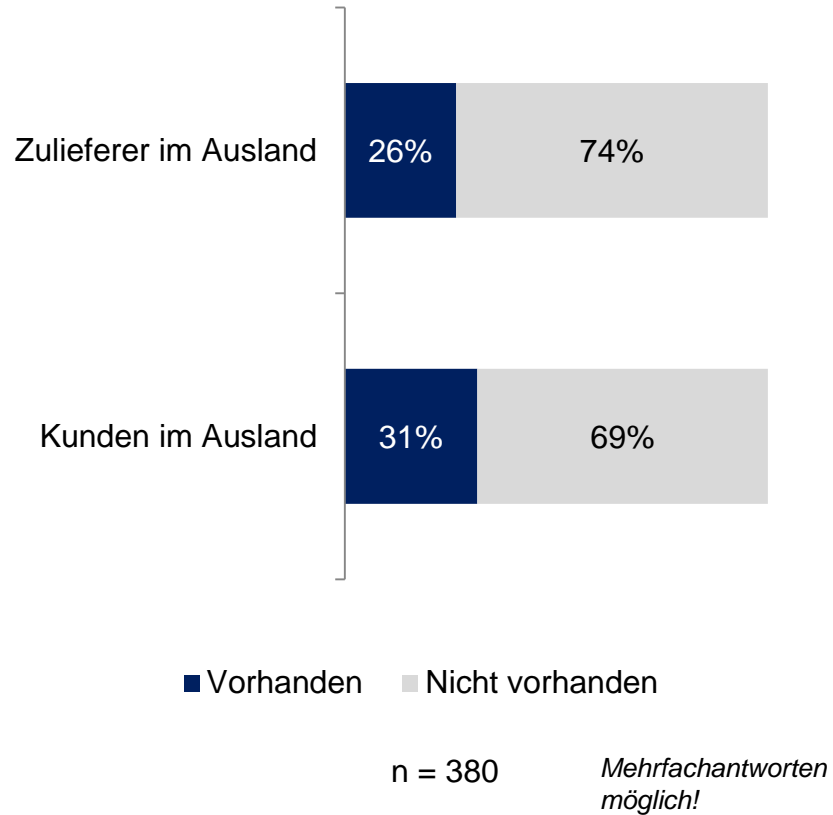
- Am Standort.
- Berlin, Ministerium.
- Bezirkszentrale.
- Denke das ist zu individuell um hier mit hier/da zu antworten! Ein Dienstleister wird seinen Standort nach anderen Kriterien aussuchen und filtern, als ein Großhändler oder Logistiker... Auch Abgabelasten/Beschränkungen/Personalverfügbarkeit/Gehaltsniveau und auch welche politische Gesinnung vor Ort herrschen sind maßgebliche Faktoren.
- Hauptsitz.
- In den Niederlanden.
- Konzernzentrale.
- Konzernzentrale in Essen.
- Konzernzentrale in Hannover.
- Konzernzentrale mit Rücksprache des Standortes.
- Landeshauptstadt.
- Muttergesellschaft.
- Online.
- Stammhaus Einbeck.
- Vorstand/Zentrale (5-mal genannt).

Frage 15: Wo werden Standortentscheidungen getroffen, am Standort selbst oder woanders?

Frage 16: Falls woanders getroffen, wo?

4. Erwartete Entwicklung: Globalisierung – Geschäftsbeziehungen ins Ausland

26% der Befragten berichten von Zulieferern im Ausland, 31% von Kunden.



Zulieferer im Ausland (Auswahl)

- EU/Europa, häufig genannt: Schweiz, Polen, Frankreich, Niederlande, Österreich, Tschechien, Spanien, Skandinavien
- China
- Groß-Britannien
- USA
- Indien

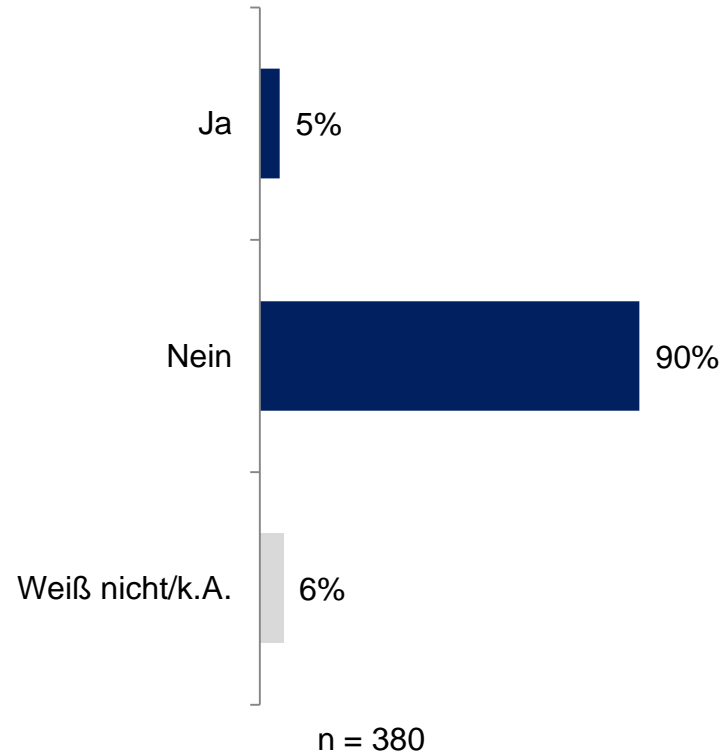
Kunden im Ausland (Auswahl)

- EU/Europa, häufig genannt: Österreich, Schweiz, Niederlande, Frankreich, Polen, Spanien
- Nordamerika/USA
- Groß-Britannien
- China
- Japan

Frage 19: Haben Sie Geschäftsbeziehungen (Zulieferer oder Kunden) ins Ausland?
 Frage 20a: Was sind die wichtigsten Länder, in denen Ihr Unternehmen Zulieferer hat? Frage 20b: Was sind die wichtigsten Länder, in denen Ihr Unternehmen Kunden hat?

4. Erwartete Entwicklung: Globalisierung – Auslandsstandorte

5% gaben an, dass das eigene Unternehmen plane, einen (weiteren) Standort im Ausland aufzubauen.



Standorte im Ausland

- Außerhalb der EU.
- China.
- Das ist noch nicht endgültig entschieden.
- Die Expansion wird sich weiter Richtung Asien und Südamerika ausdehnen.
- Dubai
- Hongkong, China, Australien, Neuseeland.
- Neben einem existierenden Standort in China bauen wir gerade ein Tochterunternehmen in den USA mit Standort Orlando auf. Zielsetzung ist hier nicht eine Verlagerung, sondern eine lokale Unterstützung in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Projektmanagement, Installation und After Sales Service für die Projekte in Nordamerika.
- Polen.
- Polen und Türkei.
- Rumänien.
- Spanien, Österreich, Niederlande.
- Tunesien.
- USA, Osteuropa.
- USA/Chile.
- Wir werden aufgrund der gestiegenen Löhne einfaches Geschäft verlieren. Daher tendieren wir zu einem Standort in Osteuropa.

Frage 17: Plant Ihr Unternehmen einen (weiteren) Standort im Ausland aufzubauen?

Frage 18: Falls ja, wo?

4. Erwartete Entwicklung: Herausforderungen

Vor allem die wirtschaftliche Entwicklung allgemein wird als Herausforderung für die nächsten Jahre empfunden, gefolgt von der Gewinnung von Fachkräften und der Entwicklung der Energiepreise.



Mehrfachantworten
möglich!

n = 380

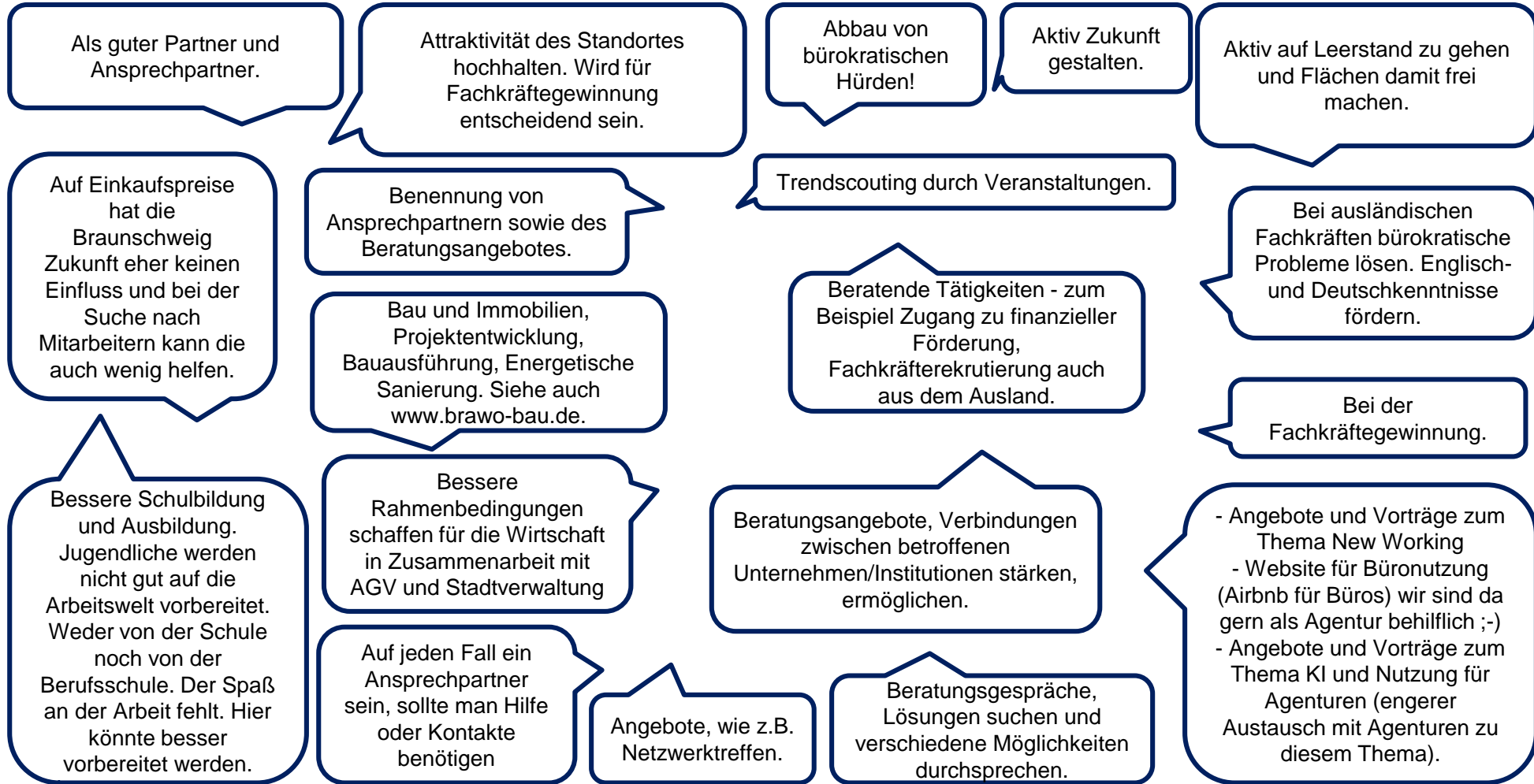
Sonstige Nennungen:

- Remote Working und trotzdem eine enge Teamverbundenheit zu kreieren, Nutzung von KI
- Absicherung der Förderung sozialer Leistungen durch die Stadt.
- Auflagen, Statistik, Gesetzgebung, Politik, oder einfach nur Bürokratie!
- Dass Gäste unsere Apartments nutzen.
- Das Gesundheitsbewusstsein sollte an erster Stelle stehen und nicht immer nur die finanziellen Möglichkeiten.
- Der Zugang zu Finanzmitteln, also Kreditvergabe durch Banken oder Sparkassen, nicht für uns, sondern für unsere Kunden, was dann natürlich auf unser Geschäft durchschlägt.
- Die Kaufkraft muss gestärkt werden.
- Die Warenverfügbarkeit, pünktliche Lieferungen.
- Eingriff in die Kostenstrukturen durch die Politik, z.B. Maut Verdoppelung!!
- Flächen für Produktion, ohne zu bauen.
- Geringe Bautätigkeiten.
- Mitarbeitergewinnung.
- Neue, wichtige Ausbildungsinhalte für Gewerke vermitteln.
- Personal finden.
- Planungssicherheit, Lieferwartezeiten.
- Politische Rahmenbedingungen, z.B. CO2-Abgabe.
- Produkterweiterung von nachhaltig produzierten Lebensmitteln.
- Sinken der Kaufkraft auf Grund hoher Material- und Energiekosten.
- Standortfrage.
- Überbordende Bürokratie.
- Vernetzung in der Region.

Frage 21: Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für Ihr Unternehmen in den nächsten fünf Jahren?

4. Erwartete Entwicklung: Gewünschte Unterstützung

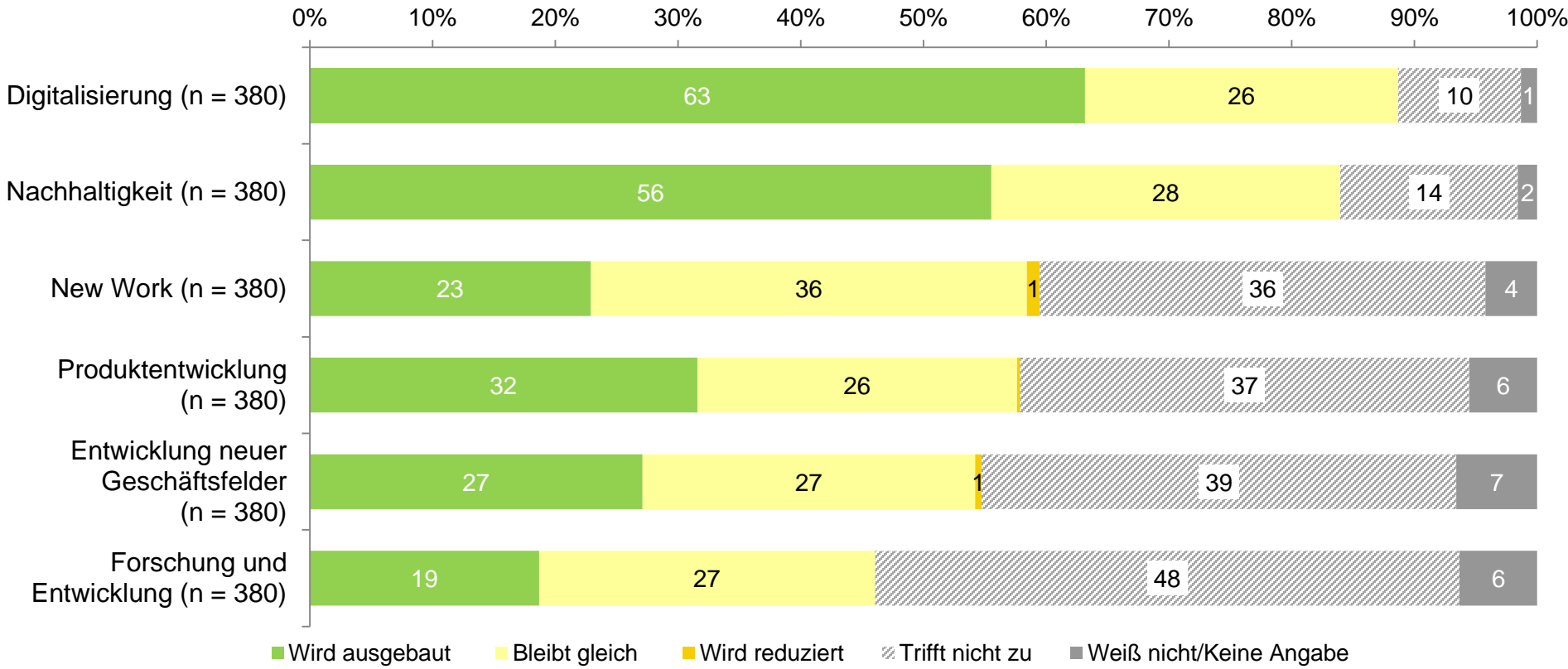
(Auszug aus den offenen Nennungen)



Frage 22: Wie könnte die Braunschweig Zukunft GmbH Sie bei der Bewältigung dieser Herausforderungen unterstützen?

5. Zukunftsthemen: Wichtige Themenfelder (I)

Große Mehrheiten der Unternehmen erwarten einen Ausbau der Digitalisierung und hinsichtlich Nachhaltigkeitsthemen. Einen weiteren Ausbau von „New Work“ – oder auch von F&E – erwarten vergleichsweise weniger Unternehmen.



Eine sonstige Nennung:

- „KI“

Zusatzmodul Zukunftsthemen 1: Werden folgende Themenfelder in Ihrem Unternehmen in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut, reduziert oder erwarten Sie keine Veränderung?

5. Zukunftsthemen: Wichtige Themenfelder (II) (ausgebaute Geschäftsfelder)

- Alle Prozesse rund um den Eventbereich abbilden.
- Außensicherung für private Kunden.
- Automatisierung, CO2 Einsparung, alternative Energien entwickeln (außerhalb Wind und Solar).
- Beratung im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung/ESG.
- Beratungsleistungen im Bereich Nachhaltigkeit, Digitalisierung, New Work.
- Beteiligungsstrategien.
- Business allgemein.
- CCTV für den ÖPNV; autonomes Fahren im Bahnbereich.
- Cloud-Services, Software-Entwicklung.
- Coaching bzw. Transformation des Mittelstands zu Anbietern digitaler Produkte in Form einer Akademie in Braunschweig.
- Customer Service Aktivitäten im Bereich Industrierobotik.
- Das bezieht sich eher darauf, dass unser Sortiment dahingehend erweitert wird, um weitere Kundenkreise anzusprechen, die vorher noch keinen konkreten Bedarf aus dem Bereich naturnahe Farben, Beschichtungen und Behandlung von Oberflächen hatten.
- Das ist abhängig von den Vorgaben der Stadt im Bereich sozialer Leistungen.
- Das wird man dann sehen welche weiteren Services und Dienstleistungen man anbieten kann oder anbieten muss.
- Dass alle Prozesse eines Unternehmens abgebildet und zentral gesteuert werden können.
- Delivery.
- Den Verkauf selbthergestellter Produkte ausbauen.
- Der Bereich Werbemittel kann noch mehr ausgebaut werden und in dem Bereich neue Konzepte entwickeln.
- Die digitalen Verbreitungswege stärken, Ausbau im Bereich Marketing, Künstlermanagement und Verkauf.
- Die Laborflächen sollen erweitert werden, Neue Kalibrierung und Messmittel Technik soll erweitert werden,.
- Dienstleistungen für die Wirkstoffsuche (Medikamententwicklung). Dafür werden dringend Labor- und Büroflächen benötigt (Außerhalb von TU und Instituten).
- Digital Services.
- Digital Signature, Medientechnik Richtung Videotechnik, new Work Pakete kostengünstig und transparent für den Entscheider vorbereitet.
- Digitale Beratung und Kompetenzfelder.
- Digitale Produkte und Service.
- Digitale Transformation in der Produktion.
- Digitalisierung, Nachhaltigkeit.
- Digitalisierungsberatung von verschiedenen Prozessen.
- Diversifikation, Nachhaltigkeit.
- Einbindung von KI - sales -Marketing.
- Elemente im Bereich Beratung und Services.
- Eventerweiterungen.
- Fassadenbegrünung.
- Firmenintern.
- Full Service Produktion neuer Artikel.

(nächste Seite weiter)

Zusatzmodul Zukunftsthemen 1: Werden folgende Themenfelder in Ihrem Unternehmen in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut, reduziert oder erwarten Sie keine Veränderung?
Zusatzmodul Zukunftsthemen 2: Welche neuen Geschäftsfelder sollen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut werden?

5. Zukunftsthemen: Wichtige Themenfelder (III) (ausgebaute Geschäftsfelder)

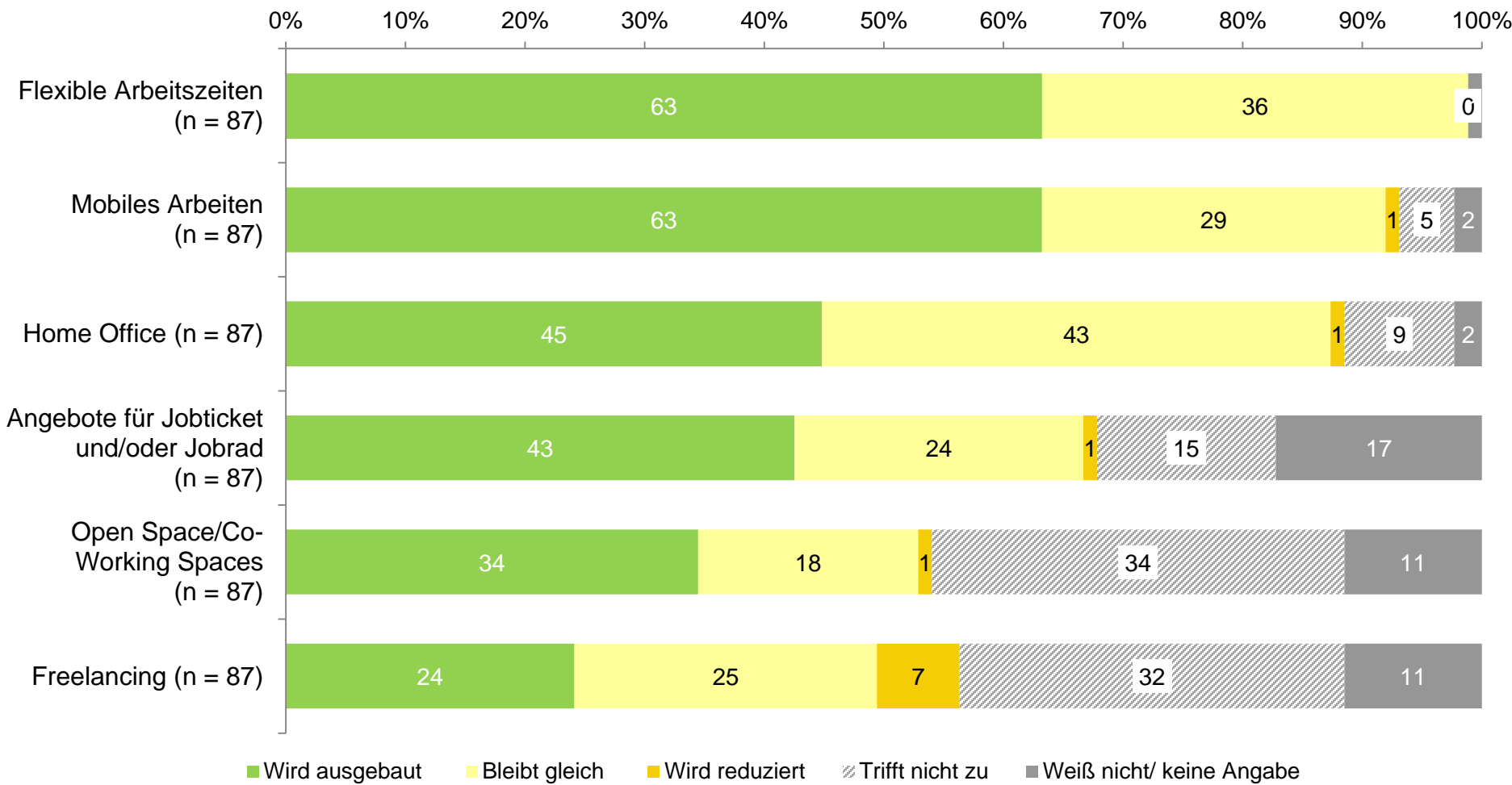
- Herstellung von Textilien Seilen im Freileitungsbau - DIY - Baumarktsortiment wird erweitert und Europaweit vergrößert. Das Sortiment Industriebedarf im Prüfwesen wird stark erweitert für Niedersachsen. //!!!! Dazu benötigen wir Platz und Hilfe von der Braunschweig Zukunft um unsere Projekte hier am Standort umzusetzen um weiter positiv zu wachsen. Wir arbeiten derzeit mit 105 Mitarbeitern am Standort Braunschweig. Wir sehen positiv in die Zukunft...
- Im Bereich Medizintechnik ist noch Erweiterungspotenzial, was genutzt werden kann.
- Im Zusammenhang mit meiner Dienstleistung werden weitere Vernetzungen geplant.
- IT-Bereiche für Businesskunden: Automatisierung des IT-Betriebs und Managed Services aus der (deutschen sicheren DSGVO konformen) Cloud.
- Keine neuen aktuell geplant außer Internationalisierung.
- KI generiertes Arbeiten und Digitale Medien.
- KI im Automobile- und Luftfahrtbereich, Datenmanagement (security).
- Lager-Logistik um kürzere und schnellere Versorgung vorzuhalten. Kostet aber Geld, nicht wegen justintime (oft falsch diskutiert) sondern wegen der Kapitalbindung dafür.
- Man ist ständig dabei neue Geschäftsfelder zu entdecken.
- Mobilität.
- Nachhaltige Energiespeicher und Systeme (bereits vorhanden, weiterer Ausbau), Nachhaltigkeitsmanagement und Life Cycle Engineering, Digital Services.
- Nachhaltiges Bauen mit nachhaltigen Werkstoffen, neue Konzepte beim umweltschonenden Bauen.
- NACHHALTIGKEIT und mehr der Zeit anpassen.
- Networking mit den anderen Theaterschaffenden.
- Neue Produktgruppen für neue Märkte.
- Neue Technologien und dadurch ggf. neue Produkte.
- Online-Shop.
- Onlinehandel.
- Onlineshop; Social Media.
- Photovoltaik.
- PMP Precise Manufacturing Practice..... u. a. Ausbau der Messtechnik/Digitalisierung im Hinblick auf bessere Beschreibung der Prozesse, Wiederholbarkeit und Transparenz von Abläufen....
- Produktprogrammerweiterung Klaviere/Flügel.
- Projektentwicklung.
- Regenerative Energien.
- Rund um den Bereich Zulieferindustrie für die Automobilwirtschaft.
- Service/Reparatur.
- Service rund um E-Autos.
- Service und Wartung,.
- Solarenergie.
- Stärkung der regionalen Cloudtelefonie.
- Test-Technologien im Zusammenhang mit Wasserstoff. Entwicklungen im Bereich der Nachhaltigkeit.
- Tourismus.
- U. a. Smart City, Erneuerbare Energien, Elektromobilität, Dekarbonisierung.
- Unter unserem Markennamen sollen weitere Standbeine hinzukommen.
- Vermarktung Produkte (bisher: rein Dienstleistungsgeschäft).
- Vertrieb und Vermietung von Kücheneinrichtungen.
- Wärmepumpe.
- Wie werden wir in Zukunft wohnen.
- Zulieferung für Recycling Komponenten und Kontakte zu Firmen, die sich mit Wasserstofftechnik befassen.

Zusatzmodul Zukunftsthemen 1: Werden folgende Themenfelder in Ihrem Unternehmen in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut, reduziert oder erwarten Sie keine Veränderung?

Zusatzmodul Zukunftsthemen 2: Welche neuen Geschäftsfelder sollen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut werden?

5. Zukunftsthemen: New Work (I)

Wird mit einem weiteren Ausbau von „New Work“ gerechnet, dann bezieht sich das insbesondere auf flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten.

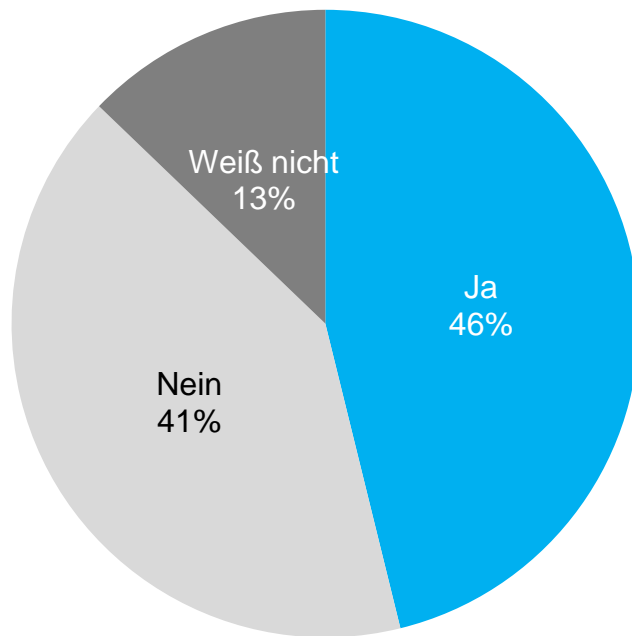


Zusatzmodul Zukunftsthemen 3: Werden die folgenden Angebote für New Work in Ihrem Unternehmen in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren ausgebaut, reduziert oder erwarten Sie keine Veränderung?

5. Zukunftsthemen: New Work (II)

Knapp die Hälfte der Unternehmen, die eine Ausweitung von Home Office erwartet, entwickelt Angebote, um das soziale Miteinander zu fördern.

Angebote für Mitarbeiter im Home Office entwickelt? Welche?



n = 39

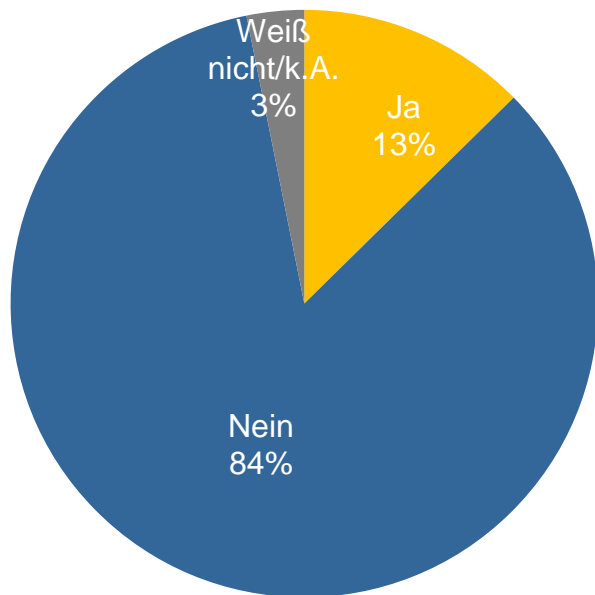
- Anspruch auf mobiles und flexibles Arbeiten, laufende Kommunikation über TEAMS, Durchführung einer Vielzahl von betrieblichen Aktivitäten (Stammtisch, Sommerfest, Weihnachtsfeier, monatliches Officetreffen etc.).
- Din ISO Zertifizierung 4501.
- Einladung zu regelmäßigen, digitalen Treffen.
- Entwicklung von Leitfäden zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung, betriebliches Gesundheitsmanagement, mobile Endgeräte werden zur Verfügung gestellt, aktive interne und externe Unternehmenskommunikation.
- Firmeninterne Treffen und Veranstaltungen.
- Formate für Zusammenkünfte/Austausche/Trainingsformate zur Verbesserung digitaler Kompetenzen.
- Formlose Online Treffen am Morgen, gemeinsame Tage vor Ort.
- Gemeinsame Unternehmungen.
- Kostenübernahmen der Datenleitung, Soft- und Hardware Verbesserung, kürzere Arbeitszeiten, mehr Freizeit, freiwillige soziale Leistungen usw.
- Regelmäßige Treffen in der Gemeinschaft.
- Regelmäßige Videocalls.
- Teamchats etc.
- Vereinbarung regelmäßiger Teamtreffen. Mitarbeiterveranstaltungen, um die An- und Einbindung der Mitarbeiter zu gewährleisten.
- Vernetzung der Mitarbeiter untereinander.
- Wir bauen unsere Flächen um: weg von einzelarbeitsplätzen hin zu mehr Workshopflächen. Der Weg ins Büro soll sich lohnen, indem Zusammenarbeit und Austausch gefördert werden. Wir brauchen keine Einzelarbeitsplätze mehr, an denen man gemeinsam einsam sein kann. Außerdem führen wir Dienste ein, mit denen man im virtuellen Raum zusammen sitzen und sprechen kann.
- Wir haben ein Culture Book entwickelt, um im gesamten Unternehmen das soziale Miteinander zu stärken und weiterzuentwickeln.

Zusatzmodul Zukunftsthemen 4: Entwickelt Ihr Unternehmen besondere Angebote für Mitarbeiter/innen im Home Office, um das soziale Miteinander zu fördern? Falls ja, welche?

6. Flächenbedarfe: Bestehender unerfüllter Flächenbedarf (I)

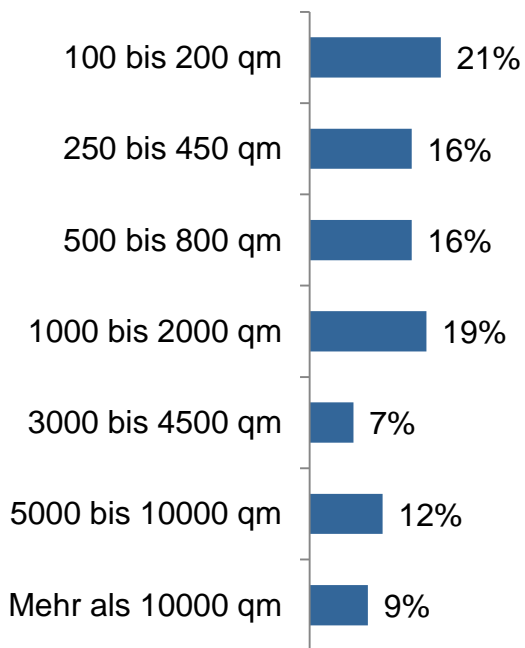
13% der Unternehmen haben bereits heute einen unerfüllten Flächenbedarf, häufig über 1.000 Quadratmeter – und in vielen Fällen besteht dieser Mangel bereits seit 2019 oder früher.

Bereits aktueller Flächenbedarf



n = 380

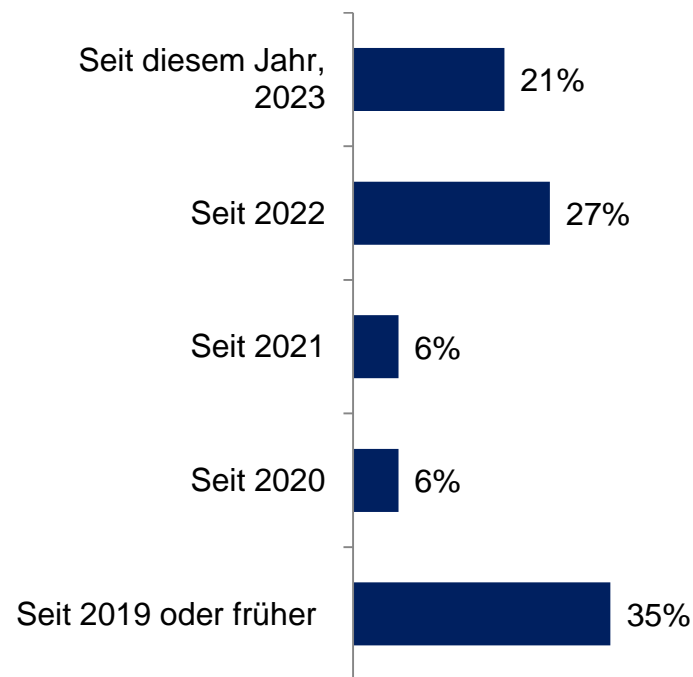
Größe Flächenbedarf



Gesamtsumme:
149.932 m²

n = 43

Seit wann?



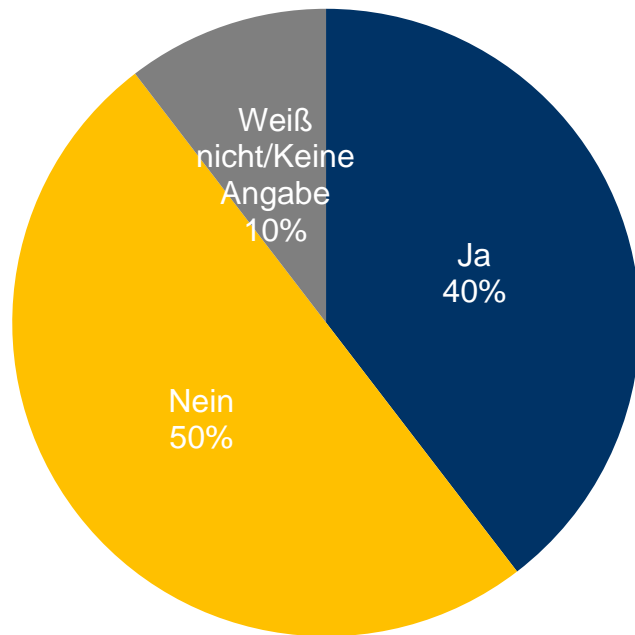
n = 48

Zusatzmodul Flächen 5: Hat Ihr Unternehmen, unabhängig von zukünftigen Entwicklungen, bereits jetzt einen Flächenbedarf?

Zusatzmodul Flächen 6: Einen wie großen Flächenbedarf hat Ihr Unternehmen bereits jetzt? Zusatzmodul Flächen 7: Seit wann benötigen Sie diese Fläche bereits?

6. Flächenbedarfe: Bestehender unerfüllter Flächenbedarf (II)

50% der Unternehmen mit Flächenbedarf haben diesen betreffend die Braunschweig Zukunft GmbH nicht kontaktiert, teilweise deshalb, weil diese nicht als möglicher Ansprechpartner bei diesem Thema gesehen wird.



n = 48

Gründe, warum kein Kontakt aufgenommen wurde:

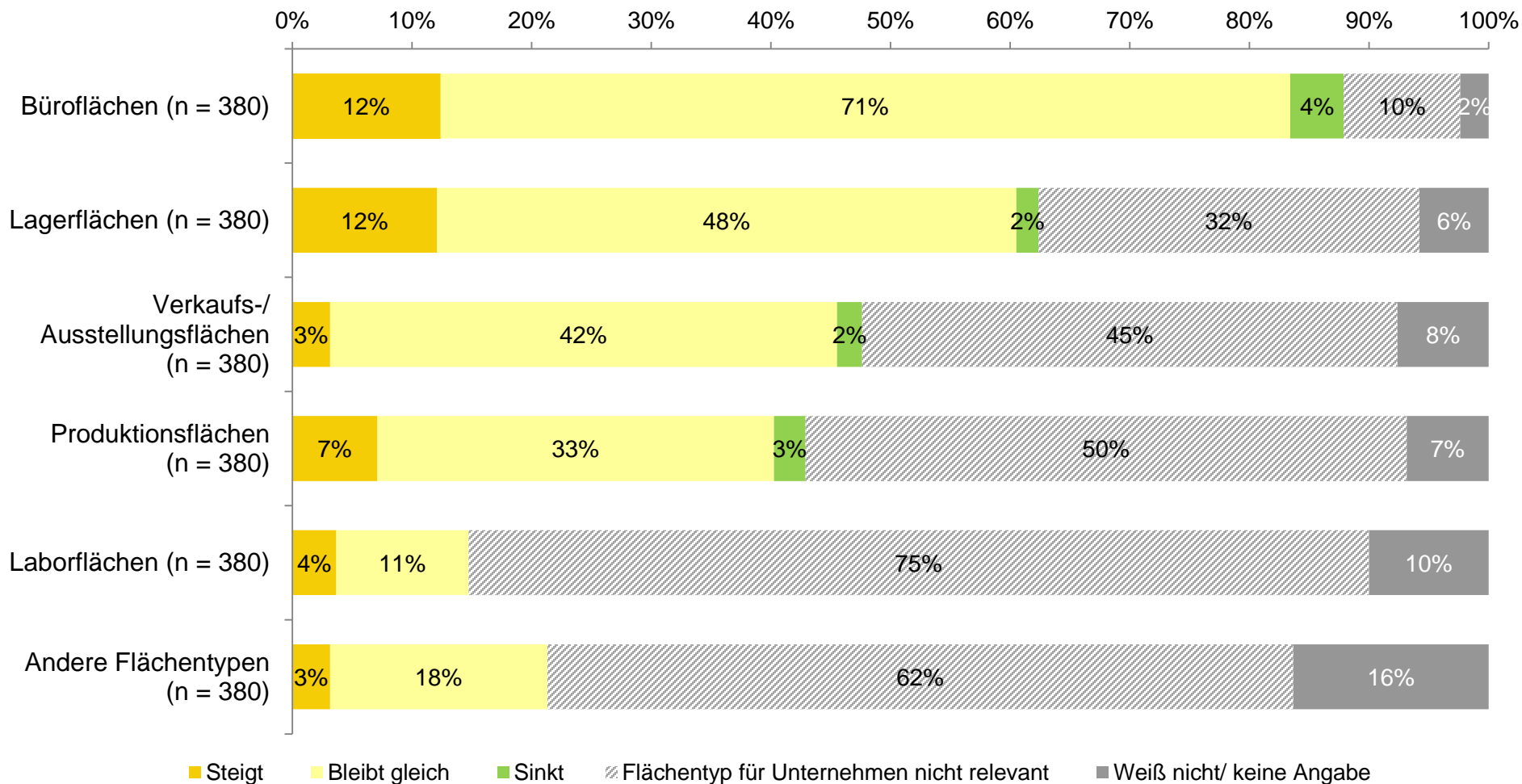
- Gegenfrage, was bietet die GmbH anderes als das, was ich über Kleinanzeigen, Makler und andere auch bekomme?
- Bisher nicht miteinander gesprochen.
- Bürokratie, umständliches Planungsverfahren, als Unternehmer werde ich leider nur behindert und wenig unterstützt. Aus Altersgründen und keiner Nachfolge wurden Expansionspläne immer wieder wegen vieler Gründe über den Haufen geworfen. Vor 22 Jahren wurde schon nicht auf unsere Wünsche und Bedürfnisse reagiert.
- Eigene Lösungen.
- Fläche ist vorhanden, darf aber nicht bebaut werden.
- Flächenbedarf: Flächen sind vorhanden. Kein Mehrbedarf.
- Keine. Regional/nachbarschaftlich selbst tätig, da es im unmittelbaren Umfeld sein muss.
- Können wir auf dem eigenen Grundstück realisieren.
- Nicht bekannt (2-mal genannt).
- Noch nicht relevant.
- Noch wurde diese Quelle nicht in Betracht gezogen, gerne würden wir das aber nachholen.
- Pandemie.
- Spezielle Rahmenbedingungen beim Flächenbedarf und bereits laufende Austausch mit der Stadtverwaltung.
- Standort ist ausbaufähig.
- Warum sollte man? Im Jahr 2019 haben wir eine weitere Produktions- und Lagerfläche übernommen, darüber hinaus sucht man immer noch Möglichkeiten und wenn sich etwas ergibt, muss man überlegen, ob sich diese Investition lohnt. Da kann die Braunschweig Zukunft nichts weiter machen.
- Weil wir andere Ansprechpartner hierfür haben.
- Weil wir noch in der konkreten Bedarfsermittlung sind.
- Wir suchen nach einer Lösung auf unserem Betriebsgelände von ca. 5.000qm.
- Wird sowieso nicht genehmigt. Stadt schaut nur auf die Innenstadt, die Stadtränder werden nur reglementiert.
- Wussten nicht, dass Braunschweig Zukunft Ansprechpartner in solchen Fragen ist.

Zusatzmodul Flächen 8: Hat Ihr Unternehmen wegen des bereits bestehenden Flächenbedarfs Kontakt mit der Braunschweig Zukunft GmbH aufgenommen?

Zusatzmodul Flächen 9: Und was sind die Gründe, warum Sie keinen Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH aufgenommen haben?

6. Flächen: Erwartete Entwicklung des Flächenbedarfs (I)

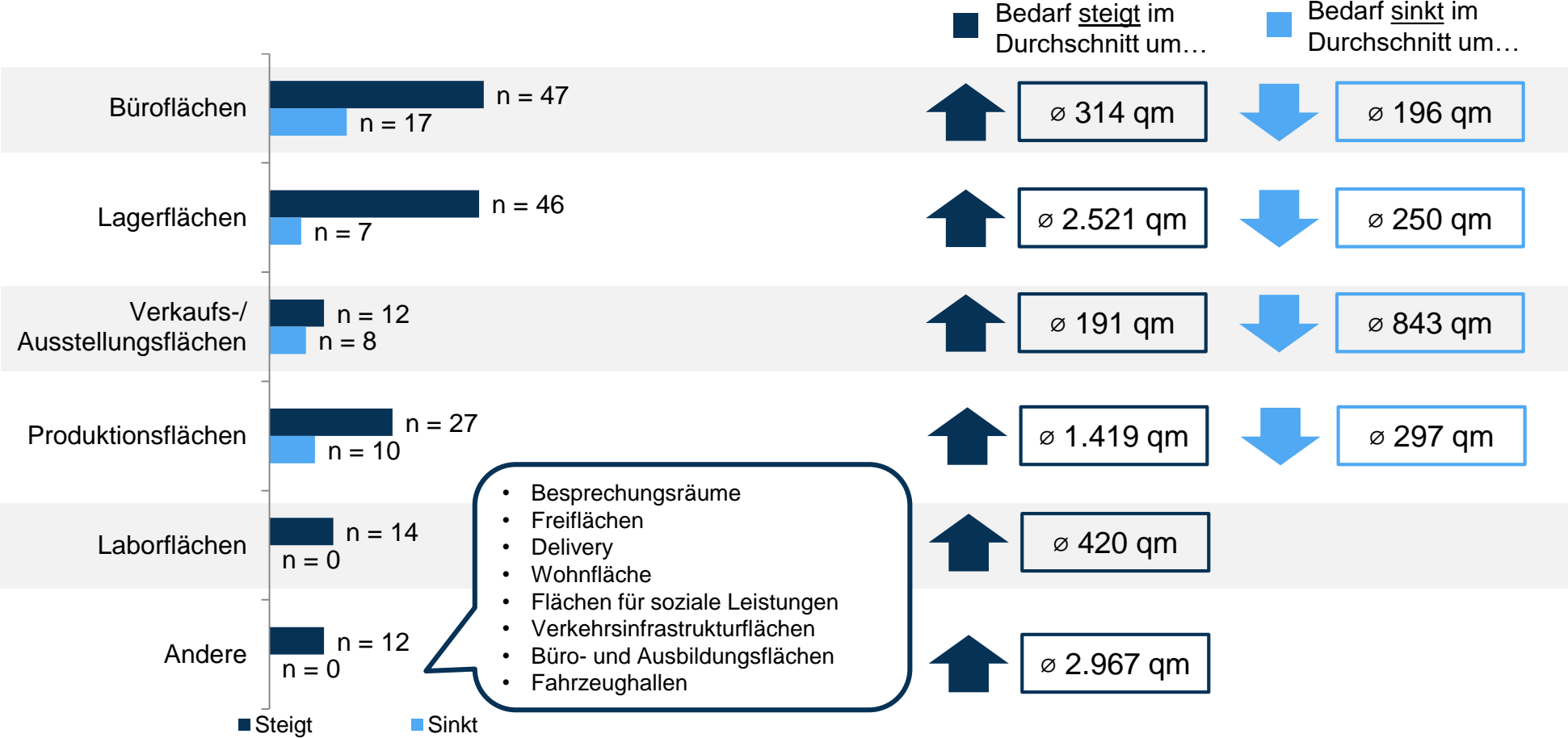
Zwar erwartet die Mehrheit der Befragten keine Änderungen des Flächenbedarfs, wesentliche Anteile (über 10% bei Büro- und Lagerflächen) erwarten jedoch steigende Bedarfe.



Zusatzmodul Flächen 2: Wie glauben Sie wird sich der Flächenbedarf Ihres Unternehmens in Braunschweig in den nächsten 1 bis 2 Jahren für die folgenden Flächentypen entwickeln?

6. Flächen: Erwartete Entwicklung des Flächenbedarfs (II)

Lediglich bezüglich Verkaufs- und Ausstellungsflächen werden umfangreichere Flächenreduktionen als -erweiterungen erwartet. Abgesehen davon übersteigen die Bedarfssteigerungen die -rückgänge deutlich.

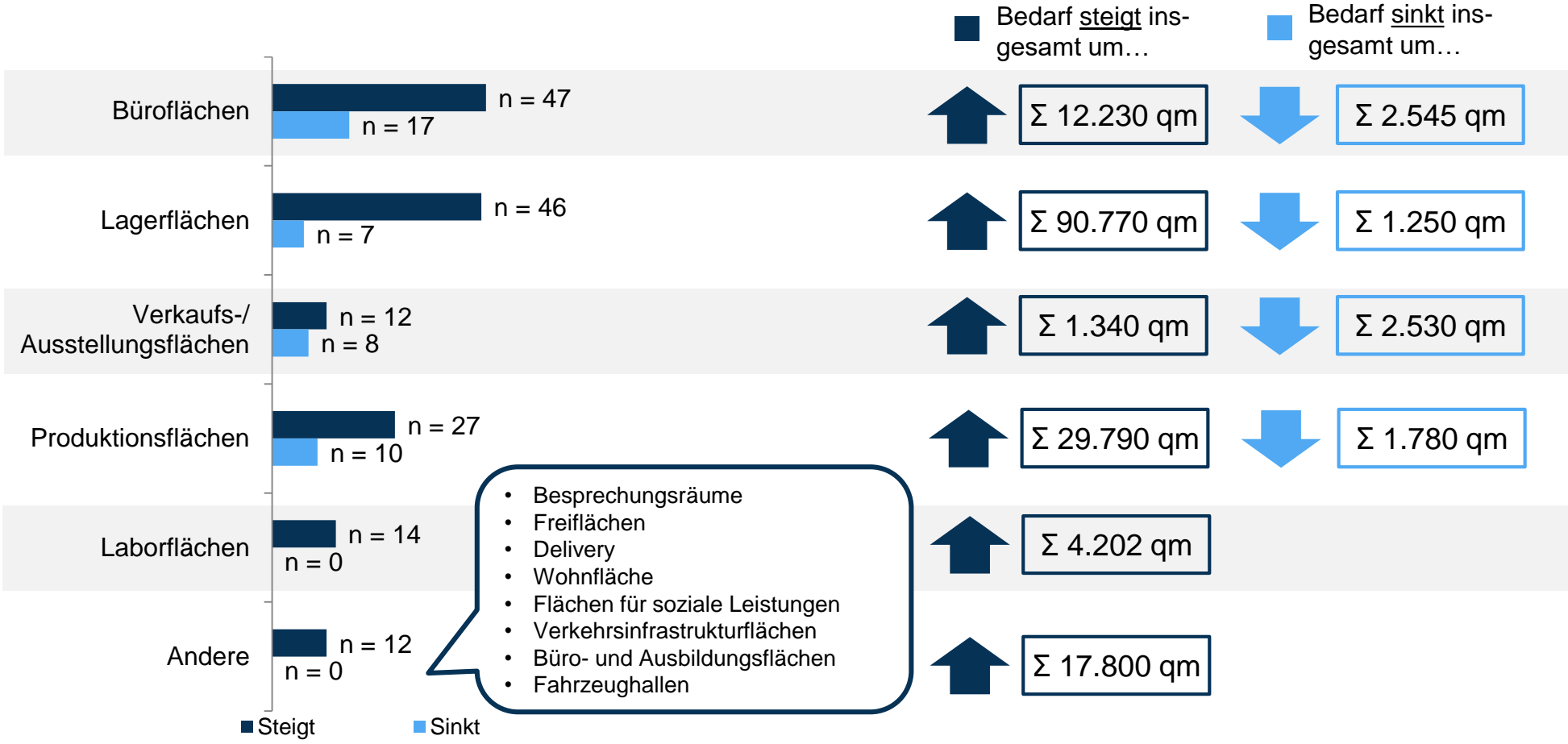


Zusatzmodul Flächen 4: Wie stark sinkt/steigt Ihr Bedarf an folgenden Flächenarten?

Zusatzmodul Flächen 3: Für welche anderen Flächentypen ändert sich der Flächenbedarf Ihres Unternehmens in den nächsten 1 – 2 Jahren?

6. Flächen: Erwartete Entwicklung des Flächenbedarfs (III)

Die befragten Unternehmen berichten insbesondere von wesentlichen Bedarfen an Lager- und an Produktionsflächen.



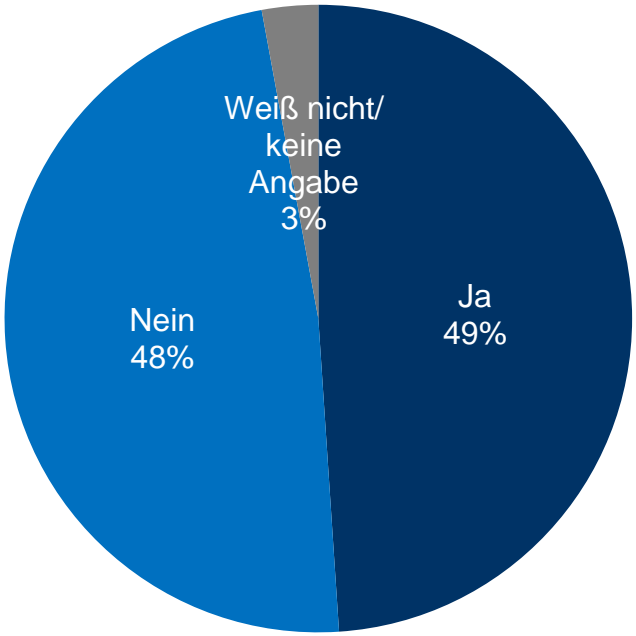
Zusatzmodul Flächen 4: Wie stark sinkt/steigt Ihr Bedarf an folgenden Flächenarten?

Zusatzmodul Flächen 3: Für welche anderen Flächentypen ändert sich der Flächenbedarf Ihres Unternehmens in den nächsten 1 – 2 Jahren?

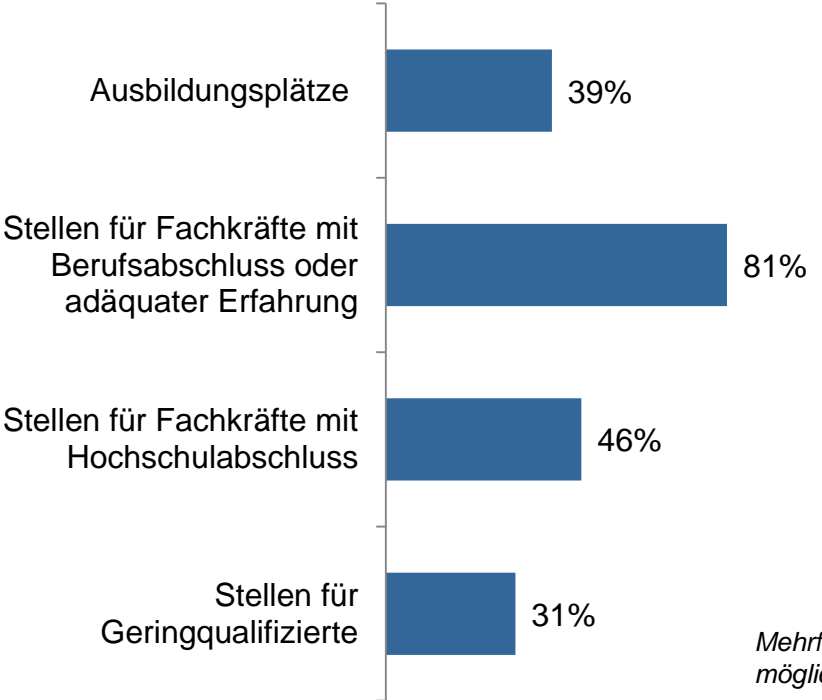
7. Fachkräfte: Offene Stellen im Unternehmen (I)

Knapp die Hälfte der Befragten berichtet von offenen Stellen im eigenen Unternehmen. Alle abgefragten Kategorien von Stellen, bis hin zu Stellen für Geringqualifizierte, sind davon betroffen, jedoch insbesondere Stellen für „handwerkliche“ Fachkräfte mit Berufsabschluss.

Offene Stellen im Unternehmen	In welchem Bereich
-------------------------------	--------------------



n = 380



n = 186

Mehrfachantworten möglich!

Zusatzmodul Fachkräfte 1: Gibt es in Ihrem Unternehmen momentan offene, also unbesetzte Stellen?
 Zusatzmodul Fachkräfte 2: Handelt es sich bei den offenen, unbesetzten Stellen um Ausbildungsplätze, um Stellen für Fachkräfte mit Berufsabschluss oder adäquater Erfahrung, oder handelt es sich um Stellen für Fachkräfte mit Hochschulabschluss ?

7. Fachkräfte: Offene Stellen im Unternehmen (II)

(Auszug aus den offenen Nennungen)

Unbesetzte Stellen für Fachkräfte mit Berufsabschluss oder adäquater Erfahrung

IT-Branche	Kaufm. Berufe	Handel / Logistik	Handwerk / Technik	Dienstleistungen	Sonstiges
<ul style="list-style-type: none"> • Informatik • Fachinformatiker (2x) • IT-Fachinformatiker + verwandte • Digitalmanagement • Kauffrau, Kaufmann für IT-Systemmanagement • Marketing • IT • IT-Kaufmann 	<ul style="list-style-type: none"> • Bürokauffrau –kaufmann • Kaufleute • Kaufmann für Büromanagement (m/w/d), Kaufmann für Versicherungen und Finanzen (m/w/d) • Kaufmann für Marketing-Kommunikation • Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandelsmanagement • ReNo-Angestellte, Steuerfachangestellte • Ausbildung zu Steuerfachangestellten • Auftragssachbearbeitung • Industriekaufleute (2x) • Bürokauffrau/mann • Büro/Industriekaufleute • Kaufmännischer Bereich • BWL • alles im Bereich Druck, Büro • Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Kraftfahrer • Fachkraft Lagerlogistik • Groß- und Außenhandel • Einzelhandel • Großhandel • Innendienst 	<ul style="list-style-type: none"> • Kanalbauer/Straßenbauer/ Betonbauer/Schlosser • Mechatroniker im Handwerk • Kfz-Mechatroniker • Landschaftsbauarbeiten • Metallbau • Montage • Zerspanungsmechaniker • Mechatroniker • Industriemechaniker • alle Bereiche aus der Metallbearbeitung • Ausbildung als Anlagenmechaniker/in für Sanitär - Heizungs- und Klimatechnik • Beruf Seiler für 2024 • Servicetechniker • Konditor, Bäcker • Physiklaboranten • Elektronik, Mechanik, Installation, Reparatur und Service • Handwerker und Techniker • Feinwerkmechaniker • Oberflächenbeschichtung • Facharbeiter (Verfahrensmechaniker) 	<ul style="list-style-type: none"> • Friseur • Hotelfachfrau und –mann • Bereich Küche und Service • Gärtner • Pflege • Fachangestellte für Bäderbetriebe • Restaurantfachkräfte, Koch, Köchin 	<ul style="list-style-type: none"> • Realschulabschluss oder Fach –Abitur • Abiturienten

Zusatzmodul Fachkräfte 3: Welche Tätigkeiten bzw. Qualifikationen sind im Detail betroffen bei ...?

7. Fachkräfte: Offene Stellen im Unternehmen (III)

(Auswahl aus den offenen Nennungen)

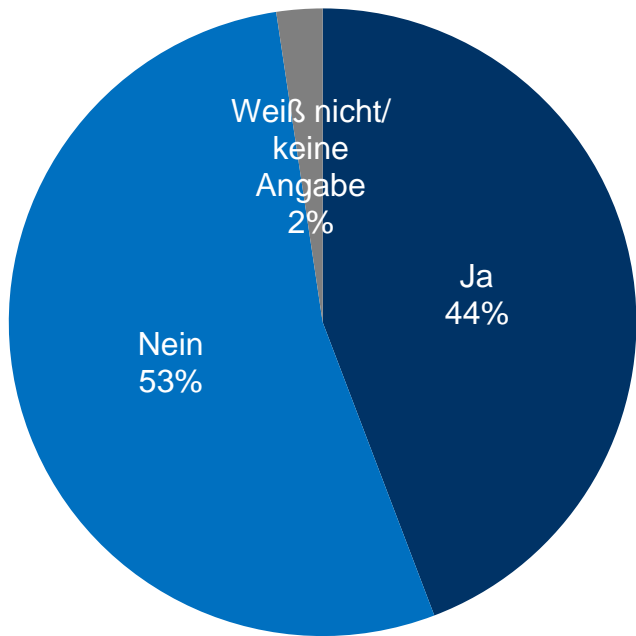
Unbesetzte Stellen für Fachkräfte mit Hochschulabschluss	Unbesetzte Stellen für Geringqualifizierte
<ul style="list-style-type: none"> • Architektur, Bauwesen, Geologie • Augenoptikmeister/in • Automatisierungstechnik und Projektleitung • Beratung, Controlling • Dipl.-Informatiker (MSc, Bch) und vergleichbare Hochschulabsolventen (Wirt.-Ing., Dipl.-Ing. usw.) • Forschung • Führungskräfte für den Vertrieb • Hardwareentwickler/Softwareentwickler embedded und C++ • Naturwissenschaftler oder Juristen. BWLer brauchen wir nicht • Junior Ingenieure • Rechtsanwälte, Steuerberater, Notare, Fachkräfte zur Unterstützung • Sozialpädagog/innen • Wissenschaftliche Mitarbeiter Life Cycle Assessment, Expert/innen Environmental LCA/Ökobilanzierung/Umweltbewertung 	<ul style="list-style-type: none"> • Reinigungskraft • Gastronomie, Thekenkraft, Kellner in Küche und Service • Aushilfen im Bereich Service auf Veranstaltungen, Saisonkräfte beim Auf- und Abbau von Festzelten • Hausmeistertätigkeiten, Boten • Produktionshelfer • Verkauf auf Marktveranstaltungen am Wochenende FR-SO, gute Deutschkenntnisse erforderlich und Führerschein Kl. B, Kundenkontakt • Praktikanten

Zusatzmodul Fachkräfte 3: Welche Tätigkeiten bzw. Qualifikationen sind im Detail betroffen bei ...?

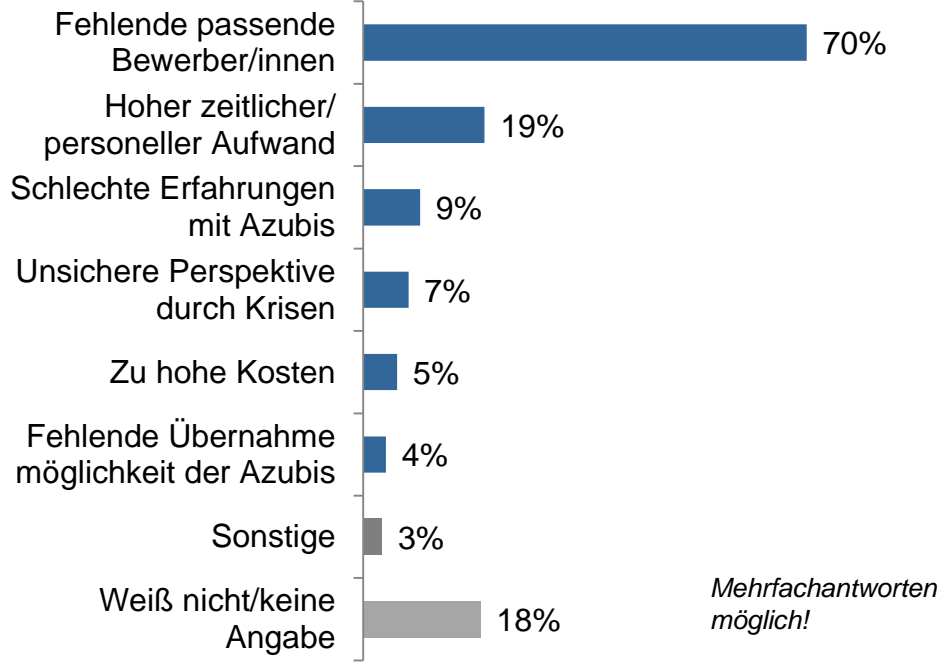
7. Fachkräfte: Ausbildung in den Unternehmen (I)

Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen bildet aus. Größte Herausforderung dabei ist, weit vor jedem personellen oder zeitlichen Aufwand, der für die Ausbildung betrieben werden muss, das Fehlen passender Bewerber zur Realisierung einer solchen Ausbildung.

Ausbildung im Unternehmen | **Falls ja: Kritische Aspekte bei Ausbildung**



n = 380



n = 168

Mehrfachantworten möglich!

Zusatzmodul Fachkräfte 4: Bildet Ihr Unternehmen aus?
 Zusatzmodul Fachkräfte 5: Was sind in Ihrem Unternehmen kritische Aspekte bei der Ausbildung von Fachkräften?

7. Fachkräfte: Ausbildung in den Unternehmen (II)

Ein grundsätzlicher Verzicht auf Ausbildung scheint zumeist aus einem (wahrgenommen) schlechten Verhältnis aus Aufwand und Ertrag des Ausbildens rechtfertigt zu werden.

Keine Ausbildung, da ...
Sonstige Gründe:



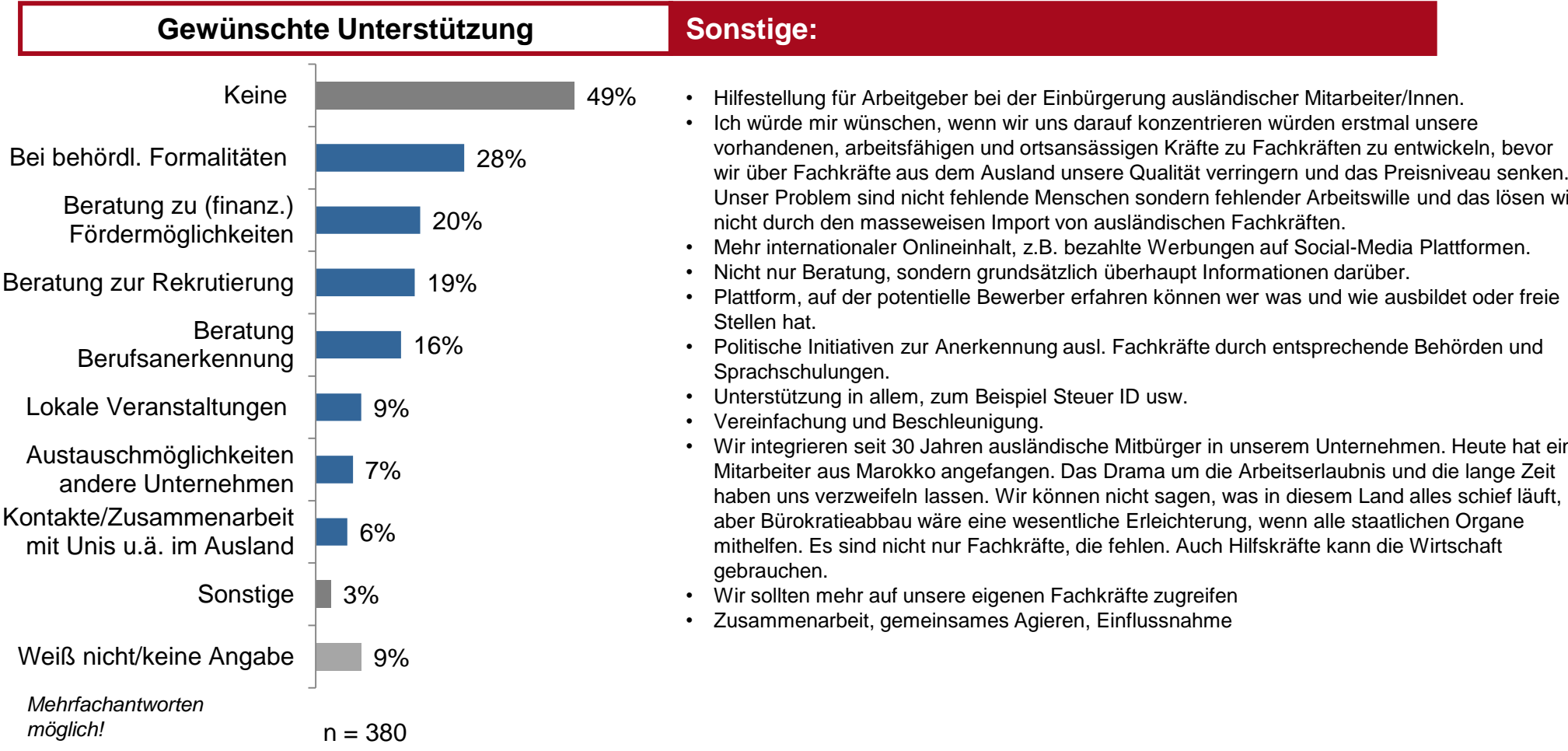
- Keine Ausbildereignung
- Ausbildung findet im Headquarter (Augsburg) statt.
- Ausbildung soll in 2-3 Jahren beginnen.
- Betrieb hat keinen Ausbildungsberuf, zu wenig qualifizierte Bewerber.
- Da wir viel Remote arbeiten, ist eine Betreuung derzeit nicht möglich.
- Der Ausbilderlehrgang wird derzeit absolviert.
- Haben wir 30 Jahre gemacht, jetzt kein Bedarf mehr.
- Hierfür gibt es hier keine Ausbildung, daher wird nur intern ausgebildet.
- Ich habe lange Jahre über den Restaurierungsbetrieb ausgebildet, jetzt läuft das über Firma Zerries.
- Im Forschungsbetrieb wenig Routinearbeiten, die im techn. Bereich vermittelt werden können. Kleines Labor mit drei Personen ist zeitlich nicht in der Lage auszubilden. Im kfm. Bereich hatten wir vor Jahren einmal eine Kauffrau für Bürokommunikation ausgebildet. War interessant, aber alle geforderten Lehr-Inhalte zu vermitteln war schon anspruchsvoll und wurde auch nur über Sondergenehmigung erteilt, da wir keinen Vollkaufmann beschäftigen.
- Momentan kein Bedarf
- Nach Ausbildung im Metallbereich werden die Mitarbeiter intern zu Umformtechniker weitergebildet
- Nur im überregionalen Bereich gute Berufsschulstandorte; extrem unterschiedliche Bildungsstände bei den Auszubildenden
- Sind zu klein
- Um ausbilden zu dürfen muss ein Mitarbeiter lange Schulungen besuchen!
- Unser Unternehmen verfügt nicht über alle Abteilungen und erfüllt daher nicht die Anforderungen für eine qualifizierte Ausbildung. Quereinsteiger werden allerdings angelernt bzw. ausgebildet
- Waren bisher zu klein, geplanter Start der Ausbildung 2024.
- Wir benötigen Hochschulabsolvent:innen /Wir brauchen nur Ingenieure
- Wir sind ein Startup

Mehrfachantworten möglich! n = 212

Zusatzmodul Fachkräfte 6: Was sind die Gründe, warum Ihr Unternehmen auf die Ausbildung von Fachkräften verzichtet?

7. Fachkräfte: Fachkräfte aus dem Ausland

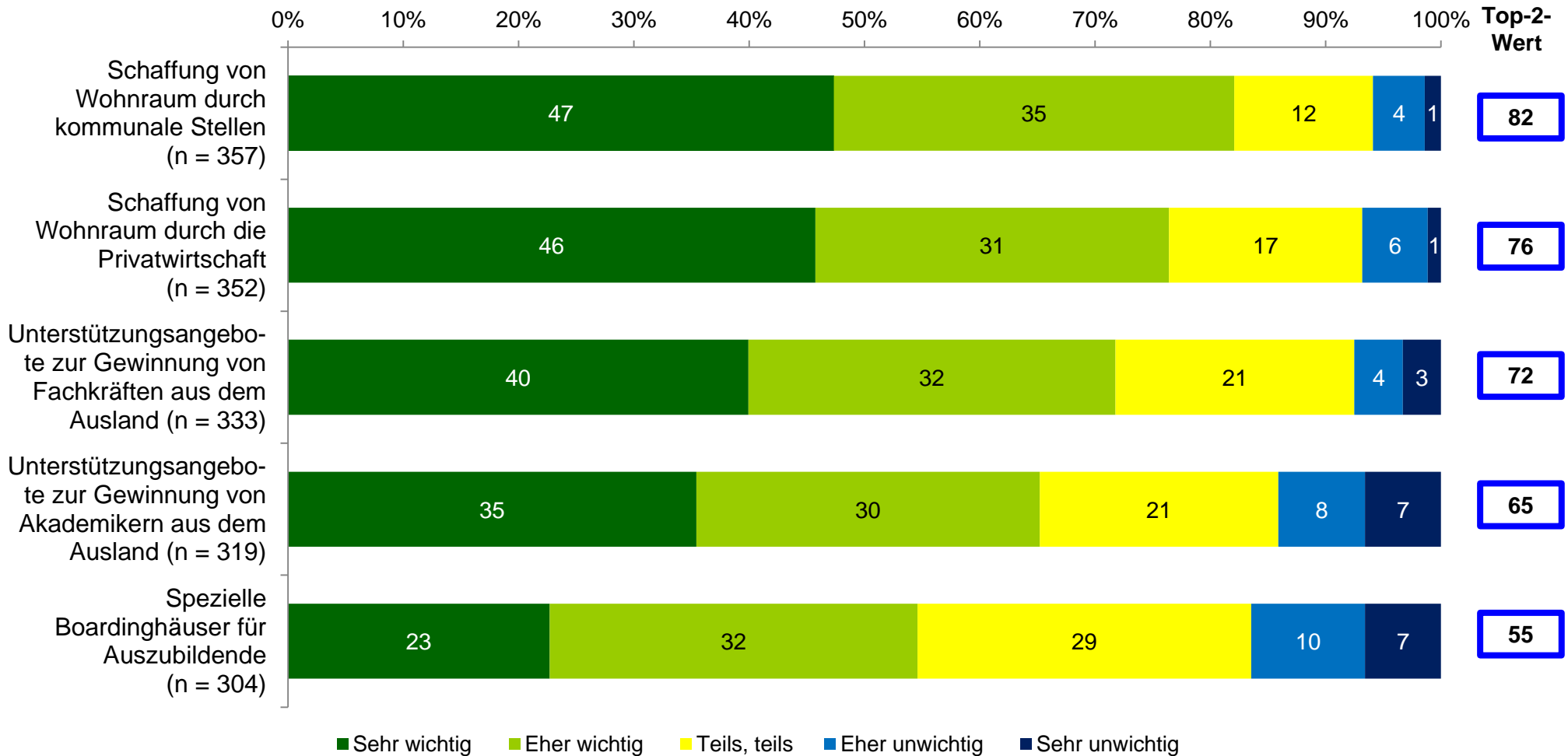
Viele Unternehmen, 49% in der Befragung, wünschen sich durch die Braunschweig Zukunft GmbH keine Unterstützung bei Anwerbung ausländischer Fachkräfte. Ansonsten werden vor allem Unterstützung bei behördlichen Fragen und zu möglicher finanzieller Förderung gewünscht.



Zusatzmodul Fachkräfte 7: Welche Unterstützung wünschen Sie sich in Braunschweig bzgl. der Anwerbung und der Zusammenarbeit mit Fachkräften aus dem Ausland?

7. Fachkräfte: Wichtigkeit allgemeiner Maßnahmen

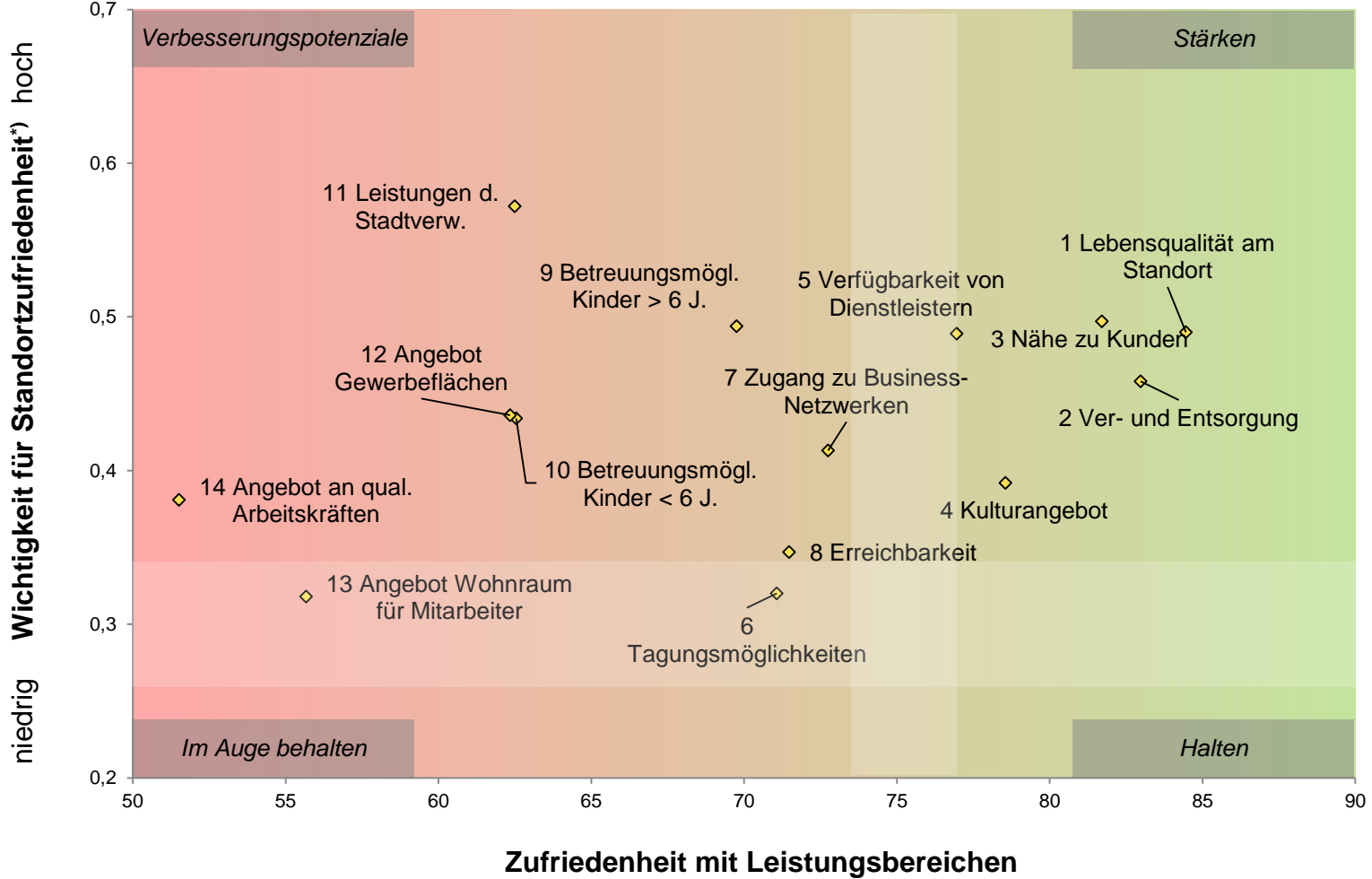
Die gestützte Abfrage möglicher Maßnahmen zur Bindung und Gewinnung von Fachkräften aus dem Ausland legt nahe, dass die Schaffung von Wohnraum als wichtigste Maßnahme betrachtet wird.



Zusatzmodul Fachkräfte 8: Für wie wichtig halten Sie die folgenden Maßnahmen für die Bindung und Gewinnung von Fachkräften?

8. Handlungsrelevanz: Einflussfaktoren (I)

Wer die Leistungen der Stadtverwaltung, die Kinderbetreuungsmöglichkeiten, das Gewerbeflächen- und Netzwerk-Angebot gut bewertet, der hat i. d. R. auch eine überdurchschnittliche Meinung über Braunschweig insgesamt.

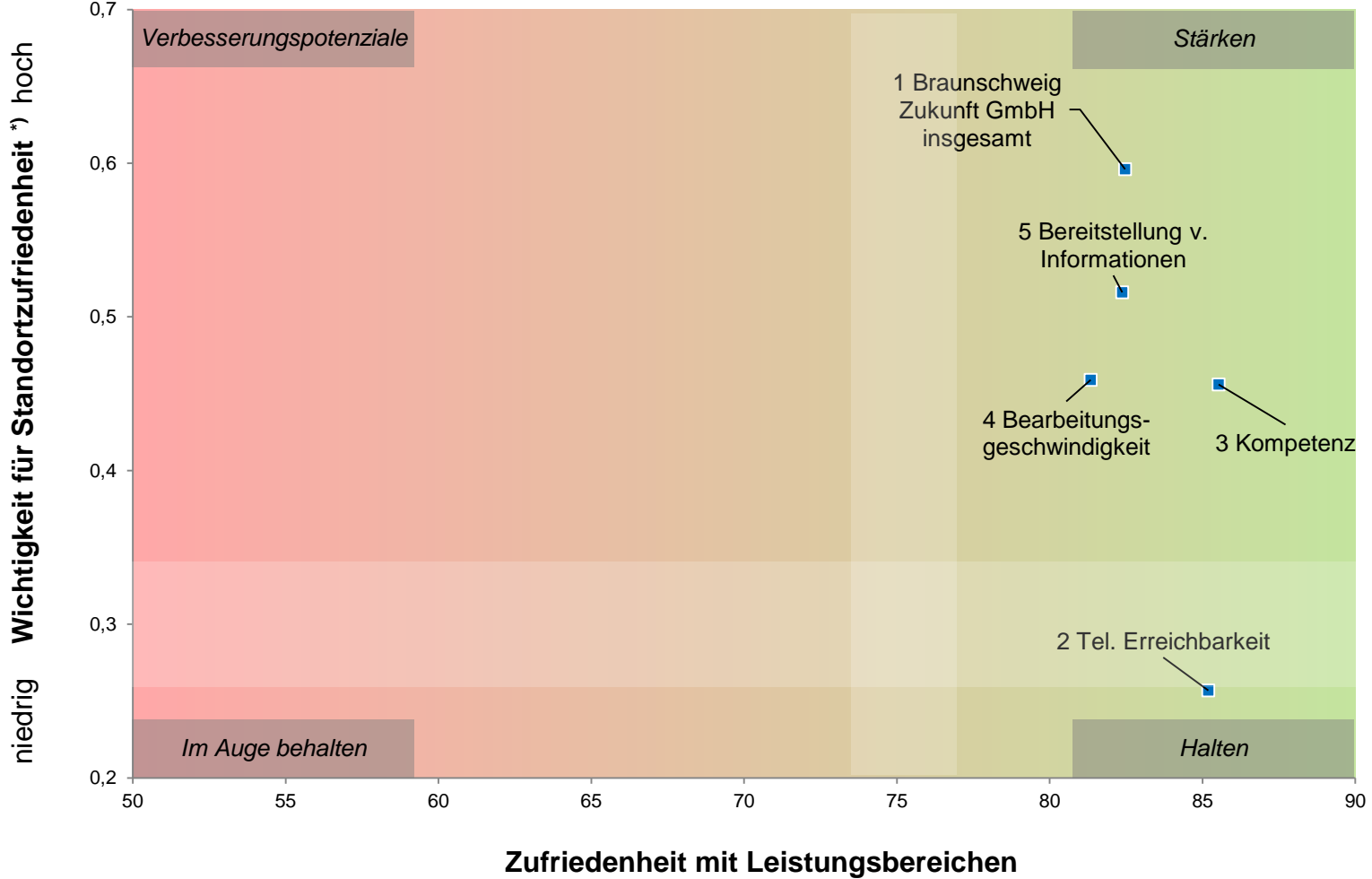


- ◆ STANDORTFAKTOREN**
- 1 Lebensqualität am Standort
 - 2 Ver- und Entsorgung
 - 3 Nähe zu Kunden
 - 4 Kulturangebot
 - 5 Verfügbarkeit von Dienstleistern
 - 6 Tagungsmöglichkeiten
 - 7 Zugang zu Business-Netzwerken
 - 8 Erreichbarkeit
 - 9 Betreuungsmögl. Kinder > 6 J.
 - 10 Betreuungsmögl. Kinder < 6 J.
 - 11 Leistungen d. Stadtverw.
 - 12 Angebot Gewerbeflächen
 - 13 Angebot Wohnraum für Mitarbeiter
 - 14 Angebot an qual. Arbeitskräften
 - 15 Gewerbesteuerhebesatz

* Die tatsächliche Wichtigkeit von Leistungsbereichen ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Globalzufriedenheit und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Leistungsbereichen. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

8. Handlungsrelevanz: Einflussfaktoren (II)

Befragte, die die Leistungen der Braunschweig Zukunft GmbH positiv bewerten, nehmen auch den Standort Braunschweig insgesamt wohlwollender wahr. Die Bereitstellung von Informationen zeigt sich hier deutlich einflussreicher als bspw. die telefonische Erreichbarkeit.



- Braunschweig Zukunft GmbH
- 1 Braunschweig Zukunft GmbH insgesamt
- 2 Tel. Erreichbarkeit
- 3 Kompetenz
- 4 Bearbeitungsgeschwindigkeit
- 5 Bereitstellung v. Informationen

*) Die tatsächliche Wichtigkeit von Leistungsbereichen ergibt sich aus den Korrelationen zwischen der Globalzufriedenheit und den Zufriedenheiten mit den verschiedenen Leistungsbereichen. Korrelationskoeffizienten können einen Wert von 0 bis 1 annehmen, wobei 0 keinen messbaren Zusammenhang anzeigt, 1 den größtmöglichen, perfekten Zusammenhang.

8. Handlungsrelevanz: Risikogruppentypologie

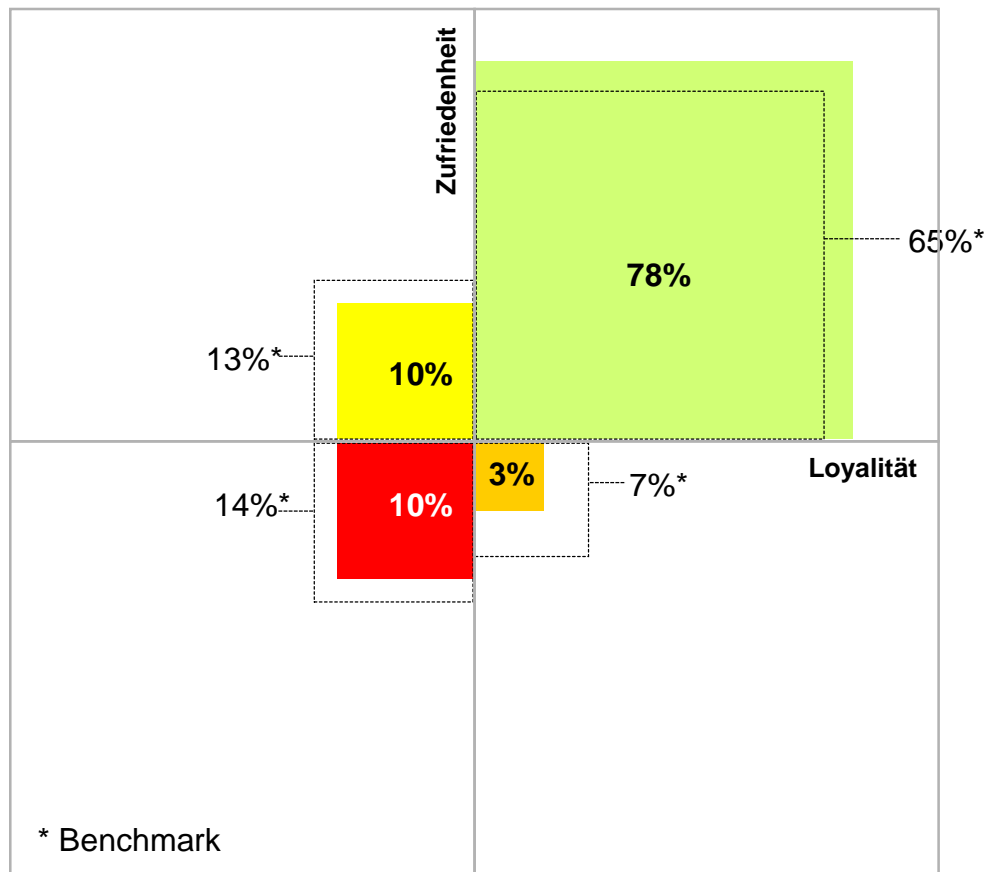
Die Gegenüberstellung von aktueller Standortbewertung und emotionaler Loyalität der Unternehmen

Opportunisten
Zufriedene, aber nicht loyale Unternehmen

Loyale
Zufriedene und loyale Unternehmen

Kritische
Unzufriedene und nicht loyale Unternehmen

Enttäuschte
Unzufriedene, aber loyale Unternehmen



Frage 3: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Unternehmensstandort Braunschweig?
 Frage 2: Bitte beurteilen Sie, inwieweit die folgenden Aussagen zum Standort Braunschweig zutreffen.

9. Zusammenfassung (I)

- In Braunschweig wurde im Jahre 2023 zum ersten Mal eine Unternehmensbefragung im Rahmen des L·Q·M-GEWERBEMonitors durchgeführt. Zielgruppe waren die Unternehmen, deren Kontaktdaten bei der Braunschweig Zukunft GmbH vorlagen. Für alle Unternehmen bestand die Möglichkeit zur Teilnahme durch Anforderung der dazu erforderlichen Unterlagen direkt bei der Braunschweig Zukunft GmbH.
- Die Befragung wurde zunächst online durchgeführt. Nach einer Woche begann zusätzlich die telefonische Kontaktierung von Unternehmen, die sich zuvor noch nicht online beteiligt hatten.
- Die Befragung zeigt eine hohe Zufriedenheit der ansässigen Unternehmen mit ihrem Standort in Braunschweig – unabhängig davon, ob in der Vergangenheit bereits ein Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH bestand. Insgesamt sind 47% der befragten Unternehmen mit dem Standort Braunschweig „sehr zufrieden“, nochmals 40% sind „eher zufrieden“, 10% bewerten mit „teils, teils“.
- Dementsprechend überrascht auch nicht die hohe gemessene Standortloyalität der befragten Unternehmensvertreterinnen und -vertreter. Der Aussage „Wir sind mit Braunschweig sehr verbunden, ein Umzug unseres Unternehmens ist sehr unwahrscheinlich“ stimmen ganze 80% „voll und ganz“ zu; 70% stimmen „voll zu“ auch künftig in Braunschweig investieren zu wollen.
- Sowohl die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort Braunschweig wie auch die empfundene Loyalität zu diesem sind überdurchschnittlich im Vergleich zu den Werten, die in ähnlichen Befragungen in anderen Städten und Kommunen in Deutschland gemessen wurden.

9. Zusammenfassung (II)

- Im Detail mit Blick auf die Standortfaktoren in Braunschweig werden die Lebensqualität am Standort, die Verfügbarkeit von Ver- und Entsorgung sowie die Nähe zu den eigenen Kunden am besten bewertet. Mit diesen Faktoren sind jeweils 40 bis 50% der Befragten „sehr zufrieden“, der überwiegende Rest „eher zufrieden“.
- Auch das Kulturangebot und die Verfügbarkeit von Dienstleistern werden mit jeweils 36% „sehr zufrieden“ und 40 bis 50% „eher zufrieden“ ausgesprochen gut bewertet. Vergleichsweise niedriger bewertet werden die Betreuungsmöglichkeiten für Kinder (insbesondere unter 6 Jahren) und die Leistungen der Stadtverwaltung allgemein, unabhängig von der Braunschweig Zukunft GmbH. Insbesondere das Angebot an Wohnraum und Gewerbeflächen sowie an qualifizierten Arbeitskräften wird von einigen Unternehmen auch kritisch gesehen.
- Im Vergleich zu Werten, die in anderen Städten und Kommunen im Rahmen vergleichbarer Studien erhoben wurden, werden (unter Beachtung der statistischen Fehlertoleranz) alle Benchmarkwerte mindestens erreicht, an vielen Punkten auch deutlich übertroffen. Das betrifft insbesondere das Kulturangebot, den Zugang zu Business-Netzwerken und die geografische Erreichbarkeit von Braunschweig. Auch das vergleichsweise zurückhaltender bewertete Angebot an Gewerbeflächen und an Wohnraum für Mitarbeiter wird – im kommunalen Vergleich – deutlich überdurchschnittlich bewertet.
- Entsprechend erscheint es im Kontext dieser hohen Bewertungen der Standortfaktoren wenig überraschend, dass das Image von Braunschweig dominiert wird von Begriffen wie „lebenswert“ und „wirtschaftskräftig“. Vergleichsweise häufiger abgelehnt wird das Attribut „großstädtisch“; zu der Aussage „hat eine innovative Gründungsszene“ können vergleichsweise viele Befragte keine Angabe machen.

9. Zusammenfassung (III)

- Knapp die Hälfte der Befragten gab an, dass das eigene Unternehmen schon einmal Kontakt zur Braunschweig Zukunft GmbH hatte – 14% waren sich nicht sicher. Mit deren Arbeit sind insgesamt 49% „sehr zufrieden“, weitere 38% „eher zufrieden“.
- Auch die Einzelaspekte der Tätigkeit der Braunschweig Zukunft GmbH werden gut bewertet. Hier differenzieren die Befragten nur wenig zwischen den abgefragten Teilbereichen – besonders gut bewertet werden jedoch die Kompetenz der Ansprechpartner und die telefonische Erreichbarkeit.
- Im kommunalen Vergleich mit anderen Wirtschaftsförderungsgesellschaften erreicht die Braunschweig Zukunft GmbH hier deutlich überdurchschnittliche Bewertungen.
- Unter den Informationsangeboten für Unternehmen erreichen die Webseite „Braunschweig.de“ und der Newsletter „Neues aus der Braunschweiger Wirtschaftsförderung“ mit 45% bzw. 44% ähnlich hohe Nutzungsquoten. Im direkten Vergleich ist die Webseite bisherigen Nicht-Nutzer/innen noch etwas bekannter als der Newsletter. Das deutlichste noch verbleibende Vermarktungspotenzial besteht hinsichtlich des Innovationsportals „Besser Smart“.
- Gefragt nach der Wichtigkeit einzelner möglicher Dienstleistungen und Aktivitäten der Braunschweig Zukunft GmbH zeigt sich, dass diese fast ausnahmslos von der großen Mehrheit der befragten Unternehmen als „eher“ oder zumeist sogar „sehr wichtig“ bewertet werden.

9. Zusammenfassung (IV)

- Insgesamt erwarten die Unternehmen eine positive Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Braunschweig. Auch für das eigene Unternehmen rechnet man mit einer Steigerung von Nachfrage, Auftragsvolumen und Umsatz sowie – in etwas geringerem Ausmaße – von Beschäftigtenzahl und Investitionen in den Standort, wobei Standortentscheidungen in ca. 9 von 10 Unternehmen direkt in Braunschweig getroffen werden, bei knapp jedem zehnten Unternehmen an einem anderen Ort.
- Als größte Herausforderungen für die nächsten Jahre nimmt man die wirtschaftliche Entwicklung allgemein wahr, gefolgt vom Aspekt der Fachkräftegewinnung (und der Entwicklung der Arbeitskosten) sowie der Entwicklung der Energiekosten.
- Als wichtigste Themenfelder für mögliche Neuausrichtungen der Unternehmen zeigt die Befragung insbesondere die fortschreitende Digitalisierung und den Themenbereich „Nachhaltigkeit“. Demgegenüber erscheinen die Themen „New Work“, Produktentwicklung, die dezidierte Entwicklung neuer Geschäftsfelder sowie Forschung & Entwicklung deutlich weniger wichtig, wobei jedoch auch hier in fast allen Fällen ein gleichbleibendes Niveau (statt eines Rückgangs) erwartet wird.
- Ein Ausbau von „New Work“ wird in den betroffenen Unternehmen vornehmlich bezüglich flexibler Arbeitszeiten und mobilem Arbeiten erwartet. Für viele Unternehmen weniger relevant erscheinen in diesem Bereich Co-Working-Spaces und Freelancing.

9. Zusammenfassung (V)




- 13% der Unternehmen haben bereits heute einen bestehenden, unerfüllten Flächenbedarf; knapp die Hälfte davon seit 2022 oder 2023, viele bereits seit 2019 oder früher. Auf Nachfrage, warum deshalb noch nicht die Braunschweig Zukunft GmbH kontaktiert wurde, zeigt sich zwar manchmal, dass diese durch die Unternehmen (noch) nicht als Ansprechpartner bei Flächenbedarfen gesehen wird, häufig entsteht jedoch auch der Eindruck, dass in den betreffenden Unternehmen ein Flächenbedarf zwar bestehen mag, jedoch nicht (oder nicht mehr) nachdrücklich nach konkreten Lösungen gesucht wird.
- Für die Zukunft erwarteten zwar die meisten Unternehmen ein Gleichbleiben ihres Flächenbedarfs, 2 bis 4% jedoch auch einen Rückgang ihres Bedarfs an bestimmten Flächentypen. Zugleich rechnen bspw. jeweils 12% mit einem Anstieg ihres Bedarfs an Büro- bzw. Lagerflächen.
- Damit erscheint die Flächensituation in Braunschweig weniger kritisch als in anderen wirtschaftlich erfolgreichen Städten – dies zeigt auch die überdurchschnittliche Bewertung des Standortfaktors „Angebot an Gewerbeflächen“ – sollte aber in jedem Fall im Auge behalten werden.
- Die Hälfte der Unternehmen berichtet von offenen, unbesetzten Stellen im eigenen Unternehmen, insbesondere von unbesetzten Stellen für Fachkräfte mit Berufsabschluss oder adäquater Erfahrung.
- Knapp die Hälfte der Unternehmen bildet aus, wobei als Herausforderung insbesondere ein Fehlen passender Bewerber/innen gesehen wird.
- Für die Anwerbung und erfolgreiche Zusammenarbeit mit Fachkräften aus dem Ausland wünscht sich die Hälfte der Befragten gar keine Unterstützung seitens der Braunschweig Zukunft GmbH; 28% würden Unterstützung bei behördlichen Formalitäten begrüßen, 20% Beratung zu finanziellen Fördermöglichkeiten, respektive 19% bzw. 16% zu den Themen Rekrutierung und Berufsankennung.
- Daneben betrachten die befragten Vertreterinnen und Vertreter der Braunschweiger Unternehmen vor allen Dingen die Schaffung von Wohnraum als wichtige Maßnahme zur Bindung und Gewinnung von Fachkräften.




9. Zusammenfassung (VI)

- Die Unternehmen sind sehr zufrieden mit ihrem Standort und diesem gegenüber in fast allen Fällen loyal.
- Alle abgefragten Standortfaktoren erreichen oder übertreffen die jeweiligen Benchmarkwerte.
- Die Braunschweig Zukunft GmbH wird deutlich besser bewertet als Wirtschaftsförderungen in anderen Städten und Kommunen (und auch deutlich besser als die Stadtverwaltung allgemein).
- Die Befragten nehmen einen Mangel an Gewerbeflächen wahr, jedoch erscheint dieser weniger dramatisch als in anderen wirtschaftlich erfolgreichen Städten in Deutschland.
- Digitalisierung und Nachhaltigkeit stellen aus Sicht der Unternehmen wichtigere Herausforderungen für die nächsten Jahre dar als z. B. die Entwicklung neuer Produkte oder „New Work“.
- Viele Befragte berichten von einem akuten Fachkräftemangel. Viele sehen die Schaffung von Wohnraum als wichtigste Maßnahme zu dessen Bekämpfung.

Die Unternehmensbefragung in Braunschweig zeigt, in einem ökonomisch nicht einfachen Kontext, erfreulich positive Ergebnisse. Höchste Priorität für die nächsten Jahre sollte in jedem Fall die Aufrechterhaltung des hohen empfundenen Leistungsniveaus der Braunschweig Zukunft GmbH sein. Dies kann insbesondere auch Maßnahmen zur Milderung des Fachkräftemangels beinhalten und teilweise zur Vermittlung von Flächen. Daneben sollte geprüft werden inwieweit, unabhängig von den Leistungen der Braunschweig Zukunft GmbH, auch die Leistungen der Stadtverwaltung besser bei den Unternehmen ankommen, um negative Abstrahleffekte auf die Braunschweig Zukunft GmbH zu vermeiden.

Kontakt

 Sebastian K. Bauer
Geschäftsführer
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-16
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: sebastian.bauer@L-Q-M.de

 Lukas Fried
Senior-Projektleiter
 L·Q·M Marktforschung GmbH
Augustinergäßchen 6
 55116 Mainz
Tel.: 06131/97 212-15
Fax: 06131/97 212-10
E-Mail: lukas.fried@L-Q-M.de

Internet: www.L-Q-M.de