

# IMAGEANALYSE **METROPOLE RUHR**

Ergebnisse einer Führungskräftebefragung  
im Auftrag des Regionalverbandes Ruhr (RVR)

Essen, 07. Juni 2016

# FORSCHUNGSANSATZ



**Global agierende  
Führungskräfte mit  
Sitz in Deutschland**

**Führungskräfte  
Unternehmen  
Inland**

**Führungskräfte  
aus relevanten  
Exportmärkten**

# Forschungsdesign

## Imageanalyse zur Wahrnehmung und Beurteilung der Metropole Ruhr; n = 335

### Multiperspektivischer Ansatz

- **Führungskräfte inländischer Unternehmen und globale Führungskräfte** (n=287)
- **Führungskräfte ausländischer Unternehmen aus relevanten Exportmärkten** (POL, TUR, CHN, USA, GBR, NDL) (n=48)

### Zentrale Fragestellungen

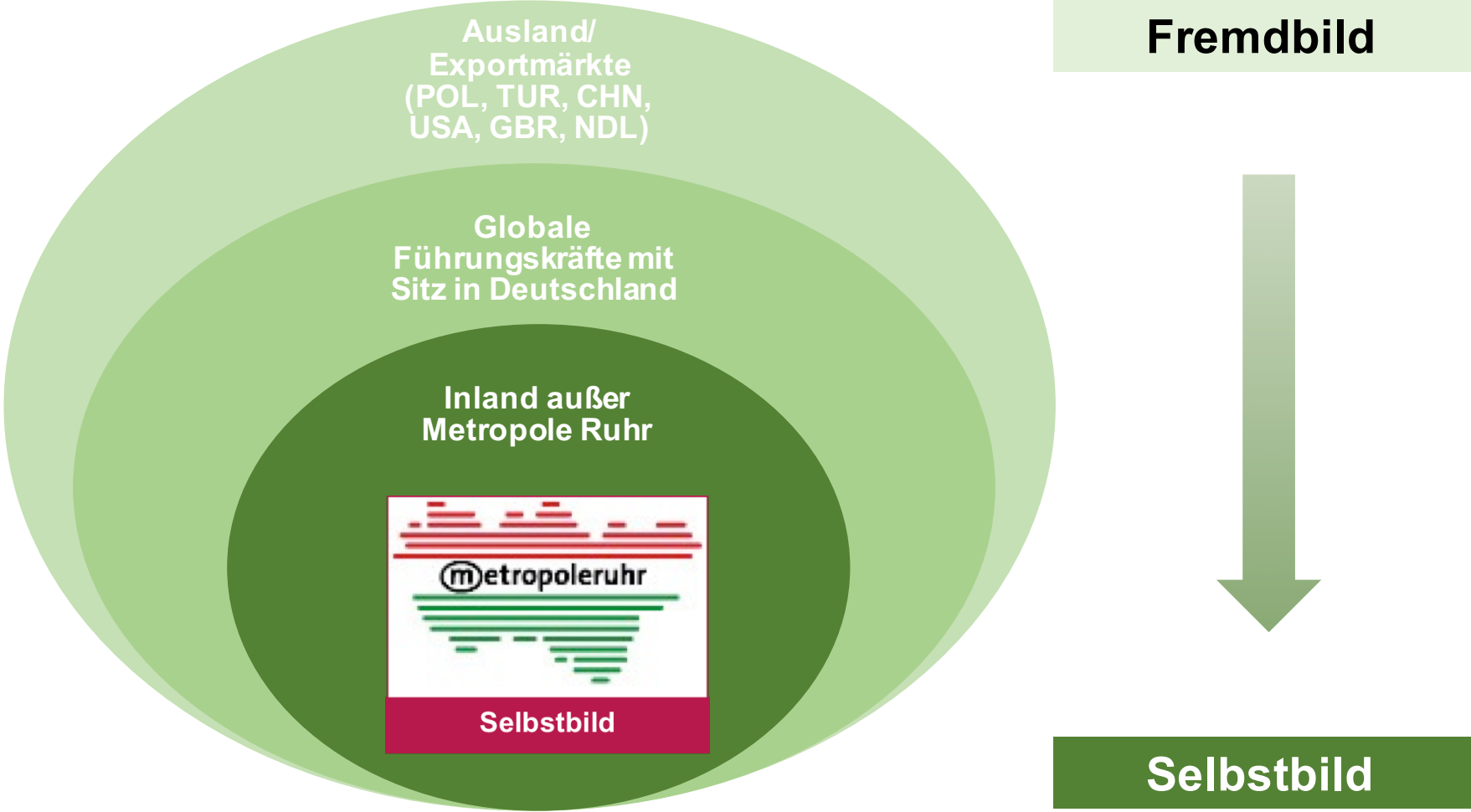
- **Image** der Metropole Ruhr
- Einstufung von **harten und weichen Standortfaktoren**
- **Attraktivität** der Metropole Ruhr (Fokus Unternehmensansiedelung)
- **Erwartungen** an die weitere Entwicklung der Metropole Ruhr

### Durchführung der Befragung

- Institut für Zielgruppenkommunikation (IfZ) und 365 Sherpas
- **Entwicklung eines Fragebogens** (Telefon-, Live- und Online-Befragung)
- Zeitraum der Befragung: **15.3. bis 15.5.2016**

Insgesamt wurden 335 Repräsentanten von großen Unternehmen und KMU befragt

# Führungskräftebefragung innerhalb und außerhalb der Metropole Ruhr



# Differenzierung nach fünf Wirtschaftszweigen für die Metropole Ruhr



Digitale Kommunikation



Bildung und Wissen



Gesundheit



Ressourceneffizienz



Industrieller Kern

# ERGEBNISSE

# NATIONALE PERSPEKTIVE



# ZUFRIEDENHEIT / IMAGE

# Zufriedenheit mit dem derzeitigen Unternehmensstandort

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit dem derzeitigen Standort Ihres Unternehmens?

- Unternehmen mit Sitz **außerhalb der Metropole Ruhr**:
  - Sehr zufrieden/zufrieden: **84,8**
  - Nicht zufrieden/überhaupt nicht zufrieden: **3,4**
  
- Unternehmen mit Sitz **in der Metropole Ruhr**:
  - Sehr zufrieden/zufrieden: **83,7**
  - Nicht zufrieden/überhaupt nicht zufrieden: **2,0**

## Hauptgründe für Zufriedenheit (Sitz in der Metropole Ruhr):

- +++ Gute Verkehrsanbindung, Infrastruktur, gute Lage
- ++ Kundennähe/Kundenpotentiale (auch aufgrund der Dichte)
- + Vernetzung mit anderen Unternehmen
- + Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen
- + Qualifizierte Mitarbeiter vor Ort

in Prozent, Werte 1 und 2 bzw. 4 und 5 einer 5er Skala

# Imageprofil Metropole Ruhr: Selbstbild – Fremdbild

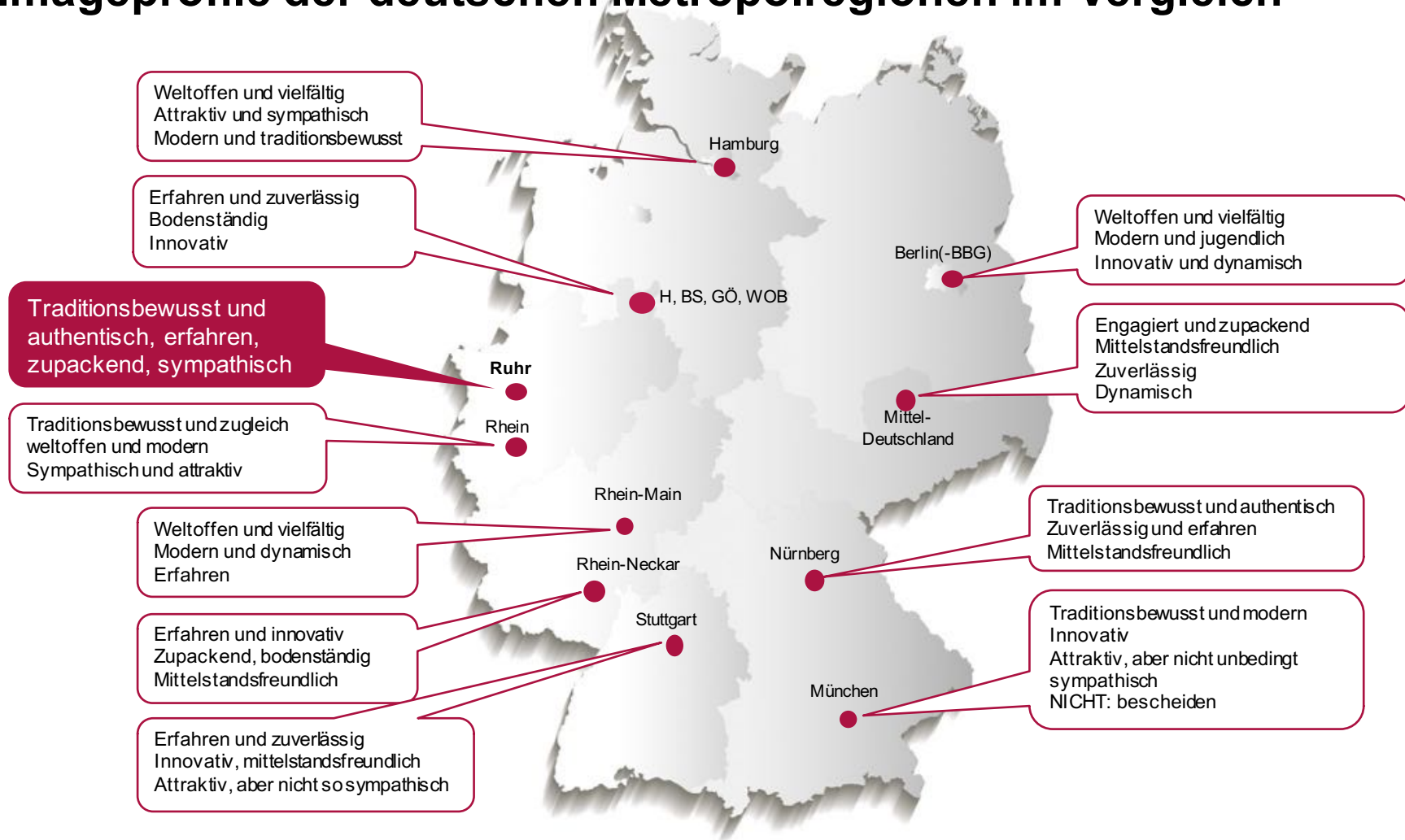
## UNTERNEHMEN IN DER METROPOLE RUHR

## UNTERNEHMEN INLAND, AUSSERHALB METROPOLE RUHR



in Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala

# Imageprofile der deutschen Metropolregionen im Vergleich



# STANDORTFAKTOREN

# Relevanz von Standortfaktoren für Unternehmen in Deutschland (1)

Frage: Wie wichtig sind diese Aspekte für die Standortentscheidung?

	NATIONAL	METROPOLE RUHR
▪ <b>Angebot an qualifizierten Arbeitskräften</b>	91,2	89,8
▪ Angebot von Arbeitskräften allgemein	90,7	81,6
▪ Kommunikationsnetz	89,7	77,6
▪ <i>Schule und Bildung</i>	83,3	77,6
▪ Verkehrsinfrastruktur	80,4	81,6
▪ <i>Gesundheitsversorgung</i>	76,0	67,3
▪ <i>Verfügbarkeit von Wohnraum</i>	72,5	67,3
▪ Wertschätzung von Unternehmen	72,5	63,3
▪ Steuern, Gebühren, Abgaben	72,1	79,6
▪ Preise für Gewerbeflächen/-immobilien	71,6	77,6



In Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala / weiche Standortfaktoren kursiv

## Relevanz von Standortfaktoren für Unternehmen in Deutschland (2)

Frage: Wie wichtig sind diese Aspekte für die Standortentscheidung?

	NATIONAL	METROPOLE RUHR	
▪ <i>Gehaltsniveau</i>	71,1	75,5	
▪ <i>Weiterbildungsmöglichkeiten</i>	68,1	79,6	←
▪ <i>Kinderbetreuung</i>	67,6	65,3	
▪ <i>Preise für Wohnungen</i>	66,7	59,2	
▪ <i>Qualität des Wohnraums</i>	66,7	61,2	
▪ Vernetzung Unternehmen – Hochschulen	65,7	65,3	
▪ Vorgefundenes Unternehmensumfeld	65,2	67,3	
▪ Arbeitsweise der Verwaltung	64,7	67,3	
▪ Angebot an Gewerbeflächen	<b>63,7</b>	<b>79,6</b>	←
▪ <i>Freizeitangebote</i>	56,9	59,2	
▪ Preise für Energieversorgung	<b>56,4</b>	<b>71,4</b>	
▪ Nähe zu Absatzmärkten	<b>54,4</b>	<b>67,3</b>	
▪ Nähe zu Zulieferern	<b>51,0</b>	<b>69,4</b>	
▪ Beratung und Unterstützung junger Unternehmen/Start-ups	45,6	55,1	

In Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala / rot markiert: deutliche Unterschiede / weiche Standortfaktoren kursiv

# Bewertung von Standortfaktoren für die Metropole Ruhr (1)

Frage: Wie bewerten Sie die Aspekte bei der **Metropole Ruhr**?

	NATIONAL	METROPOLE RUHR	
▪ Kommunikationsnetz	70,1	65,9	
▪ Verkehrsinfrastruktur	68,6	75,5	←
▪ <i>Gesundheitsversorgung</i>	65,7	69,4	
▪ Angebot an Arbeitskräften allgemein	<b>60,3</b>	<b>49,9</b>	
▪ <i>Weiterbildungsmöglichkeiten</i>	<b>57,8</b>	<b>75,5</b>	←
▪ Vernetzung von Unternehmen – Hochschulen	<b>56,9</b>	<b>75,5</b>	←
▪ Preise für Gewerbeflächen/Immobilien	55,4	57,1	
▪ <i>Verfügbarkeit von Wohnraum</i>	54,9	61,2	
▪ <i>Schule und Bildung</i>	54,9	61,2	
▪ Nähe zu Absatzmärkten	<b>53,9</b>	<b>69,4</b>	

In Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala / rot markiert: deutliche Unterschiede / weiche Standortfaktoren kursiv



## Bewertung von Standortfaktoren für die Metropole Ruhr (2)

Frage: Wie bewerten Sie die Aspekte bei der *Metropole Ruhr*?

	NATIONAL	METROPOLE RUHR	
▪ Wertschätzung von Unternehmen	53,4	53,1	
▪ Preise für Wohnungen	52,9	61,2	
▪ Angebot an qualifizierten Fachkräften	52,5	42,9	
▪ Angebot an Gewerbeflächen	52,0	51,9	
▪ Vorgefundenes Unternehmensumfeld	52,0	49,0	
▪ Nähe zu Zulieferern	<b>52,0</b>	<b>65,9</b>	←
▪ Preise für Energieversorgung	50,0	56,1	
▪ Kinderbetreuung	49,5	46,3	
▪ Steuern, Gebühren, Abgaben	48,0	41,5	
▪ Freizeitangebote	<b>46,6</b>	<b>71,4</b>	←
▪ Gehaltsniveau	45,1	57,1	
▪ Beratung und Unterstützung junger Unternehmen/Start-ups	42,6	44,9	
▪ Arbeitsweise der Verwaltung	35,8	38,8	
▪ Qualität des Wohnraums	33,8	36,7	

In Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala / rot markiert: deutliche Unterschiede / weiche Standortfaktoren kursiv

## Attraktivität der Metropole Ruhr als Standort

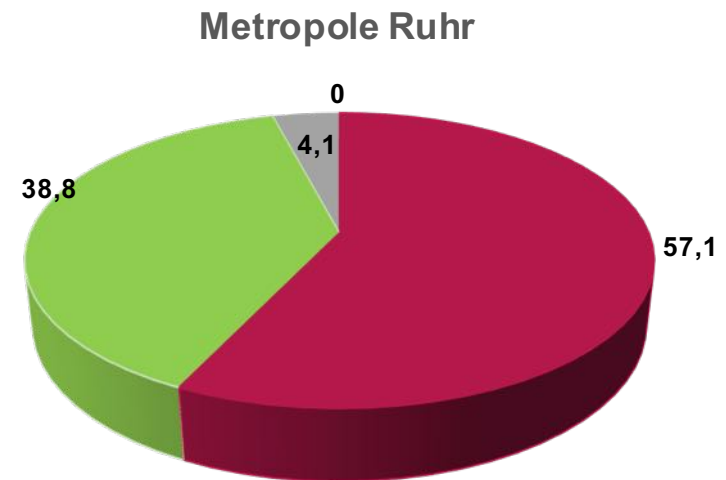
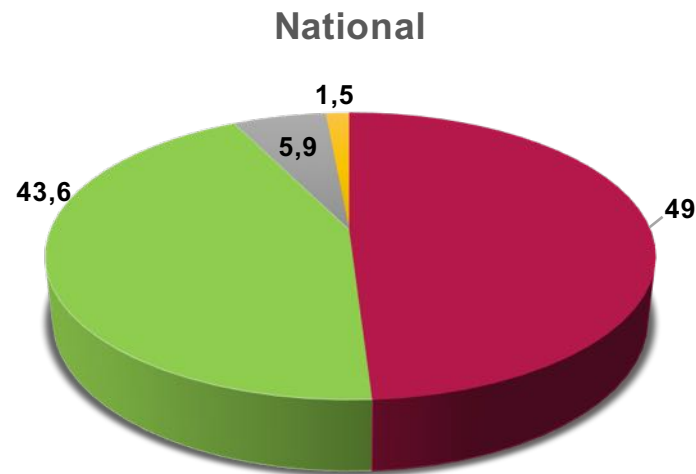
Frage: Inwieweit ist die Metropole Ruhr für eine (weitere) Unternehmensansiedelung interessant?

	NATIONAL	METROPOLE RUHR
▪ <b>Sehr interessant/interessant (1 und 2)</b>	22,5	71,4
▪ Weder – noch/unentschieden (3)	27,5	16,3
▪ Überhaupt nicht/kaum interessant (4 und 5)	48,5	4,1
▪ Weiß nicht/keine Antwort	1,5	8,1

**Für jedes FÜNFTE Unternehmen ist eine Ansiedlung interessant**

## Erwartungen hinsichtlich der weiteren Entwicklung

Frage: Wie wird sich der Wirtschaftsstandort Metropole Ruhr in Zukunft entwickeln? (Angaben in Prozent)

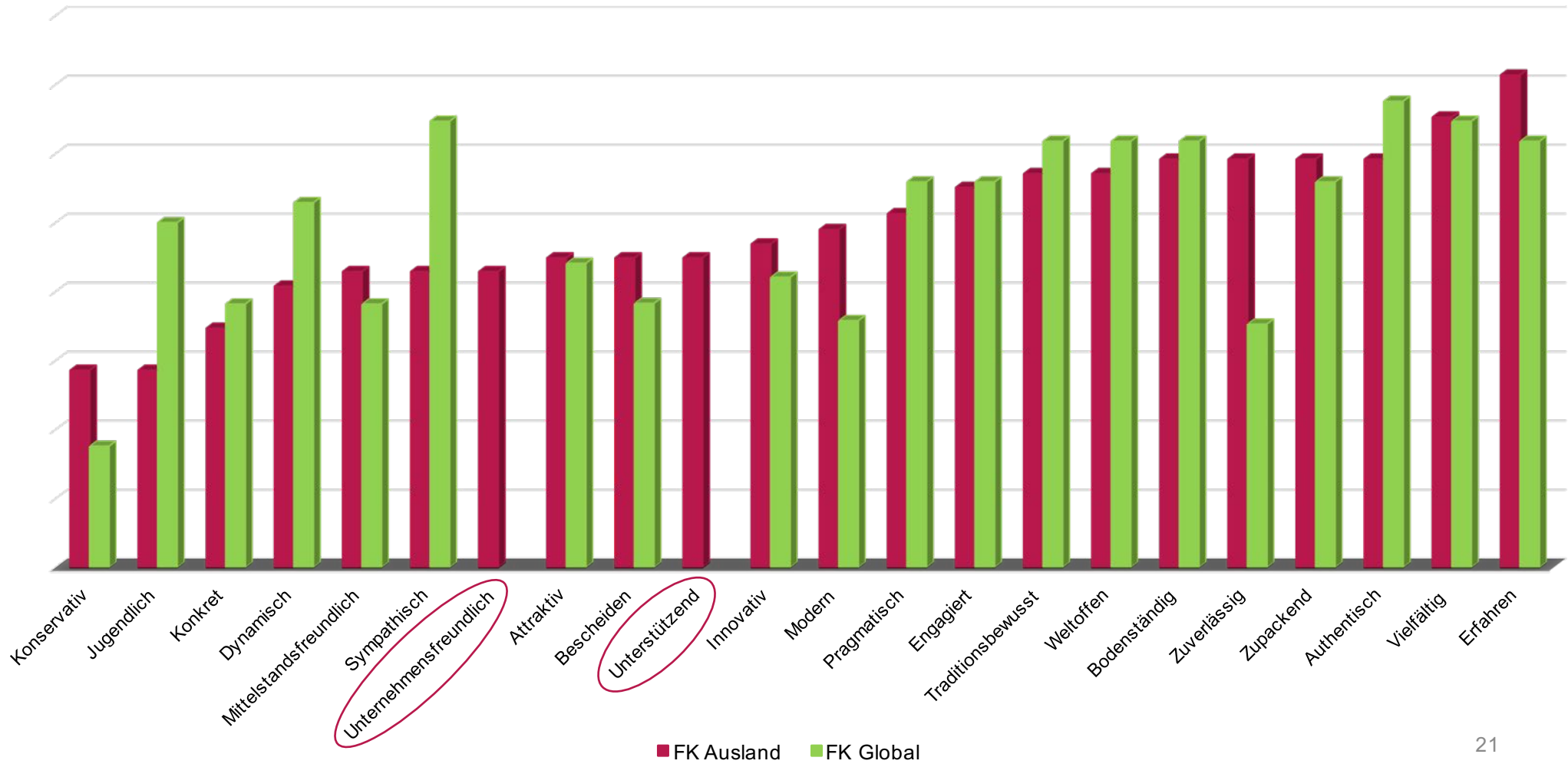


- Eher positiv
- Gleichbleibend
- Eher negativ
- Weiß nicht/keine Angabe

Am positivsten sind Unternehmen in den Bereichen Gesundheit und digitale Kommunikation (Außensicht) bzw. Gesundheit und Bildung & Wissen (Innensicht). Darüber hinaus Unternehmen insbesondere im Rheinland bzw. in Hannover/Braunschweig/Wolfsburg.

# INTERNATIONALE PERSPEKTIVE

# Image: Führungskräfte aus Exportmärkten und globale Führungskräfte



## Relevanz von Standortfaktoren aus internationaler Perspektive

Schule und Bildung  
(Globale Führungskräfte  
mit Sitz in Deutschland)

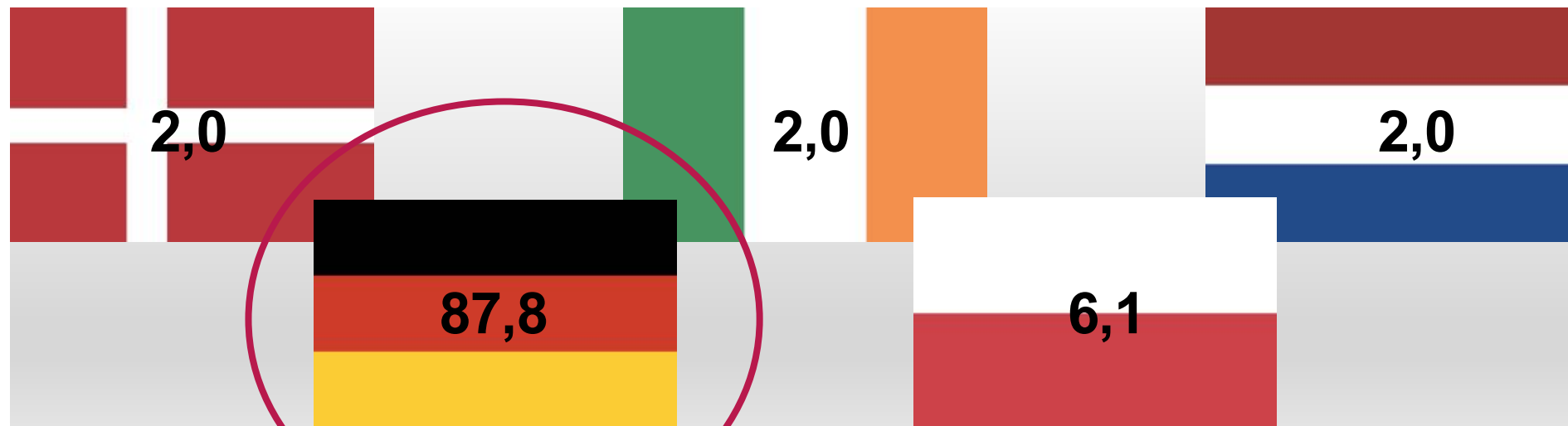


Angebot von  
qualifizierten  
Fach- und  
Führungskräften  
(Führungskräfte aus  
Exportmärkten)



## Attraktive Wirtschaftsstandorte in Europa

Frage: Welches ist für Sie der attraktivste Wirtschaftsstandort in Europa? (offene Frage)



In Prozent der Nennungen

+ Sehr gute wirtschaftliche Situation, gute Infrastruktur, zentrale Lage in Europa und weltweit guter Ruf von „Made in Germany“  
- Überregulierung, Fachkräftemangel in bestimmten Bereichen und teils hohe Arbeitskosten

# Bekanntheit deutscher Metropolregionen

*Frage: Welche der folgenden Regionen Deutschlands sind Ihnen als Wirtschaftsstandorte bekannt?*

▪ Rang 1: Region München	85,7
▪ Rang 1: Region Hamburg	85,7
▪ Rang 3: Region Stuttgart	83,7
▪ <b>Rang 4: Region Ruhrgebiet</b>	<b>79,6</b>
▪ Rang 5: Region Rhein-Main	75,5
▪ Rang 5: Region Rheinland	75,5
▪ Rang 7: Region Berlin/Brandenburg	73,5
▪ Rang 8: Region Rhein-Neckar	65,3
▪ Rang 9: Region Hannover/Wolfsburg/Braunschweig	65,3
▪ Rang 10: Region Nürnberg	57,1
▪ Rang 11: Mitteldeutschland	51,0

In Prozent der Nennungen



# Attraktivität der deutschen Metropolregionen

*Frage: Wie attraktiv sind für Sie die folgenden Regionen?*

Rang 1: München	76,5
Rang 2: Hamburg	67,6
Rang 2: Rhein-Main	67,6
Rang 2: Stuttgart	67,6
Rang 3: Rhein	50,0
Rang 3: Rhein-Neckar	50,0
<b>Rang 4: Metropole Ruhr</b>	<b>47,1</b>
Rang 4: Nürnberg	47,1
Rang 5: Berlin/Brandenburg	41,2
Rang 6: Hannover/Wolfsburg/Braunschweig	32,4
Rang 7: Mitteldeutschland	20,6

In Prozent, Werte 1 und 2 einer 5er Skala

# Attraktivität der Metropole Ruhr für ausländische Unternehmen

*Frage: Inwieweit ist die Metropole Ruhr Ihrer Einschätzung nach für ausländische Unternehmen bzw. Investoren attraktiv?*

- |                                   |             |
|-----------------------------------|-------------|
| ▪ <b>Sehr attraktiv/attraktiv</b> | <b>47,1</b> |
| ▪ Weder noch                      | 32,2        |
| ▪ Überhaupt nicht/nicht attraktiv | 8,8         |

## Hauptgründe für Attraktivität:

- Großer Ballungsraum (Unternehmen, Kunden, Arbeitnehmer)
- Gute Infrastruktur
- Zentrale Lage
- Relativ kostengünstig (Löhne, Mieten, Lebenshaltungskosten)
- Vielfältig/multikulturell – begünstigt Ansiedelung ausländischer Unternehmen

## Bedenken:

- Der Strukturwandel ist noch nicht beendet – weitere Entwicklung ungewiss
- Es gibt attraktivere Standorte in Deutschland

in Prozent, Einstufung auf 5er Skala, Rest zu 100%: weiß nicht

# ZUSAMMENFASSUNG

## Die Metropole Ruhr hat Tradition und ist weltoffen

- Das aktuelle Image der Metropole Ruhr wird im In- und Ausland **auffallend ähnlich** gesehen
- Das Bild wird **dominiert von Eigenschaften wie** „authentisch“, „vielfältig“, „bodenständig“, „zupackend“, „zuverlässig“ und „erfahren“
- **„Traditionsbewusstsein“** liegt in der Wahrnehmung bundesweiter Unternehmen auf Platz 1
- Die **Imagedefizite** liegen insbesondere bei den Aspekten **„modern“**, **„jugendlich“**, **„dynamisch“**
- Eine Reihe von **Standortfaktoren sind für alle bedeutsam**: Arbeitskräfte/Fachkräfte, Kommunikationsnetz/Breitbandversorgung, Verkehrsinfrastruktur, Schule und Bildung
- Die Metropole Ruhr wird vor allem hinsichtlich **folgender Standortfaktoren positiv bewertet**: Kommunikationsnetz, Verkehrsinfrastruktur, Gesundheitsversorgung, Arbeitskräfteangebot im allgemeinen (weniger Fachkräfte)

## Die Entwicklung wird vorsichtig positiv eingeschätzt

- **Deutschland ist als Wirtschaftsstandort hoch angesehen:** Die große Mehrheit der befragten internationalen Führungskräfte und der Vertreter ausländischer Unternehmen gibt eine sehr gute Bewertung ab (91,2 % bzw. 87,8%)
- Den Repräsentanten ausländischer Unternehmen ist **das Ruhrgebiet in hohem Maße bekannt**
- Hinsichtlich Bekanntheit unter den deutschen Metropolregionen rangiert es **auf dem vierten Platz** hinter München, Hamburg und Rhein-Main
- Hinsichtlich der **Attraktivität als Wirtschaftsstandort** für ausländische Unternehmen nimmt das Ruhrgebiet **den sechsten Rang** nach München, Rhein-Main, Rheinland, Hamburg und Stuttgart ein
- Von den Repräsentanten der befragten ausländischen Unternehmen prognostiziert etwas mehr als die Hälfte eine gleichbleibende **und etwa ein Viertel eine positive zukünftige Entwicklung der Metropole Ruhr**

**VIELEN DANK**