

Junior Comtec

Studentische Unternehmensberatung

Geschäftsklimaindex des Rhein-Main-Gebiets

Herausgegeben im Juni 2010

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

laut des ifo-Geschäftsklimaindexes lässt sich in den letzten Monaten wieder ein Aufschwung der Wirtschaft Deutschlands verzeichnen. Die Unternehmen blicken in Bezug auf die Geschäftslage sowie Geschäftserwartungen zuversichtlich in die Zukunft, was auf eine wirtschaftlich stabile Erholung hinweist.¹

Da der ifo-Geschäftsklimaindex deutschlandweit erhoben wird, lassen sich nur bedingt Schlüsse auf einzelne Gebiete ziehen. Daher stellt sich die Frage, ob sich der Aufschwung auch im Rhein-Main-Gebiet eingestellt hat.

Um diese Frage beantworten zu können, entschloss sich die studentische Unternehmensberatung Junior Comtec Darmstadt im Dezember 2009 einen Geschäftsklimaindex für das Rhein-Main-Gebiet zu erstellen. Ziel dieses Index ist es einen Trend für die regionale Wirtschaft aufzeigen zu können.

Hierzu wurden über 200 Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet kontaktiert. Inhalt der Umfrage war im Wesentlichen der Unternehmensaufbau und die aktuelle Geschäftslage des Unternehmens, Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Unternehmen sowie das Rhein-Main-Gebiet als Wirtschaftsstandort. Bei der Erhebung ergab sich eine Rücklaufquote von über 17 Prozent.

In der Befragung wird deutlich, dass die Wirtschaftskrise ihre Spuren auch im Rhein-Main-Gebiet hinterlassen hat. Dennoch blickt ein beachtlicher Teil der Unternehmen positiv in die Zukunft und erwartet eine zunehmende Besserung der wirtschaftlichen Situation, wie auch der ifo-Geschäftsklimaindex prognostiziert.

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen Unternehmen recht herzlich für die Teilnahme an der Befragung und das Interesse an dem Geschäftsklimaindex bedanken.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen Junior Comtec Darmstadt!

¹ Vgl. ifo Geschäftsklima Deutschland. In: *ifo Geschäftsklima deutlich aufgeellt* (März), *ifo Geschäftsklima weiter im Aufwind* (April), *ifo Geschäftsklima nahezu unverändert* (Mai), URL: http://www.cesifo-group.de/portal/page/portal/ifoHome/a-wininfo/d1index/10indexgsk/_indexktlistpdf, letzter Zugriff: 04.06.10

Inhaltsverzeichnis

1. Vorstellung von Junior Comtec	4
2. Vorgehen und Datenerhebung	6
3. Auswertung der Geschäftslage der Unternehmen	8
3.1. Ausgangslage im dritten und vierten Quartal des Geschäftsjahres 2009	8
3.2. Prognose Geschäftsjahr 2010	9
3.3. Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Anzahl der Mitarbeiter	9
4. Auswirkung der Wirtschaftskrise	11
4.1. Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Unternehmen	11
4.2 Dauer der Wirtschaftskrise	12
4.3. Reaktion	12
5. Das Rhein-Main-Gebiet als Wirtschaftsstandort	13
5.1. Vor- und Nachteile des regionalen Wirtschaftsstandorts Rhein-Main	13
5.2. Abschließendes Urteil über die Rahmenbedingungen des Rhein-Main-Gebiets	14
6. Fazit	16

1. Vorstellung von Junior Comtec

Als Studentische Unternehmensberatung verwirklichen wir den Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis. Hoch motivierte und exzellent ausgebildete Studierende der Technischen Universität Darmstadt setzen bei uns ihre wirtschaftlichen und technischen Kompetenzen in anspruchsvollen Beratungsprojekten zum Vorteil unserer Kunden ein. Dabei überzeugen sie durch kreative Lösungen und eine professionelle Vorgehensweise. Der Erfolg zeigt sich in dem Vertrauen, das unsere Kunden den von uns vermittelten Projektteams seit 1988 entgegenbringen.

Unsere Geschichte:

Die Geschichte der Studentischen Unternehmensberatung in Deutschland ist von Anfang an eng mit Junior Comtec Darmstadt e.V. verbunden. 1988 wurde Junior Comtec als erste Studentische Unternehmensberatung Deutschlands nach französischem Vorbild von Studierenden der TU Darmstadt gegründet. Als Gründungsmitglied des BDSU setzten wir seit 1992 unser Engagement als Vor- und Wegbereiter der Studentischen Unternehmensberatung fort. Nach mittlerweile über 500 vermittelten Projekten hat sich Junior Comtec als zuverlässiger Partner von Unternehmen wie Start-Ups, Mittelständlern oder auch internationalen Konzernen etabliert.

Unsere Stärken:

Junior Comtec hat den Anspruch, zielorientiert neue Lösungen zu entwickeln. Jedes Projekt sehen wir daher als neue Herausforderung. Durch unseren kontinuierlichen Wissenstransfer sichern wir die optimale Nutzung unseres reichen Erfahrungsschatzes.

Unsere Qualitätssicherungsinstrumente halten dabei die Qualität unserer Beratung immer auf höchstem Niveau. Interdisziplinär zusammengestellte Beraterteams garantieren jeweils maßgeschneiderte Lösungen für die Anforderungen unserer Kunden. Die Mitglieder unseres Vereins studieren überwiegend an der Technischen Universität Darmstadt. Durch die Anbindung an die Universität verfügen wir über aktuellstes Hochschulwissen aus den verschiedensten Studienrichtungen. Gerade aus dieser Symbiose entstehen innovative und intelligente Konzepte.

Über 20 Jahre Erfahrung:

Das Vertrauen, das unsere Kunden uns in der 20-jährigen Geschichte Junior Comtecs entgegen gebracht haben, und deren stetige Zufriedenheit sind für uns ein Zeichen des

Erfolgs unserer Arbeit. Zugleich sind sie aber auch Ansporn, uns ständig weiter zu entwickeln und neue Herausforderungen für die nächsten 20 Jahre zu suchen.

2. Vorgehen und Datenerhebung

Zunächst war es notwendig einen Rahmen zu definieren, in welchem der Geschäftsklimaindex erhoben werden sollte. Hierzu wählten wir das Rhein-Main-Gebiet, da es sowohl ein überschaubares geografisches Gebiet darstellt, als auch eine gewisse Heimatverbundenheit betont. Die zu analysierenden Unternehmen ermittelten wir über eine umfangreiche Internetrecherche. Kriterien hierbei waren der Standort sowie die Zugehörigkeit zu den Branchen Marketing, Informatik, Hotelgewerbe, Logistik, Banken, Versicherungen, Maschinenbau oder Baugewerbe. Wir achteten dabei bewusst nicht auf Namen, Ruf oder Größe des Unternehmens da wir einen breiten Schnitt durch das wirtschaftliche Potenzial des Rhein-Main Gebietes abbilden wollten. Bei der Internetrecherche erfassten wir Adressen und Telefonnummern von 25-30 Unternehmen pro Branche. Neben der reinen Brief- und E-Mailbefragung bestand ebenfalls die Möglichkeit der Teilnahme per Telefoninterview sowie eine Mischung aus beiden Methoden. Wir entschlossen uns, auf Grund der in der Regel schlechten Rücklaufquoten bei reinen E-Mailbefragungen, für einen Kompromiss. Dieser bestand darin, die Unternehmen zunächst telefonisch zu kontaktieren und ihnen bei eventuellem Zeit-, Informations-, oder Berechtigungsmangel einen Onlinefragebogen per E-Mail zukommen zu lassen. Um qualitativ hochwertige Informationen zu erhalten, erstellten wir einen Fragebogen sowie einen Gesprächsleitfaden für die Telefoninterviews. Hierbei achteten wir auf einen kurzen Fragebogen, welcher in fünf bis zehn Minuten beantwortet werden kann. Des Weiteren durfte der Fragebogen keine zu unternehmensspezifischen Fragen beinhalten oder gar durch zu detaillierte Angaben die Anonymität der befragten Unternehmen gefährden. Insgesamt musste der Fragebogen eine fundierte Basis für die spätere Auswertung bieten. Daher entschieden wir uns, auf den Unternehmensaufbau und die aktuelle Marktstellung des Unternehmens, die Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf das Unternehmen sowie das Rhein-Main-Gebiet als Wirtschaftsstandort genauer einzugehen. Der fertige Fragebogen umfasste 14 Fragen und wurde später mit LimeSurvey² aufgearbeitet.

Die Telefonumfrage verlief erfolgreich und die befragten Unternehmen trugen gerne ihren Teil bei. So konnten wir bei mehr als 200 befragten Unternehmen eine Rücklaufquote von 17 Prozent erzielen. Zur späteren Auswertung bedienten wir uns abermals der Hilfe von LimeSurvey. Hier wurden zunächst alle Ergebnisse der Telefoninterviews mit denen der Onlinebefragung zusammengeführt und später anhand von Vergleichen und Verknüpfungen der einzelnen Fragen der Geschäftsklimaindex erstellt. Insgesamt erreichten wir viele kleine,

² LimeSurvey ist eine Software zur Datenerhebung mittels Onlineumfragen, <http://www.limesurvey.org>

regionsnahe Unternehmen wodurch der Geschäftsklimaindex tatsächlich die definierte Zielregion repräsentiert.

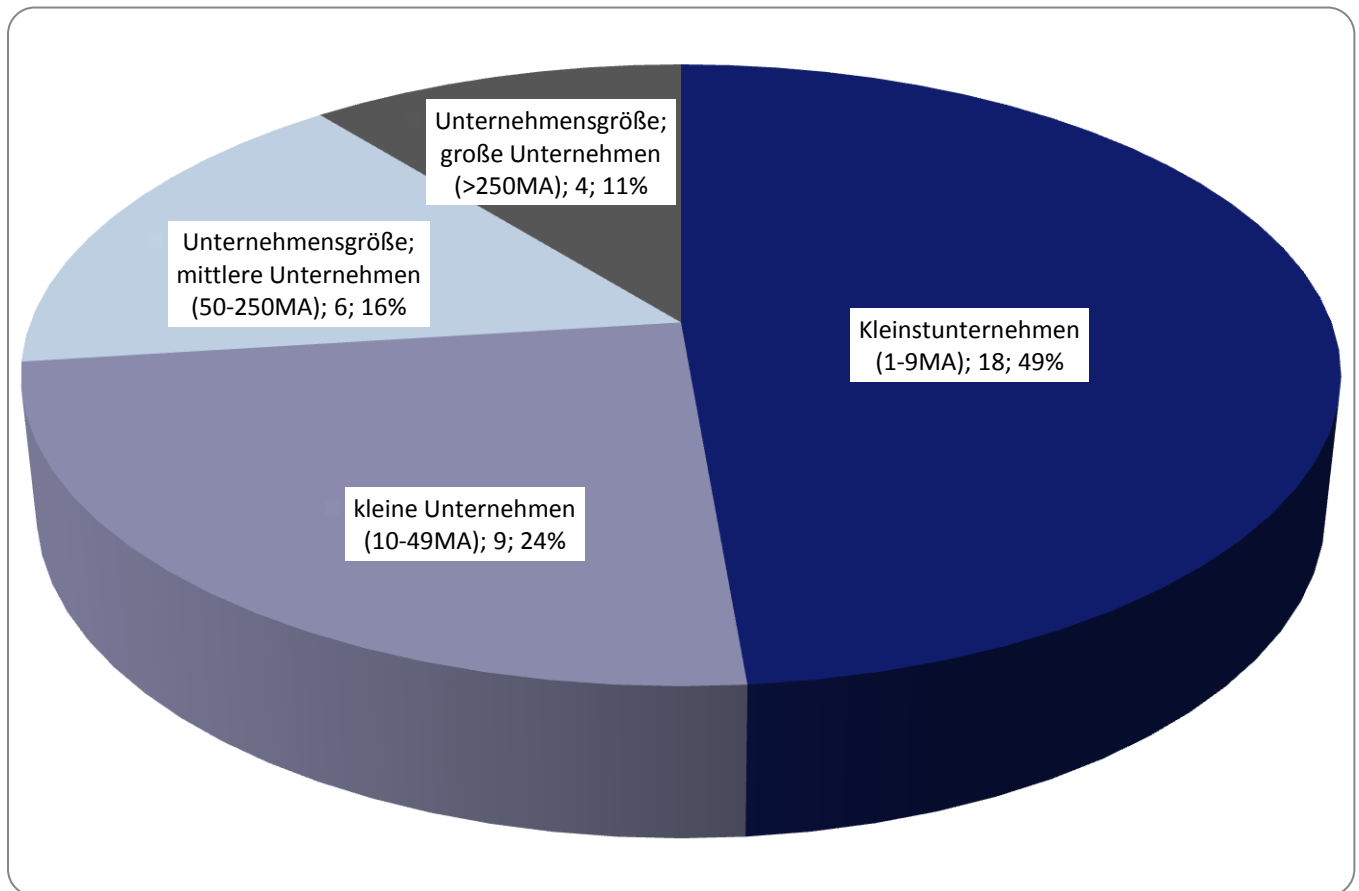


Abbildung 1.1: Unternehmensgröße

3. Auswertung der Geschäftslage der Unternehmen

Im Folgenden werden die Geschäftsjahre 2009 und 2010 eingehender in Bezug auf Auftragsvolumen und Mitarbeiterfluktuation analysiert.

3.1. Ausgangslage im dritten und vierten Quartal des Geschäftsjahres 2009

Die Wahlmöglichkeiten der Unternehmen bestanden zwischen einem verbesserten Auftragseingang, einem unveränderten Auftragseingang und der Möglichkeit der Verschlechterung. Auffällig ist hier zunächst, dass 50 Prozent der befragten Unternehmen angaben keine Veränderungen beim Auftragseingang verzeichnet zu haben, was inmitten der Wirtschaftskrise doch sehr überrascht. Mehr als 16 Prozent der Unternehmen ist es- trotz der Wirtschaftskrise –sogar gelungen mehr Aufträge zu akquirieren und ihre wirtschaftliche Situation damit zu verbessern. Einige Unternehmen in der Rhein-Main-Region scheinen folglich nicht übermäßig von der Krise betroffen gewesen zu sein. Demgegenüber stehen ein Drittel aller befragten Unternehmen, die angaben, ihre Situation habe sich in den vergangenen Monaten deutlich verschlechtert.

Die aktuelle Situation der Unternehmen gibt ein ähnliches Bild der Lage wieder. Mehr als 66 Prozent aller befragten Unternehmen gaben an, mittelmäßig viele bis viele neue Aufträge in den letzten Monaten erhalten zu haben. 18 Prozent der befragten Unternehmen konnten nur wenige neue Aufträge akquirieren, zehn Prozent der teilnehmenden Unternehmen konnten in letzter Zeit keine neuen Aufträge verzeichnen..

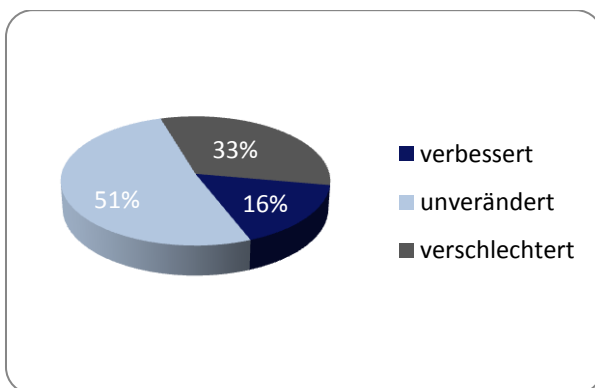


Abbildung 2.1: Veränderung der Geschäftslage in den vergangenen sechs Monaten

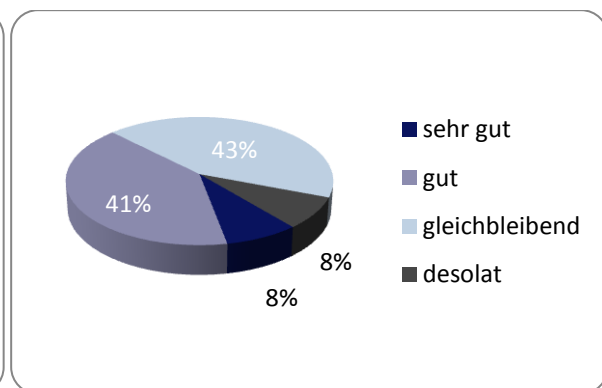


Abbildung 2.2: Auftragslage 2. Quartal 2010

3.2. Prognose Geschäftsjahr 2010

Für das laufende Geschäftsjahr blicken die befragten Unternehmen positiv in die Zukunft. Nahezu 50 Prozent der Firmen erwarten eine sehr gute bis gute Auftragslage im Jahr 2010. Was im Hinblick auf die Angaben bezüglich der Wirtschaftskrise überrascht. Mit 42 Prozent geht ein Großteil der befragten Unternehmen davon aus, dass sich auch das laufende Geschäftsjahr nicht grundsätzlich anders darstellen wird und somit für 2010 eine ähnliche Entwicklung prognostiziert wird wie für das Jahr 2009. Lediglich acht Prozent der Unternehmen gaben an, eine desolante Auftragslage zu erwarten.

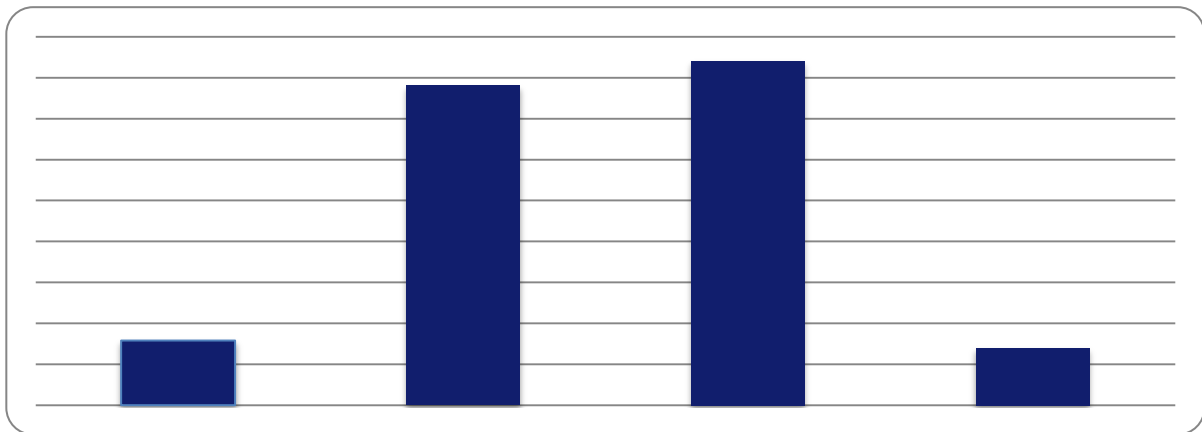


Abbildung 2.3: Prognosen für das Geschäftsjahr 2010

3.3. Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Anzahl der Mitarbeiter

Die befürchteten Rationalisierungsmaßnahmen der Unternehmen blieben scheinbar aus. Der Großteil der befragten Unternehmen befindet sich augenscheinlich in einer eher passiven Haltung um abzuwarten wie sich die Wirtschaft in naher Zukunft entwickelt. So gab die Mehrheit der befragten Firmen an, bezogen auf ihr Personal, nichts verändert zu haben. Einige haben nur dahingegen auf die Wirtschaftskrise reagiert, indem sie Kurzarbeit eingeführt haben. Die Anzahl der Unternehmen die personalpolitisch aktiv wurden, sind nahezu identisch. So haben 21 Prozent der Unternehmen trotz Wirtschaftskrise ihr Personal ausgebaut. Demgegenüber stehen 18 Prozent der Unternehmen, die gezwungen waren Mitarbeiter zu kündigen.

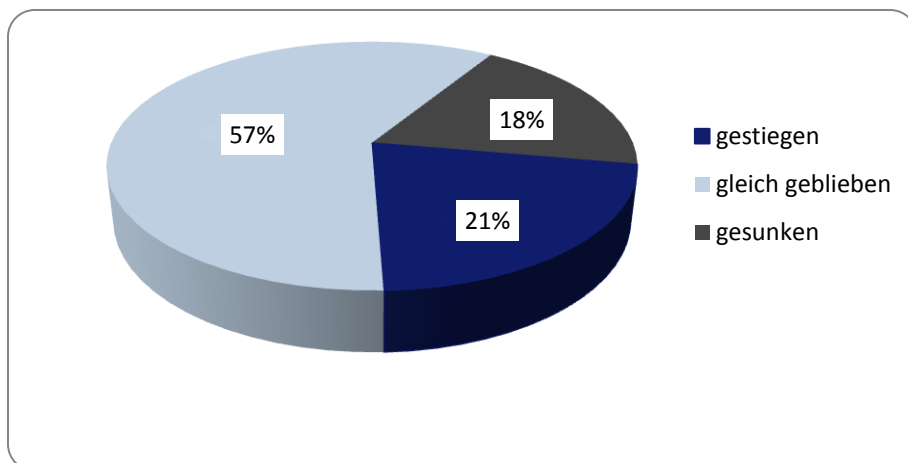


Abbildung 2.4: Mitarbeiterfluktuation

4. Auswirkung der Wirtschaftskrise

Neben der Geschäftslage der Unternehmen waren natürlich auch signifikante äußere Einwirkungen zu berücksichtigen. Da 29 Prozent der befragten Unternehmen einen Vorteil des Standorts Rhein-Main im Flughafen Frankfurt sehen, kann man darauf schließen, dass sie direkt oder indirekt vom Flughafen profitieren und somit auch vom globalen Markt abhängig sind. Ausgehend von dieser Erkenntnis ist es interessant zu wissen, wie stark die globale Wirtschaftskrise den Wirtschaftsstandort Rhein-Main beeinflusst hat. Daher untersuchten wir auch Auswirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise auf die Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet.

4.1. Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Unternehmen

Auf die Frage „War ihr Unternehmen von der Wirtschaftskrise betroffen?“ antworteten 60 Prozent der befragten Unternehmen mit „Ja“. Hauptgrund hierfür war der Auftragsrückgang in fast allen befragten Branchen. Einige Unternehmen konnten diesen Zustand durch Einsparungen oder Kurzarbeit ausgleichen, andere waren gezwungen Arbeitnehmer zu kündigen. Ein Unternehmen war sogar so stark betroffen, dass es Insolvenz anmelden musste. Als Grund für die rückläufige Auftragslage geben viele Unternehmen die niedrige Konsum- und Investitionsbereitschaft an. So führte die Krise zu einer Art Schutzstarre der Industrie und Privathaushalte, die aus Angst vor der Zukunft und fehlender Stabilisierung durch die Politik ihr Kapital lieber bei sich behalten.

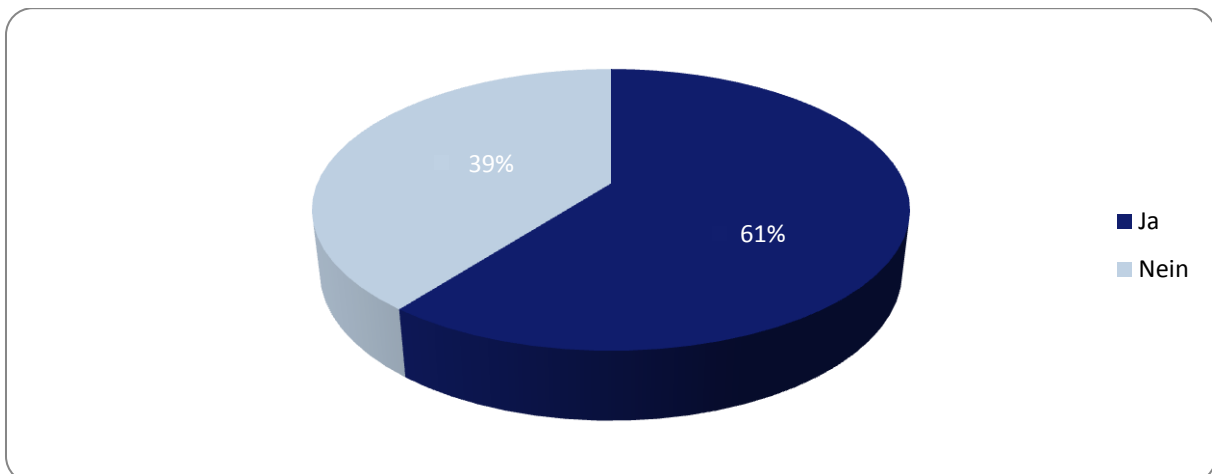


Abbildung 3.1: Ist Ihr Unternehmen von der Wirtschaftskrise betroffen

4.2 Dauer der Wirtschaftskrise

Darüber hinaus wollten wir wissen, ob die Krise bereits hinter uns liegt oder ob und wenn ja wie lange sie noch andauert. 81 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie sich noch von der Wirtschaftskrise betroffen fühlen. Des Weiteren gaben 40 Prozent dieser Unternehmen eine Schätzung darüber ab, wie lange die Krise in ihren Augen noch andauert. Die Schätzungen lagen zwischen 12 Monaten und 5 Jahren. So lässt sich sagen, dass dieser Teil der Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet im Durchschnitt ein Ende der Wirtschaftskrise in 21 Monaten sieht. Betrachtet man jedoch die Prognose für das Geschäftsjahr 2010, so kann man auch davon ausgehen, dass der schlimmste Teil der Krise bereits überwunden ist und die Unternehmen sich momentan wieder erholen.

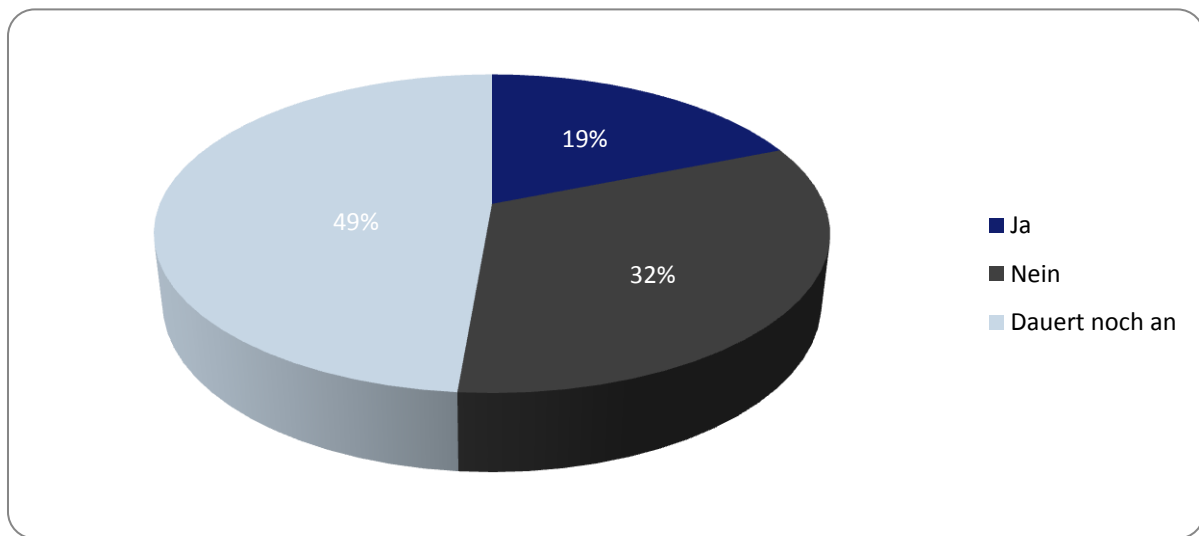


Abbildung 3.2: Ist die Krise überwunden?

4.3. Reaktion

Die Reaktionen auf die Wirtschaftskrise waren interessanterweise sehr unterschiedlich. Sie reichten von Streichungen der Weihnachtsfeier über Kürzungen bei Weiterbildungsmaßnahmen bis hin zu Entlassungen. Im Großen und Ganzen betrachtet kann man jedoch sagen, dass die Unternehmen an allen Ecken sparen. Diese Sparmaßnahmen wirkten bei 52 Prozent der Unternehmen sogar bis in den Investitionsbereich hinein. So investierten 38 Prozent der befragten Unternehmen im letzten Geschäftsjahr gar nicht. 14 Prozent senkten ihre Investitionen. Lediglich 19 Prozent der Unternehmen hatten den Mut, ihre Investitionen zu steigern.

5. Das Rhein-Main-Gebiet als Wirtschaftsstandort

Das Rhein-Main-Gebiet gilt als eine der wirtschaftsstärksten Regionen Deutschlands, da sie geographisches Zentrum von Europa und somit auch Knoten- und Verteilerpunkt für Verkehrswege ist. Die Finanzmetropole Frankfurt am Main steht im Mittelpunkt der Region. Im folgenden Abschnitt wird die Zufriedenheit der Unternehmen mit dem Standort Rhein-Main für ihr jeweiliges Unternehmen und des Standorts im Allgemeinen analysiert.

5.1. Vor- und Nachteile des regionalen Wirtschaftsstandorts Rhein-Main

Die Frage „Welche Vorteile sehen Sie für ihr Unternehmen am Standort Rhein-Main“ ermöglichte den Unternehmen eine offene Beantwortung in der Mehrfachnennungen möglich

„Das Rhein-Main-Gebiet liegt sehr zentral und ist das Herz Deutschlands“.

waren. Es kristallisierte sich heraus, dass der Standort Rhein-Main als Zentrum von Deutschland angesehen wird. Mit 35 Prozent wurde die Rhein-Main-Region als Mittelpunkt Deutschlands am häufigsten als Vorteil

genannt. Darauf folgen die Nennung des Frankfurter Flughafens und dessen Flugverkehr mit 21 Prozent. Die gute Infrastruktur des Rhein-Main-Gebiets wurde mit 19 Prozent von den Unternehmen genannt. Des Öfteren wurde von der sehr guten Verkehrsanbindung des Rhein-Main-Gebiets gesprochen und diese auch als Handlungspunkt titulierte. „Die Rhein-Main-Region ist ein Ballungsgebiet für Finanzen“, so einer der Befragten. Dagegen sehen 21 Prozent keine Vorteile für ihr Unternehmen am Standort Rhein-Main. Fast zwei Drittel dieser 21 Prozent sind Kleinunternehmen. Dies verdeutlicht, dass größere Unternehmen die Vorteile des Standortes Rhein-Main bedeutender einschätzen, als kleinere Unternehmen. Somit muss das unter dem Gesichtspunkt des Standorts sehr vorteilhaft im Zentrum von Deutschland liegende Rhein-Main-Gebiet Kleinunternehmen während der Krise – zumindest laut eigener Aussage - nicht unbedingt hilfreich sein.

„Frankfurt ist die Businessstadt schlecht hin“.

68 Prozent der Befragten sehen keine Nachteile für ihr Unternehmen am Standort Rhein-Main. Als Nachteil wurden die hohen Grundstückskosten in und um der Rhein-Main-Region mit 11 Prozent am häufigsten angegeben. Darauf folgt die Nennung der hohen Lebenshaltungskosten mit acht Prozent. Mit bis zu fünf Prozent wurden Nachteile wie Umweltverschmutzung, das Rhein-Main-Gebiet als Ballungsraum sowie hohe Lohnkosten angeführt, wie das folgende Zitat verdeutlicht: „Die Personalkosten sind höher als im Bundesdurchschnitt“. Lediglich mittelgroße Unternehmen sehen keine Nachteile am Standort.

„Die Personalkosten sind höher als im Bundesdurchschnitt.“

Sehr eindeutig, mit 100 Prozent, besteht bei den Unternehmen kein Interesse an einem Standortwechsel. Dies lässt sich auf oben angegebene Vorteile wie zum Beispiel die zentrale Lage in Deutschland, den Flughafen und/oder die gute Infrastruktur des Rhein-Main-Gebietes zurückführen.

5.2. Abschließendes Urteil über die Rahmenbedingungen des Rhein-Main-Gebiets

Die letzte Frage des Geschäftsklimaindexes Rhein-Main bezieht sich auf die allgemeine Beurteilung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im Rhein-Main-Gebiet.

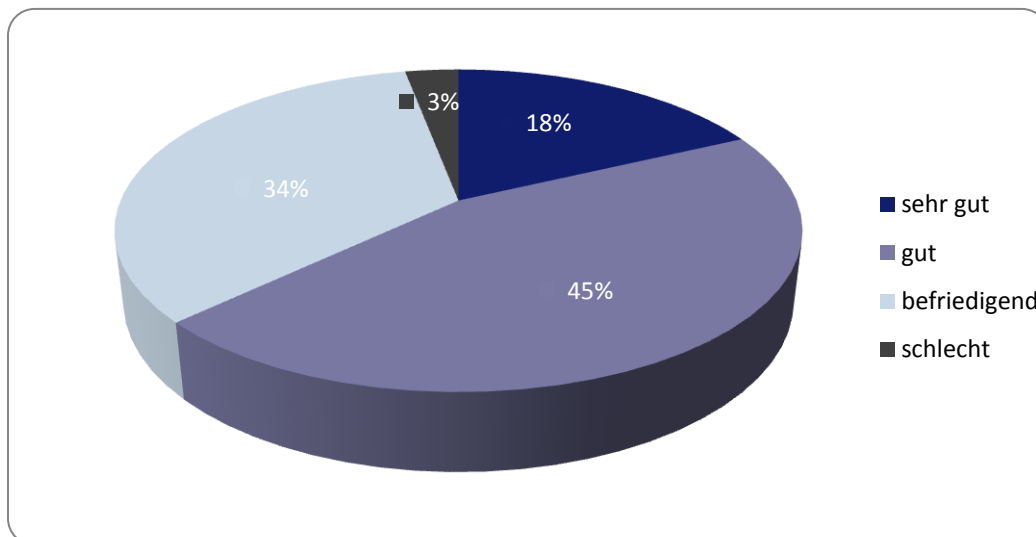


Abbildung 4.1: Wie bewerten Sie den Wirtschaftsstandort Rhein-Main

Wie aus der Grafik deutlich hervor geht, werden die allgemeinen Bedingungen mit 18 Prozent als sehr gut bezeichnet. Der Großteil der Befragten, nämlich 45 Prozent, schätzen die Rahmenbedingungen der Region als gut ein. Allerdings werden die Bedingungen von 34 Prozent als nur befriedigend angesehen. Von diesen 34 Prozent gehören 24 Prozent den Kleinunternehmen an. Lediglich drei Prozent nannten die Rahmenbedingungen als schlecht.

Letztendlich kann man sagen, dass der Standort Rhein-Main für große Zufriedenheit bei den Unternehmen im Allgemeinen sorgt. Die geografisch zentrale Lage inmitten Deutschlands sowie die gute Anbindung durch Autobahnen und den Frankfurter Flughafen sind mit ein zentraler Punkt für Unternehmen auch in Zukunft operativ im Rhein-Main-Gebiet tätig zu werden. Auch in Personalfragen liegt die Rhein-Main-Region bei den Unternehmen hoch im Kurs. So wundert es nicht, dass keines der befragten Unternehmen über einen Standortwechsel nachdenkt. Schließlich erhielten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

im Rhein-Main Gebiet von nahezu 3/4 der Unternehmen positive Noten. Auffällig ist jedoch auch, dass die Kleinunternehmen am wenigsten mit den Rahmenbedingungen der Region zufrieden sind und unter den hohen Lebenshaltungskosten, Grundstückskosten etc. leiden.

Zitate:

„Das Rhein-Main-Gebiet liegt sehr zentral und ist das Herz Deutschlands“.

„Die Rhein-Main-Region ist ein Ballungsgebiet für Finanzen“.

„Frankfurt ist die Businessstadt schlecht hin“.

„Wir liegen in der Mitte Deutschlands“.

„Die Personalkosten sind höher als im Bundesdurchschnitt“.

6. Fazit

Zum Schluss möchten wir noch ein kurzes Fazit des Geschäftsklimaindex ziehen. Unserer Befragung nach, war das Rhein-Main-Gebiet nicht überproportional von der Wirtschaftskrise betroffen. So war für die meisten Unternehmen das Geschäftsjahr 2009 mit moderaten Rückgängen bei ihren Aufträgen verbunden. Allerdings sehen sie schon wieder optimistisch in die Zukunft und die Jahre 2010/2011. Die meisten Unternehmen sehen die Wirtschaftskrise jedoch als noch nicht beendet an und erwarten im Schnitt, dass diese noch 21 Monate dauern wird, bis man wieder das Niveau erreicht hat, auf dem man sich vor der Krise befunden hat.

Mit dem Rhein-Main-Gebiet als Standort sind vor allem die größeren Unternehmen sehr zufrieden, bei Kleinunternehmen herrscht immer noch eine überwiegende Zufriedenheit. Die Zufriedenheit ist hauptsächlich auf die geographische Lage sowie der guten Infrastruktur, mit dem Flughafen Frankfurt sowie einer Vielzahl an Autobahnen, zurückzuführen. Als Nachteil sehen insbesondere Kleinunternehmen die höheren Grundstücks- und Lohnkosten. Allerdings überwiegen klar die Vorteile gegenüber den Nachteilen.

So kann man Abschließend festhalten, dass sich der Wirtschaftsstandort Rhein-Main für die Unternehmen in vielfältiger Weise auszahlt und sie aus diesem Grund auch weiterhin am Standort aktiv bleiben.