

Industrie und Unternehmerbild in Sachsen

Befragung von 750 Sachsen zur Wahrnehmung der sächsischen
Industrie und zum Unternehmerbild



INDUSTRIE UND UNTERNEHMERBILD

BEFRAGUNG VON 750 SACHSEN ZUR WAHRNEHMUNG DER
SÄCHSISCHEN INDUSTRIE UND ZUM UNTERNEHMERBILD

DURCHGEFÜHRT VOM

FOG-INSTITUT FÜR MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

IM AUFTRAG VON



INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER
GESCHÄFTSBEREICH INDUSTRIE / AUßENWIRTSCHAFT
STRASSE DER NATIONEN 25
09111 CHEMNITZ

NOVEMBER 2017

IMPRESSUM:

FOG-INSTITUT FÜR MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG

SITZ: THEATERSTRASSE 56 | 09111 CHEMNITZ

TELEFON: (0371) 33717810

FAX: (0371) 9098547

MAIL: INFO@FOG-INSTITUT.DE

WEB: WWW.FOG-INSTITUT.DE

INHALT

1	Einleitung und Hintergrund.....	4
2	Methodische Vorgehensweise	6
	Leitfragen	6
	Verlauf der Befragung	6
	Konstruktion eines Fragebogens.....	6
	Methodensteckbrief Erhebungsphase	7
3	Soziodemographische Beschreibung der Teilnehmer	8
	Alter der Befragten.....	8
	Geschlecht der Befragten	9
	Herkunft der Befragten	9
	Haushaltsstruktur der Befragten	10
	Erwerbssituation der Befragten	11
	Einkommen der Befragten.....	12
4	Ergebnisse	13
	THEMENKOMPLEX „UNTERNEHMERBILD“	13
	Wie würden Sie den typischen Unternehmer in zwei, drei Stichworten beschreiben?	13
	Welche der folgenden Unternehmer - wenn auch nur dem Namen nach - kennen Sie?	15
	Welche Eigenschaften machen Ihrer Meinung nach einen idealen Unternehmer aus? Bitte kreuzen Sie max. 5 Eigenschaften an!.....	17
	Zwischenfazit	19
	THEMENKOMPLEX „INDUSTRIE UND WIRTSCHAFT ALLGEMEIN“	20
	Welche Bilder kommen Ihnen in den Sinn, wenn Sie das Wort "Industrie" hören?	20
	Wie bewerten Sie allgemein das Image der Industrie, der Wirtschaft und des Unternehmers?	22
	THEMENKOMPLEX „REGIONALE INDUSTRIE IN SACHSEN“	23
	Wie würden Sie die regionale Industrie (Umkreis 30 km) in drei Worten beschreiben?	23
	Wie bewerten Sie insgesamt die Industrieunternehmen Ihrer Region unter dem Blickpunkt folgender Arbeitgeber-Eigenschaften?.....	25
	Welche Unternehmen kommen Ihnen in den Sinn, wenn Sie an Industrieunternehmen aus Ihrer Umgebung bzw. Ihrer Region denken?	27
	Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zur Industrie zu?	30
	Mit dem Begriff „Industrie“ verbinde ich... ..	32
	Was konkret finden Sie positiv an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung?	34
	Was konkret stört Sie persönlich an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung?	35
	THEMENKOMPLEX „BEDEUTUNG DER INDUSTRIE IN SACHSEN“	37
	Wie bewerten Sie die Bedeutung der folgenden Wirtschaftsbereiche in Ihrer Region?	37
	Was glauben Sie, wieviel Prozent der Beschäftigten in Sachsen sind in der Industrie tätig?	39
5	Zusammenfassendes Fazit.....	40

1 EINLEITUNG UND HINTERGRUND

Die industrielle Produktion und Fertigung in Sachsen hat eine lange Tradition, die bis in die Anfänge der Industrialisierung in Deutschland zurückreicht. Bereits 1797 erwarb Carl Friedrich Bernhard ein Grundstück in Chemnitz-Harthau und ließ dort ab 1798 eine der ersten und bedeutendsten Mulespinnereien Europas errichten, die die industrielle Revolution im Chemnitzer Raum und in Sachsen einleitete. Die „Bernhardsche Spinnerei“ gilt heute als die älteste Fabrik Sachsens. Keine vier Kilometer Luftlinie entfernt von der Spinnerei, die heute nach einem umfassenden Umbau als Altenpflegeheim genutzt wird, befindet sich der größte Industriebetrieb auf dem Gebiet der Stadt Chemnitz: das Motorenwerk von Volkswagen im Stadtteil Alchemnitz. Diese beiden Standorte stehen symbolisch für Vergangenheit, Gegenwart und (hoffentlich auch) Zukunft der sächsischen Industrie.

Die inzwischen mehr als 220 Jahre sächsische Industriegeschichte ist reich an Entwicklungen, an Innovationen und Erfindungen, an Erfolgen, aber auch an Brüchen. Ausgehend vom industriellen Boom im 19. Jahrhundert und der Weltmarktführerschaft einzelner Industriebetriebe im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert über die Zerstörungen im 2. Weltkrieg, die Einbettung der Betriebe in die Planwirtschaft zu DDR-Zeiten bis hin zu den Transformationsprozessen nach der Wiedervereinigung hat die Industrie Sachsens eine Reihe von Phasen, von „Aufs und Abs“ durchlebt. Heute zählt Sachsen zu den stark industrialisierten Regionen in Deutschland und Europa. Viele Industriebetriebe – mit langer Tradition – sind wiedererstarkt, haben die „Nachwendewirren“ erfolgreich überstanden und prägen die aktuelle Wirtschaftsstruktur des Freistaates Sachsens. Vor allem der Automobilbau, der Maschinen- und Anlagenbau sowie die elektrotechnische Industrie einschließlich der Mikroelektronik erzielen bedeutende Anteile am Umsatz der sächsischen Gesamtindustrie. Aber auch die Textil- und Bekleidungsindustrie, die bahntechnische Industrie, die Luft- und Raumfahrtindustrie, die Gesundheits-, die chemische, die Papier- sowie die Ernährungsindustrie im Freistaat sind von hohem wirtschaftspolitischen Gewicht.

Vor diesem Hintergrund wollte die Industrie- und Handelskammer Chemnitz, die als eine der drei sächsischen IHKs mit dem Großraum Chemnitz-Zwickau-Plauen-Erzgebirge die am stärksten industrialisierte Region der Neuen Länder vertritt,

wissen, wie die Sachsen die Industrie im Allgemeinen und die regionale sächsische Industrie im Speziellen wahrnehmen. Nicht alle Erfolge der heimischen Industrie dringen immer zwingend nach außen in die breite Öffentlichkeit, auch die Industrie befindet sich im Wettbewerb (um Fachkräfte, um Aufmerksamkeit) mit anderen Wirtschaftszweigen – kurzum: das Standing, die Wahrnehmung des einzelnen Bürgers bezüglich der Industrie sollte empirisch überprüft werden. Dies sollte nicht ausschließlich auf Basis von Zahlen, sondern auch qualitativ erfolgen. Aus diesem Grund finden sich in der Studie eine Reihe von offenen Fragen, die den Sachsen die Möglichkeit gaben, ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten zu antworten: Denn eines ist sicher: die EINE Industrie gibt es nicht. Jeder Befragte – und das zeigen die Ergebnisse recht deutlich – verbindet mit Industrie verschiedenen Facetten. Vor allem der Aspekt der Bewertung der lokalen Industrie vor Ort gestaltet sich bei einem Flächenland wie Sachsen mit 18.000 Quadratkilometern vielschichtig. Während bspw. der Bewohner von Zwickau Industrie unmittelbar mit dem VW-Werk in Mosel verbindet und dortige Verhältnisse beschreibt, hat ein zweiter Befragter einen weitaus kleineren Betrieb vor seinem geistigen Auge, der aus der Tarifbindung aussteigen musste, weil dieser die dafür notwendigen Preise am Markt nicht durchsetzen konnte.

Zielstellung der Studie war die Ermittlung

- der allgemeinen Wahrnehmung und Bewertung der Industrie aus Sicht sächsischer Befragter
- der spezifischen Wahrnehmung der sächsischen Industrie in puncto Image, Relevanz, Bedeutung, Arbeitgeber-Image
- der Bekanntheit von sächsischen Unternehmern und Industriebetrieben
- von eventuellen Unterschieden in der Bewertung der genannten Aspekte in Abhängigkeit von Alter, Geschlecht, Industriebezug der Befragten

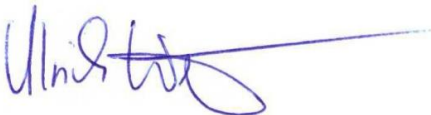
Den Fragen zur Industrie war der Themenkomplex „Unternehmerbild“ vorgeschaltet, der das allgemeine Unternehmerbild aus Sicht der Befragten ermitteln sollte.

Auf Basis von insgesamt 750 befragten Sachsen im Alter von 18 bis 74 Jahren versucht der hier vorliegende Bericht, ein Stimmungsbild der Wahrnehmung der sächsischen Industrie zu zeichnen.

Der Vielzahl der offenen Fragen folgend, ging es der Studie nicht darum, Detailanalysen im Nachkommabereich zu erstellen, sondern ein Gefühl dafür zu erhalten, wie der „gewöhnliche Sachse“ die Industrie allgemein wahrnimmt, wie er „seine“ Industrie vor der Haustür bewertet, welche Aspekte er pro und contra Industrie aufzuführen weiß.

Der Ergebnisbericht zur Studie „Industrie und Unternehmerbild“ beschreibt im Kapitel 2 die aufgestellten Leitfragen und die zur Anwendung gekommene Methodik sowie im Kapitel 3 („Struktur der Befragungsteilnehmer“) soziodemographische Merkmale der befragten Personen. Die in Kapitel 4 vorgestellten Ergebnisse werden einerseits in ihrer Gesamtheit präsentiert und interpretiert, andererseits mit Hilfe von Subgruppen-Ergebnissen detailliert aufgeschlüsselt. Getreu dem alten Motto der empirischen Sozialforschung „Better roughly right than exactly wrong!“ geht es nicht darum, sich sklavisch an den konkreten Prozentwerten festzuhalten, sondern diese Daten als Basis für ein Grundverständnis der Frage nach der Industrie-Wahrnehmung und Bewertung sächsischer Bewohner zu nutzen. Ziel der Erhebung war, ein realistisches Stimmungsbild der Sachsen und deren Industriewahrnehmung einzuholen.

In diesem Sinne: Wir wünschen Freunde beim Lesen und Betrachten der Ergebnisse und hoffen auf – zumindest punktuellen – Erkenntnisgewinn beim Lesen der Studie!



Ulrich Weiser
Institutsleiter
FOG-Institut für Markt- und Sozialforschung

2 METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Die Studie „Industrie und Unternehmerbild“ hat versucht, den Status Quo der Wahrnehmung und Bewertung von Industrie im Allgemeinen und der

LEITFRAGEN

Die Studie formulierte insgesamt sechs Leitfragen-Bündel, die mit Hilfe eines (teil-)standardisierten Fragebogens sowie einer Reihe von offenen Fragen beantwortet werden sollten.

I

Wie bewerten sächsische Befragte das Image von Unternehmern? Wie bekannt sind (ausgewählte) sächsische Unternehmer? Welche Eigenschaften machen aus Sicht der Befragten einen guten Unternehmer aus?

II

Wie bewerten sächsische Befragte allgemein die Industrie? Welche Images und Bilder ordnen sie dem Wirtschaftszweig zu?

III

Welche (volkswirtschaftliche) Bedeutung messen die sächsischen Befragten der Industrie im regionalen Kontext bei? Welche Maßnahmen sollten ergriffen werden, um die regionale Industrie zu unterstützen?

VERLAUF DER BEFRAGUNG

KONSTRUKTION EINES FRAGEBOGENS

Zur Erfassung der Wahrnehmung von Industrie und Unternehmertum wurde ein quantitativer Fragebogen entwickelt, der insgesamt 23 Fragen aufwies und sich auf folgende fünf Themenkomplexe verteilte:

1. Soziodemographische Beschreibung der Teilnehmer

- Alter der Befragten
- Geschlecht der Befragten
- Herkunft der Befragten
- Haushaltsstruktur der Befragten
- Erwerbssituation der Befragten
- Einkommen der Befragten
- Branche der Befragten

regionalen sächsischen Industrie im Speziellen sowie die Bewertung von Unternehmereigenschaften aus Sicht der sächsischen Bevölkerung zu ermitteln.

IV

Was verbinden sächsische Befragte konkret mit der regionalen Industrie? Welche Unterschiede sind zwischen allgemeiner Industrie- und sachsen-spezifischer Industrie-Wahrnehmung festzustellen? Welche Images und Bilder kommen den Befragten bei der sächsischen Industrie in den Sinn?

V

Wie bewerten sächsische Befragten die heimische Industrie direkt vor Ort? Welche Industrieunternehmen sind bekannt? Welche Arbeitgebereigenschaften unterstellen sie der lokalen Industrie? Welche Faktoren der lokalen / regionalen Industrie nehmen sie positiv, welche negativ wahr?

VI

Gibt es Unterschiede in der Bewertung von Industrie und Unternehmern, wenn man die Ergebnisse nach Geschlecht und Alter differenziert? Welche weiteren Variablen beeinflussen die Bewertung von Industrie und Unternehmerbild?

2. Unternehmerbild

- Assoziationen mit dem „typischen Unternehmer“
- Bekanntheit ausgewählter Unternehmer
- (Wunsch)Eigenschaften eines idealen Unternehmers

3. Industrie und Wirtschaft allgemein

- Assoziationen mit / Bilder von „Industrie“
- Allgemeines Image der Industrie, der Wirtschaft und des Unternehmers

4. Regionale Industrie in Sachsen

- Charakterisierung der regionalen Industrie (Umkreis 30 km)

- Arbeitsgeber-Image und -bewertung von Industrieunternehmen
- Bekanntheit von regionalen Industrieunternehmen
- Zustimmung von ausgewählten Aussagen zur Industrie
- Positive / Negative Assoziationen mit Industrieunternehmen in der näheren Umgebung

5. Bedeutung der Industrie in Sachsen

- Bewertung der Bedeutung sächsischer Wirtschaftsbereiche

- Anteil der Industrie-Beschäftigten in Sachsen
- Branche des Befragten

Ein Großteil der quantitativen Fragen wurde mit Hilfe von vorgegebenen Antwortmöglichkeiten konstruiert, um statistisch auswertbare Antworten zu erhalten und den Befragten das „Ausfüllen“ zu erleichtern. Da geschlossene Fragen nur wenige Möglichkeiten bieten, eigene Aspekte der Wahrnehmung anzubringen, wurden im Fragebogen zusätzlich sogenannte offene Fragen (d. h. Fragen ohne vorgegebene Antworten, frei beantwortbare Fragen) integriert.

METHODENSTECKBRIEF ERHEBUNGSPHASE

- Zeitraum der Erhebung: 06.10.-24.10.2017
- Art: Online-Erhebung via Toluna Quick Surveys Pro (Befragung ausgefüllt zu 76 % via Desktop-PC und zu 24 % via mobilem Endgerät)
- Anzahl der Befragten: N=750
- Alter der Befragten: 18 bis 74 Jahre
- Befragungsgebiet: Bundesland Sachsen
- Struktur: Fragebogen mit 15 Fragen (9 geschlossen, 6 offen) zu Industrie und Unternehmerbild sowie 8 Fragen zur soziodemographischen Charakterisierung

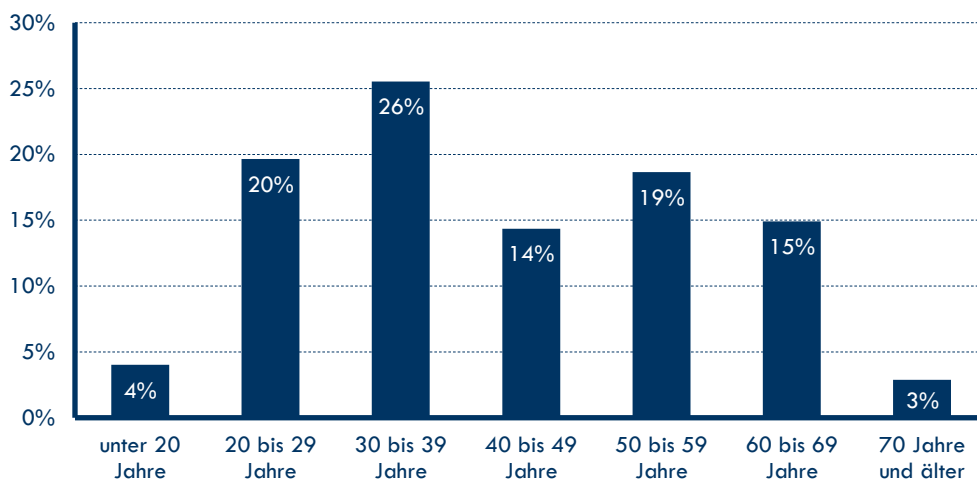
3 SOZIODEMOGRAPHISCHE BESCHREIBUNG DER TEILNEHMER

Zu Beginn der Studie „Industrie und Unternehmerbild“ waren alle Befragten aufgefordert, Auskunft zu ihrer Person, ihrem Haushalt und zu ihrer beruflichen Situation zu geben. Dies erfolgte einerseits, um die Stichprobe in ihrer Gesamtheit interpretieren zu können, andererseits waren die persönlichen Angaben notwendig, um darauf aufbauend sog. Subgruppen (Teilgruppen) bilden zu können. Diese Subgruppen (zum Beispiel Vergleich männlich vs. weiblich; Vergleich nach Altersgruppen) ermöglichen im Rahmen der Auswertung eine differenzierte Datenanalyse. Mit Hilfe der Subgruppen-Analysen können bestimmte

Ergebnisse tiefergehend beleuchtet, Vergleiche zwischen Teilgruppen angestellt und Ergebnisse einzelner Teilgruppen mit dem Gesamtbild verglichen werden. Aus diesem Grund sollten die Befragten zu Beginn des Fragebogens insgesamt acht soziodemographische und -ökonomische Fragen beantworten – 1. das Alter, 2. das Geschlecht, 3. der Wohnort (gemessen in Form der Postleitzahl), 4. die Teilhabe am Erwerbsleben, 5. (bei Erwerbstätigen) die Branche, 6. und 7. die Haushalts-Zusammensetzung (Anzahl der Bewohner, Anzahl der Kinder) und 8. das Haushaltsbruttoeinkommen.

ALTER DER BEFRAGTEN

 Alter der Befragten

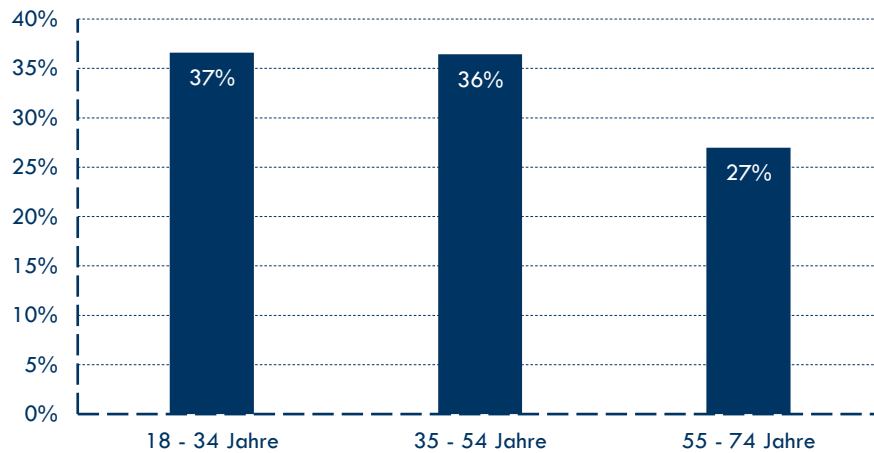


Der durchschnittliche Befragte innerhalb der Stichprobe war 43 Jahre alt. Die jüngsten Teilnehmer waren 18 Jahre, die ältesten 74 Jahre. Alle Altersgruppen (dargestellt in 10er-Gruppen) sind vertreten, leichte Verzerrungen sind dabei erkennbar. So ist die Gruppe der 40 bis 49 Jahren leicht unterrepräsentiert, während die Gruppe der „30 bis 39-Jährigen leicht überrepräsentiert ist.

Im Studiendesign war vorgesehen, die Gesamtheit der Befragten in drei relativ gleich große Altersgruppen zu zerlegen, um etwaige Bewertungsunterschiede ermitteln zu können. Dies erfolgte mit einer Dreiteilung in die Altersgruppen „18 bis 34 Jahre“ (37 %), „35 bis 54 Jahre“ (36 %) und „55 bis 74 Jahre“ (27 %). Durch diese Altersstrukturierung konnten drei mehr oder weniger gleich große Gruppen gebildet werden, deren Fallzahlen innerhalb der Stichprobe aussagekräftige Ergebnisse zu Tage fördern konnten.

Für die Analyse der Ergebnisse lässt sich festhalten, dass die Gruppe der „18 bis 34“-Jährigen aus den Geburtsjahrgängen 1983-1999 stammt, somit ohne (größere) DDR-Vergangenheit ist. Die Altersgruppe „35 bis 54“ hat relevante Zeit (im Durchschnitt ca. 15/20 Jahre) in der DDR verbracht, während die Gruppe „55-74 Jahre“ mehr Zeit in der DDR als im wiedervereinten Deutschland verbracht hat. Diese Grobcharakterisierung bezieht sich naturgemäß nur auf Bewohner, die vor 1990 auf dem Gebiet der DDR wohnten. Nach der Wiedervereinigung nach Sachsen zugewanderte Menschen (sei es aus den Alten Bundesländern oder dem Ausland) sind in diese Denkweise natürlich nicht eingeschlossen – es steht die These im Raum, dass Personen mit DDR-Vergangenheit eine andere Wahrnehmung und Bewertung von Industrie und Unternehmertum haben als jüngere Personen.

 **Alter der Befragten** (kategorisiert für Analysezwecke in drei Altersgruppen)

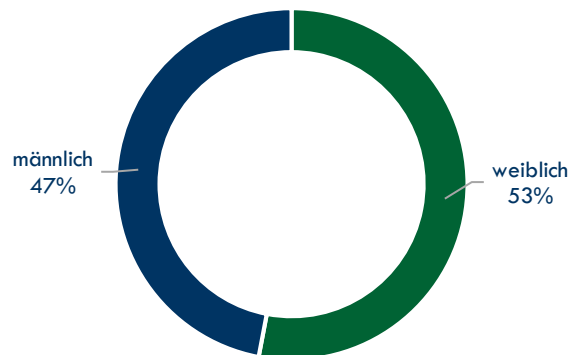


GESCHLECHT DER BEFRAGTEN

Die Geschlechtsverteilung innerhalb der Befragten lag bei 47 % männlichen Teilnehmern und 53 % weiblichen Teilnehmern. Alle quantifizierbaren

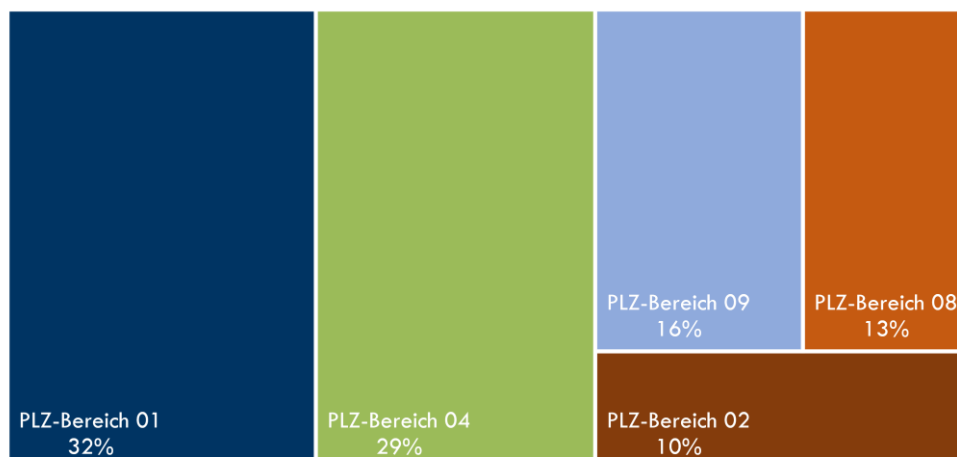
Fragestellungen werden im Bericht differenziert nach Geschlecht ausgewertet.

 **Geschlecht der Befragten**



HERKUNFT DER BEFRAGTEN

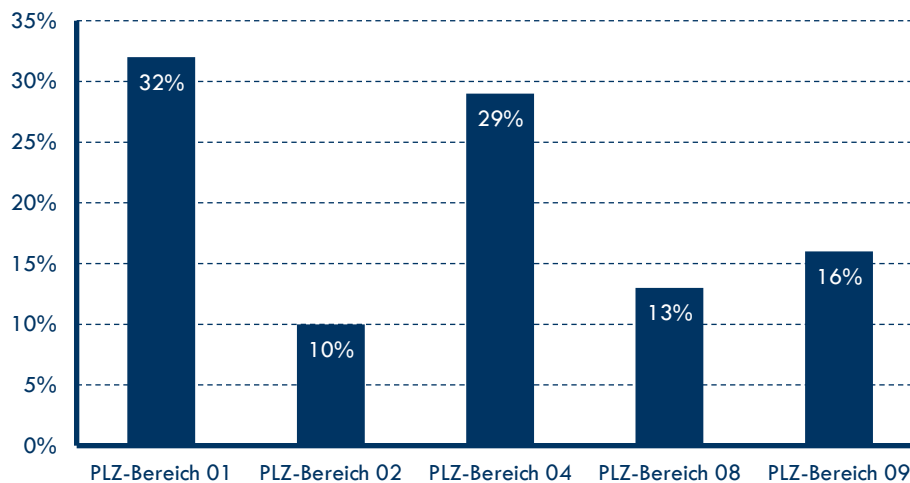
 **Herkunft der Befragten nach Postleitzahlbereich**



Alle Befragten wohnten zum Zeitpunkt der Erhebung im Bundesland Sachsen. Sie verteilen sich territorial über das Gebiet des Freistaates. Fasst man die konkreten Wohnorte (erhoben über die Postleitzahl) zu Bereichen zusammen, so lässt sich erkennen, dass 32 % der Befragten aus dem PLZ-Bereich „01...“ (Region

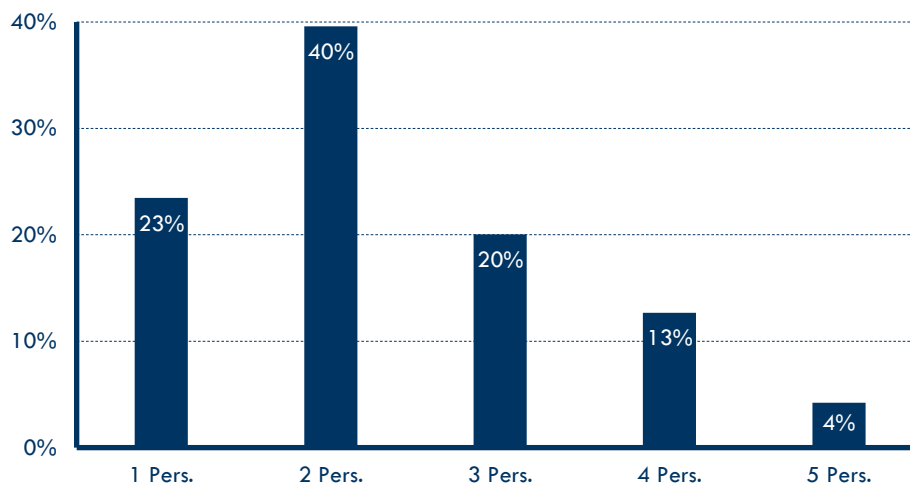
Dresden) kamen, 29 % aus dem Bereich „04...“ (Leipzig) und insgesamt weitere 30 % aus dem Regierungsbezirk Chemnitz (mit Zwickau und Plauen; PLZ-Bereiche „08...“/ „09...“) stammten. 10 % der Befragten wohnten im PLZ-Bereich „02...“ (Region Bautzen/Görlitz).

Herkunft der Befragten nach Postleitzahlbereich



HAUSHALTSSTRUKTUR DER BEFRAGTEN

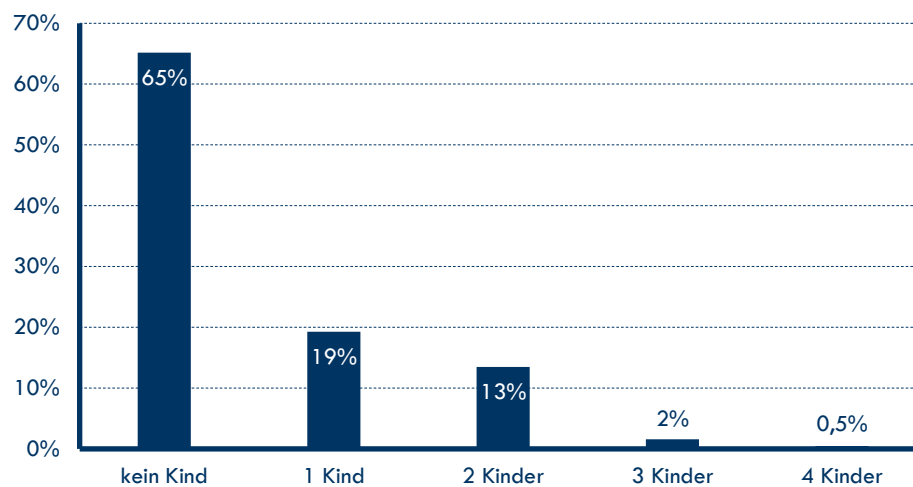
Haushaltsgröße der Befragten



23 % der befragten Sachsen innerhalb der Stichprobe lebten in einem 1-Personen-Haushalt (gern als Single-Haushalte bezeichnet, obwohl nicht jeder Alleinlebende automatisch auch „Single“ sein muss). Weitere 40 % der Befragten wohnten mit einer weiteren Person in einem 2-Personen-Haushalt

zusammen. 20 % der Befragten wohnten in einem 3-Personen-Haushalt, 17 % in noch größeren Haushalten (im Rahmen von Familien mit 2 oder mehr Kindern oder in großen WGs). Die durchschnittliche Haushaltsgröße der Befragten lag bei 2,3 Personen.

Anzahl der Kinder im Haushalt der Befragten)

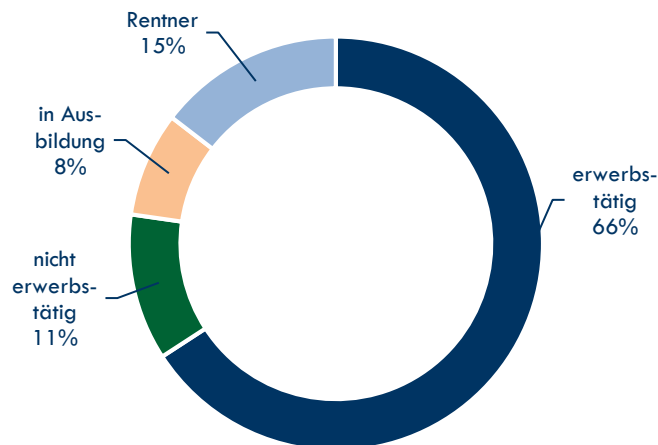


In knapp zwei Drittel der Befragten-Haushalte (65 %) lebte zum Zeitpunkt der Erhebung kein Kind unter 18 Jahren. In ca. jedem dritten Haushalt wohnten Kinder unter 18 Jahren, davon fast gleich verteilt entweder

ein Kind (19 %) oder zwei Kinder (13%). In wenigen Ausnahmefällen lebten auch 3 oder mehr Kinder unter 18 Jahren im Haushalt der Befragten (zusammen 3 %.)

ERWERBSITUATION DER BEFRAGTEN

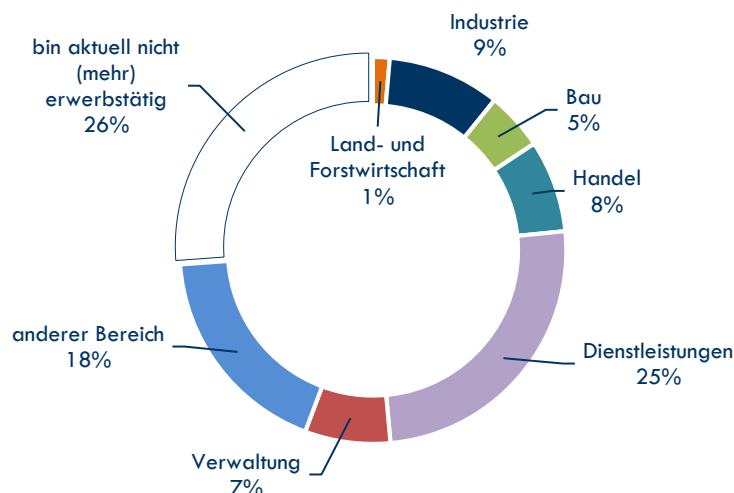
Erwerbsstatus der Befragten



Exakt zwei Drittel der Befragten im Alter zwischen 18 und 74 Jahren waren zum Zeitpunkt der Befragung erwerbstätig (66 %), 8 % befanden sich in einer Berufsausbildung bzw. während eines Studiums. Die große Gruppe der Nicht-Erwerbstätigen (11 %) zerfällt in Personen, die sich selbst als „Hausfrau/Hausmann“ charakterisierten, in Personen, die kurz- oder langfristig aus dem Erwerbsleben ausgeschieden sind (z. B. Elternzeit, Frührentner) sowie in arbeitslose Personen. Knapp jeder sechste Befragte (16 %) war bereits in Rente.

Für Auswertungszwecke sollten die Ergebnisse jener Beschäftigten, die in der Industrie tätig sind, vom Rest der Befragten getrennt. Geprüft werden sollte, ob Beschäftigte aus der Industrie eine andere Wahrnehmung der Branche haben als Beschäftigte, die nicht in der Industrie arbeiten. Die Befragten konnten aus sechs Branchen wählen; am meisten wurde die Branche „Dienstleistungen“ angekreuzt (25%), gefolgt von „anderer Bereich“ (18 %) und Industrie (9 %). Rechnerisch arbeiteten somit 10 von 74 Befragten nach eigenen Angaben unmittelbar in der Industrie, was einem Anteil von 14 % entspricht.

Branche der Befragten

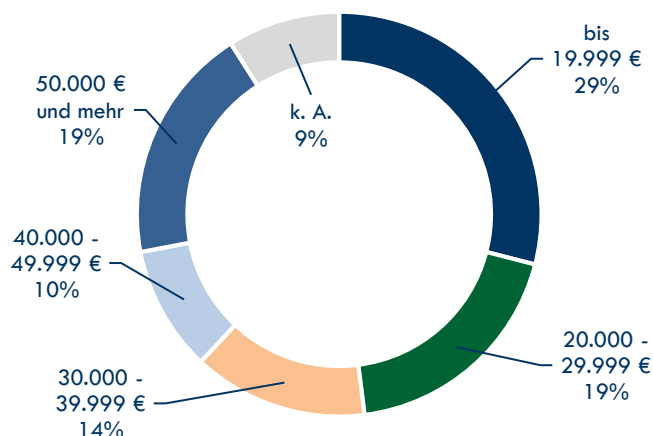


Die Frage wurde jedoch nicht gestellt, um den Industriebeschäftigten-Anteil zu ermitteln, sondern diente lediglich der Differenzierung. Die folgenden

Ergebnisse der Fragen werden – wo möglich – differenziert in die zwei Teilgruppen „arbeitet in Industrie“ und „arbeitet nicht in Industrie“ dargestellt.

EINKOMMEN DER BEFRAGTEN

Haushaltsbruttoeinkommen der Befragten



Im Bereich der Einkommenssituation der befragten Sachsen zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den verschiedenen Haushalten. 29 % der Teilnehmer gaben ein Haushaltsbruttoeinkommen von max. 19.999 Euro an, weitere 19 % eine Summe zwischen 20.000 bis 29.999 Euro. Ein reichliches Viertel der Befragten verortete das Gesamthaushaltsbruttoeinkommen in der Spanne von 30.000 bis 49.999 Euro (24 %). Mehr als 50.000 Euro Einkommen im Haushalt konnten 19 % der Haushalte vorweisen. Entscheidend für die Einkommenssituation in einem Haushalt ist neben der Frage „Erwerbsbeteiligung ja/nein?“ und „Qualität der Bezahlung“ naturgemäß auch die Anzahl der Personen, die am Erwerbsleben beteiligt

sind. So gaben 61 % der 1-Personen-Haushalte ein Haushaltsbruttoeinkommen (de facto das Bruttogehalt des alleinlebenden Befragten; das können auch Lehrlinge, Studenten oder Arbeitslose sein) von weniger als 20.000 Euro an – bei den 2-Personen-Haushalten beträgt der Vergleichswert lediglich 25 %. Bei den 3-und-mehr-Personen-Haushalten liegt das Einkommen im Vergleich zu 2-Personen-Haushalten ungefähr in gleicher Höhe, betrachtet man die Durchschnittswerte. Hierbei ist zu beachten, dass die dritte (und vierte oder gar fünfte) Person im Haushalt zumeist ein Kind ist, das über kein eigenes Einkommen verfügt.

4 ERGEBNISSE

THEMENKOMPLEX „UNTERNEHMERBILD“

WIE WÜRDEN SIE DEN TYPISCHEN UNTERNEHMER IN ZWEI, DREI STICHWORTEN BESCHREIBEN?

Im Rahmen der offenen Frage „Wie würden Sie den typischen Unternehmer in zwei, drei Stichworten beschreiben?“ gaben mehr als 95 % der Befragten eine auswertbare Antwort an. Die vorliegenden Antworten wurden kategorisiert, d. h. in einem ersten gesichtet und bereinigt, in einem zweiten Schritt bei gleichlautenden bzw. inhaltsgleichen Attributen zusammengefasst und drittens quantifiziert. 215

verschiedene Attribute lagen schlussendlich vor, mit denen ein Unternehmer aus Sicht der Befragten beschrieben werden kann. Aus der Vielzahl von Zuschreibungen haben sich insgesamt 35 Attribute herauskristallisiert, die auffällig oft und nicht nur einfach oder zweifach artikuliert wurden. Diese zeigen eine große Bandbreite an wertenden (zumeist positiv, wenige negativ) und neutralen Adjektiven.




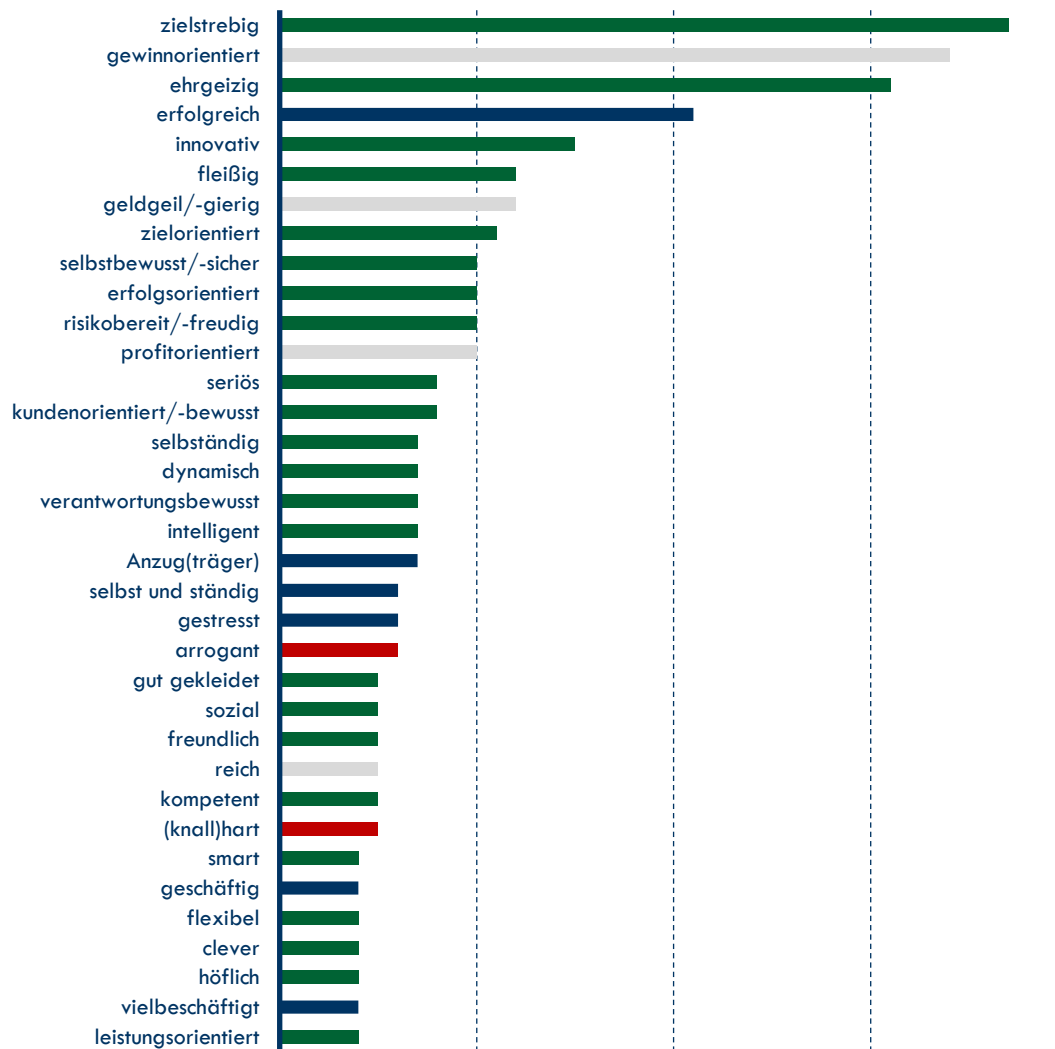
In einer Grobcharakterisierung können die genannten Eigenschaften in positive, neutrale und negative Eigenschaften bzw. Zuschreibungen kategorisiert werden, wobei die positiven die negativen deutlich übersteigen - nur „arrogant“ und – je nach Blickwinkel- „(knall-)hart“ sind jene mit mehr oder weniger eindeutig negativem Einschlag. Bei den positiven Eigenschaften – die meisten davon fokussieren die Leistungsorientiertheit des Unternehmers – wurden am

häufigsten explizit – klammert man Eigenschaften mit Geldbezug vorerst aus – die Adjektive „zielstrebig“ (Rang 1 aller Attribute) und „ehrig“ (Rang 3), gefolgt mit deutlichem Abstand von „erfolgreich“ (4), „innovativ“ (5), „fleißig“ (6) und „zielorientiert“ (8) genannt. Auf den Rängen 9 bis 14 folgen die Zuschreibungen „selbstbewusst/-sicher“ (9), „erfolgsorientiert“ (10), „risikobereit/-freudig“ (11), „seriös“ (13) und „kundenorientiert/-bewusst“ (14).

Von den 12 meistgenannten Eigenschaften steckt in dreien das Thema Geld unmittelbar drin (grau markiert): „gewinnorientiert“ (Rang 2), „geldgeil/-gierig“ (Rang 7), „profitorientiert“ (Rang 12). Hätte man Gewinn- und Profitorientierung gar in einem Attribut zusammengefasst, wäre diese Variable auf

Rang 1 der meistgenannten Unternehmereigenschaften gelandet. Die Grafik zeigt die 35 meistgenannten Attribute, die insgesamt ca. 60 % aller genannten Zuschreibungen eines typischen Unternehmers aus Sicht der Befragten auf sich vereinen.

 **Schlagworte zu Unternehmern: "Wie würden Sie den typischen Unternehmer in zwei, drei Stichworten beschreiben?" - die 35 meistgenannten Attribute**



Ein paar wenige Zustandsbeschreibungen des „Unternehmerseins“ (blau markiert) wie „gestresst“ „selbst und ständig“, „vielbeschäftigt“ runden das Bild des Unternehmers – wahrgenommen durch die Brille der normalen Befragten – ab. Beispiele für selten genannte (aber zumeist positive) Zuschreibungen innerhalb der Frage waren bspw. „eloquent“, „mitarbeiterorientiert“, „kulant“, „stur“, „weltoffen“, „wortgewandt“ oder „zahlenaffin“.

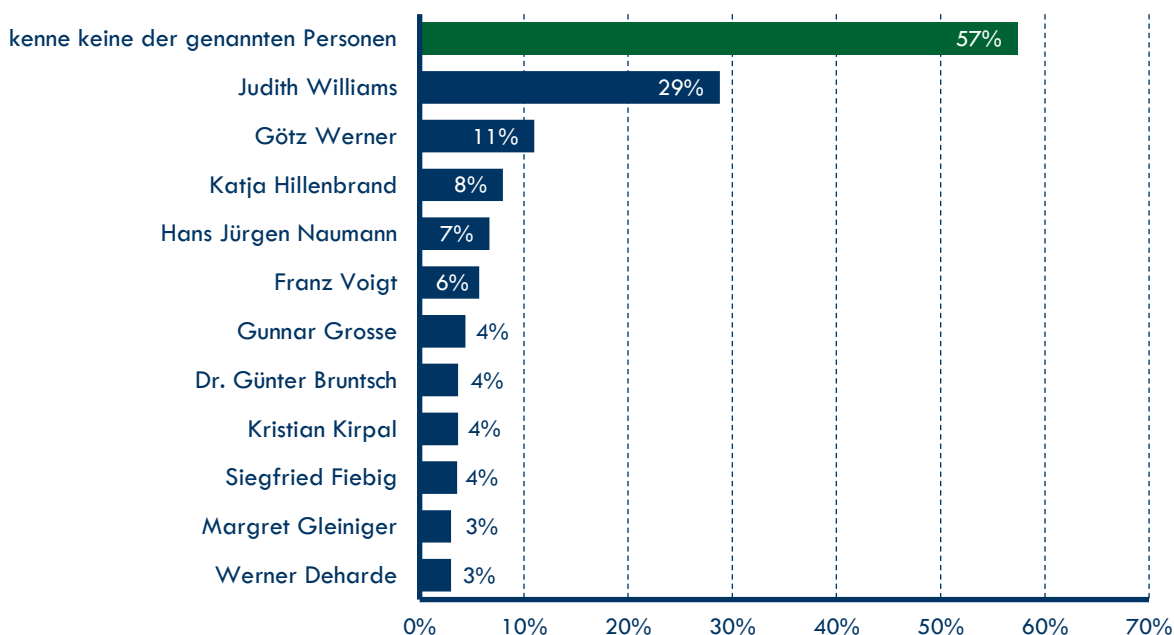
In der Summe zeichnen die Befragten das Bild eines fleißigen, arbeitsamen und zielstrebigem Menschen, der – ob bewusst oder unbewusst – schlussendlich das Thema Geld – sei es aus unternehmerischer Notwendigkeit oder aus persönlichem Gewinnstreben – in den Mittelpunkt seines Handelns stellt.

WELCHE DER FOLGENDEN UNTERNEHMER - WENN AUCH NUR DEM NAMEN NACH - KENNEN SIE?

Die Frage führte einige der prominentesten Vertreter der sächsischen Unternehmerzunft auf (in weiten Teilen aus der Industrie) und wollte deren Bekanntheit unter den befragten Sachsen ermitteln. Um die Ergebnisse besser interpretieren zu können, wurden mit Judith Williams (Beauty-Unternehmerin, bekannt aus dem TV-Format „Höhle der Löwen“) und Götz Werner (Gründer der Drogeriekette „dm“ und einer der prominentesten Befürworter des bedingungslosen Grundeinkommens) zwei Nicht-Sachsen mit aufgeführt. Insgesamt wurden von folgenden neun Unternehmern, darunter zwei Frauen, die gestützte Bekanntheit ermittelt (in Klammern das jeweilige Unternehmen, in dem die Akteure arbeiten):

- Hans Jürgen Naumann (NILES-SIMMONS Industrieanlagen)
- Werner Deharde (Lausitzer Früchteverarbeitung)
- Siegfried Fiebig (Volkswagen Sachsen)
- Kristian Kirpal (KET Kirpal Energietechnik / Anlagenbau)
- Franz Voigt (Vogtländische Straßen-, Tief- und Rohrleitungsbau)
- Dr. Günter Bruntsch (GB-Consult Unternehmensberatung)
- Gunnar Grosse (KOMSA Kommunikation Sachsen)
- Katja Hillenbrand (MICAS)
- Margret Gleiniger (KSG Leiterplatten)
- Judith Williams (Judith Williams Beauty Institute / HSE24) / Götz Werner (dm-drogerie markt)

Bekanntheit von Unternehmern: "Welche der folgenden Unternehmer - wenn auch nur dem Namen nach - kennen Sie?"



Alle aufgeführten sächsischen (Unternehmer-) Persönlichkeiten erreichen Bekanntheitswerte im einstelligen Prozentbereich. Am bekanntesten erweisen sich Katja Hillenbrand und Hans Jürgen Naumann (8 % bzw. 7 %) bis hin zu Margret Gleiniger und Werner Deharde, die von jedem 33. Befragten mit „kenne ich (zumindest von Namen) her“ versehen wurden. Im Schnitt kannte jeder Befragte 0,8 der aufgeführten Personen, ohne die Kontroll-Prominenten waren es 0,4 Personen.

Die beiden als „Kontrollvariablen“ aufgeführten Unternehmer – Judith Williams, wöchentlich bei VOX im Rahmen des TV-Formats „Höhle der Löwen“ sichtbar, und Götz Werner, ehemaliger „dm“-Chef“ hin und wieder Talkshow-Gast zu Fragen des bedingungslosen Grundeinkommens – erreichen weitaus größere Bekanntheitswerte. Judith Williams ist mit 29 % einer vergleichsweise großen Öffentlichkeit bekannt, Götz Werner mit 11 % dagegen schon weitaus weniger Menschen ein Begriff.

Unter interpretatorischen Gesichtspunkten lässt sich festhalten, dass sächsische Unternehmer keinen Prominentenstatus erreichen. Selbst die prominentesten Vertreter, die neben ihrem Erfolg im jeweiligen Unternehmen in Verbänden und Institutionen engagiert sind und dort führende Rollen innehaben und teilweise auch Unternehmerpreise gewinnen konnten, sind in der breiten Öffentlichkeit de facto vollkommen unbekannt. Mehr als die Hälfte der Befragten kannte nicht einen der aufgeführten Unternehmen (inkl. Judith Williams und Götz Werner) – die Werte legen nahe, dass die Welt der Unternehmerpersönlichkeiten vor allem unter medialen Gesichtspunkten vollkommen unterrepräsentiert ist und somit und in Lebenswirklichkeit der allermeisten Sachsen keine Rolle spielt.

Einige der Unternehmerpersönlichkeiten weisen im lokal-regionalen Kontext eine gewisse Bekanntheit auf, deren Strahlkraft jedoch mit zunehmender Entfernung stark nachlässt. Im sachsenweiten Kontext jedoch nivellieren sich die Werte. Eine Reihe von Sportlern, Kulturschaffenden / Künstlern, aber auch Politikern weist sowohl sachsenweit als auch lokal-regional mit großer Sicherheit deutlichere Bekanntheitsausprägungen auf.

In ihrer jeweiligen Szene erfolgreich, hochdekoriert und geschätzt, außerhalb der Sphäre jedoch vollkommen unbekannt – so lässt sich das Unternehmerbild einer Reihe von bekannten Vertretern der Zunft kurz und knapp zusammenfassen.

Bekanntheit des Unternehmers (in %)	männlich	weiblich	18-34 Jahre	35-54 Jahre	55-74 Jahre
Hans Jürgen Naumann	7 %	6 %	10 %	6 %	3 %
Werner Deharde	4 %	2 %	4 %	3 %	3 %
Götz Werner	13 %	9 %	15 %	10 %	8 %
Siegfried Fiebig	5 %	3 %	4 %	4 %	3 %
Kristian Kirpal	5 %	2 %	5 %	5 %	1 %
Franz Voigt	6 %	5 %	9 %	4 %	3 %
Dr. Günter Bruntsch	6 %	2 %	4 %	3 %	4 %
Gunnar Grosse	5 %	4 %	5 %	5 %	3 %
Judith Williams	23 %	34 %	32 %	28 %	26 %
Katja Hillenbrand	8 %	8 %	7 %	11 %	5 %
Margret Gleiniger	4 %	2 %	4 %	3 %	3 %
[kenne keine der genannten Personen]	61 %	55 %	50 %	59 %	65 %

Die Bekanntheitsunterschiede innerhalb der Subgruppen sind bei den ohnehin schon geringen Ausprägungen nicht sonderlich groß. Männer kennen (klammert man die Kontroll-Unternehmer aus) alle der aufgeführten sächsischen Unternehmer leicht mehr als Frauen (im Mittel 6 % zu 4 % bei den Frauen). Bei den Altersgruppen fällt auf, dass mit steigendem Alter die

Bekanntheit der Akteure abnimmt. Während die aufgeführten Persönlichkeiten bei der Gruppe „18 bis 34 Jahre“ im Schnitt einen Bekanntheitsgrad von knapp 6 % erlangten, waren es in der Gruppe „35 bis 54 Jahre“ noch knapp 5 %, in der Gruppe 55-74 Jahre dagegen nur noch 3 % (alle Werte ohne Kontroll-Unternehmer).

WELCHE EIGENSCHAFTEN MACHEN IHRER MEINUNG NACH EINEN IDEALEN UNTERNEHMER AUS? BITTE KREUZEN SIE MAX. 5 EIGENSCHAFTEN AN!

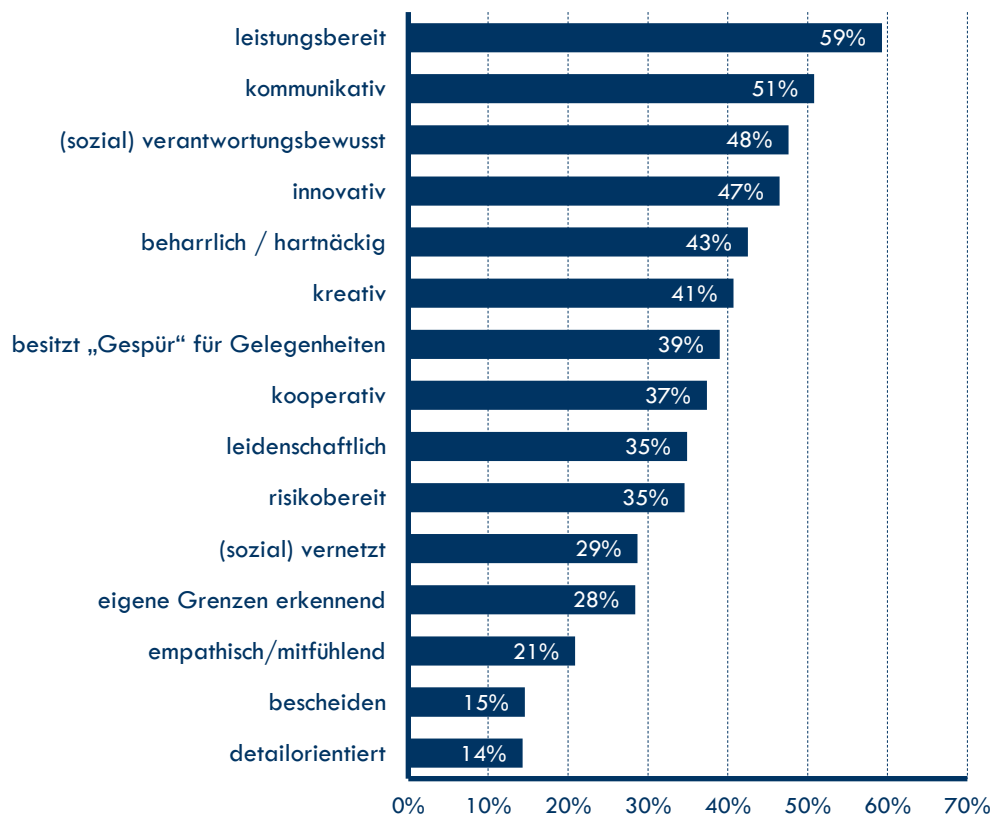
Die Frage „Welche Eigenschaften machen Ihrer Meinung nach einen idealen Unternehmer aus?“ zielte darauf ab, Eigenschaften und Charakteristika eines Unternehmers aus Sicht der Befragten zu ermitteln, die diese im Kontext eines Ideal-Unternehmers als besonders attraktiv bewerten. Die Befragten konnten dabei aus 15 verschiedenen Eigenschaften auswählen; bis zu fünf Nennungen waren möglich. [Die Fragestellung versuchte, Ideal-Eigenschaften nach Wahrnehmung der Befragten zu priorisieren, nicht mit einem konkreten Prozentwert zu versehen – de facto alle aufgeführten Eigenschaften können einen guten Unternehmer definieren bzw. zu dessen unternehmerischen Erfolge führen, aber naturgemäß wird nicht jeder Unternehmer durch alle Eigenschaften gekennzeichnet sein.]

Die am häufigsten genannte Eigenschaft, die nach Meinung der Befragten einen idealen Unternehmer definiert, ist mit 59 % „leistungsbereit“. Den zweiten Rang belegt „kommunikativ“ (51 %). Mit Zustimmungswerten zwischen 40 % und 49 % folgen „(sozial) verantwortungsbewusst“, „innovativ“, „beharrlich/hartnäckig“ und „kreativ“.

Etwas mehr als jeder dritte Befragte kreuzte eine der folgenden Eigenschaften an: „besitzt Gespür für Gelegenheiten“ (39 %) „kooperativ“ (37 %), „leidenschaftlich“ und „risikobereit“ (jeweils 35 %).

Am unteren Ende der Ideal-Eigenschaften tauchen die Attribute „detailorientiert“, „bescheiden“ und „empathisch/mitfühlend“ auf. Hier wird deutlich, dass die Frage nicht auf den perfekten Chef, sondern auf den idealen Unternehmer abzielte.

📄 **Unternehmereigenschaften: "Welche Eigenschaften machen Ihrer Meinung nach einen idealen Unternehmer aus? (bitte kreuzen Sie max. 5 Eigenschaften an!)"**



Ein Vergleich der Wunsch-Eigenschaften nach Subgruppen zeigt punktuelle Unterschiede. Vor allem der Unterschied zwischen Männern und Frauen ist auffällig. Die folgende Übersicht zeigt die die TOP 6 der meist genannten Idealkriterien eines Unternehmers in Abhängigkeit von ausgewählten Differenzierungs-Merkmalen.

Befragtengruppe

Rang / Kriterium / Anteil der Befragten, die dieses ankreuzten]

männliche Befragte

1. leistungsbereit	57%
2. innovativ	50%
3. kommunikativ	45%
4. (sozial) verantwortungsbewusst	45%
5. beharrlich / hartnäckig	42%
6. kreativ	42%

weibliche Befragte

1. leistungsbereit	62%
2. kommunikativ	55%
3. (sozial) verantwortungsbewusst	50%
4. innovativ	44%
5. beharrlich / hartnäckig	43%
6. kreativ	40%

Befragte zwischen 18 und 34 Jahren

1. leistungsbereit	57%
2. kommunikativ	55%
3. (sozial) verantwortungsbewusst	45%
4. innovativ	44%
5. kooperativ	40%
6. beharrlich / hartnäckig	37%

Befragte zwischen 35 und 54 Jahren

1. leistungsbereit	61%
2. kommunikativ	49%
3. (sozial) verantwortungsbewusst	47%
4. innovativ	45%
5. beharrlich / hartnäckig	43%
6. kreativ	39%

Befragte zwischen 55 und 74 Jahren

1. leistungsbereit	60%
2. innovativ	53%
3. kreativ	53%
4. (sozial) verantwortungsbewusst	53%
5. beharrlich / hartnäckig	50%
6. kommunikativ	47%

Der Subgruppen-Analyse zeigt punktuelle Detailunterschiede (fett markiert; mindestens 8%-Punkte) bei einigen Variablen.

Eigenschaft-Zustimmungswerte (in %) ausgewählter Subgruppen	männlich	weiblich	18-34 Jahre	35-54 Jahre	55-74 Jahre
leistungsbereit	57 %	62 %	57 %	61 %	60 %
kommunikativ	45 %	55 %	55 %	49 %	47 %
(sozial) verantwortungsbewusst	45 %	50 %	45 %	47 %	53 %
innovativ	50 %	44 %	44 %	45 %	53 %
beharrlich / hartnäckig	42 %	43 %	37 %	43 %	50 %
kreativ	42 %	40 %	33 %	39 %	53 %
besitzt „Gespür“ für Gelegenheiten	38 %	40 %	36 %	38 %	44 %
kooperativ	37 %	38 %	40 %	35 %	37 %
leidenschaftlich	37 %	33 %	35 %	38 %	31 %
risikobereit	37 %	33 %	32 %	35 %	38 %
(sozial) vernetzt	26 %	31 %	33 %	29 %	23 %
eigene Grenzen erkennend	30 %	27 %	23 %	25 %	41 %
empathisch/mitfühlend	19 %	23 %	24 %	21 %	18 %
bescheiden	17 %	13 %	9 %	18 %	19 %
detailorientiert	13 %	15 %	16 %	15 %	12 %

ZWISCHENFAZIT

Die drei Fragen zum Unternehmerbild versuchten sich an einem Abgleich von Ist- und Soll-Zustand eines Unternehmers aus Perspektive der befragten Sachsen im Alter von 18 bis 74 Jahren, die eine große Bandbreite an Erfahrungen mit dem Unternehmertum mitbringen: Vom 19-jährigen Studenten über den Solo-Selbstständigen bis hin zu Rentner, der in seinem Berufsleben viele ganz unterschiedliche Chefs erlebt hat, vereinen die Antworten vielfältige Perspektiven, deren Extrakt sich wie folgt zusammenfassen lässt.

Der klassische Unternehmer wird – sortiert man die Vielzahl der Zuschreibungen – am häufigsten mit diesen 8 Attributen charakterisiert:

1. zielstrebig
2. gewinnorientiert
3. ehrgeizig
4. erfolgreich
5. innovativ
6. fleißig
7. geldgeil/-gierig
8. zielorientiert

Neben einer Reihe von ähnlichen Eigenschaften, die sich um Fleiß, Ehrgeiz, Zielstrebigkeit drehen, wird dem Unternehmer eine starke Geld- und Gewinn- bzw. Profitorientierung unterstellt.



Der Abgleich von genannten (Klischee-)Eigenschaften und Idealeigenschaften des Unternehmers zeigt Diskrepanzen. Aus Sicht der Befragten kommen neben erwähnten Eigenschaften (Leistung, Beharrlichkeit, Ehrgeiz) eine Reihe von Merkmalen hinzu, die den Unternehmer um seine Rolle als Chef und Arbeitgeber erweitern.

1. leistungsbereit
2. kommunikativ
3. (sozial) verantwortungsbewusst
4. innovativ
5. beharrlich / hartnäckig
6. kreativ
7. besitzt „Gespür“ für Gelegenheiten
8. kooperativ

Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie Verantwortungsbewusstsein werden dabei von den Befragten in den Fokus gerückt.

Zusammenfassend lässt sich für das Unternehmerbild in der Öffentlichkeit im Kern feststellen, dass dieses einen leistungsbereiten, fleißigen, ehrgeizigen Menschen mit entsprechenden Gewinnstreben beschreibt, dem aber von weiten Teilen der Befragten – zumindest im Rahmen dieser Studie – nicht automatisch auch ein kooperatives, kommunikatives, arbeitnehmerfreundliches Wesen attestiert wird. Es wäre – wollte man das Unternehmerbild in der Bevölkerung weiter verbessern – sicher von Vorteil, würde man die Vielzahl von Positiv-Zuschreibungen, die existieren, auch um diese Facette des guten Chefs / Arbeitgebers erweitern können.

Als problematisch erweist sich in diesem Kontext, dass Vorbilder, Gesichter, prominente Vertreter des Unternehmers (die sowohl erfolgreich, innovativ und auch arbeitnehmerfreundlich) in der breiten Öffentlichkeit vollkommen fehlen. Natürlich sind zahlreiche Vertreter vorhanden, doch deren Bekanntheit tendiert- nimmt man Sachsen im Alter von 18 bis 74 Jahren als Basis – gegen Null. Selbst die prominentesten Vertreter sind mehr als 90 %, zumeist mehr als 95 % der Befragten völlig unbekannt. Die Befragten kennen nicht einmal den Namen der Unternehmer bzw. haben diesen noch nie gehört. Dass hierbei „Name schon einmal gehört“ und „kenne Person und dessen Tun wirklich“ noch einmal zwei paar verschiedene Schuhe sind, steht auf einem anderen Blatt Papier.

THEMENKOMPLEX „INDUSTRIE UND WIRTSCHAFT ALLGEMEIN“

WELCHE BILDER KOMMEN IHNEN IN DEN SINN, WENN SIE DAS WORT "INDUSTRIE" HÖREN?

Die offene Frage „Welche Bilder kommen Ihnen in den Sinn, wenn Sie das Wort *Industrie* hören?“ suchte nach einem allgemeinen Image in den Köpfen der Befragten. Die Frage war bewusst allgemein gehalten und konzentrierte sich bewusst nicht auf Sachsen (die folgende Frage „Wie würden Sie die regionale Industrie in drei Worten beschreiben?“ dokumentiert dann auch Wahrnehmungsunterschiede zwischen allgemeinem Industriebild und regionalem Industriebild).

Die vorliegenden Antworten wurden nach der „Top of mind“-Methode kategorisiert, d. h. es wurde immer nur der Aspekt ausgewertet, der von den Befragten

ZUERST genannt wurde. Die Methode unterstellt, dass die Facette, die dem Befragten zuerst in den Sinn kommt (sprich: genannt wird; also „top of mind“ ist), die zentralste und wichtigste ist, somit das einprägsamste Bild in den Köpfen der Befragten widerspiegelt. Folgendes Beispiel erläutert die Auswertung:

- Antwort 1: „Fabriken, Arbeiter, Geld“ -> kategorisiert in „Fabrikanlagen“
- Antwort 2: „Schornsteine, Rauch, Ruhrpott“ -> kategorisiert in „Schornsteine“
- Antwort 3: „Maschinenbau, Automobilbau, Chemiewerke, Werften“ -> kategorisiert in „Automobilbau“



Die Antworten der Befragten zeigen eine große Bandbreite, die sich in einer Reihe von Dimensionen konkretisieren lässt. Auf der einen Seite ließen Befragte schlagwortartige Begrifflichkeiten (z. B. „Autos, Fabriken, Rauch, Fließband, Kohle, Dreck) fallen, auf der anderen Seite wurden volkswirtschaftliche Zusammenhänge beschrieben (ein Befragter antwortete mit „ich sehe Bilder von einem zusammenhängenden Wirtschaftskreislauf, der sich in sämtliche Bereiche der Gesellschaft ausdehnt“). Bricht man die Gesamtheit der Antworten auf die Bilder herunter, die am zahlreichsten genannt wurden, so dokumentieren diese ein recht traditionelles Bild von Industrie, das in den Köpfen der befragten Sachsen


vorherrscht. Die 10 meist genannten Bilder / Worte, die von Befragten aufgeführt wurden, sind:

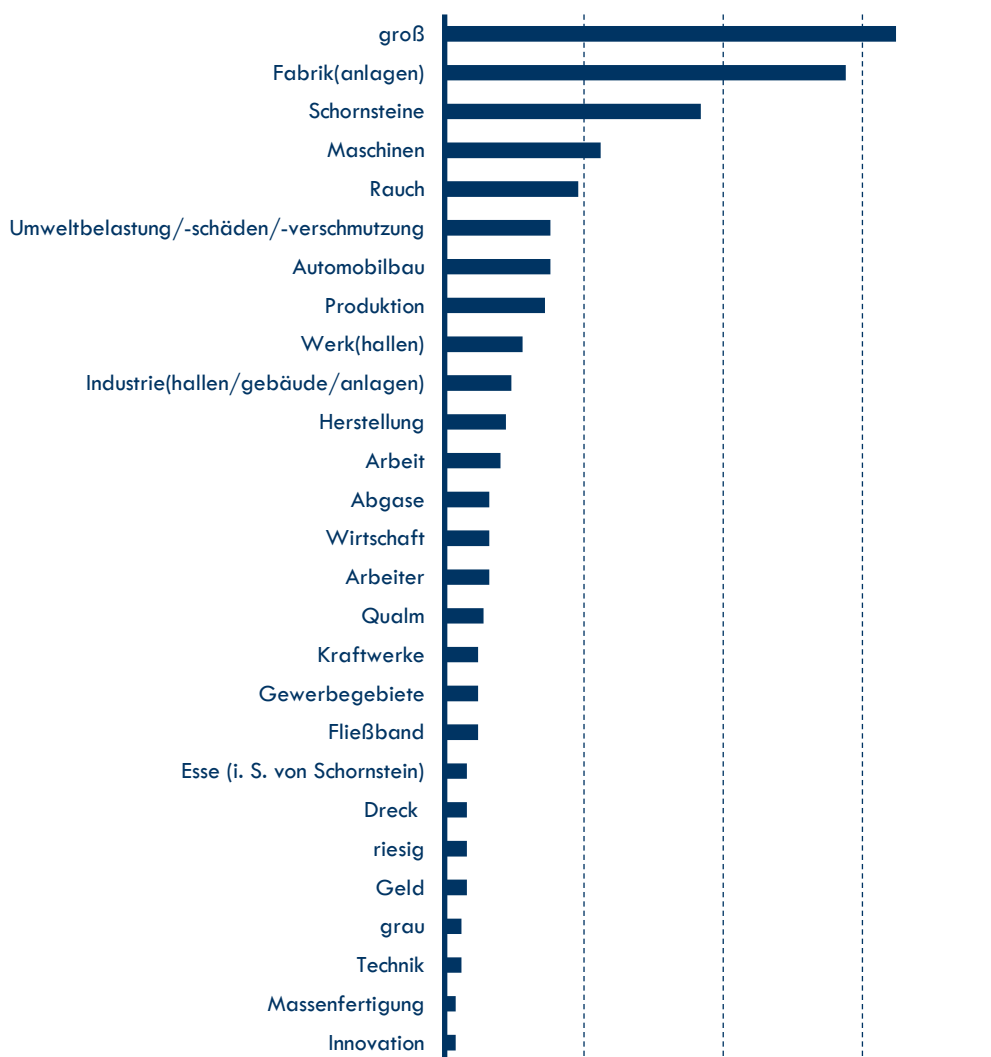
1. groß
2. Fabrik(anlagen)
3. Schornsteine
4. Maschinen
5. Rauch
6. Automobilbau
7. Umweltbelastung/-schäden/-verschmutzung
8. Produktion
9. Werk(hallen)
10. Industrie(hallen/gebäude/anlagen)

Auf den Rängen 11 bis 20 folgen:

- 11. Herstellung
- 12. Arbeit
- 13. Arbeiter
- 14. Wirtschaft
- 15. Abgase
- 16. Qualm
- 17. Fließband
- 18. Gewerbegebiete
- 19. Kraftwerke
- 20. Dreck

Das durchschnittliche Bild geht von großen Industrieanlagen (das Wort „groß“ ist im Rahmen dieser Frage das Wort, das am öftesten genannt wird) und mit Maschinen gefüllten Werkhallen aus, deren Produktionsprozesse Rauch, Qualm und Abgase erzeugen, die über Schornsteine ausgeschieden werden und zu Umweltbelastungen führen. Dieses Bild kann als antiquiertes Industrie-Bild beschrieben werden, das längst nicht mehr auf die Gesamtheit der Industrie zutrifft (bzw. wohl nie zugefallen hat).

 **Bilder von Industrie: "Welche Bilder kommen Ihnen in den Sinn, wenn Sie das Wort "Industrie" hören?" - 27 meistgenannten Begriffe bzw. Begrifflichkeiten (zusammengefasst)**




Erst am Ende der Skala mit den meistgenannten Begrifflichkeiten fallen eindeutig positiv besetzte Begriffe wie „Innovation“. Nur ganz punktuell werden

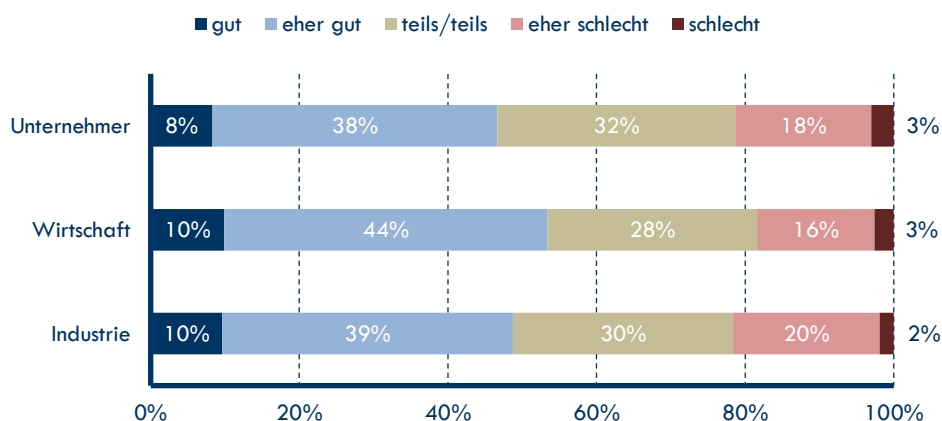
Elemente wie „Industrie 4.0“ genannt. Bei den konkret erwähnten Branchen wird an erster Stelle die Automobilindustrie erwähnt.

WIE BEWERTEN SIE ALLGEMEIN DAS IMAGE DER INDUSTRIE, DER WIRTSCHAFT UND DES UNTERNEHMERS?

Auf einer vorgegebenen 5er Skala (von 1 = gut bis 5 = schlecht) sollten die Befragten das allgemeine Image der Industrie, der Wirtschaft und des Unternehmers bewerten. Aus den vielfältigen Antworten der offenen Fragen zu „Bildern der Industrie“ bzw. „Unternehmern“ wissend, dass es die

eine Industrie genauso wenig gibt wie den Unternehmer oder die Wirtschaft, wollte die Frage primär ermitteln, ob es generelle Unterschiede in der Bewertung von Wirtschaft und Industrie gibt und wie sich bei vergleichbarer Fragestellung die Bewertung des Unternehmers in diese Bild einfügt.

 Image: "Wie bewerten Sie allgemein das Image der Industrie, der Wirtschaft und des Unternehmers?"



Die Daten zeigen für alle drei Bewertungsdimensionen ein mehr oder weniger vergleichbares (mit geringen Abstufungen gezeichnetes) Bild. 54 % der Befragten bewerten die Wirtschaft „gut“ oder „eher gut“, die Industrie erhält 49 % positive Urteile, der Unternehmer 46 %. Auch der Anteil der Befragten, die das Image mit „eher schlecht“ oder „schlecht“ bewerten, hält sich mit 21 % (Unternehmer), Wirtschaft (19 %) und Industrie (22 %) annähernd die Waage. Die Daten zeigen eine erstaunliche Spreizung in den Ergebnissen (d. h. alle Antwortkategorien mit

relevanten Anteilen), die sich durch alle Subgruppen durchzieht. Im Schulnoten-Kontext (1=gut, 5=schlecht) wird die Industrie (im Mittel) mit einer 2,7 bewertet, die Wirtschaft mit einer 2,6 und der Unternehmer mit einer 2,7. Zwischen den drei Dimensionen sind keine signifikanten Unterschiede festzustellen – die Industrie wird weder besser noch schlechter als die Gesamtwirtschaft bewertet. Vergleicht man die Mittelwerte nach ausgewählten Subgruppen, so zeigen sich nahezu keine Unterschiede.

Mittelwerte von ausgewählten Subgruppen	Wirtschaft	Industrie	Unternehmer
insgesamt	2,6	2,7	2,7
männlich	2,5	2,6	2,7
weiblich	2,7	2,7	2,7
18-34 Jahre	2,7	2,8	2,6
35-54 Jahre	2,6	2,6	2,7
55-74 Jahre	2,5	2,5	2,8
arbeitet in Industrie	2,5	2,6	2,6
arbeitet nicht in Industrie	2,6	2,7	2,7

Teilweise sich widersprechende Attribute zeigen von der ungleichen Verteilung der sächsischen Industrie. Eine Reihe von Positiv-Assoziationen wie „innovativ“, „aufstrebend“, „gut“, „vielfältig“, „fortschrittlich“, „modern“, „erfolgreich“, „gut aufgestellt“ und „wachsend“ dokumentieren die Erfolge der regionalen Industrie und deren Verankerung in den Köpfen der Befragten. Ganz gegensätzlich dazu gibt es eine Vielzahl von Sachsen, die für ihre Region Gegenteiliges feststellt und mit Worten wie „ausbaufähig“, „wenig“, „kaum noch vorhanden“, „schlecht“, „schwach ausgeprägt“, „wenig vorhanden“, „dünn besiedelt“, „nicht vorhanden“ urteilt. Hier wird aber zumeist der Mangel an Betrieben aufgeführt, nicht deren geringe Leistungsfähigkeit moniert.

Generell fällt auf, dass Negativassoziationen wie z. B. „zu wenig“ implizieren, dass sich mancher Befragter ein „Mehr“ an Betrieben wünschen würde.

Viele Beschreibungen drehen sich auch um die Größe der Betriebe: „mittelständisch“, „Kleinbetriebe“, „klein“, „Klein- und Mittelbetriebe“ und „wenig Großbetriebe“ sind hierbei die meistgenannten Begrifflichkeiten. Im Bereich der konkreten Industriezweige wird der „Automobilbau“ mit deutlichem Vorsprung an erster Stelle genannt; auch die „Chipindustrie“ erhielt nennenswerte Nennungen. Bei der Nennung konkreter Einzelunternehmen wird „Volkswagen“ am häufigsten genannt.



Insgesamt betrachtet lassen sich die 28 am häufigsten genannten Begriffe / Begrifflichkeiten

1. innovativ
2. ausbaufähig
3. wenig
4. mittelständisch
5. Automobilbau
6. aufstrebend
7. zu wenig
8. gut
9. [weiß nicht / keine Ahnung]
10. Kleinbetriebe
11. nicht gut ausgeprägt
12. kaum (noch) vorhanden
13. klein
14. Klein- und Mittelbetriebe
15. schlecht
16. vielfältig
17. groß
18. schwach ausgeprägt

19. wenig vorhanden
20. dünn besiedelt
21. fortschrittlich
22. [kann ich nicht beurteilen]
23. modern
24. erfolgreich
25. gut aufgestellt
26. nicht vorhanden
27. wachsend
28. wenig Großbetriebe

insgesamt drei großen Gruppen zuordnen:

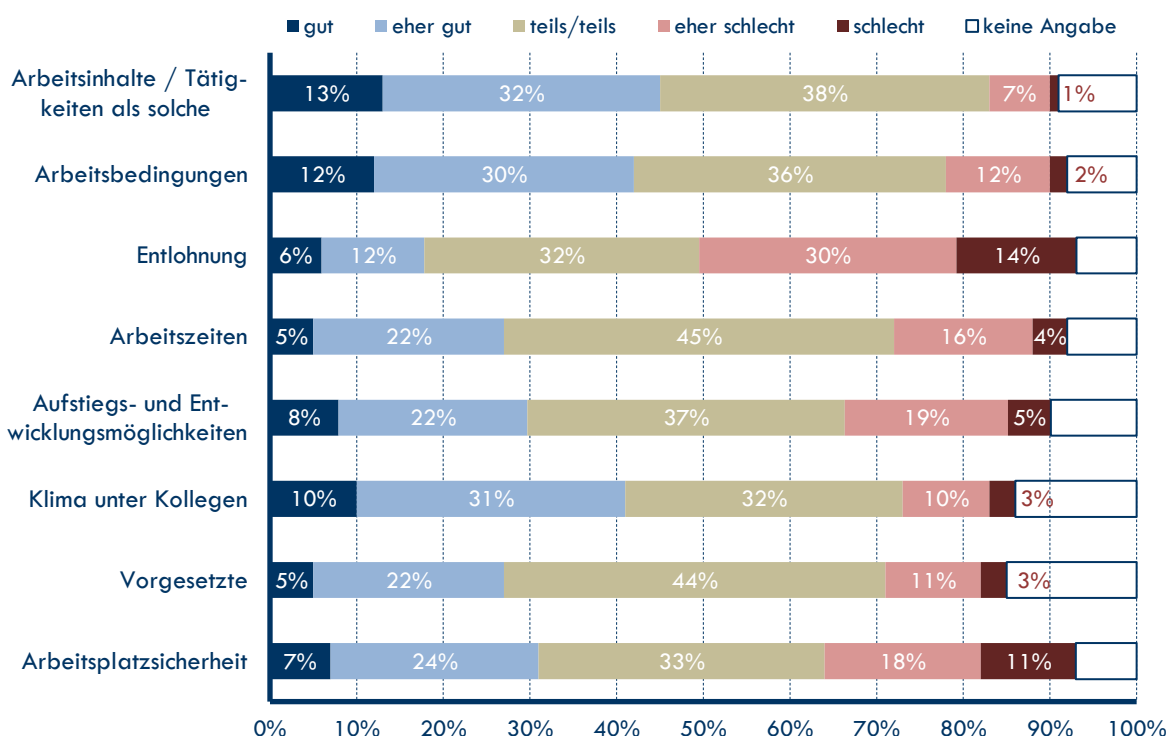
- Positiv-Assoziationen, die vom wachsenden Erfolg der Unternehmen sprechen
- Negativ -Assoziationen, die den Mangel an Industriebetrieben in den Regionen dokumentieren
- Größencharakterisierungen der vorhandenen Unternehmen als klein- und mittelständisch geprägte Unternehmen

WIE BEWERTEN SIE INSGESAMT DIE INDUSTRIEUNTERNEHMEN IHRER REGION UNTER DEM BLICKPUNKT FOLGENDER ARBEITGEBER-EIGENSCHAFTEN?

Im Rahmen der Frage „Wie bewerten Sie insgesamt die Industrieunternehmen Ihrer Region unter dem Blickpunkt folgender Arbeitgeber-Eigenschaften?“ sollte erhoben werden, wie die sächsischen Befragten ihre regionale Industrie vor Ort unter dem Arbeitgeber-Blickwinkel bewerten. In Zeiten des Fachkräftemangels und des Wettbewerbs der


Branchen und Wirtschaftszweige um Fachkräfte untereinander, aber auch in Anbetracht sich ändernder Anforderungen der jungen Generation an Arbeit und Beschäftigung, an Work-Life-Balance ist die Frage, welches „Employer Branding“ die Industrie allgemein aufweist, ein zentraler Aspekt des erfolgreichen Wirtschaftens auch in der Zukunft.

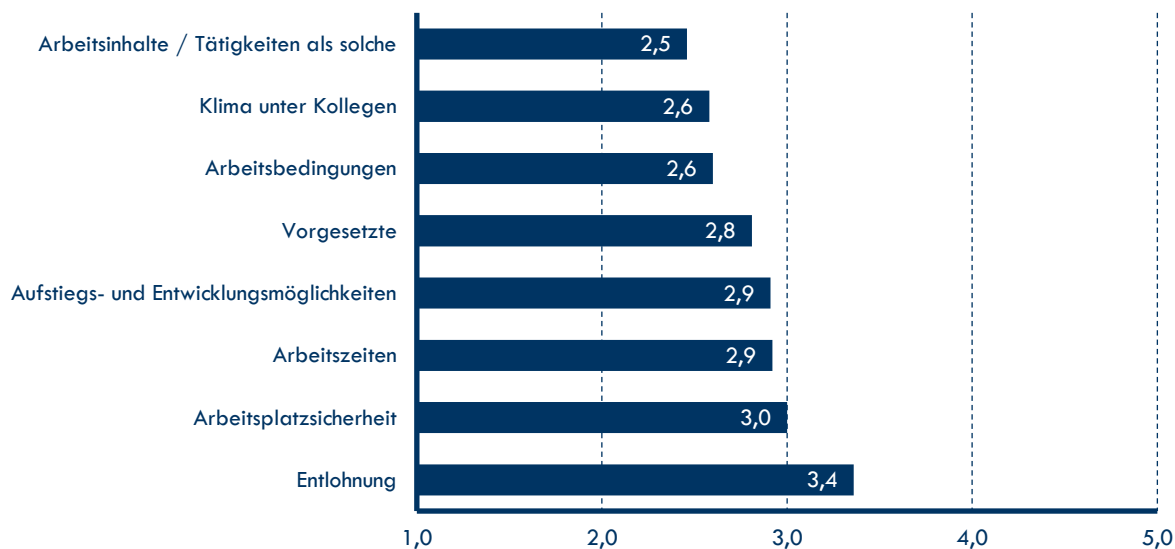
Arbeitsgeber-Image: "Wie bewerten Sie insgesamt die Industrieunternehmen Ihrer Region unter dem Blickpunkt folgender Arbeitgeber-Eigenschaften?"



Auch hier zeigt sich – wie bereits bei den Imagebewertungen zu Industrie, Wirtschaft und Unternehmern – ein vielschichtiges, heterogenes Meinungsbild. Über alle aufgeführten Facetten eines Arbeitsplatzes werden von den Befragten ganz unterschiedliche Bewertungen abgegeben, wobei in allen Dimensionen die Bewertung „teils/teils“ die höchsten Stimmenanteile erhält. Dies dokumentiert, dass die Befragten (zumindest in ihrer Wahrnehmung) die Gesamtheit der Industrie differenziert bewerten und wissen bzw. zu ahnen glauben, dass die Realitäten in den Betrieben ganz unterschiedlich sind und somit auch die Qualität des Arbeitsplatzes von Betrieb zu Betrieb variieren kann. So bewerten knapp die Hälfte der Befragten die Arbeitsinhalte in der Industrie mit gut bzw. eher gut (45%), die Arbeitsbedingungen und

das Klima unter Kollegen wird von 4 von 10 Befragten als gut / eher gut bewertet. Die Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die Vorgesetzten, die Arbeitszeiten sowie die Arbeitsplatzsicherheit erhalten jeweils ca. 30 % gute und eher gute Urteile. Insgesamt fällt aber auf, dass die guten (ohne eher gut) Urteile relativ rar gesät sind. Wenn dann auch noch wie beim Punkt „Entlohnung“ die eher guten Urteile fehlen, schneiden die Dimensionen vergleichsweise schlecht ab. Beim Thema „Entlohnung“ kommt erschwerend hinzu, dass knapp die Hälfte (insgesamt 44 %) der Befragten mit eher schlecht bzw. schlecht urteilt – das Thema Entlohnung wird folglich im Kontext der Bewertung von Industrie-Arbeitsplätzen am schlechtesten bewertet.

 Arbeitgeber-Image der Industrie: Mittelwertvergleich von Arbeitgeber-Eigenschaften nach Schulnotensystem (1 = gut bis 5 = schlecht)



Vergleicht man die 8 Arbeitsplatzdimensionen nach dem Mittelwert, so erhält der Arbeitsinhalt bzw. die Tätigkeit als solche (aus Sicht der Befragten) mit 2,5 die beste Durchschnittsnote, gefolgt vom Klima unter Kollegen und den Arbeitsbedingungen (jeweils 2,6). Am schlechtesten werden die Arbeitsplatzsicherheit und die Entlohnung bewertet. Insgesamt betrachtet – rundet man auf volle Stellen – erhalten alle Arbeitsplatzdimensionen die Schulnote 3 auf einer 5er-Skala: für die Gesamtheit der Industrie kein befriedigendes Bild. Vor allem die Negativ-

Bewertung der Löhne ist keine gute Voraussetzung für die Bewältigung des Fachkräftemangels – eventuell hat hier der jahrelange Verweis auf niedrige Arbeitskosten in den Köpfen der Befragten seine Wirkung gezeigt. Obwohl weite Teile der Befragten nicht in der Industrie arbeiten (und eventuell die Verhältnisse nicht wirklich beurteilen können), sind die Befunde nicht zu vernachlässigen: viele der Befragten sind naturgemäß auch Multiplikatoren ihrer Meinung auf Kinder, Angehörige, Verwandte.

Mittelwerte ausgewählter Subgruppen	Arbeitsinhalte / Tätigkeiten als solche	Arbeitsbedingungen	Entlohnung	Arbeitszeiten
insgesamt	2,5	2,6	3,4	2,9
männlich	2,4	2,6	3,3	2,9
weiblich	2,5	2,7	3,4	3,0
18-34 Jahre	2,4	2,5	3,2	2,8
35-54 Jahre	2,4	2,6	3,4	2,9
55-74 Jahre	2,6	2,7	3,6	3,0
<i>arbeitet in Industrie</i>	<i>2,3</i>	<i>2,6</i>	<i>3,1</i>	<i>2,7</i>
<i>arbeitet nicht in Industrie</i>	<i>2,5</i>	<i>2,6</i>	<i>3,4</i>	<i>2,9</i>

Innerhalb der Subgruppen lohnt bei der Bewertung von Arbeitgebern und Arbeitsplatzqualität ein Vergleich der Urteile in Abhängigkeit von der Frage, ob der Befragte in der Industrie arbeitet oder nicht (kursiv gekennzeichnet). Minimale Unterschiede werden sichtbar, aber in der Gesamtschau über alle

Dimensionen betrachtet unterscheiden sich beide Gruppen nicht. Diejenigen, die in der Industrie arbeiten, bewerten die 8 Variablen im Schnitt mit einer 2,8 – die Nicht-Industriebeschäftigten mit einer 2,7.

Mittelwerte ausgewählter Subgruppen	Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten	Klima unter Kollegen	Vorgesetzte	Arbeitsplatzsicherheit
insgesamt	2,9	2,6	2,8	3,0
männlich	2,9	2,5	2,8	3,0
weiblich	2,9	2,6	2,8	3,0
18-34 Jahre	2,8	2,4	2,7	2,6
35-54 Jahre	2,9	2,6	2,8	3,1
55-74 Jahre	3,0	2,8	3,0	3,4
arbeitet in Industrie	2,8	2,4	2,7	2,7
arbeitet nicht in Industrie	2,9	2,6	2,8	3,0

WELCHE UNTERNEHMEN KOMMEN IHNEN IN DEN SINN, WENN SIE AN INDUSTRIEUNTERNEHMEN AUS IHRER UMGEBUNG BZW. IHRER REGION DENKEN?

Die Frage war bewusst offen gehalten (und fragte deshalb nach Unternehmen aus der „Umgebung bzw. Region“). Ziel war es herauszufinden, welche Art von Unternehmen die Befragten nannten (lokale vs. überregionale, Kleinbetriebe vs. Großbetriebe). Geprüft werden sollte sprichwörtlich, welche Unternehmen den Befragten in den Sinn kommen – als statistischer Nebeneffekt war allerdings davon

auszugehen, dass sachsenweit bekannte und imageprägende Großunternehmen wie bspw. Volkswagen dann doch recht oft genannt werden würden und somit auch ein Ranking der bekanntesten Industrieunternehmen in Sachsen abfallen würde. Die Ergebniswolke zeigt die ca. 85 meistgenannten Unternehmen im Rahmen dieser Befragung.



Die Befragten nannten insgesamt weit mehr als 1.000 verschiedene Industrieunternehmen (de facto aller Art) – im Schnitt ca. 1,5 pro Befragten. Angefangen von (beliebige Auswahl von genannten Firmen)

- Aptoplast über
- Braustolz Brauerei,
- Comparex,
- Crampon,
- Dr. Doerr,
- Elaskon,
- Eurofoam,
- Florena,
- Glasseide,
- Heytex,
- IAV,
- KEK,
- Louisenthal Papierfabrik,
- Magna,
- Neoplan,
- Pentacon,
- Qimonda,
- Remondis,
- Sachsenguß,
- Thermofin,
- USK,
- Vowalon,

- Warema bis
- Xenon


wurde mehr oder weniger das komplette Alphabet einmal durchdekliniert. Darunter befinden sich auch Unternehmen, die (längst) insolvent sind, sowie industrienähe Dienstleister sowie Firmen, die per Definition nicht zur Gesamtheit der Industrie (z. B. Amazon, DHL) zählen. Die Spanne umfasst alle Unternehmensgrößen; tendenziell werden Markenhersteller (vor allem die Automobilindustrie, aber bspw. auch aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie) aus der Lebenswirklichkeit des Befragten leicht öfter genannt, aber in der Gesamtheit der aufgeführten Unternehmen stechen nur einige wenige – bezogen auf ihre Nennungen – aus dem „Meer“ an Unternehmen hervor.

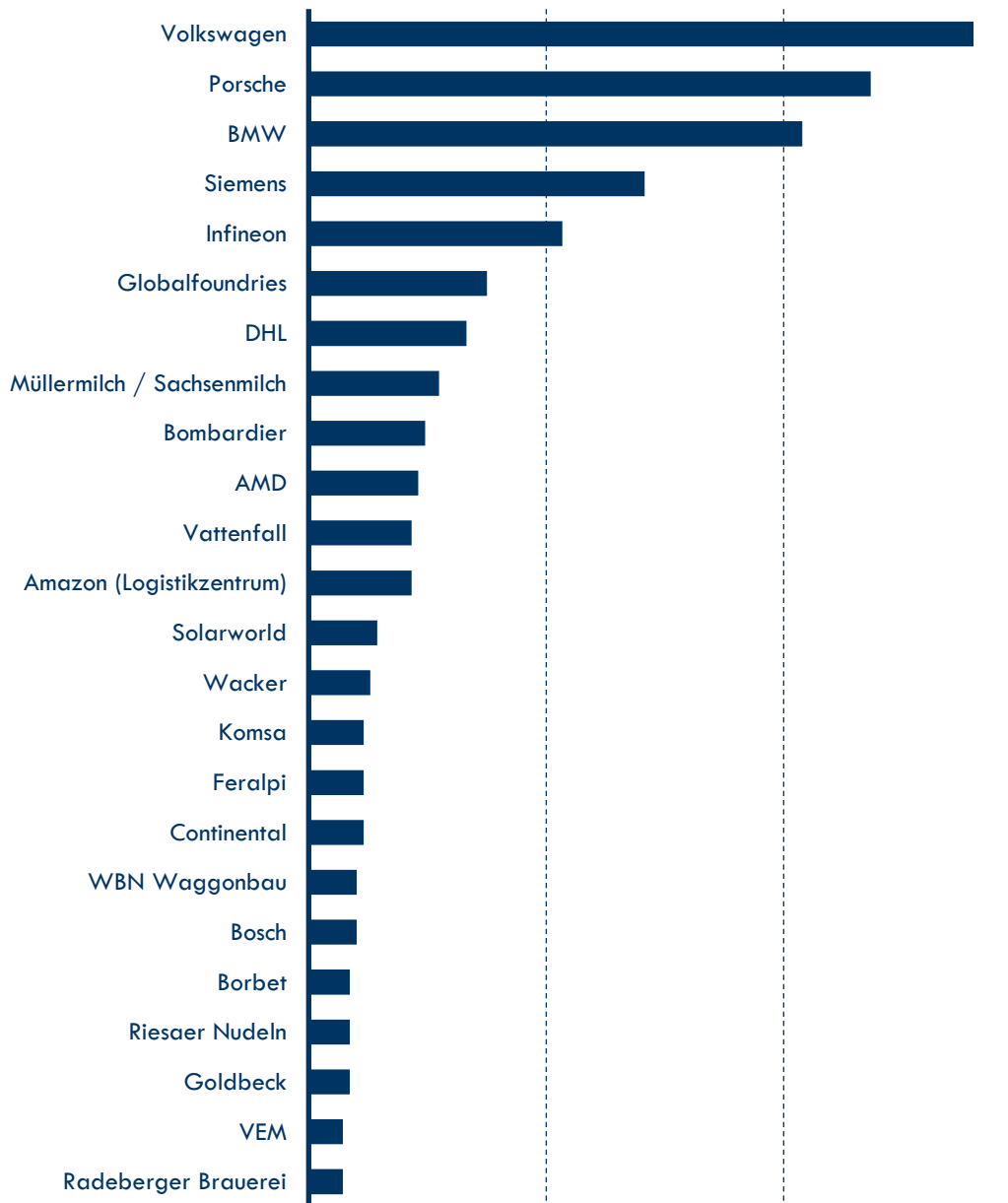
Heruntergebrochen auf die 50 meist genannten Unternehmen in Sachsen (siehe Ergebniswolke unten; die Größe der Schrift symbolisiert die Häufigkeit der Nennungen) wird deutlich, dass die Unternehmen der Automobilindustrie in Sachsen die größte Bekanntheit genießen. Mit deutlichem Abstand wurden Volkswagen, Porsche und BMW am häufigsten im Rahmen der Befragung genannt. An dritter bis sechster Stelle folgen Siemens, Infineon und Globalfoundries. Unter den Top 10 Unternehmen finden sich dann noch das Logistik-Unternehmen DHL, Müllermilch / Sachsenmilch, Bombardier und AMD.



Die Tabelle zeigt noch einmal die bekanntesten sächsischen Industrieunternehmen (bzw. jene, die die Befragten als Industrieunternehmen klassifiziert haben). Bewusst wird in der Ergebnisdarstellung auf konkrete Zahlen verzichtet, da das Design der Frage nicht darauf abzielte, die bekanntesten Industrieunternehmen Sachsens zu ermitteln, sondern

nach Unternehmen fragte, die den Befragten in ihrer „Umgebung bzw. Region“ in den Sinn kamen. Da dies verschiedene Ermessensspielräume zulässt, wie groß man Umgebung bzw. Region interpretiert, kann diese Tabelle nur als eine Annäherung an die Realität (im Sinne der bekanntesten sächsischen Industrieunternehmen) betrachtet werden.

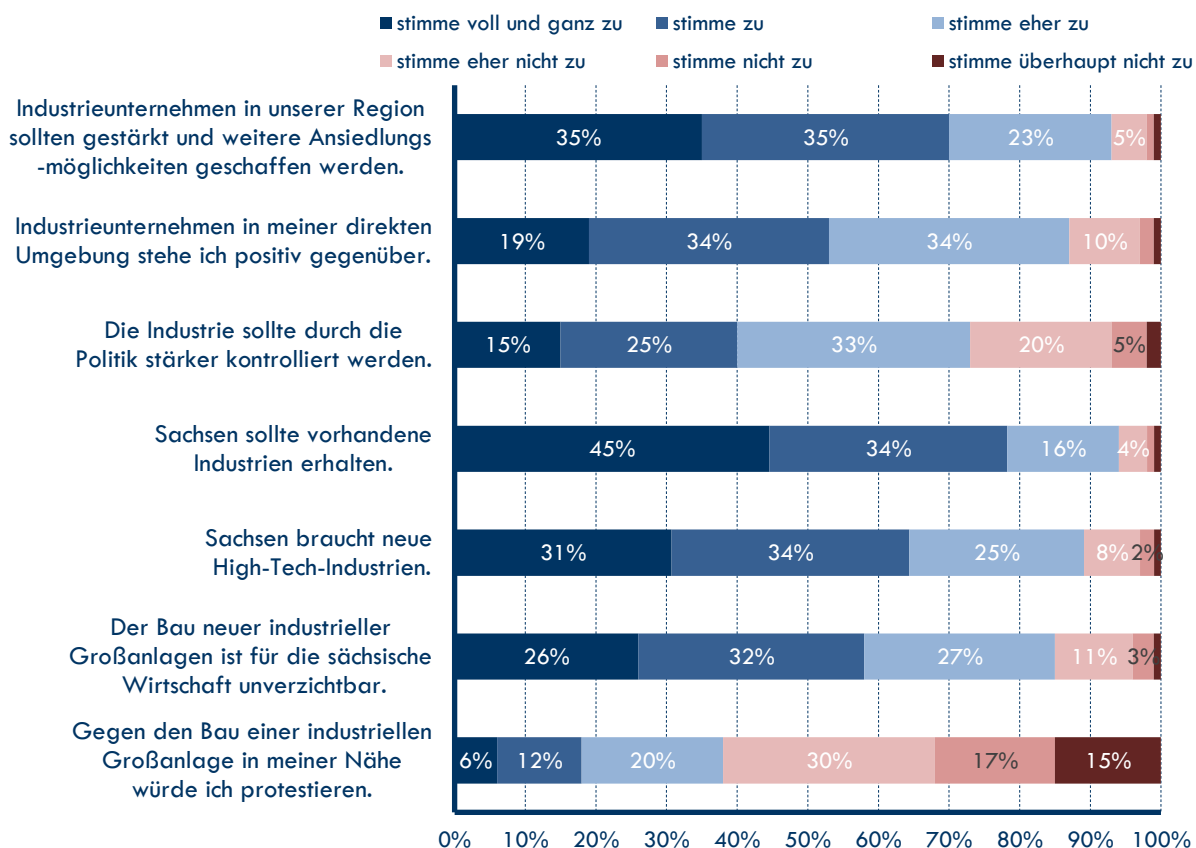
 **Bekanntheit sächsischer Industrieunternehmen: "Welche Unternehmen kommen Ihnen in den Sinn, wenn Sie an Industrieunternehmen aus Ihrer Umgebung bzw. Ihrer Region denken?" - Unternehmen mit den meisten Nennungen**



INWIEWEIT STIMMEN SIE FOLGENDEN AUSSAGEN ZUR INDUSTRIE ZU?

Im Rahmen der Frage „Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zur Industrie zu?“ wurden den Befragten eine Reihe von industriepolitischen Forderungen vorgelegt. Im Kern dreht sich die Frage darum, welche allgemeine Grundstimmung die Bevölkerung der Industrie und eventuellen

Ansiedlungen entgegenbringt. Insgesamt sollten die Befragten zu sieben Aussagen, die sich allesamt mit verschiedenen Facetten der Industriepolitik allgemein und vor Ort beschäftigen, ihre Zustimmung oder Ablehnung äußern.


Industriepolitik: "Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zur Industrie zu?"


Insgesamt 70 % stimmen der Aussagen, „Industrieregionen in unserer Region sollten gestärkt werden und weitere Ansiedlungsmöglichkeiten geschaffen werden“ voll und ganz bzw. einfach (im Sinne des Wortes) zu. Addiert man die 23 % „stimme eher zu“ mit dazu, so lässt sich de facto – bis auf 7 % - keine Ablehnung zur Aussage „Stärkung von Industrie und Schaffung von Ansiedlungsmöglichkeiten“ erkennen. Knapp 80 % stimmen der Aussage zu (stimme voll und ganz + stimme zu), dass Sachsen seine vorhandenen Industrien erhalten solle. Zwei von drei Befragten befürworten neue High-Tech-Industrien in Sachsen – knapp 60 % der Befragten halten neugebaute industrielle Großanlagen unverzichtbar für die Weiterentwicklung der sächsischen Wirtschaft.

Das Ausmaß an starker Ablehnung diesen Forderungen gegenüber ist in all den genannten Facetten im einstelligen Bereich zu finden – von einer generellen Ablehnung der Industrie oder einer irgendwie gearteten Industriemüdigkeit kann als nicht ansatzweise die Rede sein. Anders formuliert: Der Blick auf die Ergebnisse zeigt deutlich eine positive Grundeinstellung gegenüber der sächsischen Industrie.

Wie in vielen anderen Studien bereits belegt, ändert sich die Sichtweise der Befragten, wenn die allg. befürwortete Industrie plötzlich in der Nähe bzw. unmittelbaren Umgebung des Befragten siedeln will bzw. dort Industrieansiedlungsflächen benötigt.

Hier wird eine leichte Bewertungs-Diskrepanz zwischen „allg. Ansiedlung und Förderungen von Industrieunternehmen“ und „Industrieunternehmen in der unmittelbaren Umgebung“ deutlich. Nur noch 54 % stimmen der Aussage „Industrieunternehmen in meiner unmittelbaren Umgebung sehe ich positiv gegenüber! zu (stimme voll und ganz + stimme zu). 18 % bzw. 38 % (inkl. „stimme eher zu“) würden sogar gegen den Bau einer industriellen Großanlage in der Nähe des Befragten demonstrieren. Generell hat sich unter den Befragten der Grundgedanke eingebürgert, dass „Industrieanlagen in Gewerbegebiete gehören und nicht in unmittelbarer Nähe von Wohngebieten errichtet werden sollten“. Wenn dies erfolgt, dann sind auch die wenigen skeptischen Personen, die Industrie allgemein befürworten, Industrie in der unmittelbaren Nähe aber

kritisieren, zu besänftigen (zu positiven und negativen Empfindungen und Erfahrungen der Befragten mit Industrieunternehmen siehe die folgende Frage „Was konkret finden Sie positiv / negativ an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung?“). Wichtig im Sinne der Akzeptanz, auch um Unzufriedenheit der Bürger mit den sich niedergelassenen Unternehmen zu vermeiden, ist eine Kontrolle durch die Politik: 40 % bzw. 73 % (inkl. „stimme eher zu“) wünschen sich das bzw. fordern dies ein: Im Zeitalter von z. B. Dieselskandalen ist der Kontrollbegriff ein weitgefaster, aber aus Sicht der Bürger vor Ort sind bspw. Beaufsichtigung über eingehaltene Umweltauflagen, allg. hohe Umweltstandards und Lärmschutz ein wesentlicher Teil der Industrieakzeptanz.

Mittelwert der Zustimmung (Skala 1 bis 6) von ausgewählten Subgruppen	insg.	männlich	weiblich	18-34 Jahre	35-54 Jahre	55-74 Jahre	arbeitet in Industrie	arbeitet nicht in Industrie
Industrieunternehmen in unserer Region sollten gestärkt und weitere Ansiedlungsmöglichkeiten geschaffen werden.	2,0	1,9	2,1	2,2	2,0	1,8	2,1	2,0
Industrieunternehmen in meiner direkten Umgebung stehe ich positiv gegenüber.	2,5	2,4	2,5	2,6	2,4	2,3	2,2	2,5
Die Industrie sollte durch die Politik stärker kontrolliert werden.	2,8	2,8	2,8	2,9	2,7	2,8	2,7	2,8
Sachsen sollte vorhandene Industrien erhalten.	1,8	1,8	1,8	2,0	1,8	1,6	1,7	1,8
Sachsen braucht neue High-Tech-Industrien.	2,2	2,0	2,4	2,5	2,2	1,9	2,1	2,2
Der Bau neuer industrieller Großanlagen ist für die sächsische Wirtschaft unverzichtbar.	2,4	2,1	2,5	2,7	2,2	2,0	2,2	2,4
Gegen den Bau einer industriellen Großanlage in meiner Nähe würde ich protestieren.	3,9	4,0	3,7	3,7	3,8	4,1	3,7	3,9

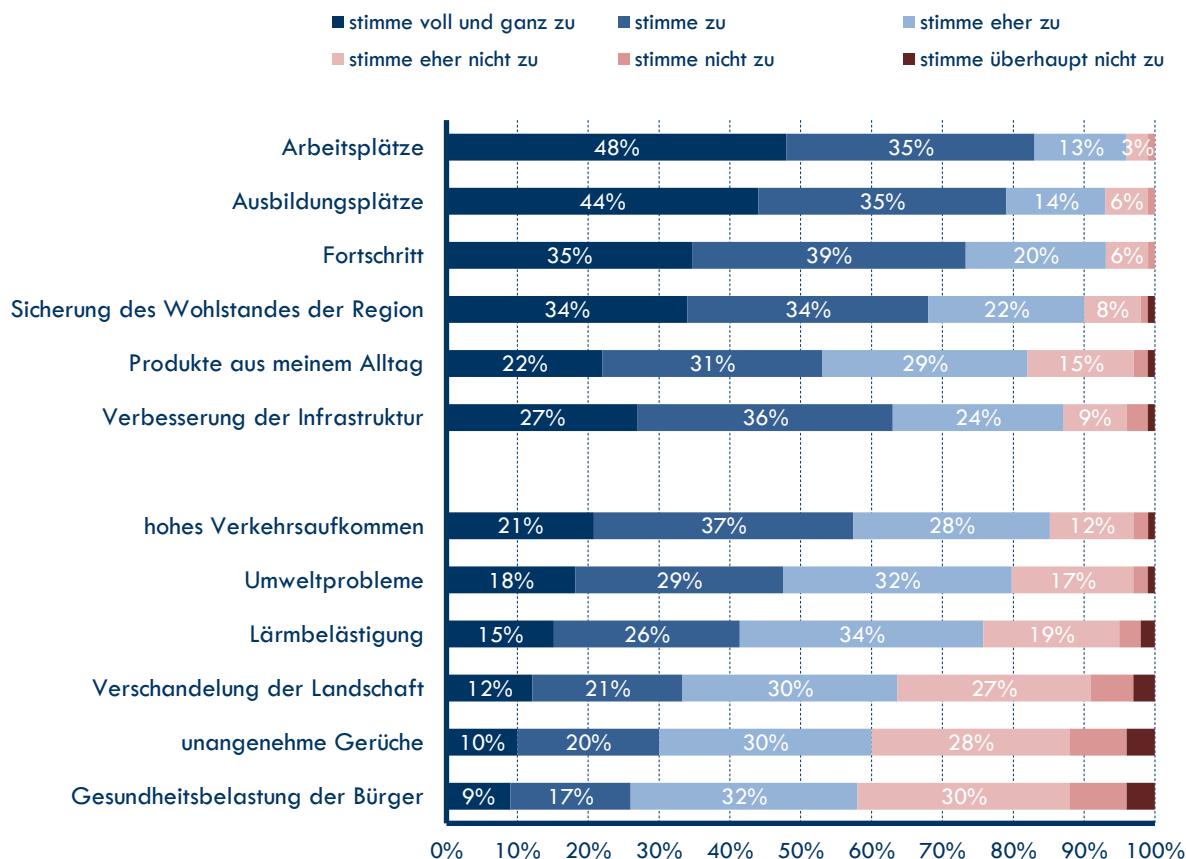
Der Subgruppenvergleich zeigt vor allem im Bereich der Geschlechter eine leicht größere Akzeptanz von Industrieunternehmen durch Männer. In den Aussagen „Stärkung von Industrieunternehmen / Ansiedlungsmöglichkeiten“, „Sachsen braucht High-Tech-Industrien“ und „industrielle Großanlagen sind unverzichtbar“ ist der Mittelwert im Schnitt 0,35 Punkte geringer, d. h. die Zustimmung stärker. Bei den Altersgruppen zeigt sich, dass mit steigendem Alter

die Industrieakzeptanz zu steigen scheint. Vor allem der Vergleich zwischen der Gruppe „18-34“ und „55-74“ zeigt recht große Mittelwertsunterschiede, d. h. die junge Generation steht der Industrie leicht kritischer gegenüber als die ältere Generation. Trotz der skizzierten Unterschiede bei Geschlecht und Alter sollte das generell hohe Maß an Zustimmung zur Industrie im Rahmen der Interpretation der Teilergebnisse nicht aus den Augen verloren werden.

MIT DEM BEGRIFF „INDUSTRIE“ VERBINDE ICH...

Die Befragten sollten im Rahmen der Fragebatterie „Mit dem Begriff Industrie verbinde ich...“ eine Reihe von insgesamt 12 Facetten bewerten. Jeweils sechs Assoziationen waren dabei mit eindeutig negativer (z. B. Gesundheitsbelastung) bzw. eindeutig positiver

Stoßrichtung (z. B. Verbesserung der Infrastruktur) versehen. Die Fragen waren allgemein gehalten, wollten somit eine Grundeinstellung ermitteln (die Bewertung der Industrie vor Ort bzw. in der näheren Umgebung folgt in der nächsten Frage).

 Assoziationen: "Mit dem Begriff „Industrie“ verbinde ich..."


Bei den Positiv-Assoziationen erhalten alle Facetten (naturgemäß) ein breites Maß an Zustimmung. Auf einer 6er-Skala (von 1 = stimme voll und ganz zu bis zu 6 = stimme überhaupt nicht zu) wurden die Punkte (wenn man die Zustimmungswerte für 1 = stimme voll und ganz zu & 2 = stimme zu addiert)

- „Arbeitsplätze“ mit 83 %, „Ausbildungsplätze“ mit 79%, gefolgt
- Fortschritt mit 74 %
- Sicherung des Wohlstandes mit 68 %
- Verbesserung der Infrastruktur mit 63 %
- Produkte aus dem Alltag mit 53 %

Zustimmung bejaht.

Im Bereich der Negativ-Assoziationen mit der Industrie erhält das hohe Verkehrsaufkommen die meiste

„Zustimmung“, d. h. dieses Element verbinden 58 % der Befragten im Rahmen der 6er-Skala (von 1 = stimme voll und ganz zu bis zu 6 = stimme überhaupt nicht zu) mit Industrie (jeweils Addition von 1 = stimme voll und ganz zu & 2 = stimme zu).

Berechnet man für alle weiteren Negativ-Facetten die Zustimmungswerte (jeweils Addition von 1 = stimme voll und ganz zu & 2 = stimme zu), so folgen nach dem „hohen Verkehrsaufkommen“ die Punkte

- Umweltprobleme (47 %)
- Lärmbelästigung (41 %)
- Verschandelung der Landschaft (33 %)
- unangenehme Gerüche (30 %)
- Gesundheitsbelastung der Bürger (26 %).

Das Ausmaß an Zustimmung bei den Positiv-Assoziationen ist deutlich größer als selbiges bei den Negativ-Assoziationen. Die sechs Positiv-Assoziationen erhalten im Schnitt eine Zustimmung von 70 % (35 %

stimme voll und ganz zu + 35 % stimme zu), während die Negativ-Assoziationen im Mittel von 39 % der Befragten (14 % stimme voll und ganz zu + 25 % stimme zu) assoziiert wurden.

Mittelwert der Zustimmung (Skala 1 bis 6) von ausgewählten Subgruppen	Arbeitsplätze	Ausbildungsplätze	Fortschritt	Sicherung des Wohlstandes der Region	Produkte aus meinem Alltag	Verbesserung der Infrastruktur
insgesamt	1,7	1,9	2,0	2,1	2,5	2,3
männlich	1,7	1,9	2,0	2,0	2,4	2,2
weiblich	1,7	1,9	2,0	2,2	2,5	2,3
18-34 Jahre	1,9	2,2	2,2	2,5	2,7	2,6
35-54 Jahre	1,7	1,8	2,0	2,1	2,4	2,1
55-74 Jahre	1,5	1,6	1,8	1,7	2,4	1,9
<i>arbeitet in Industrie</i>	1,7	1,8	1,9	2,0	2,3	2,2
<i>arbeitet nicht in Industrie</i>	1,7	1,9	2,0	2,1	2,5	2,3

Das Ausmaß an Zustimmung bezüglich der sechs Positiv-Facetten ist mit 2,3 (Mittelwert der Mittelwerte) bei den 18-34-Jährigen am geringsten. Die Gruppe der 35-54-Jährigen urteilt im Schnitt mit 2,0 – die

Gruppe der 55-74-Jährigen mit 1,8. Bei den Negativ-Assoziationen fallen die Mittelwerts-Unterschiede weniger deutlich aus bzw. sind statistisch zu vernachlässigen.

Mittelwert der Zustimmung (Skala 1 bis 6) von ausgewählten Subgruppen	hohes Verkehrsaufkommen	Umweltprobleme	Lärm-belästigung	Verschandelung der Landschaft	unangenehme Gerüche	Gesundheitsbelastung der Bürger
insgesamt	2,4	2,6	2,8	3,0	3,2	3,2
männlich	2,3	2,7	2,9	3,2	3,3	3,3
weiblich	2,5	2,5	2,7	2,9	3,1	3,1
18-34 Jahre	2,5	2,5	2,7	2,9	3,1	3,2
35-54 Jahre	2,4	2,6	2,7	3,0	3,1	3,2
55-74 Jahre	2,3	2,8	2,9	3,2	3,4	3,4
<i>arbeitet in Industrie</i>	2,4	2,6	2,9	3,3	3,5	3,4
<i>arbeitet nicht in Industrie</i>	2,4	2,6	2,7	3,0	3,1	3,2

WAS KONKRET FINDEN SIE POSITIV AN INDUSTRIEUNTERNEHMEN IN IHRER NÄHEREN UMGEBUNG?



Die Gesamtheit der Antworten, die die Befragten im Rahmen der Frage „Was konkret finden Sie positiv an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung“ gaben, lassen sich – will man die Ergebnisse auf ein Wort „eindampfen“ – mit dem Begriff Arbeitsplätze, deren Schaffung und Erhalt zusammenfassen. Mehr als die Hälfte aller gegebenen Antworten beinhaltet eine der Formulierungen „Arbeitsplätze“, „Schaffung von Arbeitsplätzen“, „Sicherung von Arbeitsplätzen“ oder „Erhalt von Arbeitsplätzen“. Das erste Argument, das nicht konkret Arbeitsplätze beinhaltet, steht aber in unmittelbarem Zusammenhang damit: „kurze Arbeitswege“. Gerade in strukturschwachen Regionen würden so längere Fahrten in größere Städte, teilweise in die Alten Bundesländer vermieden werden. An fünfter Stelle loben die Befragten die „gute Entlohnung“, die einige Unternehmen ihren Beschäftigten zahlen (allerdings ist der Anteil derer, die „schlechte Bezahlung“ bei den Negativpunkten der folgenden Frage monieren, größer). Es folgt der zusammenfassende Punkt „Stadt / Region profitiert“, bei dem aufgrund der Vielzahl von allgemeinen Aussagen nicht exakt geschildert werden kann, was die Befragten konkret meinten: Neben dem Profitieren in Form von Arbeitsplätzen nannten einige Befragte

die Zahlung von Steuern, andere sprachen von einer Steigerung der Bekanntheit der Region durch die überregionale Präsenz des Unternehmens. Ein eigener Punkt – weil konkret von Befragten so formuliert – stellt die Facette „Engagement vor Ort“ durch die Unternehmen dar. Sponsoring, Unterstützung bei kulturellen wie sportlichen Ereignissen, Unterstützung der Mitarbeiter bei deren ehrenamtlichem Engagement sind Aspekte, die unter diesem Punkt zusammengefasst werden. In Verbindung mit dem Arbeitsplatz lobten einige Befragte auch die vom Unternehmen gebotene Arbeitsplatzsicherheit, andere lobten Industriebetriebe vor Ort auch als guten Arbeitgeber allgemein.

Der erste Punkt, der im Kontext der bisher genannten aus der Reihe fällt, ist der Aspekt der „Konzentration der Betriebe in Gewerbegebieten“. Bestimmte Belastungen der Bürger wie bspw. Lärm werden so reduziert. Einige Befragten lobten explizit Unternehmen, die wenig oder kaum Lärm verursachen, die sauber arbeiten, die ein hohes Maß an Umweltbewusstsein aufweisen; sprich jene Unternehmen, die wenig oder keine Umweltbelastung mit sich bringen.

Einige wenige Aussagen beschäftigen sich mit den Unternehmen und deren Produkten und Leistungen. Genannt werden hier „regionale Produkte“, „innovative Produkte“, „Weltmarktführerschaft“ oder die „Zukunftsfähigkeit“, „Nachhaltigkeit“ oder „Internationalität“ der Firmen bzw. deren Wirtschaftens. All das sind aber – in der Daraufschau

aller Antworten – lediglich Randerscheinungen. Ein Großteil dreht sich um den Aspekt des geschaffenen / vorhandenen bzw. gesicherten Arbeitsplatzes sowie um Details der Ausgestaltung desselben (z. B. im Sinne von qualifizierten Arbeitsplätzen oder dem guten Klima der Kollegen untereinander bzw. dem „familiären Betriebsklima“.

WAS KONKRET STÖRT SIE PERSÖNLICH AN INDUSTRIEUNTERNEHMEN IN IHRER NÄHEREN UMGEBUNG?



Die von den Befragten negativ empfundenen Elemente nehmen ein weitaus geringeres Ausmaß an als die eben dargestellten Positiv-Bewertungen der örtlichen Industrie. Nicht umsonst landet die Aussage „nichts“ auf die Frage „Was konkret stört Sie persönlich an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung?“ an erster Stelle. Auf Rang 5 der meistgenannten Aussagen kritisierten die Befragten gar „zu wenige Arbeitsplätze“.

Wenn Kritik von den Befragten geäußert wurde, dreht sich diese – in einem ersten Schritt grob zusammengefasst – um Arbeitsbedingungen und um Belastungen für Umwelt und Anwohner.

Bei Bewertungen der Arbeitsbedingungen in Unternehmen vor Ort werden vielfältige Facetten kritisiert, wobei sich weite Teile der Beiträge der Befragten mit der (schlechten) Bezahlung und dem Lohnniveau beschäftigen. Allgemeine „schlechte Bezahlung“ und „geringe Löhne“ sind der Aspekt, der am öftesten genannt werden (Rang 2). Einige Befragte reden von „Lohndumping“ und „Ausbeutung der Arbeitnehmer“, andere kritisieren explizit das

Lohngefälle zwischen ost- und westdeutschen Industrieunternehmen bzw. die ungleiche Bezahlung an verschiedenen Produktionsstandorten. Einhergehend damit werden Leiharbeit (Rang 8) und befristete Arbeitsverträge oft und kritisch angesprochen

Zu den Arbeitsbedingungen, die konkret negativ beschrieben werden, zählen allg. die Arbeitszeiten (u. a. Schichtdienst), die Überheblichkeit der Unternehmer / Unternehmen, der Umgang mit Mitarbeitern und die Unsicherheit (in der Existenz) von Arbeitsplätzen.

Im Bereich der Kritik an Belastung von Mensch und Umwelt werden an dritter Stelle die Lärmbelastung, an 4. Stelle das Verkehrsaufkommen, die Verschandelung der Umwelt, Gestank bzw. Geruchsbelästigung sowie die Verschwendung natürlicher Ressourcen genannt. Umweltbelastung, Umweltprobleme und Umweltverschmutzung sind dabei oft genannte, aber nicht näher definierte Begrifflichkeiten.

Kritikpunkte, die aus der Reihe fallen, sind die schwierige Erreichbarkeit der Arbeitsplätze (via ÖPNV, teilweise durch ihre Lage in


Gewerbegebieten, Rang 11) sowie die (aus Sicht der Befragten wenig ansprechende) Optik der Gebäude. Einige wenige Befragte kritisieren auch die Fördermittelmitnahme-Mentalität von Unternehmen. Vor allem jenen Betrieben, die später umzogen / ihren Standort wechselten oder schlossen, wird dieses angelastet.

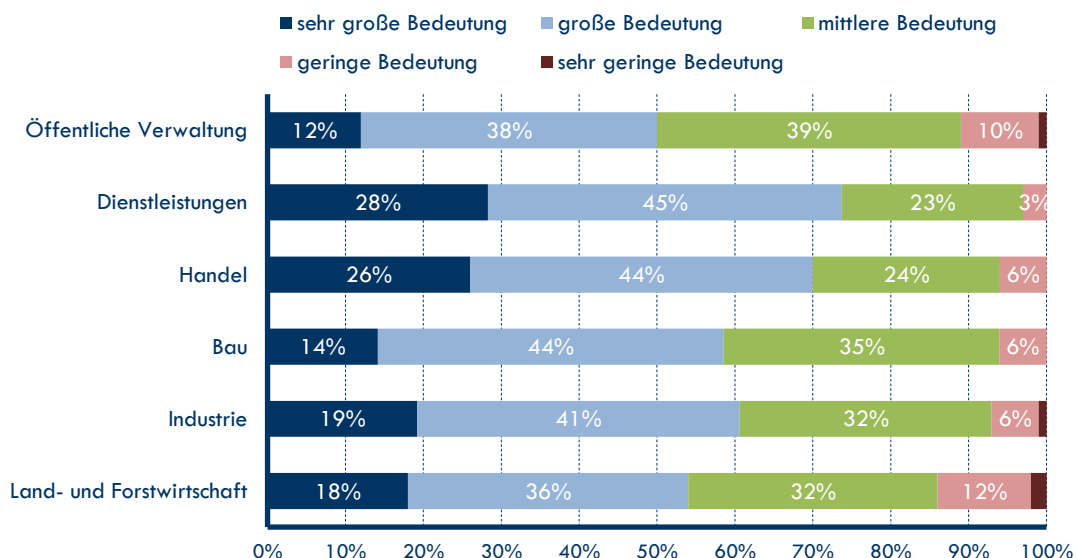
Die Gegenüberstellung von positiven (grüner Smiley) und negativen (roter Smiley) Industriewahrnehmungen vor Ort zeigt noch einmal die eben beschriebenen Aspekte. Je kleiner (und unleserlicher die Schrift), desto seltener wurden diese Aspekte genannt. Wörter und Wortgruppen mit großen Schriftgröße dokumentieren die zentralsten Facetten von Lob und Kritik.



THEMENKOMPLEX „BEDEUTUNG DER INDUSTRIE IN SACHSEN“

WIE BEWERTEN SIE DIE BEDEUTUNG DER FOLGENDEN WIRTSCHAFTSBEREICHE IN IHRER REGION?

 **Bedeutung der Wirtschaftsbereiche: "Wie bewerten Sie die Bedeutung der folgenden Wirtschaftsbereiche in Ihrer Region?"**



Bei der Bewertung der Bedeutung einzelner Wirtschaftsbereiche zeigt sich ein überraschend homogenes Ergebnis. Die Gesamtheit der Befragten versteht alle aufgeführten Bereiche mit vergleichsweise großen Relevanz-Bewertungen.


Die Bedeutung von „Dienstleistungen“ (73 %) und „Handel“ (70 %) wird von jeweils knapp 3 von 4 Befragten mit „sehr groß“ bzw. „groß bewertet“. Erst dann folgt die Industrie, der 60 % eine sehr große / große Bedeutung zuschreiben – beim Bau sind es 58 %. Selbst die Land- und Forstwirtschaft mit 54 % kann ähnliche Höhen erreichen. Nur die allerwenigsten schreiben den einzelnen Bereichen eine geringe oder gar sehr geringe Bedeutung zu – am meisten wird noch der Landwirtschaft und der Verwaltung eine geringe Relevanz zugeschrieben.

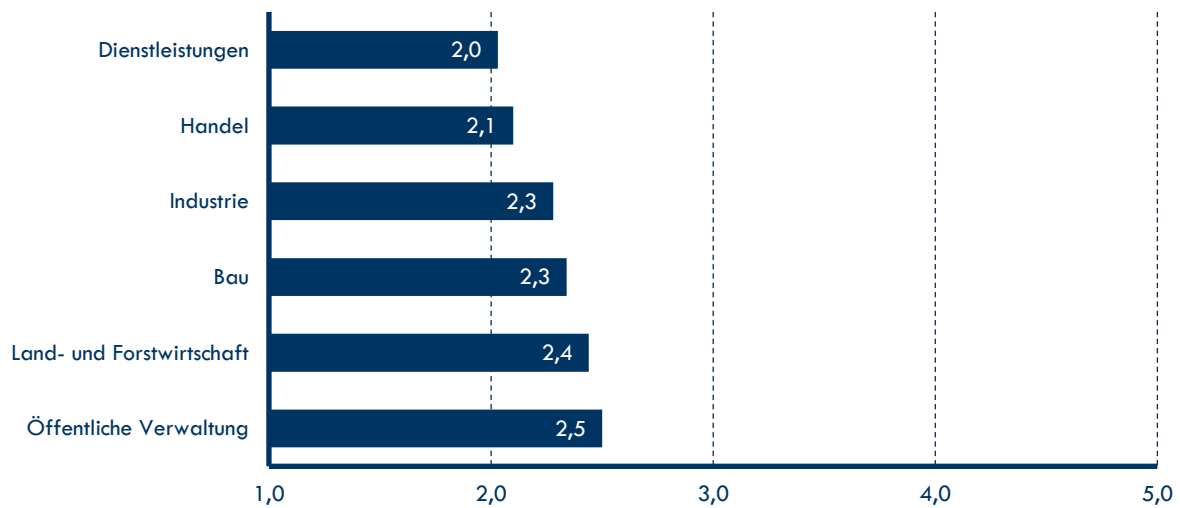
Als Erklärungsthese kann hier angeführt werden, dass die Befragten nicht primär auf die Beschäftigtenzahl abgestellt haben, sondern auf die gesamtgesellschaftliche Bedeutung (im Sinne des Funktionierens der Gesellschaft) abzielten. In einer arbeitsteiligen Wirtschaft müssen alle Wirtschaftsbereiche „funktionieren“: so ist es zu erklären, dass der Land- und Forstwirtschaft

annähernd gleichgroße Bedeutung wie der Industrie oder der Bauwirtschaft attestiert wird, obwohl die sächs. Land- und Forstwirtschaft weitaus weniger Arbeitsplätze bietet als die Industrie.

Weiterhin sollte bei der Interpretation des Ergebnisses auch auf die konkrete Frageformulierung „in ihrer Region“ geachtet werden. Einige mehr oder weniger deindustrialisierte Regionen und andere wiederum vergleichsweise stark industrialisierte Regionen können sich im Gesamtergebnis ausgeglichen haben und zu den „nur“ 19 % „sehr große Bedeutung“ geführt haben. Andere Bereiche – wie Dienstleistungen und Handel – sind dagegen in allen Regionen zu finden.

Insgesamt betrachtet lässt sich festhalten (siehe Grafik nächste Seite), dass laut Aussagen der Befragten alle Bereiche des Wirtschaftens mit vergleichbaren Relevanzzuschreibungen versehen werden. Demzufolge ist die Industrie eine wichtige Branche, im Gesamtbild nach Wahrnehmung der Befragten aber längst nicht die wichtigste – schon gleich gar nicht im lokalen Kontext, wo andere Bereiche weitaus größere Ausprägungen annehmen können. Ob diese Wahrnehmung volkswirtschaftlich korrekt ist, darüber lässt sich streiten.

 **Bedeutung der Wirtschaftsbereiche: Mittelwertsvergleich der Bedeutungs-Bewertung einzelner Wirtschaftsbereiche in der Region (1 = sehr große Bedeutung bis 5 = sehr geringe Bedeutung)**




Bei den Subgruppen-Vergleichen fällt ein Wert besonders ins Auge: 76 % der Industrie-Beschäftigten bewerten die Bedeutung der Industrie mit „sehr groß“ oder „groß“ – das sind 15 %-Punkte mehr, als die Gesamtheit aller Befragten diesem Bereich zumessen.

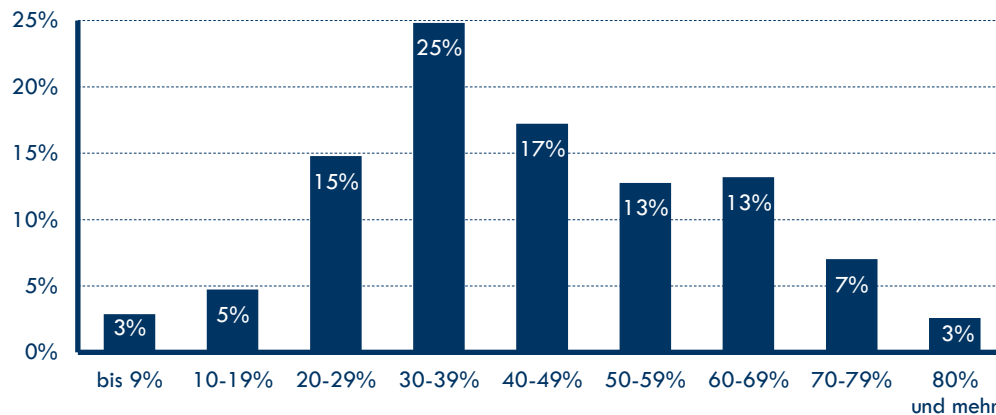
Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind marginal. Bei den Altersgruppen sind leichte

Abweichungen bei der Gruppe der 35-54-Jährigen zur jeweils jüngeren bzw. älteren Gruppe sichtbar. Ob es sich hierbei um statistische Fehlertoleranzen handelt oder ob hier reale Bewertungsunterschiede existieren, kann auf Basis dieser Studie nicht eindeutig geklärt werden.

Anteil der Befragten aus ausgewählten Subgruppen, die jeweiligen Bereich „sehr große“ oder „große“ Bedeutung zumessen	Land- / Forstwirtschaft	Industrie	Bau	Handel	Dienstleistung	öffentliche Verwaltung
insgesamt	54 %	60 %	58 %	70 %	73 %	50 %
männlich	53 %	62 %	60 %	70 %	73 %	50 %
weiblich	54 %	59 %	57 %	69 %	73 %	49 %
18-34 Jahre	56 %	58 %	57 %	66 %	73 %	53 %
35-54 Jahre	50 %	66 %	61 %	73 %	74 %	51 %
55-74 Jahre	55 %	58 %	55 %	70 %	71 %	42 %
arbeitet in Industrie	56 %	76 %	62 %	74 %	77 %	52 %
arbeitet nicht in Industrie	54 %	59 %	58 %	69 %	72 %	50 %

WAS GLAUBEN SIE, WIEVIEL PROZENT DER BESCHÄFTIGTEN IN SACHSEN SIND IN DER INDUSTRIE TÄTIG?

 **Industriebeschäftigten-Anteil: "Was glauben Sie, wieviel Prozent der Beschäftigten in Sachsen sind in der Industrie tätig?"**



Die Relevanz eines Wirtschaftszweiges kann über eine Reihe von Indikatoren gemessen werden. Vom Umsatz über die Wertschöpfung bis zum Exportanteil sind vielfältige Kennzahlen zur Berechnung möglich. In der allgemeinen Wahrnehmung von Bürgern spielt vor allem die Anzahl der Arbeitsplätze eine Rolle. Die Frage „Was glauben Sie, wieviel Prozent der Beschäftigten in Sachsen sind in der Industrie tätig?“ wollte den Anteil der Industrie-Beschäftigten an allen Beschäftigten in Sachsen aus Sicht der Befragten ermitteln – die Befragten waren aufgefordert, eine konkrete Zahl zu nennen, d. h. es gab keine Antwortkategorien (erst in der Ergebnisgrafik wurden die Antworten kategorisiert und in 10%-Spannen verteilt dargestellt). Das Ergebnis zeigt eine breite Streuung der Wahrnehmung. Insgesamt 8 % gaben an, dass max. 19 % aller sächsischen Arbeitnehmer in der Industrie arbeiten, 15 % verorteten den Wert zwischen 20 und 29 % (was der realen Ausprägung

auch am nächsten kommt). Den größten Anteil erreichten die Antworten zwischen 30 und 39 %, aber auch in der Region 40 % bis 59 % sind beträchtliche Anteile zu erkennen. Ein knappes Viertel der Befragten verortet den Industriebeschäftigten-Anteil in Sachsen bei gar mehr als 60 %, was mit der Realität nichts mehr zu tun hat. Im Mittel aller 750 Befragten gaben die Teilnehmer einen Wert von 41 % an. Die Zwei-Drittel-Spanne der genannten Werte liegt zwischen 20 % und 60 %, d. h. bereinigt um das obere und untere Sechstel aller Antworten rangieren die genannten Industriebeschäftigten-Anteile zwischen 20 % und 60%. Insgesamt betrachtet überschätzen die sächsischen Befragten die Bedeutung der sächsischen Industrie (gemessen am Beschäftigten-Anteil) deutlich. Sie gehen von einem annähernd doppelt so hohen Wert aus als dieser in der sächsischen Wirtschaftsstruktur Realität ist. Dieser Befund trifft de facto für alle Subgruppen zu.

Mittelwert des „Industrie-beschäftigten-Anteils“ nach ausgewählten Subgruppen	Mittelwert	Zwei-Drittel-Spanne: unterer Wert	Zwei-Drittel-Spanne: oberer Wert
insgesamt	41 %	20 %	60 %
männlich	38 %	20 %	60 %
weiblich	43 %	25 %	60 %
18-34 Jahre	40 %	20 %	60 %
35-54 Jahre	43 %	25 %	65 %
55-74 Jahre	38 %	20 %	55 %
arbeitet in Industrie	45 %	25 %	70 %
arbeitet nicht in Industrie	40 %	20 %	60 %

5 ZUSAMMENFASSENDES FAZIT

Die klein- und mittelständisch geprägte Industrielandschaft in Sachsen bildet das Rückgrat der sächsischen Volkswirtschaft. Mit einem Anteil von ca. 20 % an der Bruttowertschöpfung in Sachsen schaffen die Unternehmen nicht nur hunderttausende Arbeitsplätze, sondern prägen mit ihren Erzeugnissen das Bild von Sachsen in Deutschland, Europa und im Zeitalter der Globalisierung inzwischen auch in der ganzen Welt. Mit ihren strukturprägenden Branchen – dem Automobilbau, dem Maschinen- und Anlagenbau, aber auch der elektrotechnischen Industrie bzw. der Mikroelektronik – kann die sächsische Industrie dabei auf eine lange Tradition zurückblicken, gleichzeitig aber auch von sich behaupten, mit seinen innovativen Produkten auch Lösungen für die Probleme von morgen anzubieten.

Im Zeitalter der Tertiärisierung und Digitalisierung ist die Industrie aufgrund einer ausdifferenzierten Volkswirtschaft jedoch nur ein Akteur unter einer Reihe von Branchen und Wirtschaftszweigen, der wie viele andere Segmente auch sein Standing, seinen Ruf und seine Attraktivität vor allem im Zuge des Fachkräftemangels immer wieder neu und erfolgreich unter Beweis stellen muss. Der Wettbewerb um die besten Fachkräfte – sowohl im akademischen wie auch im dualen System der Berufsausbildung – stellt die Unternehmen vor allem im demographisch unter erschwerten Bedingungen operierenden Sachsen vor große Herausforderungen.

I Wie bewerten sächsische Befragte das Image von Unternehmern? Wie bekannt sind (ausgewählte) sächsische Unternehmer? Welche Eigenschaften machen aus Sicht der Befragten einen guten Unternehmer aus?

Die Gesamtheit der Befragten charakterisiert den klassischen Unternehmer mit folgenden acht Attributen: zielstrebig, gewinnorientiert, ehrgeizig, erfolgreich, innovativ, fleißig, geldgeil/-gierig, zielorientiert. Neben einer Reihe von ähnlichen Eigenschaften, die sich um Fleiß, Ehrgeiz, Zielstrebigkeit drehen, wird dem Unternehmer eine starke Geld- und Gewinn-bzw. Profitorientierung unterstellt. Ein Abgleich von genannten (Klischee-)Eigenschaften und Idealeigenschaften des Unternehmers zeigt Diskrepanzen. Aus Sicht der Befragten kommen neben erwähnten Eigenschaften (Leistung, Beharrlichkeit, Ehrgeiz) eine Reihe von Merkmalen hinzu, die den Unternehmer um seine Rolle als Chef und Arbeitgeber erweitern. Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit sowie Verantwortungsbewusstsein werden

In diesem Kontext hat die Studie „Industrie und Unternehmerbild“ versucht, die allgemeine Wahrnehmung und Bewertung der Industrie aus Sicht sächsischer Befragter, die spezifische Wahrnehmung der sächsischen Industrie in puncto Image, Relevanz, Bedeutung, Arbeitgeber-Image sowie die Wahrnehmung und Bekanntheit (ausgewählter) sächsischer Unternehmern zu ermitteln.

Im Rahmen der Studie „Industrie und Unternehmerbild“ wurden insgesamt 750 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren aus Sachsen befragt. Der durchschnittliche Befragte im Rahmen der Studie wird dabei durch folgende Merkmale charakterisiert:

- Er wohnt in Sachsen.
- Sein Alter beträgt 43 Jahre.
- Er ist zu 53 % weiblich, zu 47 % männlich.
- Er ist zu zwei Drittel (voll- oder teilzeit-) erwerbstätig.
- Sein Haushaltsbruttoeinkommen liegt im unteren Bereich der Gruppe „30.000-39.999 Euro“.
- In seinem Haushalt wohnen (inkl. ihm) 2,3 Personen – in einem Drittel der Haushalte wohnen Kinder unter 18 Jahren; in zwei Drittel der Fälle sind keine Kinder (mehr) vorhanden.

Die Kernergebnisse der im Rahmen der Studie „Industrie und Unternehmerbild“ gestellten Leitfragen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

dabei von den Befragten in den Fokus gerückt. Im Kern beschreiben die Befragten den Unternehmer als einen leistungsbereiten, fleißigen, ehrgeizigen Menschen mit entsprechenden Gewinnstreben, dem aber – zumindest im Rahmen dieser Studie – nicht automatisch auch ein kooperatives, kommunikatives, arbeitnehmerfreundliches Wesen attestiert wird.

Erfolgreiche (sächsische) Unternehmer sind in der breiten sächsischen Öffentlichkeit nahezu unbekannt: Selbst die prominentesten Vertreter sind mehr als 90 % bis 95 % der Befragten (im sachsenweiten Kontext) völlig unbekannt. In ihrer jeweiligen Szene erfolgreich, hochdekoriert und geschätzt, tendiert deren Bekanntheit außerhalb ihrer Sphäre gen Null: weit mehr als die Hälfte der Befragten kannte nicht einen der neun aufgeführten Unternehmer.

II Wie bewerten sächsische Befragte allgemein die Industrie? Welche Images und Bilder ordnen sie dem Wirtschaftszweig zu?

Fragt man die Sachsen nach Bildern und Assoziationen von Industrie, so zeichnen diese ein traditionelles, teilweise gar antiquiertes Industrie-Bild. Das Durchschnittliche in den Köpfen der Befragten geht von großen Industrieanlagen (das Wort „groß“ ist im Rahmen dieser Frage das Wort, das am öftesten genannt wird) und mit Maschinen gefüllten Werkshallen aus, deren Produktionsprozesse Rauch,

Qualm und Abgase erzeugen, die über Schornsteine ausgeschieden werden und zu Umweltbelastungen führen. Die 10 meist genannten Bilder / Wörter, die von Befragten aufgeführt wurden, sind: groß, Fabrik(anlagen), Schornsteine, Maschinen, Rauch, Automobilbau, Umweltbelastung / -schäden / -verschmutzung, Produktion, Werk(hallen) und Industrie(hallen/gebäude/anlagen).

III Was verbinden sächsische Befragte konkret mit der regionalen Industrie? Welche Unterschiede sind zwischen allgemeiner Industrie- und sachsenspezifischer Industrie-Wahrnehmung festzustellen? Welche Images und Bilder kommen den Befragten bei der sächsischen Industrie in den Sinn?

Die Gesamtheit der Assoziationen mit der regionalen sächsischen Industrie lassen sich drei großen Gruppen zuordnen: 1. Positiv-Assoziationen, die vom wachsenden Erfolg der Unternehmen sprechen, 2. Negativ-Assoziationen, die den Mangel an Industriebetrieben in den Regionen dokumentieren und 3. Größencharakterisierungen der vorhandenen Unternehmen als klein- und mittelständisch geprägte Unternehmen. Teilweise sich widersprechende Attribute zeigen von der ungleichen Verteilung der sächsischen Industrie. Eine Reihe von Positiv-Assoziationen wie „innovativ“, „aufstrebend“, „gut“, „vielfältig“, „fortschrittlich“, „modern“, „erfolgreich“, „gut aufgestellt“ und „wachsend“ dokumentieren die Erfolge der regionalen Industrie und deren Verankerung in den Köpfen der Befragten. Ganz gegensätzlich dazu gibt eine Vielzahl von Sachsen, die für ihre Region Gegenteiliges feststellt und mit

Worten wie „ausbaufähig“, „wenig“, „kaum noch vorhanden“, „schlecht“, „schwach ausgeprägt“, „wenig vorhanden“, „dünn besiedelt“, „nicht vorhanden“ urteilt. Hier wird aber zumeist der Mangel an Betrieben aufgeführt, nicht deren geringe Leistungsfähigkeit moniert. Generell fällt auf, dass Negativassoziationen wie z. B. „zu wenig“ implizieren, dass sich mancher Befragter ein „Mehr“ an Betrieben wünschen würde. Viele Beschreibungen drehen sich auch um die Größe der Betriebe: „mittelständisch“, „Kleinbetriebe“, „klein“, „klein- und Mittelbetriebe“ und „wenig Großbetriebe“ sind hierbei die meistgenannten Begrifflichkeiten. Im Bereich der konkreten Industriezweige wird der „Automobilbau“ mit deutlichem Vorsprung an erster Stelle genannt; auch die „Chipindustrie“ erhielt nennenswerte Nennungen. Bei der Nennung konkreter Einzelunternehmen wird VW am häufigsten genannt.

IV Welche (volkswirtschaftliche) Bedeutung messen die sächsischen Befragten der Industrie im regionalen Kontext bei? Welche Maßnahmen sollten ergriffen werden, um die regionale Industrie zu unterstützen?

Bei der Bewertung der Bedeutung einzelner Wirtschaftsbereiche in Sachsen zeigt sich ein überraschend homogenes Ergebnis. Die Gesamtheit der Befragten versieht alle aufgeführten Bereiche mit vergleichsweise großen Relevanz-Bewertungen. Der Industrie kommt dabei eine wichtige Rolle zu, im Gesamtbild nach Wahrnehmung der Befragten aber längst nicht die wichtigste – schon gleich gar nicht im lokalen Kontext, wo andere Bereiche weitaus größere Ausprägungen annehmen können: die Bedeutung von „Dienstleistungen“ (73 %) und „Handel“ (70 %) werden von jeweils knapp 3 von 4 Befragten mit „sehr groß“ bzw. „groß bewertet“. Erst dann folgt die Industrie, der 60 % eine sehr große / große Bedeutung zuschreiben – beim Bau sind es 58 %. Selbst die Land- und Forstwirtschaft mit 54 % kann

ähnliche Höhen erreichen. Nur die allerwenigsten schreiben den einzelnen Bereichen eine geringe oder gar sehr geringe Bedeutung zu – am meisten wird noch der Landwirtschaft und der Verwaltung eine geringe Relevanz zugeschrieben.

Überraschenderweise überschätzen die Befragten den sächsischen Industriebeschäftigten-Anteil deutlich und gehen von einem annähernd doppelt so hohen Wert aus als dieser in der sächsischen Wirtschaftsstruktur Realität ist. Auf die Frage „Was glauben Sie, wieviel Prozent der Beschäftigten in Sachsen sind in der Industrie tätig?“ gaben sie im Mittel aller 750 Befragten einen Wert von 41 % an. Zwei Drittel aller Angaben rangieren zwischen 20 % und 60%.

Industriepolitisch lässt sich unter der Bevölkerung eine deutlich positive Grundeinstellung gegenüber der sächsischen Industrie festhalten: Insgesamt 70 % stimmen der Aussagen (voll und ganz) zu, „Industrieregionen in unserer Region sollten gestärkt werden und weitere Ansiedlungsmöglichkeiten geschaffen werden“. Knapp 80 % stimmen der Aussage zu (stimme voll und ganz + stimme zu), dass Sachsen seine vorhandenen Industrien erhalten solle. Zwei von drei Befragten befürworteten neue High-Tech-Industrien in Sachsen – knapp 60 % der Befragten halten neugebaute industrielle Großanlagen für unverzichtbar für die Weiterentwicklung der sächsischen Wirtschaft. Das Ausmaß an starker Ablehnung diesen Forderungen gegenüber ist in all den genannten Facetten im einstelligen Bereich zu finden – von einer generellen Ablehnung der Industrie oder einer irgendwie gearteten Industriemüdigkeit kann nicht ansatzweise die Rede sein.

Wie in vielen anderen Studien bereits belegt, ändert sich die Sichtweise der Befragten, wenn die allg.

V Wie bewerten sächsische Befragten die heimische Industrie direkt vor Ort? Welche Industrieunternehmen sind bekannt? Welche Arbeitgebereigenschaften unterstellen sie der lokalen Industrie? Welche Faktoren der lokalen / regionalen Industrie nehmen sie positiv, welche negativ wahr?

Bei der Bewertung der Arbeitsgeber-Attraktivität sächsischer Industrieunternehmen zeigt sich ein vielschichtiges, heterogenes Meinungsbild. Über alle aufgeführten Facetten – Arbeitsinhalte, Klima unter Kollegen, Arbeitsbedingungen, Vorgesetzte, Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten, Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Entlohnung - eines Arbeitsplatzes werden von den Befragten ganz unterschiedliche Bewertungen abgegeben, wobei in allen Dimensionen die Bewertung „teils/teils“ die höchsten Stimmenanteile erhält. Die Befragten wissen bzw. zu ahnen glauben (zumindest in ihrer Wahrnehmung), dass die Realitäten in den Betrieben ganz unterschiedlich sind und somit auch die Qualität des Arbeitsplatzes von Betrieb zu Betrieb variieren kann. So bewerten knapp die Hälfte der Befragten die Arbeitsinhalte in der Industrie mit gut bzw. eher gut (45 %), die Arbeitsbedingungen und das Klima unter Kollegen wird von 4 von 10 Befragten als gut / eher gut bewertet. Die Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten, die Vorgesetzten, die Arbeitszeiten sowie die Arbeitsplatzsicherheit erhalten jeweils ca. 30 % gute und eher gute Urteile. Insgesamt fällt aber auf, dass die guten Urteile relativ rar gesät sind. Vor allem die Negativ-Bewertung der Löhne - knapp die Hälfte (insgesamt 44 %) der Befragten urteilte mit eher schlecht bzw. schlecht – ist keine gute

befürwortete Industrie plötzlich in der Nähe bzw. unmittelbaren Umgebung des Befragten siedeln will bzw. dort Industrieansiedlungsflächen benötigt: „nur noch“ 54 % stimmen der Aussage „Industrieunternehmen in meiner unmittelbaren Umgebung sehe ich positiv gegenüber“ zu (stimme voll und ganz + stimme zu). 18 % würden sogar gegen den Bau einer industriellen Großanlage in der Nähe des Befragten demonstrieren. Generell hat sich unter den Befragten der Grundgedanke eingebürgert, dass „Industrieanlagen in Gewerbegebiete gehören und nicht in unmittelbarer Nähe von Wohngebieten errichtet werden sollten“. Wenn dies erfolgt, dann sind auch die wenigen skeptischen Personen, die Industrie allgemein befürworten, Industrie in der unmittelbaren Nähe aber kritisieren, zu besänftigen. Aus Sicht der Bürger vor Ort sind bspw. Beaufsichtigung über eingehaltene Umweltauflagen, allg. hohe Umweltstandards und Lärmschutz ein wesentlicher Teil der Industrieakzeptanz.

Voraussetzung für die Bewältigung des Fachkräftemangels – eventuell hat hier der jahrelange Verweis auf niedrige Arbeitskosten in den Köpfen der Befragten seine Wirkung gezeigt.

Bei der Frage nach bekannten sächsischen Industrieunternehmen wurden verschiedenste Industrieunternehmen aller Art genannt. Die Spanne umfasst alle Unternehmensgrößen; tendenziell werden Markenhersteller (vor allem die Automobilindustrie, aber bspw. auch aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie) aus der Lebens(konsum)wirklichkeit des Befragten leicht öfter genannt, aber auch Unternehmen, die (längst) insolvent sind, sowie industrienaher Dienstleister sowie Firmen, die per Definition nicht zur Gesamtheit der Industrie (z. B. Amazon, DHL) zählen, finden Erwähnung. Heruntergebrochen auf die meist genannten Unternehmen in Sachsen wird deutlich, dass die Unternehmen der Automobilindustrie in Sachsen die größte Bekanntheit genießen. Mit deutlichem Abstand wurden Volkswagen, Porsche und BMW am häufigsten im Rahmen der Befragung genannt. An vierter bis zehnter Stelle folgen Siemens, Infineon, Globalfoundries, DHL, Müllermilch / Sachsenmilch, Bombardier und AMD.

Die Gesamtheit der Antworten, die die Befragten im Rahmen der Frage „Was konkret finden Sie positiv an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung“ gaben, lässt sich – will man die Ergebnisse auf ein Wort reduzieren – mit dem Begriff Arbeitsplätze, deren Schaffung und Erhalt zusammenfassen. Mehr als die Hälfte aller gegebenen Antworten beinhaltete eine der Formulierungen „Arbeitsplätze“, „Schaffung von Arbeitsplätzen“, „Sicherung von Arbeitsplätzen“ oder „Erhalt von Arbeitsplätzen“. Damit einhergehend nannten die Befragten auch „kurze Arbeitswege“. An fünfter Stelle loben die Befragten die „gute Entlohnung“, die einige Unternehmen ihren Beschäftigten zahlen (allerdings ist der Anteil derer, die „schlechte Bezahlung“ bei den Negativpunkten der folgenden Frage monieren, größer). Es folgt der zusammenfassende Punkt „Stadt / Region profitiert“ (u. a. durch Zahlung von Steuern, Steigerung der Bekanntheit durch überregionale Präsenz des Unternehmen), „Engagement des Unternehmens vor Ort“ (Sponsoring, Unterstützung bei kulturellen wie sportlichen Ereignissen, Unterstützung der Mitarbeiter bei deren ehrenamtlichen Engagement sind Aspekte, die unter diesem Punkt zusammengefasst werden). In Verbindung mit dem Arbeitsplatz lobten einige Befragte auch die vom Unternehmen gebotene Arbeitsplatzsicherheit, andere bewerteten Unternehmen und deren Produkten und Leistungen. Genannt werden hier „regionale Produkte“, „innovative Produkte“, „Weltmarktführerschaft“ oder die „Zukunftsfähigkeit“, „Nachhaltigkeit“ oder „Internationalität“ der Firmen bspw. deren Wirtschaftens. Positiv erwähnt wurde auch die „Konzentration der Betriebe in Gewerbegebieten“. Einige Befragten lobten explizit Unternehmen, die keinen Lärm verursachen und ein hohes Maß an Umweltbewusstsein aufweisen

VI Gibt es Unterschiede in der Bewertung von Industrie und Unternehmern, wenn man die Ergebnisse nach Geschlecht und Alter differenziert? Welche weiteren Variablen beeinflussen die Bewertung von Industrie und Unternehmerbild?

Alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede in der Bewertung von Industrie und Unternehmern halten sich in der Gesamtbetrachtung stark in Grenzen. In vielen Facetten sind keine signifikanten Wahrnehmungsunterschiede festzustellen. Tendenziell scheint – wenn überhaupt und mit Hilfe der hier erhobenen Daten nur hypothetisch belegbar – die ältere Generation eine leicht positive Grundeinstellung zur Industrie und dessen Förderung (z. B. in Form von Ansiedlungsmöglichkeiten) aufzuweisen. Für diese scheint die industrielle Produktion der (traditionelle) Kern der Volkswirtschaft zu sein (der entsprechend gefördert

Die von den Befragten beschriebenen Negativ-Wahrnehmungen in der näheren Umgebung nehmen weitaus geringeres Ausmaß an als die eben dargestellten Positiv-Bewertungen (nicht umsonst landet die Aussage „nichts“ auf die Frage „Was konkret stört Sie persönlich an Industrieunternehmen in Ihrer näheren Umgebung?“ an erster Stelle).

Wenn Kritik von den Befragten geäußert wurde, drehen sich diese zumeist um Arbeitsbedingungen und um Belastungen für Umwelt und Anwohner. Bei Bewertungen der Arbeitsbedingungen in Unternehmen vor Ort werden vielfältige Facetten kritisiert, wobei sich weite Teile der Beiträge der Befragten mit der (schlechten) Bezahlung und dem Lohnniveau beschäftigen. Allgemeine „schlechte Bezahlung“ und „geringe Löhne“ sind die Aspekte, die am öftesten genannt werden. Einige Befragte reden von „Lohndumping“ und „Ausbeutung der Arbeitnehmer“, andere kritisieren explizit das Lohngefälle zwischen ost- und westdeutschen Industrieunternehmen bzw. die ungleiche Bezahlung an verschiedenen Produktionsstandorten. Einhergehend damit werden Leiharbeit und befristete Arbeitsverträge oft und kritisch angesprochen. Im Bereich der Kritik an Belastung von Mensch und Umwelt werden allgemein die Lärmbelastung, das Verkehrsaufkommen, die Verschandelung der Umwelt, Gestank bzw. Geruchsbelästigung sowie die Verschwendung natürlicher Ressourcen genannt. Umweltbelastung, Umweltprobleme und Umweltverschmutzung sind dabei oft genannte, aber nicht näher definierte Begrifflichkeiten. Weitere Kritikpunkte sind die schwierige Erreichbarkeit der Arbeitsplätze (via ÖPNV, teilweise durch ihre Lage in Gewerbegebieten) sowie die (aus Sicht der Befragten wenig ansprechende) Optik der Gebäude.

werden muss und dessen Belastungen toleriert werden sollten), während Teile der 18-34-Jährigen andere Arbeitsbereiche bevorzugen und die Industrie nur noch als einen von mehreren Branchen / Wirtschaftszweigen bewerten. Dennoch kann auch dieser Altersgruppe keine „Industrie-Unterschätzung“ unterstellt werden. Ob es gefühlt eine Diskrepanz zwischen allgemeinem Gutfinden / Befürworten der Industrie (im Sinne von als wichtig erachten) und dem Wunsch dort zu arbeiten (dieser ist nicht sonderlich ausgeprägt) gibt, kann mit Hilfe der hier vorliegenden Daten nicht geklärt werden.

