



Industrie- und Handelskammer
Lahn-Dill

Aktualisierung
2019

ERFOLGS- FAKTOREN FÜR DIE WIRTSCHAFT

Die Standortanalyse der IHK Lahn-Dill

Höchste Zufriedenheit



Geringste Zufriedenheit



Gesamteinschätzung



68%
2019



59%
2019



Bildung und Arbeitsmarkt



Marktnähe und Netzwerke



Standortkosten



Standortklima



Infrastruktur



Standortattraktivität

Stärken

-  Räumliche Nähe zu Beschaffungsmärkten und Zulieferern
-  Anbindung an Flughäfen
-  Kooperationen / Netzwerke zwischen Unternehmen und Hochschulen
-  Freizeit-, Kultur- und Sportangebot
-  Räumliche Nähe zu Absatzmärkten und Kunden

Handlungsdruck

-  Verfügbarkeit und Qualität gewerblicher Fachkräfte
-  Breitbandinternetanbindung
-  Mobilfunknetzabdeckung
-  Gewerbesteuer
-  Energiekosten
-  Leistungsfähigkeit und Zustand des lokalen Straßenverkehrsnetzes
-  Verfügbarkeit von geeigneten Lehrstellenbewerbern / Berufseinsteigern
-  Grundsteuer
-  Personalkosten
-  Verfügbarkeit und Qualität von Führungskräften

2019 ○ ● ● ● ● ● Handlungsdruck
2014 ○ ○ ● ● ● ●



Bildung und Arbeitsmarkt

2019 ○ ○ ○ ○ ○ ○ Handlungsdruck
2014 ○ ○ ○ ○ ○ ○



Marktnähe und Netzwerke

2019 ● ● ● ● ● ● Handlungsdruck
2014 ● ● ● ● ● ●



Standortkosten

2019 ○ ○ ○ ○ ● ● Handlungsdruck
2014 ○ ○ ● ● ● ●



Standortklima

2019 ○ ○ ● ● ● ● Handlungsdruck
2014 ○ ○ ● ● ● ●



Infrastruktur

2019 ○ ○ ○ ○ ● ● Handlungsdruck
2014 ○ ○ ○ ○ ● ●



Standortattraktivität

Für wie wichtig erachten Sie folgende Standortfaktoren für Ihren Betrieb im Kammerbezirk?
(von 1 - nicht relevant bis 5 - sehr relevant)

Relevanz



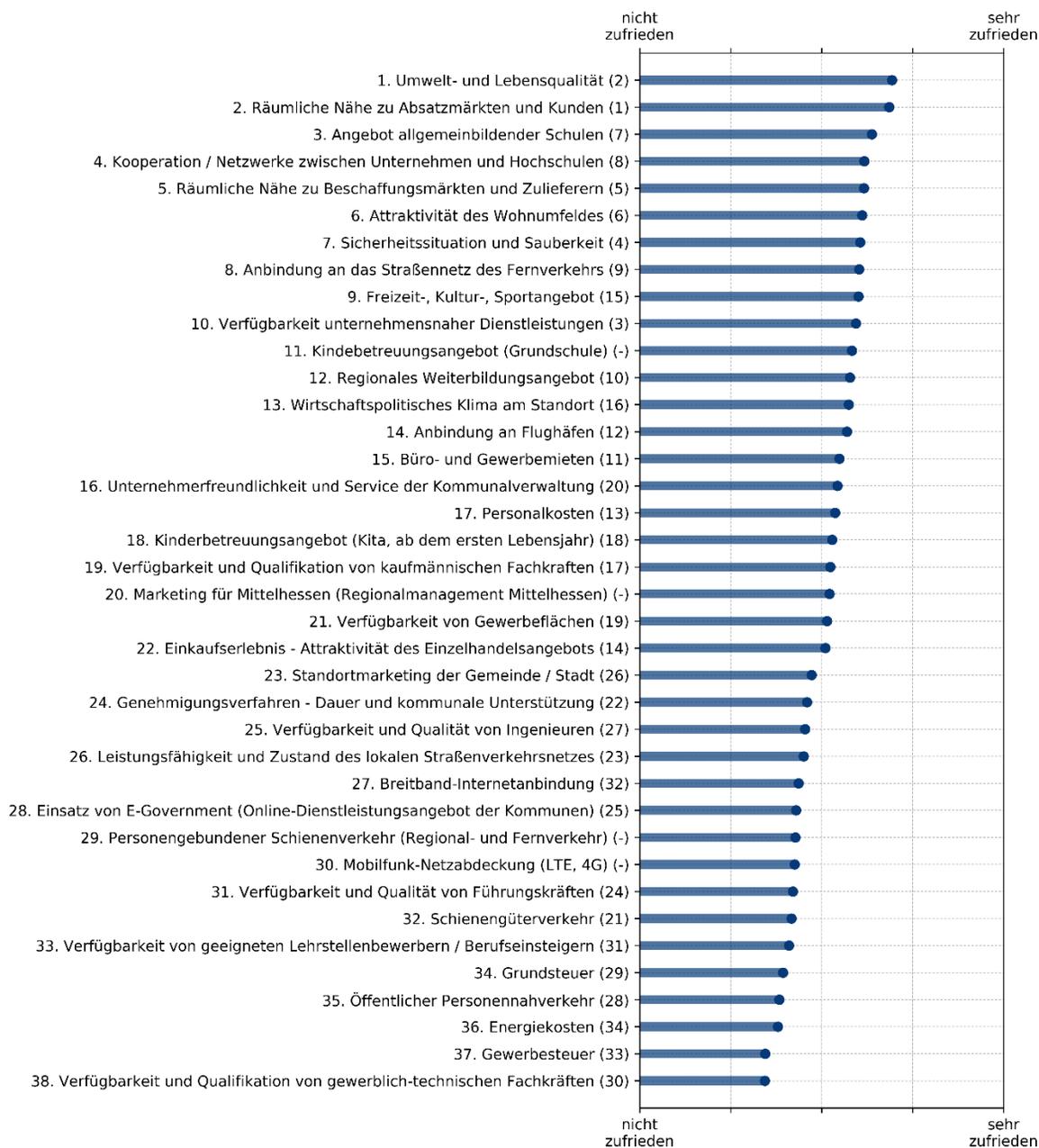
Anmerkung:

Die Ziffer in Klammern zeigt die Position des Standortmerkmals bei der Standortumfrage 2014.

Die Antworten wurden mit der Unternehmensgröße gewichtet.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Bereich aktuell?
(von 1 - nicht zufrieden bis 5 - sehr zufrieden)

Zufriedenheit



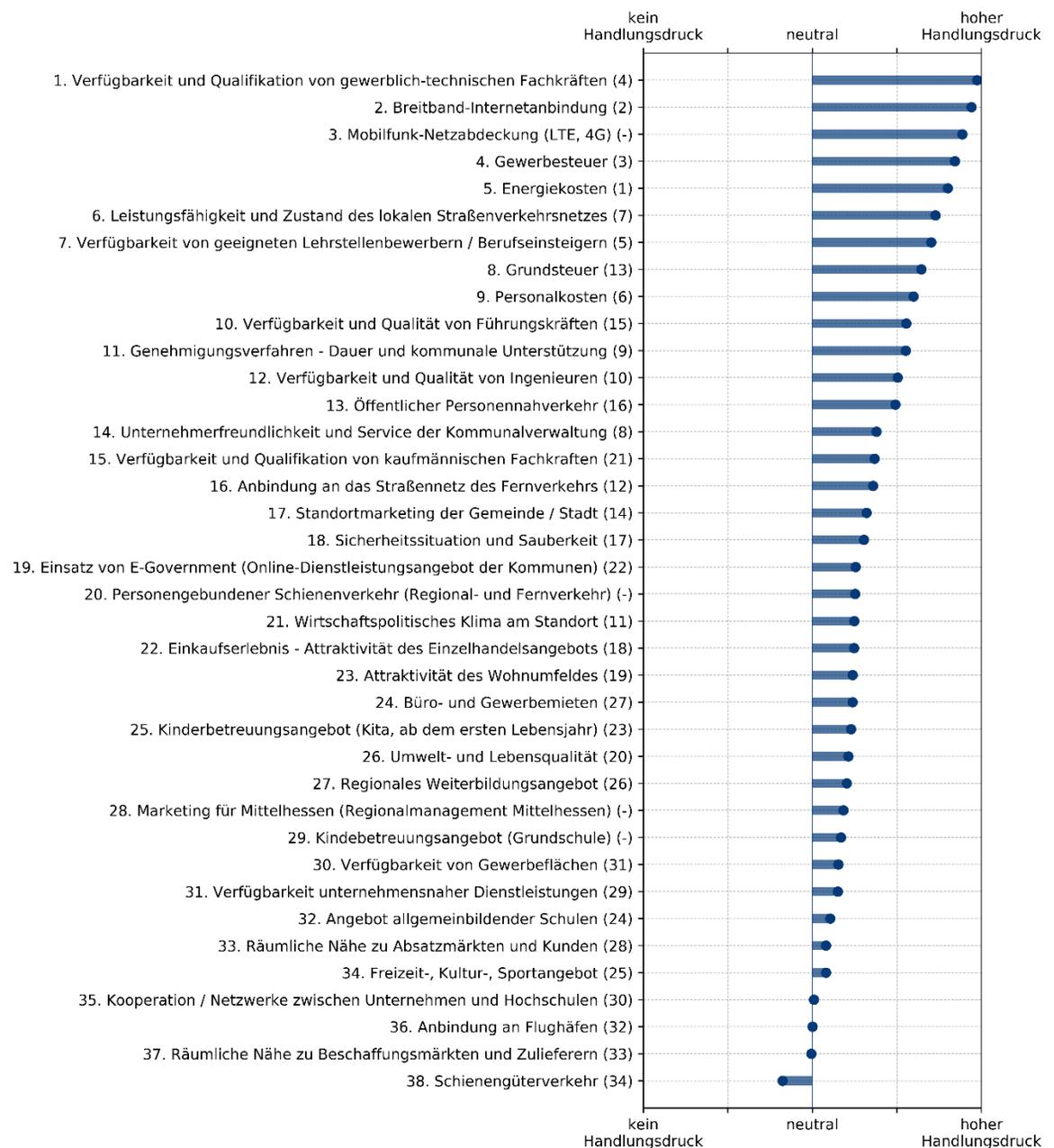
Anmerkung:

Die Ziffer in Klammern zeigt die Position des Standortmerkmals bei der Standortumfrage 2014.

Die Antworten wurden mit der Unternehmensgröße gewichtet.

Der Handlungsdruck ist abgeleitet aus Relevanz eines Merkmals und der geäußerten Zufriedenheit.

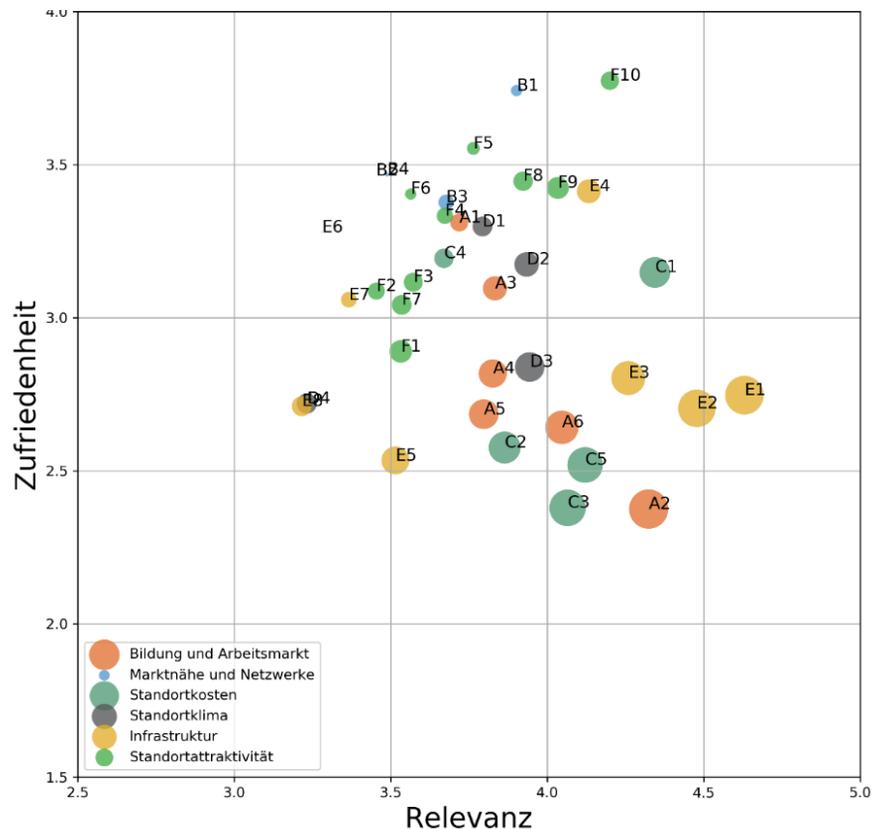
Handlungsdruck



Anmerkung:

Die Ziffer in Klammern zeigt die Position des Standortmerkmals bei der Standortumfrage 2014.

Die Antworten wurden mit der Unternehmensgröße gewichtet.



Bildung und Arbeitsmarkt

- A1: Regionales Weiterbildungsangebot
- A2: Verfügbarkeit und Qualifikation von gewerblich-technischen Fachkräften
- A3: Verfügbarkeit und Qualifikation von kaufmännischen Fachkräften
- A4: Verfügbarkeit und Qualität von Ingenieuren
- A5: Verfügbarkeit und Qualität von Führungskräften
- A6: Verfügbarkeit von geeigneten Lehrstellenbewerbern / Berufseinsteigern



Marktnähe und Netzwerke

- B1: Räumliche Nähe zu Absatzmärkten und Kunden
- B2: Räumliche Nähe zu Beschaffungsmärkten und Zulieferern
- B3: Verfügbarkeit unternehmensnaher Dienstleistungen
- B4: Kooperation / Netzwerke zwischen Unternehmen und Hochschulen



Standortkosten

- C1: Personalkosten
- C2: Grundsteuer
- C3: Gewerbesteuer
- C4: Büro- und Gewerbemieten
- C5: Energiekosten



Standortklima

- D1: Wirtschaftspolitisches Klima am Standort
- D2: Unternehmerfreundlichkeit und Service der Kommunalverwaltung
- D3: Genehmigungsverfahren - Dauer und kommunale Unterstützung
- D4: Einsatz von E-Government (Online-Dienstleistungsangebot der Kommunen)



Infrastruktur

- E1: Breitband-Internetanbindung
- E2: Mobilfunk-Netzabdeckung (LTE, 4G)
- E3: Leistungsfähigkeit und Zustand des lokalen Straßenverkehrsnetzes
- E4: Anbindung an das Straßennetz des Fernverkehrs
- E5: Öffentlicher Personennahverkehr
- E6: Anbindung an Flughäfen
- E7: Verfügbarkeit von Gewerbeflächen
- E8: Personengebundener Schienenverkehr (Regional- und Fernverkehr)
- E9: Schienengüterverkehr



Standortattraktivität

- F1: Standortmarketing der Gemeinde / Stadt
- F2: Marketing für Mittelhessen (Regionalmanagement Mittelhessen)
- F3: Kinderbetreuungsangebot (Kita, ab dem ersten Lebensjahr)
- F4: Kindebetreuungsangebot (Grundschule)
- F5: Angebot allgemeinbildender Schulen
- F6: Freizeit-, Kultur-, Sportangebot
- F7: Einkaufserlebnis - Attraktivität des Einzelhandelsangebots
- F8: Attraktivität des Wohnumfeldes
- F9: Sicherheitssituation und Sauberkeit
- F10: Umwelt- und Lebensqualität