

Bui, Thao; Eichfelder, Sebastian; Jirmann, Julia; Santiago da Costa, Sibel

Working Paper

Wie relevant ist die Gewerbesteuer als Standortfaktor? Was wir von Experteninterviews lernen können

argus Discussion Paper, No. 289

Provided in Cooperation with:

argus - Working Group in Quantitative Tax Research

Suggested Citation: Bui, Thao; Eichfelder, Sebastian; Jirmann, Julia; Santiago da Costa, Sibel (2025) :
Wie relevant ist die Gewerbesteuer als Standortfaktor? Was wir von Experteninterviews lernen
können, argus Discussion Paper, No. 289, Arbeitskreis Quantitative Steuerlehre (argus), Berlin

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/312408>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



Arbeitskreis Quantitative Steuerlehre
Quantitative Research in Taxation – Discussion Papers

Thao Bui, Sebastian Eichfelder, Julia Jirmann, Sibel Santiago da Costa

Wie relevant ist die Gewerbesteuer als Standortfaktor? Was wir von Experteninterviews lernen können

arqus Discussion Paper No. 289
February 2025

www.arqus.info

ISSN 1861-8944

Wie relevant ist die Gewerbesteuer als Standortfaktor?

Was wir von Experteninterviews lernen können

Thao Bui, Sebastian Eichfelder, Julia Jirmann und Sibel Santiago da Costa ^{*} [▲]

Februar 2025

Abstract

Wir untersuchen anhand von qualitativen Experteninterviews die Relevanz der Gewerbesteuer im Verhältnis zu anderen Standortfaktoren am Beispiel von Düsseldorf, Oberhausen und Magdeburg. Besonders relevante Faktoren sind die Verkehrsinfrastruktur, die Verfügbarkeit von Flächen sowie von Fach- und Arbeitskräften. Weitere relevante Faktoren sind Grundstücks- und Arbeitskosten, Erreichbarkeit für Mitarbeitende, Nähe zu Kunden und anderen Unternehmen, das Image und die Lebensqualität einer Stadt, die Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung sowie die Offenheit und Aufgeschlossenheit der Kommune für Unternehmen sowie Förderungsmöglichkeiten. Wichtige Push-Faktoren sind ein Mangel an geeigneten Flächen, mangelnde Zugriffsmöglichkeiten auf Fördermittel sowie im Falle von Oberhausen die sehr hohen Hebesätze der Gewerbesteuer (580 %). Mit Ausnahme von Oberhausen kommt der Gewerbesteuer nach Experteneinschätzungen in den ausgewählten Kommunen keine hohe Bedeutung als Standortfaktor zu. Das gilt insbesondere für Existenzgründer, die eher geringe Gewinne erzielen und auf ein lokales Netzwerk angewiesen sind.

Keywords: Standortattraktivität, Standortfaktoren, Gewerbesteuer, Wirtschaftspolitik, Steuerpolitik

JEL Codes: H20, H21, H23, H25

1. Einleitung

In der Öffentlichkeit wird derzeit intensiv über die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Deutschland diskutiert, der nach Einschätzung von Industrielobbyisten von

^{*} Thao Bui (phuong.thao.bui@gelsenkirchen.de) ist Beraterin für Digitalisierung bei der Wirtschaftsförderung Gelsenkirchen. Sebastian Eichfelder (Sebastian.eichfelder@ovgu.de, Kontaktautor) ist Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. Julia Jirmann (j.jirmann@netzwerk-steuergerechtigkeit.de) ist Referentin für Steuerrecht und Steuerpolitik beim Netzwerk Steuergerechtigkeit. Sibel Santiago da Costa (sibel.costa@ovgu.de) ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftliche Steuerlehre der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg.

[▲] Wir bedanken uns herzlich bei Maximilian Triebel für die Durchführung und Dokumentation von drei qualitativen Interviews in Magdeburg im Juni 2024 sowie für seine Erlaubnis diese Interviews im vorliegenden Beitrag auswerten zu dürfen. Weiterhin bedanken wir uns herzlich bei allen 13 Expertinnen und Experten die uns durch ihre Interviews in diesem Forschungsprojekt unterstützt haben. Im Einzelnen geht unser Dank an Jan Borkenstein (IHK zu Essen), Andreas Brauer (Wirtschaftsförderung Düsseldorf), Sarah Eichhorn (Handwerkskammer Düsseldorf), Gerd Fahrendorf (Handwerkskammer Düsseldorf), Andreas Henseler (Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH), Stefanie Kranen (Wirtschaftsförderung Düsseldorf), Heidi Kübner (FS Fritze Steuerberatungsgesellschaft mbH Magdeburg), Ingolf Menzel (Menzel Steuerberatung Magdeburg); Christian Möller (IHK Magdeburg), Johannes Schmid (Topgolf Oberhausen), Christian Schachmann (Startup-Unit Düsseldorf), Dorothee Schneider (Stadtkämmerin der Stadt Düsseldorf) und Apostolos Tsalastras (Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer der Stadt Oberhausen).

Deindustrialisierung bedroht ist. Während zentrale Themen der Debatte die bürokratischen Belastungen von Unternehmen, die hohen Energiekosten, der Fachkräftemangel und Schwächen in der Digitalisierung sind,¹ wird auch über die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmenssteuerbelastung diskutiert.² In Ihren Wahlprogrammen zur Bundestagswahl 2025 fordern etwa CDU/CSU und FDP eine Senkung der Steuerlast für thesaurierte Gewinne auf maximal 25 %, während Bündnis 90/Die Grünen und SPD eine Investitionsprämie vorschlagen.³

Es ist seit geraumer Zeit bekannt, dass Steuerbelastungen einen Faktor für die internationale und regionale Standortwahl von Unternehmen darstellen. Diese Erkenntnis ist allerdings nur bedingt hilfreich. Wie alle Steuereinnahmen erhöhen Unternehmenssteuern das staatliche Budget für standortrelevante Ausgaben in die öffentliche Infrastruktur, Bildung, Forschung oder öffentliche Sicherheit. Auch Aufwendungen für die öffentliche Verwaltung können standortrelevant sein, wenn sie deren Qualität verbessern oder Bürokratiekosten von Unternehmen mindern. Da weniger Steuereinnahmen *ceteris paribus* staatliche Ausgaben reduzieren, folgt hieraus ein Trade Off zwischen einer Steuersenkung und öffentlichen Investitionen in die Standortattraktivität. Eine Senkung von Unternehmenssteuern kann sich damit sowohl positiv als auch negativ auf die Standortattraktivität auswirken, da der direkte (positive) Steuereffekt durch indirekte (negative) Effekte auf andere Standortfaktoren konterkariert werden kann. Eine steueraufkommensneutrale Minderung der Bürokratiekosten wirkt sich hingegen *ceteris paribus* positiv auf die Standortattraktivität aus. Diese Zusammenhänge dokumentiert Abbildung 1.

Aus wirtschaftspolitischer Perspektive entscheidend ist damit die Relevanz von Unternehmenssteuern **im Verhältnis zu anderen** Standortfaktoren. Während die empirische Forschung mit Archivdaten eine umfassende Evidenz dafür liefert, dass Unternehmenssteuern sich **ceteris paribus negativ** auf die Standortwahl von Unternehmen auswirken,⁴ lassen bestehende Untersuchungen praktisch **keine Erkenntnisse** darüber zu, **wie relevant** Unternehmenssteuern **im Verhältnis zu anderen** Standortfaktoren sind.⁵ Zudem lässt sich die

¹ Vgl. Deutschlandfunk (2024); Dörr et al. (2024); Eichfelder (2024); Sackmann (2024).

² Vgl. etwa Bischof et al. (2023); Eichfelder (2024); Feld/Weber (2024); Hardeck/Heckemeyer (2023) mit weiteren Nachweisen.

³ Vgl. Bündnis 90/Die Grünen (2025), S. 11 CDUCSU (2025), S. 4; FDP (2025), S. 16; SPD (2025), S. 8f. sowie Eichfelder (2025).

⁴ Vgl. etwa Devereux/Griffith (1998); Coughlin/Segev (2000); Hebous/Ruf/Weichenrieder (2011); Berlemann/Tilgner (2006); Berlemann/Tilgner (2007); Crabbé/De Bruyne (2013); Barrios et al., (2012); Lawless et al. (2018); Xiao/Wu (2020).

⁵ Vgl. Eichfelder et al. (2022), S. 228ff.

Ceteris-Paribus-Annahme aus Archivdatenstudien regelmäßig nicht halten, da Einnahmeausfälle aus Steuersenkungen sich über den Kanal der Staatsausgaben negativ auf andere Standortfaktoren auswirken dürften. Eine Senkung von Unternehmenssteuern als Politikmaßnahme ist folglich gerade nicht unkorreliert mit anderen Standortfaktoren und andere Standortfaktoren sind nicht exogen gegenüber Veränderungen von Steuerbelastungen.

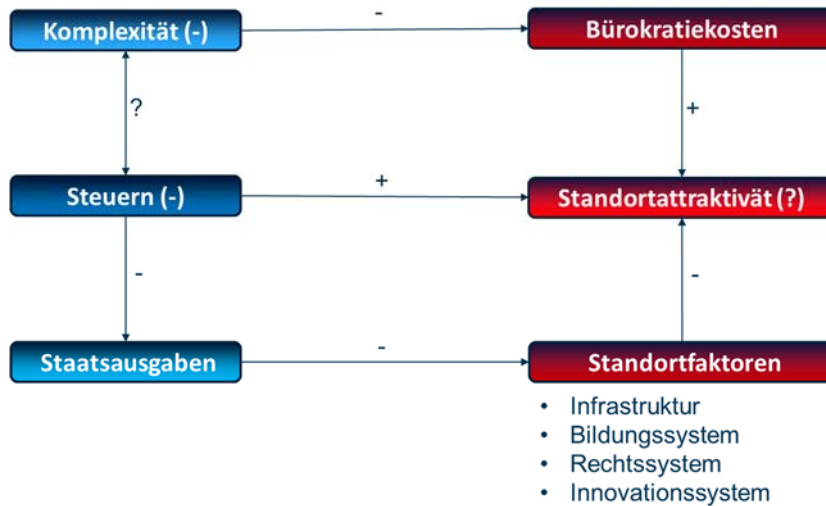


Abbildung 1: Wechselwirkungen zwischen Steuern und Standortattraktivität

Eine alternative Datenquelle zur Relevanz von Standortfaktoren sind Unternehmensbefragungen, die Steuern als Standortfaktor mit einer Vielzahl von anderen Standortfaktoren vergleichen.⁶ Im Hinblick auf die Relevanz der Gewerbesteuer bei der regionalen Standortwahl existieren beispielsweise zahlreiche Unternehmensbefragungen von Industrie- und Handelskammern.⁷ So dokumentiert die Umfrage der IHK Leipzig, der Handwerkskammer Leipzig und der Handwerkskammer Halle (2019) Informationen zur Relevanz von 48 unterschiedlichen regionalen Standortfaktoren inklusive der Höhe der Gewerbe- und Grundsteuersätze (siehe auch Anhang A). Allerdings weisen auch Unternehmensbefragungen methodische Probleme auf. So wendet Thießen (2005) ein, dass diese Methode „eine Rationalität, Selbstreflektion und ein Verständnis für komplexe Zusammenhänge voraus[setzt], die nicht ohne weiteres unterstellt werden können.“⁸ Insbesondere enthalten Befragungen regelmäßig konkrete Formulierungen zu bestimmten Standortfaktoren, die das Antwortverhalten auf die abgefragten Faktoren beschränken und

⁶ Vgl. MacCarthy/Atthirawong (2003); Goebel/Hamm (2010), S. 198, 207-212; Kimelberg/Williams (2013); Vlachou/Iakovidou (2015); Landua et al. (2017).

⁷ Vgl. IHK Leipzig/Handwerkskammer Leipzig/Handwerkskammer Halle (2019), IHK München und Oberbayern (2019); IHK München und Oberbayern (2023); IHK Bremen (2023).

⁸ Thießen (2005), S. 14.

beeinflussen können.⁹ Zudem richten sich Befragungen regelmäßig an Bestandsunternehmen, da Standorte nur selten gewechselt werden. Deren Präferenzen zur Standortwahl können sich aber erheblich von Unternehmen unterscheiden, die gerade eine Standortwahlentscheidung treffen.

Im vorliegenden Beitrag wählen wir qualitative Experteninterviews als eine alternative Methode, um die Relevanz von Unternehmenssteuern im Verhältnis zu anderen Standortfaktoren zu untersuchen. Dabei liegt unser Fokus auf der regionalen Standortwahl zwischen deutschen Kommunen und hier insbesondere auf der Gewerbesteuer als einem wesentlichen Treiber der Unternehmenssteuerbelastung in Deutschland. Ein wichtiger Vorteil qualitativer Interviews gegenüber standardisierten Fragebögen liegt darin, dass die Befragungspersonen ihre Erkenntnisse und Sichtweisen ausführlich erläutern können und nicht durch das Design des Fragebogens beeinflusst oder durch die Auswahl der Fragen eingeschränkt werden. Experten besitzen exklusives Wissen und langjährige Erfahrung, da sie Unternehmensansiedlungen über einen längeren Zeitraum beobachten. Dieses exklusive Wissen lässt sich nur in einer offenen Befragung erheben, in der die Expertinnen und Experten ihre eigenen Sichtweisen wiedergeben können.

Ein Nachteil der Erhebungsmethode liegt darin, dass diese keine repräsentativen Ergebnisse generiert. Aufgrund der begrenzten Anzahl von Interviews konzentrieren wir uns auf Standortfaktoren in drei ausgewählten Städten, deren Situation sich leichter miteinander vergleichen lässt als die Situation in einer Vielzahl von Kommunen. Um die Homogenität des Materials zu vergrößern, konzentrieren wir uns auf Großstädte mit einer Bevölkerung von etwa 200.000 bis 650.000 Einwohnern und relativ hohen Hebesätzen zwischen 440 % bis 580 %. Dies berücksichtigt auch, dass die Gewerbesteuer aufgrund der Anrechnung gem. § 35 EStG unter Umständen keine Belastung für Einzelunternehmen und Personengesellschaften bei Hebesätzen von bis zu 400 % darstellt.

Wir gehen davon aus, dass die Standortrelevanz der Gewerbesteuer bei außerordentlich hohen oder geringen Hebesätzen besonders ausgeprägt ist und bei einer hohen Relevanz anderer Standortfaktoren relativ abnimmt. Demnach sollten Agglomerationskerne (also wirtschaftlich konzentrierte attraktive Räume) sich höhere Hebesätze leisten können als etwa ländliche Gebiete.¹⁰ Wir wählen die Gemeinde Oberhausen als ein Fallbeispiel, da diese einen besonders hohen Hebesatz 580 % aufweist aber keinen besonders wichtigen Agglomerationskern

⁹ Vgl. Eichfelder/Hechtner (2018), S. 764.

¹⁰ Vgl. Brühlhart/Jametti/Schmidheiny (2012); Luthi/Schmidheiny (2014).

darstellt. Wir vergleichen diese mit der nahegelegenen Stadt Düsseldorf, die einen deutlich geringeren Hebesatz von 440 % aufweist und zugleich einen überregional und auch international relevanten Agglomerationskern darstellt. Als drittes Beispiel wählen wir die Stadt Magdeburg. Diese weist für Ostdeutschland einen hohen Hebesatz von 450 % auf (der höchste Hebesatz von Sachsen-Anhalt und höher als Berlin mit 410 %) und stellt zwar einen regionalen aber im Vergleich zu umgebenden Städten (Berlin, Hannover, Leipzig) keinen überregional oder gar international besonders bedeutenden Agglomerationskern dar.

Als Expertinnen und Experten befragen wir insbesondere Standortberater (etwa von Beratungsunternehmen, Wirtschaftsförderungsgesellschaften, Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern) sowie Beigeordnete und Stadtkämmerer sowie Unternehmensvertreter. Dabei sind Befragungspersonen so gewählt, dass diese über umfassende Erfahrungen in der Materie verfügen und somit als Multiplikatoren für eine Vielzahl von Standortentscheidungen stehen können. Die 12 Interviews mit 13 Interviewpersonen wurden von Oktober 2023 bis Juni 2024 durch Thao Bui und Maximilian Triebel durchgeführt. Das Interviewmaterial wurde zunächst aufgenommen und im Anschluss transkribiert. Die Transkripte sind in Anhang D dokumentiert. Die Auswertung des Interviewmaterials erfolgt mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2022).

Unsere Analyse vermittelt eine Reihe von interessanten und neuartigen Erkenntnissen. Nach Auffassung der Expertinnen und Experten stellen in allen drei ausgewählten Kommunen die Verkehrsinfrastruktur, die Flächenverfügbarkeit sowie die Verfügbarkeit von Fach- und Arbeitskräften zentrale Standortfaktoren dar. Dabei stellt die Verfügbarkeit von Flächen in Oberhausen eher einen Pull-Faktor (Erhöhung von Ansiedelungen) und in Düsseldorf sowie teilweise in Magdeburg einen Push-Faktor (Verminderung von Ansiedelungen) dar. Ähnliches gilt für die Immobilien- und Grundstückskosten (Pull-Faktor in Magdeburg und Push-Faktor in Düsseldorf).

Weitere wichtige Pull-Faktoren sind die Erreichbarkeit für Mitarbeitende (vor allem Oberhausen, Magdeburg), das Image der Stadt (v.a. Düsseldorf und Magdeburg), die geographische Lage (v.a. Oberhausen), die Nähe zu Kunden und anderen Unternehmen (v.a. Düsseldorf), Förderungsmöglichkeiten (v.a. Oberhausen), die Lebensqualität (v.a. Düsseldorf, Magdeburg), die Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung (v.a. Magdeburg) und die Offenheit und Bereitschaft der Kommune sowie in Düsseldorf die Internationalität und das hohe Angebot an unternehmensnahen Dienstleistungen. Start-ups werden regelmäßig am Lebensmittelpunkt der Unternehmerinnen und Unternehmer gegründet, was vor allem mit

deren lokalem Netzwerk zusammenhängt. Wichtige Push-Faktoren sind der Mangel an Flächen (v.a. Düsseldorf, Magdeburg), mangelnde Zugriffsmöglichkeiten auf bestimmte Fördermittel (v.a. Düsseldorf, Magdeburg), sowie im Fall von Oberhausen der hohe Hebesatz der Gewerbesteuer von 580 %.

Die Gewerbesteuer wird weder in Düsseldorf noch in Magdeburg als ein wirklich wesentlicher Standortfaktor eingestuft. Dies ist wohl auch dadurch bedingt, dass beide Kommunen im Verhältnis zu ihren übrigen Standortfaktoren einen wettbewerbsfähigen Hebesatz aufweisen. Zudem wurde von einigen Befragungspersonen auch auf Möglichkeiten der Steuerplanung verwiesen. Gerade bei Existenzgründern und Start-ups wird die Gewerbesteuer als wenig relevant eingestuft, da diese häufig noch keine Gewinne machen und das lokale Netzwerk andere Standortfaktoren dominiert. Dies gilt allerdings nicht für besonders renditestarke und kapitalintensive Start-ups. Abweichend von Magdeburg und Düsseldorf stellt der sehr hohe Hebesatz in Oberhausen einen relevanten Push-Faktor (Wettbewerbsnachteil) dar.

Unserer Ergebnisse haben wichtige Implikationen für die Literatur. Abweichend von Befragungen von Bestandsunternehmen wird der digitalen Infrastruktur durch die befragten Personen nur eine moderate Relevanz beigemessen. Es mag also sein, dass dieser Faktor in Befragungen, etwa aufgrund öffentlichkeitswirksamer Diskussionen über Digitalisierung, überschätzt wird. Im Gegenzug wird die Flächenverfügbarkeit durch Expertinnen und Experten als ein zentraler Faktor eingestuft und durch Bestandsunternehmen (die sich mit diesen Fragen i.d.R. nicht beschäftigen) vermutlich stark unterschätzt. Gerade Flächenverfügbarkeiten stellen also einen in Befragungsstudien stark unterschätzten Standortfaktor dar.

Ein weiterer wichtiger Befund unserer Studie ist, dass Steuern nur eine geringe Bedeutung für die Standortwahl haben, wenn der Steuersatz der Attraktivität eines Wirtschaftsstandortes entspricht. In Übereinstimmung mit Befunden der Agglomerationsökonomie können sich also attraktive Agglomerationskerne höhere Steuersätze leisten. Dies gilt selbst für den Hebesatz von 450 % in Magdeburg. Liegt der Steuersatz allerdings deutlich über vergleichbar attraktiven Regionen, wie etwa in Oberhausen, so kann dieser zum einem starken Push-Faktor werden, der sich negativ auf die Standortwahl von Unternehmen auswirkt.

Unser Beitrag ist wie folgt strukturiert. In Kapitel 2 beschäftigen wir uns mit der Literatur zu Standortfaktoren sowie der vorhandenen empirischen Literatur zur Standortrelevanz von Unternehmenssteuern. In Kapitel 3 erläutern wir das methodische Vorgehen unserer Studie. Kapitel 4 dokumentiert unsere Ergebnisse und Kapitel 5 liefert ein Fazit.

2. Gewerbesteuer als Standortfaktor

2.1. Standortentscheidungen und Standortfaktoren

Zu Standortentscheidungen zählen Ansiedlungen von etablierten Unternehmen, die Standortwahl bei Neugründung sowie Erweiterungen, Schließungen oder Anpassungen von Standorten.¹¹ Räumlich lässt sich die Entscheidung danach differenzieren, welches Land (internationale Standortwahl), welche Region (regionale Standortwahl) und welcher konkrete Standort (lokale Standortwahl) gewählt wird.¹² Unternehmen und ihr Standort stehen in wechselseitiger Beziehung. Einerseits beeinflusst der Standort den Erfolg der Unternehmen. Andererseits stärkt der Erfolg der Unternehmen wiederum die Attraktivität des Standortes durch Arbeitsplätze, Investitionen und Netzwerke. Daher sind Standortentscheidungen aus wirtschaftspolitischer Sicht besonders wichtig.¹³

Standortfaktoren bezeichnen Eigenschaften von Räumen oder Regionen, die die Standortwahl beeinflussen. Traditionelle Modelle, wie die Industriestandorttheorie von Weber (1922), unterscheiden nach agglomerativen (also verdichtenden) und deglomerativen Faktoren und betonen die Relevanz von Kostenfaktoren, wie Lohnkosten, Transportkosten oder Grundstückskosten.¹⁴ Theoretisch optimale Standorte minimieren diese Kostenfaktoren, wobei nach Weber Transportkosten den entscheidenden Kostenfaktor darstellen.¹⁵ Im Widerspruch zu diesen frühen theoretischen Ansätzen lässt sich empirisch feststellen, dass attraktive Standorte mit einer hohen Unternehmensdichte regelmäßig hohe Grundstücks-, Arbeits- und Lebenshaltungskosten sowie häufig hohe Steuern und Abgaben aufweisen.¹⁶

Aktuelle Untersuchungen berücksichtigen eine Vielzahl von Standortfaktoren, wobei sich diese nach Branche und Unternehmen stark unterscheiden können.¹⁷ Seit den 1980er Jahren differenziert die Literatur zwischen harten und weichen Faktoren. Weiche Faktoren bezeichnen Aspekte, die sich entweder nur schwer objektiv messen und quantifizieren lassen (Unternehmerfreundlichkeit der Verwaltung, Image als Wirtschaftsstandort) oder die nur mittelbar für die Wahl relevant sind (Umwelt- und Lebensqualität, kulturelles Angebot). Die Höhe der Gewerbesteuer oder die Verfügbarkeit von Büroräumen zählen zu den harten

¹¹ Vgl. Ebertz et al. (2008), S. 5; Grabow et al. (1995), S. 153-154.

¹² Vgl. Berlemann/Tilgner (2006), S. 15.

¹³ Vgl. Goebel/Hamm (2010), S. 187-188; Berlemann/Tilgner (2006), S. 14.

¹⁴ Vgl. Weber (1922); Salmen (2001), S. 29; Lahner (2020), S. 453.

¹⁵ Vgl. Jank (2020), S. 626ff.; Thießen (2005), S. 12.

¹⁶ Vgl. Tretter (2017), S. 31.

¹⁷ Vgl. Vlachou/Iakovidou (2015), S. 2.; Kaminski/ Strunk (2012), S. 212f.

Standortfaktoren.¹⁸ Zum Teil wird argumentiert, dass die Bedeutung weicher Standortfaktoren aufgrund des Wandels zur Dienstleistungsgesellschaft sowie der zunehmenden Qualifikation der Beschäftigten zunehmen würde.¹⁹

Eine weitere wichtige Unterteilung ist die in Pull und Push-Faktoren. Pull-Faktoren bezeichnen Eigenschaften einer Region, die diese attraktiver für Unternehmensansiedlungen machen. Dies kann etwa eine besonders gut ausgebaute Infrastruktur, die Verfügbarkeit hoch qualifizierter Arbeitskräfte oder ein attraktives Netzwerk an Zulieferbetrieben sein. Push-Faktoren sind Eigenschaften, die die Attraktivität einer Region reduzieren. Dies können etwa hohe Kosten (Lebenshaltungskosten, Energiekosten), ein Mangel an Arbeitskräften oder eine besonders überbordende Bürokratie sein. Einen Überblick über mögliche Push- und Pull-Faktoren bietet die Abbildung 2.

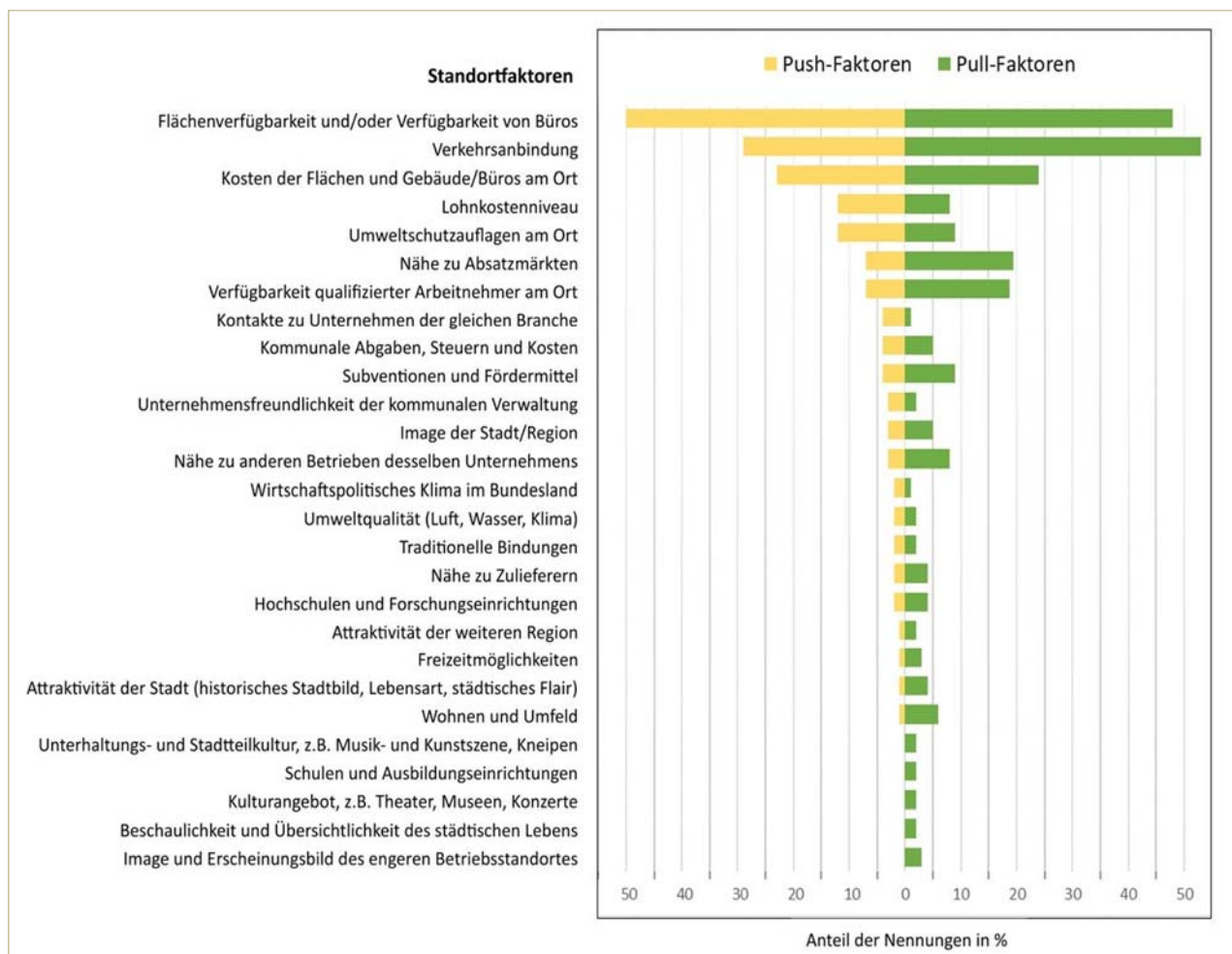


Abbildung 2: Übersicht zu Push- und Pull-Faktoren²⁰

¹⁸ Vgl. Grabow (2005), S. 37ff.; Lahner (2020), S. 456, Thießen (2005), S. 9ff.

¹⁹ Vgl. Grabow (2005), S. 40.

²⁰ Vgl. Grabow et al. (1995), S. 232.

Wichtige Motive bei der regionalen Standortwahl sind die Markterschließung oder die Optimierung von Produktionsbedingungen. Von besonderer Bedeutung sind die Verfügbarkeit von Grundstücken und qualifizierten Arbeitskräften, wobei auch die Lebensqualität einer Region oder das Vorhandensein von Forschungs- und Bildungseinrichtungen eine hohe Bedeutung haben kann.²¹ Einen Überblick über Faktoren der regionalen Standortwahl bieten etwa Berlemann und Tilgner (2006), Gobel und Hamm (2010), Landua et al. (2017) sowie Befragungen von Industrie- und Handelskammern.²²

Die Standortbefragung der IHK Leipzig, der Handwerkskammer Leipzig sowie der Handwerkskammer Halle unterscheidet 48 Faktoren. Davon werden 8 Faktoren dem Bereich „Verkehr und Infrastruktur“, 14 Faktoren dem Bereich „Bildung, Arbeitskräfte und Netzwerke“, 10 Faktoren dem Bereich „Standortkosten“, 5 Faktoren dem Bereich „Öffentliche Verwaltung“ sowie 11 Faktoren dem Bereich „Standortattraktivität“ zugeordnet. Die 21 wichtigsten Faktoren bei einer Skala zwischen 1 und 4 sind „Breitbandinfrastruktur/High-Speed Internet“ (3,72), „Netzverfügbarkeit Mobilfunk“ (3,71), „Versorgungssicherheit Stromversorgung“ (3,63), „Allgemeine Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit“ (3,52), „Personalkosten“ (3,48), „Medizinische Versorgung“ (3,41), „Einstellung der Stadtverwaltung gegenüber Unternehmen“ (3,38), „Strompreise“ (3,37), „Image der Stadt“ (3,35), „Höhe der Gewerbesteuer (Hebesätze)“ (3,33), „Überregionale Verkehrsanbindung“ (3,31), „Umweltqualität (Luft, Wasser)“ (3,29), „Allgemeine Lebenshaltungskosten“ (3,27), „Verfügbarkeit von Parkplätzen/Lieferzonen“ (3,27), „Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern“ (3,26), „Bearbeitungsdauer von Anträgen“ (3,24), „Innerstädtischer Verkehr“ (3,22), „Verfügbarkeit von Wohnraum und Qualität des Wohnungsumfeldes“ (3,19), „Einkaufsmöglichkeiten“ (3,18), „Grundsteuer (Hebesätze)“ (3,15) sowie „Betreuungsmöglichkeiten für Kinder“ (3,15). Diese Auflistung verdeutlicht die große Bedeutung der Infrastruktur (Top 3) aber auch der weichen Faktoren (4 der Top 10 fallen in diese Kategorie). Sie dokumentiert zudem die Breite der relevanten Faktoren sowie die mittelstarke Relevanz der Gewerbe- und Grundsteuer (Positionen 10 und 20).

Die Standortrelevanz der Gewerbesteuer könnte bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften dadurch gemindert werden, dass diese gem. § 35 EStG auf die Einkommensteuer von natürlichen Personen anrechenbar ist.²³ Allerdings weisen größere

²¹ Vgl. Berlemann/Tilgner (2006), S. 20ff.; Gobel/Hamm (2010), S. 193ff.;

²² Vgl. Berlemann/Tilgner (2006), S. 16ff.; Gobel/Hamm (2010), S. 193ff.; Landua et al. (2017).

²³ Vgl. Kaminski/Strunk (2012), S. 219; Vbw (2020), S. 4.

Kommunen i.d.R. Hebesätze über dem Anrechnungsmaximum von 400 % auf.²⁴ Aufgrund des Ermäßigungshöchstbetrages gem. § 35 Abs. 1 Satz 2 EStG, der nicht vorhandenen Möglichkeit eines Rücktrags und Vortrags von Anrechnungsvolumen (etwa bei einer Einkommensteuer von 0 €) sowie bürokratischer Belastungen stellt die Gewerbesteuer zudem auch für geringere Hebesätze eine Belastung für Unternehmen dar.

Ein interessanter Aspekt der Gewerbesteuer als Standortfaktor liegt darin, dass diese trotz der Gewerbesteuerumlage an Bund und Land auch die wichtigste Steuerquelle der Kommunen darstellt. Abbildung 3 zeigt, dass die Gewerbesteuer im Jahr 2022 trotz Umlagen 41 % bis 55 % der kommunalen Steuereinnahmen ausgemacht hat. Im Vergleich zu 2018, als der Anteil bei 38 % bis 44 % lag, hat ihre Bedeutung für die Gemeinden zugenommen.²⁵ Daher stellt die Gewerbesteuer nicht nur eine Belastung für die Unternehmen dar, sondern finanziert zu einem wesentlichen Teil kommunale Leistungen (Bildung, Verwaltung, Kulturförderung, Wirtschaftsförderung) und Infrastrukturprojekte (Breitbandausbau, Verkehrsinfrastruktur), die ihrerseits wesentliche Standortfaktoren für Unternehmen darstellen.

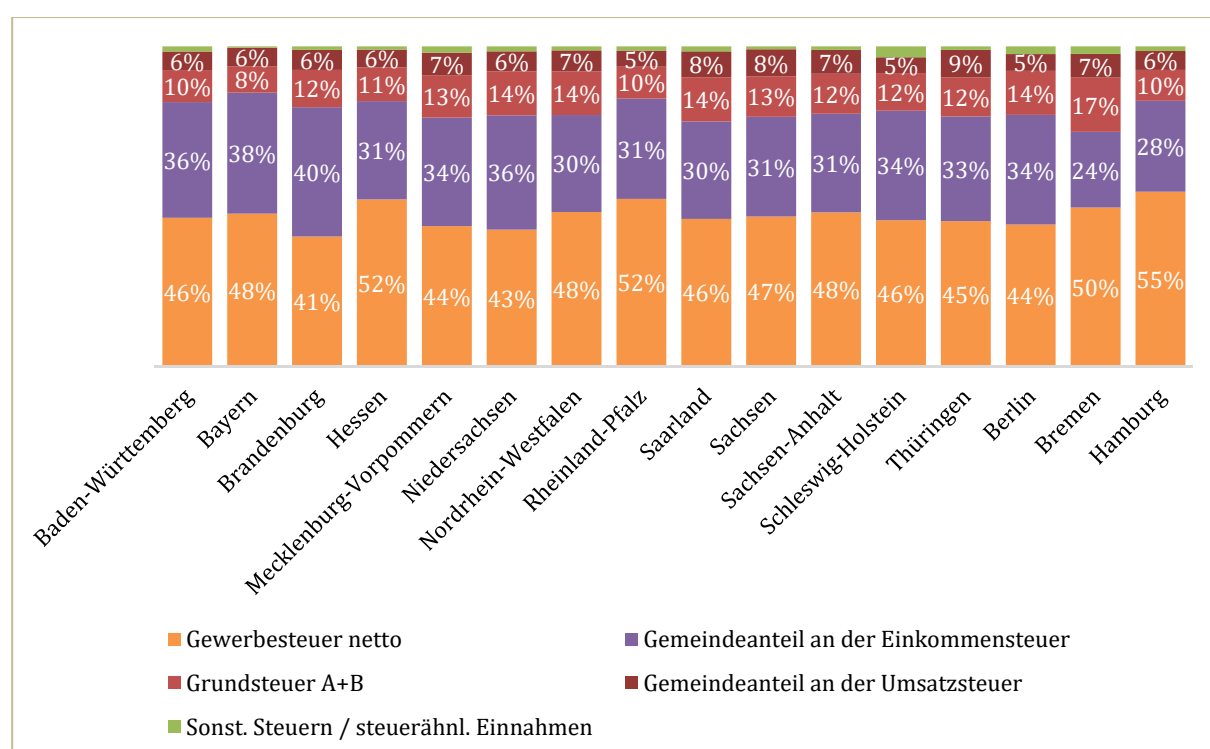


Abbildung 3: Anteil der Netto-Gewerbesteuer am kommunalen Steueraufkommen 2022²⁶

²⁴ Vgl. Wagschal et al. (2016), S. I; DIHK (2022); DIHK (2023).

²⁵ Vgl. Vbw (2020), S. 2.

²⁶ Eigene Darstellung nach Statistisches Bundesamt (2023), S. 35f.

Die Gewerbesteuer hat somit eine Doppelfunktion im regionalen Standortwettbewerb indem sie einerseits die Unternehmen belastet aber andererseits der Finanzierung anderer Standortfaktoren dient. Sie stellt zudem einen nicht unwesentlichen Anreiz für die kommunale Politik und Verwaltung dar, um ein wirtschaftsfreundliches Klima für Gewerbebetriebe schaffen. Diese Überlegung könnte zum Teil den langfristig steigenden Trend für Gewerbesteuerhebesätze in Deutschland seit 1949²⁷ erklären. Laut Wagschal et al. (2016) begründen 70 % der Gemeinden eine Erhöhung des Gewerbesteuerhebesatzes mit der schlechten Finanzsituation. Weitere Gründe für eine Erhöhung des Hebesatzes waren die Vermeidung von Umlagenachteilen (32 %), eine vorbeugende Politik zur Vermeidung einer Haushaltskrise (28 %), ein Zwang der kommunalen Aufsichtsbehörde (26 %), größere Ausgabenvorhaben der Stadt (14 %) sowie eine Verbesserung der Standortqualität der Stadt (7 %). Damit zeigt sich eine Tendenz der Gemeinden den Hebesatz anzuheben, wenn dies die Haushaltssituation erfordert.²⁸ Die 50 höchsten Gewerbesteuerhebesätze von Gemeinden in Deutschland ab 20.000 Einwohnern lagen 2023 allesamt in Nordrhein-Westfalen. Somit kann gerade dieses Bundesland als Schwerpunkt für Hochsteuerkommunen angesehen werden.²⁹

2.2. Empirische Evidenz zur Standortrelevanz von Steuern

Die ökonometrische Literatur liefert zahlreiche Belege für die Theorie, dass Unternehmenssteuern Standortentscheidungen beeinflussen.³⁰ Dabei gibt es aber durchaus heterogene Ergebnisse. Devereux und Griffith (1998) können in ihrer grundlegenden Studie zum Einfluss von effektiven Steuerbelastungen auf Standortentscheidungen US-amerikanischer Unternehmen zwar einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Steuerlast und dem Ort einer Niederlassung innerhalb Europas feststellen. Für die Frage, ob ein US-Unternehmen nach Europa expandiert, können Sie aber keinen signifikanten Steuereffekt identifizieren.³¹ Gius und Frese (2002) finden keinen signifikanten Zusammenhang zwischen Unternehmenssteuern und der Wahl eines Unternehmensstandortes in den USA³² und Devereux, Griffith und Simpson (2007) nur einen schwachen Einfluss von lokalen Zuschüssen.³³ Wenig robuste Ergebnisse liefert die Studie von Becker, Egger und

²⁷ Vgl. Wagschal et al. (2016), S. I, 14.

²⁸ Vgl. ebenda, S. I; 47-48.

²⁹ Vgl. DIHK (2022); DIHK (2023), S. 2.

³⁰ Vgl. etwa Devereux/Griffith (1998); Coughlin/Segev (2000); Hebous/Ruf/Weichenrieder (2011); Berlemann/Tilgner (2006); Berlemann/Tilgner (2007); Crabbé/De Bruyne (2013); Barrios et al., (2012); Lawless et al. (2018); Xiao/Wu (2020).

³¹ Vgl. Devereux/Griffith (1998), S. 362f.

³² Vgl. Gius/Frese (2002), S. 47-48.

³³ Vgl. Devereux/Griffith/Simpson (2007), S. 413f.

Merlo (2012), die den Einfluss der Gewerbesteuerhebesätze auf die Standortwahl internationaler Unternehmen in Deutschland untersucht. Die Autoren finden ausgesprochen hohe steuerliche Effekte in Spezifikationen, in denen ein problematischer und methodisch angreifbarer Instrumentalvariablenansatz (IV) verwendet wird. Werden hingegen übliche OLS-Schätzverfahren (*Ordinary Least Squares* bzw. kleinste Quadrate-Schätzer) gewählt, betragen die steuerlichen Effekte nur etwa ein Zehntel der IV-Schätzung.³⁴ Mehrere Studien belegen den Einfluss von Agglomerationseffekten auf die Standortwahl.³⁵ Brühlhart, Jametti und Schmidheiny (2012) sowie Fréret und Maguain (2017) zeigen, dass der Einfluss von Steuern auf Standortentscheidungen geringer ausfällt, wenn die Agglomerationsdichte von Unternehmen (als Maß für andere Standortfaktoren) stärker ausgeprägt ist. Nach Luthi und Schmidheiny (2014) können verdichtete städtische Räume höhere Steuersätze durchsetzen.³⁶ Die ökonometrische Literatur zur Standortwahl weist eine Reihe von gravierenden methodischen Problemen auf.³⁷ In der Regel handelt es sich bei den Ergebnissen um reine Korrelationen zwischen der Anzahl von Unternehmen und dem Steuersatz, die zum Teil noch stark von der Parameterspezifikation abhängen. Da Steuern mit öffentlichen Einnahmen verbunden sind, die zur Verbesserung von anderen relevanten Standortfaktoren genutzt werden können (etwa Bildung, Digitalisierung, Forschung, Infrastruktur, Medizinische Versorgung), ist die Ceteris-Paribus-Annahme zudem regelmäßig nicht erfüllt. Dies bedeutet, dass es kaum möglich ist, den Einfluss von Unternehmenssteuern von anderen Faktoren zu trennen, da diese stark miteinander korreliert sind und sich zudem gegenseitig beeinflussen. Weiterhin differenzieren Studien regelmäßig nicht zwischen der Standortwahl zu Zwecken der Steuerplanung (etwa Gründung von Briefkastenfirmen in Steueroasen) und der Standortwahl

³⁴ Geeignete Instrumentalvariablen zeichnen sich dadurch aus, dass diese keinen direkten Einfluss auf die abhängige Variable (Standortwahl), sondern nur einen direkten Einfluss auf die endogene erklärende Variable (Steuersatz) aufweisen. Becker/Egger/Merlo (2012), S. 707ff. verwenden als Instrumentalvariable den durchschnittlichen Hebesatz (= Komponente des Steuersatzes) der umliegenden Gemeinden und argumentieren, dass dieser über den Steuerwettbewerb den Hebesatz der Gemeinde *i* beeinflusst. Leider vernachlässigen sie in ihrer Argumentation, dass der Hebesatz der Nachbargemeinden von *i* auch direkt die Standortwahlentscheidung beeinflusst, da das Unternehmen *x* sich anstelle der Gemeinde *i* auch in einer Nachbargemeinde von *i* niederlassen könnte. Der Hebesatz als Maß für den Steuersatz der Nachbargemeinden ist folglich ein direkter Einflussfaktor in der Standortentscheidung, womit der IV-Ansatz des Papiers nicht zu einer konsistenten Schätzung kausaler Steuereffekte auf die Standortwahl führen dürfte.

³⁵ Vgl. etwa Devereux/Griffith/Simpson (2007); Brühlhart/Jametti/Schmidheiny (2012); Crabbé/De Bruyne, (2013); Brühlhart/Simpson (2018); Xiao/Wu (2020) mit weiteren Nachweisen.

³⁶ Vgl. Brühlhart/Jametti/Schmidheiny (2012,) S. 1077ff., 1082ff.; Luthi/Schmidheiny (2014); Fréret/Maguain (2017).

³⁷ Vgl. Eichfelder et al. (2022), S. 228.

für realwirtschaftliche Aktivitäten, was zu einer Überschätzung von Steuereinflüssen auf realwirtschaftliche Entscheidungen führen kann.³⁸

Das gravierendste Problem dürfte allerdings darin liegen, dass bisherige Untersuchungen regelmäßig keinen Vergleich zwischen der Relevanz von Steuern und anderen Standortfaktoren erlauben. Bislang beschränken sich Studien lediglich darauf, den Einfluss von Steuern auf die Standortwahl von Unternehmen sowie mögliche Interaktionseffekte (etwa mit Agglomerationseffekten) zu schätzen. Damit bleibt aber unklar, wie wichtig Steuern im Verhältnis zu anderen Standortfaktoren sind. Diese Information wäre aber notwendig, um sinnvolle wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen zu ziehen, da Steuersatzänderungen immer auch mit einer Veränderung des Budgets verbunden sind, das für standortrelevante Ausgaben zur Verfügung steht.

Derartige Fragestellungen lassen sich am ehesten mit Informationen aus Unternehmensbefragungen beantworten, in denen die Relevanz einer Vielzahl von Standortfaktoren abgefragt wird. Allerdings sind auch derartige Befragungen mit methodischen Problemen verbunden. So können strukturierte Interviews nur Standortindikatoren berücksichtigen, die im Fragebogen berücksichtigt sind. Dies führt laut Meier (2011) dazu, dass die Relevanz von Push-Faktoren unterschätzt wird.³⁹ Auch führt die Befragung von Bestandsunternehmen womöglich dazu, dass die Relevanz der Verfügbarkeit von Gewerbeflächen unterschätzt wird, da diese Bestandsunternehmen in der Regel keine Standortverlagerung oder Expansion planen.⁴⁰ Thießen (2005) wendet ein, dass Unternehmensbefragung „eine Rationalität, Selbstreflektion und ein Verständnis für komplexe Zusammenhänge voraus[setzen], die nicht ohne weiteres unterstellt werden können.“⁴¹ Dementsprechend kann das Antwortverhalten auch von der konkreten Formulierung des Fragebogens oder subjektiven Faktoren der Befragungsteilnehmer abhängen.⁴² Dabei ist zu berücksichtigen, dass Standortwahlentscheidungen komplex sind und selten getroffen werden, was das Risiko von Fehleinschätzungen bei Befragungen erhöht.

Befragungen von Unternehmen kommen regelmäßig zu dem Ergebnis, dass Steuern zwar einen wesentlichen, aber nicht den wichtigsten Standortfaktor darstellen. Nach einer Metastudie des

³⁸ Bereits Slemrod (1995) verweist darauf, dass Unternehmen auf steuerliche Anreize gerade mit aggressiver Steuerplanung (Gewinnverlagerung) reagieren, da dies zumeist kostengünstiger ist als eine Anpassung des Geschäftsmodells. Dementsprechend sollten Briefkastenfirmen stärker auf steuerliche Anreize reagieren als reale Standortverlagerungen.

³⁹ Vgl. Meier (2011), S. 27-31.

⁴⁰ Vgl. Goebel/Hamm (2010), S. 198.

⁴¹ Thießen (2005), S. 14.

⁴² Vgl. Eichfelder/Hechtner (2018), S. 764.

Ifo-Instituts Dresden von Ebertz et al. (2008) werden Steuern und Abgaben als fünftwichtigster Faktor für die Standortwahl zwischen deutschen Kommunen eingeordnet, der bei Unternehmensneugründungen aber auch bei Umstrukturierungen und Standortverlagerungen relevant ist.⁴³ Größere Bedeutung haben das Angebot an qualifizierten Arbeitskräften, die Kundennähe, das Lohnniveau und die Verkehrsanbindung bzw. Infrastruktur. Landua et al. (2017) kommen zu dem Ergebnis, dass die Besteuerung eher im unteren Mittelfeld der relevanten Faktoren anzusiedeln ist, während gerade weichen Faktoren eine hohe Bedeutung zukommt.⁴⁴ In einer Studie von Ernst & Young (2021) werden makroökonomische Stimuli (zu denen auch steuerliche Anreize gehören) als neunter von neun wichtigen Standortfaktoren genannt. Wichtiger waren etwa die Stabilität des politischen und regulatorischen Regimes, Arbeitskräfte und Infrastruktur, Kosten, Stärke des Heimatmarktes, Lebensqualität und Kultur sowie der Politikansatz im Hinblick auf Klimawandel und Nachhaltigkeit.⁴⁵ Weitere nationale und internationale Unternehmensbefragungen kommen hinsichtlich der Relevanz von Steuern zu ähnlichen Ergebnissen.⁴⁶ Auch Befragungen durch Industrie- und Handelskammern bestätigen den Befund, dass es sich bei Unternehmenssteuern um einen mittelmäßig relevanten Standortfaktor handelt, während gerade der digitalen Infrastruktur (Breitbandausbau, Mobilfunknetze) eine hohe Relevanz beigemessen wird.⁴⁷

3. Methodisches Vorgehen

3.1. Qualitative Experteninterviews in drei Großstädten

Methodisch basiert unsere Untersuchung auf qualitativen Experteninterviews. Es handelt sich dabei um eine nicht-standardisierte qualitative Methode, bei der Experten als Fachleute oder Sachverständige definiert werden, die über besonderes Wissen oder spezifische Expertise verfügen.⁴⁸ Die Methode bietet die Möglichkeit, Informationen über den Einfluss verschiedener Standortfaktoren und deren Wechselwirkungen zu gewinnen,⁴⁹ „[...] wenn die Experten als ‚Kristallisationspunkte‘ praktischen Insiderwissens betrachtet und stellvertretend für eine Vielzahl zu befragender Akteure interviewt werden.“⁵⁰ Ein Vorteil dieser Methode ist,

⁴³ Vgl. Ebertz et al. (2008), S. 18.

⁴⁴ Vgl. Landua et al. (2017), S. 17.

⁴⁵ Vgl. Ernst & Young (2021), S. 43.

⁴⁶ Vgl. etwa MacCarthy/Atthirawong (2003); Goebel/Hamm (2010), S. 198, 207-212; Kimelberg/Williams (2013); Vlachou/Iakovidou (2015).

⁴⁷ Vgl. IHK Bremen (2023), S. 5; IHK Leipzig/Handwerkskammer Leipzig/Handwerkskammer Halle (2019), S. 28, 37, 52, 63, 69; IHK München und Oberbayern (2019), S. 3, IHK München und Oberbayern (2023), S. 2ff.

⁴⁸ Vgl. Misoch (2019), S. 119; Liebold/Trinczek (2009), S. 33; Spöhring (1989), S. 148-149.

⁴⁹ Vgl. Bodenmann (2005), S. 42.

⁵⁰ Bogner/Menz (2002), S. 7.

dass die befragten Personen über exklusives Wissen sowie langjährige Erfahrungen bei Standortwahlentscheidungen verfügen, das nur im Rahmen eines offenen Gesprächs weiter vermittelt werden kann. Im Gegensatz zu standardisierten Umfragen können die Befragungspersonen Einfluss auf den Gesprächsverlauf nehmen und damit auch Kenntnisse weitergeben, die den Interviewern noch nicht selbst vorlagen. Zudem sind die möglichen Standortfaktoren nicht durch vordefinierte Antworten eingeschränkt. Somit können subjektive Wahrnehmungen und exklusives Wissen mitaufgenommen werden.⁵¹ Ein wesentlicher Vorteil des gewählten halb-strukturierten Interviewleitfadens besteht darin, dass eine flexible Gesprächsführung mit gezielten Nachfragen möglich ist, um das Verständnis zu vertiefen.⁵²

Ein Nachteil der Methode ist, dass diese nicht geeignet ist, um repräsentative Daten zu erheben. Um die Aussagefähigkeit der Interviews für die jeweils ausgewählten Regionen zu erhöhen, konzentrieren wir uns auf drei deutsche Städte, die alle einen Hebesatz über 400 % haben, so dass eine vollständige Kompensation der Gewerbesteuer gem. § 35 EStG ausgeschlossen wird. Auf die Bedeutung des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen als Schwerpunkt für Hochsteuerkommunen haben wir bereits hingewiesen. Es erscheint naheliegend, dass die Bedeutung der Gewerbesteuer mit der Höhe des Hebesatzes zunimmt. Daher haben wir als eine Kommune die Stadt Oberhausen ausgewählt, die innerhalb von Deutschland nach der Kleinstadt Inden den zweithöchsten Hebesatz von 580 % ausweist.⁵³ Die Stadt Düsseldorf wurde zum Vergleich gewählt, weil sie trotz der räumlichen Nähe wirtschaftlich anders geprägt ist und einen deutlich geringeren Hebesatz von 440 % aufweist. Abweichend von Oberhausen stellt Düsseldorf einen bedeutenden Agglomerationskern in Nordrhein-Westfalen dar, der auch für internationale Unternehmen interessant ist. In Anlehnung an die Literatur⁵⁴ gehen wir davon aus, dass die Bedeutung von Steuern abnimmt, wenn Agglomerationseffekte an Bedeutung zunehmen. Als dritte Stadt wurde Magdeburg ausgewählt, da sie sich bezüglich des Hebesatzes und als Ballungszentrum zwischen Oberhausen und Düsseldorf einsortieren lässt. Der Hebesatz von 450 % ist etwas höher als bei Düsseldorf und ist insbesondere der höchste Hebesatz im Bundesland Sachsen-Anhalt (gemeinsam mit Halle a.d. Saale und Dessau-Roßlau) und signifikant höher als der Hebesatz von Berlin (410 %). Zudem ist Magdeburg zwar ein bedeutender Agglomerationskern des Landes Sachsen-Anhalt, verfügt aber im Verhältnis zu

⁵¹ Vgl. Kaiser (2014), S. 5; Liebhold/Trinczek (2009), S. 35-36.

⁵² Vgl. Aepli et al. (2023), S. 181.

⁵³ Vgl. Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2023).

⁵⁴ Vgl. Brühlhart/Jametti/Schmidheiny (2012,) S. 1077ff., 1082ff.; Luthi/Schmidheiny (2014); Fréret/Maguain (2017).

umliegenden großen Kommunen (Hannover, Halle, Leipzig, Berlin) nicht über die überregionale Bedeutung von Düsseldorf.

3.2. Durchführung der Interviews

Es wurden 12 Interviews mit 13 Befragungspersonen durchgeführt, die von Oktober 2023 bis Juni 2024 durch Thao Bui (5 Interviews in Düsseldorf und 4 Interviews mit 5 Befragungspersonen in Oberhausen) und Maximilian Triebel (3 Interviews in Magdeburg) erhoben wurden. Die verwendeten Leitfäden befinden sich in Anhang B, eine Liste der Interviews in Anhang C und die transkribierten Interviews in Anhang D. Auf Grundlage der Überlegungen von Gläser und Laudel (2006) wurden zunächst Kriterien zur Auswahl von Experten aufgestellt.⁵⁵ Die Interviewpartner verfügen Kenntnisse über Standortfaktoren sowie der Gewerbesteuer und besitzen Wissen über die Gründe bei der Standortwahl von Unternehmen innerhalb der Untersuchungsregionen. Daher kommen insbesondere Mitarbeiter von Unternehmen der Wirtschaftsförderung, Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern, Gründungs- und Standortberatungen, Stadtverwaltungen sowie von Unternehmen in Frage, die in jüngerer Zeit Standortentscheidungen getroffen haben.

Für die Interviews in Oberhausen und Düsseldorf wurden 36 Anfragen gestellt, wobei jeweils fünf Befragungspersonen gewonnen werden konnten. Die Interviews wurden von Oktober 2023 bis Januar 2024 durchgeführt, dauerten im Durchschnitt 50 Minuten und orientieren sich am Leitfaden B1 (siehe Anhang B). Die transkribierten Interviews D1 bis D9 befinden sich in Anhang D. Beim ersten Interview mit Andreas Henseler von der Wirtschaftsförderung Oberhausen (D1) kam es zu technischen Problemen mit dem Aufnahmegerät, weshalb die Aufnahme nicht gespeichert wurde. Die Fragen wurden im Nachgang schriftlich beantwortet. Um erneute Probleme zu vermeiden und die Qualität der Aufnahme zu gewährleisten, wurden die darauffolgenden Interviews über Microsoft Teams durchgeführt und mit dem Einverständnis der Interviewpartnerinnen und -partner aufgezeichnet.

Für die Interviews in Magdeburg wurden 19 Anfragen gestellt, wobei drei Befragungspersonen für ein persönliches Interview gewonnen werden konnten. Die Interviews wurden im Juni 2024 auf Basis eines angepassten Leitfadens B2 durchgeführt. Die durchschnittliche Dauer betrug 50 Minuten. Die Interviews wurden aufgezeichnet und anschließend transkribiert (Transkripte D10 bis D12 in Anhang D). Da es bei dem ersten Interview Probleme mit dem

⁵⁵ Vgl. Gläser/Laudel (2006), S. 113.

Aufzeichnungsgerät gab (Interview D10), wurden hier die Inhalte auf Basis mit Mitschriften und in Absprache mit der Interviewpartnerin Heidi Küßner im Nachhinein schriftlich fixiert.

Für die Auswertung wurden Aufzeichnungen nicht vollständig, sondern selektiv transkribiert. Da der Fokus rein auf der Inhaltsebene lag, wurden nur Passagen verschriftlich, die von Relevanz für die Beantwortung der Forschungsfrage waren. Auch wurden persönliche Informationen sowie parasprachliche und prosodische Elemente nicht verschriftlicht.⁵⁶ Alle Aufnahmen wurden nach der Transkription gelöscht.

4.3. Auswertung des Materials

Die Auswertung der Daten basiert auf der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2022). Dabei arbeitet sie ausschließlich mit fixierter, dokumentierter Kommunikation, sodass nur protokollierte Materialien wie Texte oder Bilder analysiert werden können. Ein wesentliches Merkmal ist das systematische Vorgehen, welches sich wesentlich von anderen Methoden wie freier Interpretation oder impressionistischer Deutung abgrenzt. Im Vordergrund stehen Nachvollziehbarkeit und intersubjektive Überprüfbarkeit. Das Vorgehen orientiert sich an einer theoriegeleiteten Fragestellung und interpretiert die Ergebnisse vor dem Hintergrund bestehender theoretischer Konzepte.⁵⁷ Das Verfahren wird aufgrund seiner kommunikationsorientierten Fundierung nicht vollständig angewendet, jedoch wird die Grundlogik der inhaltlich-strukturierenden Inhaltsanalyse übernommen.⁵⁸ Im Mittelpunkt der systematischen und synthetischen Analyse steht die Entwicklung und Überprüfung von Kategoriensystemen, wodurch Vergleichbarkeit und Einschätzung der Reliabilität gewährleistet werden.⁵⁹

Das methodische Vorgehen besteht aus den Teilschritten „Zusammenfassen“, „Explikation“ und „Strukturieren“. Beim „Zusammenfassen“ wird das Material so verkürzt, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben, wobei ein kompakter, aber repräsentativer Textkorpus entsteht. Durch „Explikation“ werden unklare oder mehrdeutige Textstellen durch zusätzliches Material (etwa aus der Literatur oder anderen Interviews) ergänzt, um das Verständnis zu vertiefen und die Bedeutung zu klären. Schließlich werden durch „Strukturieren“ für die

⁵⁶ Vgl. Misoch (2019), S. 123.

⁵⁷ Vgl. Mayring (2022), S. 11-13.

⁵⁸ Vgl. Kaiser (2014), S. 90-91.

⁵⁹ Vgl. Mayring (2022), S. 13, 50-51.

Forschungsfrage wesentliche Aspekte des Materials anhand festgelegter Ordnungskriterien herausgearbeitet, geordnet und bewertet, um einen systematischen Überblick zu schaffen.⁶⁰

Nach der Transkription werden thematisch relevante Passagen paraphrasiert und im nächsten Schritt codiert, um das schriftliche Material weiter zu verdichten. Dies geschieht indem einzelne Interviewpassagen thematischen Kategorien zugeordnet werden. Die Inhalte der Interviews wurden in unserer Untersuchung in fünf Kategorien unterteilt: „Pull-Faktoren“, „Push-Faktoren“, „Gewerbesteuer“, „agglomerationsbildende Faktoren“ und „Wettbewerbsfähigkeit“. Anhand der Codierung lässt sich dann erkennen, an welchen Stellen des Interviews sich Äußerungen befinden, die thematisch zusammengehören. Diese werden zusammengefasst und um inhaltliche Wiederholungen gekürzt. Nach diesem thematischen Vergleich folgt die Analyse, indem die gesamten Transkriptionen der Interviews nach den Kategorien reorganisiert werden.⁶¹

4. Auswertung der Experteninterviews

4.1. Einschätzung relevanter Standortfaktoren

Tabelle 1 dokumentiert die von den Befragungspersonen genannten Standortfaktoren, wobei zwischen Push-Faktoren und Pull-Faktoren unterschieden wird. Bei den jeweiligen Faktoren ist angegeben, wie häufig diese in den Interviews entweder als Pull-Faktor und/oder als Push-Faktor benannt worden sind. Wichtig ist, dass Standortfaktoren nur dann berücksichtigt wurden, wenn diese explizit und aktiv durch die befragten Personen als relevante Standortfaktoren benannt wurden. Dementsprechend wurde die Gewerbesteuer nicht als relevanter Standortfaktor benannt, wenn sich Interviewpartner nur in Reaktion auf Rückfragen des Interviewers bzw. der Interviewerin dazu geäußert haben.

Die einzelnen Kategorien der Standortfaktoren (etwa Verkehrsinfrastruktur, Fach-/Arbeitskräfteverfügbarkeit) wurden unter Berücksichtigung der einschlägigen Literatur zur Standortwahl induktiv aus dem Datenmaterial herausgearbeitet, wobei Kategorien so gestaltet wurden, dass sie möglichst genau den von den Befragungspersonen genannten Faktor bzw. Aspekt bezeichnen. Die maximale Anzahl der Nennungen eines Faktors entspricht der Anzahl der jeweiligen Interviews (also etwa 5 im Falle von Oberhausen). Es wurde also nicht danach differenziert, ob ein bestimmter Faktor innerhalb eines Interviews besonders häufig als relevant bezeichnet wurde. Standortfaktoren werden in Tabelle 1 fett dargestellt, wenn diese in mehr

⁶⁰ Vgl. ebenda, S. 66.

⁶¹ Vgl. Misoch (2019), S. 124; Kaiser (2014), S. 105-106.

als der Hälfte der Interviews für die entsprechende Kommune als relevanter Standortfaktor benannt worden sind.

Oberhausen (5 Interviews)	Düsseldorf (4 Interviews)	Magdeburg (3 Interviews)
Pull-Faktoren		
Verkehrsinfrastruktur (5) Fach-/Arbeitskräfteverfügbarkeit (3) Nähe zu anderen Unternehmen (2) Nähe zu Kunden (2) Flächenverfügbarkeit (4) Geografischen Lage (3) Image der Stadt (1) Förderungsmöglichkeiten (3) Vorhandene Cluster (3) Vorhandenes Netzwerk (1) Erreichbarkeit für Mitarbeitende (3) Gute Sichtbarkeit (3) Größe Absatzmarkt, Kundenanzahl (2) Offenheit und Bereitschaft der Kommune (2) Kulturelles Angebot, Freizeitmöglichkeiten (2) Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung (2) Lebenshaltungskosten (2) Nähe zu anderen Großstädten (1) Lebensumfeld/Heimatverbundenheit (1) Preisgünstige Flächen (2) Verfügbarer und bezahlbarer Wohnraum (2) Erreichbarkeit für Kunden (2) Örtliche Verbundenheit (2) Informations- und Kommunikationsinfrastruktur (2)	Verkehrsinfrastruktur (3) Fach-/Arbeitskräfteverfügbarkeit (4) Nähe zu anderen Unternehmen (3) Nähe zu Kunden (3) Flächenverfügbarkeit (1) Geografischen Lage (2) Image der Stadt (4) Förderungsmöglichkeiten (2) Vorhandene Cluster (2) Vorhandenes Netzwerk (3) Erreichbarkeit für Mitarbeitende (1) Gute Sichtbarkeit (1) Größe Absatzmarkt, Kundenanzahl (2) Offenheit und Bereitschaft der Kommune (2) Kulturelles Angebot, Freizeitmöglichkeiten (2) Hohe Lebensqualität (3) Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung (2) Lebenshaltungskosten (1) Nähe zu anderen Großstädten (2) Lebensumfeld/ Heimatverbundenheit (2) Internationaler Standort (3) Angebot an unternehmensorientierten Dienstleistungen (3) Nähe zu Universitäten (2) Größte japanische Gemeinde mit einer Schule (2)	Verkehrsinfrastruktur (3) Fach-/Arbeitskräfteverfügbarkeit (3) Geringe Lohnkosten (2) Nähe zu Kunden und Lieferanten (1) Flächenverfügbarkeit (2) Geografischen Lage (1) Niedrige Immobilien- und Grundstückspreise (3) Image der Stadt (2) Förderungsmöglichkeiten (2) Vorhandene Cluster (Tradition im Maschinenbau) (1) Erreichbarkeit für Mitarbeitende (2) Offenheit und Bereitschaft der Kommune (1) Kulturelles Angebot, Freizeitmöglichkeiten (1) Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung (2) Lebensumfeld/Heimatverbundenheit (2) Hohe Lebensqualität (3) Nähe zu Universitäten (1) Landeshauptstadt (1) Allgemein gute wirtschaftliche Lage (1) Informations- und Kommunikationsinfrastruktur (1)
Push-Faktoren		
Mangel an Flächen (2) Betriebsinterne Umstrukturierungen (2) Hohe Gewerbesteuer (4)	Mangel an Flächen (4) Hohe Miet- und Immobilienkosten (4) Betriebsinterne Umstrukturierungen (3) Angespannte Verkehrslage (1) Kein Zugriff auf bestimmte Fördertöpfe (3)	Mangel an Flächen (3) Kein Zugriff auf bestimmte Fördertöpfe (2)

Tabelle 1: Überblick über die in den Interviews thematisierten Push- und Pull-Faktoren

Die **Verkehrsinfrastruktur** ist der am häufigsten genannte Standortfaktor in Oberhausen, Düsseldorf und Magdeburg. Elf der zwölf befragten Personen sind sich einig über die hohe Bedeutung einer gut ausgebauten Verkehrsinfrastruktur für die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts.⁶² Herr Tsalastras führt zu Oberhausen an: „*Wir sind zwar eine arme Stadt, aber die Verkehrsmöglichkeiten, die Oberhausen bietet, sind schon sehr gut. Wir haben etliche Eisenbahnverbindungen, Autobahnverbindungen. Der Kanal geht durch Oberhausen, auch mit entsprechender Anlegestelle. Das ist schon etwas, was Unternehmen interessiert, dass*

⁶² Vgl. Henseler (D1); Kranen/Brauer (D2); Borkenstein (D3); Eichhorn (D4); Schmid (D5); Tsalastras (D6); Fahrendorf (D7); Schneider (D8); Küßner (D10); Möller (D11); Menzel (D12).

man gute Verkehrsverbindungen hat.“ Herr Möller sieht einen bedeutenden Standortfaktor in der Infrastruktur von Magdeburg: *„Wir haben eine sehr gute Verkehrsinfrastruktur. Wir liegen ganz zentral. [...] Wer im Bereich Logistik unterwegs ist, der braucht eine Autobahn. [...] Wir haben den Straßenverkehr sehr gut angebunden, [...] den Mittellandkanal ganzjährig befahrbar und den Schienengüterverkehr relativ gut angebunden. Der Personenverkehr ist ausbaufähig, da die ICE-Strecke fehlt.“* Auch die zentrale Lage Düsseldorfs ist laut Einschätzung der Experten attraktiv für Unternehmen. Die Stadt verfügt neben einer guten Straßen-, Wasser- und Schienenanbindung zudem über einen eigenen Flughafen, was sie für bestimmte Branchen und internationale Ansiedlungen besonders attraktiv macht.⁶³

Die **Flächenverfügbarkeit** stellt einen weiteren zentralen Faktor dar. Fast alle Experten heben die Bedeutung ausreichend verfügbarer Gewerbe- und Industrieflächen für die Expansion und Neuansiedlung von Unternehmen hervor.⁶⁴ Frau Schneider, die Stadtkämmerin von Düsseldorf, führt hierzu aus: *„Wichtige Standortfaktoren sind auf jeden Fall die Verfügbarkeit von Grundstücken in der geeigneten Größe oder die Verfügbarkeit von Immobilien.“*⁶⁵ Der Steuer- und Gründungsberater Menzel erläutert für Magdeburg: *„Den großen Flächenbedarf in der Innenstadt kann man auch nicht einfach so stillen. Das ist sind eher die vorrangigen Faktoren, der Rest ist eher nachrangig.“*⁶⁶ Nach Aussage von Herrn Borkenstein (IHK zu Essen, zuständig für Oberhausen) ist die Verfügbarkeit von Flächen ein zentraler Pull-Faktor für die Gemeinde Oberhausen, da hier auch noch großflächige Grundstücke verfügbar sind. Herr Möller weist darauf hin, dass die Verfügbarkeit von Flächen sowie die Infrastruktur ausschlaggebend für die Ansiedlung von Rewe in Magdeburg waren. In Düsseldorf sind fehlende Flächen nach Auskunft aller befragter Experten, einer der Hauptgründe, weshalb sich Unternehmen woanders ansiedeln. Die mangelnde Flächenverfügbarkeit ist dort somit ein entscheidender Push-Faktor.⁶⁷ *„Wir haben so gut wie keine Flächen mehr, die wir zur Verfügung stellen. Dann müssen die halt eher gucken, dass sie irgendwo sich ansiedeln, wo sie halt eben diese Flächen-, Büroraum oder so, das ist jetzt nicht so das Thema, aber gerade jetzt größere Industrieflächen, Gewerbeflächen oder so, dass halt natürlich recht knapp hier, ein knappes Gut.“*⁶⁸ Auch in Magdeburg wird der Flächenmangel zum Problem: *„Wo finde ich*

⁶³ Vgl. Brauer (D2); Schneider (D8).

⁶⁴ Vgl. Henseler (D1); Kranen/Brauer (D2) Borkenstein (D3); Schmid (D5); Tsalastras (D6); Schneider (D8); Schachmann (D9); Küßner (D10); Möller (D11); Menzel (D12).

⁶⁵ Vgl. Borkenstein (D3); Möller (D11); Schneider (D8).

⁶⁶ Vgl. Menzel (D12).

⁶⁷ Vgl. Kranen/Brauer (D2), Fahrendorf (D7); Schneider (D8); Schachmann (D9).

⁶⁸ Stephanie Kranen bei Kranen/Brauer (D2).

überhaupt noch freie, bezahlbare Flächen? Vor allem für große Industrieunternehmen [...] also wir haben nahezu keine Großflächen mehr. Also wenn Sie heute über einhundert, zweihundert Hektar suchen, finden Sie keine zusammenhängende Fläche mehr.“⁶⁹ Auch Oberhausen hat nicht für jeden Bedarf eine geeignete Fläche zur Verfügung: „Also als Beispiel war da ein produzierendes Unternehmen aus Oberhausen, die sich erweitern wollten und keine passende Fläche in Oberhausen gefunden haben. Mit der Konsequenz, dass die dann einen Teil ihrer Produktion in Oberhausen gelassen haben und zu anderen Standort nach Gladbeck gezogen sind. Gladbeck ist nicht weit weg. Das heißt, auch da schaffen sie es natürlich ihre bestehenden Mitarbeiter mitzunehmen.“⁷⁰ Generell stellen nach Ansicht von mehreren Experten Betriebserweiterungen ohne eine geeignete Fläche am Standort neben betriebsinternen Umstrukturierungen einen Hauptgrund für Wegverlagerungen von Standorten und damit einen zentralen Push-Faktor dar.⁷¹

In Düsseldorf wirken nicht nur den Flächenmangel, sondern auch die hohen Miet- und Immobilienkosten, als Push-Faktor.⁷² „Da sind sehr, sehr begehrte Bürolagen, wo man dann auch hinmöchte, aber da sind wir ja natürlich auch wieder in den Preissegmenten, was halt auch einfach irgendwie viele Unternehmen nicht zahlen können oder dann vielleicht irgendwie nur ein kleines Büro in so einer 1a-Lage haben und den Rest des Unternehmens dann aber vielleicht eher außerhalb von Düsseldorf.“⁷³ Oberhausen verfügt nicht nur über ein größeres Flächenangebot, sondern zeichnet sich auch durch niedrigere Flächenkosten aus: „Es gibt genug. Also es gibt noch Flächen in Oberhausen. Wir hätten gerne mehr. [...] Aber ich sage mal im Vergleich zu Düsseldorf oder den großen Ballungsräumen ist das hier auch noch relativ preisgünstig möglich. Das ist jetzt, wenn man in Düsseldorf ein Grundstück kaufen muss, das ist ja dann schon nicht mehr zu bezahlen. Das gleiche gilt für Köln. Also es ist schon schwierig.“⁷⁴ Auch in Magdeburg sind und waren günstige Immobilienpreise ein Pull-Faktor, so etwa Frau Küßner oder Herr Menzel.⁷⁵

Die **Verfügbarkeit von Fach- und Arbeitskräften** zählt ebenfalls zu den bedeutendsten Standortfaktoren. Zehn der zwölf befragten Experten betonen, wie essenziell die Verfügbarkeit

⁶⁹ Küßner (D10).

⁷⁰ Vgl. Borkenstein (D3).

⁷¹ Vgl. Borkenstein (D3); Tsalastras (D6); Kranen/Brauer (D2); Schneider (D8); Schachmann (D9)

⁷² Vgl. Kranen/Brauer (D2); Fahrendorf (D7); Schachmann (D9).

⁷³ Stephanie Kranen bei Kranen/Brauer (D2).

⁷⁴ Tsalastras (D6).

⁷⁵ Vgl. Küßner (D10); Menzel (D12).

von Arbeitskräften ist.⁷⁶ Herr Borkenstein führt aus: „Die Unternehmen brauchen natürlich Mitarbeitende, dass sie die gut bekommen können, dass sie auch eine Region haben, wo Menschen arbeiten möchten und leben möchten.“⁷⁷ Herr Schachmann hebt die hohe Fachkräfteverfügbarkeit als Standortvorteil Düsseldorfs hervor: „Düsseldorf zieht aufgrund [...] der hohen Fachkräfteverfügbarkeit viele Start-ups an. Die Verfügbarkeit von IT- und Tech-Fachkräften spielt hier eine große Rolle.“⁷⁸ Auch Magdeburg profitiert von spezialisierten Fachkräften, wie Herr Möller anmerkt: „Magdeburg punktet mit Fachkräften im Maschinenbau.“⁷⁹ Frau Küßner führt hierzu aus: „Magdeburg verfügt über gut ausgebildete Arbeitskräfte, und deren Lohnkosten sind im bundesweiten Vergleich geringer.“⁸⁰

Durch den Fachkräftemangel werden vorhandene und eingearbeitete Mitarbeiter ein Argument gegen eine Standortverlagerung – auch wenn der alternative Standort Kostenvorteile bietet: „[...] wenn sich jetzt ein Unternehmen aus dem Großraum Düsseldorf überlegt: Wir gehen nach Mönchengladbach, weil wir dort für die Schaffung oder Sicherung von Arbeitsplätzen Zuschüsse zu Investitionen erhalten, wenn wir beispielsweise eine neue Fabrikhalle bauen“, dann stellt sich die Frage: Gehen unsere Mitarbeiter überhaupt mit? Ja, und da braucht es einiges an Unterstützung. Manchmal entscheidet sich ein Unternehmen dann doch dagegen und sagt: „Nein, wir lassen das lieber, weil wir befürchten, dass unsere Mitarbeiter nicht mitgehen.“⁸¹ und „[...] die möchten gerne innerhalb des Ruhrgebiets bleiben und schon eher des Kernruhrgebiets, weil die sagen, wir haben so viele spezialisierte Arbeitskräfte. Ich habe gerade gesagt, wie wichtig Arbeitskräfte für Unternehmen sind. Wenn die jetzt ganz woanders hingehen müssten, dann würden wahrscheinlich nicht alle Arbeitskräfte mitgehen.“⁸² Es wird deutlich, dass auch die **Erreichbarkeit für die Mitarbeitende** (v.a. bei Oberhausen und Magdeburg) eine wichtige Rolle bei der Standortentscheidung spielt.⁸³ „Da spielt dann eher mittlerweile eine Rolle, wo sind die Mitarbeiter, also wo wohnen die Mitarbeiter? Haben die es nicht so weit?“⁸⁴ Damit besteht auch ein Zusammenhang zwischen der Verkehrsinfrastruktur und der Verfügbarkeit von Fachkräften.

⁷⁶ Vgl. Henseler (D1); Kranen/Brauer (D2) Borkenstein (D3); Tsalastras (D6); Fahrendorf (D7); Schneider (D8); Schachmann (D9); Küßner (D10), Möller, (D11); Menzel (D12).

⁷⁷ Borkenstein (D3).

⁷⁸ Schachmann (D9).

⁷⁹ Möller (D11).

⁸⁰ Küßner (D10).

⁸¹ Fahrendorf (D7).

⁸² Vgl. Borkenstein (D3).

⁸³ Vgl. Borkenstein (D3); Eichhorn (D4); Tsalastras (D6); Fahrendorf (D7) Küßner (D10), Möller (D11); Menzel (D12).

⁸⁴ Vgl. Fahrendorf (D7).

Interessant ist auch die Einschätzung des Experten der IHK Magdeburg Christian Möller, dass eine fehlende Willkommenskultur zukünftig zum Standortnachteil werden könnte: *“Welcher Standort dort sozusagen die Willkommenskultur [...] darstellen kann, der wird einen weichen Standortfaktor haben. Machen wir uns nichts vor, wenn man weltweit bei den Ingenieursplätzen bei Intel, nur um das mal als Beispiel aufzuführen, wenn ich weltweit als Arbeitgeber rekrutieren will [...] wenn im schlechtesten Fall in Thüringen oder Sachsen eine AfD in der Regierung sitzt, wird das definitiv für eine Standortwahl oder für die Wohnortwahl eines Mitarbeiters entscheidend sein.”*⁸⁵

Die Mehrheit der Befragungspersonen gab für Düsseldorf und Magdeburg – aber nicht für Oberhausen – an, dass Unternehmen auch das **Image der Stadt** als weichen Pull-Faktor berücksichtigen.⁸⁶ So erläuterte Dorothée Schneider: *„(...) das Image der Stadt und ob die Stadt, der neue Ansiedlungsort für die Führungskräfte und vor allen Dingen für die Geschäftsführung und deren Familien auch interessant sind, also vor allen Dingen bei ausländischen Unternehmen, internationalen Unternehmen. Das ist sehr wichtig.“*⁸⁷ In Magdeburg überzeugt das Image als Sport- und Landeshauptstadt. *“Ich finde auch Magdeburgs Image wahnsinnig toll. Dieses Sport-Stadt-Image zu haben. Für viele Menschen ist das hier ein Sympathiefaktor.”*⁸⁸ An Oberhausen wird deutlich, dass das Image sowohl ein Pull- als auch ein Push-Faktor sein kann. *„Es gibt natürlich Unternehmen, da spielt das Image eine besondere Rolle. Also wenn Sie jetzt die Modebranche nehmen oder die Werbeagenturen oder andere. Da spielt es natürlich schon eine Rolle, wo sie gerade sitzen, um auch entsprechend attraktiv zu sein für Kunden. Da ist bei uns das Centro⁸⁹ als Adresse eine der wenigen, wo ich sagen würde, da haben sich auch Unternehmen direkt angesiedelt, auch aus dem Grund, insbesondere auch Agenturen, die damit auch werben. Das funktioniert aber in der Oberhausener Innenstadt nicht. Also da würde das nicht funktionieren, wenn man jetzt so ein mehr oder weniger nationalen oder internationalen Anspruch hat und die Kunden, die man hat, weit über Oberhausen hinaus sucht, dann ist natürlich so eine Adresse wichtig. Und da gehen die Leute schon nach Düsseldorf, Köln oder so, wo auch noch ein besonderes Flair auch mit verbunden wird.“*⁹⁰

⁸⁵ Möller (D11).

⁸⁶ Vgl. Kranen/Brauer (D2); Tsalastras (D6); Fahrendorf (D7); Schneider (D8); Schachmann (D9); Möller (D11); Menzel (D12).

⁸⁷ Schneider (D8).

⁸⁸ Menzel (D12).

⁸⁹ Infolge der Deindustrialisierung freigewordene Gewerbeflächen wurden für den Bau des Einkaufszentrum Centro genutzt, um sich auf die Tourismus- und Freizeitbranche zu spezialisieren; vgl. Stadt Oberhausen (o.J.).

⁹⁰ Eichhorn (D4).

Auch die geographische Lage, die **Nähe zu anderen Unternehmen** und die **Nähe zu Kunden** wird von etwa der Hälfte der Befragungspersonen als ein wichtiger Standortfaktor eingeschätzt.⁹¹ In Oberhausen ist es beispielsweise die verkehrsgünstige Lage für das Handwerk: „Autolackierer usw. da hatte ich vielfach, die wollen dann direkt nach Oberhausen, weil das ebenso zentral zwischen Essen und Duisburg liegt.“⁹² Topgolf schätzt die Lage wegen der Anzahl der Kunden: „Wir sind auf Gäste angewiesen. Von der geografischen Lage in Deutschland her ist Oberhausen wirklich absolut fantastisch, weil wir ein riesen Einzugsgebiet haben.“⁹³ Topgolf nutzt für die Standortwahl ein standardisiertes Evaluationsverfahren, wo die Anzahl der Kunden der wichtigste Standortfaktor ist: „[...] Wir kommen immer über die Masse, [...] also bei uns steht das Einzugsgebiet über allem.“⁹⁴ Danach folgen die Faktoren Verkehrsanbindung, lokale Kaufkraft und eine gute Visibilität, idealerweise von der Autobahn. Das Unternehmen versteht sich komplementär zu den Konzepten vor Ort.⁹⁵ Oberhausen hatte durch die Deindustrialisierung freie Gewerbeflächen, die für den Bau des Einkaufszentrum Centro genutzt wurden, um sich auf die Tourismus- und Freizeitbranche zu spezialisieren.⁹⁶ Die Stadt profitiert heute von den daraus entstehenden Lokalisationseffekten, wie auch am Beispiel von Topgolf zu sehen ist. „Man hat auch in Oberhausen sehr schön komplementäre Konzepte. Also bei uns gegenüber ist ja das Centro, das ist auch ein riesen Besuchermagnet und wir verstehen uns da schon ein bisschen immer so als komplementär zu diesen anderen Konzepten. Das heißt, für uns hat dieser Standort einfach perfekt gepasst.“⁹⁷

Herr Tsalastras bezeichnet die Lokalisationseffekte auch als Synergieeffekte und beschreibt sie für die Tourismus- und Freizeitbranche in der Stadt folgendermaßen: „Also das gibt viele Möglichkeiten so ein Aufenthalt zu kombinieren und das ist natürlich an der Stelle für solche Unternehmen total attraktiv. Wenn die jetzt irgendwo aufs platte Land gegangen wären, hätten sie vielleicht auch einen guten Autobahnanschluss gehabt, aber die Leute würden dann nur kommen, um zu Topgolf zu gehen. Jetzt gibt es viele, die sagen okay, dann lasst uns dahinfahren und dann machen wir noch Topgolf, oder wenn wir Topgolf machen können wir noch das und das machen.“⁹⁸ Es sollte allerdings nicht unerwähnt bleiben, dass sich auf der anderen Seite die Attraktivität der Innenstadt dadurch verschlechtert hat: „Zudem kam dann in Oberhausen

⁹¹ Vgl. Henseler (D1); Eichhorn (D4); Schmid (D5); Kranen/Brauer (D2); Schachmann (D9).

⁹² Eichhorn (D4).

⁹³ Schmid (D5).

⁹⁴ Schmid (D5).

⁹⁵ Vgl. Schmid (D5).

⁹⁶ Vgl. Stadt Oberhausen (o.J.); Eichhorn (D4).

⁹⁷ Schmid (D5).

⁹⁸ Tsalastras (D6).

auch noch die Schwierigkeit mit dem Centro Oberhausen. Das ist auch noch mal ein Punkt, dieses riesige Einkaufszentrum, was natürlich viel Kaufkraft aus der Innenstadt gezogen hat. Dadurch hat die Innenstadt absolut an Attraktivität verloren.“⁹⁹ Neben der Tourismus- und Freizeitbranche hat Oberhausen Schwerpunkte in der Chemie- und Baubranche.¹⁰⁰

Sowohl Düsseldorf als auch Oberhausen profitieren von Agglomerationseffekten, die sich durch die räumliche Konzentration wirtschaftlicher Aktivitäten ergeben. In Oberhausen führt die Spezialisierung auf die Tourismus- und Freizeitbranche zu starken Lokalisationsvorteilen und zeigt neue Investitionsmöglichkeiten sowie Entwicklungsperspektiven für die Stadt auf.¹⁰¹

Auch in Düsseldorf werden Lokalisierungseffekte als bedeutender Standortvorteil beschrieben: „[...] im Bereich Telekommunikation, im Bereich Maschinenbau. Die ganze Beraterinfrastruktur ist bei uns und es ist für mich immer wieder erstaunlich, dass eigentlich Konkurrenten trotzdem die räumliche Nähe zueinander suchen, um sich darzustellen.“¹⁰²

Düsseldorf hat auch eine aktive Start-up-Szene: „[...] wo es in Düsseldorf einen Schwerpunkt gibt, ist der Life-Science und Health-Sektor. Natürlich mit Laboren, die hier extrem dicht sind, ein sehr hohes Maß haben und auch über die Universität. Darüber hinaus haben wir einen Schwerpunkt, was Gamification angeht, mit Ubisoft, die am Standort sind, die dort sich sehr stark engagieren und im Allgemeinen haben wir eine starke Softwareentwicklung. Das sind die drei großen Branchen, die wir in Düsseldorf an Start-ups haben.“¹⁰³

Ein besonderer Standortfaktor ist die **japanische Gemeinde** in Düsseldorf, die zu einem bedeutenden Teil auf historischer Entwicklung beruht.¹⁰⁴ „Also ich würde alles im internationalen Kontext da nochmal ergänzen, dass wir ja auch in Düsseldorf ein internationaler Standort sind und insbesondere, was zum Beispiel japanische Community betrifft, ist ja Düsseldorf die größte japanische Community innerhalb Europas [...], ich habe eine japanische Schule, ich habe einen japanischen Kindergarten. Ich habe ganze Stadtteile irgendwie die sich dann fasst so anfühlen, als ob ich zuhause bin. Dann haben wir auch eine riesengroße chinesische Community hier. Also das ist schon was, das gerade im internationalen Kontext wahnsinnig viele Menschen anzieht.“¹⁰⁵ Die Stadt konnte diese Standortfaktoren nutzen und erfolgreich weiterentwickeln. Dies verdeutlichen Aussagen der

⁹⁹ Eichhorn (D4).

¹⁰⁰ Vgl. Tsalastras (D6).

¹⁰¹ Vgl. Henseler (D1).

¹⁰² Schneider (D8).

¹⁰³ Schachmann (D9).

¹⁰⁴ Vgl. Lahner (2020), S. 448.

¹⁰⁵ Kranen/Brauer (D2).

Wirtschaftsförderung: „Also unsere Kollegen aus dem internationalen Team sind ja sehr viel unterwegs, machen eben entsprechende Akquise-Reisen und da zählt es sich auf jeden Fall aus, dass sie wirklich über viele, viele Jahre da sehr gute Kontakte aufbauen, da wirklich ein großes Netzwerk auch haben und es ist zum Beispiel in den letzten Jahren so, dass wir eine ganze Reihe von indischen Unternehmen bis koreanische Unternehmen in Düsseldorf ansiedeln und da zählt es sich einfach immer wieder aus, dass da auch unser Team International Business Service, dass sie so aktiv sind, dass sie so einen engen und guten Kontakt auch zu den entsprechenden Personen dann in den jeweiligen Ländern haben (...).“¹⁰⁶

In Düsseldorf führen die große Branchenvielfalt und Größe der Stadt zu Urbanisationseffekten., was sich in einem breiten und höherwertigen Angebot an unternehmensorientierten Dienstleistungen niederschlägt.¹⁰⁷ So unterstützen etwa die Startup-Unit oder der Expat Service Desk internationale Fach- und Führungskräfte: „[...] dass man da die Voraussetzungen schafft und nicht immer von einem Touristenvisum zum nächsten geht, sondern wirklich den Aufenthalt hier auch über längere Zeit ermöglicht und diese ganzen Beratungen anbietet. [...] Also das lassen wir uns auch was kosten, also an Personalkosten.“¹⁰⁸ Zum anderen trägt die Urbanisierung zu einer höheren Lebensqualität¹⁰⁹ und dem Zuzug hochqualifizierter Fachkräfte bei: „[...] aber in den letzten 15, man kann vielleicht sogar sagen 20 Jahren, haben wir ja einen einfach nur enormen Zuwachs erlebt und da Düsseldorf jetzt, ich sag mal, nicht die preiswerteste Stadt ist, muss das ja auch so sein, dass da gut qualifizierte Leute sind, die eben auch in den Unternehmen als Fachkräfte zur Verfügung stehen, denn sonst wäre es ja auch kaum bezahlbar.“¹¹⁰ Die Mehrheit aller Befragungspersonen verweist gerade für Düsseldorf und Magdeburg darauf, dass weiche Standortfaktoren, wie das **Image der Stadt**, die **Lebensqualität** und das **kulturelle Angebot** sowie im Falle von Düsseldorf dessen **Internationalität** von großer Bedeutung sind.¹¹¹

Jeweils etwa die Hälfte der Expertinnen und Experten betonen, dass sowohl die **Offenheit und Bereitschaft der Kommune** als auch die **Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung** wichtige Faktoren für Unternehmensansiedlungen sind.¹¹² Die Wirtschaftsförderung Düsseldorf hob die spürbaren Auswirkungen bei der Ansiedelung des EUREF-Campus hervor:

¹⁰⁶ Kranen/Brauer (D2).

¹⁰⁷ Vgl. Goebel/Hamm (2010), S. 194.

¹⁰⁸ Schneider (D8).

¹⁰⁹ Vgl. Goebel/Hamm (2010), S. 194.

¹¹⁰ Kranen/Brauer (D2).

¹¹¹ Vgl. Kranen/Brauer (D2); Borkenstein (D3); Eichhorn (D4); Schmid (D5); Schneider (D8); Schachmann (D9); Küßner (D10); Möller (D11); Menzel (D12).

¹¹² Vgl. Henseler (D1); Kranen/Brauer (D2); Tsalastras (D6); Schneider (D8), Küßner (D10); Möller (D11).

„[...] da haben wir als Wirtschaftsförderung sehr, sehr stark auch und sehr intensiv für, also natürlich entsprechend viel gearbeitet und gekämpft, dass EUREF sich für Düsseldorf entscheidet. [...] Ja und das ist vielleicht auch ein gutes Beispiel für das, was ich eben gesagt habe mit der Leistungsfähigkeit der Verwaltung, denn gerade bei diesem Beispiel, da war es ja so, dass wir im Grunde genommen mit EUREF innerhalb von 3 Monaten einig waren, das Grundstück beschafft wurde und die Genehmigung da waren und so weiter und ohne dass wir jetzt die Konkurrenzstädte nennen wollen, aber da haben andere naja annähernd 3 Jahre, würde ich jetzt mal sagen, daran gearbeitet. Also es hätte auch so sein können, dass sie woanders hingehet, aber an der Stelle ist es eben ganz wichtig gewesen, Leistungsfähigkeit zu zeigen und auch tatsächlich unter Beweis zu stellen.“¹¹³

Ähnliches berichtet Topgolf über Oberhausen: *„Ja, die Geschwindigkeit ist immer relativ wichtig, also wie agil die Stadt ist. Da geht es ja auch um Bebauungspläne, Aufstellung usw., deswegen hatte ich auch gesagt, dass die Kommunikation und die Hilfe der Stadt Oberhausen da wirklich fantastisch waren. Das kennen wir auch von anderen Städten anders. [...] Wir hatten auch schon Standorte, wo einfach ja, da kämpft man gegen Windmühlen [...].“¹¹⁴* Herr Schmid betonte zudem die Wichtigkeit eines festen Ansprechpartners, dass *„man nicht irgendwie an die Infomail schreibt, sondern dass man wirklich Leute hat. Da kommen wir wieder auf Ihren Punkt zurück mit der Messe. Dieser persönliche Kontakt, dass man diesen Ansprechpartner hat, wo man wirklich merkt, okay, der ist proaktiv dabei, der kümmert sich und das von der Wirtschaftsförderung zu haben, ist in unserer Position schon sehr, sehr wichtig. Weil oft schreibt man dann irgendwie mit einer Infoadresse hin und her, man bekommt keine Antwort. Das kennt man leider sehr oft, ja.“¹¹⁵*

Auch Herr Möller, Experte der IHK Magdeburg, sieht in der Qualität der Verwaltungsarbeit einen relevanten Standortfaktor: *“ [...] gerade in der letzten Woche gab’s da auf dem Wirtschaftsforum einen Ausblick, warum sind gerade in Sachsen-Anhalt speziell die Wirtschaftsansiedlungen im Vergleich zu anderen Bundesländern deutlich präferierter? Und da war neben den Flächen das ganz klare Kernziel die Geschwindigkeit der Verwaltung, Geschwindigkeit von Verwaltungsprozessen, Geschwindigkeit von Bewilligungen, sprich das fängt bei Baugenehmigungen an und geht über Beteiligungsverfahren etc.“¹¹⁶*

¹¹³ Kranen/Brauer (D2).

¹¹⁴ Schmid (D5).

¹¹⁵ Schmid (D5).

¹¹⁶ Möller (D11).

Ebenso betont die Hälfte der befragten Experten, dass der **Zugang zu staatlichen und kommunalen Förderprogrammen** eine wichtige Rolle spielt.¹¹⁷ Im Falle von Düsseldorf wirken nicht verfügbare Fördertöpfe auch häufig als Push-Faktor und veranlassen Unternehmen dazu, alternative Standorte in Betracht zu ziehen.¹¹⁸ Im Falle von Oberhausen und Magdeburg sind Fördermöglichkeiten oft aber auch nicht immer Pull-Faktoren: *“In Berlin wurden dieser Unternehmung Investitionszuschüsse angeboten, welche es in Magdeburg nicht gab. Die Möglichkeit diese Förderung zu erhalten war ausschlaggebend für die Standortwahl.”*¹¹⁹ Menzel erläutert zudem: *“Die hätten hier möglicherweise bessere Bedingungen gefunden aber haben gesagt, dass sie lieber in die Peripherie gehen, also die mittelbare Umgebung, da sie eh hier herwollten. Ausschlaggebend waren hier die niedrigen Grundstückspreise, die Investitionszuschüsse. Das hat damals eine große Rolle gespielt und nicht unbedingt die Gewerbesteuer.”*¹²⁰

Besonderheiten ergeben sich bei der **Standortwahl von Start-ups und Existenzgründungen**. Nach den Erfahrungen der Befragungspersonen entstehen Gründungen meist im direkten Lebensumfeld der Gründerinnen und Gründer, wo bereits ein **persönliches oder berufliches Netzwerk** besteht.¹²¹ *„Genau, das ist ja was man auch oft sieht ist, insbesondere bei Start-up Gründungen, dass man natürlich dort gründet, wo man studiert hat oder wo man schon ein Netzwerk hat und deshalb ist die Wertsiedlung, zumindest von Jungunternehmen, relativ selten. Also jemand, der in Berlin groß geworden ist, wird sehr wahrscheinlich nicht nach Düsseldorf ziehen, um hier sein Start-up zu gründen, wenn er hier niemanden kennt und kein Netzwerk hat”,* so etwa Herr Schachmann.¹²² Ähnlich äußerte sich Frau Küßner aus Magdeburg: *“Handwerksbetriebe werden tendenziell dort gegründet, wo der Inhaber bereits tätig ist oder eine Immobilie besitzt. [...] Gründe dafür können die Vertrautheit mit dem lokalen Markt sein oder die Verfügbarkeit von Ressourcen und die Beziehungen zu Kunden und Lieferanten oder auch einfach die Präferenz des Inhabers für diese bestimmte geographische Lage wie zum Beispiel seiner Heimatstadt Magdeburg.”*¹²³ Dies wurde durch die Handwerkskammer Magdeburg ergänzt, die ein Interview mit dem Hinweis ablehnte, Handwerksbetriebe würden ohnehin immer dort gegründet wo die Gründer ihren privaten Standort hätten.¹²⁴

¹¹⁷ Vgl. Hensler (D1); Fahrendorf (D.7); Schneider (D8); Schachmann (D9); Möller (D11); Menzel (D12).

¹¹⁸ Vgl. Fahrendorf (D7); Schneider (D.8); Schachmann (D9).

¹¹⁹ Küßner (D10).

¹²⁰ Vgl. Menzel (D12).

¹²¹ Vgl. Eichhorn (D4); Fahrendorf (D7); Schachmann (D9).

¹²² Schachmann (D9).

¹²³ Vgl. Küßner (D10).

¹²⁴ Dies erläuterte der Interviewer Herr Triebel in einem Meeting am 13.05.2025.

Bei Existenzgründungen ist auch die Nähe zu den Kunden wichtig: *„Also Kunden behalten, wenn man von einem anderen Arbeitgeber wechselt und oder sich selbstständig macht aus dem Arbeitnehmerverhältnis heraus quasi. Dann will man ja auch vielleicht Kunden mitnehmen. Das kann Friseurkosmetik sein, das kann aber auch andere Handwerke sein, wie Sanitär, Heizung, die dann schon so ein bisschen den Markt und die Kunden so ein bisschen kennen und einschätzen können und sich dann schon eher trauen, sich dort selbstständig zu machen, wo sie eben schon so ein gewisses Umfeld haben, nicht nur persönliches, auch ein berufliches. Das sind, denke ich, die Hauptgründe dafür.“*¹²⁵

Nach Ansicht der Experten kommen Gründungen ohne ein vorhandenes persönliches oder berufliches Netzwerk selten vor. Ausnahmen könnten sich aufgrund von Imagegründen ergeben: *„[...] nur in dem Fall, wenn ich kein Netzwerk habe, ne, also ich sage mal so, es ist natürlich auch für manche Gründer wichtig, eine bestimmte Adresse zu haben. Also ein bestimmtes Gewerbegebiet ist in Anführungsstrichen schicker, als irgendwo auf dem Acker zu sein.“*¹²⁶ Bei Start-ups zählen zusätzlich noch die Förderungsmöglichkeiten und die Nähe zu anderen Unternehmen, um vom Austausch und dem Know-how zu profitieren: *„Also Düsseldorf natürlich Mode und Kunst, so der Schwerpunkt. Entsprechend macht es natürlich sehr viel Sinn, wenn ich ein Start-up gründe, was im Bereich Mode oder Kunst oder Lifestyle ist, dass ich natürlich auch nah an der Szene in Düsseldorf bin.“*¹²⁷

4.2. Bedeutung der Gewerbesteuer

Im Verlauf der Interviews wurden die Expertinnen und Experten um ihre Einschätzung zur Bedeutung der Gewerbesteuer bei der Standortwahl gebeten. Dabei zeigte sich, dass – ebenso wie bei anderen Standortfaktoren – auch bei der Gewerbesteuer Unterschiede zwischen neu gegründeten und etablierten Unternehmen bestehen. Für **Start-ups** scheint die Gewerbesteuer **keine nennenswerte Relevanz** zu haben, da in der Anfangsphase meist noch keine Gewinne erzielt werden und somit keine Gewerbesteuer anfällt. Infolgedessen sind andere Standortfaktoren, wie etwa das Vorhandensein eines Netzwerkes, für Gründungen entscheidender.¹²⁸ Bei kleineren Existenzgründungen scheint die Gewerbesteuer, selbst bei einem hohen Hebesatz, zweitrangig zu sein.¹²⁹ *„Wenn ich jetzt einfach nur mal eben hier ein Ladenlokal für einen Friseur anmiete, wo ich eine gewisse Zeit einen Mietvertrag habe und wo*

¹²⁵ Eichhorn (D4).

¹²⁶ Eichhorn (D4).

¹²⁷ Schachmann (D9).

¹²⁸ Vgl. Tsalastras (D6); Schachmann (D9); Küßner (D10), Möller (D11); Menzel (D12).

¹²⁹ Vgl. Eichhorn (D4).

ich dann erstmal gucke, wie läuft es denn usw., da ist das dann vielleicht noch verschmerzbar mit der Gewerbesteuer und dann sind einfach diese Dinge wie persönliches Netzwerk, vorhandener Kundenstamm gegebenenfalls, das ist dann einfach wichtiger an der Stelle und dann wird das verschmerzt mit der Gewerbesteuer. Also es wird zwar gestöhnt, aber es wird irgendwo verschmerzt [...].“¹³⁰ Der folgende Punkt von Frau Eichhorn könnte dabei noch eine Rolle spielen: „[...] man sieht natürlich häufig bei den Betriebsanalysen, dass der Gewinn fast künstlich versucht wird, niedrig zu halten. Ja, an der 17.000 oder 20.000 € Grenze oder irgendwo, um da nicht besonders in Steuern reinzukommen. Also da hat man dann manchmal schon den Verdacht, wenn man die Bilanzen sieht bei den kleinen Unternehmern, die Jahresabschlüsse.“¹³¹

Nach Herrn Fahrendorfs Erfahrungen spielt der **Gewerbesteuerhebesatz in Düsseldorf keine bedeutende Rolle**: *„[...] das wird dann zur Kenntnis genommen, aber ich glaube manchmal, das erreicht gar nicht den Kopf. Also das wird gar nicht wirklich wahrgenommen, das wird nicht thematisiert, das wird im Vergleich dann zur Kenntnis genommen und wir machen weiter. Es ist nicht wirklich von größerer Bedeutung tatsächlich bei Handwerksunternehmen, die im Großraum Düsseldorf sich selbstständig machen wollen. Auch in Wuppertal. Ich habe halt öfter auch mit Wuppertal zu tun, da ist der Hebesatz 490. Na ja, und auch da, das wird zur Kenntnis genommen, aber das ändert überhaupt nichts, [...] ich glaube, dass das nicht wirklich in irgendeiner Form in den Überlegungen Bedeutung erlangt.“¹³² Die Erfahrungen der Befragungspersonen deuten darauf hin, dass der Hebesatz erst bei einer überdurchschnittlichen Höhe für die Existenzgründer relevant wird. Dies führt aber in allerding in der Regel nicht zu einer Verlagerung des Unternehmens, da Netzwerkeffekte und das allgemeine Lebensumfeld wichtiger sind. Wenn jedoch höhere Investitionen zu tätigen sind und der Prozess der Standortfindung länger andauert, kann die Wirkung des hohen Gewerbesteuerhebesatzes als Push-Faktor zunehmen: *„Also Leute, die dann auch ein größeres Grundstück benötigen und größere Fertigung, um da langfristig auch da zu bleiben usw., auch zum Beispiel beim Immobilienkauf. Da rücken solche Faktoren plötzlich dann noch mal stärker ins Gewicht. [...], ich denke umso mehr man sich mit Standort befasst, weil man dann auch sucht und dann kommt da so eine Stadt Dinslaken angrenzend mit einem bedeutend niedrigeren**

¹³⁰ Eichhorn (D4).

¹³¹ Eichhorn (D4).

¹³² Fahrendorf (D7).

*Gewerbsteuerhebesatz. Das kann schon ein Argument sein, an die Stadtgrenze zu gehen zum Beispiel.*¹³³ Dinslaken hat einen Hebesatz von 460 % im Verhältnis zu 580 % in Oberhausen.

Aus Sicht der befragten Personen trifft dies auch für etablierte Unternehmen in Düsseldorf zu. Ihnen ist kein Fall bekannt, wo ein Unternehmen sich gegen den Standort aufgrund des Gewerbesteuerhebesatzes entschieden hat. Die zwei Push-Faktoren, die in Düsseldorf eine Rolle spielen, sind der Mangel an Flächen sowie die hohen Miet- und Immobilienkosten.¹³⁴ Nach Frau Schneiders Ansicht wird der Gewerbesteuerhebesatz in seiner Wirkung bei Unternehmensansiedlungen überschätzt: *„Natürlich ist es ein Unterschied, ob man in Düsseldorf, wir haben einen Hebesatz von 440 Punkten, ob man 440 zahlt oder 650 oder 800. Das ist selbstverständlich ein Unterschied, der auch viel Geld ausmacht, aber eine Ansiedlungsentscheidung und vor allen Dingen ein Verbleib in einer Stadt, der hängt von so vielen Faktoren ab und da ist sicherlich am langen Ende auch die Gewerbesteuer ein Faktor, aber ich glaube, wenn sich ein Unternehmen sehr wohlfühlt am Standort und auch, sagen wir mal die räumlichen Bedürfnisse erfüllt werden, also man auch Platz für Erweiterungen hat und so, also auch eine gute räumliche Grundlage hat, auf der das Unternehmen auch für die Zukunft planen kann, dann ist das mit den Hebesätzen nicht so entscheidend.“*¹³⁵

Der Hebesatz in Düsseldorf hat sich über einen längeren Zeitraum nicht verändert. *„Hier in der Stadt ist es politisch eine heilige Kuh den Hebesatz zu erhöhen, also das will man auf gar keinen Fall. Der Hebesatz ist jetzt seit vielen Jahren auf dem Niveau und das gibt einem Unternehmen natürlich sehr viel Sicherheit und ermuntert Unternehmen auch, vielleicht in weniger guten Zeiten trotzdem dem Standort treu zu bleiben.“*¹³⁶ Die Planungssicherheit, die damit verbunden ist, ist vor allem für internationale Ansiedlungen wichtig. Internationale Unternehmen kalkulieren nach Kenntnissen der Wirtschaftsförderung die diversen Kostenblöcke, wie die Miete, eventuelle Subventionen und auch die Gewerbesteuer über die Laufzeit der Investitionsentscheidung, meist zwischen zehn bis 30 Jahre. Da die Gewerbesteuer nah am durchschnittlichen Hebesatz für Gemeinden ab 20.000 Einwohnern liegt, fällt dieser Faktor nicht so schwer ins Gewicht, wie beispielsweise die Mietkosten, die im Vergleich zu anderen Städten in Nordrhein-Westfalen höher sind, auch wenn diese im Vergleich mit Großstädten, wie Berlin oder München, noch relativ moderat sind.¹³⁷

¹³³ Eichhorn (D4).

¹³⁴ Vgl. Kranen/Brauer (D2); Schneider (D8).

¹³⁵ Schneider (D8).

¹³⁶ Schneider (D8).

¹³⁷ Vgl. Kranen/Brauer (D2).

Diese Erfahrungen für Düsseldorf bestätigen sich auch weitgehend für Magdeburg, obwohl hier der Hebesatz mit 450 % gemeinsam mit Halle und Dessau-Roßlau der höchste innerhalb von Sachsen-Anhalt ist, während etwa Lützen im südlichen Sachsen-Anhalt nur einen Hebesatz von 240 % hat. Laut Christian Möller hängt dies auch mit dem Fachkräftemangel zusammen: *„Wir haben Landkreise, die haben Vollbeschäftigung. Das heißt, da sind natürlich zusätzliche Arbeitnehmer oder Mitarbeiterpotenziale eher gering. Das nehme ich jetzt mal als die drei großen Blöcke: das Thema Infrastruktur, das Thema Mitarbeiterpotenziale, also Arbeitskräftepotenziale und das Thema Förderpolitik. Und tatsächlich in der Kernfunktion sehe ich da die Gewerbesteuer nicht.“*¹³⁸ Dabei verweist er darauf, dass die Bedeutung der Gewerbesteuer als Standortfaktor in Magdeburg im Zeitablauf eher abgenommen hat. Dies bestätigen auch Frau Küßner sowie Herr Menzel: *„Die Gewerbesteuer nimmt eine nachrangige und eher unbedeutende Rolle ein. Bedeutender wird es, wenn Gemeinden mit niedrigen Gewerbesteuerhebesätzen locken, da sie die Ansiedlung brauchen. Und dann damit eine Politik verfolgen. Das waren natürlich auch die Unternehmen im Osten, die sie versucht haben anzusiedeln. Aber die brauchten ja auch für ihre kommunalen Finanzen Geld. Insofern sind sie kaum unter 400 Prozent gegangen. Ich kann mich noch an Magdeburg erinnern mit 380, 360 Prozent. Da lagen wir deutlich unter den alten Bundesländern. Mittlerweile ist das kalter Kaffee. Das ist noch die Entwicklung von 1990, da hat man versucht mit niedrigen Gewerbesteuerhebesätzen, Fördermitteln die Ansiedlung noch zusätzlich zu fördern. Aber das macht man ja heute nicht mehr. Und die kommunalen Finanzen brauchen ja auch gewisses Maß, wenn man nicht die leistungsfähigen Unternehmen hier hat. Da können sie nicht beim Gewerbesteuersatz noch etwas ablassen. Und wir haben auch die Erfahrung, dass Otto sich in Magdeburg ansiedeln wollte und Haldensleben ein besseres Angebot gemacht. Aber nicht beim Gewerbesteuerhebesatz, der hätte tatsächlich 30 bis 40 Prozent unter dem von Magdeburg gelegen. Entscheidendes Kriterium war hier die Bereitstellung von Flächen. Also Otto, das ist eine bekannte Story. Otto wollte tatsächlich nach Magdeburg, das schreien die Spatzen vom Dach. Das können Sie bestimmt nochmal nachschlagen. Ich glaube da war ausschlaggebend, auch was die Zeitung geschrieben hat, die Bereitstellung von Flächen und nicht die Gewerbesteuer.“*¹³⁹

Aus den Interviews ergibt sich die Vermutung, dass der Gewerbesteuerhebesatz in der Bewertung neutral wirkt, also weder sonderlich einen Push- noch Pull-Faktor darstellt, wenn

¹³⁸ Möller (D11).

¹³⁹ Menzel (D12); vgl. auch Küßner (D10) sowie Möller (D11).

er in einen durchschnittlichen Bereich liegt und das damit andere Faktoren vor Ort für die Standortentscheidung relevant werden. Es stellt sich dann die Frage, ab welcher Höhe ein Gewerbesteuerhebesatz ein Standortnachteil darstellt und als Push-Faktor wirkt. Die befragten Personen sind der Auffassung, dass dies in Oberhausen mit 580 % der Fall ist.¹⁴⁰ *„Was ein richtiges Problem ist, wenn Kommunen und Oberhausen ist sicherlich eine davon, aber es gibt ja noch welche, wo es glaube ich noch schwieriger ist, wenn Städte sowieso kämpfen müssen und nicht gerade so die ersten sind, die so in den Suchradius kommen, wenn ein Unternehmen einen neuen Standort sucht und wenn die dann zusätzlich, aufgrund ihrer finanziellen Situation so einen hohen Hebesatz haben. Ich glaube, das ist ein Standortnachteil.“*¹⁴¹ Es ist nicht nur ein Standortnachteil bei der Unternehmensansiedelung, sondern der hohe Hebesatz wirkt auch als Push-Faktor für die Unternehmen in Oberhausen. So hat der Chemiekonzern OQ seinen Hauptsitz nach Monheim verlegt, um Gewerbesteuern zu sparen. Dies ist problematisch für die Stadt, da das Werk selber in Oberhausen geblieben ist, sie aber nicht mehr die vollen Gewerbesteuereinnahmen bekommen: *„Das führt natürlich dazu, wenn jetzt zum Beispiel so ein Industrieunternehmen nur die Zentrale oder ein Briefkasten verlagert, dass natürlich die gesamten Infrastrukturkosten, die die Stadt zur Verfügung stellt, die bleiben ja hier, ob das jetzt Straßen sind, Wege, die Möglichkeit, also entsprechende Verkehrsverbindungen, das wird alles zur Verfügung gestellt. Die Umweltverschmutzung findet bei uns statt, aber die Steuern werden dann woanders gezahlt.“*¹⁴² Gerade auch Unternehmen, die keine großen Betriebsstätten besitzen oder nur eine Büroimmobilie benötigen, wandern aufgrund des Hebesatzes aus Oberhausen ab.¹⁴³ Dies verdeutlicht analog zu Slemrod (1995), dass Unternehmen, soweit sie die Möglichkeit dazu erhalten, erst zu Instrumenten der Steuerplanung greifen (also etwa die reine Verlagerung der Holding), bevor sie das eigentliche Geschäftsmodell ändern (also die Verlagerung des Industrieunternehmens).

Es gibt auch Fälle, wo die Unternehmen den hohen Gewerbesteuerhebesatz in Kauf nehmen und in Oberhausen bleiben oder sich hier ansiedeln: *„Gewerbesteuer zahlt nur der, der Gewerbegewinne erzielt, wenn der Standort ihm die Gewinne garantiert, aus welchen Gründen auch immer und der die hier erzielen kann, heißt dass das nicht, dass es an einem anderen Standort genauso gut gelingen kann. [...] Die sind dann zwar nicht froh, wenn sie so einen hohen Steuersatz haben, aber sie sind dann doch bereit, den zu bezahlen, weil es sich für sie*

¹⁴⁰ Vgl. Henseler (D1); Borkenstein (D3); Eichhorn (D4); Schmid (D5); Tsalastras (D6); Schneider (D.8).

¹⁴¹ Schneider (D8).

¹⁴² Tsalastras (D6).

¹⁴³ Vgl. Tsalastras (D6); Schneider (D8).

lohnt.“¹⁴⁴ Ein Beispiel dafür ist das Unternehmen Topgolf, wo das große Einzugsgebiet den hohen Hebesatz ausbalanciert: „[...] vielleicht hätte man woanders einen niedrigeren Hebesteuersatz, aber das ist bei uns halt dann nicht so wichtig, weil wenn wir dann irgendwie nur die Hälfte an Besuchern hätten [...]“.¹⁴⁵ Herr Schmid stellt allerdings auch klar, dass wenn es an zwei Standorten ähnliche nichtsteuerliche Voraussetzungen gegeben hätte, sich das Unternehmen für den Standort mit dem niedrigeren Hebesatz entschieden hätte.¹⁴⁶

5. Fazit

Der vorliegende Beitrag untersucht mit Hilfe qualitativer und teilstrukturierter Experteninterviews welche Faktoren Einfluss auf die regionale Standortwahl deutscher Unternehmen haben und wie relevant die Gewerbesteuer im Verhältnis zu anderen Standortfaktoren ist. Dabei konzentrieren wir uns auf die Städte Düsseldorf, Oberhausen und Magdeburg. Unsere Analyse basiert auf 12 Interviews mit 13 Interviewpartnern, die mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse von Mayring (2022) ausgewertet werden. Nach Einschätzung der befragten Personen sind die Verkehrsinfrastruktur, die Flächenverfügbarkeit und die Verfügbarkeit von Fach- und Arbeitskräften zentrale Standortfaktoren. Dies unterscheidet sich insofern von Befragungen von Bestandsunternehmen, dass der Flächenverfügbarkeit eine größere und der digitalen Infrastruktur eine geringere Bedeutung zugewiesen wird als dies bei Unternehmensbefragungen der Fall ist. Weitere relevante Faktoren sind Kosten von Grundstücken und Immobilien, Arbeitskosten, Erreichbarkeit für Mitarbeitende, Nähe zu Kunden und anderen Unternehmen sowie die geographische Lage, das Image und die Lebensqualität einer Stadt, die Schnelligkeit der öffentlichen Verwaltung, die Offenheit und Aufgeschlossenheit der Kommune für Unternehmen sowie Förderungsmöglichkeiten. Wichtige Push-Faktoren sind ein Mangel an geeigneten Flächen, mangelnde Zugriffsmöglichkeiten auf Fördermittel, Umstrukturierungen von Unternehmen, die deren Bedürfnisse verändern, sowie im Falle von Oberhausen die sehr hohen Hebesätze der Gewerbesteuer (580 %). Mit Ausnahme von Oberhausen kommt der Gewerbesteuer in den ausgewählten Kommunen keine hohe Bedeutung als Standortfaktor zu. Das gilt insbesondere für Existenzgründer, die in der Regel relativ geringe Gewinne erzielen und auf ein lokales Netzwerk angewiesen sind.

¹⁴⁴ Tsalastras (D6).

¹⁴⁵ Schmid (D5).

¹⁴⁶ Vgl. Schmid (D5).

Aufgrund der qualitativen Methodik und die Beschränkung auf drei Kommunen kann unsere Untersuchungen keine repräsentativen Ergebnisse generieren. Bei der Interpretation der Befunde sollte also berücksichtigt werden, dass diese nicht pauschal verallgemeinert werden können. Dennoch vermitteln die vorliegenden Experteninterviews differenzierte und detailreiche Erkenntnisse nicht nur darüber ob, sondern auch wie die Gewerbesteuer als Standortfaktor wirkt.

Quellenverzeichnis

- Aeppli, J., Gasser, L., Gutzwiller, E., Tettenborn, A. (2023), Empirisches wissenschaftliches Arbeiten: Ein Studienbuch für die Bildungswissenschaften, 5. Aufl., Verlag Julius Klinkhardt, Bad Heilbrunn.
- Barrios, S., Huizinga, H., Laeven, L., Nicodème, G. (2012), International taxation and multinational firm location decisions, *Journal of Public Economics* 96, S. 946-958.
- Becker, S., Egger, P.H., Merlo, V. (2012), How low business tax rates attract MNE activity: Municipality-level evidence from Germany, *Journal of Public Economics* 96, S. 698-711.
- Berlemann, M., Tilgner, J. (2006), Determinanten der Standortwahl von Unternehmen: Ein Literaturüberblick, *ifo Dresden berichtet* 13(6), S. 14-24.
- Berlemann, M., Tilgner, J. (2007), Determinanten der innerdeutschen Standortwahl von Unternehmen – Ergebnisse einer empirischen Analyse, *ifo Dresden berichtet* 14(3), S. 14-22.
- Bischof, J., Dörrenberg, P., Rostam-Afschar, D., Simons, D., Voget, J. (2023), Unternehmenstrends im März 2023: Lokaler Standortwettbewerb: Funktionierende Infrastruktur ist wichtiger als niedrige Steuern, GBP-Monitor.
- Bodenmann, B.-R. (2005), Modelle zur Standortwahl von Unternehmen, Arbeitsbericht Verkehrs- und Raumplanung 336, Institut für Verkehrsplanung und Transportsysteme, Zürich.
- Bogner, A., Menz, W. (2002), Expertenwissen und Forschungspraxis: die modernisierungstheoretische und die methodische Debatte um die Experten: Zur Einführung in ein unübersichtliches Problemfeld, in: Bogner, A., Littig, B., Menz, W. (Hrsg), *Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung*, Springer Fachmedien, Wiesbaden, S. 7-32.
- Brühlhart, M., Jametti, M., Schmidheiny, K. (2012), Do Agglomeration Economies Reduce the Sensitivity of Firm Location to Tax Differentials? *The Economic Journal* 122 (September), S. 1069-1093.
- Brühlhart, M., Simpson, H. (2018), Agglomeration economies, taxable rents and government capture: Evidence from a place-based policy, *Journal of Economic Geography* 18, S. 319-353.
- Bündnis 90/Die Grünen (2025), Zusammen Wachsen. Regierungsprogramm 2025 – Entwurf des Bundesvorstands, Berlin.
- CDU/CSU (2025), Politikwechsel für Deutschland: Wahlprogramm von CDU und CSU, Berlin.
- Coughlin, C.C., Segev, D. (2000), Location determinants of new foreign-owned manufacturing plants, *Journal of Regional Science* 40, S. 323-351.
- Crabbé, K., De Bruyne, K. (2013), Taxes, agglomeration rents and location decisions of firms, *The Economist* 161, S. 421-446.
- Deutschlandfunk (2024), Droht Deutschland eine Deindustrialisierung? Deutschlandfunk 20.09.2024, <https://www.deutschlandfunk.de/deindustrialisierung-deutschland-debatte-100.html> (13.02.2025).
- Devereux, M.P., Griffith, R. (1998), Taxes and the location of production: Evidence from a panel of US multinationals, *Journal of Public Economics* 68, S. 335-367.
- Devereux, M.P., Griffith, R., Simpson, H. (2007), Firm location decisions, regional grants and agglomeration externalities, *Journal of Public Economics* 91, S. 413-435.
- DIHK (2022), Ergebnisse der DIHK-Hebesatzumfrage 2022 unter allen Gemeinden in Deutschland ab 20.000 Einwohnern, <https://www.dihk.de/resource/blob/92770/576e07ba5b440c8b0541b6d762e87ed4/dihk-hebesatzumfrage-2022-im-ueberblick-data.pdf> (10.02.2025).
- DIHK (2023), Ergebnisse der DIHK-Hebesatzumfrage 2023 unter allen Gemeinden in Deutschland ab 20.000 Einwohnern,

<https://www.dihk.de/resource/blob/104828/2eb372512ef00f3badeb58c5de02f7c8/dihk-hebesatzumfrage-2023-im-ueberblick-data.pdf> (10.02.2025).

- Dörr, L., Gründler, K., Heil, P., Potrafke, N., Wachner, T. (2024), Experteneinschätzungen zum globalen Standortwettbewerb, Ifo-Forschungsbericht 142, München.
- Ebertz, A., Kriese, M., Thum, M., Seitz, E. (2008), Bewertung von lokalen Standortfaktoren für Haushalte und Unternehmen in Sachsen: Entwicklung von Indikatoren zur Überprüfung der Demographietauglichkeit von Förderprojekten der Sächsischen Aufbaubank: Gutachten im Auftrag der Sächsischen Aufbaubank, info Dresden Studien, Nr. 46.
- Eichfelder, S. (2024), Wie relevant sind Steuern im Standortwettbewerb? Warum der Fokus auf den Steuerwettbewerb zu kurz greift, *Steuer und Wirtschaft* 101, S. 98-101.
- Eichfelder, S. (2025), Orientierten sich die steuerlichen Pläne der Parteien zur Bundestagswahl 2025 am Leistungsfähigkeitsprinzip? *Deutsches Steuerrecht* 63 (im Erscheinen).
- Eichfelder, S., Hechtner, F. (2018), Tax compliance costs: Cost burdens and cost reliability, *Public Finance Review* 46, S. 764-792.
- Eichfelder, S., Kluska, M., Knaisch, J., Selle, J. (2022), Steuersatzsenkungen versus Sonderabschreibungen: Was ist die bessere Strategie zur Förderung der Standortattraktivität Deutschlands? *Steuer und Wirtschaft* 99, S. 226-241.
- Ernst & Young (2021), EY Attractiveness Survey Europe 2021.
- FDP, Alles lässt sich ändern: Das Wahlprogramm der FDP zur Bundestagswahl 2025, Berlin.
- Feld, Lars P., Weber, Philipp (2024), Perspektiven einer Unternehmenssteuerreform in Deutschland, *Steuer und Wirtschaft* 101 (2024), S. 227-243.
- Fréret, S., Maguain, D. (2017), The effects of agglomeration on tax competition: evidence from a two-regime spatial panel model on French data, *International Tax and Public Finance* 24, S. 1100-1140.
- Gius, M.P., Frese, P. (2002), The impact of state personal and corporate tax rates on firm location, *Applied Economics Letters* 9, S. 47-49.
- Gläser, J., Laudel, G. (2006), Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, 2. Aufl., VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Goebel, C., Hamm, R. (2010), Zur Bedeutung regionaler Standortfaktoren: Empirische Analysen als Entscheidungshilfe der regionalen und kommunalen Wirtschaftspolitik, *List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik* 36, S. 187-215.
- Grabow, B., Henckel, D., Hollbach-Grömig, B. (1995), Weiche Standortfaktoren: Schriften des Deutschen Instituts für Urbanistik, Deutscher Gemeindeverlag, Stuttgart
- Grabow, B. (2005), Weiche Standortfaktoren in Theorie und Empirie – Ein Überblick, in: Thießen, F., Cernavin, O., Führ, M., Kaltenbach, M. (Hrsg.), Weiche Standortfaktoren: Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung, Duncker & Humblot, Berlin, S. 37-52.
- Hardeck, I., Heckemeyer, J. (2023), Deutschland im Steuerwettbewerb: Positionierung und Handlungsempfehlungen für eine Zukunft im Wandel, *Steuer und Wirtschaft* 100, S. 207-221.
- Hebous, S., Ruf, M. und A. Weichenrieder (2011), The effects of taxation on the location decisions of multinational firms: M&A versus greenfield investments, *National Tax Journal* 64, S. 817-838.
- IHK Bremen (2023), Standortumfrage 2023, Unternehmensbefragung zur Attraktivität der Wirtschaftsstandorte Bremen und Bremerhaven: Zufriedenheit gesunken.
- IHK Leipzig, Handwerkskammer zu Leipzig, IHK Halle-Dessau, Handwerkskammer Halle (2019), Standortzufriedenheit in Mitteldeutschland, Ergebnisse einer Unternehmensbefragung im Jahr 2019.

- IHK München und Oberbayern (2019), IHK-Standortumfrage 2019, Ergebnisse für Oberbayern.
- IHK München und Oberbayern (2023), IHK-Standortumfrage 2023, Ergebnisse für Oberbayern.
- Jank, H. H. (2021), Standortwettbewerb, Standortentwicklung und Wirtschaftsförderung, in: Stember, J., Vogelgesang, M., Pongratz, P., Fink, A. (Hrsg.), Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung: Band 2: Innovationen für Management und Standort, Springer Gabler, Wiesbaden, S. 625-640.
- Kaiser, R. (2014), Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Kaminski, B., Strunk, G. (2012), Einfluss von Steuern auf unternehmerische Entscheidungen, 2. Aufl., Springer Gabler, Wiesbaden.
- Kimelberg, S.M., Williams, E. (2013), Evaluating the importance of business location factors: The influence of facility type, *Growth and Change* 44, S. 92-117.
- Lahner, J. (2020), Regionalökonomie und Standortfaktoren in der Wirtschaftsförderung, in: Stember, J., Vogelgesang, M., Pongratz, P., Fink, A. (Hrsg.), Handbuch Innovative Wirtschaftsförderung: Moderne Konzepte kommunaler Struktur- und Entwicklungspolitik, Springer Gabler, Wiesbaden, S. 445-465.
- Landua, D., Wagner-Endres, S., Wolf, U. (2017), Kurzstudie zu kommunalen Standortfaktoren: Ergebnisse auf Grundlage der Daten des Difu-Projekts Koordinierte Unternehmensbefragung, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin.
- Lawless, M., McCoy, D., Morgenroth, E., O'Toole, C.M. (2018), Corporate tax and location choice for multinational firms, *Applied Economics* 50, S. 2920-2931.
- Liebold, R., Trinczek, R. (2009), Experteninterview, in: Kühl, S., Strodtholz, P., Taffertshofer, A. (Hrsg.), Handbuch Methoden der Organisationsforschung: Quantitative und Qualitative Methoden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, S. 32-56.
- Luthi, E., Schmidheiny, K. (2014), The effect of agglomeration size on local taxes, *Journal of Economic Geography* 14, S. 265-287.
- MacCarthy, B.L., Atthirawong, W. (2003), Factors affecting location decisions in international operations – A Delphi study, *International Journal of Operations & Production Management* 23, S. 794-818.
- Mayring, P. (2022), Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken, 13. Aufl. Beltz, Weinheim Basel.
- Meier, J. (2011), Standortfaktoren im Wandel? Erkenntnisse aus der Forschung zu Standortfaktoren und Standortwahl von Unternehmen, Deutsches Institut für Urbanistik, Berlin.
- Misoch, S. (2019), Qualitative Interviews, 2. Aufl., Walter de Gruyter, Berlin.
- Salmen, T. (2001), Standortwahl der Unternehmen: Ein Überblick über empirische Gründe, Prozesse und Kriterien der unternehmerischen Entscheidungsfindung, Tectum Verlag, Marburg.
- Sackmann, C. (2024), Steuern, Bürokratie, Energiepreise, Infrastruktur: Vier Gründe warum deutsche Unternehmen unser Land fluchtartig verlassen, Focus 05.08.2024, https://www.focus.de/finanzen/news/konjunktur/steuern-buerokratie-energiepreise-infrastruktur-unternehmen-wandern-ab-das-steckt-hinter-deutschlands-deindustrialisierung_id_260179432.html (13.02.2025).
- SPD (2025), Mehr für Dich. Besser für Deutschland: Regierungsprogramm der SPD für die Bundestagswahl 2025, Berlin.
- Slemrod, J. (1995), Income creation or income shifting? Behavioral responses to the tax reform act of 1986, *AEA Papers and Proceedings* May 1995, S. 175-180.

Spöhring, W. (1989), Qualitative Sozialforschung, 2. Aufl., Springer Fachmedien, Wiesbaden.

Stadt Oberhausen (o.J.), Geschichte Oberhausens, https://www.oberhausen.de/de/index/rathaus/verwaltung/finanzenkultur/staedtische-kulturangebote/stadtarchiv_neu/stadtgeschichte/geschichte_oberhausens.php (5.02.2025).

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2023), Hebesätze der Realsteuern in Deutschland: Ausgabe 2022, <https://www.statistikportal.de/de/veroeffentlichungen/hebesaetze-der-realsteuern-deutschland> (10.02.2025).

Statistisches Bundesamt (2023), Finanzen und Steuern: Vierteljährliche Kassenergebnisse des Öffentlichen Gesamthaushalts: 1.-4. Vierteljahr 2022, https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Oeffentliche-Finanzen/Ausgaben-Einnahmen/Publikationen/_publikationen-innen-kassenergebnisse.html (10.02.2025).

Thießen, F. (2005), Zum Geleit: Weiche Standortfaktoren – die fünf Sichtweisen, in: Thießen, F., Cernavin, O., Führ, M., Kaltenbach, M. (Hrsg.), Weiche Standortfaktoren: Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung, Duncker & Humblot, Berlin, S. 9-36.

Tretter, M. (2017), Standort- und Regionalentwicklung als strategische Aufgabe multinationaler Unternehmen: Eine unternehmerische Perspektive auf regionale Zusammenhänge, Springer Gabler, Wiesbaden.

Vbw (2020), Standortfaktor Gewerbesteuer: Position: Stand: Januar 2020.

Vlachou, C., Iakovidou, O. (2015), The evolution of studies on business location factors, *Journal of Developmental Entrepreneurship* 20, 1550023.

Wagschal, U., von Wolfersdorff, J., Andrae, K. (2016), Update Gewerbesteuer und Grundsteuer: Steuerentwicklung, Steuerwettbewerb und Reformblockaden, Institut Finanzen und Steuern, Berlin.

Weber, A. (1922), Über den Standort der Industrien: 1. Teil: Reine Theorie des Standorts, 2. Aufl., Verlag J.C.B. Mohr, Tübingen.

Xiao, C., Wu, Y. (2020), Stay or go? Intra-government tax competition and firms' location decisions in China, *Emerging Markets, Finance and Trade* 56, S. 3320-3350.

Anhang A: Standortfaktoren nach IHK Mitteldeutschland (2019)

1 sehr unwichtig, 4 sehr wichtig

VERKEHR UND INFRASTRUKTUR (8 Faktoren)	Wichtigkeit
Überregionale Verkehrsanbindung (Erreichbarkeit)	3,31
Innerstädtischer Verkehr	3,22
Angebote des ÖPNV	2,82
Verfügbarkeit von Parkplätzen/Anlieferzonen	3,27
Breitbandinfrastruktur/High-Speed Internet	3,72
Netzverfügbarkeit Mobilfunk	3,71
Versorgungssicherheit Stromversorgung	3,63
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen/-immobilien	2,66
BILDUNG, ARBEITKRÄFTE, NETZWERKE (14 Faktoren)	Wichtigkeit
Verfügbarkeit von Hochschulabsolventen	2,47
Verfügbarkeit von Facharbeitern/Meistern	3,26
Verfügbarkeit von Auszubildenden	2,90
Verfügbarkeit von Hilfskräften	2,46
Verfügbarkeit von Weiterbildungsangeboten	2,73
Nähe zu überbetrieblichen Ausbildungseinrichtungen	2,53
Kooperation mit überbetrieblichen Ausbildungseinrichtungen	2,47
Nähe zu Berufsschulen	2,58
Kooperation mit Berufsschulen	2,51
Nähe zu allgemeinbildenden Schulen	2,38
Kooperation mit allgemeinbildenden Schulen	2,24
Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen	2,24
Kooperation mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen	2,21
Unternehmens- und Technologienetze	2,46
STANDORTKOSTEN (10 Faktoren)	Wichtigkeit
Höhe der Gewerbesteuer (Hebesätze)	3,33
Höhe der Grundsteuer (Hebesätze)	3,15
Höhe der Büro- und Gewerbemieten	2,83
Kaufpreise für Gewerbeflächen/-immobilien	2,52
Strompreise	3,37
Gaspreise	2,91
Personalkosten	3,48
Sondernutzungsgebühren	2,46
Abfallgebühren	3,08
Gebühren für Wasser/Abwasser	3,12
ÖFFENTLICHE VERWALTUNG (5 Faktoren)	Wichtigkeit
Erreichbarkeit der Stadtverwaltung für Unternehmen	3,00
Einstellung der Stadtverwaltung gegenüber Unternehmen	3,38
Bearbeitungsdauer von Anträgen	3,24
Zugang zu Verwaltungsleistungen mittels E-Government	2,97
Kommunale Angebote zur Wirtschaftsförderung	2,94
STANDORTATTRAKTIVITÄT (11 Faktoren)	Wichtigkeit
Image der Stadt	3,35
Umweltqualität (Luft, Wasser)	3,29
Kaufkraft/Absatzpotenzial vor Ort	3,12
Kultur-, Sport- und Freizeitangebot	3,09
Einkaufsmöglichkeiten	3,18
Allgemeine Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit	3,52
Verfügbarkeit von Wohnraum und Qualität des Wohnumfeldes	3,19
Medizinische Versorgung	3,41
Betreuungsangebot für Kinder	3,15
Allgemeine Lebenshaltungskosten	3,27
Naherholungsmöglichkeiten	3,08

Anhang B

Interviewleitfaden B1

1. Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen für die wichtigsten bei der Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen/Düsseldorf?
2. Wie wirkt sich der Gewerbesteuerhebesatz in Oberhausen aus Ihrer Sicht auf die Entscheidungsfindung zur Standortwahl von Unternehmen aus?
3. Können Sie Standortfaktoren nennen, aufgrund dessen sich Unternehmen in Oberhausen/Düsseldorf niederlassen? Können Sie Beispiele für Unternehmen nennen?
4. Können Sie Standortfaktoren nennen, aufgrund dessen Unternehmen Oberhausen/Düsseldorf verlassen haben?
5. Haben Sie Empfehlungen in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit von Oberhausen/Düsseldorf?
6. Gibt es Trends, die Sie in Bezug auf die Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen/Düsseldorf erwarten?
7. Hat schon einmal jemand eine solche Untersuchung gemacht? Gibt es Unternehmensbefragungen in Ihrer Stadt zum Thema Standortfaktoren?
8. Mit wem sollte ich Ihrer Meinung nach unbedingt noch sprechen, um ein genaueres Bild über die Entscheidungsfindung zur Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen zu gewinnen?

Interviewleitfaden B2

Einleitung Vielen lieben Dank, dass Sie sich Zeit für dieses Interview nehmen. Zu Beginn würde ich kurz zusammenfassen, worum es in meiner Bachelorarbeit eigentlich gehen soll. Die Gewerbesteuer beschreibt einen von vielen Standortfaktoren, die in der Standortwahl von Unternehmen einen Einfluss haben können. In meiner Arbeit soll es um die Bedeutung der Gewerbesteuer bei der Standortwahl von Unternehmen gehen (speziell am Beispiel der Stadt Magdeburg). Es soll die Frage untersucht werden, welche Bedeutung der Gewerbesteuer bei der Standortwahl von Unternehmen zugeschrieben werden kann. Dabei soll auch die Bedeutung der Gewerbesteuer im Vergleich zu anderen relevanten Standortfaktoren betrachtet werden. Zum Einstieg würde ich gerne mehr über Ihre allgemeinen Erfahrungen und Eindrücke erfahren:

1. Könnten Sie mir zu Beginn etwas über den Entscheidungsprozess der Standortwahl von Unternehmen erzählen? Welche Herausforderungen und entscheidende Faktoren sind Ihnen begegnet?
2. Wie sehen Sie die Rolle der Gewerbesteuer im Kontext der Standortwahl und wie bewerten Sie ihre Bedeutung im Vergleich zu anderen Standortfaktoren?
3. Welche Trends und Entwicklungen haben Sie in den letzten Jahren beobachtet? Wie hat sich die Standortwahl im Laufe der Zeit entwickelt?

Hauptfragen:

1. Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen für die wichtigsten bei der Standortwahl von Unternehmen in Magdeburg?
2. Wie schätzen Sie die Bedeutung der Gewerbesteuer im Vergleich zu anderen Standortfaktoren bei der Entscheidungsfindung eines Unternehmens ein?
3. Lassen sich Unterschiede in der Bedeutung bestimmter Standortfaktoren (speziell Gewerbesteuer) hinsichtlich der Rechtsform der Unternehmen, der Betriebsgröße, des „Unternehmensalters“ oder der Branche erkennen?
4. Wissen Sie von Unternehmen, die Magdeburg aufgrund der Gewerbesteuer oder anderen Standortfaktoren verlassen haben?
5. Welche spezifischen Standortfaktoren haben Ihrer Meinung nach dazu geführt, dass sich bestimmte Unternehmen in Magdeburg niedergelassen haben? Können Sie hierfür Beispiele nennen?
6. Magdeburg besitzt mit 450% den höchsten Hebesatz in Sachsen-Anhalt (neben Halle Saale und Dessau). Gibt es Anzeichen dafür, dass dieser Hebesatz die Unternehmen „abschreckt“ und diese sich eher in den angrenzenden Gemeinden mit einem niedrigeren Hebesatz ansiedeln? (Wenn ja, reagieren Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften unterschiedlich?)
7. Erwarten Sie bestimmte Trends von Unternehmen in Bezug auf die Standortwahl in Magdeburg

Anhang C: Interviewverzeichnis

Durchgeführte Interviews und befragte Personen:

- D1 – Andreas Henseler – Wirtschaftsförderung Oberhausen
- D2 – Stephanie Kranen & Andreas Brauer – Wirtschaftsförderung Düsseldorf
- D3 – Jan Borkenstein – IHK zu Essen (zuständige für Oberhausen)
- D4 – Sarah Eichhorn – Handwerkskammer Düsseldorf (zuständig für Oberhausen)
- D5 – Johannes Schmid – Topgolf Oberhausen
- D6 – Apostolos Tsalastras – Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer Oberhausen
- D7 – Gerd Fahrendorf – Handwerkskammer Düsseldorf
- D8 – Dorothee Schneider – Stadtkämmerin Düsseldorf
- D9 – Christian Schachmann – Startup-Unit Düsseldorf
- D10 – Heidi Küßner – FS Fritze Steuerberatungsgesellschaft mbH in Magdeburg
- D11 – Christian Möller – IHK Magdeburg
- D12 – Ingolf Menzel – Menzel Steuerberatung in Magdeburg

Interview 1

Interviewte Person: Andreas Henseler

Funktion: Geschäftsführer der Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH

Datum, Zeit: 27. Oktober 2023, 15:00 Uhr

Dauer: 90 Minuten

Ort: Büro OWT GmbH, Centroallee 269, 46047 Oberhausen

Interview 2

Interviewte Person: Stephanie Kranen & Andreas Brauer

Funktion: Abteilungsleitung Standortmarketing und Zentrale Dienste & Strategieentwicklung und strategische Planung der Wirtschaftsförderung Düsseldorf

Datum, Zeit: 08. November 2023, 16:00 Uhr

Dauer: 60 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 3

Interviewte Person: Jan Borkenstein

Funktion: stellv. Hauptgeschäftsführer / Leitung Geschäftsfeld Kommunikation & Zukunft der IHK zu Essen (zuständig für Oberhausen)

Datum, Zeit: 13. November 2023, 14:00 Uhr

Dauer: 45 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 4

Interviewte Person: Sarah Eichhorn

Funktion: Betriebswirtschaftliche Beratung in Oberhausen von der Handwerkskammer Düsseldorf

Datum, Zeit: 21. November 2023, 10:00 Uhr

Dauer: 45 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 5

Interviewte Person: Johannes Schmid

Funktion: Expansion Manager der Greenreb Ltd. (Topgolf Oberhausen)

Datum, Zeit: 30. November 2023, 11:00 Uhr

Dauer: 30 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 6

Interviewte Person: Apostolos Tsalastras

Funktion: Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer von Oberhausen

Datum, Zeit: 5. Dezember 2023, 14:00 Uhr

Dauer: 45 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 7

Interviewte Person: Gerd Fahrendorf

Funktion: Berater bei der Handwerkskammer Düsseldorf

Datum, Zeit: 05. Januar 2024, 9:00 Uhr

Dauer: 30 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 8

Interviewte Person: Dorothee Schneider

Funktion: Stadtkämmerin Düsseldorf

Datum, Zeit: 05. Januar 2024, 13:30 Uhr

Dauer: 60 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 9

Interviewte Person: Christian Schachmann

Funktion: Berater bei der Startup-Unit Düsseldorf

Datum, Zeit: 08. Januar 2024, 15:00 Uhr

Dauer: 45 Minuten

Ort: Microsoft Teams

Interview 10

Interviewte Person: Heidi Küßner

Funktion: Steuerberaterin bei FS Fritze Steuerberatungsgesellschaft mbH Magdeburg

Datum: 07.06.2024

Dauer: 40 Minuten

Ort: Büro FS Fritze Steuerberatungsgesellschaft mbH, Danzstraße 1, 39104 Magdeburg

Interview 11

Interviewte Person: Christian Möller

Funktion: Gründungsberater bei IHK Magdeburg

Datum: 12. Juni 2024

Dauer: 70 Minuten

Ort: Büro IHK Magdeburg, Alter Markt 8, 39104 Magdeburg

Interview 12

Interviewte Person: Christian Schachmann

Funktion: Steuerberater bei Menzel Steuerberatung Magdeburg

Datum: 12. Juni 2024

Dauer: 45 Minuten

Ort: Büro, Zollstraße 6, 39114 Magdeburg

Anhang D: Transkripte der Interviews

Interview D1 (Oberhausen): Andreas Henseler – Wirtschaftsförderung Oberhausen

Anmerkung: Aufgrund technischer Probleme mit dem Aufnahmegerät wurden die Fragen im Nachgang nochmal schriftlich beantwortet.

1. Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen für die wichtigsten bei der Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen?

- überregionale Verkehrsanbindung über mehrere Bundesautobahnen (A3, A40, A42, A516)
- Endpunkt der dreigleisigen Ausbaustrecke der Betuwe-Line (Güterverkehrsschnellstrecke)
- Lage in der Metropole Ruhr (Fachkräfteverfügbarkeit, Kundenanzahl in der Region)
- Neue Mitte Oberhausen als TOP-Standort für Shopping/Entertainment
- Städtebaulicher Rahmenplan Neue Mitte zeigt Investitionsmöglichkeiten und Entwicklungsperspektiven auf.
- Fraunhofer Umsicht, Ausbildungszentrum der Bauindustrie: Hohe Expertise vor Ort zur nachhaltigen Bauweise/Energienutzung

2. Wie wirkt sich der Gewerbesteuerhebesatz in Oberhausen aus Ihrer Sicht auf die Entscheidungsfindung zur Standortwahl von Unternehmen aus?

- Einer von mehreren Entscheidungsaspekten.
- Er kann zum Teil kompensiert werden durch schnelleres Verwaltungshandeln in der Planungs-/Genehmigungsphase oder durch den besseren/anteilig höheren Zugang zu Fördermitteln (etwa RWP – Regionales Wirtschaftsförderungsprogramm)
- Verlagerung meist nur bei Großkonzernen (Verwaltungssitz), dann in Steueroasen wie Monheim

3. Können Sie Beispiele für Unternehmen nennen, die aufgrund bestimmter Standortfaktoren sich in Oberhausen niedergelassen haben?

- EDEKA-Logistikzentrum & PICNIC-Logistikzentrum: Lage an der A3/A2 (Kreuz Oberhausen). Ausbau der Abfahrt Holten für EDEKA
- TopGolf: Nähe zum Centro / dortiger Besucherzustrom und gute Erreichbarkeit
- Karls Erlebnishof (in Planung, Eröffnung 2025 avisiert): unmittelbare Centronähe/touristische Bekanntheit des Standortes

4. Können Sie Standortfaktoren nennen, aufgrund dessen bestimmte Unternehmen Oberhausen verlassen haben?

- Gewerbesteuer (OQ/Ruhrchemie: Verwaltungssitz nach Monheim, Produktion weiter in Oberhausen)

5. Haben Sie Empfehlungen in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit von Oberhausen?

- Wir arbeiten an schnelleren Genehmigungsverfahren. Dazu erarbeiten Stadt und Wirtschaftsförderung ein Serviceversprechen für die Unternehmen in Sachen Geschwindigkeit, Erreichbarkeit und Transparenz.
- Der Masterplan Wirtschaft und der Masterplan Tourismus haben Projekte identifiziert, mit denen die Wettbewerbsfähigkeit verbessert werden soll. Darunter: Onboarding für ausländische Fachkräfte, ein Wirtschaftsflächenkonzept (bereits umgesetzt).
- Wichtig: wichtige Akteure regelmäßig zusammenbringen und über den Stand der Wirtschaft auf dem Laufenden halten.
- Neue Themen besetzen: Kreislaufwirtschaft/Circular Economy, Smart City

6. Gibt es Trends, die Sie in Bezug auf die Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen erwarten?

- unbelastete Flächen: insgesamt gibt es im gesamten Ruhrgebiet und auch in Oberhausen zu wenig Gewerbe- und v.a. Industrieflächen. Vorhandene Flächen sind stark belastet und nur teuer und aufwändig zu sanieren.
- Gute Standorterreichbarkeit für alle Branchen, auch durch ÖPNV
- Zugang zu Arbeitsmarktakteuren sollte einfach sein. Fachkräfte sind der Mangelfaktor überall.
- Kombiniertes Shopping- und Entertainmentwünsche der Besucher nimmt zu. OB bzw. Das Centro wird hier auch künftig der aussichtsreichste Standort im Ruhrgebiet bleiben.

Interview D2 (Düsseldorf): Stephanie Kranen & Andreas Brauer – Wirtschaftsförderung Düsseldorf

Andreas Brauer: Ja, Gewerbesteuer. Gut, das kann man ja aus 2 Perspektiven sehen für die Städte und Gemeinden ist das natürlich die wichtigste Einnahmequelle. Da es ja häufig so ist, dass in den Großstädten eben auch eine bestimmte Infrastruktur gehalten wird oder eben auch bestimmte Infrastruktur bestimmte Problemlagen vorherrschen. Ich glaube, ich kann man schon so sagen, das ganz gerne auch mal so an der Steuerschraube etwas gedreht wird, um die Einnahmen zu optimieren. In Düsseldorf war es vor ungefähr 20 Jahren eigentlich in der anderen Richtung. Wir lagen damals, wenn ich es richtig in Erinnerung habe, bei 460 Punkten Hebesatz und sind dann in 2 Stufen auf 440 runtergegangen, was dazu diente, einmal als Goodwill für die Firmen, die wir hier schon im Bestand hatten, zum anderen aber auch als Argument zur Ansiedlung von Unternehmen und wir sind ja auch in den Jahren danach sehr stark darin gewesen, Unternehmen aus China und auch aus Indien anzusiedeln, aber natürlich auch aus allen Landesteilen Deutschlands und das spielte schon immer eine gewisse Rolle. Wir liegen ja mit 440 Punkten, ich habe das nochmal nachgesehen, wenn man das jetzt mal im Vergleich zu deutschlandweit oder NRW weit, liegen wir ungefähr im Mittelfeld würde ich mal sagen. Sie haben ja schon angesprochen Oberhausen 580 Punkten am oberen Ende der Skala. Ich glaub, in NRW ist das der höchste oder der zweithöchste Satz mit Gelsenkirchen zusammen und es gibt natürlich auch Kreise und Städte, die nochmal deutlich unter 440 liegen bei 420 oder wenn man jetzt nochmal die Ausreißer mit Monheim und Langenfeld nimmt, die glaub ich bei 270 oder sowas liegen ja und auf der anderen Seite aus der Unternehmenssicht kann man vielleicht auch unterscheiden, da mal bei Personengesellschaften ist, glaube ich, so, dass die Gewerbesteuer mit der Einkommensteuer verrechnet wird. Das heißt, ein Teil der Steuerzahlungen bleibt dann in der Kommune hängen, und ein Teil geht eben zum Fiskus und bei den Kapitalgesellschaften ist es eben so, dass sie eigentlich die Körperschaftsteuer und die Gewerbesteuer beide beides zahlen müssen. Und ich denke, es ist im Wesentlichen schon so, dass immer wieder die Frage auftaucht, nicht nur wie ist die absolute Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes, sondern eben auch, ohne dass man das jetzt 1 zu 1 war rechnen könnte, aber wie ist eben auch die Leistungen, die mir einen bestimmten Standort geboten wird und sei es dadurch, was ja für uns immer ganz wesentlich ist, die Lage in Europa oder auch in Deutschland. Wofür wir jetzt so gesehen gar nichts können. Aber andere Faktoren, für die wir eben schon was gehört, nämlich zum Beispiel unsere Innenstadt, Flughafen oder unsere Messe Gesellschaft, die eben auch Innenstadtnah liegt und international führend ist und eben dadurch auch die Möglichkeit geboten wird, sich selbst auch hier ins ich sag mal selbst auch zu vermarkten. Dazu kommen ja noch andere Faktoren die bei einem Hebesatz von 440 Prozentpunkten gar nicht so ins Gewicht fallen nämlich ebenso an Fachkräfteangebot, was sich möglicherweise in anderen Landesteilen nicht so ohne weiteres habe. Weiteres kommen ebenso ein paar Dinge zusammen. Wir sagen ja immer Düsseldorf ist halt eine innovative Stadt, eine Stadt mit hoher Lebensqualität und auch eine internationale Stadt und dadurch eben auch

Anziehungspunkt für Firmen und Menschen gleichermaßen und das Wohnangebot hat eben auch eine Nachfrage und umgekehrt. Von daher glaube ich, dass es für Firmen eben sehr wichtig ist, welche Infrastruktur und welches Angebot sie sonst am Standort antreffen.

Thao Bui: Sie haben schon sehr viele wichtige Punkte. Woher kommt denn dieses Angebot an Fachkräften? Also liegt das jetzt an der Universität, dass sie da so viele haben?

Stephanie Kranen: Andreas oder ich, also oder wir können ja beide gegenseitig.

Andreas Brauer: Ja, Steffi du kannst gerne was dazu sagen.

Stephanie Kranen: Gut also, das ist natürlich irgendwie einiges, also wir haben natürlich in Düsseldorf auch eine wahnsinnig hohe Unternehmensdichte, da sind wir haben knapp glaub 37000 Unternehmen davon ziemlich viele auch große Konzerne und das zieht natürlich irgendwie auch eben einfach Berufstätige, Erwerbstätige zieht das natürlich im Extrem an und ich habe jetzt eben nochmal zahlen zusammengestellt. Das hat auch im Vergleich zu anderen großen Städten diese Unternehmensdichte, die wir in Düsseldorf haben, die ist jetzt auch zum Beispiel in Düsseldorf höher als in München oder in Berlin oder so. 585 Unternehmen je 10.000 Einwohner zu haben das ist natürlich schon irgendwie ein riesen Argument und natürlich auch für Fachkräfte. Natürlich ist hier in der Gegend, gerade das wir auch in der Region NRW natürlich auch ein wahnsinnig großes Einzugsgebiet haben, alles nah beieinander ist. Wir haben ja wahnsinnig viele Einpendler, die auch tagsüber nach Düsseldorf kommen, ja und dadurch sind wir irgendwie sowas wie eine Millionenstadt. Manchmal vergleichen wir uns ja auch so ein bisschen mit den großen Metropolen, jetzt um uns herum wie Großraum London, Großraum Paris. Aber wenn man sich wirklich diese Zahlen mal anschaut kommen wir auf 13 1/2 Millionen, irgendwie sind wir gar nicht so weit entfernt von diesen anderen großen Metropolen im europäischen Ausland, aber haben dann vergleichsweise moderate Lebenshaltungskosten hier, wobei wenn man sich jetzt irgendwie mit anderen Städten hier in NRW vergleicht, ist das mit den moderaten Lebenshaltungskosten passt das vielleicht nicht mehr ganz so. Aber in einem größeren Vergleich.

Andreas Brauer: Ja und ergänzend vielleicht noch zu den von Frau Kranen erwähnten Pendlern kann man ja auch sagen wir haben als Stadt Düsseldorf ja einen enormen Einwohnerzuwachs erlebt in den letzten 10/15 Jahren. Ich kann mich auch noch ganz gut daran erinnern, das war vor ungefähr 15 Jahren, bei 570.000 Einwohner. Das ist ja der Tiefpunkt gewesen, wenn man mal die Entwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg betrachtet. Ich glaub, das war 1962 da haben wir mit etwas über 700.000 Einwohnern ja eine ganz andere Größenordnung gehabt, das hat sich ja dann im Laufe der Jahrzehnte deutlich reduziert. Durch das Anwachsen des sogenannten Speck Gürtels, wo eben auch Wohnbaugebiete erschlossen wurden, aber in den letzten 15, man kann vielleicht sogar sagen 20 Jahren, haben wir ja einen einfach nur enormen Zuwachs erlebt und da Düsseldorf jetzt, ich sag mal, nicht die preiswerteste Stadt ist, muss das ja auch so sein, dass da gut qualifizierte Leute sind, die eben

auch in den Unternehmen als Fachkräfte zur Verfügung stehen, denn sonst wäre es ja auch kaum bezahlbar und der Einwohnerzuwachs hat ja doch auch eher eine progressive Steigerung vollzogen, also in den ersten Jahren waren es dann immer mal 500.000 Einwohner mehr. Und jetzt nochmal, ja immer so 3 – 5.000 Einwohner im Jahr mehr, wir haben ja alleine 2 – 3.000 zusätzliche Wohnungen in den letzten Jahren jährlich dazu bekommen und wenn Sie mal im Schnitt von 2 - 3 Personen ausgehen, da hat man ja schon eine ganz andere Größenordnung. Jetzt haben wir glaub ich doch aktuelle Zahl bekommen. Ich meine, es waren glaub ich 650.000 oder 653.000?

Stephanie Kranen: 653.000, 6 größte Stadt Deutschlands.

Thao Bui: Schön, Frau Kranen, haben Sie noch allgemeine Gedanken zu den Standortfaktoren in Düsseldorf?

Stephanie Kranen: Also, was mir jetzt noch einfällt was die Standortfaktoren betrifft, was sich jetzt zum Beispiel auch so in der Coronazeit ja auch noch mal gezeigt hat, was auch eine große Stärke von Düsseldorf ist, ist diese Branchenvielfalt, die Düsseldorf zu bieten hat. Wir haben manchmal in der Vergangenheit auch gerne mal darüber gesprochen, dass Düsseldorf oder haben das sogar manchmal eher auch als vielleicht sogar kleineren Nachteil für Düsseldorf gesehen, das Düsseldorf nicht wie jetzt zum Beispiel Frankfurt der Finanzstandort ist oder wie Stuttgart jetzt irgendwie so die Stadt, die für die Automobilbranche oder so steht. In Düsseldorf haben sie ja wahnsinnig viel. Wir haben einen sehr hohen Anteil an, ich sag mal Kanzleien-Beratung, also die großen Beratungsunternehmen, die sitzen ja hier. Wir haben sehr großen Riesen, große Agenturen, aber trotzdem ist natürlich Düsseldorf auch nach Köln der zweitgrößte Industrie Standorte in NRW. Da hat sich diese Branchenvielfalt, die wir auch seitens der Unternehmen hier in Düsseldorf ganz viel haben, das hat sich natürlich auch in der Corona Zeit als diesen Vorteilen, diese Stärke der Stadt halt auch irgendwie noch mal zum Ausdruck gebracht. Das halt nicht irgendwie einfach eine Branche total brach liegt oder so, sondern eben diese Vielzahl, diese unterschiedlichen Branchen halt dann auch irgendwie Düsseldorf als Stadt eben, dann natürlich auch stärkt. Weil das natürlich, wenn es dann irgendwo ein bisschen knackt und knirscht oder so, ist das Ausmaß nicht so riesig, wenn das sich halt irgendwie auf verschiedene Branchen verteilt, als wenn ihr irgendwie eine Branche total irgendwie ganz schwer unter irgendeiner Krise leidet oder so.

Thao Bui: Das ist sehr schön, dass sie das ansprechen, weil das Beispiel Oberhausen, sie sind ja in der Freizeit- und Tourismusbranche sehr stark und es gibt auch den zweiten Agglomerationsvorteil, das ist nämlich die Urbanisierung, also weil Sie so viele Branchen haben, haben Sie eine urbane Ausstrahlung, die auch viele Vorteile mit sich bringen, wie zum Beispiel das viele Fachkräfte in ihre Stadt kommen.

Stephanie Kranen: Ja, was wir auch vielleicht also, was sich zumindest in den letzten Jahren auch nochmal finde ich sehr deutlich in Düsseldorf gezeigt hat, ist dass die Stadt zumindest

auch geschafft hat, sich zu verändern und weiterzuentwickeln. Das Stadtbild in Düsseldorf hat sich auch in den letzten Jahren sehr stark verändert. Weil da aber auch die Stadt Spitze der Stadt Düsseldorf auch den Mut hatte, halt wirklich irgendwie große Bauprojekte irgendwie voranzutreiben, also, das hat ja vor vielen, vielen Jahren angefangen mit dem, dass man hier, dass das Rheinufer, dass man das untertunnelt hat, dass man diesen Rheinufertunnel gebaut hat, dass es seitdem eine schöne Rheinufer Promenade gibt und das hat sich eben fortgeführt. Das in den letzten Jahren dann in der Innenstadt der Kö-bogen eins und zwei entstanden sind und man da wirklich so die Innenstadt der Stadt Düsseldorf eigentlich komplett neugestaltet hat und das ist mittlerweile auch so die Immobilien-Branche, der es jetzt aktuell gerade nicht so gut geht, aber was jetzt irgendwie ansonsten halt auch eine unheimlich starke Außenwirkung hatte, wie die Stadt es auch geschafft hat sich in Richtung Modernität weiterzuentwickeln. Und was natürlich auch weit über die Grenzen von Düsseldorf auch irgendwie auch betrachtet worden ist und halt auch wirklich sehr, sehr viele Vorteile irgendwie mitbringen, weil es halt auch architektonisch irgendwie hier unheimlich viel passiert ist und das ist natürlich auch wiederum zum Beispiel, die Immobilien-Branche irgendwie ganz stark nach Düsseldorf gezogen hat. Wir haben eine sehr starke Immobilien-Branche. Viele große namhafte internationale Architekten entscheiden sich halt in Düsseldorf irgendwas zu bauen, weil man hier irgendwie weiß, dass diese Akzeptanz da ist. Die Bereitschaft, da irgendwie sowas auch umzusetzen, der Mut da ist das umzusetzen und das hat natürlich auch Strahlkraft nach außen, also sowohl für die Menschen, die hier leben, aber ist auch für die Menschen, die Arbeiten und die Unternehmen, die sich ansiedeln.

Andreas Brauer: Ja, ich wollte das gleich noch ein bisschen ergänzen. Da sind auch typische Standortfaktoren, wie zum Beispiel kulturelles Angebot oder Angebot im Bereich von Sport und Freizeit und da haben wir eben schon von den Kollegen die Firmen Kontakte auch pflegen, dass solche Dinge sehr wichtig sind und wir hören es ja auch, wenn es im Vergleich mit anderen Städten gesagt wird und natürlich haben auch bestimmte europäische Metropolen, die vorhin ja auch schon genannt wurden, alles im Überfluss und alles sehr viel mehr als wir. Aber wir haben es eben auch. Wir haben schon viele Kultureinrichtungen, wir haben eben und deswegen sagt man ja immer so, deshalb ist es am Rhein so schön. Das spielt eben schon eine sehr große Rolle. Und wenn man das vielleicht mal im regionalen Kontext auch sieht: man ist von Düsseldorf aus eben relativ schnell auch am Niederrhein oder eben auch mal in Köln oder anderen Städten oder wenn ich jetzt mal so dran denke: das Thema Shopping und ähnliches das sind halt alles Dinge, die zu einer Großstadt schon dazugehören. Und die auch ganz gerne mitgenommen werden, wenn die Frage ansteht wo soll ich arbeiten? Ich habe jetzt ein Angebot einer Düsseldorfer Firma, da guckt man dann eben schon was ist am Standort außer Arbeit und Geld sonst noch geboten? Wo können meine Kinder zur Schule gehen? Wo findet meine Frau eine Arbeit oder mein Mann? Je nachdem aus welcher Perspektive man das sieht. Und wenn sie dann eben auch sehen, wieviel die Stadt investiert hat in den letzten 20 Jahren in die

Bildungsinfrastruktur, und das ist ja ebenso, dass die Städte dann für den Zustand von Kindertagesstätten und Schulgebäuden verantwortlich sind und ich denke, dass das schon eine Rolle spielt, in der in der Bewertung und in der Wahrnehmung durch Arbeitnehmer oder eben auch durch Unternehmer oder Unternehmen, wie ihre Standortwahl ausfällt. Und was eben schon auch noch eine Rolle spielt, dazu gibt es auch eine Studie, von der Heinrich-Heine-Universität dies jetzt auch glaub ich schon 10 Jahre alt, das ist eben auch die Öffentliche Dienstleistung, wo mal untersucht wurde was spielt für Unternehmen eine Rolle? Wenn also verschiedene andere Dinge vergleichbar sind, ob das die Gewerbesteuer ist, die Möglichkeit, auf Fachkräfte zuzugreifen, Grundstück zu bekommen, für das eigene Firmengelände usw. und das alles irgendwo vergleichbar ist, das spielt schon auch eine Rolle, wie die Dienstleistungen der öffentlichen Verwaltung ist. Ich denke, dass man da schon sehr gut aufgestellt sind, weil wir jetzt zum Beispiel auch als Wirtschaftsförderung ja, wir sind ja als Amt auch organisiert, auch alle Einrichtungen hier kennen, die ja auch bei einer Ansiedlung beteiligt sind und da auch zumindest versuchen können, Einfluss zu nehmen auf Baugenehmigungen oder ähnliches und was noch ganz wichtig ist, wir haben ja genau aus dem Grund vor einigen Jahren unseren Export-Servicedesk gegründet, um eben dabei zu helfen, hochqualifizierte Menschen hier bei den Formalia gut zu unterstützen oder eben auch bei der Integration in ihrer Peer Group oder eben in der Vernetzung mit Menschen vielleicht aus dem gleichen Herkunftsgebiet? Ob das einzigartig ist in NRW, weiß ich nicht. Ich denke das nicht, aber es ist auf jeden Fall etwas, was wir haben und was auch gut funktioniert und das weiß ich aus vielen Gesprächen mit den Kolleginnen und Kollegen dort sehr gut angenommen wird von Firmen und auch von Forschungseinrichtungen. Also ich kann das auch an einem Beispiel sagen, dass ich selbst kenne mit dem Max-Planck-Institut für Eisenforschung arbeite ich ja auch zusammen. Und die hatten wir da vor einigen Jahren gesagt sie haben häufig mehrere Doktoranden gleichzeitig aus aller Welt hier und immer wieder gibt es auch Probleme mit Aufenthaltsgenehmigung usw. und unsere Kollegen aus dem Export Servicedesk ist deshalb regelmäßig dort zu Gast, um bei diesen formalen Dingen zu helfen und eben auch persönlichen Kontakt zu internationalen Forschern zu halten.

Thao Bui: Das klingt auf jeden Fall nach etwas, das habe ich noch nicht gehört. Das spricht auf jeden Fall für den Standort. Das halt so viele unterschiedliche internationale Firmen dann auch herkommen und genau so ein Angebot brauchen. Schön, dass Sie das erkannt haben und dann auch die Chance genutzt haben so ein Amt einzuführen. Gibt es noch weitere Standortfaktoren, die jetzt in Düsseldorf relevant sind? Die jetzt unbedingt noch genannt werden müssen, weil sie halt wichtig sind?

Stephanie Kranen: Also ich würde alles im internationalen Kontext da nochmal ergänzen, dass wir ja auch in Düsseldorf ein internationaler Standort sind und insbesondere, was zum Beispiel japanische Community betrifft, ist ja Düsseldorf die größte japanische Community innerhalb Europas, was sich ja auch irgendwie also da gibt es zum Beispiel auch wenn man

sich das so mal angucken möchte. Es gibt einen sehr schönen Film, den die Düsseldorf Marketing und Tourismus in diesem Jahr veröffentlicht hat, wo auch nochmal ein bisschen erzählt wird, wie das überhaupt so zustande gekommen ist, dass sich hier so viele japanische Firmen angesiedelt haben und das ist irgendwie so ganz total spannend anzugucken, weil mittlerweile leben wir in der zweiten oder dritten Generation hier und das ist wirklich wichtig. Es ist ein ganz, ganz toller Film und das ist halt einfach super spannend, weil wenn ich natürlich irgendwie als japanisches Unternehmen überlege, nach Deutschland zu gehen oder so, dann weiß ich halt in Düsseldorf habe ich da die entsprechende riesen große japanische Community, ich habe hier die Infrastruktur, ich habe eine japanische Schule, ich habe einen japanische Kindergarten. Ich habe ganze Stadtteile irgendwie die sich dann fasst so anfühlen, als ob ich zuhause bin. Dann haben wir auch eine riesen große chinesische Community hier. Also das ist schon was, das gerade im internationalen Kontext wahnsinnig viele Menschen anzieht. Das es halt ein riesen große Netzwerke gibt und man sich dann halt auch einfach hier wohl fühlt, wenn man aus dem Ausland kommt sozusagen.

Thao Bui: Wie ist denn ihre Wahrnehmung zu dem Standortfaktor Gewerbesteuer? Ist das auch ein Thema, wenn jetzt eine neue Unternehmensansiedlungen in Ihrer Stadt stattfindet?

Andreas Brauer: Ja, da muss ich jetzt zugeben, dass ich natürlich jetzt bei den Ansiedlungsgesprächen nicht dabei bin. Kann ich jetzt ehrlicherweise nicht so wirklich was zu sagen.

Stephanie Kranen: Ja, genau das ist nämlich so ein bisschen so der Punkt, wie Herr Brauer gerade sagte wir sind in diesen Ansiedlungsgesprächen gar nicht dabei. Dabei sind natürlich dann auch in erster Linie die Kollegen aus dem Team International Business Service, die eben im Ausland unterwegs sind, weil innerhalb Deutschlands machen wir jetzt keine Akquise, wollen ja niemanden abwerben, irgendwie, aber das wäre jetzt noch eine Frage, die ich nochmal das hatten wir jetzt auch natürlich gesagt, dass das wäre natürlich etwas, was wir gern sonst gegebenenfalls nochmal weitergeben, inwieweit das überhaupt relevant ist und was am Ende dann ausschlaggebend ist, sich für einen Standort zu entscheiden. Sicherlich ist ja auch je nach Unternehmen die Frage: brauchen die Unternehmen irgendwie, was für Büroräume oder Räumlichkeiten brauchen sie? Ist es ein Unternehmen, was Fläche braucht, dann wird es hier in Düsseldorf schwierig. Wir haben so gut wie keine Flächen mehr, die wir zur Verfügung stellen, dann müssen die halt eher gucken, dass sie irgendwo sich ansiedeln, wo sie halt eben diese Flächen-, Büroraum oder so, das ist jetzt nicht so das Thema, aber gerade jetzt größere Industrieflächen, Gewerbeflächen oder so, dass halt natürlich recht knapp hier, ein knappes Gut. Aber die Frage können wir gerne nochmal im Nachgang irgendwie dazu nochmal paar Antworten liefern oder so Erfahrung liefern, das können wir gerne nochmal bei den Kollegen nachfragen.

Schriftliche Ergänzung: Standortkosten sind als Standortfaktor sehr wichtig. Die Unternehmen kalkulieren die diversen Kostenblöcke (Steuer, Miete , ggf. Subventionen) auf die Laufzeit der Investitionsentscheidung, meist zwischen 10-30 Jahren. Da haben wir dann natürlich keinen detaillierten Einblick mehr, aber daran erkennt man ganz gut wie alles zusammenhängt.

Thao Bui: Ja, sehr gerne. Haben Sie eine persönliche Einschätzung dazu ganz allgemein, wie die Wahrnehmung hier in der Stadt ist?

Stephanie Kranen: Ich bin auch gebürtige Düsseldorferin für mich ist das natürlich immer ganz klar, für welchen Standort man sich entscheiden sollte. Ich bin natürlich schon immer der Meinung, dass es sehr viele Pluspunkte gibt, die einfach irgendwie für Düsseldorf sprechen, gerade wenn es darum geht irgendwie Talente anzuziehen oder so ist aus meiner Sicht, da der Standort schon auch ganz, ganz entscheidend, aber genauso ist es wie sieht es mit bezahlbarem Wohnraum aus? Wenn ich irgendwo arbeite, kann ich da wohnen oder muss ich dann halt wieder irgendwie ins Umland ziehen oder so, weil es nicht bezahlbar ist? Sowas ist natürlich schon entscheidend, aber inwieweit die Unternehmen davon jetzt sich überlegen, ob nach Essen oder nach Düsseldorf ist natürlich auch sehr branchenabhängig.

Thao Bui: Haben sie irgendwie konkrete Beispiele für Unternehmen, die jetzt wegen bestimmter Standortfaktoren gekommen sind?

Stephanie Kranen: Also ich kann jetzt aus dem eher internationalen Kontext, aber natürlich auch nicht, weil ich jetzt selber irgendwie vor Ort war, sondern weil ich das natürlich von den Kollegen weiß. Also unsere Kollegen aus dem internationalen Team sind ja sehr viel unterwegs, machen eben entsprechende Akquise Reisen und da zählt es sich auf jeden Fall aus, dass sie wirklich über viele, viele Jahre da sehr gute Kontakte aufbauen, da wirklich ein großes Netzwerk auch haben und es ist zum Beispiel in den letzten Jahren so, dass wir eine ganze Reihe von indischen Unternehmen bis koreanische Unternehmen in Düsseldorf ansiedeln und da zählt es sich einfach immer wieder aus, dass da auch unser Team International Business Service, dass sie so aktiv sind, dass sie so einen engen und guten Kontakt auch zu den entsprechenden Personen dann in den jeweiligen Ländern haben, dass da wirklich nach auch oftmals jahrelanger Arbeit dann sich die Unternehmen dazu entschließen, sich hier anzusiedeln und dann natürlich irgendwie oftmals, das dann auch so ein Effekt hat, dass wenn irgendwie das erste indische Unternehmen hier angekommen ist, dass dann natürlich auch so ein paar nachfolgen und sich dann halt eben dieser Bereich dann auch immer weiter vergrößert. Ansonsten haben wir jetzt, es ist auch noch gar nicht so lange, haben wir zum Beispiel den EUREF-Campus in Düsseldorf ansiedeln können. Das gibt es auch in Berlin, das ist ein Gelände, wo sehr stark in Richtung ich meine Energietechnologien der Zukunft entwickelt wird. Die wollten sich auch vor einigen Jahren mehr so hier im Bereich NRW niederlassen, haben dann auch einen entsprechenden Standort gesucht und da haben wir als

Wirtschaftsförderung sehr, sehr stark auch und sehr intensiv für, also natürlich entsprechend viel gearbeitet und gekämpft, dass EUREF sich für Düsseldorf entscheidet. Da waren auch mehrere andere Standorte mit im Gespräch und in der Auswahl und EUREF hat sich für Düsseldorf entschieden, weil sie ein entsprechendes Grundstück in Düsseldorf gefunden haben, was aber auch ganz nah am Flughafen ist und dadurch natürlich auch eine gewisse Nähe zu den anderen Großstädten in Nordrhein Westfalen gegeben ist und das sich einfach auch für das Thema irgendwie was da auch mit vorangetrieben wird, sich sehr eignet und natürlich auch für die Unternehmen, die sich auch auf diesem EUREF Campus ansiedeln, glaub ich auch das Düsseldorf auch eine Adresse ist, wo man dann auch wirklich überlegt, dort seine Räumlichkeiten oder so dort aufzuschlagen.

Andreas Brauer: Ja und das ist vielleicht auch ein gutes Beispiel für das, was ich eben gesagt habe mit der Leistungsfähigkeit der Verwaltung, denn gerade bei diesem Beispiel, da war es ja so, dass wir im Grunde genommen mit EUREF innerhalb von 3 Monaten einig waren, das Grundstück beschafft wurde und die Genehmigung da waren und so weiter und ohne dass wir jetzt die Konkurrenz Städte nennen wollen, aber da haben andere naja annähernd 3 Jahre würde ich jetzt mal sagen daran gearbeitet. Also es hätte auch so sein können, dass sie woanders hingeht, aber an der Stelle ist es eben ganz wichtig gewesen, Leistungsfähigkeit zu zeigen und auch tatsächlich unter Beweis zu stellen.

Thao Bui: Fällt Ihnen dazu noch weitere Beispiele ein? Das war sehr interessant diese Einblicke zu erfahren, wie halt sie halt als Wirtschaftsführung arbeiten.

Stephanie Kranen: Ja, da müsste ich bisschen überlegen, was wäre noch da?

Andreas Brauer: Ja, ich denke im Zusammenhang mit dem EUREF Campus kann man ja schon auch Schneider Electric nennen, die aus Ratingen gekommen sind. Als Ankermieter im EUREF Campus.

Stephanie Kranen: Ja, also wir haben jetzt auch in der in den letzten Jahren, also es sind ja auch ein paar Unternehmen, die mal eine Zeitlang irgendwie aus Düsseldorf raus gegangen sind oder wenn ich jetzt so an thyssenkrupp Elevator denke, die dann quasi wieder zurück nach Düsseldorf gekommen sind oder zumindest den Bereich der die Aufzugssparte wieder nach Düsseldorf gekommen sind. Ich glaub Epson hat ist jetzt auch wieder zurück nach Düsseldorf, ne die waren ja auch mal kurzzeitig abgewandert.

Thao Bui: Wissen Sie die Gründe, wieso sie abgewandert und wieder zurückgekommen sind?

Stephanie Kranen: Manches ist ein bisschen auch vor meiner Zeit.

Andreas Brauer: Also soweit ich mich erinnere ist die Abwanderung glaub ich so ungefähr 15 oder vielleicht auch 20 Jahre her. Ich denke einfach, die sind ja damals nach Meerbusch gegangen, da gab es ein Gewerbegebiet direkt an der Autobahn an der Grenze zu Krefeld. Epson konnte da ein neues Gebäude beziehen. Ich vermute einfach, dass wir in der Zeit hier

keine geeignete Fläche anbieten konnten und ja, die Rückkehr nach Düsseldorf hat glaub ich auch was damit zu tun, dass sie sich als ja soweit es geht als nachhaltiges Unternehmen positionieren möchten und man hat jetzt hier in Herten ein Gebäude gefunden, was eben sehr energiearm betrieben werden kann. Solche Dinge spielen ja dann schon eine große Rolle und ja, möglicherweise ist es auch so, dass da eben mit Verhandlungen in Meerbusch angestanden haben, das ist ja meistens auch so n Wechselspiel aus mehreren Faktoren und wenn Mietvertragsverlängerung ansteht, dann ist das ja die typische Gelegenheit zu überprüfen bleibt man da oder hat man vielleicht anderswo auch noch bessere Möglichkeiten.

Thao Bui: Sie haben angesprochen, dass vor allem das Problem ist, dass sie nicht genug Flächen in Düsseldorf zur Verfügung haben. Gibt es noch weitere Faktoren, die Unternehmen dazu bringen sich für einen anderen Standort zu entscheiden?

Stephanie Kranen: Ja, manchmal sind es dann auch glaub ich wieder die Kosten, das dann natürlich irgendwie jetzt Büroimmobilien natürlich in manchen Gegenden auch wiederum günstiger sind, wobei da auch wieder so eine Tendenz da ist. In der Corona Zeit haben viele dann ja überwiegend von zu Hause aus gearbeitet. Jetzt versuchen die Unternehmen, ihre Mitarbeiter doch wieder ein bisschen mehr in den Büros zu bekommen, dass die Unternehmen mittlerweile aber feststellen, dass diese klassischen Büro Standorte, an denen halt wirklich nur Büros sind und so gut wie keine Infrastruktur, dass sie da die Mitarbeiter nicht so gut wieder hinbekommen, also das da halt irgendwie so das Thema Innenstadt, diese guten Lagen innerhalb der Innenstädte und speziell jetzt auch dann zum Beispiel so in Düsseldorf. Da sind sehr, sehr begehrte Büro lagen, wo man dann auch hinmöchte, aber da sind wir ja natürlich auch wieder in den Preis Segmenten, was halt auch einfach irgendwie viele Unternehmen nicht zahlen können oder dann vielleicht irgendwie nur ein kleines Büro in so einer 1 a Lage haben und den Rest des Unternehmens dann aber vielleicht eher außerhalb von Düsseldorf. Also ich glaube, dass das zumindest ein Punkt ist das einfach auch die Kosten natürlich dann auch wieder im Vergleich zu anderen Städten in NRW dann auch recht hoch sind.

Thao Bui: Ich verstehe, fallen Ihnen noch weitere Punkte ein zu dem Thema?

Stephanie Kranen: Manchmal sind es ja auch einfach irgendwie Unternehmensentscheidungen, wenn jetzt ja Unternehmen übernommen werden, wenn sich da halt irgendwie wirklich größere Strukturveränderungen oder so und dann irgendwelche Hauptsitze dann plötzlich nicht mehr in Düsseldorf oder Unternehmen ganz verschwinden oder so, weil wenn ich jetzt zu einem Vallourec oder sowas denke. Aber sonst? Zumindest in der jüngeren Vergangenheit, wenn Unternehmen aus Düsseldorf weggegangen sind, dann hing es dann schon oft damit zusammen, dass dann man sich vielleicht vergrößern wollte und eben die entsprechenden Büroräumlichkeiten hier nicht zur Verfügung standen oder man nicht das passende gefunden hat oder das, was man gefunden hat zu teuer war oder zu klein?

Thao Bui: Haben Sie Empfehlungen zur Wettbewerbsfähigkeit von Düsseldorf oder irgendwelche Einblicke, die sie mitteilen könnten?

Stephanie Kranen: Also was wir auch als Wirtschaftsförderung unter anderem machen ist, dass wir gucken wo sind Zukunftsmärkte und dass wir natürlich versuchen, innerhalb dieser Zukunftsmärkte da auch die Rahmenbedingungen so zu setzen, dass das auch wieder interessant wird für Unternehmen, die in diesen Zukunftsmärkten tätig sind, aktiv sind da auch Dinge entwickeln das die sagen, Mensch da könnte Düsseldorf auch der Standort sein, wo ich dieses Thema vorantreiben kann, und da gucken wir natürlich ganz genau. Das geht so in Richtung Green Tag Digital Health Connectivity, wo wir das natürlich dann auch ausloten welches Potenzial hat die Stadt Düsseldorf? Und das halt auch entsprechend im internationalen Bereich, dann auch so kommunizieren auch entsprechend vermarkten, um eben mit den Argumenten, die für Düsseldorf sprechen und das sind halt auch natürlich die große Unternehmensdichte hier, die Vielzahl an Corporate, die Nähe zu Anderen, also einfach dieses sehr dichte, dass das hier auch ein Ort ist, an dem man halt auch Innovationen und neue Technologien vorantreiben kann.

Thao Bui: Meinen Sie, es gibt irgendwelche Trends oder Entwicklungen in der Standortwahl von Unternehmen?

Andreas Brauer: Meinen Sie jetzt von der Branchenzugehörigkeit her oder meinen Sie jetzt das Unternehmen bei der Standortwahl auf bestimmte Dinge achten, die sie an den Standorten vorfinden?

Thao Bui: Ja genau, haben Sie irgendwelche Veränderungen gemerkt, was früher vielleicht anders war? Worauf Unternehmen zum Beispiel mehr setzen?

Andreas Brauer: Ja, das ist möglicherweise auch so ein Punkt, den wir nochmal besprechen müssten mit den Kollegen, die auch die Ansiedlungsgespräche führen.

Thao Bui: Ja, hatten sie schon mal irgendwelche Untersuchungen in der Hinsicht in ihrer Stadt über Standortfaktoren allgemein oder halt über Gewerbesteuern?

Andreas Brauer: Ja, über Gewerbesteuern, jetzt so nicht, aber über die Standortfaktoren Steffi da würde ich sagen, haben wir ja durch die Studien mit dem Institut der deutschen Wirtschaft schon bekommen. Also die Beschreibung Düsseldorf als internationaler Lebenswerter und innovativer Standort zeigt ja schon auf, wo wir zwar stärken haben, aber die Empfehlungen sind immer eindeutig, dass wir diese Stärken auch noch wesentlich weiter ausbauen müssen. Und wenn ich jetzt so an das Thema, in dem ich selbst ja auch tätig bin denke, was die Innovationsfähigkeit angeht, hängt das eben schon sehr stark an zwei Dingen nämlich an dem Wissens- und Technologietransfer, ausgehend von Hochschulen von Wissenschaftseinrichtungen zu Unternehmen und zum zweiten eben auch in der Frage der Gründung von neuen Unternehmen und die wiederum hängt aber auch sehr stark mit den

Hochschulen zusammen, weil auch Umfragen gezeigt haben, dass sehr viele Start-ups aus von Studenten oder früheren Studenten gegründet werden. Und ja, deswegen sind das sicherlich so zwei Faktoren aus dem Innovationsfeld, die schon auch eine wichtige Rolle bei der Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes spielen ja und zum Thema Lebensqualität hat Frau Kranen ja eben auch schon einiges ausgeführt. Wir haben ja auch als Stadt sehr groß Investitionen getätigt, in den letzten Jahren, um die eben auch weiter auszubauen und was die Internationalität angeht, hatten wir vorhin ja auch schon so Stichworte Expat Service Desk genannt. Und was natürlich auch so ähnlich wie bei einer Plattform Ökonomie ist, wo schon etwas ist kommt immer noch mehr und dazu und da wir eben sehr viele japanische, chinesische und auch indische Firmen, liegt natürlich für andere Firmen aus den Märkten nahe, sich auch hierher zu orientieren. Ich sag jetzt mal Vorbilder in Anführungszeichen und ich glaub eine Community in der Heimat ist sicherlich immer ganz hilfreich, wenn man Menschen begegnet, die die gleiche Muttersprache sprechen, vielleicht auch einen vergleichbaren Lebensweg hinter sich haben und natürlich auch, um miteinander ins Geschäft zu kommen.

Thao Bui: Ist diese Studie öffentlich? Also kann ich auch darauf zugreifen oder könnten Sie mir schicken?

Andreas Brauer: Ja, die haben wir jetzt nicht veröffentlicht.

Thao Bui: Ja, könnte Sie absprechen, ob das in Ordnung wäre, wenn ich mir die auch einmal anschauen?

Stephanie Kranen: Wir können das ja mal klären, ob man zumindest so eine Art Abstract oder irgendwie so was oder so, zumindest eine Art Executive Summary oder so, vielleicht gibts da irgendwas, das würden wir mal klären.

Thao Bui: Und das war so eine Unternehmensbefragung oder was war das für eine Studie?

Andreas Brauer: Ja, das war eine Studie mit dem Institut der deutschen Wirtschaft. Da sind eben paar Leitlinien aufgestellt worden. Da hat haben auch Gespräche mit Unternehmen stattgefunden, die dort rein geflossen sind, in der in die Bewertung.

Thao Bui: Das wäre sehr interessant, weil Oberhausen hat zum Beispiel von der IHK so eine Studie gehabt, wo sie auch Unternehmen befragt haben und wenn ich auch von Düsseldorf ein bisschen empirisch Infos habe, wäre das schön.

Andreas Brauer: Ja, wir haben natürlich einfach das Problem, dass das nicht veröffentlicht ist und es gibt natürlich schon bestimmte Dinge, die auch natürlich nicht mitgelesen werden sollen. Insofern wäre natürlich die Frage wer liest dann ihre Arbeit oder wer bekommt auch die Quellen zugänglich gemacht? Viele Dinge sind natürlich irgendwo Allgemeingut, die gelten ja in ähnlicher Form für andere Städte auch, aber so eine Studie ist natürlich immer auch speziell für den Auftraggeber angelegt in der Herangehensweise und in der Bewertung von Aussagen, sodass na ja, wir mal gucken müssen, ob bei ihnen da vielleicht so ein kleines Summary oder

sowas zur Verfügung stellen könnten, dann wäre eben aber trotzdem die Frage wer es nachher alles lesen kann. Also ich bin da ehrlich und sage ich bin auch schon immer so ein ganz kleines bisschen zurückhaltend.

Thao Bui: Ja, das kann ich sehr gut verstehen.

Stephanie Kranen: Ja, das würden wir aber nochmal klären, dann.

Thao Bui: Ich kann ja selber noch losziehen und Unternehmen befragen, dann ist ja die Frage Sie wissen ja über Unternehmen Bescheid wo ich mir denn ein genaueres Bild über Standortfaktoren machen kann? Warum sie sich für Düsseldorf entschieden haben?

Stephanie Kranen: Ja, da könnten wir also, da würde ich jetzt tatsächlich noch mal die Kollegen fragen, vielleicht gerade aus jüngster Vergangenheit, dass man da vielleicht mal geguckt, ob man da nochmal einen Kontakt herstellen kann, dass sie die einfach nochmal befragen können, warum oder vielleicht auch weil die Kollegen das vielleicht auch noch so frisch haben, dass sie auch nochmal das mitteilen können oder ich würde einfach fragen, ob dann die Möglichkeit besteht, dass sie da Kontakt zu aufnehmen können.

Andreas Brauer: An wie viele Firmen hatten sie denn so gedacht?

Thao Bui: Nicht viele, vielleicht fünf und da Sie auch die Ergebnisse lesen können, können Sie für sich fragen, was für Sie denn als Wirtschaftsförderung interessant wäre mehr von der Firma zu erfahren, um in Zukunft dann diese Branchen anzusprechen oder so.

Andreas Brauer Ja, das wäre natürlich schon auch eine schöne Sache.

Thao Bui: Und damit sie auch wissen wer die Studie bekommt? Also ist natürlich jetzt nicht irgendwie veröffentlicht, aber jeder der an der Studie teilnimmt, den werde ich auch anbieten, dass er die auch lesen kann, also zum Beispiel wird auch die Wirtschaftsförderung Oberhausen wahrscheinlich meine Arbeit lesen, damit sie auch wissen, wer dann? Oder die IHK wird das auch lesen wahrscheinlich und genau. Mein Ziel ist ja auch dann die Wettbewerbsfähigkeit der beiden Städte zu stärken, also dass die Kommunen auch was davon hat. Genau damit werden wir auch schon am Ende. Haben sie noch irgendwie Anmerkungen?

Stephanie Kranen: Was mir gerade einfällt, was wir gar nicht so großartig angesprochen haben, ist natürlich auch das ganze Thema Start-ups, wo wir natürlich auch durch unsere Startup-Unit ganz intensiv junge Gründerinnen und Gründer unterstützen und wir da ja auch inzwischen ziemlich was aufgebaut haben. Ich glaub irgendwie 550 Start-ups sind hier in Düsseldorf und daher auch was das ganze Thema Hightech-Gründungen im Vergleich jetzt in Deutschland betrifft, glaube ich auch nur München ein bisschen vor uns steht, aber ansonsten ist Düsseldorf da halt auch wirklich sich sehr gut aufgestellt. Also da machen wir halt auch extrem viel und sind da auch wirklich erste Ansprechpartner, haben da halt auch ein riesen Netzwerk hier in Düsseldorf und das ist natürlich auch ein großer, gerade für junge Menschen,

die natürlich also in der Regel doch eher jüngere Menschen sind, die so in der Stadt zuziehen. Das ist natürlich auch ein großes Angebot, was wir hier bereithalten.

Thao Bui: Würde es sich lohnen noch mal mit der Startup-Unit direkt zu sprechen, um mehr so über eine neue Unternehmensansiedlungen zu erfahren?

Stephanie Kranen: Ja, das kann man auf jeden Fall, das können wir sicherlich irgendwie auch noch realisieren, dass wir dann nochmal mit einer Kollegin oder einen Kollegen sprechen aus der Unit. Dann würden wir das auch nochmal dort ansprechen und dann ihnen da dann auch kurzfristig da was zurück zu schicken.

Thao Bui: Vielen lieben Dank für ihre Unterstützung.

Stephanie Kranen: Sehr gerne und dann würden wir natürlich, wenn die Arbeit dann fertig ist, dann freuen wir uns natürlich auch, wenn wir da im Blick reinwerfen dürfen und wie gesagt, ich würde dann wieder auf Sie zukommen mit den Sachen, die ich mir jetzt hier notiert habe, dass wir Sie da noch ein bisschen weiter unterstützen können.

Thao Bui: Dankeschön.

Interview D3 (Oberhausen): Jan Borkenstein – IHK zu Essen

Jan Borkenstein: Genau. Ich kann, wenn Sie mögen, gleich noch mal zeigen, wir haben in diesem Jahr eine Befragung gemacht, einen sogenannten Standortcheck, wo wir Unternehmen abgefragt haben nach eben Standortfaktoren und dann geclustert haben in Wichtigkeit und Zufriedenheit. Das kann ich Ihnen gleich mitteilen. Wir haben natürlich, wie Sie schon richtig sagen, Oberhausen ist da besonders, weil Sie eben einen sehr hohen Gewerbesteuerhebesatz haben. Das hat in der Vergangenheit auch schon durchaus zu der Abwanderung eines sehr großen Unternehmens geführt. Das war früher OXEA und jetzt heißen sie OQ. Sie sind dann nach Monheim abgewandert, die mit bewerben einem besonders günstigen Steuersatz zu haben. Das ist natürlich für eine, weil der Standort weiterhin da ist, ist weiterhin hohe Chemie da wird produziert. Allerdings ist der Hauptsitz dann verlagert worden. Das ist natürlich für eine Stadt nicht wirklich schön. Ich versuche mal eben zu teilen die Präsentation oder einen Teil davon zumindest, dann sehen Sie nämlich auch die Ergebnisse schon. Habt jetzt nicht besonders dafür gemacht, sondern ich würde dann einfach eben zu den entsprechenden Folien durchklicken. Das haben wir halt in diesem Jahr vorgestellt. Ein bisschen Statistiken noch dazu. Das ist alles für Sie wahrscheinlich nicht interessant. So also das ist das im Prinzip, wie wir es gemacht haben. Da werden gleich alle Folien in diese Richtung gehen. Das heißt, wir haben eine Wichtigkeit, wir haben das nach Schulnoten abgefragt. Dabei ist eins sehr wichtig. Sechs ist dann unwichtig, wenn es auch mit der Zufriedenheit sehr zufrieden ist dann ist das die eins, unzufrieden sehr ist die sechs und dann kann man schon sehen. Meine Maus, weil Sie sehen sie auch, oder?

Thao Bui: Ja, die sehe ich auch.

Jan Borkenstein: Okay, wenn man in diesem Quadranten ist, klar, dann ist eine besonders hohe Wichtigkeit, aber auch eine richtig gute Zufriedenheit. Das ist natürlich schon gut. Das ist hier der Quadrant. Da ist es spannend auf der einen Seite wichtig, auf der anderen Seite unzufrieden. Das heißt, hier müsste ein Standort immer gucken, dass er aktiv wird. In diesem Fall, wenn es nicht so wichtig ist und auch nicht sehr zufrieden ist. Da kann man fast sagen naja, dann schlabbern wir das vielleicht. Hier haben wir die Variante, auf der einen Seite haben wir eine hohe Zufriedenheit, aber eine weniger große Wichtigkeit. Da kann man so ein bisschen was mitnehmen. Sagen wir mal so okay, wir haben das, untergliedert in harte Standortfaktoren, weiche Standortfaktoren in kommunale Kosten. Da finden Sie gleich die Gewerbesteuer auch noch wieder und noch Arbeitskräfte dann auch wieder. Was Sie eigentlich hier schon ganz schön sehen, ist die klassischen harten Standortfaktoren wie Infrastruktur, also Straßen, Autobahnnetz werden als sehr wichtig bewertet. Auf der anderen Seite auch eine recht hohe Zufriedenheit. Wir sind im Ruhrgebiet, da gibt es natürlich ein recht hohes und dichtes Netz an Autobahnen, an anderen Straßen, am Zugverkehr. Das sehen Sie auch und da muss man ein bisschen vorsichtig in der Interpretation sein. Wasserstraße hier hinten oder auch Schienenwege werden als nicht besonders wichtig erachtet. Das muss man natürlich

relativieren. Für einen normalen Dienstleister sind Wasserstraßen wahrscheinlich nicht wirklich wichtig. Wenn Sie aber mit der Industrie sprechen, die ihre Rohstoffe über den Wasserweg angeliefert bekommen, sind sie essenziell wichtig. Nur es gibt einfach in der Summe halt viel mehr Dienstleister, Händler, als dass es Industriebetriebe gibt, die auf die Wasserstraße angewiesen sind. Deswegen ist es letztendlich im Gesamtranking so ein bisschen nach rechts beim Unwichtigen gerückt. Sollte man jetzt aber nicht fehlinterpretieren, dass man sagt, das ist nicht wichtig.

Thao Bui: Also schön, dass Sie das noch anmerken.

Jan Borkenstein: Ja, muss man, glaube ich. Hier sehen Sie auch ganz schön Informations- und Kommunikationsinfrastruktur hat die größte Wichtigkeit bekommen, sogar noch vor Straße. Zufriedenheit? Naja, also ausbaufähig. Zumindest noch nicht unzufrieden, aber immer noch auf dem Weg, dass man daran arbeiten kann. Und das ist auch schon.

Thao Bui: Also, dass das Netz zum Beispiel noch zu langsam ist.

Jan Borkenstein: Okay, genau. Wobei wir sind halt schon im Ruhrgebiet. Das ist eigentlich jetzt nicht schlecht, muss man sagen. Wenn ich mit manchen Kollegen aus Südwestfalen spreche oder aus anderen ländlichen Räumen, da sieht es ja noch mal anders aus. Trotzdem klar, ich meine, der Bedarf an Netz und an Daten steigt weiterhin. Deswegen ist man da wahrscheinlich nie ganz zufrieden, vermute ich fast. Aber Sie sehen hier schon, vielleicht zu merken, wir sind hier im 1,81 0,55 Bereichs. Was um den Dreh, also schon eine hohe Wichtigkeit bei diesen Faktoren, wie Straße und Informations- und Kommunikationsstruktur ist wichtig für die kommunalen Kosten. Nur dann habe ich jetzt die Weichen übersprungen. Ich guck mal kurz. Nee, habe ich nicht. Okay. Dann sehen wir schon kommunale Kosten stehen auch hier Gewerbesteuerhebesatz in Oberhausen. Zufriedenheit nähert sich der fünf an? Ja, wir haben auch da schon ein bisschen unter der zwei, wahrscheinlich 1,9 ist so die Wichtigkeit, das sehen wir schon, die anderen Faktoren wie Straße oder auch Kommunikationsinfrastruktur ist da durchaus in der Wichtigkeit höher gesetzt worden, ne? Aber klar, ich habe gerade das Beispiel von OXEA damals, heute OQ genannt, wenn natürlich Unternehmen sagen, die eine signifikante Höhe an Gewerbesteuern zahlen und dann ein anderes Angebot bekommen, ist das für die natürlich durchaus auch ein ja, eine Abwägungsfrage und anscheinend ein recht hoher Faktor dann. Gut, dass sind insgesamt die Kosten als nicht besonders zufrieden bewertet werden. Ist jetzt wahrscheinlich auch nicht ganz überraschend aber auch schon Grundsteuerhebesatz, Gewerbesteuerhebesatz auf jeden Fall somit am unzufriedensten, ne? War eben auch jetzt nicht so hoch wie Straßen und Infrastruktur, Kommunikationsinfrastruktur aber immer noch sehr wichtig. Also das sieht man auch schon, wenn man sich andere Faktoren anguckt Citymarketing oder Erreichbarkeit der Behörden. Also da sieht man schon, dass das durchaus ein wichtiger Faktor ist. Nur dann haben wir noch die weichen Standortfaktoren. Das würde ich jetzt ein bisschen kürzer machen, das trubelt sich alles hier so, das sind irgendwie

ganz zufrieden damit, ist aber auch nicht dramatisch. Also es ist ganz okay, wird gut mitgenommen sein. Dann hier noch mal Arbeitskräftepotenzial. Auch nicht wirklich überraschend. Verfügbarkeit von Fachkräften. Das Thema, was gerade halt so ist, auch hier mit 1,81 0,9 so was von der Wichtigkeit Zufriedenheit unterhalb von vier ist jetzt Oberhausen kein das Spezifikum. Das zieht sich ja gerade durch alle Regionen, Städte, Branchen durch. Eigentlich, dass Arbeitskräfte das Thema sind, was viele Unternehmen umtreibt, ne? Also das ist zwar mal ganz in aller Kürze, dass sie sehen ja, wie wir das gemacht haben und was du das Ergebnis in aller Kürze war. Das hilft ja vielleicht schon ein bisschen weiter auf die Bewertung wie muss man die Standortfaktoren einschätzen? Ich will das Teilen dann zurücknehmen. Oder haben Sie noch spezifische Fragen dazu? Dann will ich es lassen. Noch so lange.

Thao Bui: Ich habe noch eine Frage zur Methode, und zwar das war jetzt eine Unternehmensbefragung in Oberhausen, richtig?

Jan Borkenstein: Genau.

Thao Bui: Und wie viele Unternehmen wurden befragt?

Jan Borkenstein: Wir haben 700 Unternehmen befragt, haben aber eine Rücklaufquote von 10 % gehabt. Also 70 haben geantwortet Ja. Über alle Branchen hinweg. Wenn Sie selber Befragung machen, dann wissen Sie auch, wie mit Freude das angenommen wird. Gerade die Befragung war ja auch nicht ganz trivial. Also nicht einfach gut, besser schlecht, sondern man musste einmal in die Kategorie Wichtigkeit Zufriedenheit von 1 bis 6. Also da wissen wir auch schon aus den Rückmeldungen. Unternehmen, gerne machen die das nicht, wenn diese Befragung kommen und deswegen sind vielleicht mit dem Rücklauf von 70 sehr zufrieden. Eben weil wir auch die Mischung hatten von Industrie, von Handel, Dienstleistungen auch in den verschiedenen Größenklassen, von kleinen Unternehmen, mittleren bis auch zu großen Unternehmen. Das ist dann schon ganz okay.

Thao Bui: Dürfte ich auch die Ergebnisse dieser Arbeit in meiner eigenen Arbeit verwenden?

Jan Borkenstein: Ich denke, da spricht nichts gegen. Also wir haben jetzt keine eigene Studie dafür nochmal erstellt. Das ist so ein bisschen das Ergebnis, das kann ich Ihnen mal natürlich zuschicken, das wäre jetzt kein Problem. Wenn Sie noch Daten dazu brauchen, würde ich Ihnen die noch nachliefern.

Thao Bui: Das wäre perfekt, weil dann könnte ich zum Beispiel, dann weiß ich genau den Wert statt den hier abzulesen. Das wäre hilfreich. Genau. Und wissen Sie, was das Problem an solchen Studien ist? Das dann Unternehmen befragt werden, die auch noch in Oberhausen sind. Und es gibt ja auch Unternehmen, die dann weggezogen sind und da kann man ja nur Vermutungen anstellen, was jetzt die Gründe waren und das sind die höchstwahrscheinlich die Gründe im unteren, also diesen unteren linken Quadranten gewesen. Und könnten Sie mir dazu

noch ein bisschen mehr erzählen, was Sie denken, was so die Gründe waren? Eher so die Kosten oder andere Faktoren?

Jan Borkenstein: Es kommt glaube ich immer darauf an. Ja, das Beispiel war ja dezidiert. Die haben auch gesagt, das sind die Höhe der Gewerbesteuern, OXEA ja, warum die weggezogen sind, das war auch ganz klar. Ich sag mal, was haben die gemacht? Die haben ihre Hauptverwaltung in Monheim aufgemacht. Das Werk ist weiter in Oberhausen geblieben, ne? So, Warum ziehen Unternehmen sonst noch weg? Meistens hat das damit zu tun, wenn eine betriebliche Erweiterung ansteht und wenn gar keine verfügbaren Flächen da sind. Vielfach schauen Sie sich doch um, ob in Oberhausen was frei ist. Wenn aber da nichts Passendes da ist, dann wird nach einem anderen Standort geguckt. Auch da entscheiden sich Unternehmen in der Regel nicht so, dass sie sagen ich gehe jetzt ganz woanders hin, sondern versuchen, in der Region zu bleiben, weil natürlich auch so ein bisschen die Mobilität der Arbeitskräfte daran hängt. Also anderes Beispiel, wir haben in Essen vor kurzem ein Unternehmensgespräch gehabt. Das ist ein Unternehmen mit einem schwedischen Inhaber, größerer Konzern, und die überlegen jetzt auch eben den Standort zu verlagern. Und die möchten gerne innerhalb des Ruhrgebiets bleiben und schon eher das Kernruhrgebiets, weil die sagen, wir haben so viele spezialisierte Arbeitskräfte. Ich habe gerade gesagt, wie wichtig Arbeitskräfte für Unternehmen sind. Wenn die jetzt ganz woanders hingehen müssten, dann würden wahrscheinlich nicht alle Arbeitskräfte mitgehen. Die würden da Probleme haben, das alles neu aufzubauen. Also deswegen sind es verschiedene Faktoren. Da ist sicherlich der Hebesatz einer, vielleicht auch nicht der allerwichtigste, muss man ehrlich sagen, sondern da gibt es Erweiterungsmöglichkeiten. Wie ist die Nähe zu Kunden, Arbeitskräfteverfügbarkeit, diese Dinge, denke ich.

Thao Bui: In Düsseldorf ist zum Beispiel so, dass Flächen ein ganz großes Thema ist, weil das halt sehr, sehr knapp ist. Meinen Sie, dass es in Oberhausen so ähnlich oder ist es eher noch ein bisschen entspannter?

Jan Borkenstein: Also lange Zeit war Oberhausen tatsächlich so, dass es etwas entspannter war als bei den anderen beiden Städten in unserem Kammerbezirk Essen und Mülheim. Aber jetzt hat Oberhausen auch in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Gewerbeflächen entwickelt. Und wie das so ist, wenn man so eine Fläche entwickelt, dann ist die belegt. Und dann wird natürlich das insgesamt knapper, weil ja die Flächen insgesamt begrenzt sind. Das heißt, auch hier sehen wir schon, dass da ein neuer Bedarf da ist, dass die Stadt auch jetzt schon mal sich auf den Weg machen möchte, in den nächsten Jahren mehr Gewerbeflächen auszuweisen, weil klar ist, Neuansiedlungen und auch betrieblich Erweiterungen kriegen Sie nur hin, wenn Sie entsprechende Flächen haben. Gerade im Ruhrgebiet und Düsseldorf ist nicht Ruhrgebiet, aber ähnliche Problematik. Wahrscheinlich ist ein sehr verdichteter Raum. Das heißt, wir haben nicht unendlich Flächen, es gibt Wohnungen, es gibt Grünflächen, da können sie auch nicht einfach Wälder abreißen und dann zubetonieren, sondern eine recht begrenzte

Anzahl von Flächen, wo Gewerbe entwickelt werden kann. Und das wird dann die Herausforderung der nächsten Jahre sein. Gerade weil früher, wenn mal so Werkswohnungen und Betrieb nebeneinander waren, haben wir so kleinere Industriebetriebe, wenn die heute mal zumachen, aus welchem Grund auch immer, kriegen sie in der Regel kein Gewerbe, kein Industriebetrieb mehr dahin, weil einfach die Abstände nicht mehr gegeben sind, so wie sie heute nach den rechtlichen Vorgaben sein müssen. Also das heißt, wo früher noch das als Vorteil gesehen wurde, die Werkswohnungen nebenan zu haben und Betrieb und Wohnungen in der Nähe, würden sie es heute im Industriebetrieb wahrscheinlich so gut wie gar nicht mehr hinkriegen.

Thao Bui: Sie können ruhig die Bildschirmaufnahme beenden. Okay, dann kann ich Ihnen noch ein paar Fragen stellen, die ich noch hatte. Und zwar... [Es war die Bildschirmteilung gemeint. Aufgrund des Versprechers wurde im Nachgang eine neue Aufnahme mit einer Zusammenfassung gestartet] Ich weiß nicht, ob wir schon darüber gesprochen haben. Das waren ja bestimmt die Faktoren, die für die Unternehmen wichtig sind, Flächenfügbarkeit. Wahrscheinlich wissen Sie da noch, was wir dazu gesagt haben, was da noch wichtig war.

Jan Borkenstein: Bei der Flächenverfügbarkeit jetzt genau.

Thao Bui: Also da haben wir glaub ich darüber gesprochen, welche Faktoren denn für Unternehmen wichtig sind, die nach Oberhausen kommen. Und da meinten Sie, glaube ich ja, dass die Flächen verfügbar sind. Ich weiß nicht, was Sie noch gesagt hatten.

Jan Borkenstein: Also Faktoren für Unternehmen, die nach Oberhausen kommen, also zum einen Flächenverfügbarkeit ist glaube ich, der der Punkt Nummer eins. Dann haben wir die Infrastruktur, dass sie nah an ihren Kunden sind, gut erreichbar auch für Mitarbeitende, dass sie einen Radius haben, wo sie schnell bei anderen sind. Das heißt, ein dichtes Infrastrukturnetz oder Verkehrsinfrastrukturnetz auf der einen Seite natürlich auch gut ausgebaut, ist in der Regel. Also, dass die Qualität stimmt. Die Rahmedetalbrücke kennt man ja auch als ein Beispiel, Negativbeispiel. Was ist, wenn Infrastruktur nicht funktioniert auch, also ein Riesenchaos ist. Sagt Ihnen das was mit Talbrücke A45? Können Sie mal googeln. Also da ist halt eine wichtige Autobahnverbindung im Sauerland, unterbrochen mit immensen Nachteilen. Das heißt, jedes Mal eine halbe Stunde Stau, egal in welche Richtung. Mitarbeiter kommen nicht zu Arbeit, Kunden können nicht dahin kommen, Waren können nicht transportiert werden. Also da sieht man noch mal, wie wichtig dann Infrastruktur, also Verkehrsinfrastruktur in dem Fall ist. Ja, andere Faktoren sind noch sicherlich Arbeitskräftepotenzial, dass sie auf der einen Seite haben. Die Unternehmen brauchen natürlich Mitarbeitende, dass sie die gut bekommen können, dass sie auch eine Region haben, wo Menschen arbeiten möchten und leben möchten. Gleich bin ich leer. Was noch, natürlich dann auch, dass sie die weichen Standortfaktoren haben, wie naja wo wollen Sie nach dem Feierabend Ihre Zeit verbringen oder kulturelles Angebot natürlich.

Thao Bui: Sie hatten auch noch Wohnfläche gemeint, das genau.

Jan Borkenstein: Genau das heißt, wenn wir verglichen mit München zum Beispiel, wo sehr hohe Wohnkosten sind, ist es im Ruhrgebiet alles noch recht gut eigentlich darstellbar. Das heißt von dem Geld, was die Leute als Lohn und Gehalt bekommen, können sie auch noch dann vernünftig leben hier.

Thao Bui: Also die Lebenshaltungskosten sind noch vergleichsweise gering. Ja, fällt ihn zu dem Punkt noch irgendwas ein, ergänzend oder meinen Sie, das waren jetzt alle, die wir hatten, ich glaube, das war eigentlich schon die meisten jetzt.

Jan Borkenstein: Ja, wir hatten ja vielleicht bei dem, sieht man auch in unserer Befragung, die Informations- und Kommunikationsstruktur, das heißt Netze, letztendlich Datenautobahn auch da in der Abwägung. Da gibt es ja immer wieder auch so Sauerland, andere ländliche Regionen, wo das Netz nicht gut ausgebaut ist, was in der heutigen Zeit immer schwieriger ist, wo Unternehmen, egal was für ein Unternehmen es ist, sie machen immer was mit Daten. Und da ist natürlich wichtig, dass sie auch eine verlässliche und gut funktionierende Kommunikationsinfrastruktur haben. Okay, Videokonferenz, dass das funktioniert und ja.

Thao Bui: Okay, dann waren wir bei der Frage. Jetzt, wo wir über die Faktoren geredet haben, die wichtig waren. Habe ich Sie gefragt, welche Faktoren dazu geführt haben, dass Unternehmen jetzt Oberhausen verlassen?

Jan Borkenstein: Genau, da hatten wir zum einen OXEA gehabt. Das war der Faktor tatsächliche Gewerbesteuerhöhe. Und die Möglichkeit muss man auch dazu sagen. Die Möglichkeit, eine Hauptverwaltung in einer anderen Stadt, in einer günstigeren Stadt aufzubauen, um weiter in die Produktionsstätte dort zu lassen. Ja, auch da kam wieder der Faktor mit der Gewerbeflächenverfügbarkeit rein. Also als Beispiel war da ein produzierendes Unternehmen aus Oberhausen, die sich erweitern wollten und keine passende Fläche in Oberhausen gefunden haben. Mit der Konsequenz, dass die dann einen Teil ihrer Produktion in Oberhausen gelassen haben und zu anderen Standort nach Gladbeck gezogen sind. Gladbeck ist nicht weit weg. Das heißt, auch da schaffen sie es natürlich ihre bestehenden Mitarbeiter mitzunehmen. Auf der einen Seite für Oberhausen natürlich, Gewerbesteuer geht ja nicht von dem Teil nach Oberhausen, sondern nach Gladbeck, ne? Ja, also erst dieses Thema Flächenverfügbarkeit eins. Genau, ich weiß nicht, hatten wir auch da in dem Zusammenhang glaube ich gesprochen, dass wir in Essen mal mit einem Unternehmen gesprochen haben, die haben eine schwedische Muttergesellschaft. Da geht es auch darum, dass die wahrscheinlich den Standort verlassen müssen und überlegen jetzt auch wo gehen Sie hin? Man könnte jetzt sagen na ja, schwedischer Konzern, der sucht das Günstigste aus, wo es die höchsten Subventionen gibt. Das ist aber nicht so, die gucken schon, wo sie räumlich nah sich ansiedeln können, damit sie möglichst viele Mitarbeiter mitnehmen können, die halt die Kompetenzen haben an den Maschinen, die sie kennen, die sie eingearbeitet haben. Den wollen sie auch nicht

zu viel Fahrzeit zumuten. Tatsächlich, also sie suchen mich im Kern Ruhrgebiet, haben schon gesagt naja, so, Münsterland ist schon zu weit. Da sieht man eben auch, dass die Erreichbarkeit von Mitarbeitern immer wichtiger wird.

Thao Bui: Dann wissen Sie, was der Grund ist, weshalb dieser Konzern Essen verlässt.

Jan Borkenstein: Ist auch eine Flächenfrage tatsächlich. Die Fläche auf der die jetzt sind, gehört denen nicht und der Flächeneigentümer will das anders entwickeln, wo halt diese Produktion nicht mehr gefragt ist, dann läuft der Vertrag aus.

Thao Bui: Okay, ich verstehe. Ja, dann hatten wir die Frage, welche Empfehlungen sie auf die Wettbewerbsfähigkeit von Oberhausen haben.

Jan Borkenstein: Da hatte ich auch wieder, glaube ich, Flächenentwicklung gesagt. Das heißt, Oberhausen hat lange Jahre eigentlich eine gute Flächenverfügbarkeit gehabt, dann haben sie aber eben auch Flächen entwickelt mit Edeka, Rhein Ruhr, mit Picknick. Verschiedene Dinge, die jetzt wirklich in letzten Jahren gut gelaufen sind. Dadurch haben sie enormen Zuwachs an sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung auch gehabt. Das heißt, da müssten Sie jetzt weitermachen. Neue Flächen ausweisen, um auch da wieder attraktiv zu werden für neue Unternehmen, die sich dort ansiedeln können und dass sie auch weitermachen in der Profilierung als Standort. Das, was sie gemacht haben jetzt in Oberhausen, der Freizeitstandort, dass man da weitermacht sicherlich, um da auch ein positives Image dann hinzubekommen.

Thao Bui: Und dann hatten wir noch ganz am Ende den Punkt, dass sie die Gewerbesteuer senken sollten. Nicht nur wegen, ja, genau, könnten Sie das noch mal kurz ausführen?

Jan Borkenstein: Ja, klar. Die Höhe der Gewerbesteuer ist natürlich nicht nur rein als rechnerischer Faktor eine Sache, sondern wenn man wie Oberhausen auf Platz eins steht mit der höchsten Gewerbesteuer bundesweit, wird man immer negativ damit assoziiert. Also als Beispiel Oberhausen als verschuldete Kommune. Auf der einen Seite mit dem höchsten Gewerbesteuersatz, wird gerne bei Tagesschau und anderen Medien so genutzt und dann ist die Wahrnehmung ebenso, dass es ein eher schlechtes Image ist. Und da muss Oberhausen natürlich gucken, wenn es auch nicht dramatisch runtergehen können. Es wird nicht auf das andere Ende der Gewerbesteuer kommen, mit dem niedrigsten sicherlich nicht, aber wenn man schon mal von dem Top eins Platz runterkommt und nicht mehr das Beispiel ist für hohe Gewerbesteuern und Verschuldung, ist das fürs Image glaube ich schon mal grundsätzlich vorteilhaft.

Thao Bui: Genau. Und dann hatten wir noch die Frage, welche ob Sie Trends haben, die Sie in Bezug auf die Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen erwarten.

Jan Borkenstein: Genau, also da in Bezug auf den demografischen Wandel. Das heißt, wir haben immer mehr Menschen, die halt älter werden, aus dem Berufsleben ausscheiden, tendenziell eher weniger Menschen, die nachwachsen. Das heißt, der Kampf um die

Arbeitskräfte wird immer härter werden, wahrscheinlich. Unternehmen werden dahin gehen, wo sie Arbeitskräfte finden, aber auch dorthin gehen, wo Arbeitskräfte gerne hingehen, weil sich auch da die Leute mehr aussuchen können, wo sie arbeiten und mit wem sie arbeiten möchten. Da wird es dann nicht nur darum gehen, dass sie einen vernünftigen Job und eine Bezahlung haben, sondern auch vielleicht ein entsprechendes Angebot an, auch da wieder Wohnmöglichkeiten, natürlich Freizeitangebot, Nähe zu Universitäten, Weiterbildungsmöglichkeiten, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, dass man auch, wenn man eine Familie ansprechen möchte, muss man ja auch gute Argumente liefern, warum die alle nach Oberhausen kommen möchten. Das Thema Nachhaltigkeit war noch mal eine Variante. Auch dass das Thema wahrscheinlich lebenswerte Stadt und lebenswerte Innenstadt auch immer wichtiger wird. Als Argument für den Arbeitgeber.

Thao Bui: Hatten wir dazu noch einen Punkt oder waren das eigentlich alle?

Jan Borkenstein: Ich glaube nicht. Ich glaube, im Kern war es das. Aber ja, ich glaube auch.

Thao Bui: Genau dann hatte ich ja noch die Frage, mit wem ich sprechen sollte. Aber das habe ich mir, glaube ich, jetzt schon aufgeschrieben. Und zwar einmal meinten sie mich in Rhein Ruhr und einmal Institut der deutschen Wirtschaft, die die Städtestudie gemacht haben.

Jan Borkenstein: Das eine war der Unternehmensverband Rhein Ruhr.

Thao Bui: Ja, genau. Hatte ich noch was vergessen?

Jan Borkenstein: Nein, das waren die zwei, die mir auch so erstmal einfallen würden.

Thao Bui: Okay. Ja, das haben sie super alles zusammengefasst, sehr gut. Ich glaube, sie haben auch wirklich nichts vergessen. Herzlichen Dank, dass Sie in die Besprechung gekommen sind und das noch mal mit mir gemacht haben.

Jan Borkenstein: Konnten Sie denn jetzt eigentlich sehen? Ich habe hier über SharePoint kann ich da, glaube ich, den Zugriff verwalten und kann Ihnen, glaube ich, dass da noch den Zugriff. Genau, Sie können es nicht sehen, ne?

Thao Bui: Also ich kann es sehen. Aber wenn ich es anklicke, dann steht, dass ich die Berechtigung nicht habe. Okay, aber wenn Sie die mir dann freischalten, dann wird das eigentlich genau. Wenn es nicht klappt, dann würde ich Ihnen eine kurze E-Mail schreiben. Ja, genau. Und ansonsten wollten Sie mir ja noch diese Studie zuschicken. Genau, und das war es dann glaube ich auch schon, oder?

Jan Borkenstein: Ja, genau. Ich habe auch aufgeschrieben die Ergebnisse und dann die Aufzeichnung.

Thao Bui: Ja, ich bedanke mich noch mal ganz herzlich und ich wünsche Ihnen noch eine gute Woche. Genau. Und dann die Ergebnisse, sobald ich meine Masterarbeit fertig geschrieben habe., dann schicke ich sie natürlich auch zu, genau. Super, Danke schön.

Interview D4 (Oberhausen): Sarah Eichhorn – Handwerkskammer Düsseldorf

Sarah Eichhorn: Hatten Sie auch schon mit der Wirtschaftsförderung telefoniert?

Thao Bui: Ja, genau.

Sarah Eichhorn: Daniel Brands, oder?

Thao Bui: Ne, mit Herrn Hensler hatte ich geredet.

Sarah Eichhorn: Ah ja, okay. Ja, das ist gut. Ja.

Thao Bui: Dann ist Daniel Brand auch dafür zuständig gewesen?

Sarah Eichhorn: Ja okay, Daniel Brandt macht dort die Existenzgründer. Aber ist doch noch nicht so lange da bei der Wirtschaftsförderung. Ja, der Herr Hensler und vielleicht jemand, der schon länger dort ist und sich um die Ansiedelung kümmern, so die jemand von dem Immobilienbereich vielleicht sogar. Das wäre auch interessant, weil ich glaube, dass viele auch natürlich an uns vorbeilaufen. Viele Ansiedelungen, weil wir ja nur hier die die Kleinen in Anführungsstrichen Gründer betreuen. Also so Betriebe mit mehreren 100 Mitarbeitern zum Beispiel, die laufen ja nicht zu uns. Die rufen vielleicht gerade noch bei der Wirtschaftsförderung an und wollen da ein Grundstück suchen. Halt ein Grundstück. Und diese Sachen, die kriegen wir natürlich nicht mit. Also Gründungen aus Industrie, größerer Handel hier zum Beispiel, hier diese wie heißt dieser Bekleidungsausstatter? Oder Leute hier, die irgendeinen Freizeitpark aufmachen oder so was, die melden sich natürlich nicht bei uns. Also wir sind eher für die kleinen Gründungen da, wie Handwerker. Heute rief einer an, der eine Imbissbude aufmachen will. Also mehr so diese kleinen Sachen.

Thao Bui: Existenzgründungen.

Sarah Eichhorn: Existenzgründungen in kleinen Bereichen und ja, daher vielleicht noch mal, dass wir da auch. Aber wenn sie mit dem schon gesprochen haben.

Thao Bui: Das Schwierige war auch an Hensler, dass er halt auch noch nicht so lange da war. Deswegen kann man das halt nicht langfristig so untersuchen.

Sarah Eichhorn: Ja, also vielleicht da noch mal mit Herrn Engel, ob der noch da ist? Ich müsste mal fragen, wer da noch im Immobilienbereich oder Standortfragen oder so schon länger da ist. Ich frag da mal, ich muss den sowieso gleich noch mal anrufen.

Thao Bui: Ja, das wäre sehr lieb von Ihnen. Und das ist auch gar nicht so schlimm, dass sie halt nur diese kleinen Betriebe untersuchen, weil ich werde meine Arbeit auch einen Teil dazu schreiben. Also wir schreiben über große Unternehmen, aber auch wie sieht es denn aus mit den kleinen Existenzgründer, die dann nach Oberhausen kommen? Genau. Und dann können Sie einfach gerne allgemein erstmal erzählen, wie ihr Eindruck ist von den Standortfaktoren in Oberhausen. Also was für Gründe haben denn die kleinen Unternehmer denn da hinzuziehen? Welche Faktoren spielen da vielleicht eine Rolle?

Sarah Eichhorn: Ja, also meine Erfahrung ist, dass diejenigen, die in Oberhausen gründen, größtenteils aus Oberhausen stammen. Ja, die haben dann schon in irgendeiner Weise einen Bezug zu Oberhausen. Das empfehlen wir ja auch sowieso in der Gründung bei der Gründungsberatung, dass jemand so eine kleinere Gründung im handwerklichen Bereich oder kleinerer Handel ein vorhandenes Netzwerk haben sollte beim Start. Es erleichtert ihm oder ihr auf jeden Fall den Start. Ja und an sich ist es in Oberhausen ist es schwergängig. Wir machen ja als Handwerkskammer Düsseldorf da sind wir zwar Startercenter für Oberhausen am Standort, wir machen aber für die Handwerker die Beratung im gesamten Kammerbezirk und daher habe ich den Vergleich zu anderen Städten und da ist es natürlich klar, Mülheim hat auch einen sehr hohen Gewerbesteuerhebesatz. Aber es ist generell, die Attraktivität erhöht sich natürlich nicht durch den Hebesatz. Für diese Städte, wo wir eh schon Probleme haben und Oberhausen gehört definitiv dazu. Wenn man jetzt Düsseldorf vergleicht mit den umliegenden Städten, da ist sicherlich Oberhausen schon schwach. Also wir merken das zum Beispiel auch, wenn wir jetzt Veranstaltungen machen für Existenzgründer, dann kommen viele völlig woanders her. Und aus Oberhausen selbst kommen ganz wenige. Und wenn wir in Oberhausen unsere jährliche Gründermesse anbieten, wie schwer es ist, Existenzgründer da zu gewinnen, da überhaupt teilzunehmen. Und man sieht es ja auch am Stadtbild. Ähm, ja, das ist schon schwierig in Oberhausen.

Thao Bui: Heißt das, Sie machen auch so Veranstaltungen für Gründer direkt in Oberhausen? Ja, und dann kommen auch Leute aus den umliegenden Regionen und die wollen dann nur für die Veranstaltung kommen, aber die sind jetzt nicht sozusagen, die wollen jetzt nicht nach Oberhausen?

Sarah Eichhorn: Wir bieten Infonachmittage und Workshops an zu allen möglichen Themen und die bieten wir teilweise auch in Präsenz an und da sieht man das dann immer ganz gut. Und da kommen die eben auch überall her, weil wir natürlich auch online Werbung dafür machen. Ja, und wie gesagt, aus Oberhausen selbst haben wir vereinzelt Gründungen oder auch Betriebsübernahmen. Aber ja nicht die Masse, ganz klar.

Thao Bui: Wissen Sie, vielleicht ein bisschen noch zu den Gründen, weshalb die Leute dann in Oberhausen sich dafür entscheiden einen Standort aufzumachen. Sie haben jetzt gesagt, einmal ist das Netzwerk dann noch so weitere Faktoren.

Sarah Eichhorn: Die verkehrsgünstige Lage. Ja, also gerade zum Beispiel im KFZ-Handwerk oder Handel. Autolackierer usw. da hatte ich vielfach, die wollen dann direkt nach Oberhausen, weil das ebenso zentral zwischen Essen und Duisburg liegt. Ja ansonsten gut, wir haben natürlich unheimlich viele Betriebsübernahmen, also dass man dann schon auf einen vorhandenen Betrieb zurückgreift. Das kommt häufig vor, dass man natürlich sich ins gemachte Nest setzt usw., Gründer im Friseurhandwerk zum Beispiel. Da habe ich dann meistens auch, dass die schon in Oberhausen in einem anderen Salon waren und dann natürlich

auch wünschen, ihre Kunden zu behalten. Also Kunden behalten, wenn man von einem anderen Arbeitgeber wechselt und oder sich selbstständig macht aus dem Arbeitnehmerverhältnis heraus quasi. Dann will man ja auch vielleicht Kunden mitnehmen. Das kann Friseurkosmetik sein, das kann aber auch andere Handwerke sein, wie Sanitär, Heizung, die dann schon so ein bisschen den Markt und die Kunden so ein bisschen kennen und einschätzen können und sich dann schon eher trauen, sich dort selbstständig zu machen, wo sie eben schon so ein gewisses Umfeld haben. Nicht nur persönliches, auch ein berufliches. Das sind, denke ich, die Hauptgründe dafür.

Thao Bui: Das persönliche Umfeld spielt da auch eine Rolle. Also wenn man jetzt zum Beispiel in Oberhausen geboren ist und aufgewachsen ist und dass man da auch bleibt?

Sarah Eichhorn: Genau das meine ich ja damit, also einmal das persönliche Netzwerk zu haben. Aber auch wenn man einen Job in Oberhausen hat, meinetwegen. Ich wohne in Essen persönlich und arbeite aber in Oberhausen, ja, dann kenne ich ja in Oberhausen die Kunden und vielleicht auch eine Menge Leute dadurch. Das kann auch sein, dass die dann auch Oberhausen oder Essener Stadtgrenze oder wie auch immer bevorzugt gründen.

Thao Bui: Und dann nehmen die Leute auch diesen hohen Gewerbesteuersatz halt in Kauf, weil sie halt diese anderen Vorteile haben.

Sarah Eichhorn: Genau. Also nach meiner Erfahrung ist das in der Gründungsberatung auch eher so zweitrangig bei diesen kleineren Gründungen. Ich weise darauf hin, aber es ist dann doch eher-. Es kommt natürlich auch so ein bisschen auch darauf an, welchen Jahresumsatz und Jahresgewinn man so anstrebt. Also umso höher, umso größer das Ganze aufgezogen ist oder umso größer die Übernahme ist, umso wichtiger ist dann natürlich auch so ein Gewerbesteuerhebesatz, weil das dann ganz anders nochmal zu Buche schlägt und da hatte ich zum Beispiel auch eine Gründung, die haben dann auch verstärkt nach Standort in Dinslaken gesucht. Das war, glaube ich so eine, das war Tischlerei oder irgendwas in der Richtung. Also Leute, die dann auch ein größeres Grundstück benötigen und größere Fertigung, um da langfristig auch da zu bleiben usw., auch zum Beispiel beim Immobilienkauf. Da rücken solche Faktoren plötzlich dann noch mal stärker ins Gewicht. Umso größer das Invest ist, ja umso stärker das Gewicht. Vielleicht auch noch mal für den Gewerbesteuerhebesatz.

Thao Bui: Das ist ein sehr interessanter Punkt. Bei den meisten Klein Gründungen ist es wahrscheinlich auch so, dass es sich um Einzelunternehmen oder Personengesellschaften handelt. Und dann wird ja die Gewerbesteuer noch mal ein bisschen anders versteuert, wegen der Einkommensteuer. Und je mehr man dann investiert oder auch vielleicht eine größere Gesellschaft wird, desto mehr spielt das wahrscheinlich dann auch eine Rolle.

Sarah Eichhorn: Ja, ich denke schon. Also meine Erfahrung ist einfach, wenn ich zum Beispiel eine Immobilie erwerbe oder eine größere Halle miete, dann dauert das ganze Geschehen länger und im Laufe dieses Prozesses befassen sich die Gründer dann auch mehr

mit diesen Standortfaktoren. Wenn ich jetzt einfach nur mal eben hier ein Ladenlokal für einen Friseur anmiete, wo ich eine gewisse Zeit einen Mietvertrag habe und wo ich dann erstmal gucke, wie läuft es denn usw. da ist das dann vielleicht noch verschmerzbar mit der Gewerbesteuer und dann sind einfach diese Dinge wie persönliches Netzwerk, vorhandener Kundenstamm gegebenenfalls, das ist dann einfach wichtiger an der Stelle und dann wird das verschmerzt mit der Gewerbesteuer. Also es wird zwar gestöhnt, aber es wird irgendwo verschmerzt und klar, viele kleine versuchen wahrscheinlich auch ihren Gewinn, es könnte auch noch mal ein interessanter Aspekt sein. Ich weiß nicht, in wie tief Sie da reingehen, aber man sieht natürlich häufig bei den Betriebsanalysen, dass der Gewinn fast künstlich versucht wird, niedrig zu halten. Ja, an der 17.000 oder 20.000 € Grenze oder irgendwo, um da nicht besonders in Steuern reinzukommen. Also da hat man dann manchmal schon den Verdacht, wenn man die Bilanzen sieht bei den kleinen Unternehmern, die Jahresabschlüsse. Ja, also wie gesagt, ich denke umso mehr man sich mit Standort befasst, weil man dann auch sucht und dann kommt da so eine Stadt Dinslaken angrenzend mit einem bedeutend niedrigeren Gewerbesteuerhebesatz. Das kann schon ein Argument sein, an die Stadtgrenze zu gehen zum Beispiel. Oder an die Stadtgrenze Essen, wenn da irgendwo was ist.

Thao Bui: Ich verstehe. Und wenn jetzt zum Beispiel diese Gründer halt nicht diese Netzwerke haben oder halt von außerhalb kommen wie bei ihren Workshops, dann entscheiden sie sich wahrscheinlich eher gegen den Standort Oberhausen. Ist das richtig? Also wenn Sie halt diese ganzen Faktoren wie Netzwerk und sowas nicht haben, wenn Sie schon sagen, dann liegt die Gewerbesteuer mehr, dass Sie sich dann dagegen entscheiden oder gibt es da noch so andere Faktoren?

Sarah Eichhorn: Also genau, also nur in dem Fall, wenn ich kein Netzwerk habe, ne, also ich sage mal so, es ist natürlich auch für manche Gründer wichtig, eine bestimmte Adresse zu haben. Also ein bestimmtes Gewerbegebiet ist in Anführungsstrichen schicker, als irgendwo auf dem Acker zu sein. Ja, das ist auch noch mal der Punkt, ne? Also ich bin, ich weiß nicht, in Oberhausen, wir haben zum Beispiel in Oberhausen den Brammenring, das ist da auch, wo die Turbinenhalle ist, wo viele Konzerte stattfinden. Ja, das ist ziemlich begehrt als Gewerbestandort, weil da eben viel in Anführungsstrichen modernes Gewerbe irgendwo ist oder überhaupt Gewerbegebiete, die vielleicht neu und modern aufgezogen werden mit einer guten Erreichbarkeit. Da ist auch gleich eine Straßenbahnhaltestelle. Mit einer schnellen Verbindung zum Hauptbahnhof Oberhausen. Also ich glaube, dass die verkehrstechnischen Faktoren auch mitentscheidend sind für die Mitarbeiter. Wollen ja auch dahin, ne? Die wollen irgendwo hingelangen und das da spielen. Also da müssten sie vielleicht auch noch mal mit jemanden sprechen. Wirtschaftsförderung, Standortberatung? Ja, also die, die das machen, das glaube ich, ist auch ganz wichtig. Also ich habe das oft, dass eine bestimmte Adresse natürlich bevorzugt wird gegenüber Dinslaken auf dem Feld so ungefähr. Vor allen Dingen haben wir ja dann auch noch die Nutzungsproblematik, ne? Also wir brauchen ja immer eine

Nutzungsgenehmigung vom Bauordnungsamt für eine Existenzgründung, egal was es ist. Ich weiß nicht, inwieweit Sie da informiert sind und das heißt das Bauordnungsamt muss erstmal zustimmen, dass der Gewerbetreibende da überhaupt an diesen Standort kann. Das spielt Brandschutz eine Rolle, Fluchtwege, Emissionen, Nachbarschaftseinwirkung. Wer ist in der Nachbarschaft? Ich kann kein KFZ-Lackiererei nicht neben der Bäckerei machen. Also beim Friseur muss ich den Brandschutz und Fluchtwege beachten. Also es ist nicht, das kommt ja auch noch alles dazu. Und manche Gründer sind einfach nachher so froh, dass die überhaupt irgendwas gefunden haben. Gerade im Kfz Handwerk Bereich ist es zum Beispiel sehr sehr schwierig, wenn die dann auch noch eine Lackiererei machen wollen oder Tischler. Das sind so typische Beispiele, wo es sehr sehr schwierig ist ein Standort zu bekommen, weil diese Faktoren erstmal die entscheidende Rolle spielen. Darf ich vom Bauordnungsrechtlichen überhaupt diesen Betrieb da hinsetzen? Ja. Passt das überhaupt oder wie viel Geld muss ich in die Hand nehmen, um das zu renovieren oder zu gestalten, damit ich diese Genehmigung bekomme? Das ist immer sehr, sehr lange langwierig, weil wir haben da noch technische Berater, die dafür zuständig sind. Und ja, das ist erst mal der der Punkt. Wenn der abgehakt ist, dann kann man schon mal so heilfroh sein, dass die Gewerbesteuerhebesatz dann ja, nimmt man dann so in Kauf.

Thao Bui: Verstehe. Gibt es noch so andere Branchen, wo das so abhängig ist?

Sarah Eichhorn: Ja, also alles was Lärm macht, alles was Schadstoffe, was Emissionen macht. Wie jetzt Lackierer. Dann will die Stadt bestimmte Parkflächen haben. Zum Beispiel., wenn ich jetzt einen Kfzbetrieb aufmache, muss ich so und so viele Parkplätze ausweisen. Wenn ich eine Bäckerei aufmache, muss ich so und so viele Parkplätze ausweisen. Das muss ich ja alles bedenken. Ja, ich muss die Lieferwege berücksichtigen. Kann das Lieferfahrzeug überhaupt da anliefern? Passt das überhaupt? Passen die Kartons, die geliefert werden, überhaupt durch die Tür oder der Gabelstapler? 1000 Dinge, die da erstmal zu berücksichtigen sind. Das ist ein Riesenprozess. Ja und Gewerbesteuerhebesatz? Ja dann, wenn der Standort gefunden ist, dann machen wir ja den Businessplan und dann kommt der Schreck mit der Gewerbesteuerhebesatz oder so. Also es ist aber in dem Moment dann eher aus meiner Erfahrung zweitrangig, weil diese Genehmigungsverfahren mit den Städten natürlich oberste Priorität haben, dass man froh ist, wenn das überhaupt alles über die Bühne gegangen ist.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Sie hatten vorhin noch gesagt, dass es diesen Ring gibt in Oberhausen, der so bekannt ist für die neuen Gewerbeflächen.

Sarah Eichhorn: Ja, zum Beispiel jetzt am Ring, fällt mir ein, weil da die Turbinenhalle ist und der Straßenbahnanschluss direkt ist. Ja.

Thao Bui: Können Sie da noch mal sagen, was für Branchen da so relevant ist? Also welche Branche ist es wichtig, dass Sie so gesehen werden und auch so eine gute Lage haben?

Sarah Eichhorn: Das wollen eigentlich alle. Will ja jeder gesehen werden, ne? Also wer nicht gesehen werden muss, unbedingt, das ist die Tischlerei. Die kann auch im Hinterhof irgendwo sein. Die Kunden kommen üblicherweise nicht großartig, es sei denn der verkauft jetzt Bodenbelag, Parkett oder so was mit Ausstellungsgelände. Aber alle, die eine Ausstellung haben, alle, die Kundenverkehr haben, natürlich, die wollen gesehen werden. Kfz Handel, KFZ Lackierer und ja, was haben wir alles. Also Metallbauer wäre vielleicht auch nicht so wichtig, der kann auch gut. Also sie können eigentlich sagen, alle, die nicht unbedingt den Kunden im Haus haben müssen, die ist es nicht so unheimlich wichtig. Aber für die Mitarbeiter natürlich der Weg dorthin.

Thao Bui: Ich verstehe. Okay, wissen Sie vielleicht von Beispielen, wo sich ein Unternehmen in Oberhausen niedergelassen hat und dann aufgrund der Gewerbesteuer dann doch den Standort gewechselt hat?

Sarah Eichhorn: Also aus dem Stegreif. Jetzt nicht.

Thao Bui: Und haben Sie Empfehlungen für die Wettbewerbsfähigkeit von Oberhausen, wie sie wettbewerbsfähiger gegenüber anderen Städten werden können.

Sarah Eichhorn: Also klar, aus meiner Sicht natürlich den Gewerbesteuerhebesatz senken. Damit könnte man dann auch direkt Werbung machen, sobald das erfolgt. Muss noch nicht mal viel sein, aber sobald man ein bisschen was macht daran. Ich habe das gerade mitbekommen Duisburg senkt den Gewerbesteuerhebesatz und es war groß in der Presse, war glaube ich sogar gestern oder vorgestern habe ich das gelesen. Ja, natürlich, die Städte konkurrieren mit dem Gewerbesteuerhebesatz auch untereinander um Gründungen, um Ansiedlungen. Und natürlich ist das ein Faktor an sich. Also wir haben ja im Moment einen Arbeitnehmermarkt und einen Fachkräftemangel. Und ich denke, das sind aus meiner Sicht die entscheidenden Zukunftsfaktoren gerade. Dass man sich also dass man umso attraktiver die Stadt ist, umso attraktiver ist es natürlich auch, als Arbeitnehmer dort zu arbeiten. Und man kann sicherlich auch beobachten, was ich jetzt vom IT-Bereich zum Beispiel weiß, dass es dann für Unternehmen zunehmend schwieriger wird, IT-Kräfte natürlich nach Oberhausen zu holen, ne? Ja, aber gerade was zum Beispiel den Wohnungsmarkt betrifft, kann ich mir vorstellen, dass es natürlich in Oberhausen leichter ist, eine Wohnung zu bekommen und zu bezahlen als jetzt zum Beispiel in Düsseldorf, München oder Berlin. Oder vielleicht auch in Essen und das oder was sie noch hatten. Duisburg, glaube ich, hatten sie noch als Beispiele, oder?

Thao Bui: Düsseldorf war das zweite Beispiel.

Sarah Eichhorn: Ach, Düsseldorf als Beispiel. Ja, also ich denke mal ja, wie gesagt, also da könnten die Städte viel mehr Werbung machen für Fachkräfte, weil sie eben günstigere Mieten haben und dass man da vielleicht in puncto Stadtverschönerung mehr tut. Ich denke, das sind in Zukunft wichtige Faktoren, auch für Unternehmen, für Standorte, weil es geht darum, wo bekomme ich Arbeitskräfte?

Thao Bui: Das heißt, also bei Hensel, er wollte auch gerne die Ergebnisse haben, also die Wirtschaftsförderung, damit sie halt auch wissen, wie sie sich verbessern können. Und ein Punkt wäre auch auf jeden Fall, dass man die Stadt an sich verschönert. Also zum Beispiel jetzt auf Lebensqualität setzt, dass die Leute dann auch da gerne wohnen.

Sarah Eichhorn: Genau, also wenn man mit Personen, also ich bin auch nicht aus Oberhausen, das ist jetzt eine ganz subjektive Ansicht, aber ja, wenn man zuerst nach Oberhausen kommt, ich habe mal von jemanden gehört, war das nicht sogar Wirtschaftsförderung? Also es war eine Werbeagentur, glaube ich. Die haben erzählt, sie hatten eine Praktikantin, die kam irgendwo aus Süddeutschland, die hat ihr Praktikum angefangen und die hat erstmal geweint, weil sie das so schrecklich fand. Na ja, gerade wenn man das jetzt auch, Sie sind ja da gerade in Magdeburg, also gerade wenn man das jetzt auch, ich habe mal in Potsdam gelebt, also wenn man das jetzt vergleicht hier Ruhrgebiet mit den ostdeutschen Bundesländern was da investiert wurde für die Lebensqualität, Verschönerung der Straßen, Verschönerung der Häuser usw. der öffentlichen Plätze und Gebäude, da muss ich sagen, da ist das Ruhrgebiet absolut abgehängt und da wurde nichts getan. Ich habe hier studiert, seit 30 Jahren hat sich nichts geändert. Ja, Oberhausen sieht nicht viel anders aus als vor 30 Jahren. Zudem kam dann in Oberhausen auch noch die Schwierigkeit mit dem Centro Oberhausen. Das ist auch noch mal ein Punkt, dieses riesige Einkaufszentrum, was natürlich viel Kaufkraft aus der Innenstadt gezogen hat. Dadurch hat die Innenstadt absolut an Attraktivität verloren. Den gleichen Fehler hat Mülheim ja auch gemacht mit der Innenstadt und viele Städte hier haben es falsch gemacht. Also dass sie damals auf diese großen Zentren gesetzt haben, um eben da Wirtschaft anzusiedeln usw. die hatten die Gewerbeflächen durch die Deindustrialisierung, hier war ja früher alles Zechen und sowas, hatten sie eben diese Gewerbeflächen und haben das dann so genutzt und das wie gesagt, das hat die Attraktivität der Innenstädte aber massiv verschlechtert. Also und an sich, wenn man durch Oberhausen fährt. Also ich finde es immer noch ein bisschen deprimierend irgendwo und man muss wahrscheinlich in Oberhausen geboren worden sein, um das so gut aushalten zu können. Alle anderen wollen wahrscheinlich irgendwas verschönern, gerne Farbe an die Häuser schmeißen. Also hier ist viel grau und hier wurde auch, seit ich das hier kenne, seit 30, 40, 50 wurde immer nur fürs Auto gelebt und gearbeitet. Also hier wurde alles aufs Auto ausgerichtet, die Straßen, die Verkehrsführung. Wenn man sich auch die Umgebung vom Centro Oberhausen anguckt, mit dieser autobahnähnlichen Straße, die da so rumführt. Ja, es ist verkehrsgünstig und deswegen ist es natürlich für alle vielleicht ganz gut, sich hier anzusiedeln in den Bereichen, die ich gar nicht so betreue. Diese hier, die was Größeres machen wollen, was verkehrsgünstig sein muss, die irgendwo eine industrielle Ansiedlung machen wollen und das war vielleicht damals auch irgendwo diese Ausrichtung. Ja, das ist ja ein Wandel, der sich hier vollzogen hat. Ich kann mich erinnern, als ich damals meine Diplomarbeit geschrieben habe. Ich bin hier fertig geworden. Ich weiß gar nicht mehr, wann das war 96 oder so was hier an der Uni Essen mit BWL. Und da habe ich für die Volksbank Essen im Geschäftsbericht

einen Artikel geschrieben für, da ging es um die um die Wandlung des Ruhrgebiets, hier von der Industrialisierung zur Dienstleistungsgesellschaft. Ja, und das ist im Grunde immer noch so ein Wandel, der sich hier vollzieht. Aber ich kenne auch, wie es in den neuen Ländern ist mit der Lebensqualität. Und ich finde es für Fachkräfte jetzt auch nicht so super attraktiv, hier in Oberhausen zu sein. Wenn die die Wahl haben, warum sollen die nicht woanders hingehen, ne? Ja und ich denke da müssen die Städte was machen, an der eigenen Attraktivität bauen, damit Familien mit Kindern usw. hier günstige Standortfaktoren haben, damit vielleicht vom Netto dann, wenn die sehen von Netto bleibt mir in so einer Stadt wie Oberhausen mehr übrig, weil ich weniger für Miete ausbebe und weil ich trotzdem vielleicht ein tolles Umfeld habe, was noch zu schaffen wäre. Aber die Ruhrgebietsleute würden mir jetzt wahrscheinlich massiv widersprechen. Also die, die hier aus dem Ruhrgebiet kommen, die sind absolute Fans. Das ist dann auch noch mal anders. Die Perspektive. Ich bin also perspektivisch jemand, der von außerhalb gekommen ist.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Haben Sie noch weitere Empfehlungen in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit der Stadt?

Sarah Eichhorn: Ja, also dass man vielleicht versucht Handwerk wieder mehr in die Innenstädte zu bringen. Zum Beispiel, wir beraten ja als Handwerkskammer, also ich bin ja vom Starter Center Oberhausen, der Handwerkskammer und wir beraten ja schwerpunktmäßig Handwerksbetriebe. Und da finde ich es oft schade, dass die durch die baurechtlichen Vorschriften aus den Innenstädten vertrieben werden, aus den Hinterhöfen raus, weil man eben versucht, dann nur noch ja Wohnbebauung zu machen oder nur noch Wohnen zuzulassen und dieser Mix von kleinen Handwerksbetrieben mit normalem Handel und eben mehr in der Innenstadt zu sein und dort auch sichtbar zu sein. Wenn man sich die vergangenen Jahrzehnte anguckt, das war in den Nachkriegsjahren, war das noch selbstverständlich, dass die Handwerker nebenan im Innenhof sind. Und heute haben wir das Problem, wenn wir eine Betriebsübernahme haben, dass der Nachfolger oft perspektivisch dort nicht bleiben kann, weil das die Behörde gar nicht mehr erlauben würde, weil die eigentlich eine reine Duldung dort hatten und dieser Mix ist allerdings für viele attraktiv und wäre auch vielleicht für so eine Stadt Attraktiv, wenn da ein bisschen was passiert. Und wenn der Tischler vielleicht da auch eine Miniausstellung macht und also ja, genau das waren jetzt nur zwei Punkte, die ich eben persönlich wichtig finde. Den Platz zu schaffen für Ansiedler, also für Existenzgründer auch zum Beispiel durch Pop-up Stores, durch Förderung, durch drei Monate mietfrei usw., dass man sich da irgendwo ausprobieren kann in der Innenstadt. Und ich finde, die Innenstädte, da müssen die, da muss man eben massiv was machen, dass die wieder attraktiver werden.

Thao Bui: Okay. Sie haben vorhin auch schon so Zukunftsfaktoren angesprochen, so was wie halt der Fachkräftemangel, dass das halt immer wichtiger wird, Fachkräfte in die Stadt zu ziehen. Haben Sie da noch so weitere Zukunftsfaktoren, also Trends, die Sie bezüglich der Standortwahl erwarten?

Sarah Eichhorn: Ja, natürlich. Gewerbesteuer ist auch wichtig. Mal überlegen. Fachkräfte? Der Verkehrsplanung. Ja einfach der Ausweis von Gewerbeflächen. In Zukunft also dass man da weiterhin dran bleibt, vielleicht auch der Mix zwischen Gewerbefläche und Start-up Bereichen. Start-up Flächen und Weiterbildung. Ausbildung. Also, dass die Berufsschüler ist nicht so weit haben, zur Berufsschule zu kommen, dass die das irgendwie auch bewerkstelligen können. Es ist ja ein Trend hingegen das Auto von den nächsten Generationen, also dass man guckt, ist es öffentlich angebunden oder kann man von der Berufsschule zum Arbeitgeber mit dem Fahrrad fahren? Das werden, glaube ich perspektivisch auch Dinge sein, die da zu berücksichtigen sind. Lieferketten sind immer so eine Sache. Ich muss natürlich gucken, dass ich beliefert werden kann. Also gerade wenn ich oder dass ich gut zu meinem Großhändler komme, um meine Ware zu beschaffen, dass die Kunden mich gegebenenfalls gut erreichen können. Sichtbarkeit, also wir hatten ja schon viele Faktoren so genannt. Nee, da wird die Wirtschaftsförderung auch nichts Anderes nennen.

Thao Bui: Okay, dann sind wir schon bei der letzten Frage, die Sie auch schon angesprochen haben. Und zwar meinten Sie ja, ich soll schon mit der Wirtschaftsförderung. Ähm, Herr Engel vielleicht sprechen. Fällt Ihnen dafür noch andere Leute ein, mit denen es wichtig ist zu sprechen, um diese Frage nach dem Standortfaktor in Oberhausen genauer zu beantworten?

Sarah Eichhorn: Ja, also diese Immobilienleute da. Ich muss jetzt gerade mal überlegen, wie die heißen. Mal eben bei der OWT noch mal gucken. Jetzt machen Sie mal eben auf Pause bei Ihrem ja Tonband da, ich guck mal eben gerade. Jetzt macht er gerade gar nichts mehr hier bei mir.

Interview D5 (Oberhausen): Johannes Schmid – Topgolf Oberhausen

Thao Bui: Ja, jetzt läuft sie. Okay. Ja. Ich wollte Sie gar nicht unterbrechen. Sie können ruhig da weitermachen.

Johannes Schmid: Genau. Also, wieso haben wir Oberhausen ausgesucht? Ja. Oberhausen ist für uns, da wir ein Unterhaltungskonzept sind. Wir sind auf Gäste angewiesen. Von der geografischen Lage in Deutschland her ist Oberhausen wirklich absolut fantastisch, weil wir ein riesen Einzugsgebiet haben. Es liegt ja in einem wahnsinnigen Ballungsgebiet von Personen. Ich glaube, wir haben innerhalb von 30 Minuten circa mit dem Auto 30 ein Einzugsgebiet von dreieinhalb Millionen Menschen bei 45 Minuten sind 7,5 Millionen und bei 60 Minuten sind wir, glaube ich über 11 Millionen. Ich meine sogar fast 11,5 Millionen mittlerweile. Das ist natürlich für unser Konzept Wahnsinn und auch in Deutschland eigentlich recht einzigartig, wenn man sich die anderen Regionen anschaut. In Deutschland ist es eigentlich immer diese Region um Oberhausen, also Düsseldorf, Köln würde ich jetzt noch in die gleiche Kategorie stecken, mit einem ähnlichen Einzugsgebiet, aber das ist schon ein Alleinstellungsmerkmal und speziell für ein Konzept wie das unsere, wo wir auf Gäste angewiesen sind, wir machen ja unser Geld durch die Besucher, die kommen, ist das halt natürlich schon ein Riesenvorteil, das zu haben. Dazu ist die Kaufkraft ja auch nicht schlecht. Ich glaube, der Kaufkraftindex in der Region, also 30 Minuten in Oberhausen, liegt bei 103 45 Minuten um Oberhausen rum, liegt bei knapp 100, könnte auch irgendwas in den Hohen 99 sein. Kann ich jetzt nicht genau sagen. Das ist natürlich für unser Unternehmen der Schlüssel zum Erfolg, weil wir haben eine hohe Anzahl von Gästen in einem sehr kleinen Gebiet, die unsere Anlage frequentieren können. Das balanciert für uns natürlich auf der anderen Seite den hohen Hebelsteuersatz aus. Was noch dazukommt, ist, dass Oberhausen gut erreichbar ist. Ja, man hat mehrere Großstädte, das sage ich jetzt mal Düsseldorf und Köln, die über die Autobahn relativ schnell in Oberhausen sind. Sprich wir können uns wirklich auf ein riesen Einzugsgebiet verlassen. Es ist super angebunden und das ist für unser Unternehmen, wenn man jetzt aus der Unterhaltungsindustrie kommt oder der Gastroindustrie natürlich der Schlüssel zum Erfolg. Das sind die Faktoren, wieso Oberhausen für uns so interessant ist. Das hat wirklich sehr viel mit der demografischen Lage zu tun.

Thao Bui: Könnten Sie mir noch ein bisschen über den Entscheidungsfindungsprozess intern bei Ihrem Unternehmen erzählen. Das würde mich sehr interessieren, wie Sie denn auf den Standort genau gekommen sind.

Johannes Schmid: Selbstverständlich. Also, erstens hatten wir sehr, sehr gute Gespräche mit der mit der Wirtschaftsförderung Oberhausen. Also das war super von der Stadt, auch die waren da sehr offen und wir haben, ich sage mal, gewisse Rahmenbedingungen. Wir haben ein Analysetool, das eben die demografischen Eigenschaften jeder Location, die wir uns anschauen, auswertet. Und da wurden uns genau diese Parameter sozusagen vorgeführt. Und

das waren auch genau die Parameter, die ich jetzt gerade erzählt habe: Riesiges Ballungsgebiet, fantastische Anbindung, guter Kaufkraftindex. Das sind so die drei Faktoren, auf die wir immer Wert legen, weil wenn wir jetzt in ich sage mal, in eine Gegend gehen, wo es zwar einen niedrigen Steuersatz gibt, aber wir haben irgendwie in 30 Minuten nur 500.000 Leute, ja, dann rechnet sich das für uns nicht. Wir kommen immer über die Masse. Ja, und das waren eigentlich so die Faktoren. Wir machen dann immer ein wirklich standardisiertes Evaluation Verfahren vom Standort. Ja, und da sind diese Faktoren immer die Wichtigsten. Also bei uns steht das Einzugsgebiet über allem, dann haben wir, was auch sehr wichtig ist, hatte ich jetzt noch gar nicht erwähnt, ist eine gute Visibilität, also von am besten von der Autobahn her. Das ist natürlich bei Oberhausen gegeben. Man hat auch in Oberhausen sehr schön komplementäre Konzepte. Also bei uns gegenüber ist ja das CentrO, das ist auch ein riesen Besuchermagnet und wir verstehen uns da schon ein bisschen immer so als komplementär zu diesen anderen Konzepten. Das heißt, für uns hat dieser Standort einfach perfekt gepasst. Wir hatten eine gute Visibilität, wir hatten komplementäre Konzepte, die auch für den Besucherstrom sorgen und wir haben eben dieses wahnsinnige Ballungsgebiet mit gepaart mit einer guten Kaufkraft. Und das sind so die Faktoren, auf die wir auf die wir Wert legen und das sind auch, weil Sie gefragt haben, wie evaluieren wir das? Das ist so die Standard Metrics, mit denen wir arbeiten, ja, Einwohnerzahl, gute Anbindung. Also einfach zu erreichen von der Autobahn her. Nicht, dass man irgendwie durch fünf Ortschaften noch tingeln muss. Ähm. Sehr gute Visibilität, also sprich von der Autobahn oder Bundesstraßen und dann einfach die Kaufkraft.

Thao Bui: Herr Henseler hat mir auch erzählt, ihr habt sie auf einer Messe kennengelernt, oder?

Johannes Schmid: Der auf der Expo Real ist. Die ist. Ich meine, ist die größte Immobilienmesse Europas. Kann jetzt auch sein. Bitte, bitte das nicht schreiben, dass ich das gesagt habe, bitte nochmal recherchieren. Also eine riesen Immobilienmesse, die ist in München und da hatten wir die Stadt Oberhausen kennengelernt. Sie hat uns auch, was auch schön war, sie hat uns Grundstücke in Aussicht gestellt was bis jetzt nicht bei jeder Stadt so ist und die Grundstücke waren oder das Grundstück, ob das am Rammering, wo wir unsere erste Anlage gebaut haben, hat halt eben aufgrund dieser Sachen extrem gut gepasst. Und ich glaube auch, dass das die Stadt Oberhausen wirklich einen super Job macht, was die Wirtschaftsförderung angeht. Also die sind sehr proaktiv, die helfen wo sie nur können, sehr sympathisch, unterstützen uns auch wirklich in allen Aspekten. Also wir gehen selber. Ich gehe selber so weit, dass ich, wenn wir einen neuen Standort anschauen und dort in die Verhandlungen mit der Stadt gebe ich immer die Wirtschaftsförderung Oberhausen als Referenz. Ja, weil es immer gut, wenn die Wirtschaftsförderer unter sich sprechen und das ist wirklich gut, dass wir da so einen extremen Support haben. Das macht die Ansiedlung leichter. Das macht das ganze Vorhaben leichter. Ja, also da den Support zu haben von der Stadt und von der Wirtschaftsförderung ist wirklich Gold wert bei so einem Unterfangen.

Thao Bui: Vor allem, weil ich sehe auch das Grundstück, das braucht ja auch eine riesengroße Fläche. Wenn diese Indikatoren sind, dass man halt eine hohe Einwohnerzahl hat, dann wird es ja auch schwierig mit einer verfügbaren Fläche.

Johannes Schmid: Richtig.

Thao Bui: Deswegen es klingt für mich so, als hätte dann einfach viele Faktoren einfach ineinandergepasst.

Johannes Schmid: Richtig, also das war auch ein Glücksfall. In diesem Sinne muss man wirklich sagen, es hat, es passt perfekt. Wir sind super zufrieden mit der Anlage. Wirklich, es ist fantastisch, wie die läuft und ja, vielleicht hätte man woanders einen niedrigeren Hebesteuersatz, aber das ist bei uns halt dann nicht so wichtig, weil wenn wir dann irgendwie nur die Hälfte an Besuchern hätten, dann würde unser Business Case keinen Sinn machen. Ja, oder wenn das irgendwo in einem in einem kleinen Dorf liegen würde. Sie haben es ganz richtig erkannt, diese Grundstückssuche bei unserer Größe. Ich sage mal, wir suchen um die 3,5 Hektar 35.000 Quadratmeter bei einer Großstadt, was zu finden ist sehr, sehr schwierig. Ja von daher ist der Standort sehr, sehr gut für uns geeignet.

Thao Bui: Ja. Und das ist auch gut, weil das zählt. Das passt auch so rein in das Stadtbild, hat mir die Stadt erzählt, also die Wirtschaftsförderung. Deswegen waren Sie auch so glücklich, weil das genau in diese Tourismusbranche reingepasst hat. Und dann ergänzt das halt sehr die Ausstrahlung von der Stadt.

Johannes Schmid: Genau, genau. Also das ist es auch. Deswegen hatte ich ja auch gesagt, es gibt diese komplementären Aspekte, also das Centro zum Beispiel. Ja, da gibt es ganz, ganz viele, da hat einfach alles gepasst. Muss man ehrlich sagen. Ich glaube auch, dass unsere Branche oder unser Konzept, wie Sie gesagt haben oder wie die Wirtschaftsförderung gesagt hat, einfach perfekt dahin passt. Es ist ein Glücksfall. Ja, kann man so sagen.

Thao Bui: Okay, ich habe natürlich auch ein paar Fragen vorbereitet, aber ich wollte die schon schicken, damit den jetzt nicht irgendwie von mir in eine gewisse Richtung gelenkt werden. Aber ich schau mal kurz sie haben schon sehr viele Fragen von sich aus auch schon beantwortet.

Johannes Schmid: Super.

Thao Bui: Die Hauptfrage haben Sie auch schon beantwortet, nämlich sind Sie auch schon sehr schön auf die Gewerbesteuerhebesätze eingegangen und wie sich das auf die Entscheidungsfindung ausgewirkt hat. Und ich habe das so verstanden, dass das ein Faktor war, der halt zu vernachlässigen war aufgrund der anderen Faktoren. War das richtig. Also die Gewerbesteuerhebesatz ist schon irgendwo relevant, aber in Anbetracht ihres Business Cases haben Sie sich dazu entschieden, dass das zu vernachlässigen war. Habe ich das so richtig verstanden?

Johannes Schmid: Vernachlässigen ist vielleicht stark gesagt, aber ja, ich würde sagen, es spielt in unserem Business Case jetzt nicht wirklich die Rolle wie bei einem produzierenden Gewerbe. Ja, weil unser Business Case ist halt eben auf das Umland angewiesen und da sind die demografischen Faktoren des Umlandes hervorzuheben. Und vernachlässigen ist ein bisschen krass gesagt, weil am Ende ist es natürlich trotzdem sehr relevant. Aber speziell bei unserem Konzept ist es in der Standortfindung eher nachrangig zu behandeln. Nicht an erster Stelle. Wir sind kein produzierendes Gewerbe, sondern wir sind halt auf das Umland und die die Bewohner angewiesen. Und das ist, das ist das Wichtige daran.

Thao Bui: Ich glaube, so eine Studie in Oberhausen, wo sie halt auch Unternehmen gefragt haben wegen des Hebesatzes und die meisten vertreten, glaube ich auch die Meinung. Sie sagen, es tut schon weh, dass er so hoch ist, aber man nimmt es halt in Kauf wegen gewissen anderen Faktoren. Und so ist glaube ich auch die Grundstimmung glaube ich in Oberhausen für die meisten.

Johannes Schmid: Richtig? Nee, nee. Also das kann ich so unterschreiben. Ja. Ja, für unser Konzept ist es halt eben nachrangig zu behandeln. Es ist wichtig, Es ist immer wichtig, weil es schadet ja der bottom line dann irgendwann mal, aber wir haben eben diese anderen Faktoren, die ich, die ich wirklich vorrangig immer prüfe und darum geht es bei uns in erster Linie.

Thao Bui: Es war schon sehr interessant, das so mitzubekommen, wenn man das intern so entscheidet, so ein Standort auszuwählen. Ja, ja.

Johannes Schmid: Es ist, ich glaube, es ist auch von Konzept zu Konzept einfach anders, weil ich denke, jedes Unternehmen hat so seine Erfolgskriterien. Ja, und bei uns ist es wirklich, ich glaube in Deutschland relativ einzigartig. Man könnte es vielleicht vergleichen mit so einem Europapark oder so, also irgendwie ein Eventpark, aber wir sind da wirklich sehr neu noch auf dem Markt. Deswegen haben wir da unsere eigenen Parameter dementsprechend entwickelt und da passt Oberhausen einfach perfekt rein.

Thao Bui: Ganz nebenbei ich habe viel auf Instagram gesehen habe ich ihre Werbung, Also die wird ganz oft geschaltet. Deswegen bin ich auch erst aufmerksam geworden, dass das in Oberhausen ist. Dann habe ich mich gewundert. Dann habe ich ein bisschen recherchiert. Genau. Ich wollte schon mal dahingehen und das anschauen. Aber es ist so kalt geworden wegen der Jahreszeit. Deswegen dachte mir, es ist halt schöner, wenn es ein bisschen wärmer wird.

Johannes Schmid: Also es ist auf jeden Fall schöner, wenn es ein bisschen wärmer ist. Aber wir sind ja auch beheizt. Also unsere Arbeitsplätze sind auch beheizt. Wir haben jetzt auch so Windbreaker aufgestellt, also hier zwischen der Base, die Sie hier sehen, da stehen jetzt auch so Windbreaker. Aber klar, es macht natürlich ein bisschen mehr Spaß, wenn die Sonne scheint. Ja, kann ich nachvollziehen. Und Social-Media ist für uns natürlich. Ja, es ist perfekt, weil wir haben einfach dieses sehr repräsentative Außenfeld. Ja, genau. Machen Leute machen selber

gerne Bilder, zeigen sich. Wir haben über 20 Millionen Impressionen, also mittlerweile. Das ist wirklich sehr, sehr gut. Da profitieren wir immens von. Das ist schon ein glücklicher, eine glückliche Instanz für das läuft.

Thao Bui: Genau, wollte ich euch nur mal loben, dass ihr das sehr stark macht.

Johannes Schmid: Danke schön. Wir sind sehr glücklich. Also wirklich, mit dem Standort Oberhausen sind wir super glücklich.

Thao Bui: Ja, da freut sich bestimmt die Wirtschaftsförderung das zu hören, was Sie über sie gesagt haben. Genau, haben Sie noch andere Faktoren? Sie haben viele Faktoren schon genannt. Ich glaube, es waren diese drei Hauptfaktoren. Haben Sie daneben noch andere Faktoren, die für Sie wichtig sind?

Johannes Schmid: Na ja, ich. Ich denke mal, es sind die Grundfaktoren. Es geht um den Kaufpreis des Grundstückes. Das ist immer ein Faktor. Wir sind halt auch ehrlich. Wir können jetzt nicht mit einem Wohnbau oder so konkurrieren. Wir müssen immer schauen, dass unser Business Case passt. Das heißt, es sind schon sehr spezifische Grundstücke, nach denen wir suchen. Und der Grundstückspreis ist immer ein riesen Faktor bei dieser Findung. Ja, das ist genau. Was haben wir eigentlich noch? Ja, die Geschwindigkeit ist immer relativ wichtig, also wie agil die Stadt ist. Da geht es ja auch um Bebauungspläne, Aufstellung usw., deswegen hatte ich auch gesagt, dass die Kommunikation und die Hilfe der Stadt Oberhausen da wirklich fantastisch waren. Das kennen wir auch von anderen Städten anders. Also einfach die Agilität, die Hilfe bei der, bei der Ansiedlung, beim Setup ist auch etwas, aber das kommt dann erst in den nächsten Schritten. Also am Anfang stehen diese fünf Kriterien, die ich vorher genannt hatte, zusammen mit dem Kaufpreis. Weil wenn dann jemand irgendwie jetzt ganz exorbitant 50 Millionen für so ein Grundstück will, dann macht unser Business Case natürlich auch keinen Sinn. Das heißt, das ist natürlich auch in erster Linie und das sind so die Kriterien, die wir dann, die wir dann abarbeiten.

Thao Bui: Das ist dann die Gewerbesteuer auch eher so nachrangig?

Johannes Schmid: Ja bei der Grundstückssuche ja. Ich will nicht sagen, es ist zu vernachlässigen, aber es ist bei der Grundstückssuche erstmal nicht vorrangig bei der ersten Betrachtung sozusagen.

Thao Bui: Und dann wird es aber wichtig, wenn Sie dann genauer filtern und jetzt einzelne Standorte haben, dann schauen sich natürlich die auch genauer an.

Johannes Schmid: Also ich sage mal so, wenn wir dann zwei Standorte haben, die konkurrieren miteinander, weil wir haben ja auch ein gewisses Einzugsgebiet, das heißt, wir können jetzt nicht 20 Minuten weiter noch eine Anlage bauen, das würden wir nicht machen, weil da hätten wir Kannibalisierung. Das bedeutet, in diesem Aspekt wird es dann schon wichtig, wenn wir dann irgendwie zwei Standorte miteinander vergleichen, dann komplett

richtig. Wenn, wenn die eine ähnliche demographische Voraussetzung haben, dann, ja, dann werden wir die Entscheidung dann dementsprechend auch relativ einfach machen.

Thao Bui: Ja, verstehe. Okay. Habe ich noch Fragen oder haben Sie noch Anmerkungen zu dem Thema Standortfaktoren ganz allgemein oder Gewerbesteuer an sich?

Johannes Schmid: Also ich glaube, bei uns ist das relativ einfach, weil wir ja unser Konzept so ausgelegt haben, dass wir diese Faktoren haben, die wir evaluieren da Ja, aber falls Sie noch Fragen haben, können Sie mir jederzeit gerne schreiben, Das ist gar kein Problem.

Thao Bui: Oh, vielen Dank. Aber ich glaube, sie haben schon einen sehr guten Einblick auch in die Entscheidungsfindung hier geben können. Und jetzt im nächsten Schritt, wir machen das ja auch, damit wir auch Empfehlungen in Oberhausen geben können. Deswegen frage ich immer gerne, ob Sie selber jetzt, wo Sie am Standort sind, Empfehlungen für die Stadt haben, wie sie zum Beispiel ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern könnte.

Johannes Schmid: Da bin ich dann wieder der Falsche für. Da müsste ich nochmal mit dem Patrick sprechen. Also unser Geschäftsführer in Oberhausen. Ich bin ja nur für die Expansion zuständig, Also da kann ich Ihnen gerne noch, ich spreche mal mit Patrick, ob der noch so ein paar Tipps hat, aber da bin ich der der Falsche, weil ich habe im Operativen oder jetzt so im Tagtäglichen habe ich wenig ich wie gesagt, die Stadt Oberhausen unterstützt mich. Der Herr Suhr unterstützt mich da immer. Wenn wir andere Standorte haben und die Fragen haben, dann gebe ich ihnen immer als Referenz. Aber das ist mein einziger Touchpoint mit der Stadt.

Thao Bui: Ich kann Ihnen dann die Frage aber nochmal per E-Mail schicken. Aber vielleicht haben Sie auch allgemein jetzt viel an sich mit Standortwahl beschäftigt. Haben Sie da irgendwie welche Trends bemerkt, was sich da verändern wird und ganz allgemein bei der Standortwahl von Unternehmen? Irgendwas wichtiger wird in Zukunft für Faktoren oder was weniger wichtig wird in die Richtung.

Schriftliche Ergänzung: Wünschen würde ich mir weitere Connections zu den umliegenden Städten und Postleitzahlen um Marketing ausrichten zu können. Weiteres Verständnis des Verhaltens zu verschiedensten Saisonalitäten zu verstehen. Beispiel, In dieser Woche ist Oberhausener Kirmes, an dem Wochenende sind wir tot was walk in Business angeht. Weiteres Andocken an Messen in der Umgebung. Beispiel waren wir in Holland mit am Stand der OWT. Als Start-up ist das sehr hilfreich

Johannes Schmid: Also Nachhaltigkeit spielt immer ein größeres Thema. Ja. Momentan will man den Markt. Anschaut, ist natürlich schon. Ja eine gewisse. Krisenstimmung zu spüren. Vielleicht jetzt nicht unbedingt bei Logistikimmobilien, aber speziell, ich sag mal bei Büroimmobilien da. Da merkt man schon wirklich einen Nachlass im Markt speziell. Also Nachfrage und dann auch preislich. Das sind so die Trends, die man die man verfolgen sollte. Es ist auf jeden Fall. Auf jeden Fall gibt es weniger Käufer als noch vor zwei Jahren. Ja, das

auf jeden Fall. Ich kann jetzt noch nicht sagen, ob es den kompletten Shift geben wird zum Käufermarkt. Es ist momentan immer noch sehr, sehr kompetitiv da draußen. Ja, Nachhaltigkeit wird immer größer, also speziell beim Bau. Ja, das ist vor allem für die Städte und die Wirtschaftsförderung immer ein Riesenthema, wie wenn wir dieses Grundstück erwerben, wenn wir unser Konzept dahin bauen. Was sind die nachhaltigen Thematiken, die wir abdecken müssen? Ja, das ist ein riesen Makrotrend in der Industrie. Ja, ansonsten sehe ich eben gerade, dass die Hürde auch aufgrund der steigenden Zinsen darf man ja auch nicht vergessen, hat man ein paar weniger Wettbewerber im Markt. Ich denke, Sie haben ja auch schon gehört, dass sehr viele Baufirmen oder Bauträger mittlerweile insolvent gegangen sind in den letzten 6 bis 7 Monaten. Das ist alles aufgrund der steigenden Zinsen. Ja, so würde ich das jetzt mal beantworten. Man hat eben die. Die selektive Grundstückswahl bei einer Nullzinspolitik konnte man halt relativ spekulativ kaufen. Das gibt es halt nicht mehr. Im Gegenteil, man muss sich glaube ich, die Standorte besser aussuchen. Und das andere ist eben die Nachhaltigkeit. Also Thema Nachhaltigkeit wird in jeder Bauplanung immer vorrangiger. Ja.

Thao Bui: Merken wir noch andere Veränderungen, vielleicht auch so negative Veränderungen oder halt auch positive Veränderungen? Also was halt auch besser wird oder schlechter.

Johannes Schmid: Im Markt jetzt generell?

Thao Bui: Genau. Also bei der Standortwahl, die meinten zum Beispiel jetzt muss man mehr auf Nachhaltigkeit achten, als es noch früher der Fall war. Das hat sich verändert. Gibt es da noch so andere Sachen?

Johannes Schmid: Also. Bei uns ist es erfreulich, dass wir durch Oberhausen eine gewisse Ausstrahlung bekommen haben. Die erste Anlage ist natürlich immer die schwierigste. Also für uns macht es einfach deutlich einfacher, wenn wir sagen Hey, wir haben hier eine Referenz, das ist unsere Anlage in Oberhausen. Ich lade gerne auch mal den Bürgermeister danach nach Oberhausen ein. Ja, um das zu zeigen. Also das ist für uns natürlich ein wahnsinniges Asset. Bei der Suche nach neuen Standorten, weil wir diese Erfolgsstory Oberhausen haben. Und da können wir auch wirklich nachweisen, was wir können, was unser Unternehmen kann, was unser Konzept kann. Das ist, weil sie gesagt haben, was für uns persönlich sich verändert. Das ist für mich die größte Hilfe bei der Arbeit. Ja, weil ich einfach ein Referenzobjekt habe. Es ist immer leichter, etwas zu kaufen, zu verkaufen, was schon besteht, was man wirklich zeigen kann, wo man auch wirklich sagen kann Hey, so funktioniert es, dass es jetzt nicht nur irgendeine Zahl auf Papier, sondern kommt bitte vorbei. Also das ist, dass es bei uns eine riesige Hilfe. Ja. Wenn ich will. Ich will mich auch gar nicht zu sehr zum größeren Markt äußern, weil wir sind halt so eine Nische. Ja, also das ist, das ist da schwierig zu beurteilen.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Und ich glaube bei so ein Riesenprojekt. Jetzt verstehe ich auch, warum die Wirtschaftsförderung da auch so eine Rolle gespielt hat. Also jetzt versteh ich das besser, weil das natürlich sehr schwierig ist, da einen Zugang zu finden, weil niemand sich genau vorstellen kann, was das da ist, weil man das halt in Deutschland nicht kennt. Und dann die Wirtschaftsförderung auf der Seite zu haben, die dann unterstützt bei der Grundstückssuche und allem, Das ist natürlich eine enorme Hilfe.

Johannes Schmid: Nicht nur die Grundstückssuche, sondern das Gute ist halt dann auch die die Bauphase ist ja auch sehr komplex und wenn man dann einen konstruktiven Ansprechpartner bei der Stadt hat, mit dem man wirklich einen Dialog hat, dann ist das, ist das unglaublich wichtig. Wir hatten auch schon Standorte, wo einfach ja, da kämpft man gegen Windmühlen und das ist halt ein Riesenvorteil dann, wenn man einfach ich sag mal ein beidseitiges Einverständnis dafür hat, sich da gegenseitig zu helfen und nicht die ganze Zeit nur abzublocken und sich Steine in den Weg zu legen.

Thao Bui: Ja, ich hatte jetzt bis jetzt auch den Eindruck, dass die meisten das sehr wertgeschätzt haben, wenn jetzt die Wirtschaftsförderung ihnen da unter die Arme gegriffen hat bei der Standortwahl. Und genau und jetzt aus den meisten Gesprächen kam es auch so raus, dass Sie gesagt haben, das ist ein auch ein entscheidender Faktor ist, denn viele glaube ich, gar nicht bewusst ist. Also jetzt viele, die jetzt so außenstehend sind, so wie ich zum Beispiel, das hatte ich gar nicht auf dem Schirm, dass das so relevant ist bei der Standortwahl.

Johannes Schmid: Ist es, ist es auf jeden Fall. Ist es auf jeden Fall. Also das ist aber. Bei uns dann gut. Wir hatten uns auf der Expo Real kennengelernt. Das ist natürlich dann noch mal ein anderer Start. Aber jetzt auf die Standortwahl allgemein bezogen, das würde direkt hinter diesen fünf Parametern kommen. Ja, wie, wie proaktiv ist die Stadt mit uns? Aber in diesem Fall bei Oberhausen war es natürlich fantastisch, dass wir die gleich diese Connection hatten und das hat extrem geholfen. Also da kann ich die anderen Meinungen, die Sie in Ihren anderen Gesprächen haben, komplett bestätigen. Das war natürlich für uns eine wahnsinnige Hilfe.

Thao Bui: Und dann könnte ja auch als Tipp sein, dass man als Stadt auch sichtbar ist, zum Beispiel auch halt genau auf diesen Messen.

Johannes Schmid: Das ist pauschalisiert. Manche Städte wollen ja gar nicht. Ja, also da gibt es andere große deutsche Großstädte, die sagen, wir wollen nichts mehr. Deswegen sage ich diese Mikrotrends oder die, das ist immer sehr auf die, auch auf die politischen Gegebenheiten der Stadt bezogen.

Thao Bui: Ich meine auch genau solche Städte zum Beispiel wie Duisburg, die jetzt auch so einen hohen Gewerbesteuerhebesatz haben. Das ist ja meistens daran, weil sie hoch verschuldet sind und dann kommt man halt schwer wieder raus, weil Unternehmen wollen sich da nicht ansiedeln und das ist eine Abwärtsspirale. Und zum Beispiel, was ich mitbekommen habe die Wirtschaftsförderung Oberhausen macht da auch viel, dass sie so eine Außenwirkung haben,

damit die Unternehmen jetzt nicht unglücklich sind. Deswegen sprechen sie viel mit denen. Und man kann vielleicht auch mitnehmen, dass genau solche Städte sich auf Messen zeigen, damit sie einen direkten Kontakt mit den Unternehmen kommen, weil das anscheinend viel Wert hat.

Johannes Schmid: Ja, also der persönliche Kontakt und ich sage mal die Hilfe bei der Ansiedlung, bei der Strukturierung, Grundstückssuche ist da schon ist da schon sehr, sehr wichtig. Erleichtert auch die Arbeit.

Thao Bui: Das ist jetzt eine sehr hypothetische Frage, aber hätten Sie sich dann trotzdem für den Standort Oberhausen entschieden, wenn Sie jetzt nicht auf der Messe getroffen hätten? Wenn Sie dann da irgendwie darauf aufmerksam geworden?

Johannes Schmid: Ja, wahrscheinlich schon, einfach wegen dem Einzugsgebiet. Also wenn man sich die Heatmap in Deutschland anschaut, ja, wenn man sich jetzt einfach mal die Ballungsgebiete in Deutschland anschaut, dann sieht man schon, wo die großen Ballungsgebiete sind, wo die größten Einzugsgebiete sind. Und wie gesagt, das ist natürlich für unser Konzept so die Voraussetzung Nummer eins. Ja. Ich kann jetzt nicht sagen, wäre es Oberhausen geworden. Ja, aber auf jeden Fall hätten wir uns auf diese Region eingestimmt, das ja.

Thao Bui: Okay, das ist schon mal gut, dann kann ich auch schon mal was mitnehmen, was ich so anderen Städten so mitgeben kann, wenn wir in solchen Situationen sind. Vielleicht fällt ihnen ja noch was ein. Also wenn wir jetzt solche Städte betrachten wie Oberhausen, die haben Schwierigkeiten mit ihrer kommunalen Finanzlage, weil wir da vielleicht noch Tipps, was sie machen können, wie zum Beispiel auch Messen sichtbar sein.

Johannes Schmid: Also vielleicht einfach mal. Ja gut, aber die sind meistens schon sehr offen für neue Konzepte.

Thao Bui: Ja.

Johannes Schmid: Also was wirklich immer hilft, ist ein persönlicher Kontakt. Also einfach dieser Austausch, dass man, dass man einen festen Ansprechpartner hat und nicht irgendwie an die Infomail schreibt, sondern dass man wirklich Leute hat. Da kommen wir wieder auf Ihren Punkt zurück mit der Messe. Dieser persönliche Kontakt, dass man diesen Ansprechpartner hat, wo man wirklich merkt, okay, der ist proaktiv dabei, der kümmert sich und das von der Wirtschaftsförderung zu haben, ist in unserer Position schon sehr, sehr wichtig. Weil oft schreibt man dann irgendwie mit einer Infoadresse hin und her, man bekommt keine Antwort. Das kennt man leider sehr oft, ja. Und da eine Wirtschaftsförderung oder eine Behörde zu haben, die da sehr proaktiv ist, das ist schon sehr, sehr wichtig und macht dann also macht unsere Arbeit leichter und macht auch viel mehr Spaß dann.

Thao Bui: Ja, okay. Fällt Ihnen sonst noch irgendwas ein? Auch ganz allgemein, irgendwie ergänzend, was Sie noch hinzufügen könnten?

Johannes Schmid: Nein, ich glaube, dadurch, dass ich hatte ja schon am Anfang gesagt, wir sind so ein spezielles Unternehmen, wir haben da unsere festen Voraussetzungen. Ja. Also, wie gesagt. Oberhausen hat einfach perfekt gepasst. Also von den Voraussetzungen und von der Mitarbeit, von der Wirtschaftsförderung war super oder ist nach wie vor super schön.

Thao Bui: Ja, das gebe ich auch gerne so weiter. Dann freut sich, glaube ich auch die Wirtschaftsförderung. Genau. Und ich bedanke mich auch herzlich bei Ihnen, dass Sie sich Zeit genommen haben und auch so gute Einblicke geben konnten.

Johannes Schmid: Sehr gerne. Sie können mir ja gerne noch, ich habe es mir aufgeschrieben, aber schicken Sie mir die Frage noch für Patrick per Mail, dann kann ich das noch mal kurz weiterleiten. Ja.

Thao Bui: Ja, perfekt. Herzlichen Dank.

Johannes Schmid: Dann vielen Dank und viel Erfolg bei der Arbeit. Ja.

Thao Bui: Danke schön. Tschüss.

Interview D6 (Oberhausen): Apostolos Tsalastras – Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer von Oberhausen

Thao Bui: Ok, die Aufnahme läuft. Ich wollte Sie nicht unterbrechen.

Apostolos Tsalastras: Nee, kein Thema. Also es gibt mit Sicherheit viele, viele Gründe, warum die Unternehmen sich trotzdem für Oberhausen entscheiden. Das eine ist mit Sicherheit so etwas wie örtliche Verbundenheit aus Tradition, familiärer Anbindung. Das spielt oft auch eine Rolle, obwohl das jetzt betriebswirtschaftlich nicht zu erklären ist. Aber das ist für viele Unternehmen dann doch keine Frage, ihren Standort weiter hier zu behalten und den nicht zu verlagern. Also das ist schon mal ein ganz wichtiger Grund, der mir auch vielfach begegnet, wenn ich mich mit Unternehmerinnen und Unternehmer hier in der Stadt unterhalte. Also das ist ein sehr zentraler, glaube ich, sehr zentraler Grund. Das zweite ist, Oberhausen ist natürlich ziemlich gut angebunden. Wir sind zwar eine arme Stadt, aber die Verkehrsmöglichkeiten, die Oberhausen bietet, sind schon sehr gut. Wir haben etliche Eisenbahnverbindungen, Autobahnverbindungen. Der Kanal geht durch Oberhausen, auch mit entsprechender Anlegestelle. Das ist schon etwas, was Unternehmen interessiert, dass man gute Verkehrsverbindungen hat. Das ist mit Sicherheit ein Standortfaktor, der nicht ganz unwichtig ist. Das Zweite ist oder ein weiteres ist das Angebot der Stadt, was Kitaplätze, Schulen, Kulturangebote angeht, die sicherlich ganz spannend sind, wo man dann auch entscheidet, sich hier anzusiedeln bzw. hier zu bleiben. Es gibt darüber hinaus auch attraktive Standorte in der Stadt, die noch mal vom Ruf her ganz besonders sind. Es gibt etliche Ansiedlungen um die Neue Mitte. Das ist jetzt für viele auch eine spannende Adresse, wenn man die angeben kann oder man sagt, wir sitzen am Centro. Das ist je nachdem, welches Unternehmen man hat, für viele ist das attraktiv, insbesondere auch für viele Dienstleister, die da bei uns sitzen. Ich nehme mal so ein Beispiel: Bei uns, Radio NRW sitzen bei uns im Centro. Das ist für die auf alle Fälle spannend als Adresse. Die muss man einfach sehen. Besser als irgendwo anders in einem Gewerbegebiet zu sitzen, das völlig unbekannt ist oder so. Also das ist zum Beispiel von Unternehmen, die da um das Centro herum sich angesiedelt haben, also das sind so klassische betriebswirtschaftliche Gründe, die natürlich die Unternehmen bewegen, auch von der Gewerbesteuer her unattraktive Standorte zu nutzen, das ist das eine. Das zweite ist, das ist jetzt auch spannend. Die Gewerbesteuer selbst bietet vielen Unternehmen die Möglichkeit, Gewerbesteuer zu verlagern, das heißt, den Standort in Oberhausen zu haben, aber die Gewerbesteuer nicht voll in Oberhausen abzuführen. Beispiel, wir haben hier das große Chemiewerk, die sitzen hier in Oberhausen, haben ihre Zentrale nach Monheim verlagert. Monheim ist bekannt als Steuerparadies in Nordrhein-Westfalen und haben verschiedene Dienstleistungen dorthin verlagert, so dass die einen großen Teil ihrer Gewerbesteuer nicht mehr in Oberhausen zahlen, sondern in Monheim. Aber das Werk selber steht in Oberhausen. Das heißt, es ist ja auch nicht immer ganz einfach, so ein gesamtes Industriewerk zu verlagern, das funktioniert ja nicht. Also versuchen viele, die Möglichkeiten, die die Gewerbesteuer

bietet, Gewerbesteuerflucht zu betreiben. Das machen die dann und flüchten dann nach Monheim oder in andere Bereiche, wo die Gewerbesteuer sparen können. Das tut jetzt der Stadt weh, aber ist jetzt betriebswirtschaftlich eben möglich. Und das machen dann einige.

Thao Bui: Ich kenne das Beispiel, weil das auch in den Nachrichten war und darüber wurde ja berichtet. Gibt es daneben noch so andere namhafte Beispiele? Ich dachte, vielleicht wäre das jetzt ein Einzelfall gewesen, aber ist es tatsächlich so?

Apostolos Tsalastras: Anderer ja, aber nicht so namhafte. Es gibt viele kleinere, die das auch gemacht haben. Die haben dann einen Briefkasten in Monheim oder haben Dienstleistungsbüro, die haben dann ihre Büros dahin verlagert. Es gibt schon, aber es ist jetzt nicht so, dass jetzt alle hier weggefahren sind, aber es gibt mehrere, die das machen, ja.

Thao Bui: Betrifft das dann häufig die Industrie, weil die dann so schwer zu verlagern ist oder auch andere Branchen?

Apostolos Tsalastras: Es trifft auch andere Branchen. Also ich sage mal, es gibt zum Teil Dienstleistungsbranchen, die sehr leicht verlagert werden können. Die verlagern dann das ganze Büro. Mittlerweile ist es ja so, dann verlagern die nur die Adresse und arbeiten im Homeoffice. Das geht ja auch mittlerweile. Aber es ist sehr, sehr unterschiedlich, wie dann diese der Versuch Steuern zu sparen, dann umgesetzt wird. Das führt natürlich dazu, wenn jetzt zum Beispiel so ein Industrieunternehmen nur die Zentrale oder ein Briefkasten verlagert, dass natürlich die gesamten Infrastrukturkosten, die die Stadt zur Verfügung stellt, die bleiben ja hier, ob das jetzt Straßen sind, Wege, die Möglichkeit, also entsprechende Verkehrsverbindungen, das wird alles zur Verfügung gestellt. Die Umweltverschmutzung findet bei uns statt, aber die Steuern werden dann woanders gezahlt. Und das ist natürlich ein echtes Problem, was die Gewerbesteuer durch die Möglichkeiten der Verlagerung eigentlich bewirkt. Das ist ein Problem. Das müsste eigentlich auch dringend geändert werden. Es gibt immer so Initiativen des Bundes, Steueroasen international zu bekämpfen, aber in Deutschland selbst passiert da eigentlich wenig, obwohl es relativ einfach wäre.

Thao Bui: Ich verstehe und die Unternehmen, die dann sich dafür entscheiden diese Steuerflucht zu begehen, die bleiben aber trotzdem halt in Oberhausen als Standort bestehen, eben wegen den Gründen, die Sie vorhin genannt haben, also zum Beispiel die Verbundenheit.

Apostolos Tsalastras: Ja, hauptsächlich auch, weil es natürlich schwierig ist, so einen Standort insgesamt zu verlagern. Also insbesondere Industrieunternehmen haben es da sehr schwer. Produktionsstätte ist ja eigentlich nicht einfach verlegbar. Das muss man einfach sehen. Das ist mit enormen Kosten verbunden. Das ist das eine. Das zweite ist natürlich auch die Mitarbeiter sind ja ein wichtiger Standortfaktor. Die müssen ja auch verlagert werden. Das ist nicht ganz so einfach. Das muss man einfach sehen, weil es sind ja meistens Familien. Ich kann nicht einfach jetzt so ein Werk mit ich weiß nicht, ein paar 100 Mitarbeitern verlagern und von den Mitarbeitern verlangen, dass die mitgehen. Insbesondere jetzt, wo die der Arbeitsmarkt

von so von Facharbeitermangel gekennzeichnet ist, ist es total schwierig, neue Leute zu finden. Das führt natürlich auch dazu, dass man überlegt, möglichst da zu bleiben, wo man jetzt auch seine Mitarbeiter hat. Das war vielleicht mal von vor zehn Jahren anders, als der Arbeitsmarkt noch so war, dass man leichter Arbeitskräfte fand. Aber das ist ja jetzt immer schwieriger geworden. Ja, das ist auch so eine ganz wichtige Grundlage, warum man hierbleiben will.

Thao Bui: Fällt Ihnen vielleicht weitere Punkte ein, weshalb Sie dann sagen wir bleiben dann hier?

Apostolos Tsalastras: Also wir haben gute Standortfaktoren, was das Thema Kitaplätze angeht. Wir haben ein relativ gutes Angebot. Offener Ganztag also ist für Mitarbeiter schon attraktiv, wenn das Unternehmen hier bleibt, weil die die Möglichkeit haben, ihre Kinder unterzubringen. Ja, und der Wohnungsmarkt ist hier entspannt. Ja. Gehen Sie nach Köln finden Ihre Mitarbeiter keine Wohnung. Sie finden auch kein Grundstück. Das kommt auch noch dazu. Bei uns gäbe es zumindest noch Grundstücke, wo man auch sich erweitern kann. Ist jetzt nicht so, dass es hier nichts gibt, auch wenn die jetzt nicht städtisch sind, aber es gibt sehr viele Gewerbegrundstücke in privater Hand, wo noch Platz ist. Also Sie hätten hier die Möglichkeit, sich auch entsprechend zu entwickeln. Das ist natürlich auch so ein Grund. Wenn Sie in so einem Ballungsraum gehen wie Köln, Düsseldorf, ist es oft schwierig, genug Platz zu finden, wo Sie Unternehmen entwickeln können. Ja, das ist ja noch so ein Punkt. Das ist im Ruhrgebiet, insbesondere jetzt hier Oberhausen gibt es da schon mehr Möglichkeiten. Was fällt mir noch ein? Das ist eine gute Frage. Vom Standort her auf alle Fälle günstiger. Ja, mehr fällt mir jetzt auch nicht mehr ein. Das wären, so glaube ich, die wichtigsten Gründe.

Thao Bui: Haben Sie auch so Einsicht in so neue Standortansiedlungen? Wie da so die Stimmung ist wegen der Gewerbesteuer. Wie sich das so auswirkt auf die Entscheidungsfindung von neuen Unternehmen, die nach Oberhausen kommen?

Apostolos Tsalastras: Also ich sage mal so, die sind nicht begeistert, was den Hebesatz angeht. Aber jetzt muss man auch eins wissen. Gewerbesteuer zahlt nur der, der Gewerbegewinne erzielt, wenn der Standort ihm die Gewinne garantiert, aus welchen Gründen auch immer und der die hier erzielen kann, heißt dass das nicht, dass es an einem anderen Standort genauso gut gelingen kann. Und dann gibt es sicherlich andere Faktoren, die es begünstigen, dass die Leute hier sind. Die sind dann zwar nicht froh, wenn sie so einen hohen Steuersatz haben, aber sie sind dann doch bereit, den zu bezahlen, weil es sich für sie lohnt. Und es gibt natürlich viele Unternehmen, die starten hier als Start-ups, kleine Unternehmen, die erst mal auch keine Gewinne erzielen, dann zahlen die auch keine Gewerbesteuer. Ja so, und wenn die einmal erfolgreich geworden sind, dann gehen die weg. Oder aber bleiben dann auch, weil sie hier den Erfolg hatten und vielleicht dann auch gar nicht mehr weg wollen. Das kann natürlich auch passieren. So was gibt es natürlich auch. Aber grundsätzlich sind die nicht

glücklich, das muss man sagen. Ist ja dann doch ein Unterschied zu vielen anderen Städten, wenn der Hebesatz so hoch ist.

Thao Bui: Haben Sie das Gefühl, dass auch sehr viele Unternehmen deswegen abwandern? Nur wegen den Gewerbesteuerhebesatz?

Apostolos Tsalastras: Ein paar ja, als nicht so viele. Ich hatte eine Zeit lang echt befürchtet, dass es mehr sind. Aber wir haben mal, das ist jetzt schon ein bisschen länger her, eine Statistik uns angeschaut und haben die Unternehmen, die gegangen sind, befragt und nicht nur die Unternehmen, die hiergeblieben sind. Das ist jetzt schon etwas länger her, aber haben festgestellt, dass nur die wenigsten, die ihren Standort gewechselt haben, wegen der Gewerbesteuer gewechselt sind. Ein Beispiel: es gibt Dienstleistungsunternehmen, die sind nach Düsseldorf gegangen, obwohl es für sie viel teurer war. Ja, da ist zwar die Gewerbesteuer niedriger, aber allein schon die Mietkosten, die die hatten, haben deren Gewerbesteuer wieder aufgehoben, haben die übertroffen, was die mehr zahlen mussten. Aber es war für sie attraktiv, weil gerade für ihre Agentur der Standort Düsseldorf einmal ein wichtiger Standort ist, weil es da viele andere Agenturen gibt und damit die Adresse auch Teil der Marke wird und auch so gesehen wird, dann macht das natürlich Sinn, für die zu wechseln. Völlig egal, ob die Gewerbesteuer hoch ist oder nicht. Das nehmen die dann in Kauf, weil die dann eine Düsseldorfer Agentur sind. Mit der Konkurrenz national und international macht das wahrscheinlich mehr aus, als Düsseldorfer Unternehmen zu agieren als Oberhausener. Wahrscheinlich. Also habe ich es jetzt interpretiert. Solche Verlagerungen gibt es auch viele. Oder aber man hat sich verlagert, weil bestimmte Rahmenbedingungen sich geändert haben, die woanders sich besser entwickeln. Oder man hat zwei Unternehmen zusammengelegt und dann wird an einer Stelle die ganze Produktion verlagert oder die Zusammenarbeit an einer Stelle ist das einfacher zu organisieren, als wenn man zwei Standorte hat und dann wird der eine zugemacht. So was gibt es halt auch. Da muss man einfach sehen, es ist sehr unterschiedlich, warum die Unternehmen wechseln. Die Gewerbesteuer ist nicht der Hauptgrund, also nicht mit am meisten angegeben. Zumindest die Unternehmen, die wir erreicht haben.

Thao Bui: Für die Studie ist die Statistik natürlich sehr interessant. Ist die auch öffentlich oder kann ich da irgendwie Zugriff darauf bekommen?

Apostolos Tsalastras: Ist so lange her, ich weiß gar nicht, ob die jemals veröffentlicht worden ist. Ich müsste mal gucken, das haben wir mit der Wirtschaftsförderung zusammen gemacht. Da müsste ich die Wirtschaftsförderung fragen, ob die diese Studie noch mal haben, ob ich die haben kann. Da kann ich mich noch erinnern, wir haben das damals gemacht mit der Uni. Der mit der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin. Mit denen haben wir zusammengearbeitet. Die haben so eine kleine Befragung versucht zu organisieren von Unternehmen, die gewechselt haben. Das ist für sie wirklich interessant, Das stimmt. Ist mir

jetzt auch erst eingefallen. Wann war das? Das war 2015/14. Sowas um den Dreh. Ich bin mir nicht ganz sicher. Ist schon länger her, aber ist ja auch interessant, um das sich mal anzugucken. Muss ich die Wirtschaftsförderung fragen, wo die die Ergebnisse haben. Es hat jetzt keine, wenn ich mich richtig erinnere, keine Studie gegeben in dem Sinne, dass es großartig in so eine Arbeit gemündet ist. Aber es gibt eine Powerpoint Präsentation, das weiß ich noch ganz genau, wo man die Ergebnisse finden kann. An die kann ich mich nämlich gut erinnern. Die haben die damals vorgetragen. Wenn ich die finde, dann schicke ich ihnen die zu. Haben wir Ihre E Mail Adresse?

Thao Bui: Soll ich das nochmal im Nachgang per Email schreiben?

Apostolos Tsalastras: Ja, auf alle Fälle, damit ich das nicht vergesse, dann versuche ich das in den nächsten Tagen ausfindig zu machen. Muss ich die Wirtschaftsförderung fragen, dass sie mir die zuschicken. Vielleicht habe ich die selber noch mal irgendwo gespeichert.

Thao Bui: Ja, es ist wirklich schwierig, über solche Unternehmen Informationen zu finden. Wenn die abgewandert sind, dann ist das ganz schwer.

Apostolos Tsalastras: Also das war für uns jetzt auch nicht einfach, da hinterher zu telefonieren und zu versuchen, dort an Informationen zu bekommen. Aber ich fand, das war jetzt mal ein spannender Ansatz, nicht immer nur die zu fragen, die da sind, sondern die, die gegangen sind, warum sie gegangen sind.

Thao Bui: Das ist auch das Problem der meisten Studien dieser Art, dass sie halt den Fokus auf die Unternehmen haben, die halt vor Ort sind und die vor Ort haben halt schon eine gewisse Grundzufriedenheit, kann man sagen über den Standort, weil sonst wären sie ja nicht da. Und dann ist eben ein bisschen verfälscht. Genau. Dann würde mir das helfen, wenn ich die Statistik habe, dann noch mal ein weiteres Bild, dann zu ergänzen.

Apostolos Tsalastras: Ja.

Thao Bui: Genau.

Apostolos Tsalastras: Besorge ich Ihnen. Da müssen Sie gucken nachher in der Arbeit beim Zitieren, dass Sie die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin erwähnen. Aber das müsste dann in dem in der Powerpoint auch ersichtlich sein. Also damit Sie da jetzt auch kein Zitat und kein Fehler machen, was die Herkunft der Daten angeht.

Thao Bui: Genau. Ich gucke noch mal, ob ich kurz noch Fragen habe, die Sie jetzt noch nicht beantwortet haben. Vielleicht noch mal; Wenn man jetzt ganz konkret sich Unternehmen anschaut, wissen Sie über bestimmte Standortfaktoren, weshalb Sie sich dann für Oberhausen entschieden haben? Zum Beispiel habe ich mit Topgolf geredet, und die haben halt gesagt, sie haben halt genau die Fläche bekommen, die sie halt gebraucht haben. Und vielleicht wissen sie ja von anderen Unternehmen, wo genau es halt gepasst hat.

Apostolos Tsalastras: Das ist ja ein schönes Beispiel, weil es ist ja jetzt nicht nur die Fläche, sondern Topgolf ist ja ein Unternehmen, in der, ich sage mal, in der Freizeitbranche und die sind jetzt direkt am Centro und das ist natürlich den Schwerpunkt Freizeit Eventshopping. Das fügt sich klassisch ein, das ist so ein Cluster und so eine Wertschöpfungskette, wo das super dazu passt. Also Sie können bei Topgolf einen schönen Nachmittag verbringen und dann abends essen gehen, direkt ein paar Meter weiter in der Promenade. Oder Sie können vorher shoppen gehen und gehen dann dahin. Also das gibt viele Möglichkeiten so ein Aufenthalt zu kombinieren. Und das ist natürlich an der Stelle für solche Unternehmen total attraktiv, wenn die jetzt irgendwo aufs platte Land gegangen werden wären, hätten sie vielleicht auch einen guten Autobahnanschluss gehabt. Aber die Leute würden dann nur kommen, um zu Topgolf zu gehen. Jetzt gibt es viele, die sagen okay, dann lasst uns dahinfahren und dann machen wir noch Topgolf. Oder wenn wir Topgolf machen, können wir noch das und das machen. Dann ist das für viele viel attraktiver den Standort dann auch zu besuchen. Und das ist natürlich etwas, wovon der Standort lebt. Also das ist an der Stelle ganz, ganz wichtig. Jetzt gibt es andere, wo das ähnlich ist. Jetzt, wenn Sie jetzt zum Beispiel ein Chemieunternehmen sind oder Sie machen jetzt was mit Wasserstoff, man versucht gerade auch in Richtung Wasserstoff was zu machen, für Ihre Turbinenproduktion, dann kann es sein, dass es Synergieeffekte bietet an einer bestimmten Stelle sich so zu spezialisieren und dann dorthin zu gehen oder da zu bleiben. Air Liquide zum Beispiel transportiert, auch Wasserstoff und die sind jetzt in dem Chemiepark ansässig und bauen ihre Anlage aus, weil dort viele Synergieeffekte auch mit den anderen Chemieunternehmen sind, die da sind. Also sowas gibt es natürlich auch, dass man sich bewusst für einen Standort entscheidet, weil das, was drumherum ist, den eigenen Standort aufwertet oder viele Synergieeffekte bietet, die, wenn ich woanders hingehen würde, nicht hätte. Das ist jetzt bei Topgolf und klassisches super Beispiel. Für die ist natürlich das Centro höchst attraktiv. Das muss man einfach sehen von der Arena, Gasometer Shopping, Sea Life, also alles Freizeitaktivitäten und dann Topgolf noch daneben. Das ist so ein Zentrum von Freizeitaktivitäten. Für die super attraktiv. Ja.

Thao Bui: Also Oberhausen ist jetzt attraktiv, wegen der Freizeit- und Tourismusbranche und anscheinend auch für Chemieunternehmen. Fällt Ihnen da noch was ein?

Apostolos Tsalastras: Wir haben noch leider zu wenig, aber noch ein paar Metallunternehmen, metallverarbeitende Unternehmen, wo man die die Turbinen herstellen, aber auch Metall im Prinzip verarbeiten. Was einem großen Stellenwert bei uns hat, ist die Baubranche. Es gibt sehr viele Unternehmen in dem Bereich, die hier in Oberhausen aktiv sind. Das ist ein großer Arbeitgeberbereich. Was haben wir noch. Ja. Freizeitevent. Kreativwirtschaft haben wir schon genannt in dem Bereich Agenturen, also alles, was da drumherum ist. Ob das jetzt die ganzen Veranstaltungstechnik ist, die hier verliehen wird und installiert wird und zur Verfügung gestellt wird, bis hin zu Halt Veranstaltungsorten, die es hier gibt, wo dann

Veranstaltungen auch durchgeführt werden. Also diese ganze Event Freizeitcharakter ist schon zentral. Metall, Chemie, Bau. Das wäre es dann glaube ich auch schon.

Thao Bui: Können Sie da noch kurz auf die Standortfaktoren eingehen, die da eine essenzielle Rolle spielen?

Apostolos Tsalastras: Also für viele ist mit Sicherheit die Parallelität von anderen Angeboten wichtig, weil die Leute gehen ja nicht hin, wo keine Konkurrenz ist, sondern wo ergänzende Angebote da sind. Das passt also für die Freizeitindustrie auf alle Fälle. Es gibt ein relativ gutes digitales, also schnelles Internet, ist glaube ich da auch ein wichtiger Aspekt, der da eine Rolle spielt. Auch da ist Verkehrsanbindung wichtig. Die Menschen müssen ja da hinkommen. Ja, das funktioniert ganz gut, sowohl mit dem öffentlichen Personennahverkehr über die Bahn, und die Trasse da ist ja das Centro super angebunden, aber es ist natürlich auch durch die Autobahnen. Das ist natürlich optimal. Sie haben mehrere Autobahnen, die A3, die A40, die A2 und 40, gut, die sind jetzt alle, da wird jetzt überall gebaut, da ist jetzt überall Stau. Aber grundsätzlich, wenn keine Baustelle ist, funktioniert es super. Das ist sicherlich ein wichtiger Grund, ja, warum das so gut funktioniert.

Thao Bui: Wenn bin ich mir das so anschau, hatte ich auch den Eindruck, dass die Verkehrsanbindung sogar sehr wichtig ist, weil es auch über alle Branchen hinweg eine entscheidende Rolle spielt und da Oberhausen so gut aufgestellt ist. Und bis jetzt in den Gesprächen habe ich auch was gehört, dass die meisten halt das auch sehr, sehr schätzen, dass die Verkehrsanbindung so gut ist.

Apostolos Tsalastras: Ja, genau.

Thao Bui: Können Sie noch Standortfaktoren nennen, aufgrund dessen Unternehmen Oberhausen jetzt verlassen haben?

Apostolos Tsalastras: Also Gewerbesteuer ist sicherlich einer. Ansonsten glaube ich, gibt es natürlich Branchen, die andere Branchen oder Universitäten und sowas brauchen. Natürlich bietet Oberhausen jetzt wenig Möglichkeiten. Wir haben zwar das Fraunhofer Institut für Umwelt und Sicherheitstechnik, aber das war's an wissenschaftlichen Einrichtungen, die da sind. Das macht natürlich für Unternehmen, die jetzt darauf angewiesen sind, dass sie eine Uni haben, mit bestimmten Forschungsbereichen usw. die verlagern dann natürlich in diese Richtung, weil dann die Möglichkeiten, die Synergieeffekte noch mal ganz andere sind an den Unis. Das können wir jetzt natürlich nicht bieten. Das könnte noch ein Grund sein, würde ich sagen. Ansonsten gibt es eigentlich keinen Grund. Alles andere ist eigentlich in Oberhausen doch relativ attraktiv. Also ich würde jetzt nicht sagen, dass es da noch mal besondere Gründe gibt, Oberhausen zu verlassen. Also Gewerbesteuer ist mit Sicherheit ein wichtiger Grund. Der wichtigste Grund.

Thao Bui: Also ist es auch so, dass jetzt Unternehmen kein Problem haben, wenn sie jetzt ihre Kapazitäten erweitern wollen, dass sie auch Flächen finden in Oberhausen. Ist das jetzt in der Stadt selber ein großes Problem?

Apostolos Tsalastras: Es gibt genug. Also es gibt noch Flächen in Oberhausen. Wir hätten gerne mehr. Das Problem, was wir haben, ist wir haben keine eigenen städtischen Flächen, die wir anbieten können, es gibt aber viele private Flächen, die es in Oberhausen gibt, die man da natürlich auch erwerben muss, klar. Aber ich sage mal, im Vergleich zu Düsseldorf oder den großen Ballungsräumen ist das hier auch noch relativ preisgünstig möglich. Das ist jetzt, wenn man in Düsseldorf ein Grundstück kaufen muss, das ist ja dann schon nicht mehr zu bezahlen. Das gleiche gilt für Köln. Also es ist schon schwierig.

Thao Bui: Und was Sie vorhin noch genannt haben, war wegen der Sichtbarkeit. Also wenn man jetzt zum Beispiel international gut sichtbar sein will, dann ist Oberhausen jetzt zum Beispiel nicht so gut wie Düsseldorf, haben Sie gesagt.

Apostolos Tsalastras: Das ist richtig. Das ist natürlich, je nachdem, was ich für ein so ein Unternehmen habe, jetzt. Es gibt natürlich Unternehmen, da spielt das Image eine besondere Rolle. Also wenn Sie jetzt die Modebranche nehmen oder die Werbeagenturen oder andere. Da spielt es natürlich schon eine Rolle, wo Sie gerade sitzen, um auch entsprechend attraktiv zu sein für Kunden. Da ist bei uns das Centro als Adresse eine der wenigen, wo ich sagen würde, da haben sich auch Unternehmen direkt angesiedelt, auch aus dem Grund insbesondere auch Agenturen, die damit auch werben. Das funktioniert aber in der Oberhausener Innenstadt nicht. Also da würde das nicht funktionieren, wenn man jetzt so ein mehr oder weniger nationalen oder internationalen Anspruch hat und die Kunden, die man hat, weit über Oberhausen hinaus sucht, dann ist natürlich so eine Adresse wichtig. Und da gehen die Leute schon nach Düsseldorf, Köln oder so, wo auch noch ein besonderes Flair auch mit verbunden wird. Ja, das können wir hier im Ruhrgebiet für bestimmte Unternehmen nicht bieten, aber für andere dann eben schon. Wenn Sie ein Unternehmen der produzierenden Unternehmen sind und Metall verarbeiten und kommen aus dem Ruhrgebiet, da ist es völlig egal, ob sie aus dem Ruhrgebiet oder sonst wo herkommen. Das interessiert die Kunden nicht. Das ist den Kunden nicht ganz so wichtig. Im Gegenteil, ich glaube, wenn man dann aus dem Ruhrgebiet kommt, strahlt man noch so ein bisschen Tradition aus, was ja oft auch nicht ganz verkehrt ist.

Thao Bui: Fällt Ihnen dazu noch Standortfaktoren ein, weshalb man Oberhausen verlassen müsste.

Apostolos Tsalastras: Nee, eigentlich nicht.

Thao Bui: Dann habe ich noch eine Frage zur Wettbewerbsfähigkeit. Und zwar haben Sie da Empfehlungen für Oberhausen, wie Oberhausen sich da verbessern kann oder ob es irgendwo noch Entwicklungspotenziale gibt?

Apostolos Tsalastras: Da gibt es natürlich eine ganze Menge Entwicklungspotenzial. Also mir wäre ganz lieb, wenn wir in der Lage wären, wenn es Oberhausen finanziell so gut ginge, dass wir Gewerbesteuerhebesätze senken könnten. Das wäre schon wichtig. Und wenn wir darüber hinaus mit den zusätzlichen finanziellen Mitteln noch Gewerbeflächen ausweisen und entsprechend baureif machen könnten, um Unternehmen anzusiedeln. Also oft ist ja die Flächenfrage eine ganz, ganz wichtige und entscheidende. Und wenn wir eigene Flächen hätten, könnten wir die auch so weit entwickeln, dass wir denen diese Flächen auch Unternehmen zur Verfügung stellen könnten. Das ist natürlich bei Privaten schwierig und natürlich, so eine Fläche muss dann auch erst bearbeitet werden, muss erschlossen werden, müssen Verkehrswege gelegt werden. Das ist dann, wenn man das von Privaten kauft, nicht ganz so einfach. Wenn das städtisch wäre, könnte man das schon so organisieren, dass das für die Unternehmen viel einfacher ist, sich da anzusiedeln. Das heißt also, wenn man den Platz direkt zur Verfügung stellt und Sie können sofort Ihr Unternehmen starten. Also so was fände ich ganz gut, wenn wir das könnten. Aber dafür braucht man halt mehr Geld und dafür sind wir einfach zu finanzschwach, um solche Möglichkeiten entwickeln zu können.

Thao Bui: Verstehe. Fällt Ihnen noch weitere Empfehlungen ein zur Wettbewerbsfähigkeit.

Apostolos Tsalastras: Also ich sage mal das, was wir schon haben, zu stärken, was so die weichen Standortfaktoren sind, gar keine Frage. Kitaplätze, Schulen attraktiver machen, machen wir gerade. Wir statten alle Schulen mit schnellem Internet aus und entsprechender auch technischer Infrastruktur, so dass die Schulen attraktiver werden. Sowas ist ja auch für Unternehmen wichtig, weil Sie kriegen die Mitarbeiter nicht an einen Ort, wo sie keine Kitas, keine vernünftigen Schulen haben, keine Freizeitangebote, wo es langweilig ist, wo man nicht wohnen möchte. Da kriegen sie keine Leute hin. Wenn sie keine Leute hinkriegen, machen die Unternehmen auch nicht auf. Also so gesehen diese weichen Standortfaktoren sind schon ganz wichtig und das bieten wir schon. Aber das auch zu stärken und als Marke zu entwickeln, glaube ich, wäre gar nicht so schlecht.

Thao Bui: Fallen Ihnen sonst noch welche ein?

Apostolos Tsalastras: Im Augenblick nicht, nein.

Thao Bui: Und haben Sie Trends, die Sie erwarten in Bezug auf die Standortwahl von Unternehmen in Oberhausen? Einige hatten Sie ja auch schon angesprochen. Vielleicht fallen Ihnen da noch welche ein.

Apostolos Tsalastras: Trends? Ja, es gibt eine Entwicklung zur Digitalisierung. Das ist wichtig, die Rahmenbedingungen dann vor Ort auch so zu haben, dass dieser Trend auch genutzt werden kann von den Unternehmen, das ist das eine. Es gibt eindeutig die demografische Entwicklung, die es den Unternehmen schwer macht, Facharbeiter zu bekommen. Das heißt, an der Stelle die Unternehmen zu unterstützen, glaube ich, ist auch noch mal ganz wichtig. Das ist ein zentraler Trend, wo man aktiv werden kann. Ansonsten natürlich

Fläche ist schwierig. Wenn man da helfen kann, ist das auch gut. Also das sind so die Trends, aber insbesondere Digitalisierung. Ja gut und natürlich Klimaschutz ist natürlich auch noch mal ein ganz wichtiger Bereich. Aber da sind natürlich auch die Unternehmen selbst gefordert, ihre Produktion oder ihre Arbeit, ihre Gebäude so auszurichten, dass man das Klimarelevanz im positiven Sinne erzeugen kann. Ansonsten, das wären, glaube ich, so die wichtigsten Trends.

Thao Bui: Okay, und Sie hatten ja vorhin schon die Statistik angesprochen. Gibt es da noch so weitere Untersuchungen, die schon in Oberhausen durchgeführt wurden, die jetzt so interessant sind für Standortfaktoren und für meine Studie?

Apostolos Tsalastras: Eigentlich nicht. Es gab mal eine Studie, die ganz spannend war. Die ist jetzt über zehn Jahre her. Da ging es um das Thema was sind die wichtigsten Wertschöpfungsketten? Das, was ich Ihnen da erzählt habe, das kommt daher. Das war ein Institut aus Dortmund, die das gemacht haben, die ist aber nie veröffentlicht worden. Die war für die Wirtschaftsförderung intern, um sich neu aufzustellen. Da gab es ein Gutachten für die Wirtschaftsförderung. Das ist, glaube ich, auch nicht zu bekommen. Ich würde das gerne noch mal neu auflegen und jetzt noch mal neu schauen, wie die Wirtschaft sich entwickelt hat. Welche relevanten Wertschöpfungsketten es gibt hier in Oberhausen. Ich glaube nicht, dass sie sich jetzt dramatisch verändert hätten, aber das wäre schon mal ganz gut, wenn man das noch mal hätte. Ansonsten gibt es eine Werkstättenzählung. Es gibt mit Sicherheit auch ein paar statistische Daten, wenn Sie mal bei uns googeln auf der Seite, da gibt es auch einen Statistikbereich und relativ viele Zahlen. Da müssen Sie einfach mal schauen, ob da was bei ist für Sie. Das kann ich jetzt nicht sagen auswendig. Da müssen Sie einfach mal schauen. Wir haben eigentlich einen relativ gut ausgestattet, also eine sehr, sehr gute Zahlenbasis.

Thao Bui: Ja, das habe ich gesehen. Ich habe recherchiert, um Daten mit Düsseldorf zu vergleichen. Und bei Düsseldorf hab ich zum Beispiel gar nichts gefunden. Aber auf ihrer Seite habe ich alles gefunden, also auch Zahlen und Daten zu Düsseldorf. Und das finde ich sehr interessant.

Apostolos Tsalastras: Für meinen Bereich und viele anderen ist das ähnlich. Wir haben ein großes Interesse, dass die Zahlen transparent und öffentlich sind, weil es macht ja keinen Sinn, die zu verstecken. Das ist für viele, die sich auch hier engagieren wollen als Unternehmen natürlich wichtig zu sehen, welche Zahlen gibt es, welche Statistiken gibt es, wie kann ich mich da einsortieren? Und wenn nichts vorliegt, dann suchen Sie woanders. Also deswegen ist das gut, wenn man da was anbieten kann. Und das machen wir eigentlich ganz gerne. Ja, da sind wir gut aufgestellt, auch was Sozialstatistiken angeht. Das ist eigentlich schon gut.

Thao Bui: Kennen Sie diese Studie von der IHK? Die haben Unternehmen in Oberhausen befragt, auch zu Standortfaktoren. Das war auch sehr interessant. Da haben Sie auch, glaube ich 70 Unternehmen befragt.

Apostolos Tsalastras: Und von wann ist die Studie? Wissen Sie das?

Thao Bui: Vorletztes Jahr, noch gar nicht so alt. Dieses Jahr wurde erst die Pressemitteilung dazu veröffentlicht. Wenn Sie wollen, dann kann ich Sie die auch gerne zuschicken.

Apostolos Tsalastras: Ja, einmal den Link, das wäre total lieb, weil die ist irgendwie an mir vorbeigegangen.

Thao Bui: Ja, das habe ich auch nicht gefunden. Also es ist sehr schwer im Internet das zu finden und nur von der IHK selber habe ich dann gehört, das ist so eine Studie gibt.

Apostolos Tsalastras: Sehr schön.

Thao Bui: Ja, Ansonsten wären wir, glaube ich, auch schon durch. Haben Sie noch irgendwelche Ergänzungen?

Apostolos Tsalastras: Im Augenblick nicht. Wenn ich die Sachen finde, die wir gemacht haben, werde ich die Ihnen zuschicken und wenn mir noch was einfällt, dann schreibe ich Ihnen.

Thao Bui: Gerne. Dann vielen Dank für Ihre Zeit heute. Das war sehr informativ. Hat mich sehr gefreut.

Apostolos Tsalastras: Wunderbar, das freut mich. Dann wünsche ich Ihnen viel Erfolg.

Interview D7 (Düsseldorf): Gerd Fahrendorf – Handwerkskammer Düsseldorf

Thao Bui: Aber genau jetzt ist sie gestartet. Genau. Wollen Sie erstmal ganz allgemein zu Standortfaktoren in Düsseldorf mir etwas erzählen, was Sie da als relevant erachten.

Gerd Fahrendorf: Ja also, wir haben ja hier mit Handwerksunternehmen zu tun. Genau und insofern ist das vielleicht sogar schon bei kleineren Handwerksunternehmen und das sind eigentlich die hauptsächlichen Ansprechpartner, mit denen wir hier zu tun haben. Das sind Firmen mit bis zu zehn Mitarbeitern, manchmal 15, ganz selten größer und da spielt vor allem das bestehende Netzwerk eine Rolle, also das Kontaktnetzwerk zu Kunden, zu eventuellen Kollegen und so und das ist in der Regel. Alleine aufgrund der Anfahrtszeiten ist das regional sehr stark gebunden. Das heißt, die Frage, ob man jetzt wirklich überregional tätig wird. Mit Regionen meine ich jetzt wirklich eine Stadt oder sogar einen Stadtteil. Ja, die stellt sich nicht so häufig. Die stellt sich auch, aber nicht so häufig.

Thao Bui: Das mit dem Stadtteil habe ich noch nicht ganz verstanden. Also wie meinen Sie das mit tätig werden?

Gerd Fahrendorf: Für das Handwerk spielt es schon eine Rolle, ob es der Norden und der Süden von Düsseldorf ist. Also es ist die gleiche Stadt, ja und wenn man jetzt das bezogen auf die Gewerbesteuer sieht, ist es der gleiche Gewerbesteuerhebesatz, aber es ist ein Riesenunterschied für einen Unternehmer unter Umständen, ob der sagt, ich mache das im Norden oder im Süden von Düsseldorf, weil die Kontakte sind im Süden. Die Zeit, bis man wegen den entsprechenden Baustellen ist, ist unter Umständen sehr viel länger, weil man durch die ganze Stadt muss. Also das ist schon ein großer Unterschied. Insofern würde ich jetzt mal sagen, spielt das Handwerk, bezogen auf Gewerbesteuerhebesätze, damit nehme ich jetzt vielleicht schon mal so einen Punkt bisschen vorweg, oder die Gewerbesteuerhebesätze sind fürs Handwerk, wahrscheinlich, vermute ich, nicht so ganz wahnsinnig wichtig im Vordergrund. Wir merken das immer bei der Planung, bei den Planungsrechnungen, mit den Handwerkern, die sich selbstständig machen, da kommt man ja irgendwann auch immer an dem Punkt vorbei, wo man so ein bisschen sich fragen muss wie hoch wird denn etwa die Gewerbesteuer sein? Und da geht es ja dann auch um die Hebesätze. Und wenn man dann mal sagt, ach ja, in Düsseldorf Gewerbesteuerhebesatz 440, in was weiß ich wo, in Oberhausen ist das so, in Wuppertal ist das so, in Monheim ist das so, in Langenfeld ist er so? Oh, ist ja interessant, aber das wird dann sozusagen zur Kenntnis genommen und nicht wirklich hinterfragt.

Thao Bui: Ja, ich glaube bei diesen kleinen Gründungen ist es ja auch so, dass der Gewinn jetzt auch nicht in die Millionen geht, wo man sich dann wirklich Gedanken macht, dann auch Gewerbesteuern zu verlagern. Ja und welche Faktoren spielen denn bei diesen kleinen Handwerkern eine Rolle? Also was ist denn der Grund, weshalb sie dann sagen okay, wir gehen

jetzt nach Düsseldorf und jetzt nicht zum Beispiel woanders hin? Außer jetzt das persönliche Netzwerk.

Gerd Fahrendorf: Ich habe viel mit Nachfolgethemen zu tun, also mit Leuten, die sich überlegen, eine Firma zu übernehmen. Entweder von den Eltern, die ist dann sowieso da, wo sie ist, die Firma zunächst mal, oder aber mit Leuten, die sagen, ich möchte die Firma übernehmen, in der ich derzeit arbeite und die ist dann auch da, wo sie ist. Und bei den Leuten, die sich selbstständig machen. Ich muss jetzt doch mal eben umstellen. Entschuldigung. Also das sind sozusagen die beiden Szenarien, also die Mitarbeiter, die eine Firma übernehmen, arbeiten in der Firma und dann übernehmen sie diese Firma da wo sie ist, in der Regel und wechseln nicht den Standort. Und der andere Punkt ist eben in der Familie ist es eigentlich das gleiche. Und die Existenzgründerinnen oder Existenzgründer, die kommen eigentlich aus einem Umfeld und haben sich schon irgendwas überlegt, aber da spielt die Gewerbesteuer eigentlich keine große Rolle, sondern es spielt auch eine Rolle ja, wo ist im Grunde genommen mein Lebensumfeld. Ja, beziehungsweise wo verspreche ich mir aufgrund der potenziellen Kunden eine einigermaßen lukrative Existenz. Also die Kunden sind von großer Bedeutung.

Thao Bui: Würden Sie auch sagen, das ist so das Allergrößte auch? Also wenn man schon jetzt irgendwie Kunden hat, dass man dann auch natürlich dann dableibt und dann auch da gründet, dass das schon so der Hauptgrund ist, weshalb man dann in Düsseldorf gründet?

Gerd Fahrendorf: Also sagen wir mal eigentlich bei Übernahmen ist es so, da sind die Kunden ja eh da, wo sie sind. Ja und wenn das eine bestimmte Region ist, dann ist halt, sagen wir mal die Motivation, jetzt an einen anderen Standort zu gehen, nicht besonders groß. Es gibt erstmal keinen Grund und ich kann mir eigentlich fast nicht vorstellen, dass da die Gewerbesteuer in irgendeiner Form eine Rolle spielt. Da spielt dann eher mittlerweile eine Rolle, wo sind die Mitarbeiter, also wo wohnen die Mitarbeiter? Haben die es nicht so weit? Das spielt im Handwerk eine große Rolle, weil es da eben diesen Fachkräftemangel gibt und da könnte man jetzt nicht so ohne Weiteres sagen, ich ziehe jetzt von Oberhausen nach Düsseldorf oder von Düsseldorf nach Monheim, weil die Mitarbeiter das unter Umständen nicht mitmachen werden. Ja und das Gleiche gilt für die Kunden.

Thao Bui: Ich verstehe. Dann meinten Sie ja noch, dass es meistens bei den Existenzgründungen so ist, dass sie auch schon ihr Lebensumfeld dahaben. Also die leben dann ja wahrscheinlich schon in Düsseldorf und deswegen gründen sie auch dort. Gibt es daneben noch so weitere Faktoren, die jetzt relevant sind?

Gerd Fahrendorf: Es sind eigentlich die Kunden und die Mitarbeiter.

Thao Bui: Okay, gut. Und dann? Jetzt sind wir auch schon ein bisschen auf die Gewerbesteuer eingegangen. Sie haben es auch schon schön erklärt. Das war auch so, also mein Eindruck, bei Oberhausen war es so, dass es auch so ähnlich ist, wie Sie es jetzt in Düsseldorf erklärt haben. Auch die gleichen Gründe haben Sie genannt. Aber da ist halt natürlich der Hebesatz sehr hoch

mit 580. Da kriegen die, die dann gründen, schon einen Schreck. Also die sagen dann okay, das wusste ich jetzt nicht oder die haben sich jetzt nicht so intensiv damit beschäftigt. Aber wenn sie dann schon erstmal einen Standort in Oberhausen haben, dann bleiben sie aber auch dort wegen zum Beispiel Betriebsübernahmen oder so, weil sie halt wissen, sie kriegen halt die Kunden übernommen und sie kriegen halt auch die Gewinne sozusagen. Und wie ist das so in Düsseldorf? Haben Sie da so eine Wahrnehmung? Also es ist wahrscheinlich jetzt nicht so hoch wie in Oberhausen, wie Sie da die Gewerbesteuer wahrnehmen, die Gründer.

Gerd Fahrendorf: Also man kann das halt in Düsseldorf, ich sagte das gerade schon, das wird dann zur Kenntnis genommen, aber ich glaube manchmal, das erreicht gar nicht den Kopf. Also das wird gar nicht wirklich wahrgenommen, das wird nicht thematisiert, das wird im Vergleich dann zur Kenntnis genommen und wir machen weiter. Es ist nicht wirklich von größerer Bedeutung tatsächlich bei Handwerksunternehmen, die im Großraum Düsseldorf sich selbstständig machen wollen. Auch in Wuppertal. Ich habe halt öfter auch mit Wuppertal zu tun, da ist der Hebesatz 490. Na ja, und auch da, das wird zur Kenntnis genommen, aber das ändert überhaupt nichts und ich glaube auch ehrlich gesagt nicht mal, aber das ist nur und so wie ich gerade gesagt habe, ich glaube, dass das nicht wirklich in irgendeiner Form in den Überlegungen Bedeutung erlangt.

Thao Bui: Das heißt also, Sie würden sogar so weit gehen zu sagen, dass die Gewerbesteuer als Standortfaktor gar nicht relevant ist. Also die, ja, die beeinflusst dann sozusagen gar nicht die Standortwahl, sondern da sind andere Faktoren einfach viel, viel wichtiger.

Gerd Fahrendorf: Ja, wenn sich jemand in Wuppertal überlegt, eine Firma zu übernehmen, dann interessiert den die Gewerbesteuer überhaupt nicht. Und das gleiche gilt für Düsseldorf. Also da würde ich mal sagen geht gegen Null.

Thao Bui: Ja, okay, das ist ja gut zu wissen.

Gerd Fahrendorf: Also, wenn man da jetzt eine Umfrage machen würde, ja dann. Da wäre ich auch ziemlich sicher, also das wird die nicht in irgendeiner, wird keiner die Entscheidung auch nur in Frage stellen wegen der Gewerbesteuer.

Thao Bui: Ja, okay, das haben Sie schön gesagt. Denn das ist auf jeden Fall sehr, sehr interessant für mich. Genau, Sie haben ja schon jetzt von Standortfaktoren davor gesprochen. Können Sie so Beispiele nennen für jetzt Unternehmen, aufgrund dessen Sie sich jetzt irgendwie aufgrund von bestimmten Standortfaktoren noch mal in Düsseldorf niedergelassen haben? Oder waren das jetzt wirklich so alle Faktoren, die jetzt relevant sind?

Gerd Fahrendorf: Es gibt natürlich und das ist dann seltener größere Handwerksunternehmen, die sagen wir möchten gerne überregional strukturiert wachsen. Und da kann es dann schon mal sein, dass man sagt so, jetzt kommt Düsseldorf in Frage für ein Unternehmen, was meinetwegen in Essen ist. Ja, wir möchten gerne einen Standort in Düsseldorf haben. Ein

Beispiel ist ein Dental Labor aus Essen, was sagt wir möchten gerne in Düsseldorf, in der Nähe der Königsallee, wo viele Leute hinkommen, die sagen wir mal ästhetische Zahnbehandlungen benötigen. Wir möchten da gerne ein Labor haben, deswegen möchten wir nach Düsseldorf gehen. Also das sind auch wieder die Kunden.

Schriftliche Ergänzung: Zum Beispiel Dentallabore können sich aufgrund von Kundenpotenzial oder auch aus Imagegründen in Düsseldorf ansiedeln. Bei großen Kosmetikunternehmen (Douglas) oder im gehobenen Einzelhandel kann auch das Image ausschlaggebend sein.

Thao Bui: Und dann auch wahrscheinlich ein bisschen die Sichtbarkeit oder dass sie dann so gesehen und so wahrgenommen wird in der Stadt.

Gerd Fahrendorf: So ist das, ne? Und dass man eine Adresse hat auf der Königsallee oder in der Nähe der Königsallee oder sowas.

Thao Bui: Also auch so ein bisschen was, die Ausstrahlung, wie man dann auftritt als Unternehmen. Das gehört dann Sagen wir mal zur Marke dazu. Wenn man jetzt auf der Königsallee sitzt, dann ordnet man das so anders ein als Kunde.

Gerd Fahrendorf: Ja, ganz genau. Das hatte ich in meinem Vorleben. Das hat jetzt nichts mit dem Handwerk zu tun. Ich habe mal für Douglas beratend gearbeitet und die haben auch gesagt, wir gehen eigentlich nur nach Düsseldorf wegen der Adresse.

Thao Bui: Okay. Fällt Ihnen da noch neben der Adresse weitere Punkte ein, wie gerade eben, was noch so eine Rolle spielen könnte?

Gerd Fahrendorf: Nein. Also, die Adresse ist wichtig. Ja, und die anderen Faktoren habe ich ja schon genannt, Kunden und Mitarbeiter.

Schriftliche Ergänzung: Können Sie Standortfaktoren nennen, aufgrund dessen Unternehmen Düsseldorf verlassen haben? Miethöhe bzw. das Finden eines geeigneten Standortes, der finanzierbar ist.

Thao Bui: Okay, dann haben Sie Empfehlungen für die Wettbewerbsfähigkeit der Stadt Düsseldorf, also wie Sie noch in der Wettbewerbsfähigkeit sich verbessern könnten.

Gerd Fahrendorf: Da muss ich mich jetzt mal in den anderen Job reinversetzen, so kurz. Und das wäre wahrscheinlich sehr arrogant, wenn ich da jetzt irgendwas sagen würde, weil das ist ja nicht mein Job. Was man an Düsseldorf noch verändern, verbessern könnte, ist schwierig. Ich glaube, das hat eher was mit Infrastrukturfragen zu tun. Also die Frage, wie kommt man in die Stadt, wie kommt man ins Stadtzentrum rein? Also solche Aspekte wie kann man parken, öffentliche Verkehrsmittel, solche Themen.

Thao Bui: Vielleicht hören Sie ja auch was von Ihren Gründern, wo sie halt Probleme haben, zum Beispiel lange Verkehrswege hatten Sie ja vorhin gesagt. Also schon wichtig, wo man ist,

wenn man so lange braucht, um von A nach B zu kommen. Vielleicht fällt Ihnen da noch irgendwie so was ein, was Sie gehört haben von Ihren Gründern, wo Sie meinten ja okay, wenn man das verbessert, das würde denen schon vieles erleichtern.

Gerd Fahrendorf: Wenig, weil normalerweise, also in den meisten Fällen außer jetzt vielleicht bei den Laboren und bei Friseuren, oft kommen ja die Handwerker zu den Kunden. Ja und in den Fällen, wo die Kunden zu den Handwerkern kommen, also ich sag jetzt mal bei Friseuren oder so, da würde ich jetzt mal sagen, ist es natürlich der Zugang, also öffentliche Verkehrsmittel, aber das ist in Düsseldorf nicht so problematisch. Da gibt es, finde ich, im Vergleich zu anderen Städten eigentlich ein ganz gut ausgebautes Nahverkehrssystem.

Thao Bui: Finden Sie auch das Angebot der Stadt Düsseldorf gut? Also wie zum Beispiel sie die Gründer unterstützen? Wissen Sie dazu etwas?

Gerd Fahrendorf: Ja, das ist, ich glaube, das ist mehr als ausreichend. Es gibt sowohl für traditionelle Bereiche Unterstützung durch die Handwerkskammer, die Industrie und Handelskammer, die Wirtschaftsförderung und natürlich die ganzen freiberuflichen Leute, die wir unterstützen. Und es gibt auch für die Start-up Szene, gibt es natürlich auch spezielle Bereiche, spezielle Angebote, also ich würde mal sagen, da ist Düsseldorf eigentlich ganz gut unterwegs.

Thao Bui: Okay, das ist schön zu hören. Und haben Sie irgendwelche Trends in der Standortwahl von den Gründern bemerkt? Also gibt es da irgendwie so was, dass früher noch kein Thema war, aber ist jetzt wichtiger geworden?

Gerd Fahrendorf: Ja, das habe ich gerade schon angesprochen, das habe ich nicht deutlich genug gesagt. Das Thema Fachkräfte, also wie kommen meine Mitarbeiter gut zu mir oder gut zu den Kunden, wo sie hinmüssen? Das spielt eine große Rolle. Also wirklich die regionale Anbindung bzw. auch das Thema Mobilität und Mobilitätsangebot.

Thao Bui: Und das beschäftigt auch die Gründer in der Beratung. Also sprechen Sie das auch an? Das muss für die Mitarbeiter gut erreichbar sein, solche Sachen.

Gerd Fahrendorf: Ja, das ist ein Thema. Also insbesondere auch, wenn es darum geht, ich weiß nicht, ob Sie das wissen. Es gibt ja zum Beispiel auch im Rahmen der Europäischen Union gibt es ja in Nordrhein-Westfalen bestimmte Gebiete, die finanziell unterstützt werden, wenn man da Arbeitsplätze schafft oder sichert. Ja, und sowas gibt es zum Beispiel in Mönchengladbach. Und wenn sich jetzt ein Unternehmen aus dem Großraum Düsseldorf überlegt, wir gehen nach Mönchengladbach, weil da kriegen wir für Schaffung oder Sicherung von Arbeitsplätzen Zuschüsse zu Investitionen, wenn wir jetzt eine neue Fabrikhalle bauen oder so, dann überlegen die sich ja gehen unsere Mitarbeiter eigentlich mit? Ja und da geht es um einiges an Unterstützung und da ist dann manchmal tatsächlich die Sache, ne, wir lassen das mal lieber. Ja, weil wir haben Sorge, dass die Mitarbeiter nicht mitgehen.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Gibt es daneben noch andere Themen, die wichtiger geworden sind?

Gerd Fahrendorf: Es ist gerade nicht ein. Ich glaube nicht.

Thao Bui: Okay, gut, da sind wir auch schon am Ende. Ich glaube, ich habe auch keine Fragen mehr. Fällt Ihnen sonst noch irgendwelche Ergänzungen ein, worüber wir jetzt nicht gesprochen haben, was noch wichtig wäre.

Gerd Fahrendorf: Also ich denke, dieses Thema, Sie haben ja nach unterschiedlichen Standortfaktoren gefragt und ein Standortfaktor, wenn Sie den noch nicht haben, dann wäre das vielleicht das, was ich gerade gesagt habe. Es gibt halt eben diese RWP-Zuschüsse. Kennen Sie das?

Thao Bui: Nee, habe ich noch gar nicht gehört.

Gerd Fahrendorf: Nee, das ist eben tatsächlich ein Punkt, wo in strukturschwächeren Regionen, möglicherweise auch in Oberhausen, aber auch in Mönchengladbach, aber gucken Sie mal Oberhausen. Das ist ein Standortfaktor, der unter Umständen eine Rolle spielen könnte. Also auch für Gründer oder für die Verlagerung, dass man da unter Umständen einen Zuschuss bekommt, den man in Düsseldorf nicht bekommt.

Thao Bui: Ja, ich verstehe.

Gerd Fahrendorf: Also Stichwort RWP.

Thao Bui: Genau oder auch ganz allgemein jetzt Förderungen, da gibts bestimmt auch noch ganz viele andere.

Gerd Fahrendorf: Das ist schon ein sehr wichtiger Punkt.

Thao Bui: Fällt Ihnen noch ein wichtiger Punkt ein?

Gerd Fahrendorf: Nee.

Thao Bui: Okay, gut, dann sind wir auch schon am Ende des Gesprächs. Ja, es war sehr, sehr informativ. Vielen Dank, dass Sie mir Ihre Sichtweise mitgeteilt haben.

Gerd Fahrendorf: Gerne.

Thao Bui: Ich würde jetzt auch die Aufnahme beenden.

Interview D8 (Düsseldorf): Dorothée Schneider – Stadtkämmerin Düsseldorf

Thao Bui: Mensch, Die Katze hier. Ja, genau. Jetzt läuft sie. Okay, dann können wir inhaltlich direkt beginnen und zwar wäre meine erste Frage, welche Standardfaktoren denn ganz allgemein relevant sind für die Standardwahl in Düsseldorf?

Dorothée Schneider: Ja, das kommt natürlich auf die Firmen an, die sich ansiedeln oder schon da sind. Wichtige Standortfaktoren sind auf jeden Fall die Verfügbarkeit von Grundstücken in der geeigneten Größe oder die Verfügbarkeit von Immobilien. Es muss ja nicht unbedingt immer grüne Wiese und Neubau sein, sondern Immobilien. Dann natürlich die Verfügbarkeit von. Das fällt mir aber jetzt sehr schwer, mich zu konzentrieren.

Thao Bui: Soll ich sie lieber rausschicken?

Dorothée Schneider: Nein, lassen Sie ruhig, lassen Sie ruhig. Dann die die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften in einer Stadt dann auch, und das sind auch Erfahrungen, die wir immer wieder gemacht haben, das Image der Stadt und ob die Stadt, der neue Ansiedlungsort für die Führungskräfte und vor allen Dingen für die Geschäftsführung und deren Familien auch interessant sind, also vor allen Dingen bei ausländischen Unternehmen, internationalen Unternehmen. Das ist sehr wichtig. Kann man sich vorstellen, auch für eine gewisse Zeit als Expert in einer Stadt zu leben oder nicht zu leben? Und da spielen dann Punkte eine Rolle wie: gibt es eine internationale Schule? Wenn Kinder mit den Familien in die Stadt kommen, gibt es, wir haben ja eine große japanische Gemeinde in Düsseldorf mit einer entsprechenden Infrastruktur auch und das ist natürlich, wenn so was einmal da ist, ist es viel leichter, auch andere zu gewinnen, aber zum Beispiel auch eine internationale Schule zu haben, für international agierende Unternehmensführung, da ist das wichtig. Und was immer wichtig ist, nicht nur für Düsseldorf, aber auch für Düsseldorf: wie werden die Unternehmen, die da sind, wie werden die gepflegt? Also kümmert man sich um die Belange. Also gibt es eindeutig zu identifizierende Ansprechpartner in der Stadt, die dann auch qualifiziert den Katalysator machen für die Fragestellungen, die auch in anderen Teilen zum Beispiel der Verwaltung geklärt werden müssen. Gibt es also auf jeden Fall einen ersten, klar identifizierbaren Ansprechpartner und werden die Sachen dann auch konsequent weiterverfolgt und werden die Nachfragen dann auch unterstützt? Oder gibt es bereits ein Cluster? Ich meine jetzt thematisch gibt es bereits ein Cluster, was interessant ist für eine Firma, die neu nach Düsseldorf kommen möchte und ist das auch entsprechend beworben. Ist das auch außerhalb Düsseldorfs bekannt, dass es da schon mehrere Unternehmen gibt? Also das sind alles wichtige Faktoren, aber die Topfaktoren sind wirklich gibt es Immobilien und oder Grundstücke, die passen, und gibt es Arbeitskräfte, die auf die entsprechenden Qualifikationen passen?

Thao Bui: Gibt es daneben noch andere Topfaktoren oder sind das wirklich so die zwei, die wirklich am relevantesten sind? Oder fällt Ihnen noch was ein?

Dorothee Schneider: Also natürlich die Unternehmenskultur, also das Image der Stadt, die hatte ich gerade schon mal gesagt. Für Düsseldorf ist es vor allen Dingen, bei den internationalen Unternehmen begegnet uns das immer wieder, je weiter man weg ist und auf Deutschland, auf das Rheinland guckt, da ist die Tatsache, dass wir den Sitz der Landeshauptstadt hier haben, also dass wir Landeshauptstadt sind, ist auch ein wichtiger Faktor. Da wird dann nicht unterschieden. Kommune, Landesregierung, sondern das wird sozusagen als Regierungssitz, als wichtige Stadt in einem Gefüge wahrgenommen und ist auch ein positiver Faktor, vor allen Dingen für internationale Firmen.

Thao Bui: Vielleicht muss ich die Katzen mal kurz rausschicken, weil die lenken mich glaube ich zu sehr ab. Okay, da bin ich wieder. Ja, ich hatte auch das Gefühl in den Gesprächen, dass das Image auf jeden Fall sehr, sehr wichtig ist. Also viele wollen dann einfach nach Düsseldorf und dann diese Adresse zu haben, am besten auf der Königsallee, damit man halt auch seine eigene Marke, also eine Ausstrahlung hat. Genau, Sie hatten auch noch gesagt, das würde mich noch interessieren, das mit den internationalen Schulen. Da haben die Kollegen auch schon erzählt, das ist eine japanische Schule gibt bei Ihnen. Ja gibt es auch andere Schulen von anderen Nationalitäten?

Dorothee Schneider: Eine internationale Schule also die, wo der Unterricht eben auf Englisch, plus eine weitere unterschiedliche Fremdsprache ist. Und wir haben einen weiteren Bewerber, der eine internationale Grundschule zusätzlich noch errichten will in Düsseldorf. Also wir haben bereits mehrere Ansätze und das ist, also ich kann einen kleinen Punkt vielleicht erzählen, das Land Nordrhein-Westfalen zeichnet ja besonders unter innovative Unternehmen in Nordrhein-Westfalen aus und bei der Auszeichnung ist ein junges Unternehmen aus der Türkei. Hat einen Preis gekriegt. Die sitzen hier in Düsseldorf und bei dem Kontakt, bei der Preisverleihung, hinterher, bei dem gemeinsamen Empfang wurde ich angesprochen und es tauchte die Frage auf, dass es zwei schulpflichtige Kinder gibt. Wie können die Kinder möglichst ohne Zeit zu verlieren, ohne ein Schuljahr zu verlieren, in das deutsche Schulsystem integriert werden? Und wie behalten sie sozusagen ihre Internationalität? Also da ging es auch darum, also dass das Mädchen war noch in der Grundschule, das war jetzt offensichtlich nicht so ein Thema, aber gerade für den Jungen im Gymnasium einen Platz zu finden, wo er entsprechend seiner Altersklasse ohne Weiteres jetzt dem Unterricht folgen konnte, ne. Und da haben wir vermittelnd gewirkt. Also wenn wir von anderen angesprochen werden, versuchen wir das natürlich auch. Aber da kann man auch daran sehen, dass auch bei jungen, bei Gründern, bei jungen Unternehmen, da durchaus dieser Bedarf besteht, also dass da ein entsprechendes Angebot vorhanden ist, dass Angebot entsteht aber nur, wenn die Nachfrage auch da ist, so dass das so ein Faktor ist der sich im Grunde permanent selbst verstärkt. Ja, aber es siedeln natürlich auch viele Unternehmen, die jetzt nicht aus dem Ausland sind, hier in Düsseldorf an, also da ist der Aspekt dann nicht so wichtig. Aber ist natürlich auch das Image wichtig.

Thao Bui: Ja. Und das ist tatsächlich wahrscheinlich auch so, wenn ich mir das vorstellen. Ich bin ein internationales Unternehmen und ich habe Familie, die ich mitbringe. Dann ist auf jeden Fall eine Frage was passiert mit den Kindern? Ja, das ist natürlich auch eine gute Adresse, wenn man da so eine internationale Schule hat oder eine internationale Grundschule. Das finde ich sehr schön. Ja, genau. Fällt Ihnen zum Ersten Punkt jetzt, also ganz allgemein zu Standortfaktoren noch irgendwas Ergänzendes ein, was jetzt an der Stelle gesagt werden müsste?

Dorothee Schneider: Ja, also wichtig sind natürlich auch, also es kommt immer auf das einzelne Unternehmen an, entweder ist der Markt auch da, der Nachfragemarkt auch da, also kann ich von Düsseldorf aus auch meine potenziellen Kunden gut erreichen. Das gilt sowohl für den kleinen Raum als auch für den großen. Da ist dann wichtig, ist man an einem Verkehrsknoten, also kann man mit den unterschiedlichsten Verkehrsmitteln sozusagen seine Kunden, seine Geschäfte erreichen und seine Geschäfte abwickeln. Für viele Unternehmen ist es nach wie vor auch sehr wichtig, den Flughafen in der Stadt zu haben und da möglichst viele Verbindungen auch zu haben und natürlich auch die Eisenbahnverbindungen werden ja auch immer wichtiger, zumindest für den innerdeutschen Austausch. Also die Verkehrslage Gunst ist wichtig. Ja, es gilt auch für Städte am Rhein. Es gibt auch Unternehmen, die ganz bewusst den Zugang zum Wasser haben wollen, weil sie zum Beispiel schwere Güter transportieren, die ausschließlich über den Wasserweg transportiert werden. Da ist also für diese Art Firmen das auch wichtig. Wir haben in Düsseldorf ein Unternehmen, das große Maschinen herstellt, also Komatsu, die machen große Maschinen fürs Mining International, Südamerika, Nordamerika und Teilen von Afrika und die Maschinen sind so groß und die Maschinenteile sind so groß, die werden in große Kisten verpackt und dann über das Schiff in Reisholz verladen und übers Schiff nach über Rotterdam oder über, also erst mal über den Rhein in die ganze Welt verschifft. Da ist natürlich der Zugang zum Rhein und die Hafenangebote, die wir haben. Also wir haben ja eine Hafengesellschaft, die Düsseldorfer Häfen, wo viele Verladekapazität ist bei diesem einen Unternehmen, das ist eine ganz spezielle Sache, da gibt es eine eigene Verladeinfrastruktur. Das sind alles einzelne Bestandteile eines Gesamtbildes, ja.

Thao Bui: Gibt es noch weitere Teile zu weshalb Unternehmen sagen, sie wollen jetzt genau nach Düsseldorf?

Dorothee Schneider: Es gibt auch, also ich hatte ja gerade versucht, schon den Zusammenhang herzustellen. Sitz der Landesregierung, also die Nähe zur Landesregierung. Zugang zu Fördertöpfen. Das ist aber eher so eine psychologische Frage, weil der Kollege Tsalastras in Oberhausen, der kann natürlich dafür sorgen, dass seine Unternehmen genauso Förderanträge beim Land stellen wie unsere Düsseldorfer Unternehmen, aber auf dieses psychologisch so, dass man eine räumliche Nähe zu den Entscheidern auch im Land sucht. Ja, wichtig ist auch, das ist dann wieder eine andere Gruppe Unternehmen, vor allen Dingen junge

Unternehmen. Gibt es eine Gründerinfrastruktur? Also ist es leicht zu gründen und werde ich bei den Gründungsprozess unterstützt und begleitet? Und gibt es Menschen, es kommt auch immer wieder auf die Menschen, also Struktur ist sehr wichtig, aber die Struktur lebt nur dann, wenn es auch Menschen gibt, die ansprechbar sind. Also noch sind es Menschen. Vielleicht ist es irgendwann mal eine KI, aber noch sind es die Menschen, die dann auch vermitteln und auch ansprechbar sind und Kontakte herstellen. Und gibt es da Veranstaltungen, die sich speziell an Gründer richten? Gibt es Netzwerke, wo man sich einklinken kann, ohne jetzt vielleicht in der Anfangsphase so schrecklich viel persönliches Engagement jetzt in so ein Netzwerk zu stecken? Sondern kann ich irgendwo andocken, was schon da ist? Das sind sicherlich auch alles wichtige Punkte, die es Gründern auch leichter machen, erfolgreich zu sein und die auch einen Anreiz bieten, es gerade hier in Düsseldorf zu tun. Das ist aber was, was eine andere Stadt auch herstellen kann. Dann sind wir wieder bei der Frage, welche finanziellen Möglichkeiten habe ich auch, um so was zu unterstützen finanziell?

Thao Bui: Auf jeden Fall, ich hatte auch beim Gespräch jetzt zum Beispiel mit der Handwerkskammer das Gefühl, dass sie auch ein großes Angebot an unternehmensorientierten Dienstleistungen anbieten und dass das auch sehr gerne genutzt wird und ich jetzt nicht das Gefühl hatte, dass da jetzt irgendwas fehlt. Das war so mein Eindruck. Genau dann wollte ich Sie fragen, wie das dann mit der Gewerbesteuer aussieht, ob Sie da wissen, ob Unternehmen einen besonderen Wert darauflegen oder wie das bei der Entscheidungsfindung bei denen ist, wie das berücksichtigt wird.

Dorothee Schneider: Das ist ja fast eine philosophische Frage. Ich glaube, der Gewerbesteuerhebesatz wird in seiner Wirkung was Unternehmensansiedlungen anbetrifft, oft überschätzt. Natürlich ist es ein Unterschied, ob man in Düsseldorf, wir haben einen Hebesatz von 440 Punkten, ob man 440 zahlt oder 650 oder 800. Das ist selbstverständlich ein Unterschied, der auch viel Geld ausmacht, aber eine Ansiedlungsentscheidung und vor allen Dingen ein Verbleib in einer Stadt, der hängt von so vielen Faktoren ab und da ist sicherlich am langen Ende auch die Gewerbesteuer ein Faktor, aber ich glaube, wenn sich ein Unternehmen sehr wohlfühlt am Standort und auch, sagen wir mal die räumlichen Bedürfnisse erfüllt werden, also man auch Platz für Erweiterungen hat und so, also auch eine gute räumliche Grundlage hat, auf der das Unternehmen auch für die Zukunft planen kann, dann ist das mit den Hebesätzen nicht so entscheidend. Jetzt ist ja Düsseldorf eine sehr gewerbesteuerstarke Stadt, also wir haben in 23 über 1,6 Milliarden € Gewerbesteuerertrag gehabt und so einen hohen Betrag hat es noch nie gegeben. Das ist geprägt von den unterschiedlichsten Faktoren, hat auch was mit Inflation zu tun, ist Nachholeffekt aus der Corona Zeit, also das ist ein vielfältiges Bild. Das wird auch nicht auf dem Niveau bleiben, aber wir waren auch zu normalen Zeiten sehr gewerbesteuerstark. Hier in der Stadt ist es politisch eine heilige Kuh den Hebesatz zu erhöhen, also das will man auf gar keinen Fall. Der Hebesatz ist jetzt seit vielen Jahren auf dem Niveau und das gibt einem Unternehmen natürlich sehr viel Sicherheit und

ermuntert Unternehmen auch, vielleicht in weniger guten Zeiten trotzdem dem Standort treu zu bleiben. Ja, aber das ist auch wieder nur ein Faktor. Was ein richtiges Problem ist, wenn Kommunen und Oberhausen ist sicherlich eine davon, aber es gibt ja noch welche, wo es glaube ich noch schwieriger ist, wenn Städte sowieso kämpfen müssen und nicht gerade so die ersten sind, die so in den Suchradius kommen, wenn ein Unternehmen einen neuen Standort sucht und wenn die dann zusätzlich, aufgrund ihrer finanziellen Situation so einen hohen Hebesatz haben. Ich glaube, das ist ein Standortnachteil. Ja, ob der niedrige Gewerbesteuerersatz nun jetzt ein fetter Vorteil ist und wie handlungsleitend der ist? Da glaube ich, dass das einfach überbewertet wird.

Thao Bui: Sie haben recht, das ist auch eine sehr schwierige Frage zu beantworten.

Dorothee Schneider: Also ich glaube, es gibt keine eins zu eins Beziehung und wir haben ja Kommunen, da ist der Hebesatz fast dreimal so hoch und dann sind wir in dem Bereich, also wenn es um Unternehmen geht, die keine großen Betriebsstätten haben, die gehen dann. Wenn ich ein Industrieunternehmen habe, was sehr viel in Maschinen und in harte Fabrik, harte Industrie investiert hat. Die gehen ja nicht mal hierhin und mal dahin. Nee, aber zum Beispiel bei Unternehmen, die im Grunde eine Büroimmobilie brauchen und da ihrem Geschäft nachgehen können, die sind ja viel flexibler und beweglicher und wenn ich jetzt mal so aus der Vergangenheit mal ein Beispiel schöpfe, was viele Jahre immer wieder genannt worden ist, ist Bochum. Die Ruhrgebietsstadt Bochum. Sie lächeln. Ich glaube, Sie kennen den Fall. Als das Opelwerk in Bochum geschlossen hat, hat es natürlich intensive Ansiedlungsbemühungen auch wegen der Arbeitsplätze sowohl auf Landes als auch auf kommunaler Ebene gegeben und da sind hohe Subventionen gezahlt worden und da hat man Nokia gewinnen können. Nokia war damals einer der große Player und nachdem die Subventionen ausgelaufen waren, ist Nokia weitergezogen. Und das ist für mich ein sehr gutes, da ging es um erhebliche Beträge, ja und das ist für mich so ein Beispiel, dass das zwar ein Faktor ist, der Hebesatz aber nicht der entscheidende.

Thao Bui: Ja. Wissen Sie, ob es Unternehmen in Düsseldorf gibt, die jetzt wegen dem Hebesatz gegangen sind?

Dorothee Schneider: Die letzte Hebesatzveränderung war eine Absenkung. Ich bin jetzt seit acht Jahren in Düsseldorf. In der Zeit ist mir kein Unternehmen bekannt. Also, was in Düsseldorf ein Thema ist, ist wirklich die Flächenverfügbarkeit. Ja, also wir können einfach nicht mehr für jeden Flächenbedarf eine geeignete Fläche zur Verfügung stellen.

Thao Bui: Die Wirtschaftsförderung hat dazu gesagt Fläche ist bei Ihnen ein knappes Gut.

Dorothee Schneider: Sehe ich ganz genauso.

Thao Bui: Das ist ja auch ein sehr verdichteter Raum schon und es gibt auch viele Einwohner. Gibt es daneben noch weitere Punkte, weshalb jetzt Unternehmen Düsseldorf verlassen?

Dorothee Schneider: Ja, weshalb verlassen Unternehmen Düsseldorf? Also im Rahmen von Konsolidierung, wenn Standorte zusammengezogen werden, dann kann das vorkommen, aber auch da, wenn Sie mich fragen, fällt mir jetzt konkret kein Unternehmen ein. Fällt mir ehrlich gesagt keins ein. Also wenn ein Unternehmen mehrere Standorte hat und das Unternehmen muss konsolidieren und entscheidet sich dann nur noch einen Standort in Deutschland aufrecht zu erhalten, dann kann die Entscheidung schon mal für eine andere Stadt fallen, aber jetzt sich bewusst gegen Düsseldorf zu entscheiden. Ne, fällt mir nicht.

Thao Bui: Denken Sie auch, dass es Unternehmen gibt, die zum Beispiel wegen den Kosten gehen? Also vielleicht, dass die Kosten zu hoch sind? In den Bürolagen oder so ist das ein Fall, der bekannt ist?

Dorothee Schneider: Also der Büromarkt ist ja durchaus differenziert. Wir haben ja in sehr unterschiedlichen Preisklassen, natürlich viel im oberen Segment. Nee, das ist mir nicht, das ist mir nicht bekannt. In einem anderen Bereich, da habe ich jetzt, da mache ich Erfahrungen, dass Unternehmen zögern Und zwar ich bin auch verantwortlich, neben dem Geld, fürs zentrale Gebäudemanagement und für den Stadtentwässerungsbetrieb und wir machen eine Vielzahl von Bauausschreibungen und da hören wir häufig, dass Unternehmen die aus dem Umland kommen, aus der Region im weitesten Sinne, kein Gebot mehr abgeben für Düsseldorf, für eine Baumaßnahme in Düsseldorf, weil es für die zu teuer ist, ihre Mitarbeiter dann hier irgendwo einzuquartieren. Also die sagen, der Verkehr ist eben angestrengt, also gestresst und wenn man jeden Tag einpendelt, wenn es eine größere Baumaßnahme ist, dann ist es durchaus möglich, dass das die Unternehmen sich dann auch einquartieren für eine gewisse Zeit, also die Mitarbeitenden, die das Projekt machen und da gibt es etwas Zurückhaltung. Also da habe ich schon erfahren, dass es dann heißt, das ist für uns zu aufwendig und das ist für uns zu teuer, wir können die nicht irgendwie im ländlichen Raum in irgend so ein kleines Hotel stecken, wo die relativ einfach wohnen und dann aber ganz schnell an ihrer Baustelle sind. Das geht nicht, das ist zu aufwendig, das ist zu teuer in Düsseldorf.

Thao Bui: Ja, das ist ein sehr guter Punkt.

Dorothee Schneider: Also, das ist ein wichtiger Punkt und dann gibt es das von der Arbeitnehmerseite, also bei den Auszubildenden, die Stadt selbst bildet ja auch im gewerblich technischen Bereich aus, also nicht nur Verwaltungsfachleute, sondern eben auch Tiefbauingenieure, für den technischen Ausbau, Wasserwirtschaftler usw. und wenn wir da Lehrlinge haben, dann ist es oft so, dass die gerne zu uns kommen, bei uns auch eine anerkannt gute Ausbildung bekommen und dass die aber dann, dass sie während der Ausbildung schon das Problem haben, wo wohne ich eigentlich? Deshalb gibt es seit vielen Jahren den Wunsch, Auszubildendenwohnungen zu schaffen. Es gibt ja auch Auszubildende, die noch nicht volljährig sind. Also für die was zu schaffen, wo die wohnen können und wenn jemand dann sich so zurechtgefunden hat in der Stadt und vielleicht auch während der Ausbildung dann so

viel Geld verdient, dass er sich in Düsseldorf selber eine Wohnung sucht, das ist dann, die haben es dann schon geschafft. Aber es gibt halt viele, die die Strecken pendeln oder die wirklich Mühe haben, hier überhaupt erstmal als Auszubildender eine vernünftige Unterkunft zu kriegen und deshalb diese Idee auch gemeinsam mit der IHK und der Handwerkskammer Auszubildendenwohnungen zu schaffen oder ein auszubildenden Wohnheim, also Wohnheim, das das hört sich so furchtbar an, aber wenn man halt Minderjährige hat, dann muss man so eine Grundbasis an Betreuung sicherstellen, die kann man nicht einfach irgendwo einquartieren. Ne, da muss man dann auch so ein bisschen soziale Infrastruktur, ob die Jugendliche das dann oder jungen Erwachsenen das dann nutzen, ist dann noch mal eine andere Frage, aber das ist ein Thema und wir verlieren auch immer wieder Auszubildende nach der Ausbildung, weil die dann doch nach Neuss gehen oder nach Krefeld gehen oder nach Duisburg gehen, weil die in Düsseldorf zu teuer ist und wenn sie halt so eine generalisierte Ausbildung haben, dann finden sie mit der Ausbildung natürlich auch in einer anderen Stadt einen Arbeitsplatz und da versuchen wir jetzt, mit den unterschiedlichsten Maßnahmen gegenzusteuern und die Frage, dann haben wir die Schleife wieder gezogen, die Frage fühlt sich ein Unternehmen wohl, hat natürlich auch was damit zu tun, habe ich Auszubildende, die ich auch weiter halten kann? Also jetzt nicht nur als Stadt, sondern auch als Unternehmen und haben diese Leute auch, kommen die nicht nur gerne um zu feiern, sondern finden die hier auch eine Wohnung und möchten deshalb hier in der Region bleiben.

Thao Bui: Meinen Sie, das ist auch der einzige Grund, weshalb sie dann sagen, sie gehen nicht nach Düsseldorf, weil Sie keine Wohnung finden? Oder gibt es da noch andere Faktoren? Jetzt auch auf Unternehmerseite, jetzt abgesehen von den Kosten, weshalb sie dann sagen okay, Düsseldorf ist dann doch zu.

Dorothee Schneider: Ich weiß nicht. Ich bin ja nun nicht mehr so nah dran von meinem Lebensalter an den jungen Leuten. Ich weiß nur das, was ich so in meinem, also meiner eigenen Mitarbeitenden, Ja da ist es, da zieht Düsseldorf eigentlich ganz gut. Also wenn ich nicht gerade so überzeugt auf dem Land lebe, wenn ich wirklich das Land liebe und nicht in der Stadt wohnen möchte, dann mache ich auch in Düsseldorf keine Ausbildung. Ich begegne eher, dass das andersrum ist, dass seit ich in Düsseldorf einen Ausbildungsplatz habe oder arbeite, besuchen mich alle möglichen Freunde, also mit mir abends feiern wollen. Also das sind eher so, das sind nur das kann ich nicht statistisch belegen, aber das sind eher so Schlaglichter, die ich jetzt als Beigeordnete auch schon mal mitbekomme oder die mir erzählt werden.

Thao Bui: Ich habe die Frage auch nur der Vollständigkeit halber gefragt, ob noch ein anderer Teil fehlt. Aber ich habe auch persönlich jetzt den Eindruck, dass viele sehr gerne nach Düsseldorf wollen, aber halt der Wohnungsmarkt so angespannt ist das es halt sehr schwierig ist, dorthin zu kommen. Aber das macht es halt umso noch beliebter, weil man denkt ja, wenn wir es geschafft haben, dann möchte man natürlich dann auch dortbleiben. Vielleicht noch mal abschließend, auch wegen der Vollständigkeit halber, ob wir jetzt alle Punkte abgehakt haben,

weshalb jetzt Unternehmen noch Düsseldorf verlassen würden. Wir hatten jetzt einmal, dass sie keine Flächen haben, wenn sie sich erweitern wollen, vielleicht auch das Immobilienkosten oder Grundstückskosten zu hoch sind, dass sie es sich nicht leisten können. Gibt es da noch andere Punkte? Sie meinte ja auch noch, wenn man wegen betriebsinterner Entscheidungen, wenn man jetzt den Standort zusammenzieht, das gibt es ja auch noch. Fällt Ihnen da noch welche ein?

Dorothee Schneider: Also ich habe höchstens noch als Faktor die Erreichbarkeit, also die Verkehrssituation. Ja, das ist aber, wir haben einen großen Bahnhof und mit unserer zentralen Lage am Wasser und dem Flughafen haben wir sehr viel positive Verkehrs-Standortfaktoren. Es ist für jemanden, der eben einpendelt und auch zu bestimmten Zeiten einpendeln muss, ist das ja, kann das auch ein Standortnachteil sein, dass die Verkehrssituation schon sehr angespannt ist, aber das ist ja eigentlich ein Großstadtphänomen. Ich habe viele Jahre in Köln gelebt, da ist das so, also ja, da ist kein Unterschied jetzt hier in Düsseldorf. Also nee, würde ich jetzt nicht sagen. Was vielleicht auch noch eine Frage ist, dadurch, dass die Stadt Düsseldorf ja, wenn ich auch jetzt den Vergleich zu Oberhausen sehe, also dadurch, dass Düsseldorf ja als gewerbesteuerstark gilt, was die Stadt auch ist, gibt es bestimmte Förderprogramme, zu denen wir als eher wohlhabende Kommune keinen Zugang haben.

Thao Bui: Genau das hat die Handwerkskammer heute Morgen erzählt. Ja, ich weiß nicht mehr, wie die Abkürzung war. Irgendwas mit RFF.

Dorothee Schneider: Förderprogramme sind das. Ja, das sind bestimmte Förderprogramme, die ganz bewusst aufgesetzt worden sind, um eben strukturschwache Räume zu unterstützen und da durch diese zusätzliche Förderung eben einen Anreiz zu schaffen, nicht immer nur in die Hotspots zu gehen, sondern auch einen anderen Such-Raum zu haben und dafür werden zum Teil auch erhebliche Fördermittel zur Verfügung gestellt. Dazu haben wir in Düsseldorf keinen Zugang. Wenn ich ein Unternehmen bin, was genau in so ein Förderprogramm reinpasst und das in Duisburg oder in Oberhausen kriegen kann, dann kann das standortentscheidend sein, ja.

Thao Bui: Der Berater hat mir aber auch erzählt, wenn zum Beispiel ein Unternehmen schon in Düsseldorf ist und dann überlegte, das Programm zu nutzen und dann irgendwo anders eine Fabrik aufzumachen, entscheiden Sie sich doch dagegen, weil Sie die Mitarbeiter nicht mitnehmen können und wegen dem Fachkräftemangel wird das halt immer entscheidender und dann können Sie die Distanz Ihnen nicht zumuten. Deswegen entscheiden Sie sich dann doch lieber gegen das Förderprogramm und lieber für den Standort, wo Sie schon sind. Ja, genau. Vielleicht noch mal auch wegen der Vollständigkeitshalber die andere Seite. Und zwar haben wir jetzt alle Standortfaktoren schon genannt, die wichtig sind, weshalb jetzt Unternehmen genau nach Düsseldorf kommen?

Dorothee Schneider: Ja, ich habe eigentlich sie schon genannt. Das hat was mit dem Image zu tun. Es hat was mit dem Arbeitskräfteangebot, den gut ausgebildeten Arbeitskräften zu tun. Das hat was damit zu tun, dass wir Universität haben, die Hochschule haben, dass wir eben unterschiedliche Unternehmenscluster haben, im Bereich Telekommunikation, im Bereich Maschinenbau. Die ganze Beraterinfrastruktur ist bei uns und es ist für mich immer wieder erstaunlich, dass eigentlich Konkurrenten trotzdem die räumliche Nähe zueinander suchen, um sich darzustellen. Unternehmen kommen zum Beispiel auch nach Düsseldorf, weil sie eben zum Beispiel den Standort Medienhafen so interessant finden oder weil sie Bereiche interessant finden, die so in einer gewachsenen Struktur sind oder weil sie die Möglichkeit bekommen, wenn sie neu bauen wollen, auch hier in Düsseldorf ein Hochhaus zu bauen. Es gibt ja Städte, wo das, also das ist auch eine Frage gibt man den Unternehmen die Möglichkeit, sich auch zu präsentieren in einer bestimmten Art. Ich denke, das ist auch sehr, sehr wichtig. Was Unternehmen auch, ich habe jetzt wieder den Fokus auf die internationalen Unternehmen, wir haben eine gute Infrastruktur und auch sehr qualifizierte Mitarbeitende bei der Wirtschaftsförderung, die auch wirklich international helfen und unterstützen, also wenn ich zum Beispiel ein Unternehmen aus Japan hier in Düsseldorf habe und die möchten gerne für mehrere Jahre jemanden nach Düsseldorf holen aus dem Mutterunternehmen an den Standort Düsseldorf, dann geht es ja um Visa fragen. Es geht um Aufenthaltsgenehmigungen, es geht um Arbeitsgenehmigung. Also dieser ganze Verwaltungsaufwand, der da drum ist und da glaube ich, hat Düsseldorf eine ausgezeichnete Infrastruktur, die es wirklich ermöglicht, dass man für die Unternehmen ganz individuell, für den einzelnen Mitarbeiter, der eben kommen soll oder dessen Familie nachkommen soll, dass man da die Voraussetzungen schafft und nicht immer von einem Touristenvisum zum nächsten geht, sondern wirklich den Aufenthalt hier auch über längere Zeit ermöglicht und diese ganzen Beratungen anbietet. Das ist also vor allen Dingen der Bereich Japan, aber durchaus auch China und andere Länder sind da sehr im Fokus und werden auch intensiv betreut. Also das lassen wir uns auch was kosten, also an Personalkosten. Und natürlich sind es auch so Sachen wie Japanfest. Also was mir eigentlich noch wichtig ist, was ich gerne an sie rüberbringen will, sind diese weichen Standortfaktoren, die sind ein sehr fruchtbarer Nährboden für Unternehmensansiedlungen. Ich glaube nicht, dass sie in jedem Einzelfall entscheidend sind, aber wenn Düsseldorf sozusagen schon im Raum dessen ist, wo man sich vorstellen könnte, hinzugehen, dann kann es wichtig sein: Ist eine internationale Schule da? Dann kann es wichtig sein, dass es die Tonhalle gibt als Konzerthaus. Das ist eine Oper gibt, dass es ein Schauspiel gibt, das ist eine freie Theaterszene gibt, also dann spielen so, dass man vielleicht teuer einkaufen kann in Düsseldorf. Das sind alles weiche Faktoren, die aber durchaus so den letzten Ausschlag geben können und das ist ja hinterher, ich meine, das ist imagebildend, da ist auch viel Gefühl und Image und da weiß ich gar nicht, ob sich das immer zu 100 % so einlöst, aber das ist eben alles das Begleitkonzert für eine Unternehmensansiedlung und das hören wir auch, also das höre ich auch selber das Mitarbeitende sagen ich habe schon da gearbeitet und ich war mit der Familie schon fünf Jahre

da und hier aber genieße ich es besonders. Oder man sieht zum Beispiel bei Charity-Veranstaltungen, dass sich internationale Unternehmen, dass die plötzlich als Sponsor auftreten oder so; also weil die sich eben dann auch örtlich wirklich identifizieren und dafür muss es auch einen Nährboden geben. Ja das ist mir noch wichtig.

Thao Bui: Ich habe das Gefühl, dass Düsseldorf auch sehr gut ihre Stärken erkannt hat und dann auch ausgebaut hat, zum Beispiel mit diesem Service. Ich glaube, es heißt Expert Desk oder so. Ja, genau das fand ich auch sehr interessant. Ich weiß nicht, ob das jetzt in einer anderen Stadt auch so ist, aber ich finde es auch sehr einzigartig in Düsseldorf, dass es viele aus dem asiatischen Raum, viele Ansiedlungen gibt. Genau und dann kommen halt auch ganz, ganz viele halt nach Düsseldorf. Wenn einer kommt, dann kommen halt die anderen auch.

Dorothee Schneider: Also ich kann jetzt auch berichten, ich hatte das Vergnügen, weil jetzt als Vertretungsfall habe ich eine Zeit lang als Beigeordneter auch die Wirtschaftsförderung vertreten. Ja, ich war jetzt mit der Wirtschaftsförderung, wir haben eine Delegationsreise nach Indien gemacht, nach Mumbai, nach Bangalore und haben da zum Teil Unternehmen besucht, die schon eine Verbindung zu Düsseldorf haben oder die wir gerne gewinnen würden. Und die Delegation war ziemlich groß und wir haben mitgenommen zwei Gründer, also Geschäftsführer von zwei frisch oder jung gegründeten Unternehmen, mit denen wir klar machen wollen es gibt eine Struktur. Wir haben mitgenommen Menschen, die sich für die deutsch indische Zusammenarbeit auf einem Wirtschaftsbereich einsetzen. Es sind Vertreter des Flughafens dabei gewesen, es sind Vertreter der Düsseldorf Messe, die hat einige Ableger in Mumbai da auf dem Messegelände also eine sehr, sehr gemischte Gruppe. Während der Delegationsreise kamen, welche dazu und andere sind schon eher wieder gefahren. Und das kam bei den Firmen, die wir besucht haben, kam das durchweg gut an, dass wir da nicht nur einen hinschicken, sondern dass wir da wirklich auch aus den unterschiedlichen Fachlichkeiten heraus dokumentiert haben, wir nehmen uns die Zeit, wir nehmen auch das Geld, wir besuchen euch. Es ist uns wichtig zu verstehen, was für euch wichtig ist und was wünscht ihr euch von uns und was wünschen wir uns von euch? Und das war wirklich sehr interessant. In Bezug auf Japan ist das schon seit längerem gut eingeführt, aber für Indien kommt das jetzt erst richtig in Fahrt und diese Art Arbeit, die zahlt sich nicht sofort aus, also man kommt von so einer Reise nicht mit, also wir hatten da einen unterschriebenen Vertrag, aber sie sehen das nicht auf der Stelle den Erfolg, aber das schafft einen Boden und das schafft einfach auch Kontakte und das ist nach wie vor sehr wichtig.

Thao Bui: Ich hatte auch mit der Wirtschaftsförderung gesprochen und erfahren, dass es auch sehr erfolgreich in Japan war, dass sie so intensive Kontakte gepflegt haben und sie sich dann langfristig auch ausgezahlt haben und das führt mich schon direkt zu der nächsten Frage. Und zwar haben Sie Empfehlungen zur Wettbewerbsfähigkeit von Düsseldorf? Wir hatten ja gerade schon genannt, zum Beispiel, wie Sie das mit der Delegation gemacht haben. Haben Sie dann noch weitere Empfehlungen?

Dorothee Schneider: Ja, habe ich da noch weitere Empfehlungen?

Thao Bui: Was sie auch schon betont haben, waren die weichen Standortfaktoren, wie wichtig die sind, dass sie denn den Ausschlag dann geben können, ja.

Dorothee Schneider: Also das ist die Erwartungshaltung, also dass man auch die weichen Standortfaktoren immer wieder pflegt. Und ich glaube, der Schlüssel ist wirklich, dass wir noch stärker serviceorientiert den Unternehmen gegenüber arbeiten. Da sind wir schon auf einen guten Weg, aber dass auch eben der internationale Zugang, also der Zugang von außen, die sich in Düsseldorf noch nicht so auskennen, dass man sofort einen guten Kontakt herstellt und ein ja, mir fällt da nur ein Begriff ein, der ist nicht so ganz korrekt da an der Stelle, aber so eine Art Willkommenskultur hat, also so eine Offenheit, solchen Nachfragen gegenüber. Das bedeutet natürlich auch, dass man sehr klar sagen muss, wenn was nicht geht. Also wenn es für bestimmte, jetzt den Wirtschaftsförderer würde Ihnen das jetzt nie so sagen, aber es gibt einfach auch Flächenansprüche, die wir in der Stadt nicht mehr erfüllen können. Wir haben noch Möglichkeiten und die kann man eben auch zugänglich machen, aber wir könnten jetzt nicht im großen Stil Logistiker unterbringen. Ja, also wir könnten jetzt nicht riesige Zentrallager wo Maschinen arbeiten, wenig Menschen und wo ganz viel LKWs hin und her fahren, also von der Stadt her. Wir haben einige Flächen, die für sowas geeignet wären, aber das ist nicht unser Suchbereich. Wir suchen da schon ein bisschen andere Unternehmen, die auch gemessen an der Fläche mehr Arbeitsplätze zur Verfügung stellen und natürlich auch, hier sind viele gut ausgebildete Leute und wir möchten natürlich auch, dass auch die hierbleiben können und hier weiter Arbeit finden.

Thao Bui: Als ich zum Beispiel mit der Wirtschaftsförderung gesprochen habe, meinte die zum Beispiel, dass sie es schade finden, dass die zum Beispiel nicht so einen Schwerpunkt hätten wie Frankfurt mit dem Finanzstandort, aber ich glaube, gerade das ist eigentlich die Stärke von Düsseldorf, dass sie das nicht haben, dass sie diesen unheimlichen Branchen-Mix haben und das ist, glaube ich, auch die Stärke, was Sie dann gesagt haben, was Sie dann suchen auch, nämlich eben halt auf Fläche dann richtig viel unterschiedliche Sachen zu haben. Das spiegelt ja dann auch diese Vielfalt wieder und auch diese Offenheit, die Düsseldorf dann auch dann ausstrahlt. Ja, genau.

Dorothee Schneider: Ja, also in der Vergangenheit war es in den Krisen, die ich hier in Düsseldorf schon miterlebt habe, jetzt in den letzten Jahren. Das ist auch ein Grund, diese sehr diverse Struktur bei den Gewerbesteuerzahlern, bei den Unternehmen, die machen uns auch relativ resilient oder auch wir sind da robust Veränderungen gegenüber. Also wir sind auch betroffen. Das sage ich auch meinen Kollegen im Städtetag, bei dem die anderen Kämmerer, den sag ich auch bei uns kommen die Krisen auch an, aber dadurch, dass die Struktur so divers ist und wir nicht an ein, zwei großen hängen. Also wir haben auch Unternehmen, wenn es denen schlecht geht, dann geht es auch der Stadt schlecht. Aber wir haben nicht so eine

unglaubliche Abhängigkeit von einer einzelnen Branche. Ja und das macht uns schon auch stark, aber das muss man kontinuierlich dran arbeiten und darf sich nicht ausruhen auf dem bereits Erreichten, weil die anderen eben auch nicht schlafen und wenn ich nicht so einen ganz klaren, wie Frankfurt, einen eindeutigen Schwerpunkt habe, dann bin ich natürlich, dann laufen viele Dinge von selbst, also Finanzdienstleister würden dann in Frankfurt relativ automatisch die Nähe suchen und sich dann eher da ansiedeln. Wenn es den Finanzdienstleistern aber schlecht geht dann ist man auf eine ganz andere Art betroffen, als wir das hier in Düsseldorf sind.

Thao Bui: Haben Sie sonst noch weitere Empfehlungen für die Stadt?

Dorothee Schneider: Also ich denke, was so an Infrastruktur, was einfach noch besser werden muss, ist zum Beispiel Breitbandversorgung. Also dass wir wirklich da auch dranbleiben und zu Infrastruktur eben nicht nur unseren Verkehr haben und frisches Trinkwasser aus der Leitung und was weiß ich, sondern eben auch, dass die technische Infrastruktur auch wirklich mit Schritt hält und wir den Bedürfnissen, ich glaube nicht, dass es reicht, wenn wir einmal irgendwas irgendwo hinlegen, sondern das wird ein ständiger Prozess sein und die Ansprüche, die müssen erfüllt werden und da haben wir durchaus auch noch in den Randbereichen, haben wir auch noch Dinge nachzuarbeiten. Das ist aber auch erkannt, das packen wir jetzt an, aber das ist auch ein wichtiger Bereich, in dem wir in den nächsten Jahren auf jeden Fall arbeiten müssen.

Thao Bui: In so Unternehmensbefragungen ist das sogar immer auf den ersten Platz gewesen in den letzten Jahren, die Kommunikationsinfrastruktur. Da merkt man auch, dass das Unternehmen sehr wichtig ist, auch wegen der Digitalisierung und da komme ich jetzt schon zur nächsten Frage und zwar haben Sie irgendwelche Trends beobachten können in den letzten Jahren, was jetzt die Standortwahl von Unternehmen betrifft, Also hat sich da was verändert? Sind so Themen wichtiger geworden für die Unternehmen?

Dorothee Schneider: Ja, da fragen Sie eigentlich die falsche, weil die Anfragen landen ja nicht zuerst bei mir. Ja, im Grunde wieder das, was ich gesagt habe, Flächen. Wie hoch ist für mich der Aufwand, meine Interessen durchzusetzen? Also gibt es eindeutig identifizierbare Ansprechpartner, die mir dann auch wirklich weiterhelfen, die nicht nur einen Titel haben? Kann ich genügend Arbeitskräfte gewinnen? Kann ich Arbeitskräfte, die ich mitbringe, aus den Mutterunternehmen? Können die hier ein gutes Leben führen?

Thao Bui: Ja okay, ich glaube, dann bin ich auch schon durch. Genau, wissen Sie vielleicht von so Studien über Standortfaktoren in Düsseldorf? Ob es da irgendwie so Untersuchungen gab? In der Stadt?

Dorothee Schneider: Gibt es da eine neuere Studie? Fällt mir jetzt nichts ein. Es gibt zwei Ansätze, die die IHK mit der Stadt erarbeitet hat, den Masterplan Industrie und es gibt einen sogenannten Masterplan Handwerk. Der Masterplan Handwerk ist gemeinsam mit der

Handwerkskammer entwickelt worden. Da sind sozusagen die Rahmenbedingungen und die gegenseitigen Wünsche und Forderungen, nicht nur Wünsche, sondern auch Forderungen von beiden Seiten sind festgehalten worden in dem Papier. Das haben beide Institutionen unterschrieben und das soll jetzt in den nächsten Jahren auch umgesetzt werden. Da stecken auch Maßnahmen drin. Der Masterplan Handwerk ist noch relativ frisch, der ist vielleicht anderthalb Jahre alt, der müsste aber auch im Netz verfügbar sein und der Masterplan Industrie, den gibt es schon länger und da wird eigentlich kontinuierlich dran gearbeitet. Also das ist auch institutionalisiert, da trifft man sich auch und es ist auch sehr hochrangig besetzt. Also da nimmt sich der Oberbürgermeister auch Zeit und es gibt natürlich auch so eine ja, im Bereich Life Science hat es mal eine Untersuchung gegeben. Was wir da an Struktur, an Infrastruktur brauchen. Nee, also das ist zu unpräzise, was ich Ihnen da jetzt sagen kann. Da kann ich Ihnen jetzt so aus dem Stand, bis auf die beiden, die ich jetzt gerade genannt habe, kann ich Ihnen nicht sagen.

Thao Bui: Okay, das mit der Handwerkskammer hatte ich, glaube ich, auch schon gesehen. Die hatten auch ein paar Umfragen gemacht im Handwerk, was deren Probleme sind und so, weil ich habe sonst keine empirischen Daten gefunden zu Umfragen. Also wollte ich sie noch mal fragen, ob da irgendwas an mir vorbeigegangen ist.

Dorothee Schneider: Also wir machen ja regelmäßig, unser eigenes statistisches Amt, macht ja regelmäßig Befragungen. Also den sogenannten Mikrozensus. Alle zwei Jahre finden da Befragungen statt, die haben immer ein Standardprogramm und die haben immer Schwerpunktfragen, wenn Sie vielleicht auf der Internetseite, also ich gebe sie jetzt einfach weiter, wenn Sie mal auf der Internetseite der Stadt gucken, beim Statistischen Amt, der letzte Mikrozensus müsste da veröffentlicht sein. Da sind bestimmt auch Querverweise auf Ältere. Vielleicht werden sie da fündig.

Thao Bui: Ja, da sind wir schon am Ende des Gesprächs. Gut, ich kann ja schon mal die Aufnahme beenden.

Interview D9 (Düsseldorf): Christian Schachmann – Startup-Unit Düsseldorf

Thao Bui: Okay, jetzt läuft die Aufnahme. Genau. Dann würde ich Ihnen gleich schon die erste Frage stellen und zwar was für Standortfaktoren sind denn ganz allgemein bei der Standortwahl von Unternehmen oder jetzt Start-ups in Düsseldorf relevant?

Christian Schachmann: Insbesondere für Start-ups ist es auf jeden Fall unter anderem auch die Community und inwieweit der Support mit verschiedenen Playern im Ökosystem vorhanden sind. Also wir haben öfters schon die Rückmeldung bekommen, dass auch Start-ups, die in Berlin gegründet haben, Richtung NRW gehen, weil die Szene halt eher noch klein ist. Das heißt man geht nicht so stark unter und dass, Düsseldorf schreibt sich einmal auf die Fahne, wir sind das Dorf, weil wir doch relativ klein sind, räumlich gesehen im Vergleich zu anderen Städten. Und das Besondere an Düsseldorf ist, glaube ich, einfach dieses Ökosystem, dass man sich untereinander kennt und einen sehr starken Zusammenhalt hat und jeder jeden unterstützt.

Thao Bui: Gibt es daneben noch weitere Faktoren?

Christian Schachmann: Natürlich ist dann, je nachdem, in welchem Gebiet man unterwegs ist, relevant. Für B2B Business sind wir in Düsseldorf ein sehr starker Standort, weil viele Unternehmen auch international gerade im asiatischen Raum in Düsseldorf sitzen und ihre EU-Niederlassung hier haben. Aber darüber hinaus natürlich auch, was Lebensqualität angeht. Da ist Düsseldorf auch relativ weit vorne mit dabei in Deutschland. Und dieser Wohlfühlfaktor und darüber hinaus natürlich dann aber auch je nachdem, wie die Fachkräftesituation ist.

Thao Bui: Ja, vielleicht ist es auch in Düsseldorf so, wenn ich jetzt so an Berlin denke, dann sind die Lebenshaltungskosten ja noch eher moderat. Wenn man das jetzt mit Großstädten vergleicht, vielleicht ist es auch noch ein Faktor? Oder ist das nicht so relevant?

Christian Schachmann: Das auf jeden Fall. Wobei ich glaube für Start-ups insbesondere, ich kann eigentlich hauptsächlich nur für Start-ups sprechen, aber ja, wo man da in seiner WG in den meisten Fällen lebt, ist natürlich dann also ja klar, die Unternehmen, die die Lebensunterhaltungskosten sind unterschiedlich hoch, aber in dem Bereich doch überschaubar, glaube ich vergleichbar.

Thao Bui: Achso, also meinen Sie, das ist dann eher ein untergeordneter Punkt? Und jetzt andere Faktoren wie das Netzwerk oder auch vielleicht, dass Düsseldorf eine internationale Stadt ist, das ist dann relevanter?

Christian Schachmann: Genau, das ist ja was man auch oft sieht ist, insbesondere bei Start-up Gründungen, dass man natürlich dort gründet, wo man studiert hat oder wo man schon ein Netzwerk hat.

Thao Bui: Ja, ich verstehe.

Christian Schachmann: Und deshalb ist die Wertsiedlung, zumindest von Jungunternehmen, relativ selten. Also jemand, der in Berlin groß geworden ist, wird sehr wahrscheinlich nicht nach Düsseldorf ziehen, um hier sein Start-up zu gründen, wenn er hier niemanden kennt und kein Netzwerk hat.

Thao Bui: Ja genau, die meisten Gründungen, die sind ja auch aus der Hochschule heraus. Also die studieren dann hier.

Christian Schachmann: Genau, ja. Das Besondere an NRW ist, vergleichbar auch mit Hessen, beispielsweise dass die Bundesländer oder die Universitätsstädten nicht so gebündelt sind. Wir haben jetzt keinen Stadtstaat, ähnlich wie Berlin, wo alle Universitäten irgendwie in einer Stadt sind, sondern wir haben die unterschiedlichen Eliten oder sehr guten Universitäten in NRW mit Aachen, wo in erster Linie Ingenieure rauskommen und die sich dann in den meisten Fällen idealerweise mit Studierenden von anderen Universitäten, die dann im betriebswirtschaftlichen Bereich vorne sind, zusammentun. Und darüber hinaus dann in einer der Städte, je nachdem, was es für ein Unternehmen ist, wenn es Laborflächen gesucht werden, dann natürlich an der Universität, wo geforscht wurde. Aber dann dort entsprechend den Standortfaktor mit einbeziehen.

Thao Bui: Heißt es auch es gibt so Unternehmen, also Start-ups, die dann in Aachen gründen und dann auch in Aachen bleiben. Oder gibt es auch welche die wollen halt Gründen aus Aachen und ziehen dann nach Düsseldorf?

Christian Schachmann: Genau das gibt es durchaus auch. Was häufig der Fall ist, ist, wenn die Unternehmen sich in der Gründung befinden oder noch nicht gegründet haben und sich dann überlegen, wo sie denn gründen wollen und dann nach Fördermitteln suchen. Das ist dann je nachdem, wo es dann verschiedene Angebote gibt, von Accelerator, Programmen oder Inkubatoren, dann entsprechend in die Richtung sich orientieren, weil natürlich auch viele Inkubatoren Programme, zumindest bei uns in Düsseldorf hier voraussetzen, dass das Unternehmen entsprechend am Standort gemeldet ist und dann dort gründen, ja.

Thao Bui: Und das heißt, dass auch viele Teams, die kommen von unterschiedlicher her. Also einer kommt aus Aachen und einer kommt aus Düsseldorf. Ja, und dann ziehen sie dann auch nach Düsseldorf, wegen dann zum Beispiel Fördermöglichkeiten?

Christian Schachmann: Genau. Also nicht unbedingt der Umzug in dem Sinne, aber definitiv die Gründung im ersten Schritt.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Gibt es daneben noch weitere Faktoren?

Christian Schachmann: Ja, also kommt wie gesagt, es kommt immer auf das Unternehmen drauf an, aber was Düsseldorf auch ausmacht, im Vergleich zu vielen anderen Städten, ist die Lage, die wir hier haben, mit dem Flughafen direkt um die Ecke, wo man relativ schnell international reisen kann. Man ist von Düsseldorf aus vielleicht nicht so schnell wie aus Aachen

raus, aber natürlich Richtung Holland, Belgien, Frankreich unterwegs. Das sind natürlich auch Faktoren. Und dann, je nachdem Seeweg ist mit dem Rhein bei uns hier mit einem Hafen, also Logistik ist dann natürlich auch eine Frage. Aber ja, es ist in NRW. Allgemein, wenn man über NRW spricht, sind wir natürlich das bevölkerungsreichste Bundesland in Deutschland und damit sind die Standortfaktoren auch entscheidend, was B2C angeht, wo es dann relevant wird: Wie viel Nutzer kann ich denn erreichen in meinem eingeschränkten Feld, was ich am Anfang als Start-up habe? Ja, und das ist sehr attraktiv.

Thao Bui: Also ist die Nähe zu Kunden auch ein Faktor, der dann ausschlaggebend ist?

Christian Schachmann: Definitiv. Und auch die Schwerpunkte, die wir haben. Also Düsseldorf natürlich Mode und Kunst, so der Schwerpunkt. Entsprechend macht es natürlich sehr viel Sinn, wenn ich ein Start-up gründe, was im Bereich Mode oder Kunst oder Lifestyle ist, dass ich natürlich auch nah an der Szene in Düsseldorf bin.

Thao Bui: Gibt es noch weitere Szenen, die jetzt so spannend sind?

Christian Schachmann: Auf jeden Fall, wo es in Düsseldorf einen Schwerpunkt gibt, ist der Life Science und Health-Sektor. Natürlich mit Laboren, die hier extrem dicht sind, ein sehr hohes Maß haben und auch über die Universität. Darüber hinaus haben wir einen Schwerpunkt, was Gamification angeht, mit Ubisoft, die am Standort sind, die dort sich sehr stark engagieren und im Allgemeinen haben wir eine starke Softwareentwicklung. Das sind die drei großen Branchen, die wir in Düsseldorf an Start-ups haben.

Thao Bui: Ist das eher so, dass dann auch die Gründer eher in diesen Bereichen gründen? Oder ist das eher so, dass Gründer dann von außerhalb, wegen genau diesen Branchen, nach Düsseldorf kommen?

Christian Schachmann: Sowohl als auch.

Thao Bui: Also auch ein Standortfaktor an sich. Also es zieht dann auch Gründer an?

Christian Schachmann: Genau, weil natürlich das Know-how da ist. Ich habe mein Ökosystem, Leute, die Erfahrung haben in dem Bereich und ich entsprechend davon profitieren kann, wenn ich mich in das Ökosystem begeben und mich auf den Austausch und das Netzwerken einlasse. Also der Faktor Netzwerk und wie gesagt Dorf, jeder kennt jeden, ist da schon ein entscheidendes Kriterium.

Thao Bui: Ja, fällt Ihnen noch ein weiterer Faktor ein?

Christian Schachmann: Soweit erstmal nicht.

Thao Bui: Okay, dann können wir schon zur nächsten Frage übergehen. Und zwar haben Sie Erfahrungen, wie da der Gewerbesteuerhebesatz sich auf die Gründungen auswirkt.

Christian Schachmann: Der Gewerbesteuersatz? Jein. Es gibt verschiedene Faktoren. Es gibt durchaus Start-ups, die am Anfang in geringere besteuerte Außenbereiche von Düsseldorf

gehen, aber da der Steuersatz für die meisten Start-ups, weil relativ wenig Umsatz besteht in der frühen Phase, ist das weniger relevant. Was wir aber merken, ist beispielsweise über das EU-Paket für den Kohleausstieg haben andere Standorte in NRW die Möglichkeit, Start-up Gründungen zu subventionieren. Und das wird häufig angenommen. Also beispielsweise Mönchengladbach bietet 25.000 € für jede Neugründung von Start-ups, die in Mönchengladbach gründen.

Thao Bui: Oh, wow und das heißt, dass ist auch schon ein großes Argument für Leute, also für Start-ups, dann eher in Mönchengladbach zu gründen als in Düsseldorf?

Christian Schachmann: Ja, genau.

Thao Bui: Gibt es noch weitere Punkte? Das war so ein interessanter Punkt.

Christian Schachmann: Ja, es gibt halt verschiedene Standortfaktoren, die dann entsprechend von anderen Städten genutzt werden. Die andere große Konkurrenz Stadt wäre Köln dann in NRW, die viel mit den Unternehmen und den Kontakten Werbung machen, die am Standort sind. Aber so konkret sind die meisten Fördermaßnahmen, die es gibt, hauptsächlich auf Bundesebene oder Länderebene und da macht es dann keinen großen Unterschied, weil ich die eigentlich überall bekomme. Es ist dann eher tatsächlich das Lokale, was das Ökosystem und die Community ausmachen, wo sich viele dann entscheiden und natürlich dann entsprechend, es gibt vom Land auch das Hub System, wir haben den Digi-Hub bei uns hier sitzen und es gibt dann verschiedene Hubs. In anderen NRW-Großstädten, beispielsweise in Essen ist dann ein Hub, das den Schwerpunkt Wasserstoff hat. Und entsprechend macht es natürlich dann auch Sinn, wenn ich ein Wasserstoff-Start-up bin, dass ich dann zum Schwerpunkt Wasserstoff gehe, weil die dann die Kontakte zu den Unternehmen haben und ich da entsprechend erste Kunden und auch Know-how habe.

Thao Bui: Heißt, die Start-ups lassen sich da auch nieder und gründen dann auch in Essen?

Christian Schachmann: Genau.

Thao Bui: Okay. und noch mal zu der Gewerbesteuer. Sie haben ja gesagt, dass es nicht so relevant, weil Start-ups natürlich am Anfang auch noch nicht so viel Umsatz machen. Aber anscheinend gibt einige, die schon drauf achten, also die lassen sich dann eher im Außenbezirk nieder und das ist dann auch eine aktive Entscheidung, also wegen der Gewerbesteuer?

Christian Schachmann: Genau. Also ja, ich glaube, es liegt in erster Linie auch daran, dass die Wege zwischen den Städten, die wir hier haben, doch relativ gering sind. Bedeutet, wenn ich jetzt nicht direkt in Düsseldorf selber sitze, bin ich nicht direkt von der Community ausgeschlossen, sondern ich bin ja in 20 Minuten in Neuss, ich bin in einer halben Stunde in Köln und kann entsprechend in allen Szenen aktiv sein, wenn ich das möchte.

Thao Bui: Und was ist denn der Grund, dass Sie sich dann eher im Außenbezirk niederlassen?

Christian Schachmann: Ich würde mal schätzen, dass die Mieten natürlich dann trotzdem in den Vororten und in kleineren Städten günstiger sind als in Düsseldorf. Also, das sind tatsächlich dann ganz klar finanzielle Faktoren.

Thao Bui: Ja und der Gewerbesteuerhebesatz ist vielleicht auch mitunter ein Faktor, aber der ist jetzt nicht so ein aktiver Punkt? Also in der Beratung zum Beispiel oder wenn jetzt Gründer miteinander reden.

Christian Schachmann: Nee, das auf gar keinen Fall. Es wird dann wahrscheinlich interessant, wenn es dann in Richtung erste Umsätze geht. Und die dann entsprechend wegziehen.

Thao Bui: Aber das sind wahrscheinlich andere Gründe, oder? Oder ist es auch wegen der Gewerbesteuer?

Christian Schachmann: Und es gibt natürlich viele Unternehmen, die starten hier als Start-ups, kleine Unternehmen, die erst mal auch keine Gewinne erzielen, dann zahlen die auch keine Gewerbesteuer. Das sind alles Faktoren.

Thao Bui: Genau, das ist sogar schon meine nächste Frage und zwar was für Faktoren es denn gibt, dass dann die Start-ups wieder Düsseldorf verlassen.

Christian Schachmann: Ja, also das wären so die Hauptfaktoren. Flächen, die einfach fehlen, ja, die entsprechend auch nicht geschaffen werden können oder entsprechend, dass eine Internationalisierung stattfindet und Unternehmen dann eine Gesellschaft in den USA gründen und dann ihren Hauptsitz dorthin verlegen.

Thao Bui: Gibt es noch weitere Faktoren?

Christian Schachmann: Gegebenenfalls dann auch attraktive Angebote. Es gibt natürlich dann auch Sachen, wie wenn wir Mönchengladbach wieder nehmen, die zwar bei der Gründung erstmal unterstützen, aber es gibt natürlich auch andere Bundesländer, die aktiv versuchen, Unternehmen abzuwerben und an den Standort zu holen. Und dann sind es im Endeffekt Wettbewerbsvorteile, die da entsprechend greifen. Ob es jetzt Sondermöglichkeiten sind, um Steuern zu sparen oder Angebote, die gemacht werden für günstigere Nutzung von Flächen. Am Ende geht es, denke ich, in erster Linie um Geldersparnis.

Thao Bui: Es ist eher so ein Kostenkalkül, dass sie dann berechnen wo sie am meisten halt, natürlich wegen dem Gewinn dann, die wenigsten Kosten haben?

Christian Schachmann: Genau.

Thao Bui: Und wenn die jetzt zum Beispiel in Mönchengladbach sind wegen der Förderung, nutzen sie dann wahrscheinlich trotzdem aber die Infrastruktur in Düsseldorf. Also wenn jetzt so Start-up Veranstaltungen sind. Ich weiß jetzt nicht, wie weit entfernt Mönchengladbach ist, aber ich glaube, dass ja auch nicht so weit entfernt.

Christian Schachmann: Genau, es ist alles relativ nah. Also die Events zu besuchen ist in der Sicht kein Problem. Das wird dann relativ unmöglich, wenn es tatsächlich um Förderprogramme geht, weil wie gesagt, die und auch die Beratung, die durch die Wirtschaftsförderung stattfindet, in erster Linie auf Unternehmen am Standort beschränkt sind.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Vorhin hatten Sie noch einen Punkt angesprochen mit Köln, dass das auch so ein Faktor ist, dass sie da Marketing machen. Also machen die gutes Marketing und ziehen dann dadurch Gründer in ihre Stadt. Habe ich das so richtig verstanden?

Christian Schachmann: Genau, also jede Stadt versucht natürlich, die Wirtschaft zu stärken und hat ein Ansiedlungsziel und Fokus. Ähnlich sieht das bei uns, weniger bei Start-ups, aber in Düsseldorf eben bei Großunternehmen im asiatischen Raum. Und da verfolgt die Stadt Düsseldorf entsprechend die Akquirierung von Unternehmen aus Indien, Japan, China.

Thao Bui: Genau da hatte ich auch mit der Wirtschaftsförderung gesprochen. Und dann haben sie mir auch ein bisschen was dazu erzählen können, dass sie da auch sehr gute Kontakte haben. Ja, ich überlege noch, ob wir noch inhaltlich was vergessen haben. Jetzt zu Standortfaktoren und Gewerbesteuer an sich. Fällt Ihnen da noch was ein, was wir noch ergänzen müssten? Oder waren das jetzt so alle relevanten Punkte?

Christian Schachmann: Ich glaube, das ist soweit alles Relevantes gewesen. Ja.

Thao Bui: Okay, gut dann habe ich eine Frage zur Wettbewerbsfähigkeit. Und zwar haben Sie Empfehlungen, wie Düsseldorf sich dann noch weiter verbessern könnte?

Christian Schachmann: Grundsätzlich kann man sich natürlich immer weiter verbessern. Die große Frage ist natürlich immer, was möglich ist unter den Voraussetzungen, die da sind was Digitalisierung angeht, Ausbau von Infrastruktur ja und dergleichen. Das sind, glaube ich, Themen, die jede Kommune, jede Stadt in Deutschland betrifft. Und. Das Nadelöhr ist meistens immer die Finanzierung und darum zu schauen, was möglich ist.

Thao Bui: Also das Düsseldorf noch irgendwie mehr Finanzierungsmöglichkeiten für Start-ups schafft?

Christian Schachmann: Ja allgemein für Innovation in Form von Veranstaltungen, die stattfinden. Das sind ja auch alles Faktoren. DMEXCO oder die Cebit, die lange Zeit ja in Hannover war, das sind ja mehr oder weniger Leitmesse, die dann auch die entsprechenden Unternehmen an den Standort holen und gegebenenfalls die Tür öffnen, um Ansiedlungsgespräche zu führen.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Haben Sie vielleicht in der Beratung irgendwas bemerkt, wo Gründer jetzt noch mehr Hilfe bräuchten?

Christian Schachmann: Es gibt extrem viele Angebote, die diese Frühphase bedienen. Also ich glaube, da sind wir schon sehr gut aufgestellt. Und wo es, glaube ich, noch Nachholbedarf

gibt, das gilt aber für alle, ist Zugang zum Mittelstand zu erhalten, der doch immer noch sehr in sich gekehrt ist und gerade die Digitalisierung des Mittelstandes ja seit Jahren auch schon ein großes Thema ist und da der Zugang oder die Verknüpfung von Start-ups mit Mittelständlern eine Win-Win-Situation geben kann, aber da reinzukommen doch sehr schwierig ist.

Thao Bui: Das heißt also, wenn die Unternehmen wachsen, dann bräuchten sie natürlich auch ein anderes Netzwerk. Und da kann man noch sich verbessern, dass man das dann auch den Zugang schafft für die neuen Gründer.

Christian Schachmann: Ja, also in dem Sinne, wir haben ja sehr viele Hidden Champions und Mittelständler, die super performen in ihrem Bereich, aber die digital sehr weit hinten dranhängen. Und Start-ups, die digitale Lösungen haben, um Wertschöpfungsketten zu digitalisieren, zu verbessern, zu optimieren. Die mit Mittelständlern zusammenzubringen, ist in dem Sinn die Win-Win-Situation, aus der Mittelständler natürlich von der Digitalisierung profitiert und das Start-up auf der anderen Seite vom ersten Kunden, an dem sie das Produkt weiter entwickeln können.

Thao Bui: Zum Beispiel könnte man so eine Veranstaltung machen, um so was zu verbessern?

Christian Schachmann: Genau, Matchmaking und sowas. Da wird auch viel gemacht. Es wird sehr viel probiert, aber da es eben die Herausforderung ist, die Mittelständler zu akquirieren und einzusehen, dass das sinnvoll ist, weil dann doch oft die bekannte Antwort kommt, das haben wir schon seit Jahren so gemacht und das wird die nächsten Jahre auch funktionieren.

Thao Bui: Ich verstehe. Haben Sie noch weitere Empfehlungen in Bezug auf die Wettbewerbsfähigkeit?

Christian Schachmann: Ich glaube, dass die Schaffung von Clustern oder Schwerpunktthemen sehr gute Faktoren sind, also Schwerpunkte im Sinne von AI zu setzen. Berlin ist ja sehr, sehr stark fokussiert, wenn man sich da klar abgrenzt zu anderen.

Thao Bui: Ach so, also auch sich so profiliert als Stadt und dann auch das natürlich nach außen vermarktet?

Christian Schachmann: Genau, ja.

Thao Bui: Haben Sie noch weitere Empfehlungen?

Christian Schachmann: Soweit fällt mir sonst erstmal nichts ein.

Thao Bui: Okay, dann die nächste Frage wäre, ob Sie irgendwelche Trends in der Beratung bemerkt haben bezüglich der Standortwahl von Start-ups.

Christian Schachmann: Kann ich so direkt nicht sagen. Wir betreuen ja in erster Linie die Unternehmen, die bei uns hier gründen und die kommen auch aus der Region. Die leben in erster Linie hier oder sind hier aufgewachsen, haben vielleicht danach studiert oder so, aber

wollen dann trotzdem hier Gründen. Aber ja, was wir als Feedback erhalten, ist, dass das Ökosystem der große Faktor ist, wenn wir sagen, was wir am Standort hier haben und was wir Support und Einrichtungen im Bereich Explorator Inkubatoren haben, dann unterscheiden wir uns doch zu vielem und insbesondere auch den Service, den wir als Wirtschaftsförderung, als Stadt anbieten können. Der unterscheidet sich, also Qualität im Sinne von Betreuung, dass man die Türen öffnet zu Unternehmen, die am Standort sind und vernetzt und dementsprechend so ein bisschen Anschubhilfe gibt. Und natürlich auch direktes Feedback zum Geschäftsmodell und dergleichen. Das ist was, womit man tatsächlich glänzen kann, weil es ja aus der eigenen, aus meinem Antrieb entsteht. Man kann natürlich auch sehr viel werben mit ja, wir haben den Flughafen hier und super zentral gelegen und man kommt überall hin, aber im Endeffekt kann das jede Stadt irgendwie von sich behaupten.

Thao Bui: Ja und in Düsseldorf ist halt einzigartig, dass sie halt noch relativ klein ist. Also was sie gesagt haben, diese Dorfmentalität, dass jeder sich kennt. Genau. Und deswegen ist es so unterschiedlich zu anderen Städten, wenn man dann auch schnell Kontakte herstellen kann usw.

Christian Schachmann: Genau, das Beispiel ist quasi, wenn man hier abends mal irgendwo unterwegs ist, in einer Kneipe oder so und dann unterhält man sich mit Leuten, dann kommt man immer ins Gespräch und trifft jemanden, der einem bei seinem Problem helfen kann oder jemanden kennt wen für den das interessant sein könnte und das ist einfach etwas, was sehr, sehr starken Anschub bietet, weil man natürlich, wenn man das vergleicht in Berlin, da ist man halt ein Start-ups unter tausenden und in Düsseldorf ist man eben ein Start-up unter 600, Ja, und gegebenenfalls auch nur eins in der Branche, wo vielleicht fünf andere mit dabei sind.

Thao Bui: Ja, das ist wahrscheinlich auch schön, dass man sich dann immer wieder sieht auf Veranstaltungen. Dann kennt man sich.

Christian Schachmann: Und die Konkurrenz ist entsprechend nicht so hoch.

Thao Bui: Haben Sie noch weitere Punkte?

Christian Schachmann: Ich glaube nicht.

Thao Bui: Okay. Haben Sie noch irgendwelche Veränderungen bemerkt in der Standortwahl von jungen Start-ups? Sind da irgendwie Themen jetzt interessanter geworden? Wichtiger?

Christian Schachmann: Ja, aber was vielleicht interessant ist, dass sehr viele Start-ups entgegen dem, was man denken würde, kein Problem haben, entsprechende Fachkräfte zu finden. Das schon mal sehr interessant. Entsprechend IT-Fachkräfte und so ausreichend zum großen Teil da sind.

Thao Bui: Ja und woran liegt das?

Christian Schachmann: Das würden wir auch gerne wissen.

Thao Bui: Kann auch sein, dass Düsseldorf an sich einfach ein riesen Fachkräfteangebot noch hat.

Christian Schachmann: Ja, also ich glaube, es kommt tatsächlich auch daher, dass wir entsprechend viel asiatischen Einfluss haben. Ja, und dort viele ITler mit an den Standort kommen, weil sie jetzt hier für große Unternehmen arbeiten. Ja, und dann sich umorientieren und ein Start-up gründen oder mit einsteigen. Das könnte auf jeden Fall ein Faktor sein.

Thao Bui: Ja, ich verstehe. Es war auch ein sehr interessanter Punkt. Haben Sie noch was zu ergänzen? Irgendwie so was Ähnliches noch, was so ganz interessant ist zu wissen?

Christian Schachmann: Was vielleicht auch noch interessant ist, dass wir recht viele Family Offices hier haben. Das heißt, Düsseldorf hat sehr viel altes Geld und in den letzten Jahren, das nur mehr abzeichnet, dass die auch vermehrt sich öffnen und in Start-ups investieren, dass auch so ein Trend der erkannt wird.

Thao Bui: Ich verstehe. Ja, das war auch ein interessanter Punkt. Fällt Ihnen noch etwas ein?

Christian Schachmann: Vielleicht ist ansonsten, wenn es Richtung Finanzierung geht, auch noch interessant, dass wir natürlich als Landeshauptstadt die NRW-Bank bei den Sitzen haben, die auch einen direkten Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten bietet als Landesbank. Und ja, im Endeffekt geht alles wieder darauf zurück, dass die Vernetzung hier halt wirklich sehr gut ist, man relativ schnell eine Antwort zu bestimmten Themen bekommt.

Thao Bui: Die sind da bestimmt auch ganz oft vertreten auf euren Veranstaltungen, oder?

Christian Schachmann: Ja, ja.

Thao Bui: Ja, ich hatte auch das Gefühl, dass das Netzwerk immer eine sehr große Rolle spielt und aber in Düsseldorf wegen dieser Unternehmensdichte noch mal besonders vielfältig ist.

Thao Bui: Ja.

Christian Schachmann: Auf jeden Fall. Also man trifft zwar immer dieselben Leute aus der Szene, auf den Veranstaltungen, aber genauso immer wieder neue Leute.

Thao Bui: Ja okay. Haben Sie noch was zu ergänzen?

Christian Schachmann: Soweit nicht.

Thao Bui: Okay, dann werden wir auch schon am Ende des Gespräches angekommen. Genau. Vielen Dank, dass Sie mir Ihre Erfahrung und Sichtweise mitgeteilt haben. Das war sehr informativ und auch sehr interessant zu hören.

Christian Schachmann: Ansonsten, wenn doch noch irgendwas sein sollte, Rückfragen oder so, dann schreiben Sie gerne nochmal.

Thao Bui: Ja, vielen lieben Dank auch, dass es so kurzfristig geklappt hat.

Christian Schachmann: Kein Problem.

Thao Bui: Super, dann möchte ich nur ganz herzlich bedanken und ich wünsche Ihnen dann noch eine gute Woche.

Christian Schachmann: Danke, ebenso. Machen Sie es gut, viel Erfolg.

Thao Bui: Danke.

**Interview D10 (Magdeburg): Heidi Küßner –
FS Fritze Steuerberatungsgesellschaft mbH**

Anmerkung: Interviewprotokoll als inhaltliche Zusammenfassung mit dem Versuch das Gespräch aus den Notizen zu rekonstruieren. Es wurde keine Diktiersoftware oder Tonaufnahme verwendet.

Maximilian Triebel: Könnten Sie mir zu Beginn ein wenig darüber erzählen, wie sich die Standortwahl von Unternehmen im Laufe der Zeit entwickelt hat und welche Herausforderungen und entscheidende Faktoren Ihnen dabei begegnet sind? Wie sehen Sie die Rolle der Gewerbesteuer im Kontext der Standortwahl und wie bewerten Sie ihre Bedeutung im Vergleich zu anderen Standortfaktoren? Welche Trends und Entwicklungen haben Sie in den letzten Jahren beobachtet?

Heidi Küßner: Die Standortwahl von Unternehmen hat sich im Laufe der Zeit stark verändert. Früher war die Wahl des Standortes oft durch physische Faktoren wie die Verfügbarkeit von Rohstoffen oder die Nähe zu Märkten bestimmt. Heute spielen jedoch auch andere Faktoren eine Rolle, wie zum Beispiel die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften, die Infrastruktur, die Lebensqualität und bei globaler Betrachtung die steuerliche Belastung. Die Gewerbesteuer ist ein wichtiger Faktor bei der Standortwahl, aber sie ist nicht der einzige. Andere Faktoren, wie die oben genannten, können ebenso wichtig oder sogar wichtiger sein. Damals lagen die Gewerbesteuerhebesätze teilweise bei 200 Prozentpunkten, das war natürlich ein anderer Anreiz Hebesätze konkret zu vergleichen. Heute sind die Hebesätze oft ähnlich bei 400 Prozentpunkten. Die Standortwahl hinsichtlich des Gewerbesteuerhebesatzes hat somit an Bedeutung verloren. Sagt Ihnen der Begriff „Grüne Wiesen“ etwas? Beispielsweise Gebiete wie Barleben oder Osterweddingen, welche sehr nah der Stadt Magdeburg gelegen sind. Man versuchte vor Jahrzehnten dort die Unternehmen anzusiedeln. Die Hebesätze waren niedrig, um die Industrie anzulocken, denn es gab noch viel Platz, die sogenannten „grünen Wiesen“. Das hat sich massiv geändert. Bei der Standortwahl heute sind andere Aspekte ausschlaggebend: Wo finde ich überhaupt noch freie, bezahlbare Flächen? Vor allem für große Industrieunternehmen. Oder wie sind die Anbindungen (Infrastruktur)? Gibt es Arbeitskräfte? Können die Arbeitskräfte, den Standort gut erreichen? Solche Fragen sind ausschlaggebender als der Vergleich von Gewerbesteuerhebesätzen. Heutzutage gibt es gibt auch eine Tendenz zur Urbanisierung, d.h. Unternehmen ziehen immer häufiger in Großstädte, wenn es dies möglich ist, um von der dortigen Infrastruktur und den dortigen Arbeitskräften zu profitieren.

Maximilian Triebel: Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen für die wichtigsten bei der Standortwahl von Unternehmen in Magdeburg?

Heidi Küßner: Das ist eine schwierige Frage. Da gibt es Unterschiede. Was für ein Unternehmen betreibe ich? Welcher Branche gehört das Unternehmen an? Für Industrie und produzierendes Gewerbe sind andere Standortfaktoren wichtiger (im Sinne von

ausschlaggebend) als für Dienstleistungsunternehmen, Unternehmensberater oder dem Einzelhandel. Je nach Geschäftsmodell ist es für einen Einzelhändler besser sich im Stadtzentrum anzusiedeln als irgendwo in einem abgelegeneren Industriegebiet. Und ein produzierendes Gewerbe würde sich wahrscheinlich nicht in der Stadtmitte ansiedeln können. Für die Dienstleistungsunternehmen sind wiederum andere Faktoren relevanter und ausschlaggebend für die Standortwahl. Zusammenfassend gesagt ist die Auswahl des Standorts eines Unternehmens eine strategische Entscheidung, die von mehreren Faktoren abhängt. Die wichtigsten Standortfaktoren von Unternehmen in Magdeburg im Allgemeinen sind: Zum einen die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und deren Lohnkosten - Magdeburg verfügt über gut ausgebildete Arbeitskräfte und deren Lohnkosten sind im bundesweiten Vergleich geringer. Zum anderen die Infrastruktur – in Magdeburg und Umgebung gibt es sehr gute Verkehrsverbindungen (Straßen, Schienen- und Wasserwege) aber auch Universität und Hochschule steigern die Attraktivität des Standortes Magdeburg

Maximilian Triebel: Und wie sieht es beim Handwerk und bei der Industrie aus? Würden Sie sagen hier sind vor allem die Unternehmenskosten sehr entscheidend?

Heidi Küßner: Die Unternehmenskosten sind in allen Wirtschaftsbereichen von großer Bedeutung. Im Handwerk und in der Industrie können sie jedoch besonders entscheidend sein, da diese Branchen oft mit hohen Betriebs- und Produktionskosten konfrontiert sind. Die Unternehmenskosten sind daher sehr ein entscheidender Faktor, der die Rentabilität und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen im Handwerk und in der Industrie beeinflusst. Eine Kostenkontrolle und -management ist für das Handwerk und die Industrie unerlässlich und sichert langfristig den Erfolg und das Überleben eines Unternehmens.

Maximilian Triebel: Wie schätzen Sie die Bedeutung der Gewerbesteuer im Vergleich zu anderen Standortfaktoren bei der Entscheidungsfindung eines Unternehmens ein?

Heidi Küßner: Die Gewerbesteuer spielt sicherlich eine Rolle bei der Standortwahl eines Unternehmens, da sie einen Einfluss auf die finanzielle Belastung des Unternehmens hat. Sie ist ein direkter Kostenfaktor und beeinflusst damit die Rentabilität eines Unternehmensstandorts. Interessant sind auch die Unterschiede hinsichtlich der Steuerbelastung zwischen Einzelunternehmen und Kapitalgesellschaften. Denn Einzelunternehmer können sich die gezahlte Gewerbesteuer teilweise auf die Einkommensteuer anrechnen lassen. Somit könnte der Einzelunternehmer einen höheren Anreiz haben auf die Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes zu achten und dies bei seiner Standortwahl einfließen lassen. Allerdings ist die Gewerbesteuer nur einer von vielen Standortfaktoren, die bei der Entscheidungsfindung eines Unternehmens berücksichtigt werden. Andere Faktoren wie die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte, die Infrastruktur, die Nähe zu Kunden und Lieferanten, die Qualität der lokalen Verwaltung und die allgemeine Wirtschaftslage sind meiner Meinung nach von wesentlich größerer Bedeutung.

Maximilian Triebel: Würden Sie sagen, dass die Gewerbesteuer für die Kapitalgesellschaften eine größere Rolle spielt, da es sie mehr schmerzt?

Heidi Küßner: Nein, meiner Erfahrung nach verursacht die Gewerbesteuer bei inhabergeführten Kapitalgesellschaften „keine größeren Schmerzen“ aufgrund der Gesellschaftsform. Die Unterschiede zwischen den Rechtsformen sind hinsichtlich der gesamten Steuerbelastung der natürlichen Person (Einzelunternehmer oder Anteilseigner) nicht gravierend bzw. annähernd gleich. Ob die Gewerbesteuer für eine Kapitalgesellschaft von Bedeutung ist, hängt von ihrer Größe, ihrem Gewinn und ihrer Gesellschafterstruktur ab. Unternehmen mit hohen Gewinnen zahlen in der Regel mehr Gewerbesteuer als Unternehmen mit niedrigeren Gewinnen. Daher kann die Gewerbesteuer für Kapitalgesellschaften eine größere finanzielle Belastung darstellen, welche sie aber aus realisierten Gewinnen an die Gemeinden zu zahlen haben.

Maximilian Triebel: Lassen sich Unterschiede in der Bedeutung bestimmter Standortfaktoren (speziell der Gewerbesteuer) hinsichtlich der Rechtsform der Unternehmen, der Betriebsgröße, des „Unternehmensalters“ oder der Branche erkennen?

Heidi Küßner: Die Bedeutung der Gewerbesteuer als Standortfaktor kann je nach Rechtsform, Betriebsgröße, Unternehmensalter und Branche variieren. Je nachdem, was konkret betrachtet und verglichen werden soll, lassen sich Unterschiede finden. Die Gewerbesteuer wird auf den Gewerbeertrag eines Unternehmens erhoben. Dieser wird durch Abzug von Betriebsausgaben vom Betriebsergebnis ermittelt. Sie ist auch ein wichtiger Faktor für die Finanzierung öffentlicher Dienstleistungen und Infrastrukturen. Die Gewerbesteuer eine der wichtigsten Einnahmequellen für Gemeinden in Deutschland. Die Rechtsform des Unternehmens spielt eine entscheidende Rolle bei der Berechnung der Gewerbesteuer. Einzelunternehmen und Personengesellschaften können einen Freibetrag von 24.500 Euro geltend machen, während Kapitalgesellschaften vollständig besteuert werden. Die Betriebsgröße beeinflusst ebenfalls die Höhe der Gewerbesteuer. Größere Unternehmen mit höheren Gewinnen zahlen in der Regel mehr Gewerbesteuer als kleinere Unternehmen. Das "Unternehmensalter" kann ebenfalls einen Einfluss auf die Gewerbesteuer haben. Neu gegründete Unternehmen erzielen vielleicht in den ersten Jahren nach ihrer Gründung noch keine Gewinne, sondern Verluste, welche vorgetragen werden, bevor Gewerbesteuer zu zahlen ist. Die Höhe der Gewerbesteuer wird in Deutschland nicht direkt durch die Branche eines Unternehmens bestimmt. Sie wird vielmehr durch den Gewerbeertrag des Unternehmens und den Hebesatz der Gemeinde, in der das Unternehmen seinen Sitz hat, festgelegt. Der Gewerbeertrag ergibt sich aus dem Gewinn des Unternehmens, der durch bestimmte Hinzurechnungen und Kürzungen modifiziert wird. Der Hebesatz ist ein Prozentsatz, der von jeder Gemeinde individuell festgelegt wird und daher regional variieren kann. Obwohl die Branche eines Unternehmens nicht direkt die Höhe der Gewerbesteuer beeinflusst, kann sie indirekt einen Einfluss haben. So können Unternehmen in bestimmten Branchen tendenziell höhere Gewinne erzielen, was zu einem höheren Gewerbeertrag und

damit zu einer höheren Gewerbesteuer führt. Ebenso können Unternehmen in bestimmten Branchen dazu neigen, ihren Sitz in Gemeinden mit niedrigeren Hebesätzen zu wählen, um ihre Gewerbesteuerlast zu minimieren.

Maximilian Triebel: Wissen Sie von Unternehmen, die Magdeburg aufgrund der Gewerbesteuer oder anderen Faktoren verlassen haben?

Heidi Küßner: Aufgrund der Gewerbesteuer nein. Aufgrund anderer Faktoren ja. Für ein Start-up waren allein Fördermöglichkeiten entscheidend. In Berlin wurden dieser Unternehmung Investitionszuschüsse angeboten, welche es in Magdeburg nicht gab. Die Möglichkeit diese Förderung zu erhalten war ausschlaggebend für die Standortwahl.

Maximilian Triebel: Welche spezifischen Standortfaktoren haben Ihrer Meinung dazu geführt, dass sich bestimmte Unternehmen in Magdeburg niedergelassen haben?

Heidi Küßner: Meiner Meinung nach entscheiden sich Unternehmen für Magdeburg, da objektive Faktoren wie z.B. Verfügbarkeit und Kosten von Grundstücken und Gebäuden, die Nähe zu Märkten und Kunden, die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und deren Qualifikationen, die Infrastruktur, einschließlich Verkehrsverbindungen auf Straße, Schiene und Wasser gut bzw. sehr gut erfüllt sind. Unternehmen entscheiden sich auch aufgrund von subjektiven Faktoren für Magdeburg. Zum Beispiel aus Liebe zur Heimatstadt oder der guten Lebensqualität vor Ort. Durch Magdeburg fließt die Elbe, es gibt viele Parks und eine Vielzahl an wunderschönen Orten in Magdeburg. Die Entscheidung eines Unternehmens für Magdeburg wird schlussendlich durch eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst. Diese Faktoren können sowohl objektiv als auch subjektiv sein und variieren je nach Art und Größe des Unternehmens und können sich im Laufe der Zeit ändern. Was für ein Unternehmen ein entscheidender Standortfaktor ist, kann für ein anderes Unternehmen von untergeordneter Bedeutung sein.

Maximilian Triebel: Magdeburg besitzt mit 450% den höchsten Hebesatz in Sachsen-Anhalt (neben Halle Saale und Dessau). Gibt es Anzeichen dafür, dass dieser Hebesatz die Unternehmen abschreckt und diese sich eher in den angrenzenden Gemeinden mit einem niedrigeren Hebesatz ansiedeln?

Heidi Küßner: In Einzelfällen sicherlich. Meine Erfahrung spricht allerdings dafür, dass andere Faktoren ausschlaggebender sind als die zu zahlende Gewerbesteuer. Die Höhe des Hebesatzes schreckt die Unternehmen nicht ab. Der Hebesatz nur einer von vielen Faktoren ist, die Unternehmen bei der Standortwahl berücksichtigen. Andere Faktoren können beispielsweise die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte, die Nähe zu Kunden oder Lieferanten, die Infrastruktur und die allgemeine Geschäftsfreundlichkeit der Gemeinde sein.

Maximilian Triebel: Erwarten Sie bestimmte Trends von Unternehmen in Bezug auf die Standortwahl in Magdeburg?

Heidi Küßner: Die Entscheidung eines Unternehmens für den Standort Magdeburg hängt wie bereits gesagt von vielen Faktoren ab. Sicherlich sind die Kosten ein entscheidender Faktor bei der Standortwahl. Unternehmen suchen nach Standorten, die niedrigere Betriebskosten und erschwingliche Immobilienpreise bieten. Der Kostenfaktor wird auch zukünftig sehr wichtig sein. Seit Jahren ist zu erkennen, dass der Zugang zu qualifizierten Arbeitskräften ein weiterer wichtiger Aspekt ist. Unternehmen bevorzugen Standorte, die ein großes Talentpool bieten, insbesondere in spezialisierten Branchen wie Technologie und Fertigung. Magdeburgs Universität und Hochschule leisten dabei einen großen Beitrag. Auch zukünftig wird der Standort Magdeburg aufgrund der sehr guten Infrastruktur und seiner idealen Lage in Mitteldeutschland potenzielle Unternehmensansiedler begeistern. Wichtig ist für die Stadt Magdeburg die Verkehrsanbindung, Versorgungsnetze modern und auf den neusten Stand zu halten und die Attraktivität der Stadt zu erhalten.

Maximilian Triebel: Aus der Handwerkskammer habe ich erfahren, dass sich das Handwerk eher dort ansiedelt, wo der Inhaber schon tätig ist bzw. wo er auch Immobilien hat. Sehen wir hier Parallelen?

Heidi Küßner: Ja, Handwerksbetriebe werden tendenziell dort gegründet, wo der Inhaber bereits tätig ist oder eine Immobilie besitzt. Das sind auch meine Erfahrungen. Gründe dafür können die Vertrautheit mit dem lokalen Markt sein oder die Verfügbarkeit von Ressourcen und die Beziehungen zu Kunden und Lieferanten oder auch einfach die Präferenz des Inhabers für diese bestimmte geographische Lage wie zum Beispiel seiner Heimatstadt Magdeburg.

Interview D11 (Magdeburg): Christian Möller – IHK Magdeburg

Christian Möller: Da ist ja auch noch die Frage... aber ich würde bevor wir zu den Fragen kommen, dass Sie so ein bisschen einordnen, von welcher Seite Sie es beleuchten wollen. Sie haben geschrieben Standortfaktoren. Was ist Ihre Kernintention, was ist der Mehrwert den Sie bringen wollen?

Maximilian Triebel: Mein Ziel ist es zu untersuchen, ob die Gewerbesteuer die Standortwahl von Unternehmen beeinflusst, aber auch zu schauen, welche Bedeutung sie im Vergleich zu den anderen Standortfaktoren.

Christian Möller: Also aus Sicht der Standortfaktoren. Gut alles klar. Ich kann dazu sagen, ich bin jetzt gerade in der letzten Woche bei einem Wirtschaftsforum in Quedlinburg gewesen und da war auch der Landrat vom Harzkreis dabei. Und da ging es nochmal in Zeiten von Intel... ist natürlich das Thema Ansiedlungspolitik ein ganz wesentliches und die Frage: Welche Vor- und Nachteile haben Kommunen davon. Falls Sie das mal interessiert oder zukünftig interessiert ist das Thema Gewerbesteuer in Weitsicht. Warum? Wenn Sie in den Bereich kommunale Finanzausstattung schauen, ist jetzt nicht Ihr Thema aber nice to know. Die Kommunen finanzieren sich quasi zu mehr oder weniger drei Teilen um es salopp auszudrücken. Das eine sind die Grundsteuern A und B, das Andere die Gewerbesteuern und das Dritte die Einkommensteuer. Das ist das, woraus sich eine Kommune und Landkreise hauptsächlich finanzieren. Das Problem was Sie hier haben ist, dass die Gewerbesteuer zwar in Teilen eine sehr umfangreiche Steuer ist, ab wie hat es der Landrat so beschrieben, das geht nachher nochmal auf Ihre Fragen ein. Eine Einkommensteuer ist immer etwas geradliniges. Die Menschen verdienen tendenziell gleich, im besten Fall mehr, aber alles recht linear. Jetzt auf eine Zeitachse gesehen. Es sei denn im schlechtesten Fall, es werden jetzt von 180.000 Anwohnern in Magdeburg auf Schlag 20.000 arbeitslos, dann würde man einen gewissen Abfall haben. Das ist aber glücklicher Weise nicht abzusehen. Genauso ein Sprung in der Beschäftigung ist nicht ersichtlich, weil wo sollen die Leute herkommen. Heißt aber im Prinzip die Einnahmesituation der Kommunalfinanzen ist im Bereich der Einkommensteuer sehr geradlinig. Im Bereich der Grundsteuern, das heißt also alles was im Bereich privates Wohnen, gewerbliches, also alles auf Grundbesitz besteuert wird. Vom Hund bis zum Haus, Immobilien, Landflächen. Die sind auch relativ geradlinig, es sei denn die Kommune beschließt den Hebesatz auf das Doppelte anzuheben. Ist natürlich eine Sache ich sag jetzt mal die Gewerbesteuer ist natürlich entsprechend völlig andersartig. Weil die ist ja eher, wie hat der Landrat es beschrieben, wie eine Fieberkurve. Ja, oder ein Pulsschlag. Je nachdem wie man es bezeichnen mag. Das heißt sehr extreme Ausschläge. Ich weiß nicht, haben Sie in Vorbereitung auf Ihre Bachelorarbeit schon Erhebungen in Absolutzahlen, wie hoch die Gewerbesteuereinnahmen oder auf welchen Vergleichszeitraum Sie schauen.

Maximilian Triebel: Diesbezüglich noch nicht. Ich habe mir hauptsächlich die Entwicklung der Hebesätze in Magdeburg und Umgebung angeschaut.

Christian Möller: Mal um auf eine Frage vorab einzugehen. Die Frage 6 ist so nicht ganz richtig. Die Gemeinde Nedere Börde hat einen höheren Hebesatz. Nicht, dass sie da... grundsätzlich ist die Aussage korrekt, dass die Oberzentren mit die höchsten Hebesätze haben. Und das ist ja eigentlich das Grundproblem wo die Stadt oder die Kommunen insgesamt davor stehen zu sagen in Zeiten von hohen Energiepreisen, Inflation, Lohnsteigerung aufgrund der Arbeitgeberattraktivität und so weiter, sind die Kommunalfinanzen noch viel stärker belastet, als sie sowieso schon sind. Das heißt gerade in dem Kontext ist immer die Frage, gerade unter dem Gesichtspunkt, wie Sie ihn sehen. Auf der einen Seite habe ich den Haushalt einer Kommune, den ich decken muss. Im besten Falle neutral. Von Überschuss reden wir schon gar nicht. Aber gleichzeitig will ich eben noch attraktiv sein. Also die, die da wohnen werden nicht wegziehen, nur weil die Grundsteuer erhöht wird. Die werfen vielleicht mit Dreck, aber die ziehen deswegen nicht um. Und deswegen wird auch kein Hund abgeschafft. Aber im Bereich der Gewerbesteuer ist das natürlich vielfach angerissen auch. Kommunen sagen auf der einen Seite ich möchte attraktiv sein, ich möchte meine Flächen vermarkten, damit ich neue zusätzliche Gewerbesteuerzahler kriege. Um nichts anderes geht es. Und gleichzeitig muss ich die Kommunalfinanzen am Start haben und die irgendwie ausgleichen. Und da ist es relativ schwierig jemanden auf kommunaler Ebene, wir hatten ja gerade auch Kommunalwahlen, jemanden zu erklären, dass der Kita-Beitrag um 30% steigt, wenn die Gewerbesteuereinnahmen aus dem Gewerbebetrieb quasi gleichbleiben. Zumindest aus den Veranlagungen bisher. Und das ist immer so ein Thema. Und da können wir gleich einsteigen.

Maximilian Triebel: Was sind so Ihre Erfahrungen, was sind so Herausforderungen und entscheidende Faktoren für die Standortwahl?

Christian Möller: Ich weiß nicht, haben Sie für sich schon Vorwahlkriterien?

Maximilian Triebel: Aus der letzten Unternehmensbefragung zu den Standortfaktoren in Mitteldeutschland hatte ich die Top 15 der Standortfaktoren rausgesucht. Da war dann auch die Gewerbesteuer auf dem Platz 14. Auf dem Platz 1 das Internet und auf dem Platz 2 das Netz. Aber auch die weichen Standortfaktoren waren deutlich stärker als der Gewerbesteuerhebesatz.

Christian Möller: Also vom Grundsatz her, deswegen fragte ich jetzt, sind es immer die gleichen Themen. Vom Grundsatz her müssen wir berücksichtigen, was grundsätzlich Standortfaktoren sind und was aktuell Standortfaktoren sind. Also grundsätzlich sind natürlich immer die Standortfaktoren Infrastruktur. Das fängt bei Internet logischerweise an, das ist aber auch Verkehrsinfrastruktur, wie bin ich erreichbar. Wo kommen meine zukünftigen Mitarbeiter her? Wie ist die Erreichbarkeit? Welche Infrastruktur benötige ich überhaupt? Wenn ich eine Dienstleistung habe ist es mir relativ egal, wie Lieferanten zu mir kommen. Wenn ein

Produktionsbetrieb bin, der Eingangs- und Ausgangswaren hat, habe ich relativ viel Logistik. Logistik vorrangig im Straßenverkehr, weniger im Schienenverkehr. Es gibt aber wiederum auch dieses. Also Infrastruktur ist ein ganz zentrales Thema. Wie gesagt über alle Belange der Infrastruktur. In der Aktualität die wir haben, da springe ich mal. Auch da können wir die Neuansiedlung als Beispiel nehmen, gibt es zwei zentrale Themen. Das eine ist Kohle. Also die Förderpolitik. Die sind insbesondere bei Großansiedlungen interessant oder maximal ausschlaggebend. Unabhängig wo das Geld herkommt. Das Zweite, was für die Masse der Ansiedlungen relevant sind, ist das Thema Mitarbeiter. Potentielle Mitarbeiter, Arbeitnehmerpotenziale in der Region. Wenn wir halt heute, von Magdeburg habe ich das gerade nicht auf den Schirm, aber die für die große Fläche, sind wir heute bei einer Arbeitslosenquote zwischen 4 und 8 Prozent. Das heißt, wir nähern uns der Vollbeschäftigung. Wir haben Landkreise die haben Vollbeschäftigung. Das heißt, da sind natürlich zusätzliche Arbeitnehmer oder Mitarbeiterpotenziale eher gering. Das nehme ich jetzt mal als die drei großen Blöcke: das Thema Infrastruktur, das Thema Mitarbeiterpotenziale, also Arbeitskräftepotenziale und das Thema Förderpolitik. Und tatsächlich in der Kernfunktion sehe ich da die Gewerbesteuer nicht. Ja, hängt aber einfach damit zusammen, wo man einfach mal schauen muss, in welcher Wettbewerbssituation sie sich da befinden. Wenn Sie einen Unterschied haben anhand der Aufstellung. Aber man kann nicht sagen, da zahle ich 10.000 Steuer und dort 100.000 Steuer. Mal so als Beispiel.

Maximilian Triebel: Welche Trends und Entwicklungen haben sich in den letzten Jahren bei der Standortwahl abgezeichnet? Gibt es hier eine zeitliche Veränderung? Gibt es hier Unterschiede zu vor 2008, 2009?

Christian Möller: Ja gibt es. Ich hatte das unter den Kontext im Vergleich gesehen. Im Vergleich ist es ein Punkt. Aber der ist weniger bedeutend. Da es eine Steuer ist, die man simpel bezahlen muss, geht das natürlich in eine Gesamtgemengelage ein, aber wir reden ja immer darüber, dass der Betriebsgewinn nach Zuschreibung und Streichung sozusagen, also der ordinäre Betriebsgewinn ist die Grundlage.

Maximilian Triebel: Das habe ich noch aus einem anderen Interview mitgenommen, dass der Anreiz früher in Bezug auf die Gewerbesteuer größer war als heute.

Christian Möller: Ja, kann ich ausschließlich bestätigen. Wir haben heute eine Gewerbesteuergleichheit. Mehr oder weniger, wenn nicht sogar fast vollständig. Ne nicht ganz. Barleben ist ein bisschen drunter. Das war sozusagen der Kernfokus, dass man gesagt hat, der Speckgürtel ist attraktiv aufgrund des niedrigen Gewerbesteuerhebesatzes. Da sind die Industriegebiete südlich Sülzetal und die Gemeinde Barleben nördlich. Das waren die Kernthemen, weswegen dort Industrie, Dienstleistung, also alles was Gewerbe ist sich dort angesiedelt hat. Auch solche Städte wie Haldensleben oder wo andere Infrastrukturrahmenbedingungen gewesen sind, wie z.B. entweder Autobahn oder

Mittellandkanal da hat man dann gesagt, wir können. Und das darf man unbedingt nicht vergessen: Die Flächen standen dort zur Verfügung. Heute sehen Sie ganz klar, dass jeder, jede Gemeinde unabhängig jetzt mal aber auch wegen der Ansiedlung von Intel versucht Flächen-, also wir haben nahezu keine Großflächen mehr. Also wenn Sie heute über einhundert, zweihundert Hektar suchen, finden Sie keine zusammenhängende Fläche mehr.

Maximilian Triebel: Also wird eher so geschaut: Wo finde ich überhaupt noch Platz?

Christian Möller: Das ist jetzt bei dem Thema Ansiedlung dann noch ein Thema aber dazu kommen wir bei den Hauptfragen. Also von daher nur nochmal abschließend: Die Gewerbesteuer ist aus meiner Sicht eher unterrepräsentiert. Das hängt natürlich auch final damit zusammen, das darf man nicht vergessen, dass die Gewerbesteuer ja eine Gewinnsteuer ist. Wenn ich eine hohe Investition tätige um einen Standort zu errichten, wird dieses mittel- und langfristig eine betriebswirtschaftliche Auswirkung haben. Und was dazu kommt: das sind Effekte die wir ganz stark Umland von Magdeburg hatten, über die Jahre und Jahrzehnte ist die Veranlagung der Unternehmen. Wenn Sie eine Konzernstruktur haben wird sehr häufig mit Gewinnabführungsverträgen gearbeitet. Das heißt so einen Standort offiziell gibt es die gesetzliche Grundlage: Die Steuer fällt immer dort an, wo die Steuer entsteht. Aber mal Beispiel, wenn Sie in den Norden Richtung Barleben fahren, gibt's das große Druckzentrum der Volksstimme, die ja für Volksstimme und Mitteldeutsche Zeitung druckt. Gehören zum Heinrich Bauer Verlag, dem auch beide Zeitungen gehören, wie noch viele andere Dinge Dort gibt es eine Gewinnabführung. Die Unternehmen führen alle ihre Gewinne an die Zentrale Holding Hamburg ab. Das heißt, die Hauptgewerbesteuerlast entsteht nicht hier, sondern in Hamburg. So dann hatten wir als nächstes die Trendentwicklung, die man ja in den letzten Jahren beobachtet, das ist ja eigentlich schon die Thematik, worüber wir schon gesprochen haben. Das ist aufgrund der kommunalen Haushalte tendenziell überall eine leichte Anhebung aber insbesondere eine Angleichung der Hebesätze sozusagen gibt. Und aufgrund der veränderten Standortfaktoren insbesondere das Thema Mitarbeitergewinnung, wie eben neu aufgezeigt das Thema fehlende Flächen, gerade für Großansiedlungen, sind solche Sachen, wie Gewerbesteuerhebesätze eher marginal. Als wenn jemand zwei, drei, vier, fünfhundert Millionen oder sogar darüber hinaus investiert, dann ist jetzt eine Gewerbesteuer von zwanzig, dreißig, fünfzig tausend Euro eher nicht zu vernachlässigen, Entschuldigung, aber an der Stelle wird das eher geringer angesetzt und danach entscheiden Sie heute keinen Standort mehr. Weil wenn Sie keine Mitarbeiter haben und Ihnen dreihundert, vierhundert Mitarbeiter fehlen, dann kann der Hebesatz ausgesetzt werden. Sie werden dann keinen Gewinn machen, denn Sie können an dem Standort gar nicht arbeiten.

Maximilian Triebel: Dann würde ich einmal zu den Hauptfragen kommen

Christian Möller: Ja, gerne.

Maximilian Triebel: Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen für die wichtigsten bei der Standortwahl von Unternehmen in Magdeburg?

Christian Möller: Ja, eh, auch da bleiben wir natürlich bei dem Thema Infrastruktur, Mitarbeiter- also Arbeitnehmerpotenzial und wir haben sozusagen, gerade im Bereich der Infrastruktur haben wir natürlich Potenziale. Aber jetzt reden nicht über das alle Schlechte. Wir haben eine sehr gute Verkehrsinfrastruktur. Wir liegen ganz zentral. Wir reden ja hier von Magdeburg. Wer im Bereich Logistik unterwegs ist, der braucht heutzutage eine Autobahn. Wir haben sozusagen alle für die Verhältnisse eine gute Anbindung für Magdeburg. Wir haben den Straßenverkehr sehr gut angebunden, auch wenn der natürlich ausbaufähig ist. Wir haben die Wasserstraßen, da ist zumindest der Mittellandkanal ganzjährig befahren. Bei der Elbe siehts ja mittlerweile anders aus. Ehm. Wir haben den Schienenverkehr, insbesondere den Schienengüterverkehr relativ gut angebunden. Der Personenverkehr ist ausbaufähig, da die ICE-Strecke fehlt. Und von daher ist das, und wir haben natürlich mit einer dreiviertel bis Stunde Autofahrt auch den Luftverkehr angebunden. In kleineren Bereich Braunschweig ein bisschen dichter, aber ansonsten mit Halle/Leipzig, Hannover, Schönefeld bzw. BER ein bisschen weiter sind wir eigentlich in eigentlich sozusagen in den drei Himmelsrichtungen gut angebunden.

Maximilian Triebel: Würden Sie sagen, dass man hier auch nach den Branchen differenzieren muss? Dass zum Beispiel für die Industrie Standortfaktoren wichtiger sind als beispielsweise für Dienstleistungsunternehmen?

Christian Möller: Ja natürlich, weil immer das, was gebraucht wird, also das was an Voraussetzungen ist und das ist sozusagen ein Kernziel oder das sind beiden, ich rede jetzt mal von beiden Großansiedlungen im Norden. Das ist bei Intel zukünftig, das ist Daimler Truck aktuell in Halberstadt. Das ist aber auch genauso Avnet in Bernburg. Da sind die, in erster Linie sind dort zwei Dinge für die lokale Standortwahl relevant gewesen. Die Flächengrößen standen zur Verfügung Punkt eins und Punkt zwei die Geschwindigkeit der öffentlichen Verwaltung. Das sind die zwei Themen, die für die lokale Standortentscheidung relevant waren. Und in dem Falle möchte ich tatsächlich gerade mal, weil da auch viel drüber geschimpft wird, die Geschwindigkeit der öffentlichen Verwaltung ist, wurde auch gerade in der letzten Woche gerade gabs da auf dem Wirtschaftsforum einen Ausblick, warum sind gerade in Sachsen-Anhalt speziell die Wirtschaftsansiedlungen im Vergleich zu anderen Bundesländern deutlich präferierter? Und da war neben den Flächen das ganz klare Kernziel die Geschwindigkeit der Verwaltung, Geschwindigkeit von Verwaltungsprozessen, Geschwindigkeit von Bewilligungen, sprich das fängt bei Baugenehmigungen an und geht über Beteiligungsverfahren etc. Was man natürlich in dem Zusammenhang natürlich auch noch wissen und was auch ein ganz wichtiger Baustein in diesem Thema ist, ist aber vor allen Dingen das Thema Mitarbeiterattraktivität also Arbeitnehmerattraktivität des Nichtarbeitsbereiches, sprich das Wohnumfeld. Das ist zum Beispiel bei Intel ein riesen Thema. Wir reden hier von

ungefähr 3.000 Arbeitsplätzen also direkt verbundene Arbeitsplätze, wovon mindestens 500 bis 800 Arbeitsplätze im Management und Ingenieurwesen ist. Wir haben dort einen fast 25-prozentigen Anteil von sehr gut verdienenden Menschen. Mindestens sechstellig um das mal so einzuordnen. Die kommen irgendwie aus der ganzen Welt eingetrudelt und haben sozusagen eigentlich die Wahl, wo sie in der Welt arbeiten können. Ob sie in Israel arbeiten wollen, was gerade etwas schwieriger geworden ist, ob sie sagen ich will in den USA arbeiten, ich will in Hongkong arbeiten, ich will hier, ich will da, ich will in Irland, was auch immer. Und da ist natürlich sehr entscheidend, weil wir reden ja nicht über den Niedriglohnsektor, da ist sehr entscheidend wie Wohnqualität, wie die Infrastruktur, also das heißt Schulen, Kindergärten, Einkaufseinrichtungen, Kultur, Soziales und allem Drum und Dran. Und eins nur mal für Ihre Einordnung, weil es ja um Magdeburg geht. Warum habe ich da Förderpolitik nicht genommen? Weil die Förderpolitik kein spezifisches Argument von Magdeburg ist. Der Förderrahmen ist mehr oder weniger eine Bundesförderung, die zwar über die Freigabe der EU, die ja in der letzten Woche erfolgt ist für Intel. Tatsächlich die ist bundesweit da. Das heißt, ob sich Intel in Magdeburg ansiedelt, in Braunschweig, in München ist dem Bund erstmal völlig egal. Entscheidend ist, dass die Förderung in Deutschland stattfindet. Von daher ist es für die Region keine spezifische Entscheidung. Was Anderes wäre, wenn die Stadt Magdeburg sagen würde, wir begrüßen euch, wir schenken euch, weiß der Kuckuck, das ist in dem Falle sicherlich auch der Fall, aber ist tendenziell eher weniger bedeutend. Nur mal als Beispiel, was zum Beispiel Magdeburg gemacht hat ist das Abtragen des Bördebodens. Sozusagen die oberste Schicht übernimmt kostenseitig die Stadt Magdeburg. Das ist nochmal so ein Incentive, aber daran wird wahrscheinlich keine 30 Mrd. Investitionsentscheidung jetzt sozusagen abhängen.

Maximilian Triebel: Ich würde zur zweiten Frage übergehen. Wie schätzen Sie die Bedeutung der Gewerbesteuer im Vergleich zu anderen Standortfaktoren bei der Entscheidungsfindung eines Unternehmens ein? Würden Sie sagen, sie spielt für Neugründungen oder Start-ups erstmal keine Rolle?

Christian Möller: Eine sehr untergeordnete Rolle. Also bei Start-ups und Jungunternehmen, was Gründungen angeht tendenziell nicht. Warum ist relativ klar, denn die Unternehmen wollen erstmal ins Laufen kommen. Und die freuen sich sogar, wenn sie Gewerbesteuer zahlen müssen, weil dann haben sie Geld verdient. Und dann ist sozusagen der Existenzaufbau des Unternehmens die größere Aufgabe, als hinterher einen Teil sozusagen wieder an den Staat zurückzugeben oder die Kommune. Und dann darf man gerade bei Gründungen nicht vergessen, dass ist nicht ganz unentscheidend, dass in der Regel die ersten Gewinne die getätigt werden wieder reinvestiert werden in das Unternehmen und wiederum jede Investition eine Betriebsausgabe ist und jede Betriebsausgabe schmälert den Gewinn und somit natürlich die Steuerlast.

Maximilian Triebel: Lassen sich Unterschiede in der Bedeutung bestimmter Standortfaktoren kann jetzt allgemein sein oder auf die Gewerbesteuer bezogen hinsichtlich der Rechtsform unterscheiden?

Christian Möller: Ehm, sehr begrenzt. Also bleiben wir mal bei der Rechtsform nicht wirklich. Also natürlich haben Sie in der Kapitalgesellschaft eine andere Versteuerung als in der Personengesellschaft. Dort haben Sie vielleicht noch die eine oder andere Form der... wie soll ich das ausdrücken, Sie haben in der Kapitalgesellschaft noch andere Möglichkeiten Gewinne zu schmälern. Das hängt aber eher mit der Struktur zusammen, hab ich mehrere Unternehmen, hab ich ein Unternehmen, hab ich eine Holdingstruktur, aber das ist im Vergleich von Personengesellschaften zu Kapitalgesellschaften eher unbedeutend. Wegen der Gewerbesteuer wird sich jetzt keiner entscheiden statt einer Personengesellschaft eine Kapitalgesellschaft zu gründen oder ein Einzelunternehmen statt einer Kapitalgesellschaft.

Maximilian Triebel: Und die Entscheidung zum Beispiel jetzt zu sagen, ich gehe nach Magdeburg und zahle die Steuer, also mit dem Hebesatz von 450% wird nicht von der Rechtsform beeinflusst? Also hier gibt es keine unterschiedlichen Anreize zwischen den Rechtsformen?

Christian Möller: Nein, also Sie müssen ja sozusagen dort, dort sind ja zwei Sachen, also die Frage ist ja an der Stelle immer. Also Sie haben ja das eine, die Körperschaftsteuer ist ja relativ simpel, 15% vom Betriebsgewinn, da ist ja sozusagen die Gewerbesteuer ist ja dort also bei beiden sozusagen der Gewerbe eh direkt auf den Gewerbebetrieb, der Gewinn auf den Gewerbebetrieb abgesetzt und der ist ja in beiden Formen erstmal final gleich. Was es im Zweifelsfall für Steuersparmodelle die über Steuerberater sind, da haben Sie vielleicht weitreichendere Infos von der Steuerberatung bekommen. Wo man sagt, da gibt es an der einen oder anderen Stelle noch ein Schlupfloch, weil das Eine kann man von dem Anderen abziehen. Das mit den Personengesellschaften war mir jetzt nicht so.

Maximilian Triebel: Ich meinte damit, dass Einzelunternehmen bzw. Personengesellschaften keine Auswirkung der Gewerbesteuer bis zu einem Hebesatz von 400% spüren. Entschuldigung, falls ich das gerade unklar formuliert hatte.

Christian Möller: Genau genau. Das hängt aber damit substantiell mit der Steuerlast im Bereich der Einkommensteuer zusammen. Also das heißt also, Sie haben die Körperschaftsteuer das sind immer 15%. Die zahlen Sie gemäß Körperschaftsteuergesetz immer 15% auf den Betriebsgewinn gemäß Bilanzierung und auf den Gewerbeertrag den Hebesatz etc. Im Bereich der Einkommensteuer ist es ja wiederum zahlen Sie ein Vielfaches mehr. Die Einkommensteuer geht irgendwo bei Ende 10% los und endet bei Mitte 40%. Das heißt natürlich, ob ich 15% in der Kapitalgesellschaft zahle oder zahle 38% weil es eine Personengesellschaft ist, bei gleichem Betriebsgewinn, ist das ein substantieller Unterschied. Wenn Sie jetzt 100.000 Euro versteuern und 15%, dann sind das, wenn ich jetzt richtig rechne,

15.000 Euro. Wenn ich 100.000 Euro habe und bezahle dort irgendwas Anfang 30%, dann zahle ich mehr als das doppelte an Gewinnbesteuerung. Und ehrlich gesagt ist es dann marginal, ob ich dort irgendwas verrechnen kann. Interessant, hat jetzt aber mit der Gewerbesteuer nichts zu tun, wird es für den Unternehmer eigentlich und deswegen bleiben viele im Bereich der Personengesellschaft, weil sie A natürlich steuerlich einfacher zu „handeln“ ist und im Zweifelsfall bin ich nicht bilanzierungspflichtig und somit werden hohe Ausgaben für Steuerberater nicht notwendig. Aber ehm, sie haben in einer Personengesellschaft mehr oder weniger ein einstufiges Steuersystem. Das heißt dort zahlen Sie eine Einkommensteuer und eine Gewerbesteuer und alles was darüber hinausgeht ist Ihres. Also „cash in the tash“. Obwohl bei Personengesellschaft heißt immer mindestens zwei, sonst ist es ein Einzelunternehmen. Aber das ist jetzt mal Schmuck am Nachthemd. Bei der Kapitalgesellschaft haben Sie ein zweistufiges Versteuerungssystem. Dort zahlen Sie die Körperschaftssteuer mit den 15% und die Gewerbesteuer und dann ist das Geld sozusagen Eigentum des Unternehmens aber noch lange nicht das Eigentum der Gesellschafter. Erst wenn der Gesellschafter sagt, ich möchte mir den Gewinn nach Steuern ausschütten, weil ich Eigentümer des Unternehmens bin, dann muss er als Privatperson, zwar über eine Abgeltungssteuer mit 25%, aber trotz alledem auch nochmal, muss er das bereits versteuerte Geld im Unternehmen, wenn er das an sich privat ausschüttet nochmal versteuern. Da fällt aber wiederum keine Gewerbesteuer an. Von daher muss man das in einem Gesamtkontext sehen. Die Rechtsform aus meiner Sicht, muss jetzt dazusagen, ich verantworte jetzt hier den Bereich Handel, bin aber auch zweieinhalb Jahre hier im Haus in der Gründungs- und Nachfolgeberatung also Betriebsberatung und da gehört ein bisschen Steuerrecht auch dazu, deswegen weiß ich das, ist in dem Falle nicht wirklich relevant. Man kann das mit anführen und sagen, es gebe eine Verrechnungsmöglichkeit für Personengesellschaften, da brauch man nochmal zwei Hintergrundinfos, warum das interessant sein kann, oder man merkt es nur an, dass es sowas gibt, ohne die Angabe von irgendwelchen Zahlen, die sind immer sehr schnell änderbar. Also von daher kann es im Bereich der Rechtsform ein Vorteil sein, aber wie gesagt, hängt dann mit dem Gesamtkonstrukt zusammen.

Maximilian Triebel: Also ist es jetzt kein ausschlaggebender Grund um zu sagen, ich nehme Magdeburg und

Christian Möller: Nein, also ganz einfach, die Rechtsformwahl ist eigentlich viel mehr interessant. Also da ist die Gewerbesteuer uninteressant. Bei der Rechtsformwahl geht es in aller erster Linie um Haftungsfragen. Also sprich ist der Unternehmer mit seinem Privatvermögen für alles, was er im Unternehmen macht im Zweifelsfall haftbar zu machen und im Zweifelsfall ist alles weg. Und natürlich mögliche Buchhaltungsvorschriften, wie die doppelte Buchhaltung mit entsprechenden Folgekosten. Das sind so in erster Linie die Beweggründe bei der Rechtsformwahl, dann hängt immer noch ein bisschen etwas davon ab,

wie viele Personen, soll es unterschiedliche Stimmrechte geben. Aber das ist für Sie erstmal nicht relevant.

Maximilian Triebel: Hat die Betriebsgröße eine Auswirkung darauf, wie ein Unternehmen Standortfaktoren wahrnimmt, ob sie an Bedeutung gewinnen oder verlieren?

Christian Möller: Ja, also da können wir eigentlich an der Frage zwei und eins quasi anschließen. Die Betriebsgröße ist bei einer Standortwahl mittlerweile extrem wichtig. Immer noch aus den genannten Gründen der zur Verfügung stehenden Flächen und das zur Verfügung stehenden Arbeitnehmerpotenzial. Aber die Betriebsgröße ist hinsichtlich der Gewerbesteuer nicht relevant. Da ist eher die Unternehmensstruktur relevant. Wie schon gesagt, weil Sie die Möglichkeit haben mittels einer Holdingstruktur Gewinne an andere Standorte abzuführen und nicht zwingend an den Standorten, an denen man gewerblich tätig ist.

Maximilian Triebel: Würden Sie sagen, ich würde das jetzt mal in Anführungsstriche setzen, dass das Unternehmensalter dafür sorgt, dass die Gewerbesteuer für Unternehmen interessanter wird hinsichtlich der Standortwahl. Wir hatten ja schon geklärt, dass die Gewerbesteuer für Start-ups erstmal keine große Bedeutung hat, aber im Verlauf, je länger ich da bin, je mehr Gewinne ich mache, wird es dann da interessanter? Also steigt hier der Anreiz?

Christian Möller: Ja na klar. Also das ist der Fall. Ich sag mal aktuell, aber da können wir auch genauso wie auf der vorhin genannten Frage, was früher gewesen ist. Es gab viele Unternehmen, die ihren Standort verlagert haben von Magdeburg nach Barleben, nach Sülzetal, nach Haldensleben, weil sie gesagt haben, da zahl ich pauschal 50% der Gewerbesteuer. Und am Ende ist es der Unternehmer. Wenn es zu 100% sein Eigentum ist und er sagt anstatt 50.000 Euro nur 25.000 Euro Steuern zahlen, heißt es am Ende, ich habe 25.000 Euro mehr oder das Unternehmen, ist jetzt nicht ganz uninteressant. Wo es vor allen Dingen interessant wird ist, wenn sie überregionale Standortveränderungen vornehmen. Ganz viele Standorte, davon ist der, ich sag mal die neuen Bundesländer davon sehr stark betroffen. Also ganz viele Altbetriebe aus den alten Bundesländern sind nach der Wende in den Osten gegangen. Nicht nur, weil es dort neue Märkte gibt, sondern weil ich ein niedrigeres Lohnniveau habe und diese anderen Standortfaktoren z.B. die Gewerbesteuer. Ein Beispiel mal. Die Firma Schuberth Helme, die am roten See sitzt, die machen alle Helme, von Motorradhelme, Formel 1 bis Feuerwehr. Die sind mal vor vielen Jahren von Braunschweig nach Magdeburg gegangen, weil man gesagt hat, die Flächen sind deutlich günstiger, also alle Standortbedingungen inklusive Gewerbesteuerhebesätze sind günstiger als in Braunschweig. Wir müssen eh investieren, dann bauen wir direkt neu und investieren nicht in am Standort Braunschweig. Also ja, das kann sein aber in der Regel immer nur, das wäre interessant an der Stelle, immer nur in Veränderungsprozessen. Ein Unternehmen wird wegen 10.000 oder 20.000 Euro mehr oder weniger Gewerbesteuer keinen Unternehmenssitz verlegen. Dann überlegt man sich mit dem Steuerberater oder dem Wirtschaftsprüfer zusammen lieber andere Modelle, wo man sozusagen

Geld mit sparen könnte in Anführungsstrichen oder die Steuerlast vermindern könnte, als das mit einer Standortwahl. Dafür sind die Rahmenbedingungen viel zu aufwendig und zu finanziell umfangreich.

Maximilian Triebel: Ich würde gerne nochmal auf die Branche eingehen. In der Industrie ist die Gewerbesteuer unter den bedeutendsten Standortfaktoren unter den Top 10, in dem Dienstleistungsgewerbe oder Gastgewerbe ist sie es nicht. Dafür sind hier weiche Faktoren im Vordergrund wie beispielsweise das Image der Stadt. Lässt sich das auch für Magdeburg sagen?

Christian Möller: Ja, also das ist ein grundsätzliches Thema. Das hängt mit der Gewinnsituation zusammen. Wenn Sie sozusagen solch ein Unternehmen haben. Wen nehme ich jetzt mal hier raus. Nehme ich mal einen Großentsorger Stork Umweltdienste GmbH. Die haben ich weiß gar nicht wie mittlerweile die Betriebsgröße ist, ich würde mal schätzen zwischen 300 und 400 Mitarbeitern. Die werden irgendwo einen ich sage jetzt mal die verschiedenen Gesellschaften, aber jetzt mal pauschal, die werden deutlich über eine Millionen Gewinn machen. Da ist natürlich der prozentuale Anteil einer Gewerbesteuer wesentlich relevanter, als wenn ich hier ein kleines Café habe mit drei Mitarbeitern und am Jahresende froh bin, wenn ich 60.000 Euro Überschuss habe und daraufhin eine Gewerbesteuer zahlen muss. Stellen Sie sich vor, vor einem kleinen Café in der Innenstadt haben Sie für den Zeitraum von zwei Jahren eine Baustelle vor der Tür. Das ist viel mehr Einfluss, als wenn in einem Industriegebiet die Straße gebaut wird. Und da ist das Thema Image relevanter. Sie haben ja auch in über die letzten Jahre sehr umfangreich das Thema Verkehrsberuhigung Innenstadt vor sich oder hinter sich, je nachdem aus welchem Blickwinkel sie das betrachten. Also da ist viel mehr relevant, wenn Sie vorher gesagt haben, Sie haben ein Einzelhandels- oder Dienstleistungsgeschäft, wo ich viele schwere Waren haben und man macht mir die Straße zu und die Kunden sagen, ich muss jetzt hier mit einem 50 Kilogramm Karton 400 Meter bis zum Auto laufen. Dann wird das maßgeblichen Einfluss auf den Umsatz haben. Also die Branche ja klar, aber immer gekoppelt an die Unternehmensgröße. Sie können natürlich schon auch, wenn Sie einen Gastrobetrieb also jetzt bleiben wir bei dem Beispiel: Sie haben eine Systemgastronomie mit 30 bis 40 Standortorten, dann ist Welt wieder eine andere. Aber vom Grundsatz her ja. Der Industriezweig mit 500 bis 800 Mitarbeitern wird immer eine andere Auswirkung haben oder andere Standortfaktoren als relevant empfinden, wie ein kleines Unternehmen.

Maximilian Triebel: Wissen Sie von Unternehmen, die Magdeburg aufgrund des Gewerbesteuerhebesatzes verlassen haben?

Christian Möller: Ja, aber tatsächlich zu früheren Zeiten. Das ist tatsächlich so, ich sage jetzt mal in den 2000er Jahren war es ein ganz starker Trend, wo man halt, aber tatsächlich, wenn es nur um relativ weiche Standortfaktoren, aber es ist jetzt ein harter Standortfaktor. Aber

tatsächlich, wenn man eine Expansion geplant hat, dann ist man rausgegangen aus der Stadt und so sind die Industriegebiete rund um den Speckgürtel von Magdeburg entstanden. Man muss auch dazu sagen, dass sind nicht die Hauptzügler in die Industriegebiete. Die Hauptzügler sind überregionale Ansiedlungen gewesen. Aber es gab einige, die auf Grund von fehlenden Flächen in Magdeburg und man gesagt hat, ich muss sowieso bauen, es gibt ja noch weitere Förderthemen. Also das eine ist ja nicht bloß der Hebesatz, sondern in gewissen Teilen gibt es auch Einzelvereinbarungen, was das Thema Aussetzung der Gewerbesteuer angeht. Die Gemeinde hat in einem gewissen Maße einen Spielraum und kann sagen, wir stellen die Gewerbesteuer für drei oder fünf Jahre nach Erstansiedlung frei. Der Trend also der Standortfaktor Gewerbesteuer ist kein Trend mehr vor allem wegen der annähernd Gleichheit der Gewerbesteuerhebesätze. Das pendelt hier überall zwischen 400 und 500 Prozent.

Maximilian Triebel: Also wenn ich mich entscheide, mein Unternehmen zu verlagern also raus aus Magdeburg, dann hat das einen anderen Grund und nicht die Gewerbesteuer.

Christian Möller: Genau.

Maximilian Triebel: Welche Standortfaktoren haben dafür gesorgt, dass sich Unternehmen in Magdeburg niederlassen. Wenn wir mal so Vergleichen Magdeburg und Dessau haben beide den gleichen Hebesatz. Was macht Magdeburg attraktiver?

Christian Möller: Da können wir gleich wieder mit dem Thema Infrastruktur beginnen. Insbesondere die Verkehrsinfrastruktur. Das zweite ist natürlich auch ich sag jetzt mal der überregionale Faktor Image der Stadt Landeshauptstadt, Kulturstadt, Sportstadt auch Wohnstadt. Und um Dessau nicht zu nahe zu treten, aber man ist halt in der Prärie. Es gibt einfach keine schnelle Anbindung an Dessau. Was diese Impulse angeht gar nicht und da hilft die Bauhausstadt gar nicht weiter. Wenn ich ein Dienstleister im Bereich Umweltbundesamt bin, dann könnte hier Dessau attraktiver sein.

Maximilian Triebel: Haben Sie ein Beispiel, dass sich ein Unternehmen für Magdeburg entschieden hat außer Intel.

Christian Möller: Ja, lassen mich mal kurz überlegen, wen wir sozusagen nehmen können. Es gibt einige die noch nicht spruchreif sind. Ich würde aber Intel tatsächlich mit aufzählen. Die meisten sind tatsächlich ins Umland gezogen. Roten See haben wir nur Gewerbebeerweiterung. Wir haben viele Logistik (...) wer da zu nennen ist Großlogistiker. Wir haben das neue Zentrallager von Rewe. Im Bereich Logistik haben wir mehrere große Ansiedlungen. HelloFresh darf ich nicht sagen, dass ist Barleben.

Maximilian Triebel: Was waren hier die ausschlaggebenden Faktoren?

Christian Möller: Flächen und Infrastruktur. Also besondere Verkehrsinfrastruktur.

Maximilian Triebel: Wenn wir nun den Hebesatz von Magdeburg betrachten mit 450 Prozent. Versuchen Unternehmen Magdeburg zu meiden und siedeln sich lieber in die Umgebung an?

Christian Möller: Nein, also dadurch, dass der Gewerbesteuerhebesatz eben aus den vorher genannten Gründen nicht die zentrale Rolle spielt ist das eher unbedeutend. Wenn wir das Vergleichen, dann geht es um Metropolregionen. Schauen wir Halle Leipzig oder Berlin Hannover. Da sind wir mit dem Hebesatz noch an einer anderen Stelle.

Maximilian Triebel: Kann man zusammenfassend sagen, dass die Gewerbesteuer eher eine geringe Rolle? Man schaut erst einmal was brauche ich um erfolgreich zu sein?

Christian Möller: Die Gewerbesteuer, der Gewerbesteuerhebesatz ist im Zeitstrahl deutlich irrelevanter geworden in der Entscheidungsfindung des Standortes. Sondern eher das Thema Infrastruktur, Arbeitnehmerpotenzial und im Bereich Förderkriterien haben wir tendenziell Bundesförderansätze und ein bisschen Landesförderansätze. Und dann ist es egal, ob Sie sich in der Börde ansiedeln oder in der Weinanbauregion. Das ist egal. Wichtig ist hier die Fläche und die Verwaltungs- und Entscheidungsgeschwindigkeit der Kommunen.

Maximilian Triebel: Wir haben vorhin über Trends aus der Vergangenheit gesprochen. Erwarten Sie zukünftig andere Trends in Bezug auf die Standortwahl von Unternehmen?

Christian Möller: Andere Trends eigentlich nicht. Wir haben glücklicher Weise keine substanzielle Änderung im Bereich der wirtschaftlichen Attraktivität. Eins wird in Zukunft auch wegen des demographischen Wandels zunehmen. Das Thema Mitarbeiterpotenziale wird immer mehr zur Herausforderung. Also wer seinem potenziellen Investor aufzeigen kann, dass er gewisses menschliches Potenzial aufzeigen könnte, hat mit Sicherheit einen Standort- oder Entscheidungsvorteil. Mal ganz deutlich ausgedrückt, tatsächlich wird die politische Zukunft darüber entscheiden, wie der Zuzug ist. Laut aktuellen Demographie-Entwicklungen wird das Thema Zuzug, Zuzug heißt ausländische also europäischer Zuzug aber auch Zuzug aus Drittländern wird existenziell sein für die Arbeitnehmersicherheit. Welcher Standort dort sozusagen die Willkommenskultur um das - etwas vorsichtig auszudrücken - darstellen kann, der wird einen weichen Standortfaktor haben. Machen wir uns nichts vor, wenn man weltweit bei den Ingenieursplätzen bei Intel nur um das mal als Beispiel aufzuführen, wenn ich weltweit als Arbeitgeber rekrutieren will und habe zukünftig, haben wir jetzt glücklicherweise nicht, weil wir in Sachsen-Anhalt keine Wahlen haben. Aber wenn im schlechtesten Fall in Thüringen oder Sachsen eine AfD in der Regierung sitzt, wird das definitiv für eine Standortwahl oder für die Wohnortwahl eines Mitarbeiters entscheidend sein. Das sind aber Standortfaktoren, die sich substanziell und in kürzester Zeit ändern können.

Maximilian Triebel: Haben Sie in der letzten Zeit Standortumfragen durchgeführt?

Christian Möller: Nein, also nicht belastbare. Wir sind natürlich permanent im Austausch und auch im Austausch mit der Wirtschaftsförderung in Magdeburg. Magdeburg leidet mittlerweile an seinen Grenzen, sprich an den begrenzten Möglichkeiten. Viel mehr als den neuen High-Tech-Park, wobei mehr weniger nur das Intel-Werk entstehen wird. Alles was an Zulieferindustrie entstehen wird, wird im Gebiet der anderen beiden Gemeinden Wansleben

und Sülzetal entstehen. Magdeburg selber, ich kenn den mehreren Fällen, wo die Stadt Magdeburg sagt, wir haben die Anfrage von den und dem Logistiker. Auch der konkrete Fall, wo ein größerer Händler gesagt hat, wir brauchen eine Fläche von 2.000 bis 3.000 Quadratmetern und die Stadt sagt, wir können nichts anbieten. Man sagt, wir haben Flächen, aber die geben wir nicht als tote Gewerbefläche oder für Logistiker im Niedriglohnbereich. Also auch das sind Faktoren im Nachhinein. Nur weil jemand eine Fläche haben möchte um 400 Wohnmobile hinzustellen. Da sagt die Stadt, die Fläche könnte man gewinnbringender für die Stadt, Einwohner, Zuzug benutzen. Da fängt man an zu selektieren. Da die umliegenden Gemeinden nicht wirklich gewillt sind, sich zusammenzutun mit der Stadt, also sprich Fusion. Dann ist das halt so. Von daher wird im Zuge eine Ansiedlung dann eher auf Qualität als auf Quantität geschaut.

Interview D12 (Magdeburg) Ingolf Menzel – Menzel Steuerberatung

Maximilian Triebel: Können Sie mir bitte zu Beginn etwas zu dem Entscheidungsprozess der Standortwahl der Unternehmen erzählen? Welche Herausforderungen oder entscheidende Faktoren spielen hier eine Rolle?

Ingolf Menzel: Das ist natürlich subjektiv. Ich habe tatsächlich wenig Ansiedlung von außen. Bei mir sind es typischerweise Einheimische. Natürlich habe ich Gespräche mit den Mandanten, was sie beeinflusst hat. Standortbedingungen wie Arbeitskräfte, Logistik, Platz und Mieten, die ausschlaggebenden Faktoren, die ich hier im kleinteiligen Bereich sehe. Wenn wir über kleinteilig reden, dann meine ich so mittelständische Unternehmen bis 30 Mitarbeiter.

Maximilian Triebel: Wie würden Sie die Gewerbesteuer an sich im Rahmen der Standortwahl betrachten? Würden Sie sagen, dass die Gewerbesteuer einen Einfluss hat oder dass die Gewerbesteuer unbedeutend ist? Ich meine hier speziell den ortsabhängigen Hebesatz.

Ingolf Menzel: Die Gewerbesteuer eine nachrangige und eher unbedeutende Rolle ein. Bedeutender wird es, wenn Gemeinden mit niedrigen Gewerbesteuerhebesätzen locken, da sie die Ansiedlung brauchen. Und dann damit eine Politik verfolgen. Das waren natürlich auch die Unternehmen im Osten, die sie versucht haben anzusiedeln. Aber die brauchten ja auch für ihre kommunalen Finanzen Geld. Insofern sind sie kaum unter 400 Prozent gegangen. Ich kann mich noch Magdeburg erinnern mit 380, 360 Prozent, da lagen wir deutlich unter den alten Bundesländern. Mittlerweile ist das kalter Kaffee. Das ist noch die Entwicklung von 1990, da hat man versucht mit niedrigen Gewerbesteuerhebesätzen, Fördermitteln die Ansiedlung noch zusätzlich zu fördern. Aber das macht man ja heute nicht mehr. Und die kommunalen Finanzen brauchen ja auch gewisses Maß, wenn man nicht die leistungsfähigen Unternehmen hier hat. Da können sie nicht beim Gewerbesteuersatz noch etwas ablassen. Und wir haben auch die Erfahrung, dass Otto sich in Magdeburg ansiedeln wollte und Haldensleben ein besseres Angebot gemacht. Aber nicht beim Gewerbesteuerhebesatz, der hätte tatsächlich 30 bis 40 Prozent unter dem von Magdeburg gelegen. Entscheidendes Kriterium war hier die Bereitstellung von Flächen. Also Otto, das ist eine bekannte Story. Otto wollte tatsächlich nach Magdeburg, das schreien die Spatzen vom Dach. Das können Sie bestimmt nochmal nachschlagen. Ich glaube da war ausschlaggebend, auch was die Zeitung geschrieben hat, die Bereitstellung von Flächen und nicht die Gewerbesteuer. Weil Magdeburg hätte die besseren Bedingungen gehabt, auch hinsichtlich der Arbeitskräfte. Die beschäftigten ja tausende Arbeitskräfte. Und wenn wir hier über signifikante Unternehmen sprechen, dann reden wir von Unternehmen mit über 100 Arbeitnehmern. Und diese Betriebe, die in dieser Liga spielen, die haben sich tatsächlich nicht in Magdeburg angesiedelt. Die sind nach Barleben angesiedelt, die sind nach Barleben oder Schönebeck gegangen. Die hätten hier möglicherweise bessere Bedingungen gefunden aber haben gesagt, dass sie lieber in die Peripherie gehen, also die mittelbare Umgebung, da sie eh hier herwollten. Ausschlaggebend waren hier die niedrigen

Grundstückspreise, die Investitionszuschüsse. Das hat damals eine große Rolle gespielt und nicht unbedingt die Gewerbesteuer. Deswegen nur nachrangig. Schön wenn die Gewerbesteuer nicht so hoch ist. Die Gewerbesteuer hat eigentlich die Bedeutung sie müssen schauen: Wenn ich Erfolg habe zahle ich Steuern. Wenn ich Erfolg habe muss ich auch gucken, wie hoch ist meine Steuerbelastung. Diese Steuerbelastung hängt letztendlich auch von der Gewerbesteuer ab, aber diese Steuerbelastung ist marginal, da die Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer anrechenbar ist.

Maximilian Triebel: Es gab eine Entwicklung in der Standortentscheidung von Unternehmen. In den 2000er hat die Gewerbesteuer durch ihre niedrigen Hebesätze noch einen größeren Anreiz geboten heute, haben wir eine annähernde Gleichheit. Würden Sie hier sagen, dass es dadurch zu einem weiteren Bedeutungsverlust kommt?

Ingolf Menzel: Ja definitiv. Die Gewerbesteuer hat noch mehr an Bedeutung verloren. Wenn die Frage gestellt wird: Ich muss mich im Umfeld einer größeren Stadt ansiedeln, weil ich Arbeitskräftebedarf habe, weil ich logistische Themen bedienen will, die Zulieferproblematik. Dann ist ein Autobahnkreuz in dem Moment wichtiger. Wenn ich dort sehe am Autobahnkreuz, dass sich ein Logistikbetrieb mit einer großen Halle ansiedelt. Beispiel ist da HelloFresh. Auffällig ist nur, dass sie sich auf der gegenüberliegenden Seite von Magdeburg angesiedelt haben, auf der Seite von Barleben. Das sieht man auch optisch richtig. Führt man über die Autobahnbrücke, da fängt Barleben an und schon fangen die Gewerbeansiedlungen an. Das sieht man auch anderenorts. Das kann man auch daran gut sehen auch in Leipzig. Die locken mit deutlich signifikant niedrigen Hebesätzen. Das ist aber ein zweischneidiges Schwert. Wenn es mir gelingt Gewerbe anzuziehen, dann komme ich über die Masse ins Geschäft. Aber wenn es nicht gelingt, dann brauchen die kommunalen Finanzen durch die ganzen Kosten Lösungen. Und da kommen wir zu der Gewerbesteuer und Grundsteuer. Viele weitere Möglichkeiten haben sie nicht.

Maximilian Triebel: Welche Standortfaktoren halten Sie im Allgemeinen am wichtigsten für die Standortentscheidung von Unternehmen?

Ingolf Menzel: Infrastruktur, Mitarbeiterpotenzial also vorhandene Mitarbeiter und potenzielle Mitarbeiter. Die Logistik und die Flächen sind auch sehr wichtig. Den großen Flächenbedarf in der Innenstadt kann man auch nicht einfach so stillen. Das ist sind eher die vorrangigen Faktoren, der Rest ist eher nachrangig.

Maximilian Triebel: Lassen sich Unterschiede in der Bedeutung bestimmter Standortfaktoren hinsichtlich der Rechtsform der Unternehmen erkennen?

Ingolf Menzel: Größere Betriebe findet man nicht als Einzelunternehmen, das mal vorangestellt. Als Personengesellschaft auch eher selten. Wir müssen ja bei diesen Geschichten nicht den kleinen Kaufmann sehen. Wir müssen auf ein Unternehmen schauen ab 20 Mitarbeiter, alles andere ist nicht signifikant und braucht nicht so viel Fläche und Mitarbeiter.

Somit besteht hier der Problemdruck nicht. Erfolgreiche Start-Ups habe ich leider nicht, hätte ich gerne. Hier ist die Steuer vollkommen egal, warum? Weil in den in den ersten drei, vier, fünf Jahren eh keine Gewerbesteuer bzw. schieben sie den gewerbesteuerlichen Verlust vor sich her. Das Thema Umzug kann ja dann kommen. Wenn ich sage, ok der Laden brummt oder der Handel brummt und das Unternehmen erwirtschaftet dann nachhaltig Gewinne und platzt ohnehin aus den Nähten. Wenn ich in dieser dynamischen Situation bin, dann muss ich mir irgendwann einen Umzug überlegen. Dann passiert zwangsläufig die Überlegung: Wo siedle ich mich an? Wo ist die Logistik gut, wo kommen die Mitarbeiter gut hin? Also im Umkreis, der Speckgürtel. Und vor allem, wer macht mir das beste Angebot? Das wäre hier in Magdeburg unmittelbar Magdeburg, Haldensleben, Barleben. Die bieten alle noch Flächen an, die locken auch mit etwas niedrigeren Gewerbesteuerhebesätzen.

Maximilian Triebel: Würden Sie also sagen, dass mit steigender Betriebsgröße oder mit zunehmenden Betriebsalter solchen Fragen Gewicht zu?

Ingolf Menzel: Genau, dann weiß ich auch, wie ich produziere, wie ich das Unternehmen skalieren kann, wo ich vielleicht eine Fläche habe, wo ich mittelgroß bauen kann. Oder ich habe schon die Möglichkeit eine neue Fläche zu kaufen oder anbauen kann. Was natürlich auch eine beliebte Geschichte ist. Am Ende des Tages geht uns doch darum: Wird die Gewerbefläche angeboten für 20 oder 200 Euro pro Quadratmeter. Das ist hier das große Thema. Auch Intel wäre nie nach Magdeburg gekommen, hätten wir gesagt wir wollen 200 Euro pro Quadratmeter und geben kein Fördergeld. Das ist ja alles eine Fördergeschichte. Die können auch einen Deal gemacht haben. Sowas gibt's auch im Steuerrecht, dass die Gewerbesteuer in den ersten Jahren ausgesetzt wird. Das lässt das Abgabenrecht zu. Das sind aber nicht die Sachen die ausgefeilt werden. Das machen dann die Stadtkämmerer, das sind Einzelfallentscheidungen.

Maximilian Triebel: Wissen Sie von Unternehmen, die Magdeburg aufgrund der Gewerbesteuer beziehungsweise des Gewerbesteuerhebesatzes verlassen haben?

Ingolf Menzel: Verlassen eben nicht. Verlassen heißt ja, ich war erst da und gehe weg. Warum ist das möglich? Wenn ich brumme wie das Böse und der Erfolg ist auch da und die nächste S-Bahn-Station ist Barleben. Dann würde der Anreiz theoretisch dazu natürlich steigen. Mir ist aber nicht bekannt, dass in Barleben irgendwelche Bürohäuser für Call-Center errichtet wurden sind, die dafür dann da waren. Selbstbauen ist auch nicht so, das macht ja keiner. Es wird vielmehr gemietet. Es ist mir nicht bekannt, dass zumindest Bürotätigkeiten aus Magdeburg rausgegangen sind. Wir hatten in Magdeburg ja einen Call-Center Boom, der ist aber abgeflaut aber die haben ja für alle großen Konzerne Call-Center Dienstleistungen erbraucht. Die haben gut Geld verdient und auch immer größere Flächen gesucht, aber nie aus Magdeburg rausgegangen. Also von Unternehmen, die Magdeburg speziell aufgrund der Gewerbesteuer verlassen haben, weiß ich nichts. Aber es gibt durchaus auch erfolgreiche Gewerbetreibende, die im höheren Bereich liegen. Für die könnte der Gewerbesteuerhebesatz ein Thema sein.

Maximilian Triebel: Welche Standortfaktoren haben Ihrer Meinung nach dafür gesorgt, dass Unternehmen sich für Magdeburg entschieden haben?

Ingolf Menzel: Förderung, Bereitstellung von Flächen, Arbeitskräftepotenzial, Tradition im Maschinenbau, Niedriglöhne. Ich sag mal, wenn welche aus alten Bundesländern kamen. Es gibt allerdings auch einige Beispiele, dass sich Unternehmen hier niedergelassen haben als es noch hohe Förderungen gab. Die hohen Förderungen waren ja an 10 Jahre Tätigkeit gebunden. Es gab tatsächlich Beispiele, dass man sich die modernsten Maschinen mit Förderung von 50 Prozent gekauft hat und nach 10 Jahren die Maschinen abgebaut hat und wieder zurückgegangen ist. Wenn die Förderungen wegfallen, weil die Förderungen damals auch ausschlaggebend waren. Es ist durchaus passiert, dass den Betrieb in den alten Bundesländern einzustellen, hier die Förderung mitzunehmen und dann wieder zu gehen.

Maximilian Triebel: Betrachten wir den Hebesatz von 450 Prozent in Magdeburg.

Ingolf Menzel: Ich muss aber sagen ich finde 450 Prozent an sich jetzt nicht hoch.

Maximilian Triebel: Das stimmt, im Vergleich zu anderen Bundesländern oder Kommunen ist Magdeburg noch durchaus im Mittelfeld. Aber lassen sich hier Tendenzen abzeichnen, dass Unternehmen sich eher in der Umgebung mit niedrigeren Hebesätzen ansiedeln, aber trotzdem noch profitieren können?

Ingolf Menzel: Ja jetzt müssen wir schauen, welche Unternehmen meinen wir. Meinen wir wirklich Magdeburger Unternehmen? Wenn ich nur fünf, sechs, achthundert Quadratmeter brauche. Das brauchen wir gar nicht beachten. Die kann man günstig erwerben, die werden auch günstig angeboten. Für kleine Handwerksunternehmen ist das gar kein Thema. Die gehen nicht nach Barleben. Die kommen hier überall hin, sie haben hier ihren Markt und verkaufen ihre Leistung. Wir differenzieren hier nachdem, was wir machen. Wenn ich etwas deutschlandweit liefern muss. Dafür muss ich mit LKW anfahrbar sein. Dafür brauche ich die Logistik. Es ist ja tatsächlich so, wenn man sich es genau anschaut. Man schiebt sich die Dienstleistungen in den Hintern. Magdeburg hat viel zu wenig in Produktion auch von überregionaler Bedeutung. Es sind eher hier Nischen. Intel ist hier noch die große Hoffnung für Magdeburg.

Maximilian Triebel: Erwarten Sie bestimmte zukünftige Trends bezüglich der Standortwahl von Unternehmen? Beispielsweise, dass weiche Faktoren wie das Image der Stadt an Bedeutung zunehmen?

Ingolf Menzel: Ich finde auch Magdeburgs Image wahnsinnig toll. Dieses Sport-Stadt-Image zu haben. Für viele Menschen ist das hier ein Sympathiefaktor. Wenn die Stadt immer schöner gemacht wird, dann ist sie auch lebenswert. Allerdings steigen dadurch auch die Mieten, das zieht sich ja alles mit. Verbundenheit mit der Heimat sowieso. Es gibt durchaus Unternehmer, die in einem anderen Bundesland Geld verdienen und zurück in ihre Heimat kommen und hier erneut etwas aufbauen. Aber das passiert im kleinteiligen Bereich. Das sind keine signifikanten nennenswerten Geschichten.

Impressum:

Arbeitskreis Quantitative Steuerlehre, arqus, e.V.

Vorstand: Prof. Dr. Ralf Maiterth (Vorsitzender),

Prof. Dr. Kay Blaufus, Prof. Dr. Dr. Andreas Löffler

Sitz des Vereins: Berlin

Herausgeber: Kay Blaufus, Jochen Hundsdoerfer,
Martin Jacob, Dirk Kieseewetter, Rolf J. König,
Lutz Kruschwitz, Andreas Löffler, Ralf Maiterth,
Heiko Müller, Jens Müller, Rainer Niemann,
Deborah Schanz, Sebastian Schanz, Caren Sureth-
Sloane, Corinna Treisch

Kontaktadresse:

Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Caren Sureth-Sloane,

Universität Paderborn, Fakultät für

Wirtschaftswissenschaften,

Warburger Str. 100, 33098 Paderborn,

www.arqus.info, Email: info@arqus.info

ISSN 1861-8944