

Blesse, Sebastian; Heil, Philipp; Rostam-Afschar, Davud

Article

Kommunaler Standortwettbewerb und Investitionen von Unternehmen

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Blesse, Sebastian; Heil, Philipp; Rostam-Afschar, Davud (2025) : Kommunaler Standortwettbewerb und Investitionen von Unternehmen, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 78, Iss. 05, pp. 53-57

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/320220>

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.

Forschungsergebnisse

Kommunaler Standortwettbewerb und Investitionen von Unternehmen*

Sebastian Blesse**, Philipp Heil und Davud Rostam-Afschar***

In Kürze

Kommunen werben unter anderem mit Gewerbesteuererleichterungen und Infrastrukturmaßnahmen um Unternehmen. Die wahrgenommene Wettbewerbsfähigkeit des Standorts beeinflusst die Zufriedenheit und die Investitionspläne der Unternehmen. Viele Unternehmen überschätzen jedoch ihren Standort, insbesondere im Hinblick auf die Gewerbesteuer. Ein Experiment mit gemeindespezifischen Informationen zur kommunalen Wettbewerbsfähigkeit führt zu realistischeren Standortbewertungen. Auch wenn negative Informationen die Zufriedenheit senken, wollen die meisten Unternehmen dennoch am Standort investieren. Unternehmen mit hoher Standortflexibilität reagieren besonders stark auf positive Steuerinformationen und reduzieren Investitionen in anderen Gemeinden.

Wie treffen Unternehmen Standortentscheidungen? Diese Frage ist zentral für das Verständnis regionaler Wirtschaftsunterschiede und spielt eine entscheidende Rolle für die Politik. Gemeinden stehen dabei im Wettbewerb um Unternehmensansiedlungen und setzen gezielt Instrumente ein, z. B. niedrigere Gewerbesteuerhebesätze oder den Ausbau der Infrastruktur, wie etwa die Herstellung einer guten Straßen- und Verkehrsanbindung.

Bisherige Studien haben sich vor allem auf die Auswirkungen einzelner Politikmaßnahmen auf unternehmerische Investitionen konzentriert. So zeigen Link et al. (2024) oder Langenmayr und Simmler (2024), dass Steuererhöhungen Investitionen hemmen und bereits die Erwartung höherer Steuern Unternehmen von einer Ansiedlung abschrecken kann. Auch gibt es Hinweise darauf, dass Steuersenkungen in einer Gemeinde zwar zu mehr Firmenansiedlungen in der betreffenden Gemeinde führen, dies aber auch mit einer geringeren Zahl von Firmen in Nachbarkommunen einhergeht (Riedel et al. 2020). Fretz et al. (2022) oder Holl (2016) zeigen, dass der Autobahnausbau die (hochqualifizierte) Beschäftigung und die Unternehmensproduktivität erhöht.

Während die Wirkung einzelner Maßnahmen der Steuer- und Infrastrukturpolitik gut erforscht ist, bleiben zentrale Fragen offen: Wie nehmen Unternehmen die Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Standortbedingungen an ihrem

* Der Artikel basiert auf Blesse, S., F. Buhlmann, P. Heil und D. Rostam-Afschar (2025), "Local Policy Misperceptions and Investment: Experimental Evidence from Firm Decision Makers", CESifo Working Paper No. 11855. Datengrundlage ist eine Unternehmensbefragung des German Business Panel, in der bundesweit Unternehmen zu ihren Standortwahrnehmungen im interkommunalen Wettbewerb befragt wurden. Das German Business Panel ist Teil des von der Deutschen Forschungsgemeinschaft geförderten Sonderforschungsbereichs TRR 266 "Accounting for Transparency" (Project-ID 403041268).

** Juniorprofessor Dr. Sebastian Blesse, Universität Leipzig und Kompetenzzentrum für Kommunale Infrastruktur Sachsen (KOMKIS).

*** Universitätsprofessor Dr. Davud Rostam-Afschar, Universität Mannheim.

Unternehmenssitz tatsächlich wahr? Welchen kausalen Effekt hat die wahrgenommene Wettbewerbsfähigkeit auf ihre Investitionspläne? Unsere aktuelle Studie schließt diese Lücke (Blesse et al. 2025). Mit Hilfe eines bundesweiten Umfrageexperiments unter Firmenmanager*innen untersuchen wir, ob Unternehmen die Wettbewerbsfähigkeit ihres Standorts – insbesondere bei der Gewerbesteuerbelastung und dem Zugang zu Autobahninfrastruktur – korrekt einschätzen. Die Studie zeigt, dass es diesbezüglich systematische Fehleinschätzungen gibt und die Bereitstellung objektiver administrativer Informationen über den Standort direkte Auswirkungen auf die Standortzufriedenheit und Investitionspläne der Unternehmen hat. Die Ergebnisse liefern Einblicke in die Wahrnehmung des Wettbewerbs zwischen Gemeinden aus Sicht von Firmenentscheider*innen und verdeutlichen, wie lokale Wirtschaftspolitik die Standortentscheidungen von Unternehmen beeinflussen kann.

Methodik

Die Datenerhebung fand im Zeitraum vom 30. Juni 2021 bis zum 28. Oktober 2022 im Rahmen des *German Business Panel* (GBP, siehe Bischof et al. 2024) statt und umfasste mehr als 3000 Firmenmanager*innen. Die teilnehmenden Unternehmen wurden zufällig ausgewählt und zur Teilnahme an der Online-Umfrage eingeladen. Die Stichprobe beinhaltet auch DAX-Unternehmen, setzt sich aber gemäß der tatsächlichen Unternehmenslandschaft in Deutschland mehrheitlich aus kleinen Betrieben zusammen: 68% beschäftigen weniger als zehn Mitarbeitende und 79% erzielen einen Jahresumsatz von nicht mehr als 2 Mio. Euro. Die Befragungsteilnehmer*innen sind in der Regel Inhaber*innen oder Geschäftsführer*innen. Im Vergleich zur Grundgesamtheit der Unternehmen in Deutschland sind größere Unternehmen in der Umfrage überrepräsentiert. Durch Gewichtung der Umfrageergebnisse auf Basis von Wirtschaftssektoren, Mitarbeiterzahl, Umsatz und Firmenstandort können auch allgemeine Aussagen über die Gesamtheit von Firmen in Deutschland getroffen werden.

Im Umfrageexperiment wurden die Teilnehmenden zunächst gebeten, die wahrgenommene Effizienz der öffentlichen Ausgaben der Kommune, in der der Unternehmensstandort liegt (Standortgemeinde), zu bewerten und den lokalen Gewerbesteuerhebesatz zu schätzen. Anschließend sollten sie den Rang ihrer Gemeinde in Bezug auf die lokale Gewerbesteuer innerhalb der Verteilung aller Gemeinden Deutschlands schätzen. Konkret lautete die entsprechende Frage: „In wie viel Prozent der Gemeinden in Deutschland ist der Gewerbesteuerhebesatz *niedriger* als im Hauptstandort Ihres Unternehmens?“. Ähnliche Fra-

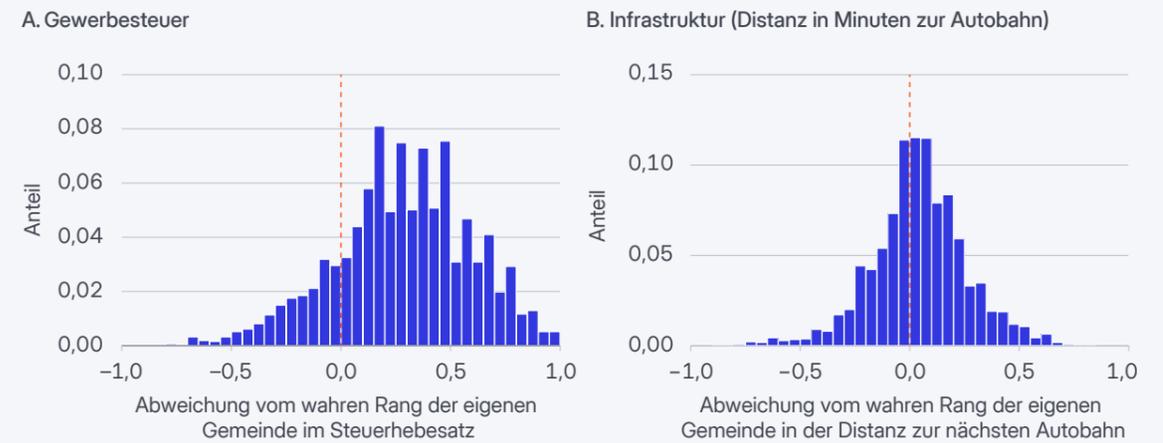
gen wurden zusätzlich für die durchschnittliche Entfernung der Standortgemeinde zur nächstgelegenen Autobahn (in Minuten) gestellt. Danach wurden die Teilnehmenden zufällig einer von vier Versuchsgruppen zugeordnet: drei Treatmentgruppen, die unterschiedliche Informationen erhielten, oder einer Kontrollgruppe, die keine zusätzliche Information erhielt. Die Treatmentgruppen erhielten Angaben über den tatsächlichen Rang ihrer Gemeinde in der gesamtdeutschen Verteilung der Gewerbesteuerhebesätze (Treatmentgruppe STEUERN) oder der Anfahrtszeiten zur nächstgelegenen Autobahn (Treatmentgruppe INFRASTRUKTUR) oder zu beiden Aspekten gleichzeitig (Treatmentgruppe STEUERN-INFRASTRUKTUR). Nach der Informationsbereitstellung wurden die Befragten gebeten, ihre Zufriedenheit mit der Standortkommune auf einer Skala von 0 bis 10 anzugeben. Zudem sollten sie die Wahrscheinlichkeit einschätzen, Investitionen in ihrer eigenen Gemeinde, in benachbarten oder aber in anderen Kommunen inner- und außerhalb Deutschlands zu tätigen. Der Unterschied zwischen der Kontroll- und den jeweiligen Treatmentgruppen ermöglicht Aussagen über den kausalen Effekt von Informationen über die Standortattraktivität auf die Standortwahrnehmung und die Investitionsentscheidungen der Unternehmen. Befragte können unterschiedlich stark auf positive und negative Neuigkeiten zur tatsächlichen Wettbewerbsfähigkeit ihres Standorts reagieren.

Einschätzung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmensstandorts

Unternehmen sind in der Regel gut über die Höhe der lokalen Gewerbesteuer informiert. Dies spiegelt sich in einer geringen Abweichung zwischen der geschätzten und der tatsächlichen Steuerlast gemessen am jeweiligen kommunalen Gewerbesteuerhebesatz in der Standortgemeinde wider. Auch die Einschätzungen zur Entfernung zur nächsten Autobahn sind relativ präzise, wobei eine leichte Tendenz zur Überschätzung erkennbar ist – möglicherweise, weil Befragte zusätzliche Zeitpuffer für Verkehr und Verzögerungen durch Baustellen bei Anfahrtswegen einberechnen. Deutlich größere Fehleinschätzungen zeigen sich jedoch bei der Wahrnehmung der *relativen* Wettbewerbsfähigkeit der Standortbedingungen im Vergleich zu anderen deutschen Gemeinden (vgl. Abb. 1). Die durchschnittliche Fehleinschätzung beim relativen Autobahnzugang liegt nahe null, dennoch schätzt etwa die Hälfte der Befragten das Abschneiden ihrer Gemeinde besser ein, als es tatsächlich der Fall ist. Bei der Gewerbesteuer überschätzen die Unternehmen die steuerliche Wettbewerbsfähigkeit ihrer Gemeinde systematisch um durchschnittlich 28 Prozentpunkte. Fast 80% der Befragten bewerten ihre Gewerbesteuersituation vorteilhafter, als es diese tat-

Abb. 1

Fehleinschätzungen über Wettbewerbsfähigkeit des Standorts^a



^a Fehleinschätzungen hinsichtlich der lokalen Wettbewerbsfähigkeit sind definiert als der Unterschied zwischen dem tatsächlichen und dem wahrgenommenen Perzentil der Gemeinde, in der sich der Hauptsitz befindet, in der Verteilung von: Gewerbesteuerhebesätzen (A) und Autobahnanbindungszeiten (B). Positive (negative) Werte stellen eine Überschätzung (Unterschätzung) der Wettbewerbsfähigkeit dar.
Quelle: Blesse et al. (2025).

© ifo Institut

sächlich ist. Diese Verzerrungen in der Wahrnehmung der Steuer- und Infrastrukturbedingungen verdeutlichen starke individuelle Fehleinschätzungen seitens der Firmenmanager*innen. In beiden Bereichen gibt es Unternehmen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit über- und unterschätzen. Bei der Steuerwettbewerbsfähigkeit ist der Anteil derjenigen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit überschätzen, höher als der Anteil derjenigen, die sie unterschätzen.

Effekte der Informationsbereitstellung zur Wettbewerbsfähigkeit des Standorts

Die Bereitstellung von Informationen zur tatsächlichen Wettbewerbsfähigkeit der jeweiligen Standortgemeinde bezüglich der Gewerbesteuerhebesätze und zur lokalen Erreichbarkeit von Autobahnen führt zu einer deutlichen Anpassung der Standortbewertung durch die befragten Firmenmanager*innen. Dabei zeigt sich ein klares Muster: Die Reaktion auf die neuen Informationen hängt jeweils davon ab, in welche Richtung sie die ursprüngliche Einschätzung des Standorts durch die Unternehmensentscheider*innen korrigieren.

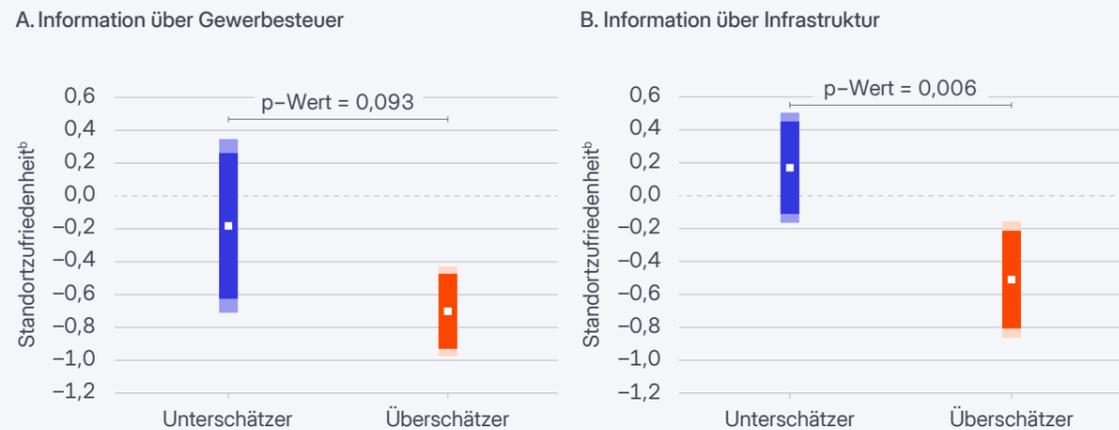
Während positive Informationen zur steuerlichen Wettbewerbsfähigkeit keine messbare Veränderung der Standortzufriedenheit von Unternehmen bewirken, führt die Korrektur einer zu optimistischen Einschätzung zu einem signifikant negativen Effekt auf die unternehmerische

Zufriedenheit vor Ort. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Infrastruktur: Unternehmen, die die Nähe zum nächsten Autobahnanschluss ihrer Gemeinde im Vergleich zum Autobahnzugang anderer deutscher Gemeinden zuvor überschätzt hatten, bewerten ihren Standort nach der Korrektur kritischer. Umgekehrt bleibt die Standortzufriedenheit bei jenen, die ihren Standort zunächst unterschätzt hatten, weitgehend unverändert (vgl. Abb. 2).

Wettbewerbsbezogene kommunale Steuerinformationen beeinflussen sowohl Investitionspläne am Unternehmenssitz als auch in anderen Gemeinden (vgl. Abb. 3 A). Unternehmen, die positive Nachrichten über die Steuerwettbewerbsfähigkeit ihrer Standortgemeinde erhielten, sind signifikant weniger geneigt, anderswo zu investieren. Bei negativen Informationen kehrt sich dieses Muster um – allerdings ist der Gesamteffekt im Vergleich von Treatment- und Kontrollgruppe nicht signifikant. Betrachtet man die Unterschiede zwischen Über- und Unterschätzer*innen innerhalb der Treatmentgruppe, so hat die Informationsbereitstellung sowohl ökonomisch als auch statistisch signifikante Auswirkungen auf Investitionsabsichten am Unternehmensstandort und an alternativen Standorten in Deutschland.

Anders verhält es sich bei der Wettbewerbsfähigkeit zwischen Gemeinden bezüglich der Erreichbarkeit von Autobahnen. Die Information über den Autobahnanschluss des

Abb. 2

Effekt von Informationsbereitstellung auf Zufriedenheit mit Standort^a

^a A und B zeigen die Effekte der Korrektur von Fehleinschätzungen durch Informationstreatments auf die Standortzufriedenheit von Unternehmen. Unterschätzer = positive Korrektur der Wettbewerbsfähigkeit der eigenen Gemeinde; Überschätzer = negative Korrektur. Die Bänder um die Koeffizienten stellen 95% (hellere Farbe) und 90% (dunklere Farbe) Konfidenzintervalle dar.

^b Die abhängige Variable Standortzufriedenheit wird auf einer Skala von 0 bis 10 gemessen.

Quelle: Blesse et al. (2025).

© ifo Institut

Unternehmensstandorts hat keinen signifikanten Einfluss auf Investitionsentscheidungen (vgl. Abb. 3 B). Weder positive noch negative Korrekturen führen zu systematischen Veränderungen. Dies könnte darauf hindeuten, dass Unternehmen Infrastruktur als gegeben hinnehmen und sie kurzfristig eine geringere Rolle für Investitionsentscheidungen spielt als gewerbesteuerliche Rahmenbedingungen.

Nicht alle Unternehmen reagieren jedoch gleichermaßen auf die bereitgestellten Informationen. Besonders Unternehmen in Branchen mit höherer Mobilität (basierend auf Investitionsplänen in der Kontrollgruppe), passen ihre Pläne an, wenn sie über eine bessere Steuerwettbewerbsfähigkeit ihrer Standortgemeinde informiert wurden. Auch Unternehmen, die vor der Informationsbereitstellung eine hohe Zufriedenheit mit dem Einsatz der Steuereinnahmen in ihrer Gemeinde angaben, reagieren besonders stark auf positive Steuerinformationen. Die Hauptergebnisse sind größtenteils von Kapitalgesellschaften getrieben, die die volle Last der Gewerbesteuer zahlen müssen. Personengesellschaften reagieren dagegen weniger stark auf die steuerliche Wettbewerbsfähigkeit ihrer Standortgemeinde bei der Gewerbesteuer. Dies lässt sich möglicherweise damit erklären, dass Personengesellschaften einen Teil der Gewerbesteuer auf die Einkommensteuer anrechnen können.

Die Bereitstellung von Informationen über die gemeinsame Verteilung von Steuern und Autobahnzugang führt nicht zu

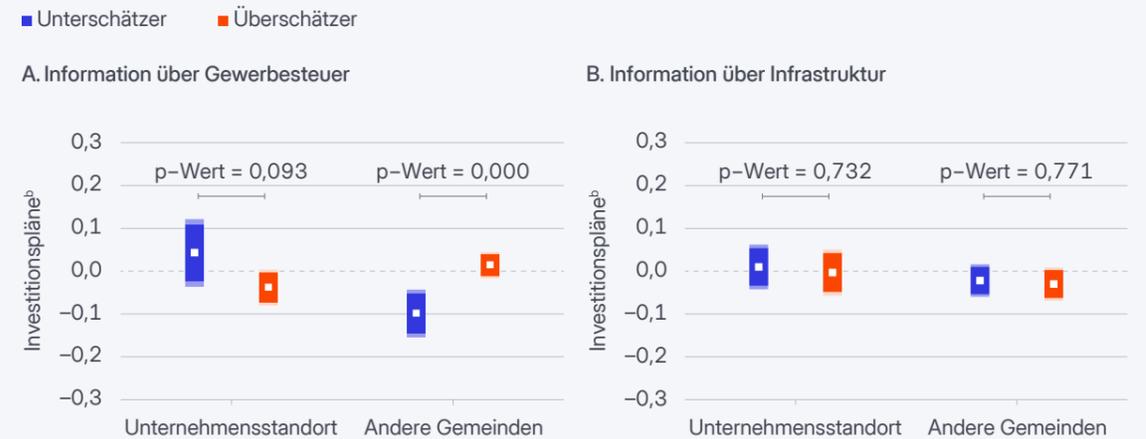
signifikanten Reaktionen (in der STEUERN-INFRASTRUKTUR Gruppe). Dies entspricht der Auffassung, dass Unternehmen lokale Steuern als Preis für die lokale Infrastruktur betrachten.

Interessanterweise führt die Korrektur der Wahrnehmung über die Wettbewerbsfähigkeit der Standortgemeinde nicht zu einer Neubewertung wirtschaftspolitischer Einstellungen durch die Entscheidungsträger*innen in Unternehmen. Weder die Bewertung von regionalen Förderprogrammen noch die Einschätzung für einen angemessenen Gewerbesteuersatz ändern sich durch die neuen Informationen zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmensstandorts auf kommunaler Ebene. Dies deutet darauf hin, dass Unternehmen zwar betriebswirtschaftliche Entscheidungen wie Investitionen auf Basis neuer Standortinformationen wie der steuerlichen Wettbewerbsfähigkeit am Standort treffen, wirtschaftspolitische Maßnahmen jedoch nicht unmittelbar anders bewerten.

Fazit

Die Studie untersucht, wie Unternehmen die Wettbewerbsfähigkeit ihres Standorts im Vergleich zu anderen deutschen Gemeinden einschätzen und wie diese Wahrnehmungen ihre Investitionsabsichten im kommunalen Standortwettbewerb beeinflussen. Die Ergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen ihren Standort, insbesondere in

Abb. 3

Effekt von Informationsbereitstellung auf Investitionspläne^a

^a A und B zeigen die Effekte der Korrektur von Fehleinschätzungen durch Informationstreatments auf die Investitionspläne von Unternehmen. Die Bänder um die Koeffizienten stellen 95% (hellere Farbe) und 90% (dunklere Farbe) Konfidenzintervalle dar. ^b Die abhängige Variable (Investitionen am Unternehmensstandort oder Investitionen in anderen Gemeinden) wird hier jeweils auf einer Skala von 0 bis 1 gemessen.

Quelle: Blesse et al. (2025).

© ifo Institut

Bezug auf die Gewerbesteuer, überschätzen und somit die relative Steuerlast zu optimistisch bewerten. Durch gezielte, zufällige Informationsbereitstellung kann die Studie nachweisen, dass diese Fehleinschätzungen sowohl die Standortzufriedenheit als auch Investitionspläne von Unternehmen beeinflussen. Unternehmen, die erfahren, dass ihre Gemeinde weniger wettbewerbsfähig ist als angenommen, sind weniger zufrieden mit ihrem Standort. Besonders im Bereich der Wettbewerbsfähigkeit zwischen Kommunen bezüglich der Gewerbesteuer zeigen sich asymmetrische Effekte: Während positive Informationen zur Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Standorts die unternehmerische Investitionsbereitschaft in anderen Gemeinden senken, haben negative Informationen kaum Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit, außerhalb des Unternehmensstandorts zu investieren. Insgesamt bevorzugen die meisten Unternehmen auch bei Information über die Wettbewerbsbedingungen in der Standortkommune weiterhin Investitionen am Heimatstandort – ein Hinweis auf einen ausgeprägten *Home Bias* bereits etablierter Unternehmen. Dies könnte auf hohe Anpassungskosten zurückzuführen sein, etwa durch Herausforderungen bei der Verlagerung qualifizierter Arbeitskräfte oder die Notwendigkeit, bestehende Netzwerke aufrechtzuerhalten. Auch Unsicherheiten über die langfristige Wirtschaftspolitik an potenziellen neuen Standortgemeinden könnten eine Rolle spielen. •

Referenzen

Bischof, J., P. Doerrenberg, D. Rostam-Afschar, D. Simons, und J. Voget (2024), „The German Business Panel: Firm-Level Data for Accounting and Taxation Research“, *European Accounting Review*, 1–29.

Blesse, S., F. Buhlmann, P. Heil und D. Rostam-Afschar (2025), „Local Policy Misperceptions and Investment: Experimental Evidence from Firm Decision Makers“, CESifo Working Paper No. 11855.

Fretz, S., R. Parchet und F. Robert-Nicoud (2022), „Highways, Market Access and Spatial Sorting“, *The Economic Journal* 132(643), 1011–1036.

Holl, A. (2016), „Highways and Productivity in Manufacturing Firms“, *Journal of Urban Economics* 93, 131–151.

Langenmayr, D. und M. Simmler (2024), „Expectations about Future Tax Rates and Firm Entry“, *Journal of Urban Economics* 142, 103666.

Link, S., M. Menkhoff, A. Peichl und P. Schüle (2024), „Downward Revision of Investment Decisions after Corporate Tax Hikes“, *American Economic Journal: Economic Policy* 16(4), 194–222.

Riedel, N., M. Simmler und C. Wittrock (2020), „Local Fiscal Policies and Their Impact on the Number and Spatial Distribution of New Firms“, *Regional Science and Urban Economics* 83, 103525.