



# Unternehmensbefragung Stadt Trier

(Frühjahr 2022)

## Auswertungsbericht

**Auftraggeberin:**

Stadt Trier,  
Wirtschaftsförderung  
Christiane Luxem  
Iris Sprave  
Christopher Paulus

**Bearbeiter:**

Dr. Paul Werner  
Christian Worm  
Michael Hauschild



**Stadtverwaltung Trier**

**Amt für Wirtschaftsförderung**

Am Augustinerhof | 54290 Trier  
Tel.: +49 651 718-1839 Fax: +49 651 718-4100  
wirtschaftsfoerderung@trier.de www.trier.de



**GEFAK**

**Gesellschaft für angewandte Kommunalforschung mbH**

Ockershäuser Allee 40b | 35037 Marburg  
Tel.: +49 6421 1728-0 Fax: +49 6421 1728-28  
info@gefak.de www.gefak.de

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>3</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>3</b>
<b>1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung</b>	<b>4</b>
1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung	4
1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz	5
<b>2 Struktur der befragten Unternehmen</b>	<b>7</b>
2.1 Wirtschaftsbereiche	7
2.2 Kompetenzfelder	9
<b>3 Standortbewertung der Unternehmen</b>	<b>10</b>
3.1 Standortzufriedenheit in der Stadt Trier	10
3.1.1 Absolute Nennungen für die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren	12
3.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren in der Stadt Trier	13
3.2.1 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren	14
3.2.2 Standortstärken und -schwächen in der Stadt Trier	15
3.3 Standortzufriedenheit im Vergleich	16
3.3.1 Standortzufriedenheit im Zeitvergleich	16
3.3.2 Standortzufriedenheit im regionalen Vergleich	17
<b>4 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf</b>	<b>21</b>
4.1 Zur Beschäftigtenstruktur	21
4.2 Arbeitskräftebedarf	22
4.3 Stellenbesetzungsprobleme	23
4.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung	26
<b>5 Regionale Vernetzung</b>	<b>29</b>
5.1 (Hoch-)Schulkooperationen	29
5.2 Unternehmenskooperationen	30
<b>6 Auswirkungen der Pandemie und Entwicklungspläne</b>	<b>31</b>
6.1 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Betriebe	31
6.2 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Umsatz	32
6.3 Digitalisierung in den Betrieben	34
6.4 Entwicklungspläne der Unternehmen	35
6.5 Flächenbedarf	36
<b>7 Handlungsempfehlungen</b>	<b>38</b>
7.1 Handlungsfeld Fachkräfte	38
7.2 Handlungsfeld Wohn- und Gewerbeflächen	42
7.3 Handlungsfeld digitale Infrastruktur	44
7.4 Handlungsfeld Mobilität	46
7.5 Weitere Maßnahmen (konkrete Bedarfe)	47
7.6 Kein Start bei „Null“ – bestehende Aktivitäten der Wirtschaftsförderung	48
7.6.1 Maßnahmen der Wirtschaftsförderung zu Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf	48
7.6.2 Maßnahmen der Wirtschaftsförderung zum Handlungsfeld „digitale Infrastruktur“	50
<b>8 Anhang</b>	<b>52</b>
8.1 Anschreiben	52
8.2 Fragebogen	53
8.3 Workshop-Dokumentationen	57

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik	8
Abbildung 2	Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern	9
Abbildung 3	Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte)	10
Abbildung 4	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)	11
Abbildung 5	Zufriedenheit mit den Standortfaktoren	12
Abbildung 6	Wichtigkeit der Standortfaktoren	13
Abbildung 7	Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte)	14
Abbildung 8	Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)	15
Abbildung 9	Standortzufriedenheit 2019 und heute – alle Betriebe	16
Abbildung 10	Lage der Vergleichsregionen	17
Abbildung 11	Standortbewertung im regionalen Vergleich: Ludwigsburg	18
Abbildung 12	Standortbewertung im regionalen Vergleich: Aschaffenburg	19
Abbildung 13	Standortbewertung im regionalen Vergleich: Villingen-Schwenningen	20
Abbildung 14	Betriebe mit Arbeitskräftebedarf	22
Abbildung 15	Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung	23
Abbildung 16	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften	24
Abbildung 17	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden	24
Abbildung 18	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Angelernten	25
Abbildung 19	Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Akademikern	25
Abbildung 20	Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung	26
Abbildung 21	Betriebe, die Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung haben	27
Abbildung 22	Kommunikationskanäle der Unternehmen	28
Abbildung 23	Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial	30
Abbildung 24	Konkrete Auswirkungen der Corona-Krise	31
Abbildung 25	Umsatzentwicklungen während der Corona-Krise	32
Abbildung 26	Umsatzerhöhung während der Corona-Krise	32
Abbildung 27	Umsatzrückgang während der Corona-Krise	33
Abbildung 28	Aussagen zum mobilen Arbeiten	33
Abbildung 29	Digitalisierungsherausforderungen	34
Abbildung 30	Bestehende und benötigte Bandbreite	34
Abbildung 31	Unternehmensplanungen bis 2025	35
Abbildung 32	Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf	36
Abbildung 33	Lage der Betriebe mit Kinderbetreuung	40
Abbildung 34	Ideensammlung zum Thema Fachkräfte (Workshop mit Unternehmern)	41
Abbildung 35	Lage der Betriebe, die die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen (sehr) schlecht bewerten	42
<b>Abbildung 36</b>	<b>Ideensammlung zum Thema Gewerbeflächen (Workshop mit Unternehmern)</b>	<b>43</b>
Abbildung 37	Lage der Betriebe, die ihre Breitbandversorgung (sehr) schlecht bewerten	45
Abbildung 38	Lage der Betriebe, die die Mobilfunkversorgung (sehr) schlecht bewerten	45
Abbildung 39	Lage der Betriebe, die den ÖPNV (sehr) schlecht bewerten	46

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Rücklauf nach Betriebsgröße	5
Tabelle 2	Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen	7
Tabelle 3	Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen	21
Tabelle 4	Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate	22
Tabelle 5	Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf	36
Tabelle 6	Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf Zeitpunkt	37

# 1 Hintergrund, Ziele und Methodik der Untersuchung

## 1.1 Hintergrund, Ziele und Themen der Befragung

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Trier hat sich in den vergangenen drei Jahren strategisch und organisatorisch neu ausgerichtet. Ziel des Prozesses ist es, durch innovative Konzepte und Ideen, Triers Wirtschaft zukunftsorientiert aufzustellen. So geben schon jetzt Formate wie Hackathons und die Veranstaltungsreihe „Go-Digital“ Impulse, um den Wirtschaftsstandort Trier im Bereich Digitalisierung weiterzuentwickeln und Start-ups aktiv zu unterstützen. Erste wichtige Schritte in eine wirtschaftlich erfolgreiche Zukunft sind damit getan.

Die Unternehmensbefragung der Stadt Trier vom Frühjahr 2022 (beauftragt von der Wirtschaftsförderung) sollte einer großen Anzahl von in Trier ansässigen Unternehmen, die Möglichkeit bieten, durch die Bearbeitung der Fragebögen "von Betroffenen zu Beteiligten" zu werden. Dieser Ansatz wird durch die erfolgte Unternehmensbefragung unter Berücksichtigung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie (Coronavirus SARS-CoV-2), die nach wie vor auch die lokale Wirtschaft stark beeinflusst, weiterverfolgt und um den Aspekt der effizienten und zielorientierten Steuerung zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Trier ergänzt. So sollen aktualisierte Standortbewertungen Trierer Unternehmen, deren Zukunftsplanungen mit hieraus entstehenden Erwartungen und Bedarfen helfen, die künftige Arbeit der Stadtverwaltung Trier – insbesondere der Wirtschaftsförderung Trier mit ihrem Unternehmensservice – strategisch noch besser auszurichten. Die Befragung zielte auf folgende Handlungsfelder der Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung:

**Standortanalyse:** Bewertung der allgemeinen Standortzufriedenheit, aber auch einzelner Standortbedingungen. Dabei wurde die Zufriedenheit in Korrelation zur Wichtigkeit der jeweiligen Standortfaktoren betrachtet. Relevante Daten aus den früheren Befragungen wurden fortgeschrieben.

**Fachkräftesicherung:** Ermittlung des Bedarfs an Fachkräften, bestehender und künftiger Stellenbesetzungsprobleme, der Betroffenheit vom Fachkräftemangel sowie vorhandener bzw. geplanter Maßnahmen zur Begrenzung des Fachkräftemangels.

**Regionale Entwicklungsstrategie:** Ermittlung der Ausgangslage und der Erwartungen der Wirtschaft in Bezug auf weitere Zukunftsthemen (Kompetenzfelder, Kooperationspotenziale/Netzwerke, Auswirkungen der Corona-Pandemie, Digitalisierung/Mobiles Arbeiten, Flächenbedarfe etc.).

**Kontaktmanagement:** Ausbau und Aktualisierung des bereits vorhandenen Datenbestandes für die zielgruppengerechte – und datenschutzkonforme – Ansprache der Unternehmen.

Mit einem von Oberbürgermeister und Wirtschaftsförderung unterzeichneten Schreiben (siehe Anhang 8.1) wurden die Betriebe Anfang Februar 2022 zur Beantwortung des Fragebogens (siehe Anhang 8.2) eingeladen. Nicht persönlich angeschriebenen Betrieben wurde über die Presse angeboten, sich ebenfalls an der Befragung zu beteiligen. Die Befragung wurde am 14.04.2022 als Online-Variante abgeschaltet.

Um die praktische Verwertbarkeit der Befragungsergebnisse zu gewährleisten, wurde die Befragung in nicht-anonymisierter Form durchgeführt. Im Anschluss an die Befragung wurden die Befragungsergebnisse mit allen einzelbetrieblich zur Verfügung stehenden Informationen aufbereitet und an die Wirtschaftsförderung Trier übergeben. Damit verfügt die Wirtschaftsförderung nun – über die statistischen Auswertungen hinaus – über eine aktuelle und umfassende Datengrundlage für die tägliche Arbeit. Somit ist gewährleistet, dass die mit der Befragung verbundenen strategischen Ziele auch im Rahmen der operativen Wirtschaftsförderung weiterverfolgt und im vertieften Dialog mit den Betrieben konkretisiert werden können.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse der Befragung dargestellt und einer ersten Analyse unterzogen. Die GEFAK hat in jüngster Vergangenheit ähnliche Untersuchungen durchgeführt, unter anderem in den Städten Ingolstadt, Ludwigsburg und Villingen-Schwenningen. Aufgrund der inhaltlichen Überschneidungen und der identischen Methodik werden die Ergebnisse dieser Befragungen zur Interpretation einzelner Aspekte herangezogen.

## 1.2 Zielgruppe der Befragung und Resonanz

Der Wirtschaftsförderung war es wichtig, möglichst viele relevante Betriebe zu erreichen. Deshalb wurden alle Unternehmensdatensätze mit gesicherten Adressen im Stadtgebiet genutzt. Im Ergebnis wurden 973 Betriebe angeschrieben, von denen 912 zustellbar waren, was für eine gute Qualität des Ausgangsdatenbestandes spricht. Bis zum Redaktionsschluss für die statistische Auswertung haben 261 Betriebe einen Fragebogen ausgefüllt. Das entspricht einer für diese Art von Befragungen guten Rücklaufquote von rund 28,6 Prozent. Knapp zwei Drittel der Fragebögen wurden über das Internet ausgefüllt.

Wenn sich im Folgenden bei der Darstellung der Ergebnisse zu einzelnen Fragen niedrigere Summen als 261 Betriebe ergeben, dann ist dies darauf zurückzuführen, dass nicht jedes Unternehmen alle Fragen vollständig bzw. eindeutig beantwortet hat.

Über 40 Prozent der Fragebögen (43,3 %) stammen von Kleinbetrieben mit weniger als zehn Beschäftigten und weitere 18 Prozent von Betrieben mit zehn bis unter 20 Beschäftigten. Zusammen kommen demnach knapp 62 Prozent der Antworten von Betrieben mit weniger als 20 Beschäftigten. Die 21 Betriebe mit mindestens 100 Beschäftigten haben einen Anteil am Rücklauf von acht Prozent.

**Tabelle 1** Rücklauf nach Betriebsgröße

Betriebsgröße*	Rücklauf	
	Unternehmen	Anteil
1 - 4 Beschäftigte	49	18,8 %
5 - 9 Beschäftigte	64	24,5 %
10 - 19 Beschäftigte	48	18,4 %
20 - 49 Beschäftigte	37	14,2 %
50 - 99 Beschäftigte	20	7,7 %
100 und mehr Beschäftigte	21	8,0 %
Ohne Angabe	22	8,4 %
<b>Summe</b>	<b>261</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: Unternehmensbefragungen Stadt Trier 2022

\*Beschäftigte am Standort

Die mit dieser Befragung erreichten Betriebe hatten zum 31.12.2021 insgesamt 13.466 Beschäftigte am angeschriebenen Standort in Trier. Die Bundesagentur für Arbeit weist für die Stadt Trier zum 30.9.2021 rund 56.285 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort aus. Damit beziehen sich die Ergebnisse der Unternehmensbefragung auf fast jeden vierten Arbeitsplatz in der Stadt. Die Mitwirkung der 21

Großbetriebe mit mindestens 100 Beschäftigten signalisiert, dass auch diese für die Region wichtigen Arbeitgeber am Dialog zur strategischen Weiterentwicklung ihrer Stadt als Wirtschaftsstandort interessiert sind.

## 2 Struktur der befragten Unternehmen

### 2.1 Wirtschaftsbereiche

Aus der Zuordnung der antwortenden Betriebe zu einem Unternehmensschwerpunkt lassen sich Aussagen über das Gewicht der Wirtschaftsbereiche an den Befragungsergebnissen ableiten. Bezogen auf die antwortenden Unternehmen hat die Dienstleistung mit 51 Prozent den größten Anteil am Rücklauf. Es folgen das Handwerk mit 16 und der Einzelhandel mit rund 14 Prozent. Alle anderen Wirtschaftsbereiche liegen deutlich unter zehn Prozent (vgl. Tabelle 2).

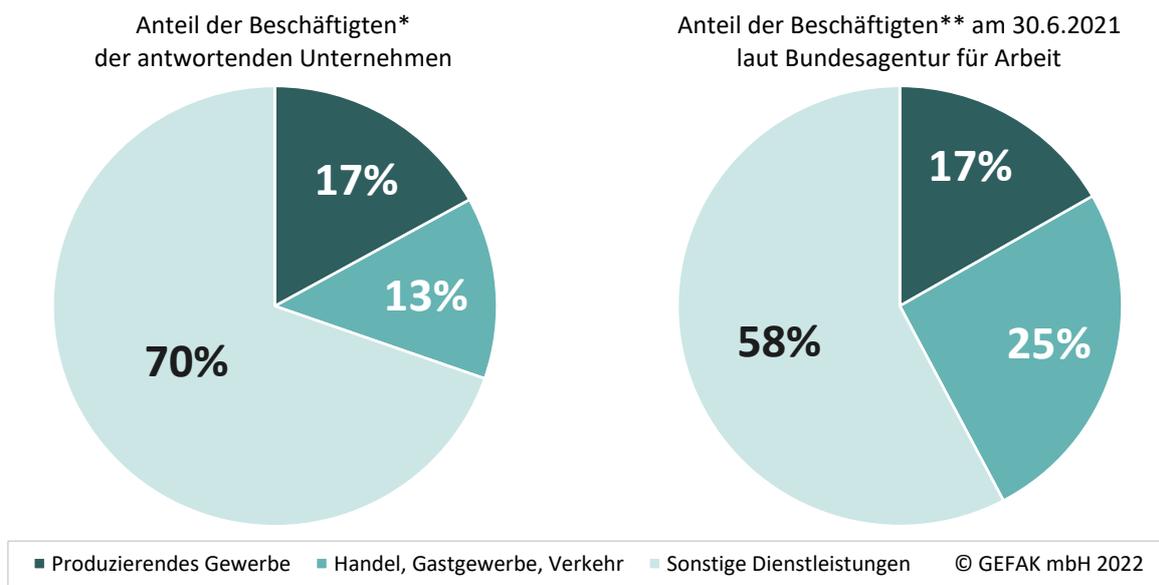
**Tabelle 2** Unternehmensschwerpunkt der befragten Unternehmen

Sektor	Unternehmen	
	Anzahl	Anteil
Industrie/Produktion	17	6,5 %
Handwerk	41	15,7 %
Einzelhandel	36	13,8 %
Großhandel	16	6,1 %
Dienstleistung	132	50,6 %
Bauen/Immobilien	7	2,7 %
Verkehr/Transport/Logistik	8	3,1 %
Hotellerie/Gastronomie	4	1,5 %
<b>Summe</b>	<b>261</b>	<b>100,0 %</b>

Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 261)

Fasst man die acht abgefragten Unternehmensschwerpunkte zu den drei großen Wirtschaftsbereichen der amtlichen Statistik Produzierendes Gewerbe, Handel/Gastgewerbe/Verkehr sowie Sonstige Dienstleistungen zusammen und wertet für diese den Anteil der Beschäftigten (am Standort) der antwortenden Unternehmen aus, so zeigt sich, dass die Sonstigen Dienstleistungen mit 70 Prozent an der Befragung deutlich zu Lasten von Handel, Gastgewerbe und Verkehr überrepräsentiert sind. (Abbildung 1).

**Abbildung 1** Beschäftigte nach Wirtschaftsbereichen – Vergleich des Rücklaufs der Befragung mit der amtlichen Statistik



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 239) & Bundesagentur für Arbeit

\* Unternehmensschwerpunkte und Beschäftigte am Standort

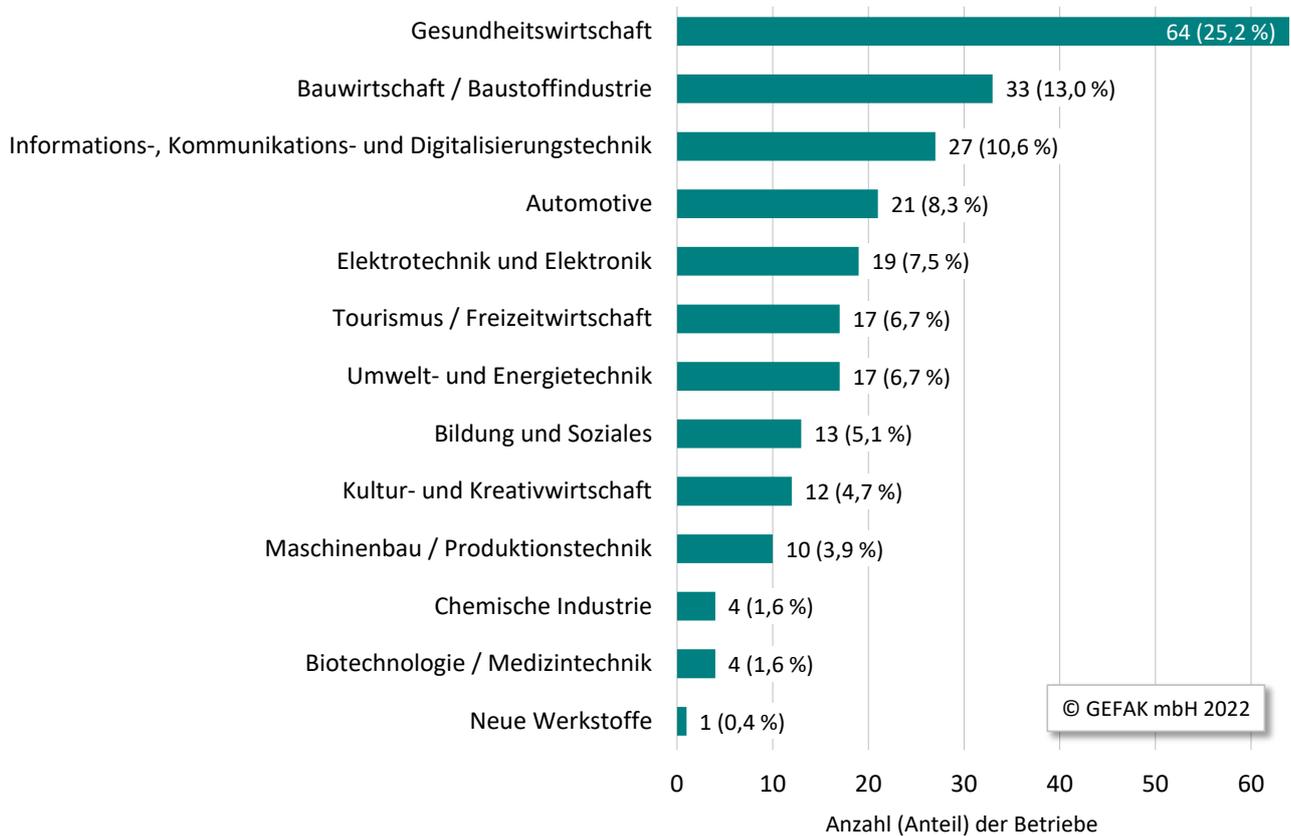
\*\* nur sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

## 2.2 Kompetenzfelder

Zur Ermittlung der regionalen Kompetenzstruktur wurden die Unternehmen gebeten, sich zu 17 ausgewählten Branchen bzw. Technologiefeldern zuzuordnen, wobei Mehrfachzuordnungen möglich waren. Diese Zuordnung ist für die Wirtschaftsförderung deshalb von Interesse, weil sie nicht der üblichen Einordnung eines Unternehmens zu einem Wirtschaftszweig entspricht (z.B. Maschinenbau oder Architektur- und Ingenieurbüro), denn diese sagt oftmals wenig über die fachliche Ausrichtung des Unternehmens aus. Die hier vorgenommene Zuordnung ermöglicht demgegenüber einen Einblick in bestehende – oder aber auch potenzielle – Bausteine einer Wertschöpfungskette innerhalb der Stadt bzw. der Region.

Mit 64 Nennungen wird die Gesundheitswirtschaft am häufigsten genannt, gefolgt von der Bauwirtschaft (33) sowie der IuK- und Digitalisierungstechnik (27). Alle weiteren Kompetenzfelder haben zum Teil deutlich weniger als 25 Nennungen (vgl. Abbildung 2).

**Abbildung 2** Zuordnung der Unternehmen zu Kompetenzfeldern



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 254; Mehrfachantworten)

## 3 Standortbewertung der Unternehmen

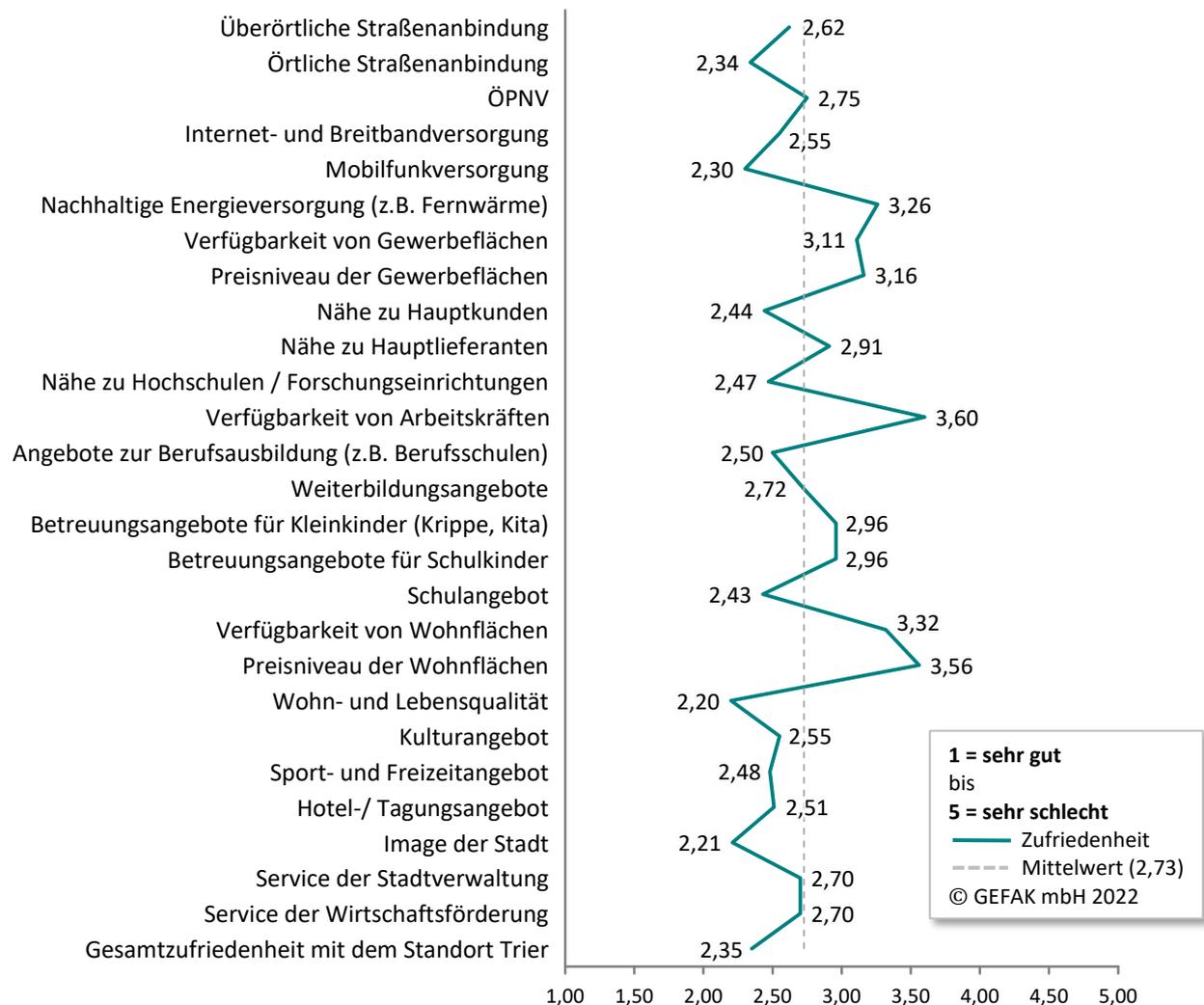
### 3.1 Standortzufriedenheit in der Stadt Trier

Zur Bewertung der Stadt Trier als Wirtschaftsstandort wurden die Betriebe gebeten, ihre Einschätzung zu 26 einzelnen Standortfaktoren auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht) abzugeben. Die Mittelwerte dieser Noten schwanken je nach Standortfaktor zwischen 2,2 und 3,6. Damit verfügt die Stadt über ausgeprägte Standortstärken – aber auch -schwächen. Die Gesamtzufriedenheit mit dem Standort wird mit 2,35 als gut bewertet.

Die besten Werte aller abgefragten Standortfaktoren erhalten die Wohn- und Lebensqualität und das Image der Stadt mit je 2,2. Es folgen die Mobilfunkversorgung sowie die örtliche Straßenanbindung mit jeweils 2,3.

Am kritischsten werden die Verfügbarkeit von Arbeitskräften und das Preisniveau der Wohnflächen mit je 3,6 sowie die Verfügbarkeit von Wohnflächen und die Nachhaltige Energieversorgung (z.B. Fernwärme) mit je 3,3 bewertet. Es folgen das Preisniveau und die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen mit 3,2 bzw. 3,1. Die übrigen Standortfaktoren erhalten Bewertungen zwischen 2,3 und 3 (vgl. Abbildung 3)

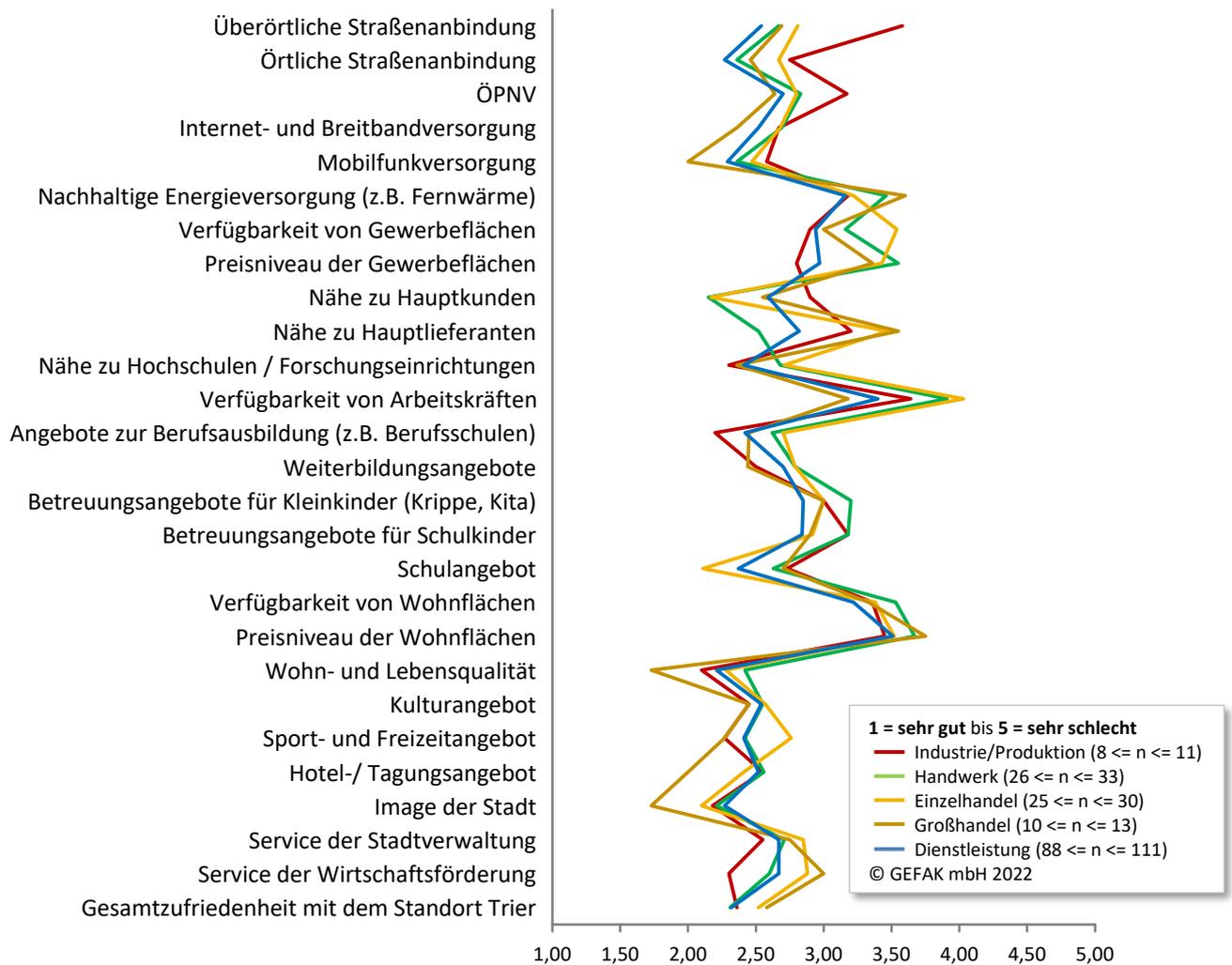
**Abbildung 3** Zufriedenheit der Betriebe mit den Standortfaktoren (Mittelwerte)



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (181 ≤ n ≤ 234)

Eine nach den Wirtschaftsbereichen differenzierte Betrachtung zeigt bei vielen Standortfaktoren eine weitgehende Übereinstimmung (vgl. Abbildung 4). Auffällig ist die geringere Zufriedenheit der Betriebe aus der Industrie/Produktion mit den Standortfaktoren zum Thema Mobilität (Überörtliche und örtliche Straßenanbindung sowie ÖPNV). Zudem bewerteten Betriebe aus dem Bereich Großhandel die Mobilfunkversorgung, die Wohn- und Lebensqualität sowie das Image der Stadt signifikant besser als die anderen Sektoren. Beim wichtigen Standortfaktor Arbeitskräfte fallen die Bewertungen des Einzelhandels am schlechtesten, die des Großhandels hingegen am besten aus. Mit den Serviceleistungen der Wirtschaftsförderung zeigt sich die Industrie deutlich zufriedener als die anderen Wirtschaftsbereiche.

**Abbildung 4** Zufriedenheit mit den Standortfaktoren nach Wirtschaftsbereichen (Mittelwerte)

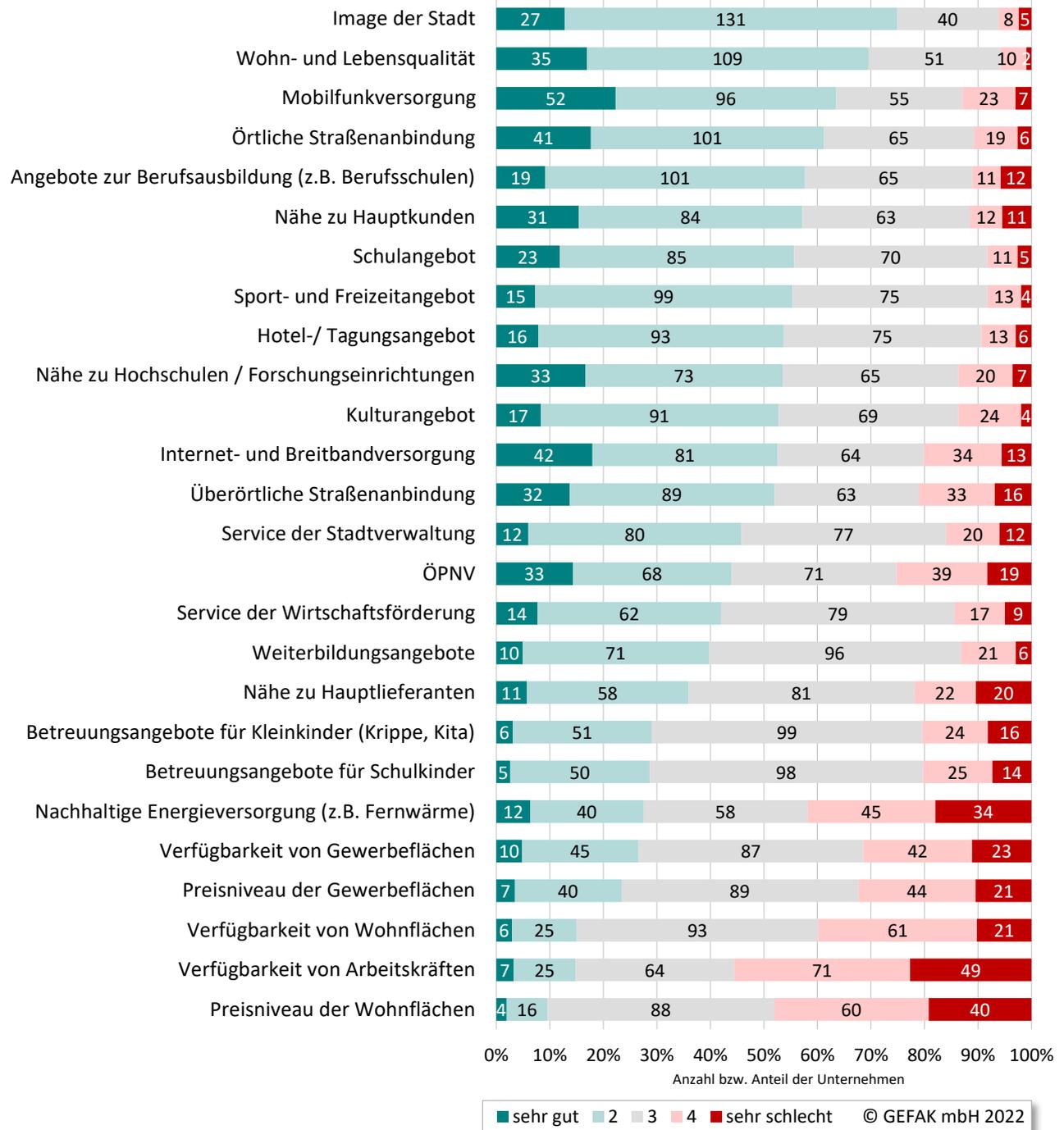


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022  
wegen zu geringer Fallzahlen ohne die Wirtschaftsbereiche Bauen/Immobilien (6 <= n <= 7), Verkehr/Transport/Logistik (5 <= n <= 8) und Hotellerie/Gastronomie (3 <= n <= 4)

### 3.1.1 Absolute Nennungen für die Zufriedenheit mit den Standortfaktoren

Neben der Betrachtung der Mittelwerte ist es sinnvoll, auch die Anzahl der absoluten Nennungen zu beachten, um die für einzelne Unternehmen besonders kritischen Standortfaktoren erkennen zu können. Die Befragungsergebnisse stehen der Wirtschaftsförderung einzelbetrieblich zur Verfügung. Dadurch ist es möglich, unzufriedene Unternehmen zu identifizieren und gezielt anzusprechen (vgl. Abbildung 5).

**Abbildung 5** Zufriedenheit mit den Standortfaktoren

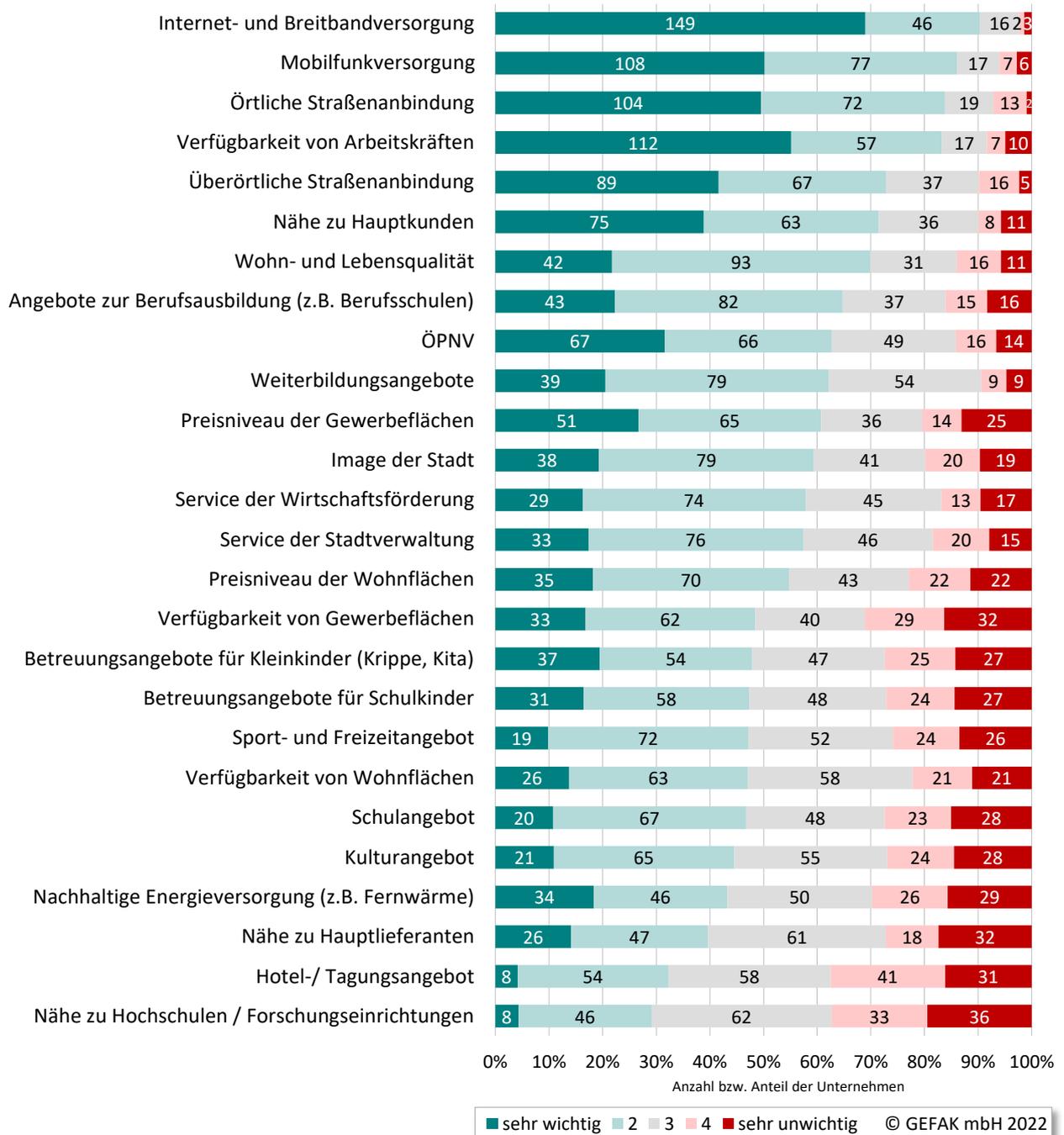


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (181 ≤ n ≤ 234) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

### 3.2 Wichtigkeit der Standortfaktoren in der Stadt Trier

Ob die (Un-)Zufriedenheit der Betriebe mit einem Standortfaktor Konsequenzen für die Wirtschaftsförderung bzw. Stadtentwicklungsplanung haben sollte, hängt nicht zuletzt davon ab, wie wichtig dieser Standortfaktor für die Betriebe ist. Abbildung 6 zeigt, dass die wichtigsten Standortfaktoren die Internet-/Breitband- und Mobilfunkversorgung ist, gefolgt von der örtlichen Straßenanbindung. Erst danach folgt die Verfügbarkeit von Arbeitskräften an vierter Stelle.

**Abbildung 6** Wichtigkeit der Standortfaktoren

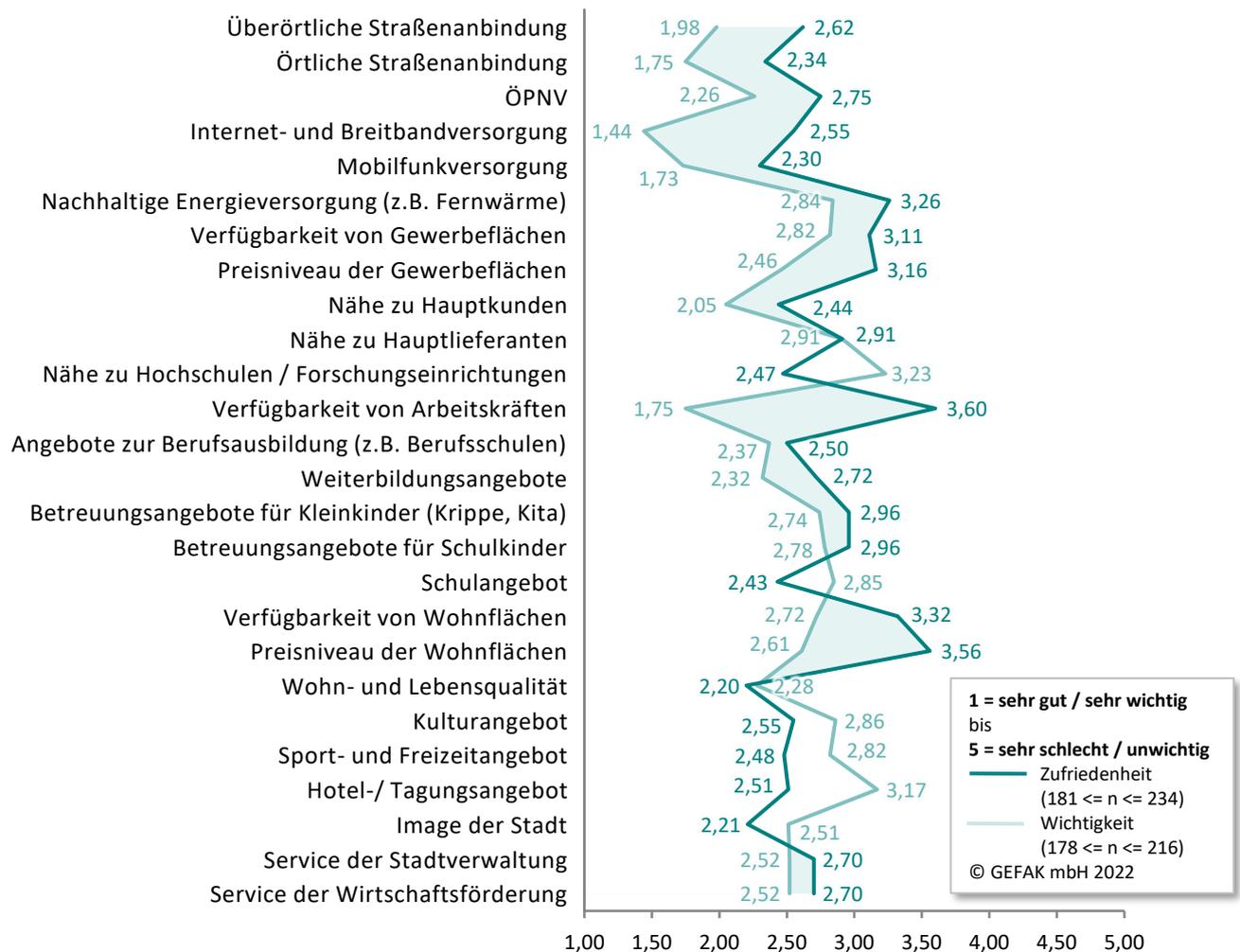


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (178 <= n <= 216) – Sortierung nach Summe aus 1 + 2

### 3.2.1 Gegenüberstellung von Zufriedenheit und Wichtigkeit der Standortfaktoren

Eine Gegenüberstellung der Wichtigkeit mit den Zufriedenheitswerten der Standortfaktoren (vgl. Abbildung 7) zeigt, dass es bei einigen Faktoren eine große Diskrepanz zwischen ihrer Bedeutung und der Zufriedenheit gibt. Bei den Standortfaktoren, wo die Wichtigkeit deutlich „höher“ ist als die Zufriedenheit, ist ein Handlungsbedarf zu vermuten. Das trifft sehr deutlich für die Verfügbarkeit von Arbeitskräften sowie die Mobilfunk- und Breitbandversorgung zu. Weniger, aber immer noch signifikant ausgeprägt ist die Diskrepanz bei den Standortfaktoren der Mobilität sowie jeweils bei der Verfügbarkeit und dem Preisniveau der Gewerbe- und Wohnflächen. Nachgelagerte Handlungsfelder ergeben sich aus den Bewertungen der Nachhaltigen Energieversorgung, der Nähe zu Hauptkunden und den Weiterbildungsangeboten. Für den Standortfaktor Nachhaltige Energieversorgung ist anzunehmen, dass dieser aufgrund des kurz nach der Befragung gestarteten Angriffskrieges Russlands gegen die Ukraine aktuell deutlich wichtiger für die Betriebe ausfällt, als die Grafik vermuten lässt.

**Abbildung 7** Bewertung der Standortfaktoren und deren Wichtigkeit (Mittelwerte)



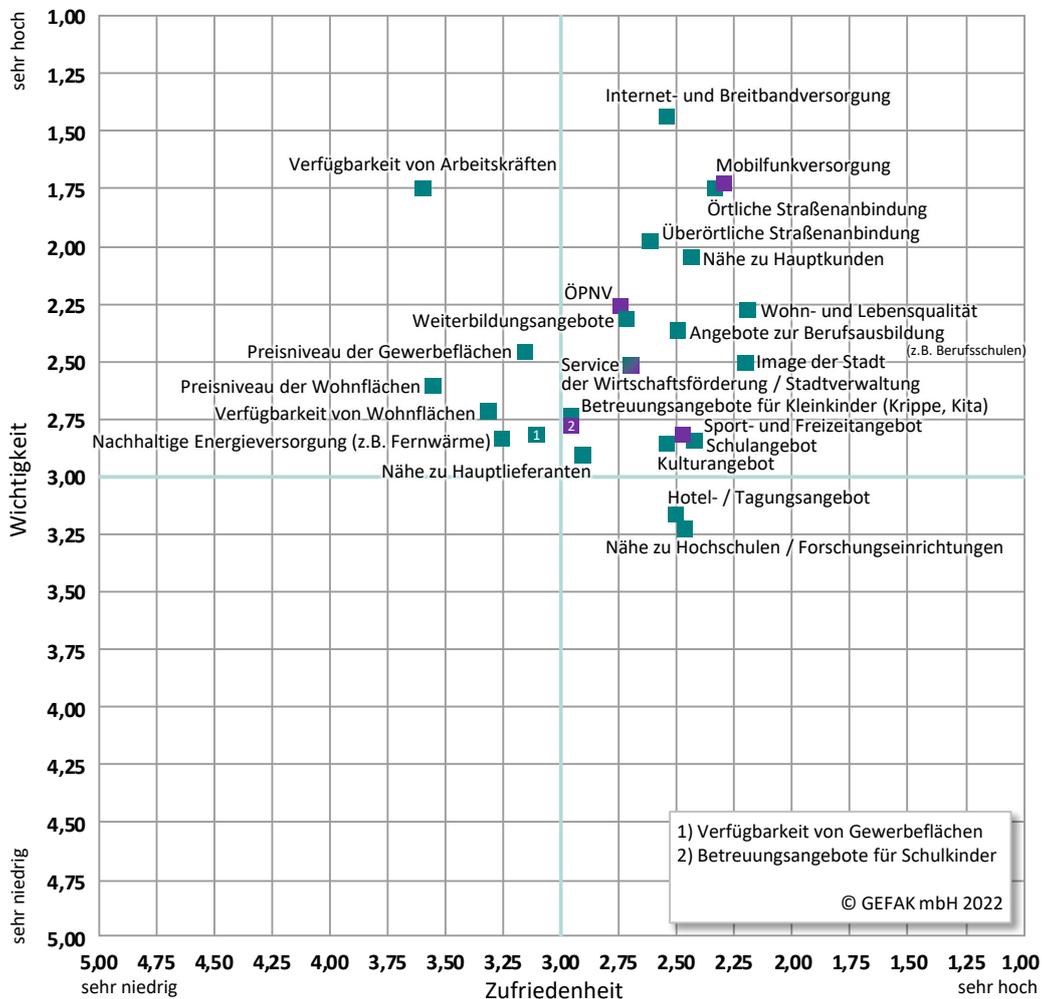
Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022

### 3.2.2 Standortstärken und -schwächen in der Stadt Trier

In Abbildung 8 sind Zufriedenheit und Wichtigkeit in anderer Weise dargestellt. In der oberen Hälfte stehen die wichtigeren Standortfaktoren. Dabei ist im linken oberen Quadranten (wichtig/geringere Zufriedenheit) die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften als die größte Herausforderung für die Weiterentwicklung des Landkreises als Wirtschaftsstandort zu erkennen. Ansonsten beinhaltet dieser Quadrant noch das Thema Wohn- und Gewerbeflächen sowie den öffentlichen Nahverkehr.

Der rechte obere Quadrant zeigt mit der Mobilfunk- und Breitbandversorgung, der Straßenanbindung (örtlich und überörtlich), der Nähe zu Hauptkunden sowie der Wohn- und Lebensqualität die Standortstärken der Stadt, die aufgrund ihrer großen Bedeutung – trotz guter Zufriedenheitswerte – kontinuierlich bearbeitet werden sollten.

**Abbildung 8** Standortfaktoren: Zufriedenheit und Wichtigkeit (Mittelwerte)



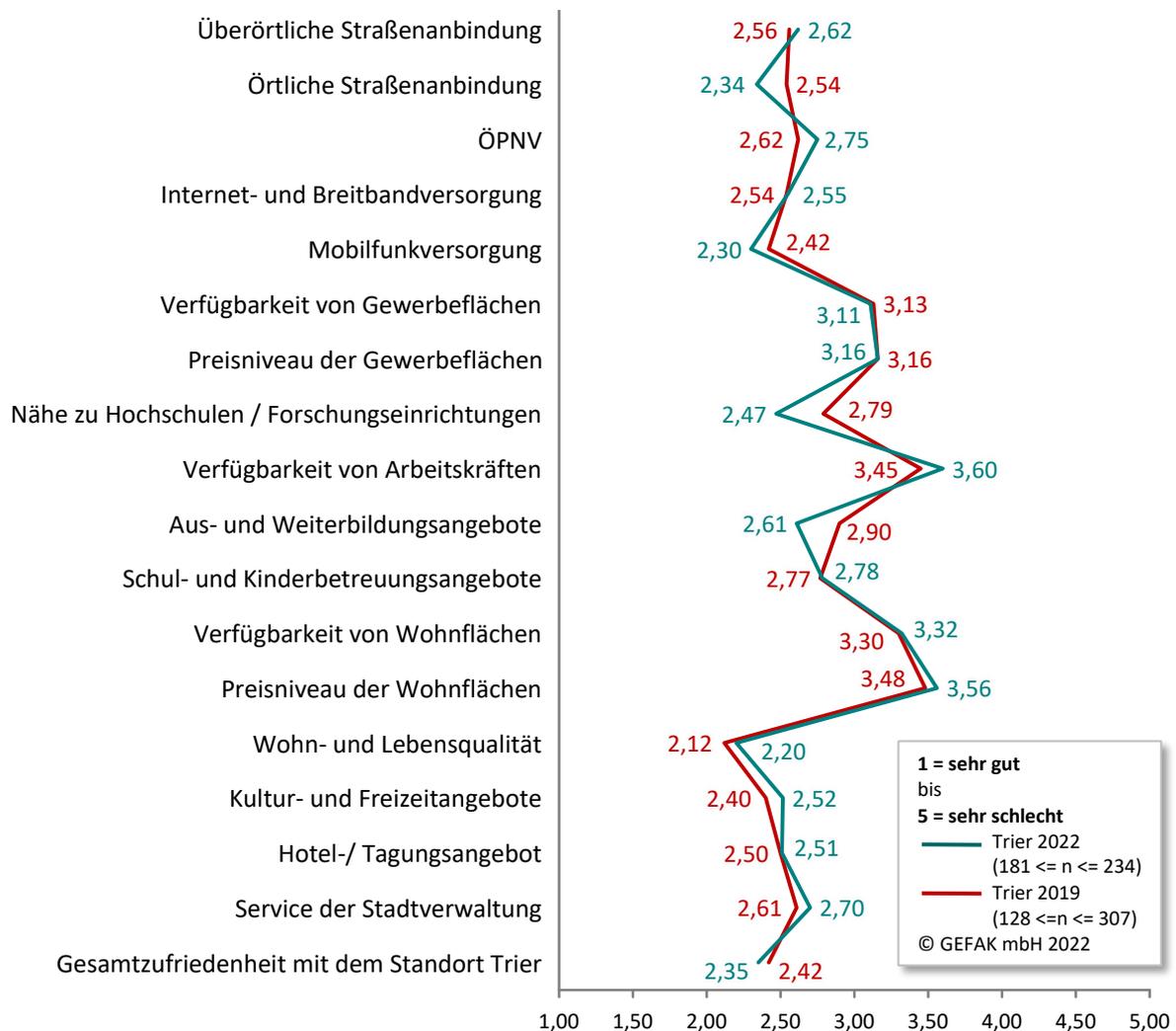
Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (181 ≤ n ≤ 234 für die Zufriedenheit und 178 ≤ n ≤ 216 für die Wichtigkeit)

### 3.3 Standortzufriedenheit im Vergleich

#### 3.3.1 Standortzufriedenheit im Zeitvergleich

Abbildung 9 zeigt, wie sich seit der Befragung im Jahr 2019 die Standortzufriedenheit verändert hat. Die Bewertungen zeigen trotz zwischenzeitlicher Corona-Pandemie nur bei wenigen Faktoren nennenswerte, meist positive Entwicklungen. So bewerteten die Betriebe insbesondere die örtliche Straßenanbindung, die Mobilfunkversorgung, die Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen und die Aus- und Weiterbildungsangebote besser als drei Jahre zuvor. Lediglich bei den Faktoren ÖPNV und der Verfügbarkeit von Arbeitskräften sind leicht negative Tendenzen zu erkennen.

**Abbildung 9** Standortzufriedenheit 2019 und heute – alle Betriebe



Quelle: Unternehmensbefragungen Trier 2019 und 2022

### 3.3.2 Standortzufriedenheit im regionalen Vergleich

Im Folgenden werden die Standorteinschätzungen der Unternehmen in Trier mit den von der GEFAK mit der gleichen Methodik erhobenen Befragungsergebnissen in anderen Städten (vgl. Abbildung 10) verglichen. Die Auswahl der Vergleichsregionen erfolgt vor allem danach, dass es sich um Momentaufnahmen handelt, die zeitlich möglichst nah an der Befragung in Trier und in Städten mit raumstrukturell ähnlichen Voraussetzungen durchgeführt wurden. Die Vergleichsregionen sind die Städte Ludwigsburg, Villingen-Schwenningen und Aschaffenburg.

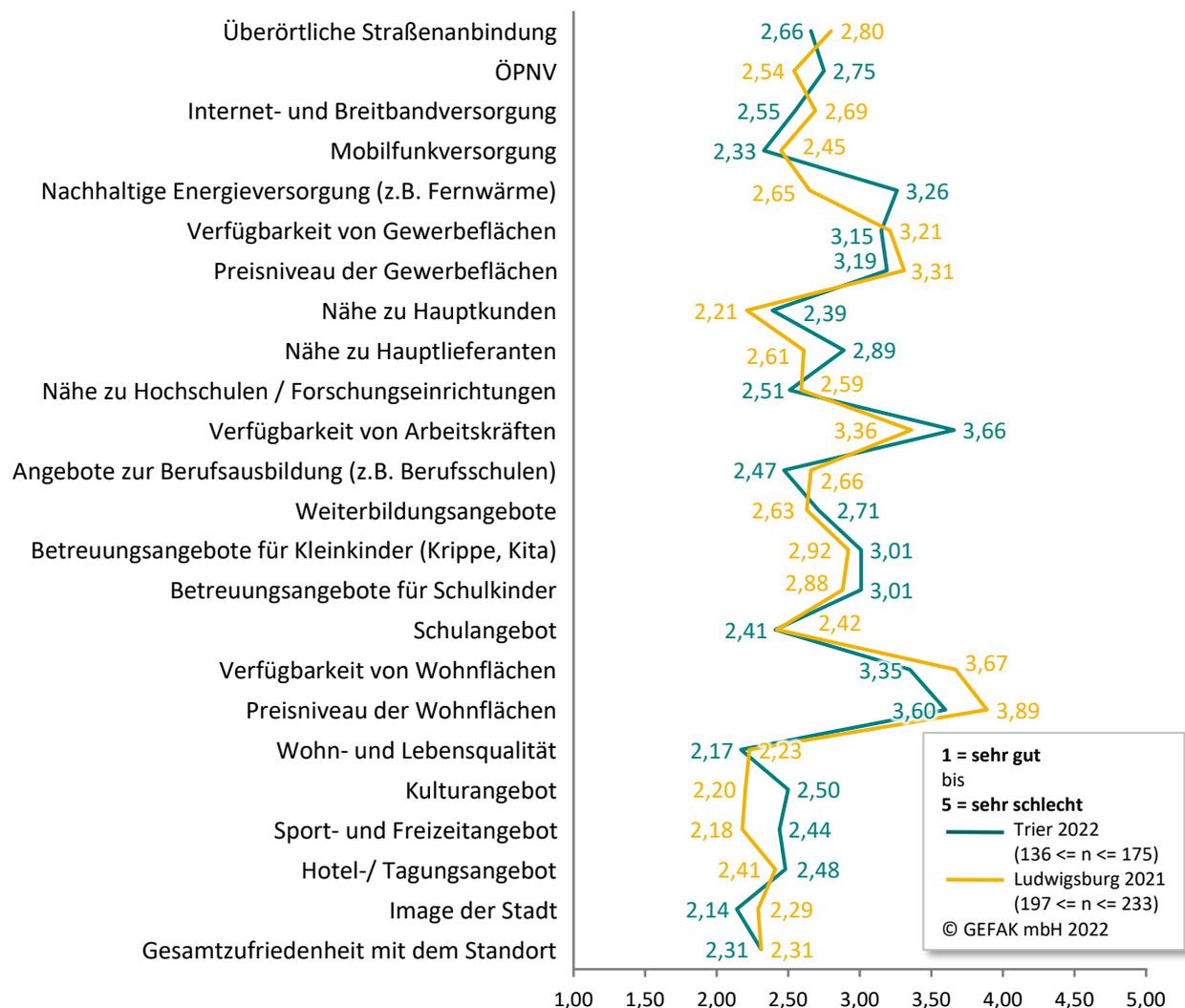
**Abbildung 10** Lage der Vergleichsregionen



Quelle: ROB 2000, verändert; Einwohnerzahlen: Wikipedia, Stand 31.12.2020; Zugriff 09.05.2022

Abbildung 11 zeigt zunächst den Vergleich der Standortbewertung der Betriebe in Trier mit den Werten für die Stadt Ludwigsburg. Mit Blick auf die besonderen Herausforderungen bei der Fach- und Nachwuchskräfteversicherung fällt auf, dass die Bewertungen der Faktoren Verfügbarkeit von Arbeitskräften sowie einige „weiche Standortfaktoren (Kulturangebot, Sport- und Freizeitangebot) in Ludwigsburg besser ausfallen. Lediglich die Angebote der Berufsausbildung und die Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen werden in Trier leicht besser benotet. Auch bei den Themen Verfügbarkeit und Preisniveau von Wohnflächen sowie beim Image der Stadt sind Trierer Unternehmen insgesamt zufriedener. Demgegenüber steht insbesondere die Bewertung der nachhaltigen Energieversorgung und – weniger drastisch ausgeprägt – die Nähe zu Hauptkunden und -lieferanten. Trotz der unterschiedlichen Vor- und Nachteile des eigenen Standorts fällt die Gesamtzufriedenheit der Betriebe in Trier und Ludwigsburg exakt gleich aus.

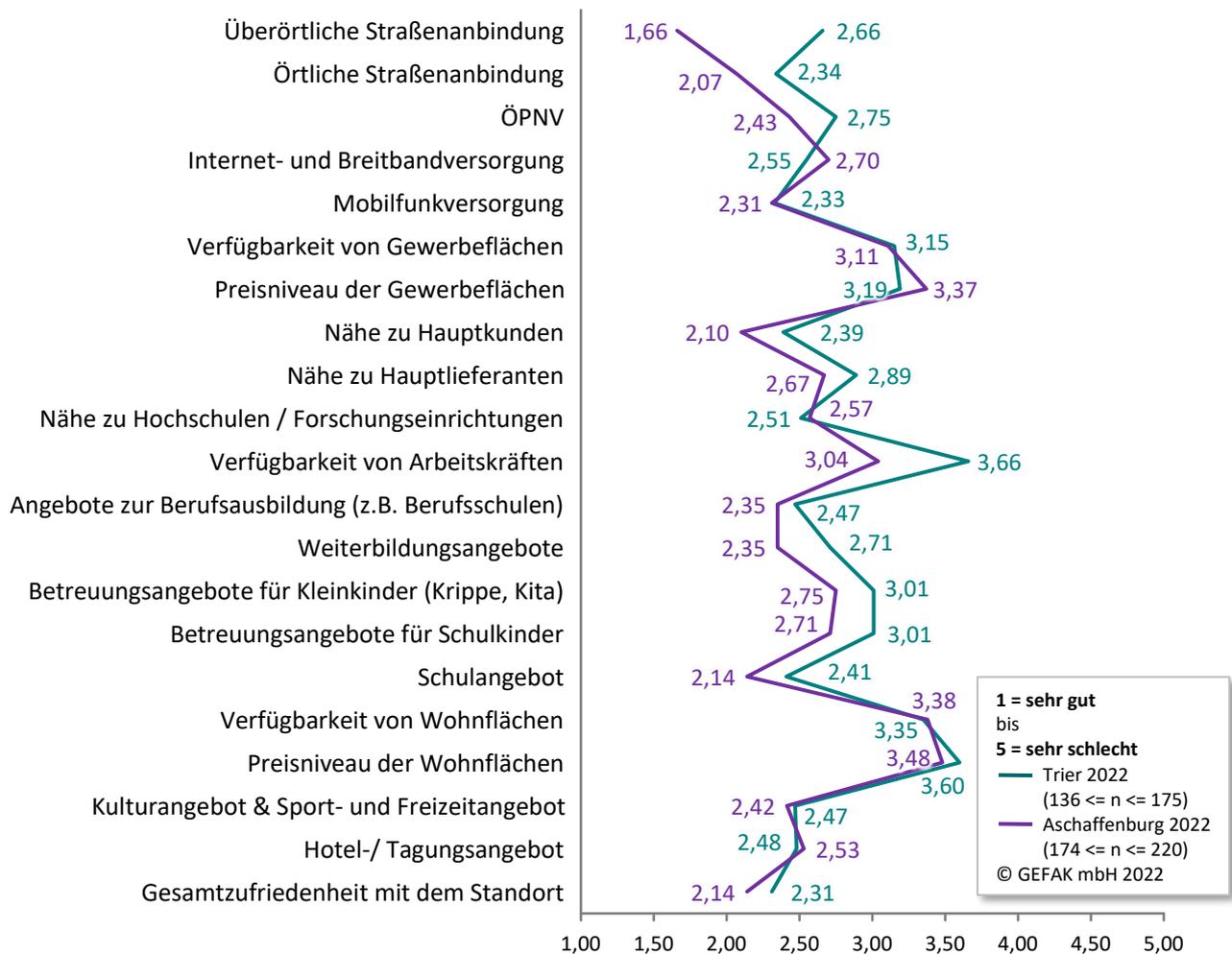
**Abbildung 11** Standortbewertung im regionalen Vergleich: Ludwigsburg



Quelle: Unternehmensbefragungen Trier und Ludwigsburg  
 Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe mit 5-999 Beschäftigten berücksichtigt.

Ein anderes Bild zeigt der Vergleich mit der Standortzufriedenheit in der Stadt Aschaffenburg. Hier zeigen sich die Aschaffenburg-Betriebe deutlich zufriedener mit der verkehrlichen Infrastruktur, der Nähe zu Hauptkunden und -lieferanten sowie der Verfügbarkeit von Arbeitskräften. Diese zum Teil großen Unterschiede sind mit hoher Wahrscheinlichkeit durch die Nähe Aschaffenburgs zur Metropolregion Rhein-Main zu erklären. Jedoch bewerten die Trierer Betriebe auch die „weichen“ Standortfaktoren aus dem Bereich Bildung (z.B. Berufsschulen, Betreuungsangebote für Klein- und Schulkinder, das Schulangebot allgemein) im Schnitt signifikant kritischer. Lediglich bei der Internet- und Breitbandversorgung und der Nähe zu Hochschulen/Forschungseinrichtungen fallen die Bewertungen in Trier leicht besser aus (vgl. Abbildung 12).

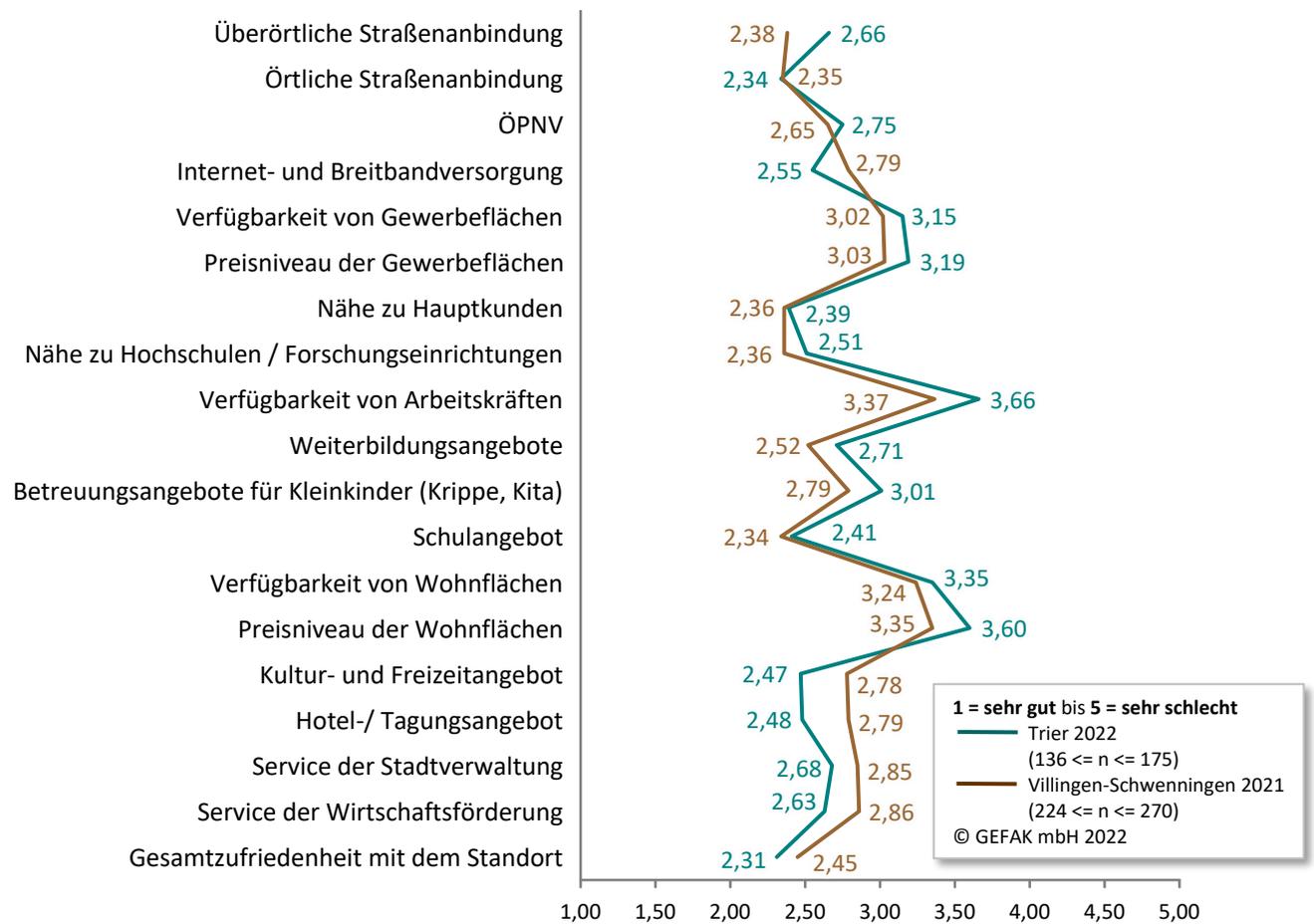
**Abbildung 12** Standortbewertung im regionalen Vergleich: Aschaffenburg



Quelle: Unternehmensbefragungen Trier und Aschaffenburg  
 Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe mit 5-999 Beschäftigten berücksichtigt.

Im Vergleich mit der eher dezentral gelegenen Stadt Villingen-Schwenningen werden einige relative Stärken und Schwächen Triers bestätigt, andere benötigen einer neuen Einordnung. So bewerten die Trierer Betriebe erneut die Internet- und Breitbandanbindung besser als in Villingen-Schwenningen. Demgegenüber wird auch die relative Schwäche bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften und den Bildungsangeboten durch die Vergleichsgrafik bestätigt. Auffällig sind zudem die deutlich besseren Bewertungen des Kultur- und Freizeitangebotes, des Hotel- und Tagungsangebotes sowie auch die Wahrnehmung der Services von Stadtverwaltung und Wirtschaftsförderung in Trier. Dies trägt auch dazu bei, dass die Trierer Unternehmen insgesamt leicht zufriedener mit ihrem Standort sind (vgl. Abbildung 13).

**Abbildung 13** Standortbewertung im regionalen Vergleich: Villingen-Schwenningen



Quelle: Unternehmensbefragungen Trier und Villingen-Schwenningen  
 Zur besseren Vergleichbarkeit wurden jeweils nur Betriebe mit 5-999 Beschäftigten berücksichtigt.

## 4 Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf

### 4.1 Zur Beschäftigtenstruktur

Die folgenden Auswertungen beziehen sich auf die 239 Betriebe mit detaillierten Beschäftigtenangaben. Diese boten zum Stichtag 31.12.2021 an der angeschriebenen Betriebsstätte 13.466 Arbeitsplätze (einschließlich Auszubildende). Der Anteil der Teilzeitbeschäftigten liegt bei knapp 34 Prozent.

In der Industrie/Produktion ist die Teilzeitquote mit knapp zehn Prozent deutlich niedriger als in den anderen Wirtschaftsbereichen. Die höchsten Teilzeitquoten haben die freien Berufe und die Hotellerie/Gastronomie mit nahezu 46 Prozent gefolgt von Bauen/Immobilien und dem Einzelhandel mit je 41 Prozent.

Am 31.12.2021 waren in 105 antwortenden Unternehmen insgesamt 613 Auszubildende beschäftigt. Damit bilden 44 Prozent der befragten Betriebe aus. Die Bedeutung der betrieblichen Ausbildung in den einzelnen Wirtschaftsbereichen zeigt Tabelle 3.

**Tabelle 3** Ausbildungsbetriebe nach Wirtschaftsbereichen

	Ausbildungs- betriebe	Anteil*	Auszubildende pro Ausbildungsbetrieb	Anteil Azubis an allen Be- schäftigten des Sektors
Industrie/Produktion (n = 16)	6	37,5 %	9,8	5,4 %
Handwerk (n = 39)	26	66,7 %	3,7	14,9 %
Einzelhandel (n = 35)	16	45,7 %	3,1	6,4 %
Großhandel (n = 12)	5	41,7 %	7,2	6,0 %
Dienstleistung (n = 121)	46	38,0 %	7,5	5,2 %
Bauen/Immobilien (n = 6)	2	33,3 %	4,5	4,0 %
Verkehr/Transport/Logistik (n = 6)	2	33,3 %	5,5	7,7 %
Hotellerie/Gastronomie (n = 4)	2	50,0 %	2,5	4,1 %
<b>Summe gesamt:</b>	<b>105</b>	<b>43,9%</b>	<b>5,8</b>	<b>6,0 %</b>

Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 239 = Betriebe mit Angabe „Beschäftigte am Standort“)

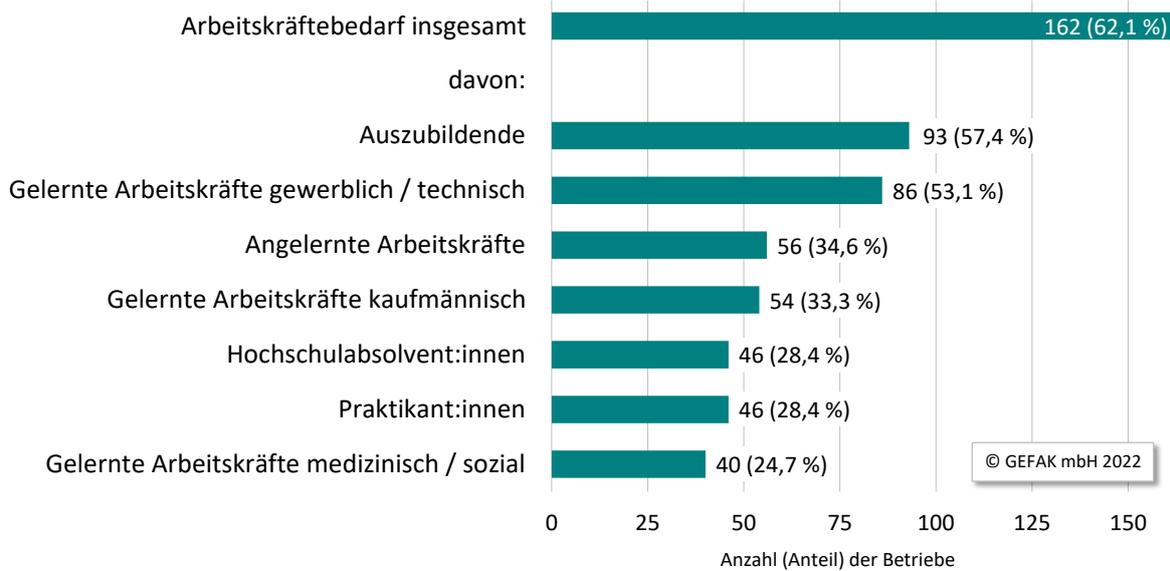
\* Anteil der Ausbildungsbetriebe an allen Betrieben des jeweiligen Wirtschaftsbereichs mit Beschäftigtenangaben

Der Anteil der Auszubildenden an allen Beschäftigten liegt bei sechs Prozent. Allerdings gibt es auch hier deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Sektoren. Die höchste Ausbildungsquote hat mit 15 Prozent das Handwerk, in den anderen Sektoren liegt die Quote zwischen vier (Bauen/Immobilien) und knapp acht Prozent (Verkehr/Transport/Logistik).

## 4.2 Arbeitskräftebedarf

162 Betriebe, das sind über 60 Prozent der antwortenden Unternehmen, haben in den nächsten zwölf Monaten Bedarf an zusätzlichen Arbeitskräften. Jeweils über 50 Prozent der antwortenden Betriebe benötigt Auszubildende oder gelernte Arbeitskräfte im gewerblich-technischen Bereich. In den anderen Bereichen bestehen bei jedem dritten bis vierten Unternehmen entsprechende Bedarfe (vgl. Abbildung 14).

**Abbildung 14** Betriebe mit Arbeitskräftebedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 261; Mehrfachantworten)

Die 94 Betriebe, die ihren Arbeitskräftebedarf quantifiziert haben, wollen binnen zwölf Monaten knapp 800 zusätzliche Stellen besetzen. Mit einem Bedarf von 222 Personen haben angelernte Arbeitskräfte den größten Anteil daran, es folgen gelernte Arbeitskräfte des gewerblich/technischen Bereichs (197 Personen). Der Bedarf an Auszubildende ist mit 111 ebenfalls hoch (vgl. Tabelle 4).

**Tabelle 4** Arbeitskräftebedarf der nächsten zwölf Monate

Arbeitskräfte	Unternehmen mit Bedarf	Unternehmen, die den Bedarf quantifiziert haben	Summierter Arbeitskräftebedarf
Hochschulabsolvent:innen	46	31	103
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	86	53	197
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	54	33	60
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / sozial	40	17	43
Angelernte Arbeitskräfte	56	25	222
Auszubildende	93	44	111
Praktikant:innen	46	18	55
<b>Summe:</b>	<b>162*</b>	<b>94*</b>	<b>791</b>

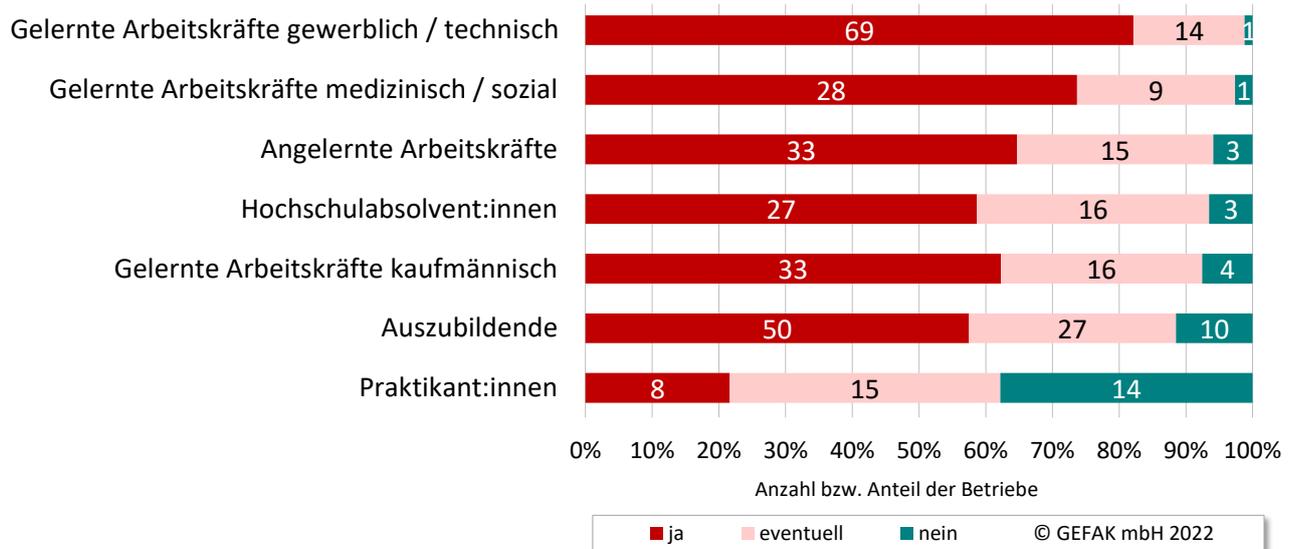
Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022

\* überschneidungsfrei

### 4.3 Stellenbesetzungsprobleme

Für die Zukunft erwarten 153 Betriebe bei der Besetzung der geplanten Stellen Probleme, das sind rund 95 Prozent der 162 Betriebe mit Arbeitskräftebedarf. Abbildung 15 zeigt, dass die Betriebe quer durch alle Berufsgruppen große Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung erwarten. Bis auf die Kategorie Praktikant:innen liegt der Anteil der Betriebe mit erwarteten oder eventuellen Schwierigkeiten jeweils über 85 Prozent und zeigt damit, wie angespannt die derzeitige Situation auf dem Arbeitsmarkt nach Einschätzung der Betriebe ist.

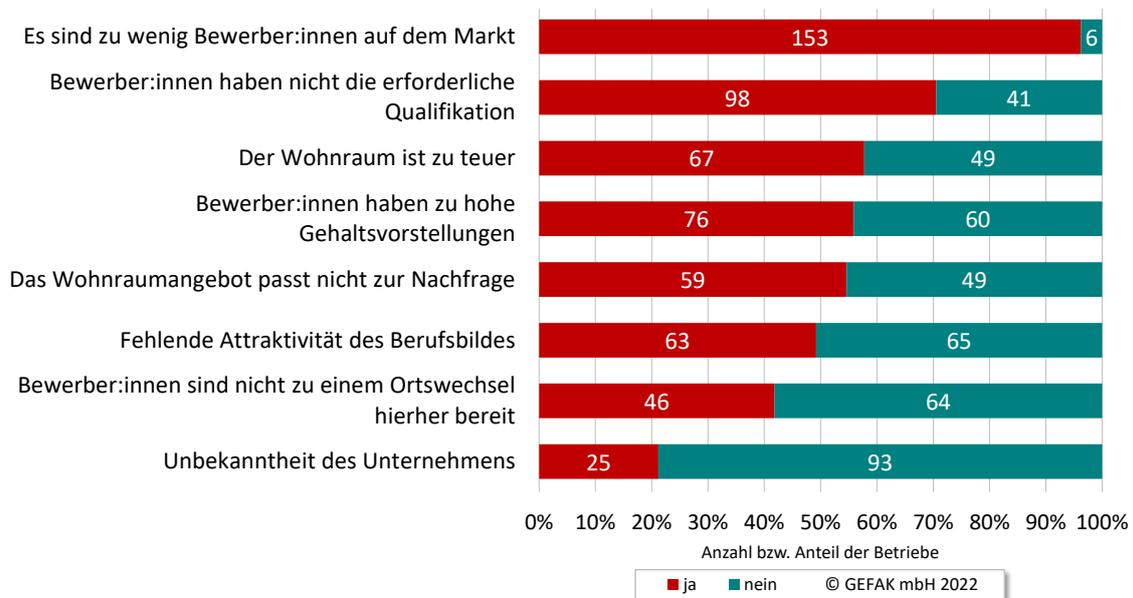
**Abbildung 15** Erwartete Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 157; Mehrfachantworten) – Sortierung nach anteiliger Summe aus ja + eventuell

Für die Probleme bei der Rekrutierung von Fachkräften führen über 95 Prozent der antwortenden Betriebe an, dass zu wenig Bewerber:innen auf dem Markt sind, weitere 70 Prozent der Betriebe nennen fehlende fachliche Qualifikation als Hindernis. Es folgen mit jeweils über 50 Prozent zu teuer oder nicht passender Wohnraum und zu hohe Gehaltsvorstellungen der Bewerber:innen. Lediglich der Faktor Unbekanntheit des Unternehmens rückt mit gut 20 Prozent etwas in den Hintergrund.

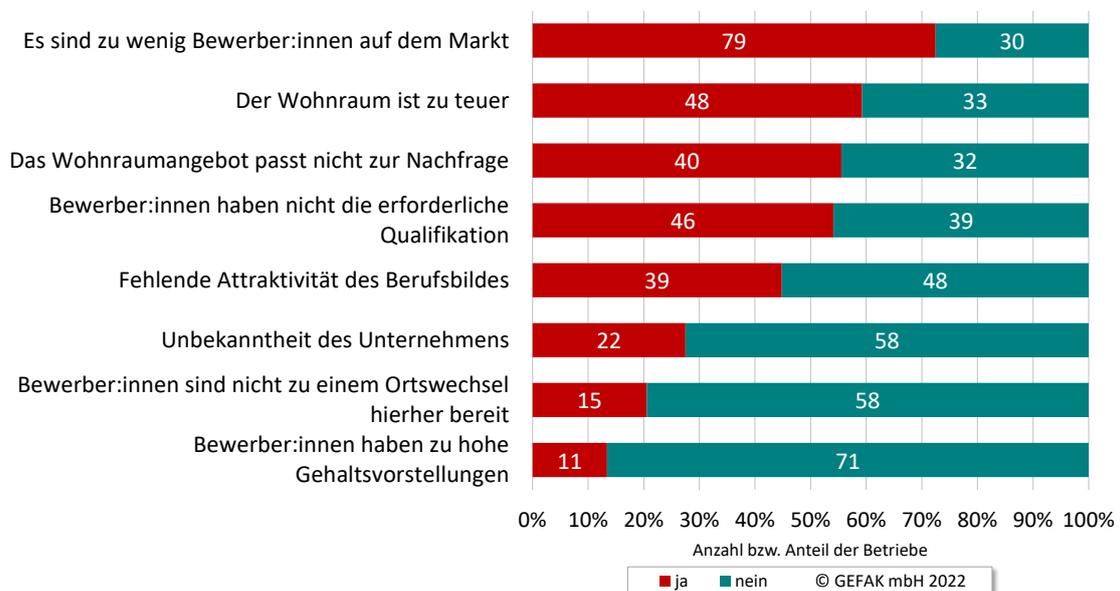
**Abbildung 16** Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Fachkräften



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 169; Mehrfachantworten)

Auch bei den Auszubildenden ist die zu geringe Anzahl an Bewerber:innen das größte Problem bei der Besetzung von Stellen. Das Thema Wohnraum rückt noch mehr in den Fokus, sowohl hinsichtlich des Preisniveaus als auch der Qualität des Angebotes. Erst an vierter Stelle stellt die erforderliche Qualifikation der Bewerber:innen die entscheidende Hürde bei der Stellenbesetzung dar. (vgl. Abbildung 17).

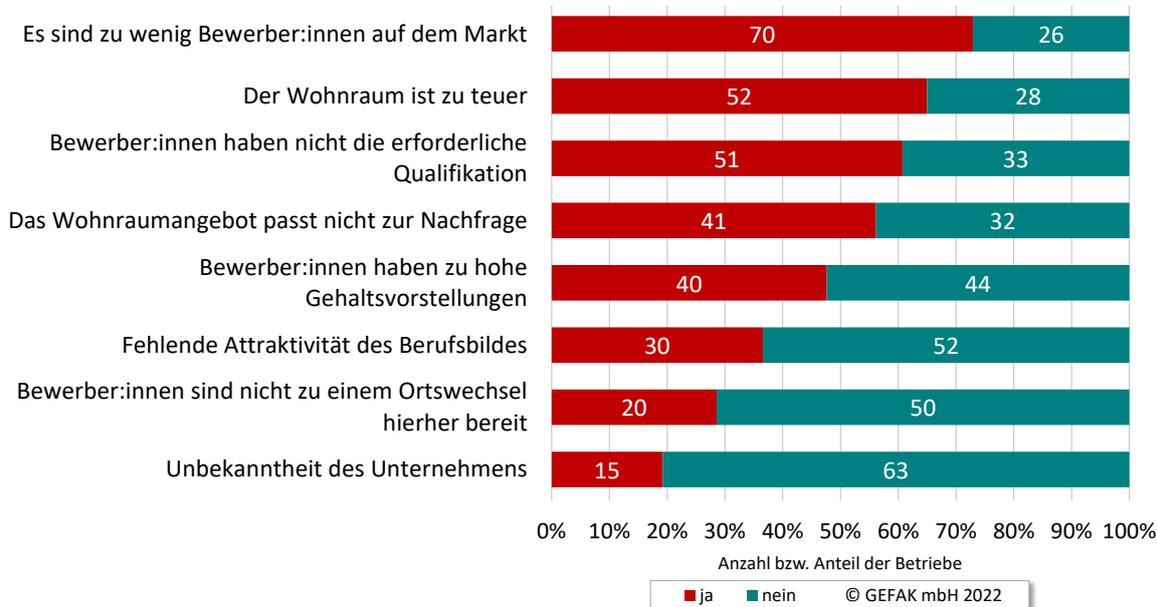
**Abbildung 17** Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Auszubildenden



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 118; Mehrfachantworten)

Eine sehr ähnliche Struktur wie bei den Auszubildenden zeigt sich bei den angelernten Arbeitskräften. Auch hier führen bei jeweils mehr als 50 Prozent der Betriebe der zu teure oder nicht passende Wohnraum sowie die fehlende Qualifikation der Bewerber:innen zu Stellenbesetzungsproblemen. Mit circa 48 Prozent spielen aber auch zu hohe Gehaltsvorstellungen eine wichtige Rolle (vgl. Abbildung 18).

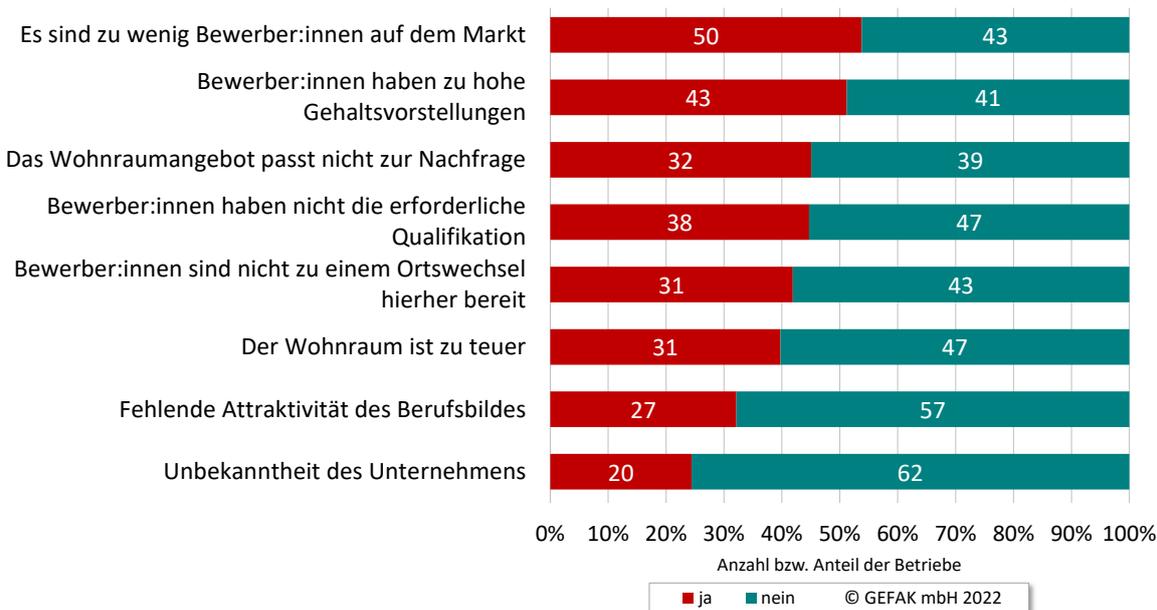
**Abbildung 18** Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Angelernten



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 106; Mehrfachantworten)

Bei den Akademikern zeigt sich ein etwas anderes Bild. Hier sind die abgefragten Ursachen insgesamt weniger bedeutend als bei den Auszubildenden, Angelernten und sonstigen Fachkräften. Neben der Quantität der Bewerber:innen werden lediglich die zu hohen Gehaltsvorstellungen von der Hälfte der Betriebe als Hemmnis genannt (vgl. Abbildung 19.).

**Abbildung 19** Ursachen für die Stellenbesetzungsprobleme bei Akademikern



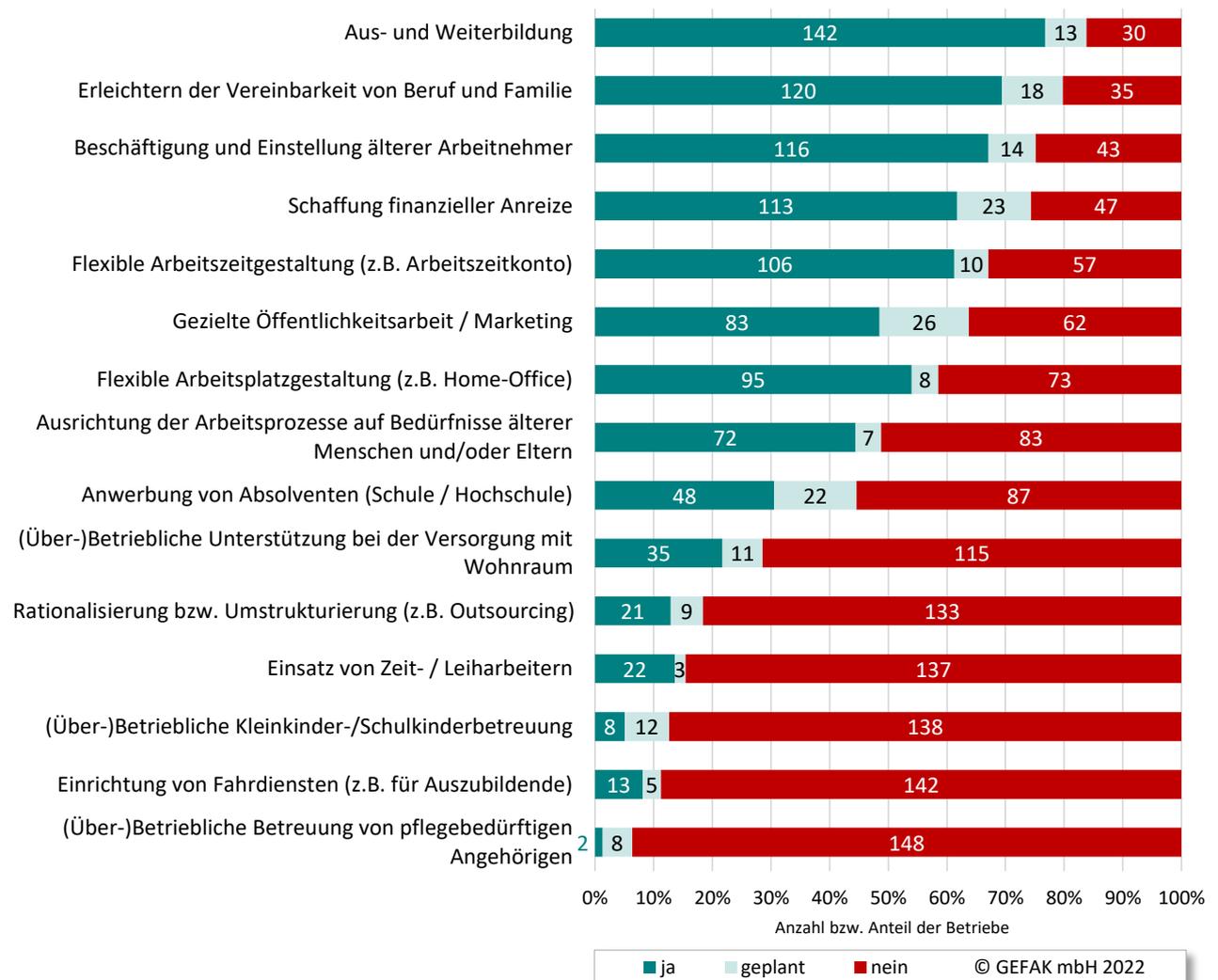
Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 99; Mehrfachantworten)

#### 4.4 Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

Die am häufigsten genannte bestehende betriebliche Maßnahme zur Deckung des Fachkräftebedarfs sind Aus- und Weiterbildungen, fast drei Viertel der antwortenden Betriebe setzen auf diese Maßnahme, weitere 13 Betriebe planen es (vgl. Abbildung 20). Noch vor der Schaffung finanzieller Anreize konzentrieren sich viele Unternehmen auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie auf die Einstellung und Beschäftigung älterer Arbeitnehmer:innen. Diese Werte sind als außergewöhnlich herauszustellen, da zu meist Angebote zur flexiblen Arbeitszeit- und seit Corona auch Arbeitsortgestaltung in vielen Regionen als betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung dominieren.

Prozentual gesehen werden die (über-)betriebliche Kleinkinder-/Schulkinderbetreuung und die Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen am meisten wachsen; aktuell werden diese Maßnahmen nur relativ selten von den befragten Betrieben angeboten.

**Abbildung 20** Betriebliche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

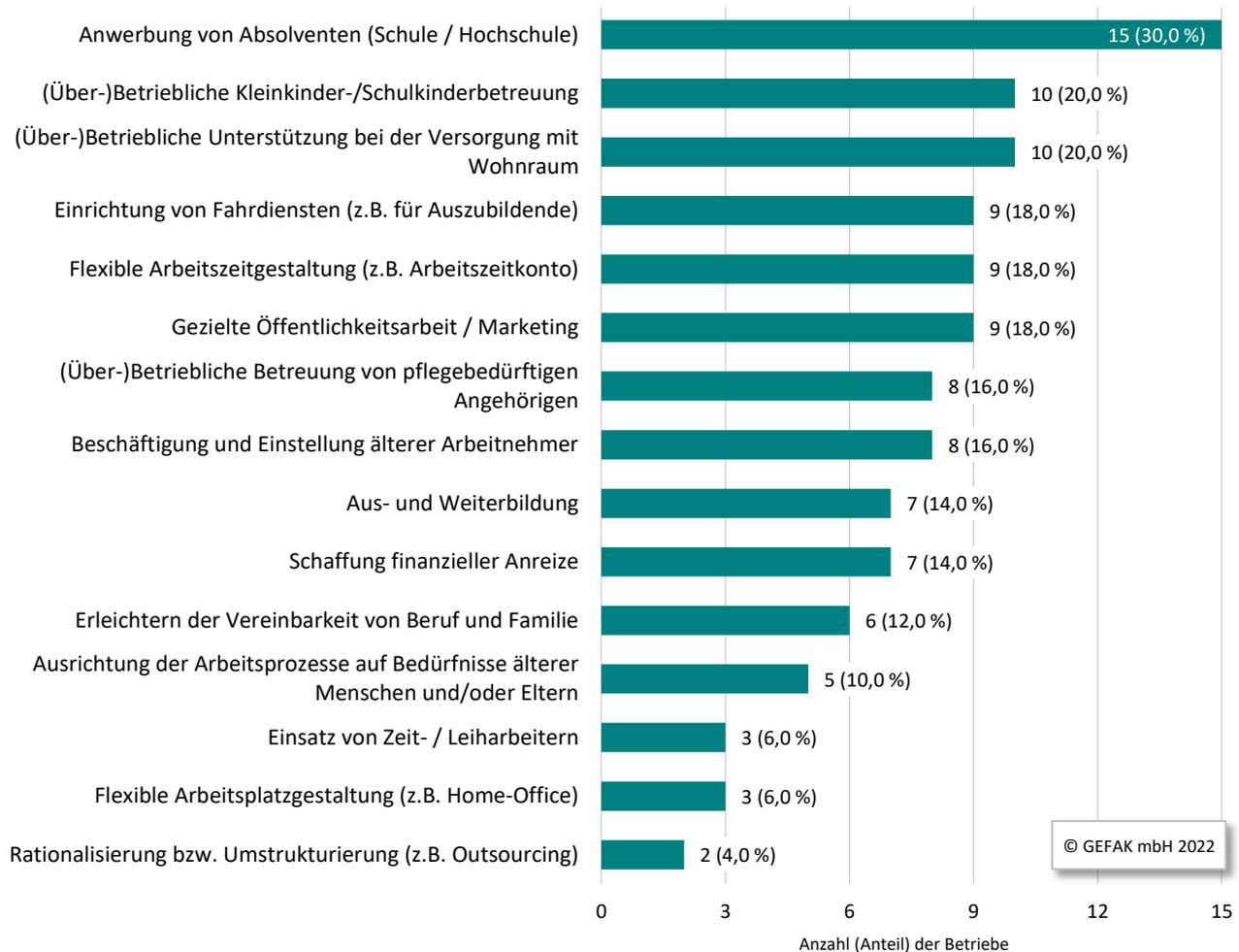


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 209; Mehrfachantworten)

In diesen Zahlen kommt die Einsicht der Unternehmer zum Ausdruck, für knapper werdende Fachkräfte mehr bieten zu müssen, indem man in Gehälter und Weiterbildung investiert und generell ein attraktives Arbeitsumfeld schafft. Zudem wird offensichtlich, dass sich Fachkräfte nicht nur über das Gehalt binden lassen. Für viele, gerade auch junge, qualifizierte Kräfte sind die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben sowie die eigene langfristige Gesundheit wichtige Faktoren. Hier setzt das von vielen Betrieben genutzte Instrument der flexiblen Arbeitszeit- und Arbeitsplatzgestaltung sowie weitere Maßnahmen zur generellen Vereinbarkeit von Familie und Beruf an. Sehr zurückhaltend sind die Betriebe bislang mit Angeboten zur Kinderbetreuung, obwohl diese ein zentraler Baustein für die Familienfreundlichkeit eines Betriebs sein kann und auch bei den Standortfaktoren als ausbaufähig bewertet wurde. Außergewöhnlich viele Unternehmen konzentrieren sich auf die Einstellung und Beschäftigung älterer Arbeitnehmer:innen; über 40 Prozent versuchen zudem diese Fachkräfte enger zu binden, indem Arbeitsprozesse an deren Bedürfnissen ausgerichtet werden.

Mit der Befragung konnte eine Reihe von Betrieben identifiziert werden, die Interesse an den genannten Maßnahmen signalisiert haben und – gegebenenfalls auch betriebsübergreifend – dazu weiter informiert werden sollte. So haben 15 Betriebe Interesse an einer Kooperation mit Schulen oder der Hochschule, jeweils zehn Betriebe können sich eine überbetriebliche Kooperation im Bereich Kinderbetreuung und Wohnraumversorgung für Arbeitnehmer:innen vorstellen (vgl. Abbildung 21).

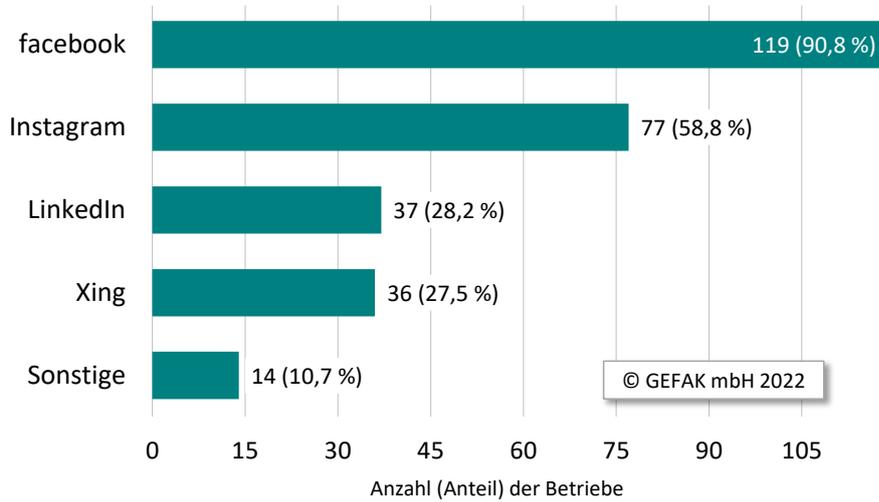
**Abbildung 21** Betriebe, die Interesse an Maßnahmen zur Fachkräftesicherung haben



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 50; Mehrfachantworten)

Auch die Nutzung von Social Media kann für die Fachkräftesicherung von Nutzen sein, indem der eigene Betrieb als attraktiver Arbeitgeber positioniert und dargestellt werden kann. Der Großteil der Unternehmen (91 %) nutzt Facebook als Plattform für diese Aktivitäten, weitere 59 Prozent Instagram. Alle weiteren Kanäle folgen mit deutlichem Abstand (vgl. Abbildung 22).

**Abbildung 22** Kommunikationskanäle der Unternehmen



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 50; Mehrfachantworten)

## 5 Regionale Vernetzung

### 5.1 (Hoch-)Schulkooperationen

In einer zunehmend auf Wissen und Innovationen basierenden Wirtschaft werden die Kontakte der Unternehmen zu Hochschulen und sonstigen Forschungs- und Technologieeinrichtungen als besonders wichtig erachtet. Von den befragten Unternehmen geben 103 an, bereits solche Kontakte zu pflegen. Bezogen auf die 241 Betriebe, die diese Frage beantwortet haben, entspricht das einem hohen Anteil von rund 43 Prozent. Insgesamt bekunden 13 Betriebe Interesse an Hochschulkontakten, die derzeit keine Kontakte dieser Art haben.

Bereits 105 der befragten Unternehmen haben Angebote für Studierende, wie ein Duales Studium oder Praktikumsplätze. Dies ist vor dem Hintergrund der allgegenwärtigen Diskussion um den drohenden Fachkräftemangel ein erfreulicher Wert. Weitere sieben Betriebe zeigen erstmals Interesse diese Ausbildungsinstrumente anzubieten.

Die Möglichkeit, das Unternehmen über direkte Schulkontakte bei potenziellen Auszubildenden bekannt zu machen, nutzen derzeit 146 Betriebe. Hier sind sechs Betriebe an einer erstmaligen Kooperation interessiert.

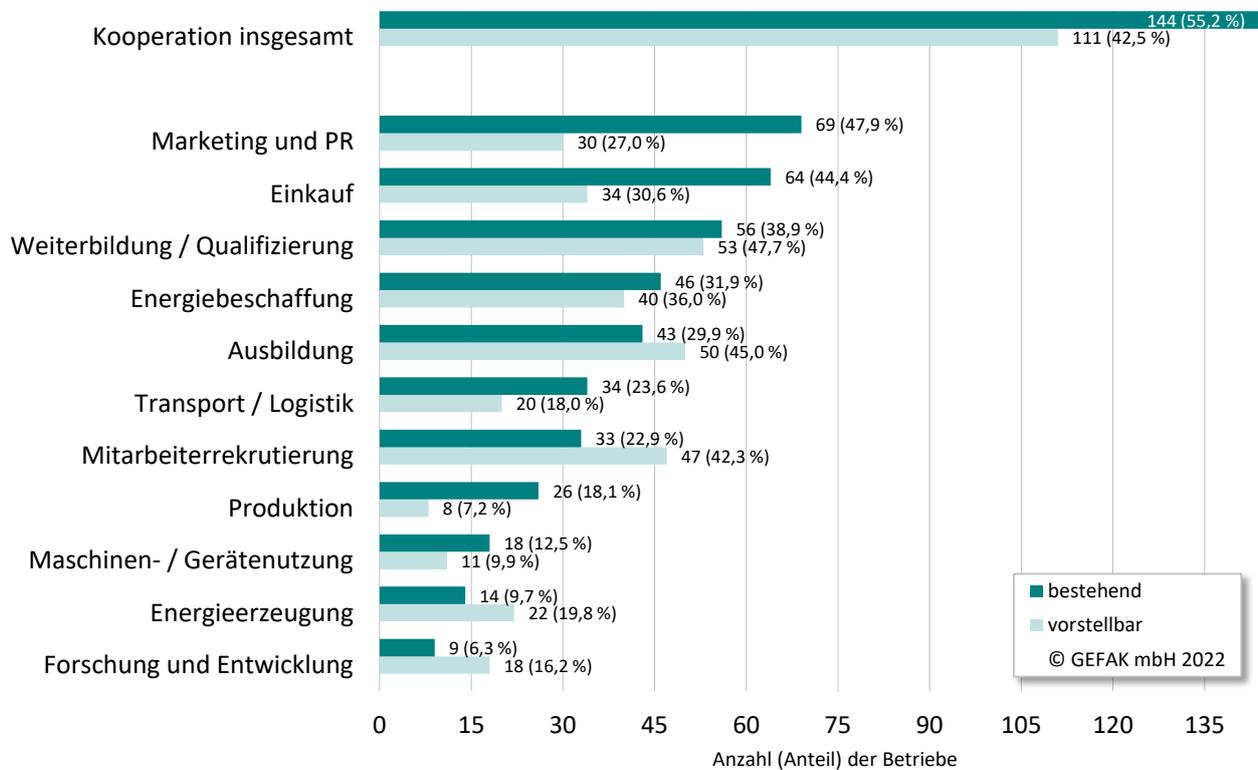
96 Unternehmen haben Interesse an einer Vermittlung von Praktika an Schulen signalisiert. Weitere 82 Betriebe ziehen eine Teilnahme an regionalen Ausbildungsmesse in Betracht.

## 5.2 Unternehmenskooperationen

Circa die Hälfte (55 %) der Befragten kooperiert bereits mit anderen Unternehmen in ihrem räumlichen Umfeld. Die häufigsten Kooperationsfelder sind Marketing/PR (69 Betriebe), Einkauf (64) sowie Weiterbildung/Qualifizierung (56). Fast 43 Prozent der Betriebe können sich eine Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen in der Region vorstellen, darunter 50 Unternehmen, die keine bestehende Kooperation angeben.

Die größten Kooperationspotenziale stecken in der Weiterbildung/Qualifizierung, der Ausbildung (50) sowie der Mitarbeiterrekrutierung (47). Aber auch in den anderen Feldern zeigen sich im Vergleich zu anderen Regionen außergewöhnlich hohe Kooperationspotenziale (vgl. Abbildung 23).

**Abbildung 23** Unternehmenskooperationen – Bestand und Potenzial



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 261; Mehrfachantworten)

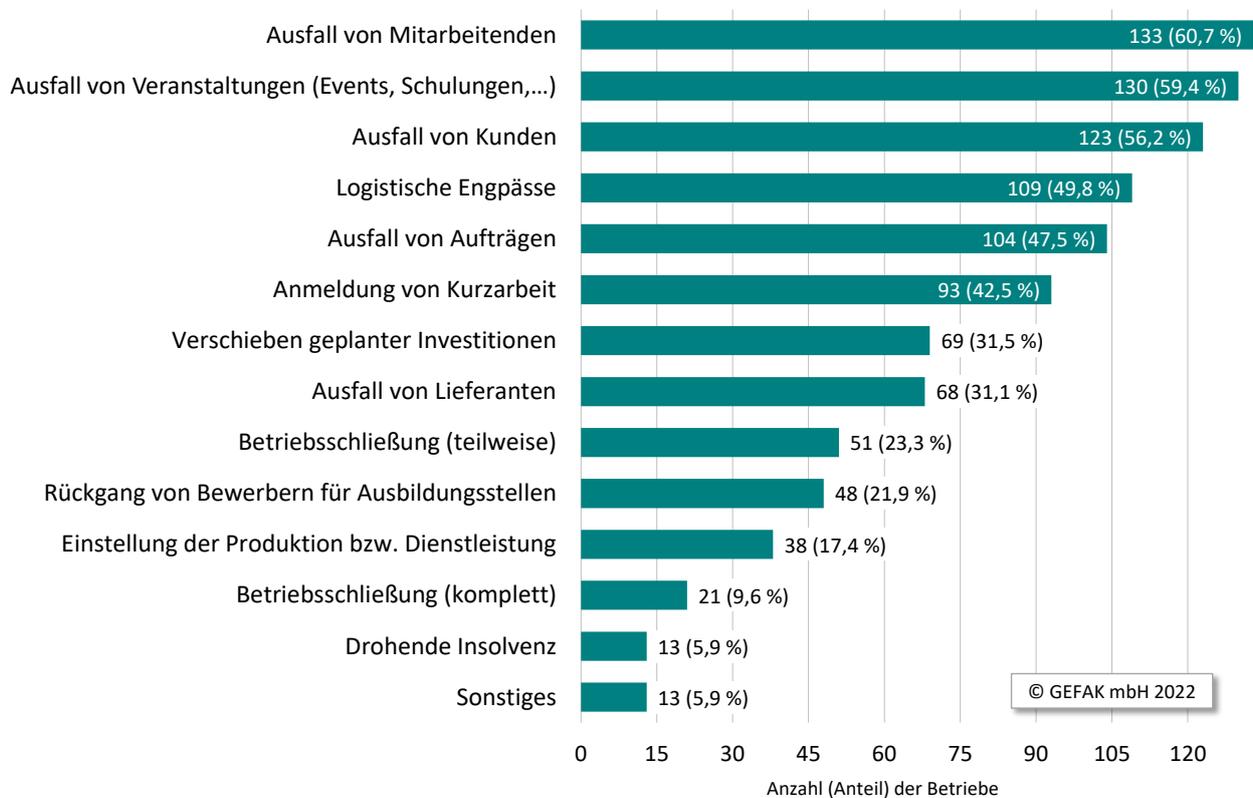
Zusätzlich wurden die Betriebe nach vermisse Kooperationspartner auf regionaler und nationaler Ebene gefragt. 22 Unternehmen haben ihren Bedarf konkretisiert. Die einzelbetrieblichen Angaben liegen der Wirtschaftsförderung zur weiteren Vernetzungsarbeit vor.

## 6 Auswirkungen der Pandemie und Entwicklungspläne

### 6.1 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Betriebe

Die konkreten Auswirkungen der Corona-Krise auf die befragten Betriebe sind in Abbildung 24 dargestellt. Jeweils deutlich über 50 Prozent beklagen den Ausfall von Mitarbeitenden, Veranstaltungen und Kunden. Bei knapp der Hälfte traten logistische Engpässe auf und fielen Aufträge aus. Auch gravierende Auswirkungen wie eine teilweise oder komplette Betriebsschließung sowie die Einstellung der Produktion bzw. Dienstleistung wurden jeweils von einer relevanten Zahl an Betrieben gemeldet. 13 Betriebe (5,9 Prozent) mit insgesamt 248 Beschäftigten gaben an, von einer Insolvenz bedroht zu sein (vgl. Abbildung 24).

**Abbildung 24** Konkrete Auswirkungen der Corona-Krise

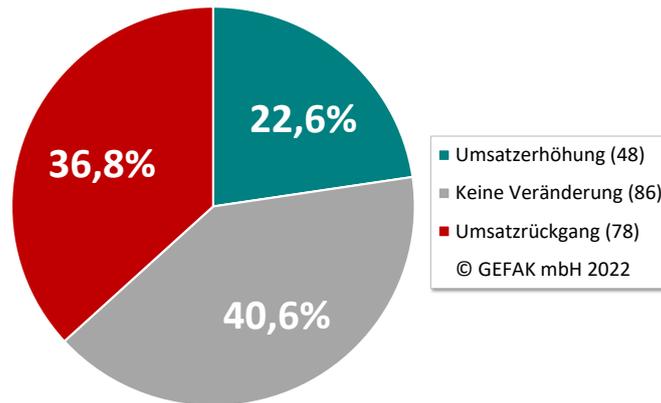


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 219; Mehrfachnennungen)

## 6.2 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Umsatz

37 Prozent der antwortenden Betriebe verzeichneten seit Beginn der Pandemie in Deutschland im März 2020 einen Umsatzrückgang. Während 41 Prozent einen unveränderten Umsatz konstatierten, meldete circa jeder fünfte Betrieb eine Umsatzerhöhung (vgl. Abbildung 25)

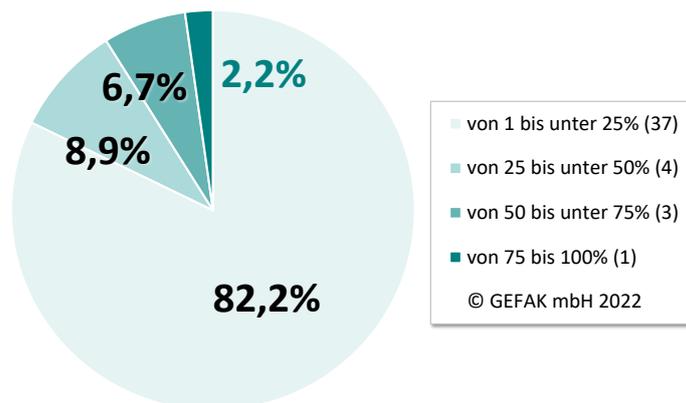
**Abbildung 25** Umsatzentwicklungen während der Corona-Krise



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 212; Mehrfachnennungen)

Im Vergleich zu Vor-Corona-Zeiten gaben 82 Prozent der Betriebe mit Umsatzzuwächsen an, dass dieser sich um maximal 25 Prozent erhöhte. Acht Unternehmen verzeichneten eine noch deutlichere Erhöhung (vgl. Abbildung 26).

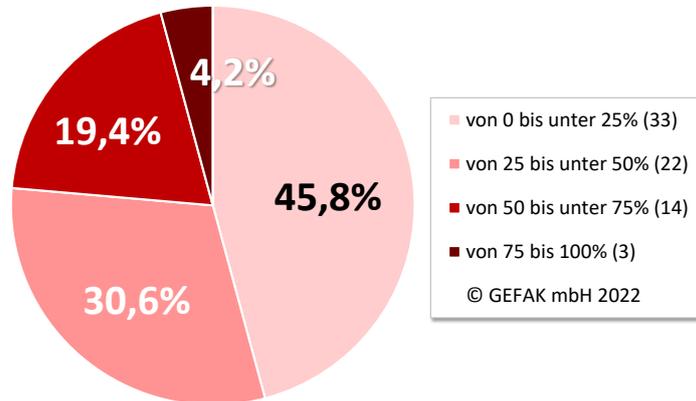
**Abbildung 26** Umsatzerhöhung während der Corona-Krise



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 45; Mehrfachnennungen)

Bei fast der Hälfte der 72 Betriebe, die von einem Umsatzrückgang betroffen sind, lag dieser bei maximal 25 Prozent. Bei gut einem Viertel der Betriebe fielen sogar über die Hälfte des Umsatzes aus (vgl. Abbildung 27)

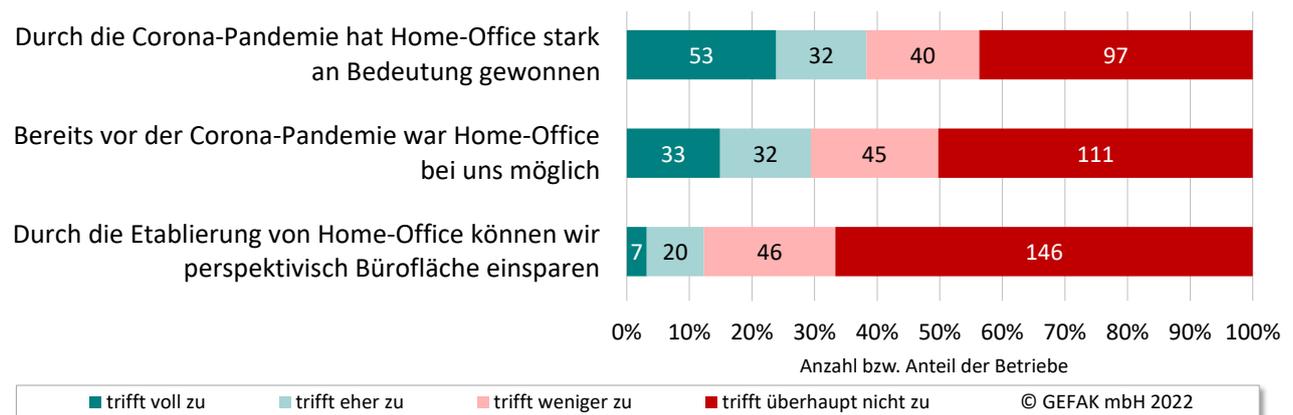
**Abbildung 27** Umsatzrückgang während der Corona-Krise



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 72; Mehrfachnennungen)

Abbildung 28 zeigt, dass einerseits in rund 38 Prozent der Betriebe Home-Office durch die Corona-Pandemie deutlich wichtiger geworden ist. Vor dem Hintergrund, dass bei einem Drittel bereits vor der Corona-Pandemie Home-Office möglich war, stellt mobiles Arbeiten in Trier zwar eine etablierte, aber durch Corona nicht übermäßig begünstigte Form der Arbeitsorganisation dar. Immerhin 27 Betriebe sehen durch die etablierte Telearbeit die Möglichkeit, perspektivisch Bürofläche einzusparen.

**Abbildung 28** Aussagen zum mobilen Arbeiten

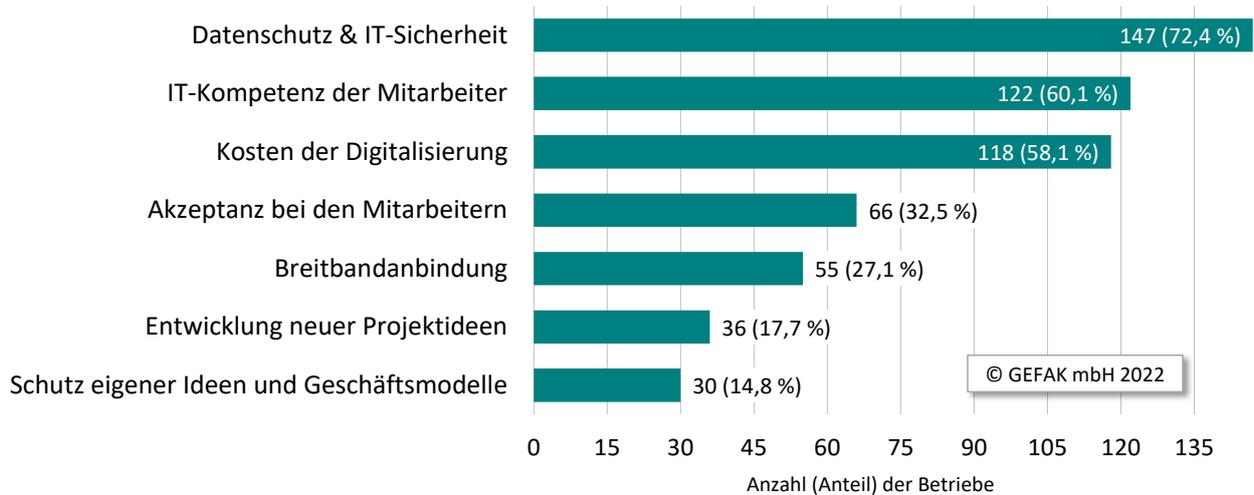


Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 222; Mehrfachantworten)

### 6.3 Digitalisierung in den Betrieben

Schon vor der Corona-Pandemie hat die Digitalisierung in vielen Betrieben zu Veränderungen der Betriebsabläufe geführt. Die größte Herausforderung, um den sich wandelnden Umständen zu begegnen, sehen die Betriebe vor allem im Bereich Datenschutz und IT-Sicherheit (ca. 72 %). Für jeweils über die Hälfte der antwortenden Unternehmen stellen die hohen Kosten und die Kompetenzen der Mitarbeiter zentrale Handlungsfelder dar (vgl. Abbildung 29)

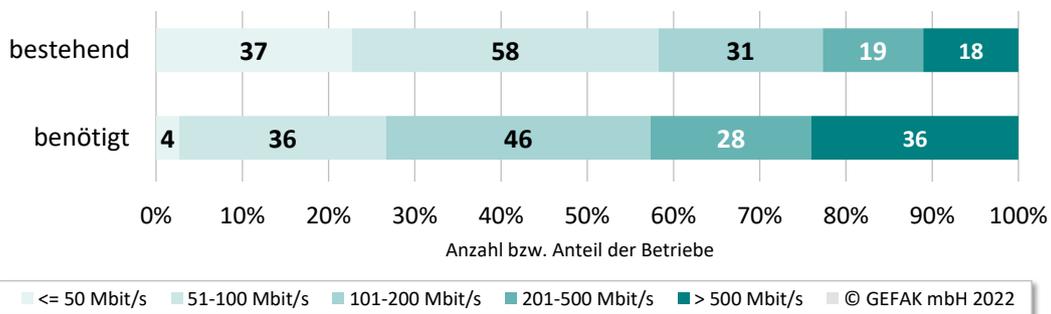
**Abbildung 29** Digitalisierungsherausforderungen



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 203; Mehrfachantworten)

Ein weiterhin wichtiges Thema zur Unterstützung von Digitalisierungsprozessen in den Betrieben ist der Ausbau des städtischen Glasfasernetzes. Abbildung 30 zeigt die bestehende und zukünftig benötigte Bandbreite der Unternehmen. Erwartungsgemäß wird sich die weiter erhöhen. Wichtig ist zu betonen, dass die dargestellten Informationen der Stadt einzelbetrieblich zur Verfügung stehen.

**Abbildung 30** Bestehende und benötigte Bandbreite



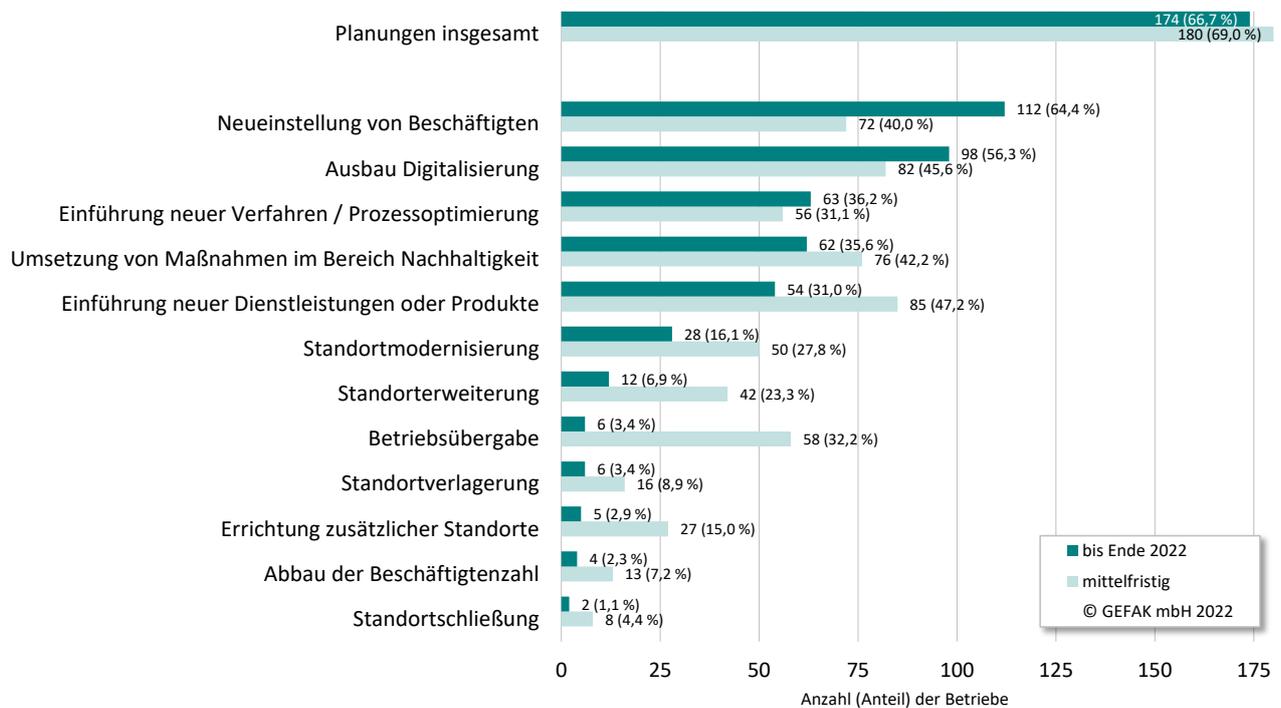
Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 163 für „bestehend“ und 114 für „benötigt“)

## 6.4 Entwicklungspläne der Unternehmen

Die Entwicklungspläne der Unternehmen in Trier sind insgesamt sehr dynamisch. Es gibt mehr Unternehmen mit expansiven Entwicklungsplänen in den kommenden drei Jahren als Unternehmen, die in diesem Zeitraum Schrumpfungmaßnahmen planen. Weil im Rahmen der Befragung keine genauen Angaben (z.B. Investitionsvolumen, Anzahl geplanter Entlassungen etc.) möglich waren, können aus den vorliegenden Zahlen keine „Nettoeffekte“ berechnet werden. Positiv zu erachten ist, dass trotz der sensiblen Fragestellung der Großteil der Unternehmen offen Rückmeldung gegeben hat.

Kurzfristig planen die Betriebe vor allem die Neueinstellung von Beschäftigten (112) und Investitionen in die Digitalisierung (98). An dritter und vierter Stelle folgen die Einführung neuer Verfahren/Prozessoptimierungen (63) sowie die Umsetzung von Projekten im Bereich Nachhaltigkeit (62). Letztere können nicht nur gesamtgesellschaftlich, sondern auch für die Fachkräftesicherung und die Energiekosten der Betriebe von Vorteil sein (vgl. Abbildung 31).

**Abbildung 31** Unternehmensplanungen bis 2025



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 261; Mehrfachantworten)

Der Vielzahl an Betrieben, die Neueinstellungen planen, stehen lediglich vier Betriebe mit zusammen rund 31 Beschäftigten gegenüber, welche einen Personalabbau vorsehen. Zwei dieser Betriebe stehen offensichtlich vor einer Umstrukturierung bzw. größeren Fluktuation, denn sie planen gleichzeitig zum Personalabbau auch Neueinstellungen.

12 Betriebe mit 778 Beschäftigten planen Standorterweiterungen. Eine kurzfristige Standortverlagerung kündigen sechs Betriebe mit zusammen knapp 114 Beschäftigten an. Eine Standortschließung wird bis zum Jahresende 2022 von zwei Unternehmen mit zusammengenommen 12 Beschäftigten vollzogen.

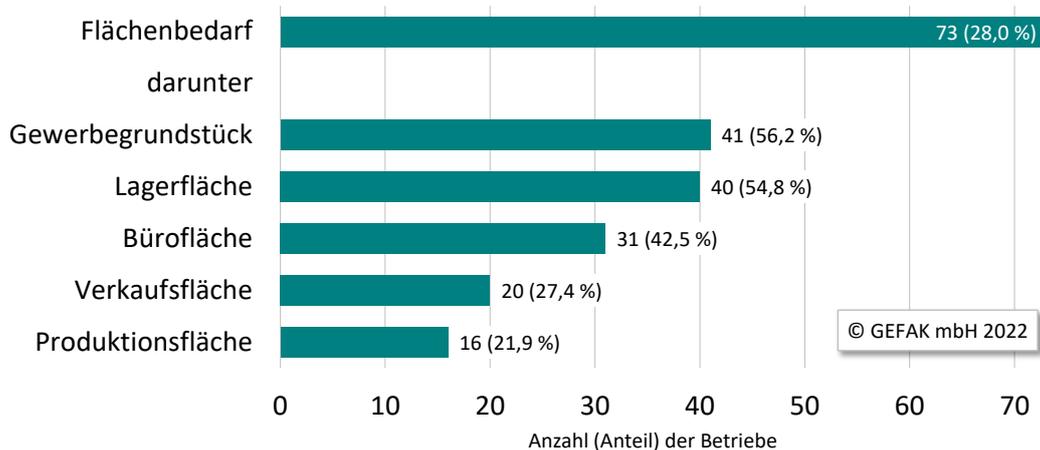
Die mittelfristigen Entwicklungen offenbaren jedoch zahlreiche Ansatzpunkte und Herausforderungen für die Wirtschaftsförderung. So planen weitere acht Betriebe mit insgesamt 49 Beschäftigten, den Standort in Trier zu schließen; 16 erwägen eine Standortverlagerung. Auch das Thema Betriebsnachfolge wird in den kommenden drei Jahren deutlich wichtiger – 58 Betriebe mit zusammen 855 Beschäftigten könnten hierbei Unterstützung benötigen.

Aufgrund der Befragung in nicht-anonymer Form sind der Wirtschaftsförderung die jeweiligen Betriebe bekannt, sodass eine gezielte Ansprache möglich ist.

## 6.5 Flächenbedarf

73 Betriebe, das sind 28 Prozent, haben an ihrem Standort Flächenerweiterungsbedarf (vgl. Abbildung 32). 65 dieser Betriebe mit 2.221 Beschäftigten bewerten die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen als schlecht oder gar sehr schlecht (vgl. Kapitel 3.1.1).

**Abbildung 32** Unternehmen mit Gewerbeflächenbedarf



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 261; Mehrfachantworten)

Die 38 Betriebe, die ihren Bedarf quantifiziert haben, benötigen insgesamt 33 Hektar. Davon entfällt der weitaus größte Teil auf Gewerbegrundstücke (vgl. Tabelle 5).

**Tabelle 5** Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf

Art des Flächenbedarfs	Betriebe mit Bedarf	Betriebe mit quantifiziertem Bedarf	insgesamt Umfang in m <sup>2</sup>
1. Gewerbegrundstück	41	28	248.151
2. Bürofläche	31	17	2.071
3. Lagerfläche	40	20	55.551
4. Produktionsfläche	16	6	21.976
5. Verkaufsfläche	20	14	5.691
<b>Summe 2. - 5.</b>	<b>65*</b>	<b>38*</b>	<b>85.289</b>

Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 73)

\* überschneidungsfrei

Tabelle 6 zeigt die zeitliche Verteilung des geäußerten Gewerbeflächenbedarfs. Dabei wird deutlich, dass insbesondere der Bedarf nach Gewerbegrundstücken ganz überwiegend kurzfristiger Natur ist. So werden in den Jahren 2022 und 2023 von 22 Betrieben fast 22 Hektar benötigt.

**Tabelle 6** Zusätzlicher Gewerbeflächenbedarf Zeitpunkt

Art des Flächenbedarfs	2022/2023		2024		Bedarf ab 2025 (oder ohne Zeitangabe)	
	Anzahl	Umfang in m <sup>2</sup>	Anzahl	Umfang in m <sup>2</sup>	Anzahl	Umfang in m <sup>2</sup>
1. Gewerbegrundstück	22	217.150	0	0	6	31.001
2. Bürofläche	13	1.410	0	0	4	661
3. Lagerfläche	13	27.650	2	20.400	5	7.501
4. Produktionsfläche	3	20.900	0	0	3	1.076
5. Verkaufsfläche	8	4.400	2	150	4	1.141
<b>Summe 2. - 5.</b>		<b>54.360</b>		<b>20.550</b>		<b>10.379</b>

Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 52; Mehrfachantworten)

Sechs Unternehmen geben an, dass sie derzeit über ungenutzte Flächen verfügen. Dabei handelt es sich vorrangig um Lager- und Büroflächen. Die genauen Angaben stehen der Wirtschaftsförderung zur Verfügung

## 7 Handlungsempfehlungen

Die Unternehmensbefragung wurde von der Wirtschaftsförderung Trier zum Anlass genommen, um einerseits akute Bedarfe der ansässigen Betriebe zu erfassen. Andererseits konnten durch die Rückmeldungen innerhalb der breit angelegten Befragung sowie der Flankierung durch verwaltungsinterne und unternehmensintegrierende Workshops, nützliche Hinweise zur projektbezogenen Ausrichtung der Wirtschaftsförderung gewonnen werden.

Die folgenden Handlungsempfehlungen sind nicht so zu verstehen, dass diese alle und ausschließlich von der Wirtschaftsförderung der Stadt Trier umzusetzen sind. Vielmehr wird es eine zentrale Aufgabe der Wirtschaftsförderung sein, die relevanten Ergebnisse den übrigen Akteuren der kommunalen und regionalen Entwicklung (v.a. bei überregionalen Themen wie z.B. der Fachkräftesicherung oder dem Regionalmarketing) zu kommunizieren und mit diesen gemeinsam arbeitsteilige Lösungsstrategien zu vereinbaren.

Wichtig für die Interpretation der Ergebnisse ist der Aspekt, dass es sich bei der Unternehmensbefragung um eine Momentaufnahme der Meinungen und Stimmungen in der Wirtschaft handelt. Die im Folgenden benannten kritischen Standortbewertungen geben also die Wahrnehmung der Befragten wieder. So ist die schlechte Bewertung eines Standortfaktors nicht zwangsläufig auf ein objektiv schlechtes Angebot zurückzuführen. Entsprechend kann im Einzelfall auch das fehlende Wissen der Befragten ausschlaggebend für ihr Urteil sein. In diesen Fällen sollte die Wirtschaftsförderung primär die Fakten zu bestehenden Angeboten offensiver kommunizieren.

Um möglichst kurzfristig kritische Stimmen der Unternehmerschaft zu konkretisieren, hat die Wirtschaftsförderung Trier bereits vor Finalisierung des Berichtes erste Gespräche – insbesondere zur Arbeit der Wirtschaftsförderung – geführt. So konnte bei diesen Einzelkontakten unter anderem aus den Bereichen "Bau- und Elektrikerhandwerk, Physiotherapie sowie IT-Dienstleistungen" herausgestellt werden, dass es bei der Benotung nicht um die Arbeit bzw. das Agieren der Wirtschaftsförderung an sich ging. Vielmehr herrschte eine Unzufriedenheit mit der Arbeit von städtischen Dienststellen mit großem Bürgerkontakt sowie anderen Behörden, die jeweils zu der schlechten Bewertung geführt haben. Konkrete Hintergründe für die schlechte Bewertung wurden nicht benannt, sondern vielfach erfolgten Entschuldigungen für die Benotung. Dieses erste Nachhaken unterstreicht, dass es die Gesamtaufgabe der Verwaltung sein muss, Dienstleistungen für die Unternehmen mitzudenken und so die Zufriedenheit der Betriebe mit dem Wirtschaftsstandort Trier zu verbessern.

Aus der Vielzahl der Befragungsergebnisse haben sich folgende Handlungsfelder hervor getan:

### 7.1 Handlungsfeld Fachkräfte

#### Handlungsempfehlungen aus der Unternehmensbefragung

Wie bereits bei der Wirtschaftspotentialanalyse 2019 zeigt die Zusammenschau von Standortbewertung und Entwicklungsplänen der Betriebe, dass aus Sicht der Unternehmer die Fachkräfte- und Nachwuchskräftesicherung ein zentrales Handlungsfeld für die Stadtentwicklung bleiben muss. Die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte ist nach wie vor einer der wichtigsten Standortfaktoren, hat aber mit 3,60 den geringsten Zufriedenheitswert aller abgefragten Standortfaktoren erhalten. Zudem befürchten in allen Segmenten jeweils mehr als 90 Prozent der Unternehmen Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung.

Positiv zu sehen sind die stark verbesserte Zufriedenheit mit der Nähe zu Hochschulen bzw. Forschungseinrichtungen sowie die Wahrnehmung der Aus- und Weiterbildungsangebote. Auch die hohe Zufriedenheit mit den weichen Standortfaktoren in Trier zeigt, dass sehr gute Voraussetzungen für eine erfolgreiche Fachkräfteakquise in Trier gegeben sind.

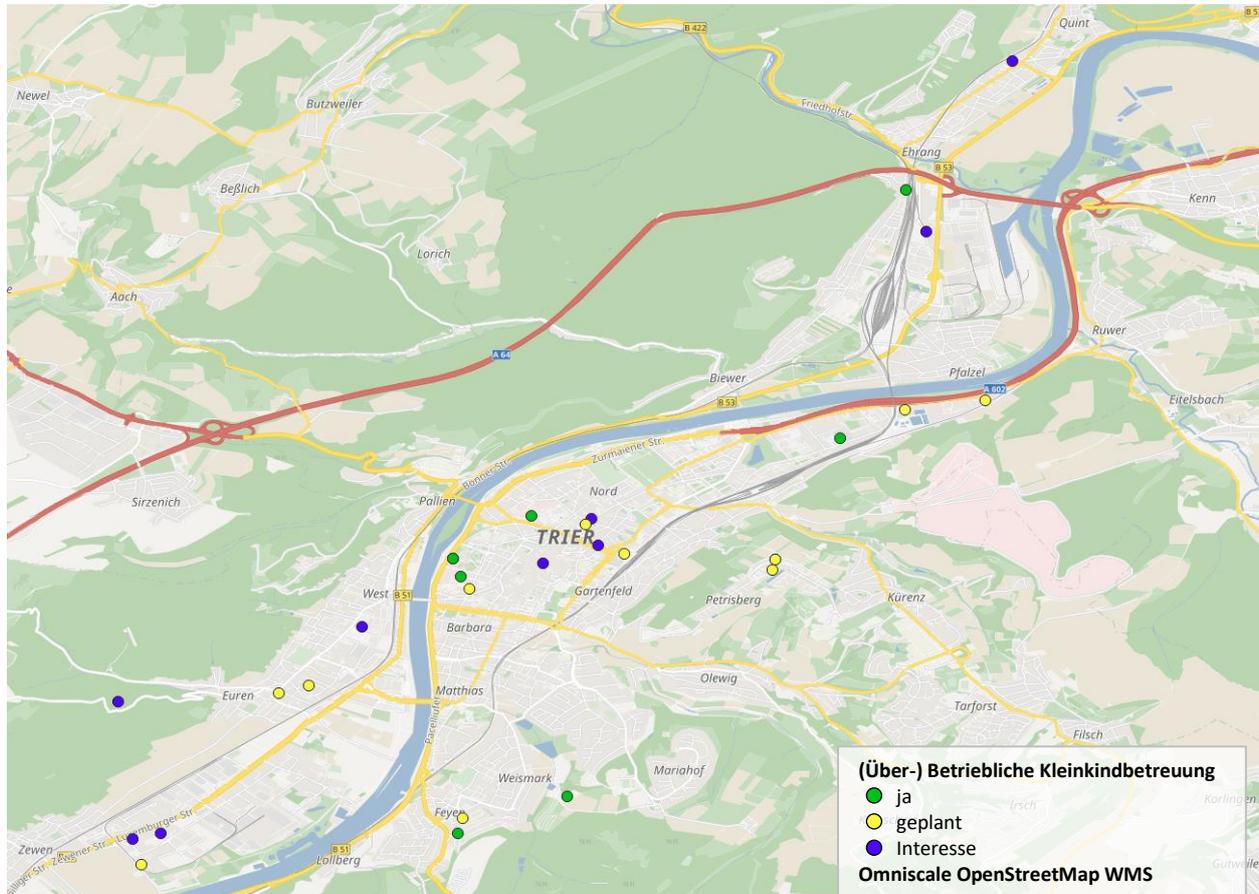
Aus den Ergebnissen der aktuellen Umfrage können nachstehende Empfehlungen für die weitere Arbeit der Wirtschaftsförderung abgeleitet werden. Die Ideen und Impulse des Berichtes aus 2019 verlieren ihre Aktualität dabei nicht, sondern stellen in den Augen der GEFAK eine sinnvolle Ergänzung dar.

- **Priorität 1: Weitere Vernetzung zur Bildungslandschaft:** Wie zuvor erwähnt, hat sich die Zufriedenheit der Unternehmen mit dem Standortfaktor Aus- und Weiterbildungsangebote im Vergleich zu 2019 deutlich erhöht. Jedoch zeigen die Werte der Vergleichsstädte sowie die Zentralität der Aus- und Weiterbildung für die Fachkräftesicherung, dass dieser positive Trend möglichst stark fortgesetzt werden muss. Eine konkrete Maßnahme wäre die Darstellung von Aus- und Weiterbildungsangeboten über eine zentrale Homepage, um in diesen Bereich die Transparenz zu erhöhen. Dabei sollten auch Angebote aus anderen Städten und Regionen integriert werden, die das Trierer Portfolio sinnvoll ergänzen (Bspw. Fortbildungen im Gesundheitssektor, die nur in bestimmten Städten angeboten werden). Um die Angebote möglichst bedarfsspezifisch zu ergänzen, sollten diejenigen Unternehmen kontaktiert werden, die sowohl die Standortfaktoren der Aus- und Weiterbildungsangebote als auch der Berufsschulangebote als (sehr) schlecht bewerten. Im Dialog können so die wichtigsten Ergänzungsangebote erfasst, eventuelle Informationslücken bei den Unternehmen geschlossen und die Ergebnisse an die entsprechenden Institutionen (Volkshochschule, Berufsschule etc.) weitergeleitet werden.

Flankierend sollten die sieben Betriebe, die erstmals Interesse zeigen, Maßnahmen für Studierende, wie etwa ein Duales Studium oder Praktikumsplätze anbieten zu wollen, unterstützt werden. Den sechs erstmals an einer Kooperation mit einer Schule interessierten Betrieben sollten Möglichkeiten und Ansprechpartner kommuniziert werden. Die Informationen über 96 Unternehmen, die Interesse an einer Vermittlung von Schulpraktika haben sowie die 82 Betriebe, die sich an regionalen Ausbildungsmessen beteiligen möchten, sollten an die zuständige Stelle weitergeleitet werden.

- **Priorität 2: Weitere Vernetzung der Betriebe:** Das hohe Interesse der Unternehmen in den Bereichen der Mitarbeiterrekrutierung, Ausbildung und Weiterbildung/Qualifizierung zu kooperieren, sollte genutzt werden. Die Wirtschaftsförderung kann die Interessenten untereinander, aber auch zu Betrieben, die bereits in dem Bereich kooperieren, in Kontakt bringen (z.B. auf Unternehmensfrühstücken oder Veranstaltungen/Empfängen der Stadt). In diesem Zusammenhang könnten auch Good Practices oder gemeinsame Nutzungen von Social-Media-Kanälen thematisiert werden. Im Zusammenhang mit B2B-Arbeit empfiehlt die GEFAK zudem immer eine Visualisierung von ansässigen Unternehmensdaten im Internet (z.B. auch der Homepage der Stadt). Diese unterstützt die Anbahnung von Kontakten zwischen den lokalen Unternehmen und unterstützt somit regionale Wirtschaftskreisläufe (z.B. durch die Identifikation neuer Zuliefererverbindungen oder Kooperationspartner in Produktion und Dienstleistung). Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen profitieren von einem solchen zentralen und für sie kostenlosen Service der Stadtverwaltung. Ideal wäre eine Kooperation mit dem Landkreis Trier-Saarburg, um auch über die Stadtgrenzen hinaus Kooperationspotentiale zu fördern.

Kurzfristig sollten Betriebe in Kontakt gebracht werden, die Interesse an (über-)betrieblicher Kinderbetreuung signalisiert haben. Diese könnten zudem mit räumlich nahen Betrieben kooperieren, die in diesem Bereich bereits Erfahrungen gesammelt haben. Letzteres bietet sich vor allem im Innenstadtbereich und im Südwesten der Stadt an (vgl. Abbildung 33).

**Abbildung 33** Lage der Betriebe mit Kinderbetreuung

Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 29)  
 © 2021 maps.omniscale.com, Kartendaten: OpenStreetMap - (Lizenz: ODbL)

- **Priorität 3: Themenspezifische Veranstaltungen und lokales Engagement:** Neben den zuvor beschriebenen Maßnahmen, eröffnen die Ergebnisse der Unternehmensbefragungen eine ganze Reihe von Themen, die durch die Wirtschaftsförderung oder anderen Institutionen bearbeitet werden könnten. Jedoch werden diese Themen aufgrund der begrenzten Ressourcen der Wirtschaftsförderung hier als nachrangig eingestuft, obgleich sie für einzelne Unternehmen zentrale Bedeutung haben könnten. Informationsveranstaltungen bieten sich vor allem für folgende Themen an: Digitalisierung (Best Practices, Datenschutz, IT-Kompetenzen der Mitarbeitenden), Aktionsplan zur Anwerbung von Rückkehrer:innen aus Luxemburg, überregionales Marketing als Wirtschaftsstandort, weitere Sensibilisierung für Maßnahmen attraktiver Betriebe (flexible Arbeitszeiten, Angebote für Betreuungspersonen und Pflegenden etc.). Durch das Netzwerk „Attraktive Unternehmen Trier“ sowie zahlreiche Formate zur Förderung der Digitalwirtschaft in Trier der letzten Jahre (z.B. Healthcare-Hackaton, Workshopreihe Go-Digital) wurden bereits erste Schritte in dieser Hinsicht unternommen. Diese Veranstaltungen sollten fortgesetzt bzw. sinnvoll ergänzt werden. Als zusätzlicher Aspekt wäre zu überlegen, wie Unternehmen stärker für lokales Engagement begeistert werden können. Aus anderen Befragungen ist eine starke Offenheit der finanziellen oder personellen Beteiligung der Betriebe an (sinnvollen) Projekten zu verzeichnen. Dies sollte auch in Bezug auf unterschiedliche Themen der Wirtschaftsförderung mitgedacht werden, um beispielsweise Unternehmensnetzwerke nach einer Initialphase in die Eigenverantwortlichkeit zu entlassen und somit Kapazitäten der Wirtschaftsförderung freizumachen.

## Handlungsempfehlungen aus den begleitenden Workshops

Auch innerhalb der flankierenden Workshops wurde das Thema Fachkräfte von den involvierten Unternehmen neben der Gewerbeflächenentwicklung als wichtigstes Handlungsfeld der Wirtschaftsförderung in Trier eingestuft. Der persönliche Austausch wurde primär dazu genutzt, um erste Ideen zur Profilierung Triers als attraktiver Standort für Nachwuchs- und Fachkräfte aus Unternehmenssicht zu generieren. Dabei wurden folgende Themen fokussiert, die als Impulse von der Wirtschaftsförderung berücksichtigt werden sollten (vgl. auch Abbildung 34):

- Thema 1: Nähe zu Luxemburg:** die Teilnehmer wünschen sich Nachteilsausgleiche für den Abzug von Nachwuchs- und Fachkräften nach Luxemburg. Dies umfasst zum einen Lobbyarbeit der Politik auf Landesebenen, um beispielsweise finanzielle Kompensationen durchzusetzen (Sonderabgabe für Arbeitnehmer in Luxemburg, die in Trier wohnen). Gleichzeitig sollte die Stadt überlegen, mit welchen Vorteilen sie Rückkehrer:innen vom Arbeitsort Trier überzeugen kann. Letzteres liegt zudem im Einflussbereich der Wirtschaftsförderung bzw. der Stadtpolitik.
- Thema 2: Fachkräftesicherung:** das größte Problem stellen Auszubildende dar, die nach abgeschlossener Ausbildung direkt das Unternehmen verlassen. Bei finanzierten Studiengängen ist es rechtlich erlaubt, die Absolvent:innen für eine gewisse Zeit an des Unternehmen zu binden. Eine Teilakademisierung der Ausbildung stellt damit eine Möglichkeit für Unternehmen dar, dies auch für Auszubildende umzusetzen. Jedoch entstehen dabei Mehrkosten, die von vielen Betrieben nicht getragen werden können und ggf. als Subvention gezahlt werden müssten. Dies verlangt eine politische Entscheidung im Stadtrat.
- Thema 3: Fachkräfte anlocken:** im Wettbewerb mit anderen Standorten in Deutschland sehen die Workshopteilnehmer nur die Profilierung durch einzigartige Angebote als Chance, Nachwuchs- und Fachkräfte nachhaltig nach Trier zu locken (spezielle Institutionen wie z.B. ein europäisches Ausbildungszentrum für Feuerwehren). Als spezifische, innovative Idee wurde ein „Azubi-Campus“ genannt, der die Vorteile eines bei Nachwuchskräften beliebten universitären Werdegangs auf Ausbildungsberufe überträgt (z.B. Azubiwohnheim, gemeinsame Veranstaltungen, Campus-Flair). Hintergrund dabei ist, Ausbildungsberufen einen besseren Ruf zu verschaffen und das Umfeld der Ausbildung in Trier besonders zu gestalten, um auch überregional Bekanntheit zu erlangen. Zudem wird die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass junge Menschen nach der Ausbildung in der Region bleiben.

**Abbildung 34** Ideensammlung zum Thema Fachkräfte (Workshop mit Unternehmen)



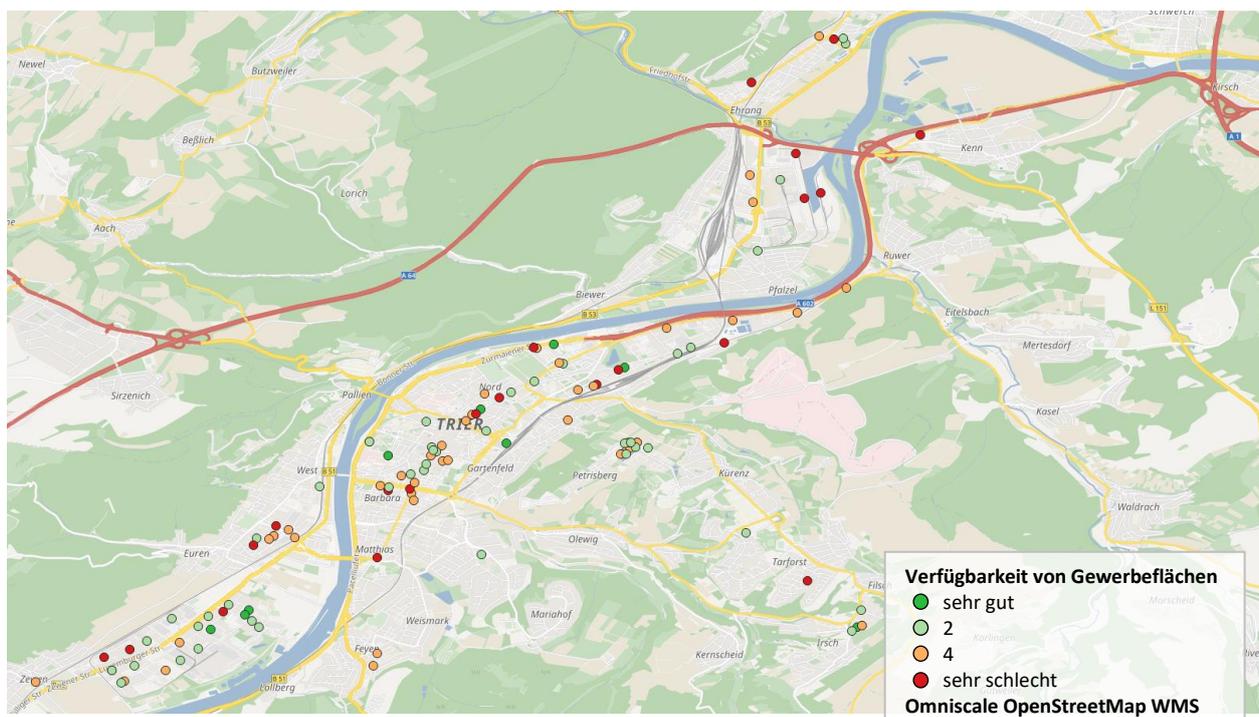
## 7.2 Handlungsfeld Wohn- und Gewerbeflächen

### Handlungsempfehlungen aus der Unternehmensbefragung

Die Wohnraumsituation steht in enger Verbindung zur Fachkräftesicherung. Im Detail bezeichnen 82 Betriebe die Verfügbarkeit des Wohnraums als (sehr) schlecht. Bei fast allen Arbeitskräfte-Segmenten wird der zu teure Wohnraum als zweit- oder dritt wichtigster Grund für Stellenbesetzungsprobleme genannt. Gleichzeitig zeigt der zeitliche Vergleich keine Verbesserungen für die Standortbewertungen zum Thema Wohnflächen und verharrt auf kritischem Niveau. Somit stellt der teure Wohnraum auch in Trier eine wichtige Herausforderung für die Stadt- und Unternehmensentwicklung dar. Aufgrund des geringen Einflussgrades der Wirtschaftsförderung, sollte die Politik durch Kommunikation der Ergebnisse noch stärker für das Thema sensibilisiert werden.

Auch das Gewerbeflächenangebot stellt weiterhin einen potenziellen Engpassfaktor für die wirtschaftliche Entwicklung, insbesondere im Nordosten und in der Innenstadt, dar (vgl. Abbildung 35). Die in der Befragung erhobenen quantitativen Bedarfe zeigen zudem das enorme Ausmaß an benötigten Gewerbeflächen, die realistisch gesehen auch langfristig nicht bedient werden können und aus ökologischer und sozialer Sicht nicht bedient werden sollten (Umweltschutz, Zersiedelung, Erhöhung der Pendlerströme). Vor diesem Hintergrund, und mit Blick auf die knappe und nicht vermehrbare Ressource Boden, sollte die Stadt eine konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Gewerbeflächenentwicklung umsetzen, die neben der Anwendung eines Kriterienkatalogs zur Vergabe von Gewerbegrundstücken auch interkommunale Lösungen mit Gemeinden des Nachbarlandkreises beinhaltet könnte. So können die wenigen Flächen gezielt an Bestandsunternehmen vergeben werden oder an Betriebe, die die lokalen oder regionalen Wertschöpfungsketten stärken. Die Erstellung einer detaillierten Gewerbeflächenentwicklungstrategie, die auch mit dem Fokus auf ökologische und soziale Nachhaltigkeit von der Politik mitgetragen wird, ist in Augen der GEFAK eine Notwendigkeit zur zukunftsorientierten Entwicklung des Standortes Trier.

**Abbildung 35** Lage der Betriebe, die die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen (sehr) schlecht bewerten



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 120)  
© 2021 maps.omniscale.com, Kartendaten: OpenStreetMap - (Lizenz: ODbL)

### Handlungsempfehlungen aus den begleitenden Workshops

Im Workshop mit Unternehmern wurden die zuvor genannten Empfehlungen teilweise diskutiert. Besonderes Augenmerk fiel dabei auf die Frage, welche Unternehmensbranchen durch die kanalisierte Gewerbeflächenvergabe gefördert werden sollten. Diese wurde zwar nicht abschließend beantwortet, zeigt aber auf, dass auch die lokalen Unternehmen die Notwendigkeit sehen, die begrenzten Flächenpotentiale strategisch zu vergeben (vgl. Abbildung 36).

Als zusätzliche Idee könnten themenspezifische Gewerbegebiete in Trier mehrfache Vorteile bringen. Bei dem genannten Beispiel des Handwerkerparks könnten innenstadtnahe, aktuell brachliegende Immobilien restauriert und damit aktiviert werden. Mit dem Angebot von branchenspezifischer Infrastruktur könnten bestehende Unternehmen als auch Start-ups in räumlicher Nähe arbeiten und in Kontakt gebracht werden. Zudem werden durch eine professionelle Ausstattung werden insbesondere Gründer:innen gefördert und potenziell Schüler:innen (z.B. in Maker-Spaces) für Handwerksberufe begeistert.

**Abbildung 36** Ideensammlung zum Thema Gewerbeflächen (Workshop mit Unternehmern)



### 7.3 Handlungsfeld digitale Infrastruktur

Für Unternehmen ist eine zeitgemäße digitale Infrastruktur in Form von schnellem Internet und eine gute Mobilfunkabdeckung mittlerweile ein existenzielles Standortkriterium. Die digitale Infrastruktur ermöglicht die immer rasanter voranschreitende Teilhabe an digitalen Diensten und Geschäftsmodellen. Dementsprechend wurden die Breitband- und Mobilfunkversorgung bei der aktuellen Befragung als wichtigste Standortfaktoren identifiziert.

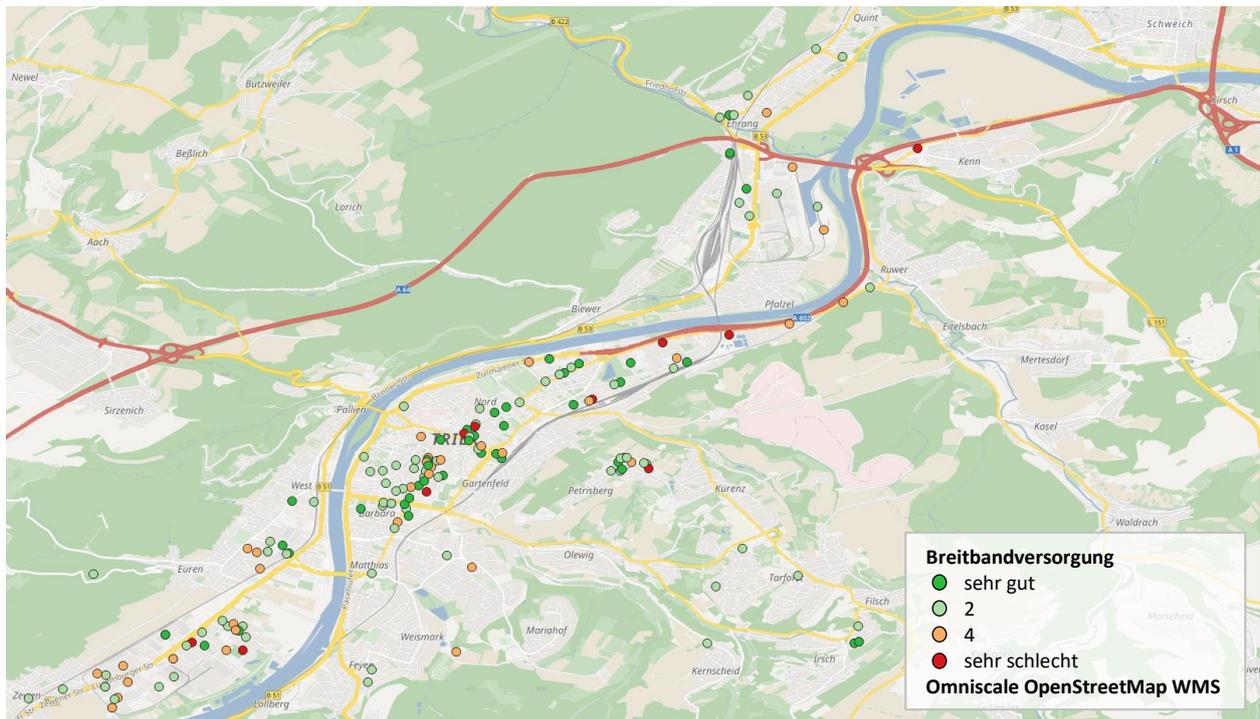
Waren in der Unternehmensbefragung 2019 viele Unternehmen (Note 2,54) mit der Breitbandanbindung mäßig zufrieden, so wurde dieser Wert 2022 lediglich bestätigt (2,55) (vgl. Abbildung 9). Abbildung 37 zeigt die Verteilung der 47 Betriebe im Stadtgebiet, die ihre Versorgung (sehr) schlecht bewertet haben. Dabei fällt auf, dass die schlechten und guten Bewertungen in der Innenstadt stark durchmischt sind. Gründe können zum einen die unterschiedlichen Ansprüche der Unternehmen sein. Zum anderen konnten in anderen Befragungen festgestellt werden, dass einige Betriebe nicht wissen, dass bereits eine bessere Internetverbindung an ihrem Standort zur Verfügung steht. In diesem Fall kann die Wirtschaftsförderung einzelbetrieblich unterstützen und Informationen zu bestehenden Internetanbietern weitergeben. Dies gilt ebenso für die sehr starke Durchmischung von positiven und negativen Bewertungen hinsichtlich der Mobilfunkversorgung im Stadtgebiet (vgl. Abbildung 38). Zudem ballen sich im Südwesten eher negative Bewertungen sowohl für die Breitband- als auch Mobilfunkversorgung, sodass dort gesondert der aktuelle Versorgungsstand geprüft und gegebenenfalls zukünftige Ausbauprojekte explizit auf dieses Gebiet fokussiert werden sollten.

Von 163 befragten Unternehmen verfügen derzeit 68 über eine Anbindung von mind. 100 Mbit/s, 58 über 50 bis 99 Mbit/s, die übrigen verfügen über langsamere Geschwindigkeiten. Von 150 Betrieben, die auf die Frage nach dem zukünftigen Bedarf geantwortet haben, nannten 110 (!) einen Bedarf von mind. 100 Mbit/s. 36 benötigen zwischen 50 und 99 Mbit/s, lediglich vier Betriebe würden mit einem langsameren Internet auskommen.

Der Ausbau des schnellen Internets sollte also konsequent weiter betrieben bzw. unterstützt werden. Dies betrifft neben den Gewerbestandorten auch die Abdeckung in Wohnungsgebieten, da auswärtige Fachkräfte eher zu einem Zuzug bereit sind, wenn auch die Wohnung über schnelles Internet verfügt.

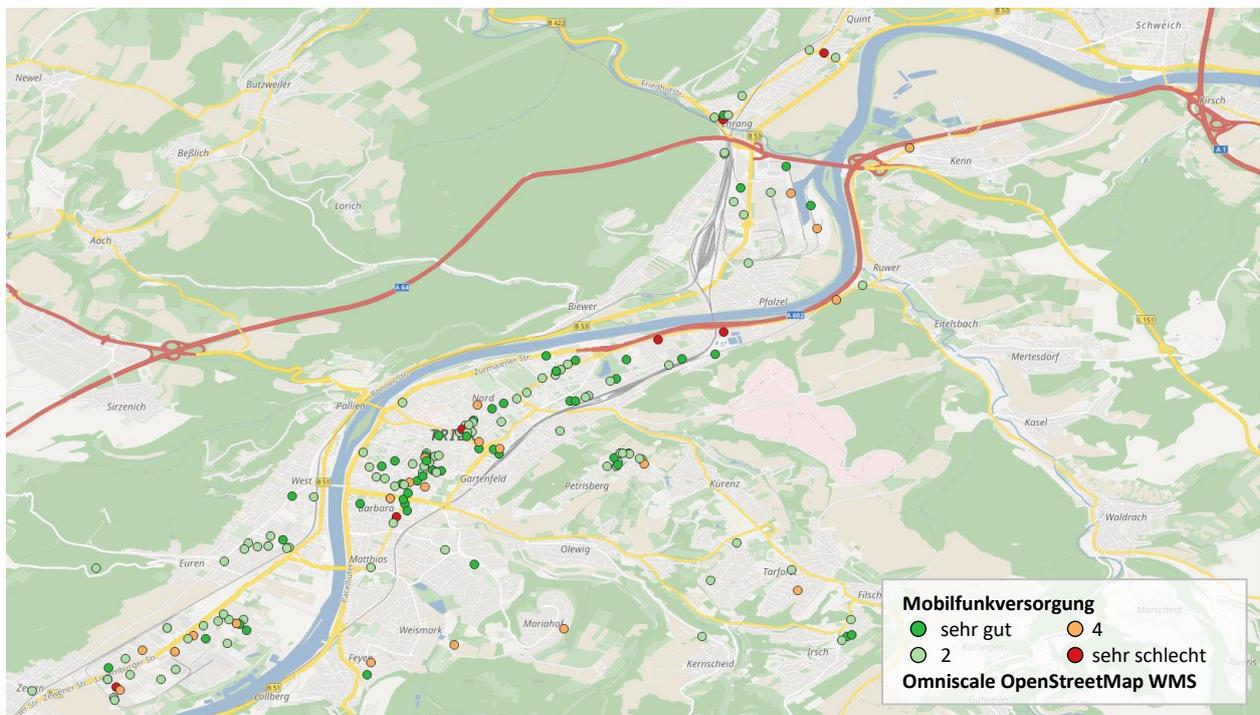
Die Fragen zu den Effekten der Corona-Pandemie haben zudem gezeigt, dass die Breitbandversorgung zwar eine wichtige – aber nicht die einzige – Voraussetzung ist, um das Zukunftsthema Digitalisierung anzugehen. So haben sich viele Unternehmen in den Bereichen IT-Kompetenz der Mitarbeiter:innen, neuen Arbeitsorten wie Home-Office oder mobilen Arbeiten sowie im Datenschutz & IT-Sicherheit verbessert. Insbesondere das Thema Home-Office/Mobiles Arbeiten wird auch zukünftig für gut die Hälfte der antwortenden Betriebe ein wichtiger Baustein der Arbeitsorganisation bleiben.

**Abbildung 37** Lage der Betriebe, die ihre Breitbandversorgung (sehr) schlecht bewerten



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 170)  
 © 2021 maps.omniscale.com, Kartendaten: OpenStreetMap - (Lizenz: ODbL)

**Abbildung 38** Lage der Betriebe, die die Mobilfunkversorgung (sehr) schlecht bewerten



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 178)  
 © 2021 maps.omniscale.com, Kartendaten: OpenStreetMap - (Lizenz: ODbL)

## 7.4 Handlungsfeld Mobilität

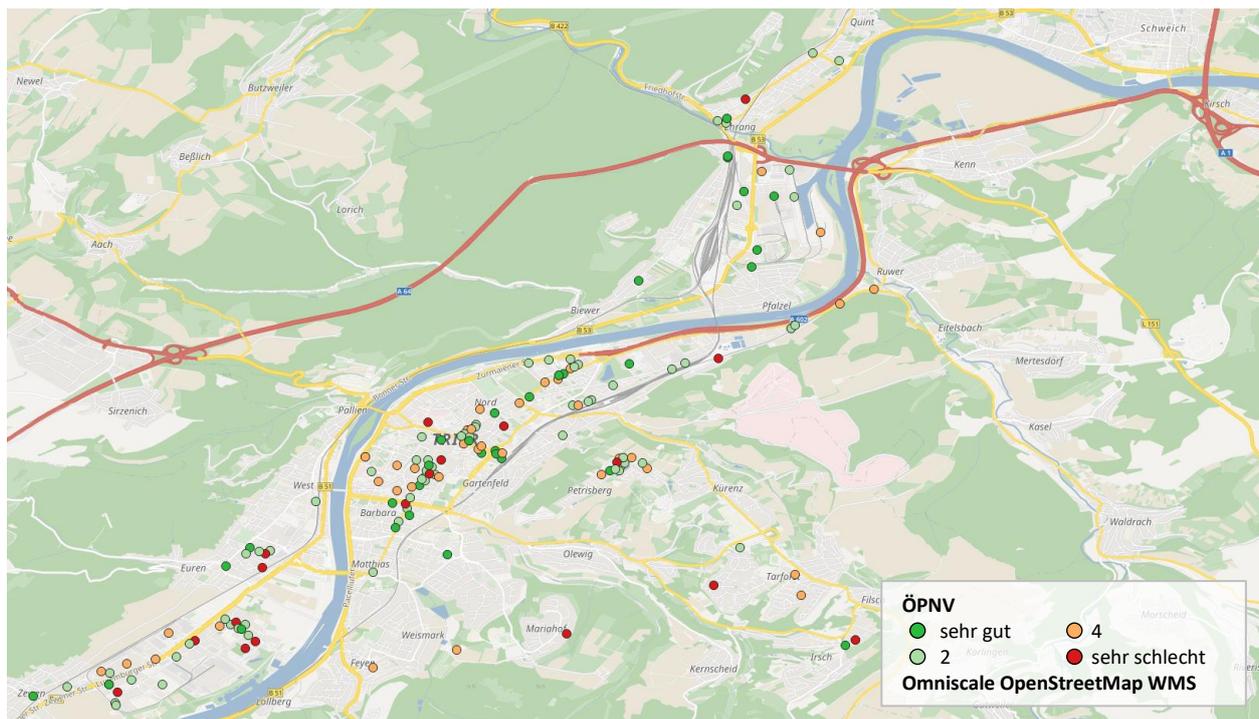
Die Verkehrsinfrastruktur und der ÖPNV sind für die Trierer Betriebe zentrale Handlungsfelder, um die Attraktivität der Stadt zu steigern. In diesen Feldern richten sich die Handlungsfelder insbesondere an die betroffenen Fachbereiche der Stadt Trier und weniger an die Wirtschaftsförderung an sich.

Wie schon 2019 bleibt die Herausforderung bestehen, insbesondere die peripheren Gebiete Triers besser in die ÖPNV-Planung zu integrieren. Dies wird insbesondere durch die Bewertungen der Betriebe im süd-westlichen Teil der Stadt unterstrichen (vgl. Abbildung 39). Bei Gesprächen der Stadtverwaltung mit dem Betreiber des Bus- und Linienverkehrs in Trier sollten diese Defizite kommuniziert werden.

Zudem sollten weiterhin ergänzende Konzepte wie Leihräder, Firmenfahrräder oder E-Roller geprüft bzw. gefördert werden, um die Stadt verkehrlich zu entlasten. Angebote im Bereich des betrieblichen Mobilitätsmanagement werden erfahrungsgemäß von Unternehmen gut angenommen, sofern die entsprechenden Impulse gesetzt werden.

Ergänzend sollte mit den 20 an einer Kooperation im Bereich Transport/Logistik interessierten Betrieben besprochen werden, ob ungenutzte Synergieeffekte existieren.

**Abbildung 39** Lage der Betriebe, die den ÖPNV (sehr) schlecht bewerten



Quelle: Unternehmensbefragung Stadt Trier 2022 (n = 159)  
© 2021 maps.omniscale.com, Kartendaten: OpenStreetMap - (Lizenz: ODbL)

## 7.5 Weitere Maßnahmen (konkrete Bedarfe)

Neben den zuvor beschriebenen Handlungsfeldern leiten sich aus den Ergebnissen weitere Maßnahmen für die Stadt Trier ab, die kurz- und mittelfristig umgesetzt werden sollten. Betroffen sind unter anderem die Bereiche "Wirtschaftsförderung, Innenstadtentwicklung, Einzelhandel und Gastronomie". Die jeweilige Aufgabenwahrnehmung sollte dezernats- und ämterübergreifend besprochen und realisiert werden. Als Maßnahmen werden vorgeschlagen:

- Kundenorientierung und ein intakter Dialog zu den Unternehmen ist u.a. für die Wirtschaftsförderung unabdingbar. Aus diesem Grund sollten alle Unternehmen, die laut Umfrage mit der Arbeit der Wirtschaftsförderung oder dem Standort nicht zufrieden sind, kontaktiert werden, um die Gründe zu benennen.  
**Hinweis:** Diese Kontaktaufnahmen sind mittlerweile in zahlreichen Gesprächen mit den Betrieben erfolgt und führten zu einer Konkretisierung der Antworten und damit zu einer Relativierung der Gesamtbetrachtung (vgl. auch Ausführungen unter Kapitel 7).
- Unternehmen, die aufgrund von Corona ihren Betrieb schließen müssen (21) oder von Insolvenz bedroht werden (13), sollten von der Wirtschaftsförderung bzw. in Zusammenarbeit mit zuständigen Ämtern und Fachleuten für die Bereiche Hotel/Gastronomie und Einzelhandel, möglichst kurzfristig kontaktiert werden.  
**Hinweis:** Die vorgeschlagene Kontaktaufnahme ist in der Zwischenzeit erfolgt.
- Unternehmen, die perspektivisch Beschäftigte abbauen (17), sollten frühzeitig kontaktiert werden, um daraus folgende Entwicklungen absehen zu können.  
**Hinweis:** Die erprobte Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit und den Wirtschaftskammern, die hier primär agieren, soll konkret für den Beschäftigtenabbau noch vertieft werden.
- Unternehmen, die im Bereich Energieerzeugung bereits kooperieren und zukünftig kooperieren möchten (102), sollten in Kontakt gebracht werden (z.B. Vernetzungsveranstaltung mit den Stadtwerken Trier).  
**Hinweis:** Da die Befragung vor dem russischen Angriffskrieg mit der Ukraine durchgeführt wurde, ist anzunehmen, dass dieses Angebot mittlerweile für fast alle Betriebe relevant wäre. Im Newsletter der Wirtschaftsförderung werden regelmäßig Themen in diesem Kontext für die Unternehmen zur Verfügung gestellt. Eine Informationsveranstaltung ist in Planung.
- Das Thema Betriebsübergabe wird in den kommenden Jahren aufgrund des fortschreitenden demographischen Wandels immer präsenter. Schon jetzt sollte den 64 Betrieben, die eine Übergabe planen, geholfen werden, um mögliche erzwungene Standortschließungen zu verhindern. Hierbei sollten auch Kontakte zu den Kammern (IHK, Handwerkskammer) genutzt werden.  
**Hinweis:** Die Zusammenarbeit mit den Wirtschaftskammern wird hierzu aktuell vertieft.

Die Ergebnisse der Befragung und der Workshops legen nahe, dass die wichtigsten Aufgaben der Wirtschaftsförderung in der Fachkräfte- und Gewerbeflächenthematik zu finden sind. Die Wirtschaftsförderung sollte daher den Fokus auf diese Bereiche setzen. Gleichwohl können durch die obenstehenden Maßnahmen mit relativ geringem Ressourceneinsatz größtmögliche Wirkungen erzielt werden. Eine Priorisierung und Umsetzungsstrategie innerhalb der Wirtschaftsförderung Trier sowie ein Abgleich mit bereits bestehenden Maßnahmen der Wirtschaftsförderung aber auch der zuständigen Fachämter für die Innenstadtentwicklung und den Einzelhandel sowie die Hotel- und Gastronomiebereich wäre als kurzfristiger Schritt ratsam!

Dabei ist zu beachten: Die Unternehmensbefragung, die Workshops und die daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen verdeutlichen, dass erfolgreiche Standortentwicklung nicht allein durch die städtische Wirtschaftsförderung realisiert werden kann, sondern interdisziplinär und partizipativ angegangen werden muss. Dazu gehört neben der Integration der Unternehmen und den einschlägigen regionalen Akteuren wie den Wirtschaftskammern, den Unternehmensnetzwerken und wirtschaftsnahen Institutionen (bspw. IHK, HWK, BA, Netzwerk attraktive Unternehmen Trier, Landkreis Trier-Saarburg etc.) auch ein Verständnis der verschiedenen Fachbereiche der Stadtverwaltung sowie der Trierer Politik für die Aufgaben der Wirtschaftsförderung.

## 7.6 Kein Start bei „Null“ – bestehende Aktivitäten der Wirtschaftsförderung

Angesichts der zahlreichen Handlungsempfehlungen sollte die Wirtschaftsförderung der Stadt Trier prüfen, inwieweit die Maßnahmen in der aktuellen Finanz- und Personalstruktur realisierbar sind. Für einen Vergleich zur ressourcentechnischen Ausstattung bietet die repräsentative Umfrage des DVWE, Difu und GEFAK von 2022 unter allen deutschen Wirtschaftsförderungsinstitutionen Orientierung. Demnach haben Wirtschaftsförderungen in Städten zwischen 100.000 und 250.000 Einwohner (n = 8) im Durchschnitt circa neun Vollzeitäquivalente zur Verfügung. Die aktuelle Personalausstattung in Trier beträgt hingegen 6,5 Vollzeitäquivalente.

Im Folgenden wird zu den Bereichen "Fachkräfte" und "Digitalisierung" dargestellt, welche Maßnahmen die Wirtschaftsförderung – unabhängig von der Unternehmensbefragung – bereits auf den Weg gebracht hat.

### 7.6.1 Maßnahmen der Wirtschaftsförderung zu Beschäftigtenstruktur und Arbeitskräftebedarf

#### Weitere Vernetzung zur Bildungslandschaft

- Die Wirtschaftsförderung hat in Kooperation mit dem kommunalen Bildungsmanagement der Volkshochschule Trier eine Website „Fachkräfte für Trier“ (<https://www.trier.de/wirtschaft-arbeit/fachkraefte-fuer-trier/>) entworfen. Hier werden Themen wie Ausbildung, (duales) Studieren, Weiterbildung, u.v.m. thematisiert und über entsprechende Verlinkungen an die jeweiligen Ansprechpartner bzw. Institutionen in Trier verwiesen.
- Die Wirtschaftsförderung engagiert sich im Arbeitskreis SchuleWirtschaft. Der Arbeitskreis besteht aus verschiedenen Arbeitsmarktakteuren, Vertretern der Kammern, Schulen und der Wirtschaft. Durch den Austausch zu aktuellen Themen von Schulen und Wirtschaft werden gemeinsame Projekte durchgeführt, um die Verbindung von den Schulen zur Wirtschaft nachhaltig zu stärken. Exemplarisch können hier Projekte wie die Forumsveranstaltung „Lebensfähig in der digitalen Welt“ – Herausforderungen von der digitalen Welt für die Schüler:innen von heute und die Arbeitswelt von morgen oder der Austausch im Juniorprojekt der BBS Wirtschaft genannt werden.
- Über das Projekt „Wirtschaft trifft Schule“ bietet die Wirtschaftsförderung Schüler:innen die Möglichkeit, bereits frühzeitig Kontakte in die Trierer Wirtschaft zu knüpfen. Trierer Unternehmen stellen gezielt Praktika und Karrierewege in den Schulen vor. In Zukunft ist das Projekt als Reihe mit wech-

selnden Unternehmen und Schulen geplant. Darüber hinaus organisiert die Wirtschaftsförderung Betriebsbesuche von Schüler:innen in verschiedenen Unternehmen als Teil einer ganzheitlichen Berufsorientierung

- Praktika sind ein elementarer Bestandteil der beruflichen Orientierung. Schüler:innen fehlen jedoch oftmals Informationen zu den Möglichkeiten auf dem Trierer Arbeitsmarkt. Um dieses Informationsdefizit abzubauen, verfolgt die Wirtschaftsförderung verschiedene Ansätze. Exemplarisch können hier Gespräche mit den verschiedensten Akteuren genannt werden (Bildungsministerium, VHS, Trierer Kammern, kommerzielle Anbieter von Praktikumsvermittlungen, Schüler:innen, Unternehmen, ...). Zudem konnten Schüler:innen zweier Trierer Gymnasien ihre Ideen zum Thema Next Generation im Praktikum (entwickelt im Rahmen des 2. Healthcare Hackathon 2021) im Netzwerk „Attraktive Unternehmen Trier“ pitchten. Hieraus entstand ein Arbeitskreis bestehend aus verschiedenen Akteuren zur Weiterentwicklung der App-Ideen, um ein unkompliziertes und effizientes Matching-System zu vakanten Praktikumsplätzen in Betrieben für Schüler:innen sowie für Unternehmen zu ermöglichen. Darüber hinaus bietet auch die Wirtschaftsförderung selbst Praktika an.

### Weitere Vernetzung der Betriebe

2019 wurde das Netzwerk „Attraktive Unternehmen Trier“ unter der Leitung der Wirtschaftsförderung ins Leben gerufen. Ziel ist es, Unternehmen und Organisationen aus Trier dabei zu unterstützen, attraktiv für Fachkräfte zu sein. Das gegenseitige Lernen, Erhalten neuer Impulse und der Austausch untereinander stehen im Mittelpunkt der Netzwerktreffen. Inhaltlich geht es hierbei um Themen wie Kommunikation und Führung, Marketing und Fachkräftegewinnung, Weiterbildung, Qualifikation und Personalentwicklung sowie Flexible Arbeitszeiten und -orte. Circa 70 Unternehmen sind bereits Teil des Netzwerkes und treffen sich regelmäßig drei bis vier Mal pro Jahr.

Im Rahmen der Netzwerkarbeit wurde das Siegel „Mein Top Job Trier“ entworfen, welches alle zwei Jahre durch den / die Oberbürgermeister/-in der Stadt Trier an diejenigen Unternehmen verliehen wird, welche sich besonders um die Gewinnung und nachhaltige Bindung von Fachkräften bemühen. Mit dem Siegel können die Unternehmen um Fachkräfte werben und gleichzeitig die Region als attraktiven Standort stärken.

### Themenspezifische Veranstaltungen und lokales Engagement

- Über die Workshopreihe „**Endlich Fachkräfte**“ sollen Trierer Unternehmen regelmäßig Impulse zu aktuellen Fachkräftethemen erhalten. In einer ersten Ausführung drehte sich alles um den „Erstkontakt bis zur erfolgreichen Einstellung und Qualifizierung“. 40 teilnehmende Unternehmen erhielten Input über smarte Wege und digitale Tools der Fachkräftegewinnung und nachhaltigen Bindung. Eine kommende Veranstaltung für Anfang 2023 ist bereits in Planung zum Thema „interkulturelle Kompetenz im eigenen Unternehmen“, um somit die Einstellung und Bindung ausländischer Fachkräfte weiter voranzubringen.
- Der Gesundheitsbereich zugleich eine der beschäftigungsstärksten Branchen in Trier als auch eine der am stärksten vom Fachkräftemangel betroffenen. Digitale und technologische Innovationen sind daher hier mehr als willkommen. Mit dem Ziel in Kleingruppen an aktuellen Problemstellungen im Gesundheitsbereich zu arbeiten und nach digitalen Lösungsansätzen zu suchen, veranstaltet die Wirt-

schaftsförderung jährlich einen **Healthcare Hackathon**. Die Trierer Gesundheitswirtschaft kann eigene Themen und Problemstellungen einbringen und in einem Netzwerk aus ansässigen Akteur:innen diskutieren und vorantreiben. Auch in anderen Branchen ist der Hackathon ein etabliertes Format so gab es 2019 einen Mosel-Wein-Hackaton und einen Hackathon für Verkehr und Mobilität.

- Innerhalb des jährlichen **Startup Camps** können Gründungsinteressierte ihre Ideen evaluieren lassen und in ein tragfähiges Geschäftsmodell überführen. Das Camp dient zum Netzwerk- und Wissensaustausch zwischen verschiedenen Startups, erfahrenen Mentoren, Finanzierern, Business-Angels und etablierten Unternehmen der Region Trier. Durch die Verknüpfung von Pitches, Impulsvorträgen und individueller Betreuung Gründungsinteressierter bietet das Startup Camp umfangreiche Unterstützung und wichtige Kontakte. Die besten Pitches werden mit Preisgeldern prämiert, welche eine Gründung erleichtern sollen.
- Im **Runden Tisch „Fachkräfte SWT“**, bestehend aus Vertretern der Wirtschaftsförderung, SWT, Agentur für Arbeit Trier, Jobcenter Trier Stadt und Jobcenter Trier-Saarburg, konnte gemeinsam eine Strategie gegen den Busfahreremangel entwickelt werden. Bereits nach 2 Treffen konnte hier neues Personal rekrutiert und wichtige Kontakte zu finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten vermittelt werden.
- Die Reihe **„Arbeiten in Trier“** für Geflüchtete aus der Ukraine bot in zwei Veranstaltungen mit insgesamt 250 Teilnehmer:innen, Informationen zu den Themen Arbeitsmarkt Trier, Spracherwerb, die Rolle der Institutionen sowie Arbeits-, Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten im Stadtgebiet. Zudem konnten sich im Rahmen einer Jobmesse Trierer Arbeitgeber mit offenen Stellen präsentieren und Kontakte zu potenziellen Fachkräften knüpfen.

### 7.6.2 Maßnahmen der Wirtschaftsförderung zum Handlungsfeld „digitale Infrastruktur“

- 97% aller Unternehmen im Stadtgebiet Trier verfügen über eine Bandbreite von mehr als 100 Mbit/s., 93% aller Unternehmen verfügen sogar über 200 Mbit/s (Breitbandatlas der Bundesnetzagentur 2022).
- Die Deutsche Telekom investiert aktuell und in naher Zukunft massiv in den weiteren Glasfaserausbau in Trier. Geplant sind für 2022/2023 der Anschluss der Stadtteile Trier-Neu-Kürenz (Petrisberg), Trier-Mitte/Gartenfeld sowie Trier-Süd. Im Zuge der Ausbaumaßnahmen sollen allein dort weitere 16.500 Haushalte einen Glasfaseranschluss erhalten. Unter den Haushalten befinden sich auch Unternehmensanschlüsse.
- Der erste Ausbauschnitt in Trier-Nord wird 2022 fertiggestellt. Damit werden neben 10.000 Haushalten auch alle Unternehmen im Gewerbegebiet Nord an das schnelle Netz angeschlossen sein. Mit diesen Ausbauprojekten werden über 40 % der Trierer Haushalte mit einer Geschwindigkeit von bis zu einem Gigabit pro Sekunde surfen können.
- Vom eigenwirtschaftlichen Ausbau der Telekom in der Stadt Trier profitieren auch Unternehmen, Schulen und weitere Einrichtungen in den vom Ausbau vorgesehenen Stadtteilen, da diese künftig ebenfalls die Möglichkeit erhalten, mit Glasfaser versorgt zu werden.
- In den Gewerbegebieten im Westen der Stadt (Eurener Flur, Pi-Park, Bobinet) verfügen zudem die Stadtwerke Trier über ein eigenes Glasfasernetz und versorgen gewerbliche Kunden mit schnellem

Internet und Telekommunikationsleistungen aus einer Hand. Bei den anstehenden Quartiersentwicklungen, wie zum Beispiel im Bereich Lokrichthalle, Jägerkaserne und Busdepot, wird das Netz flächendeckend weiter ausgebaut.

- Die verfügbare Bandbreite ist in den Gewerbegebieten ist aufgrund der verfügbaren Technologien (FTTH/B, CATV, DSL) sehr unterschiedlich und hängt stark vom Voranschreiten des Glasfaserausbau ab.
- Gerade Gewerbegebiete in den Randlagen der Stadt mit geringerer Bebauungsdichte sind mitunter noch nicht per Glasfaser versorgt.

### **Einordnungen zur Zufriedenheit der Unternehmen mit der Bandbreite im Stadtgebiet Trier**

Befragungsergebnis 1:

„...47 Betriebe haben die aktuelle Breitbandversorgung mit schlecht bewertet, wobei auffällt, dass gute und schlechte Bewertungen sich in der Innenstadt Trier derzeit stark durchmischen...“

Einordnung:

Mit der Pandemie und voranschreitender Digitalisierung ist der Bandbreitenbedarf der Unternehmen seit 2020 sprunghaft angestiegen. Jedoch gestaltet sich der Bandbreitenbedarf von Unternehmen zu Unternehmen höchst unterschiedlich. So erfordern Streaming, Cloud-Services, mobiles Arbeiten immer höhere verfügbare Bandbreiten, die jedoch nicht in jedem Unternehmen Anwendung finden.

Befragungsergebnis 2:

„...Dies gilt ebenso für die sehr starke Durchmischung von positiven und negativen Bewertungen hinsichtlich der Mobilfunkversorgung im Stadtgebiet (vgl. Abbildung 38). Zudem ballen sich im Südwesten eher negative Bewertungen sowohl für die Breitband- als auch Mobilfunkversorgung, sodass dort gesondert der aktuelle Versorgungsstand geprüft und gegebenenfalls zukünftige Ausbauprojekte explizit auf dieses Gebiet fokussiert werden sollten...“

Einordnung:

Künftige Ausbauprojekte zum Mobilfunkausbau müssen einhergehen mit dem Breitbandausbau generell, da Mobilfunkmasten via Glasfaser angeschlossen sind. Der Mobilfunkausbau ist bisher mit Ausnahme einiger Gemeinden Angelegenheit der privaten Mobilfunknetzbetreiber gewesen, die unter Aufsicht der Bundesnetzagentur fielen. Die Stadt Trier unterstützt die Telekommunikationsanbieter derzeit bei der Standortsuche auf öffentlichen Gebäuden, unter anderem bei der Errichtung von 5G-Masten.

## 8 Anhang

### 8.1 Anschreiben



DER OBERBÜRGERMEISTER

Stadtverwaltung Trier | Am Augustinerhof | 54290 Trier



Premiumadress  
Basis  
Brief

###«Firmennummer\_für\_Anschreiben»###

«Unternehmen»  
«Anrede\_Adresse» «Akademischer\_Titel»  
«Vorname» «Nachname»  
«Straße»  
«Plz» «Ort»

**Unternehmensbefragung 2022**

18. Februar 2022

«Anrede\_Text» «Akademischer\_Titel» «Nachname»,

die Corona-Pandemie stellt uns alle vor ganz neue Herausforderungen. Mit großem Respekt nehmen wir wahr, wie unsere Betriebe engagiert und kreativ daran arbeiten, durch die Krise zu kommen. Gerade in dieser wirtschaftlich herausfordernden Zeit brauchen wir den Dialog mit Ihnen. Wir wollen erfahren, wie zufrieden Sie mit Ihren Standortbedingungen sind und welche Anforderungen Ihr Betrieb an den Standort Trier hat. Auf der Basis Ihrer Angaben können wir erkennen, in welchen Handlungsfeldern wir ansetzen müssen und welche künftigen Maßnahmen Ihnen den höchsten Nutzen bringen.

Bitte nehmen Sie sich die Zeit, um den Onlinebogen bis zum 11.03.2022 auszufüllen. Nicht alle Fragen müssen für Ihren Betrieb zutreffend sein, da ein für alle Branchen bzw. Betriebsgrößen einheitlicher Fragebogen konzipiert wurde. Alternativ finden den Fragebogen auch online unter:

<https://trier.befragt.org>

Mit folgendem Passwort gelangen Sie dort zu Ihrem Fragebogen: «Passwort»

Die Befragung erfolgt unter Beachtung der datenschutzrechtlichen Vorschriften. Ihre Angaben werden ausschließlich zu Zwecken der Wirtschaftsförderung verwendet. Da wir mit dieser Befragung auch unseren Datenbestand aktualisieren wollen, bitten wir Sie außerdem um eine kurze Mitteilung, falls Ihr Unternehmen nicht mehr von der Wirtschaftsförderung angeschrieben werden soll.

Bei Rückfragen können Sie sich jederzeit an die Wirtschaftsförderung Trier, Frau Sprave, Tel. 0651 718-1832 oder E-Mail: [wirtschaftsfoerderung@trier.de](mailto:wirtschaftsfoerderung@trier.de), wenden.

Die Ergebnisse der Befragung möchten wir nach der Auswertung gerne mit Ihnen diskutieren. Dazu werden Sie gesondert eingeladen.

Für Ihre Mitwirkung bedanken wir uns.

Wolfram Leibe

Christiane Luxem  
Amtsleiterin Wirtschaftsförderung Trier

## 8.2 Fragebogen

### Unternehmensbefragung zur Wirtschaftsförderung



Bitte bis zum **11. März 2022** zurücksenden. Vielen Dank!

1. Bitte prüfen, ergänzen und oder korrigieren Sie die vorliegenden Angaben:							
<b>1.1 Firma</b>	«Unternehmen»				«FirmennummerFB»		
Anschrift:	«Straße», «PLZ» «Ort»						
Telefon:	«Telefon»	E-Mail:	«EMail»				
Homepage:							
Social Media:	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Xing <input type="checkbox"/> LinkedIn                   Sonstige: .....						
<b>1.2 Ansprechpartner:in</b>							
Telefon:		E-Mail:					
2. In welchem Sektor befindet sich Ihr Unternehmensschwerpunkt? (Bitte nur ein Kreuz)							
Industrie/Produktion .....	<input type="checkbox"/>	Handwerk .....	<input type="checkbox"/>	Einzelhandel.....	<input type="checkbox"/>	Großhandel .....	<input type="checkbox"/>
Dienstleistung.....	<input type="checkbox"/>	Bauen/Immobilien .....	<input type="checkbox"/>	Verkehr/Transport/Logistik ..	<input type="checkbox"/>	Hotellerie/Gastronomie .	<input type="checkbox"/>
3. Welchen der folgenden Kompetenzfeldern können Sie Ihr Unternehmen zuordnen? (Mehrfachnennungen möglich)							
Automotive	<input type="checkbox"/>	Neue Werkstoffe	<input type="checkbox"/>				
Elektrotechnik und Elektronik	<input type="checkbox"/>	Bauwirtschaft / Baustoffindustrie	<input type="checkbox"/>				
Biotechnologie / Medizintechnik	<input type="checkbox"/>	Tourismus / Freizeitwirtschaft	<input type="checkbox"/>				
Umwelt- und Energietechnik	<input type="checkbox"/>	Kultur- und Kreativwirtschaft	<input type="checkbox"/>				
Informations-, Kommunikations- und Digitalisierungstechnik	<input type="checkbox"/>	Bildung und Soziales	<input type="checkbox"/>				
Maschinenbau / Produktionstechnik	<input type="checkbox"/>	Gesundheitswirtschaft	<input type="checkbox"/>				
Chemische Industrie	<input type="checkbox"/>	Sonstige	<input type="checkbox"/>				
4.1 Wie viele Beschäftigte (einschließlich Inhaber:in) hat Ihr Unternehmen insgesamt? (Stand 31.12.2021)							
4.2 Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen am Standort? (Stand 31.12.2021; bitte in Tabelle eintragen)							
	<b>Vollzeit</b>	<b>Teilzeit</b>	<b>Insgesamt</b>	<b>davon in Ausbildung</b>			
Anzahl Männer							
Anzahl Frauen							
Anzahl Divers							
5.1 Kooperieren Sie bereits mit Unternehmen aus Ihrem räumlichen Umfeld bzw. können Sie sich eine Kooperation vorstellen?							
	<b>bestehend</b>	<b>vorstellbar</b>		<b>bestehend</b>	<b>vorstellbar</b>		
Einkauf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Energieerzeugung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Marketing und PR	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Forschung und Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Produktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ausbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Transport / Logistik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Weiterbildung / Qualifizierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Maschinen- / Gerätenutzung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mitarbeiterrekrutierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Energiebeschaffung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					
5.2 Vermissen Sie Kooperationspartner, Zulieferer, Produkte oder Dienstleistungen in Ihrem regionalen bzw. im nationalen Umfeld?							
					ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/>		

Wenn ja, welche?

regional: .....

national: .....

### 6. Wie beurteilen Sie Ihren Standort in Trier in Bezug auf folgende Standortfaktoren?

Standortfaktoren <i>Bitte pro Zeile je ein Kreuz für die „Bewertung des Standortes“ und je ein Kreuz für die „Wichtigkeit für Ihren Betrieb“</i>	Bewertung des Standortes 1 (sehr gut) bis 5 (sehr schlecht)					Wichtigkeit für Ihren Betrieb 1 (sehr wichtig) bis 5 (unwichtig)				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Überörtliche Straßenanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Örtliche Straßenanbindung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ÖPNV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internet- und Breitbandversorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobilfunkversorgung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nachhaltige Energieversorgung (z.B. Fernwärme)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit von Gewerbeflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preisniveau der Gewerbeflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Hauptkunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Hauptlieferanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nähe zu Hochschulen / Forschungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit von Arbeitskräften	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Angebote zur Berufsausbildung (z.B. Berufsschulen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiterbildungsangebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreuungsangebote für Kleinkinder (Krippe, Kita)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betreuungsangebote für Schulkinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schulangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verfügbarkeit von Wohnflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preisniveau der Wohnflächen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wohn- und Lebensqualität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kulturangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sport- und Freizeitangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hotel-/ Tagungsangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image der Stadt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service der Stadtverwaltung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service der Wirtschaftsförderung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesamtzufriedenheit mit dem Standort Trier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					

### 7. Welche konkreten Überlegungen für die Entwicklung Ihres Betriebes bestehen für die nächsten drei Jahre? (Mehrfachnennungen möglich) Selbstverständlich werden Ihre Angaben streng vertraulich behandelt.

	bis Ende 2022	mittelfristig		bis Ende 2022	mittelfristig
Einführung neuer Dienstleistungen oder Produkte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Betriebsübergabe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einführung neuer Verfahren / Prozessoptimierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Standortmodernisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausbau Digitalisierung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Standorterweiterung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Umsetzung von Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Errichtung zusätzlicher Standorte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neueinstellung von Beschäftigten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Standortverlagerung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abbau der Beschäftigtenzahl	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Standortschließung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 8.1 Hat Ihr Betrieb Kontakte zu Hochschulen oder sonstigen Forschungs- bzw. Transfereinrichtungen?

ja  nein 

Wenn nein, ist Ihr Betrieb daran interessiert?

ja  nein 

#### 8.2 Hat Ihr Betrieb Angebote für Studierende (Duales Studium, Praktikum, Abschluss-/ Projektarbeiten)?

ja  nein 

Wenn nein, ist Ihr Betrieb daran interessiert?

ja  nein 

#### 8.3 Hat Ihr Betrieb Kontakte zu Schulen (Praktika, Projektarbeiten, Berufsinfotage etc.)?

ja  nein 

Wenn nein, ist Ihr Betrieb daran interessiert?

ja  nein 

#### 8.4 Hat Ihr Betrieb Interesse an der Vermittlung von Praktika an Schulen?

ja  nein 

#### 8.5 Hat Ihr Betrieb Interesse an einer Teilnahme an regionalen Ausbildungsmessen?

ja  nein

**9.1 Rechnen Sie innerhalb der nächsten drei Jahre mit zusätzlichem Flächenbedarf?**

Art der Fläche	Erweiterungsbedarf		zusätzlicher Bedarf (in qm)	Zeitpunkt des Bedarfs (Jahr)
	ja	nein		
Gewerbegrundstück	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Bürofläche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Lagerfläche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Produktionsfläche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Verkaufsfläche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

**9.2 Hat Ihr Betrieb Überkapazitäten an Flächen (z.B. Tagungskapazitäten, Lagerhalle, Halle, Freifläche)?** ja  nein

**Wenn ja, welche und wie viel Fläche könnten Sie veräußern / vermieten? (bitte Angaben in Art, qm und mit Zeitraum)**  
 .....

**10.1 Hat Ihr Betrieb in den kommenden 12 Monaten Bedarf an Arbeitskräften?** ja  nein

Wenn ja, bitte präzisieren Sie diesen Bedarf	ja	nein	Anzahl	Erwarten Sie Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung?		
				ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Hochschulabsolvent:innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Gelernte Arbeitskräfte gewerblich / technisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Gelernte Arbeitskräfte kaufmännisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Gelernte Arbeitskräfte medizinisch / sozial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Angelernte Arbeitskräfte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Auszubildende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Praktikant:innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		ja <input type="checkbox"/>	eventuell <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>

**10.2 Falls Sie Stellenbesetzungsprobleme haben: Aus welchen Gründen fällt es Ihrem Betrieb schwer, Fachkräfte bzw. Auszubildende zu finden? (Bitte pro Zeile und Kategorie je ein Kreuz)**

Folgende Aussagen treffen zu für	Akademiker:innen		Sonstige Fachkräfte		Angelernte		Auszubildende	
	ja	nein	ja	nein	ja	nein	ja	nein
Es sind zu wenig Bewerber:innen auf dem Markt	<input type="checkbox"/>							
Bewerber:innen haben nicht die erforderliche Qualifikation	<input type="checkbox"/>							
Bewerber:innen haben zu hohe Gehaltsvorstellungen	<input type="checkbox"/>							
Unbekanntheit des Unternehmens	<input type="checkbox"/>							
Bewerber:innen sind nicht zu einem Ortswechsel hierher bereit	<input type="checkbox"/>							
Fehlende Attraktivität des Berufsbildes	<input type="checkbox"/>							
Der Wohnraum ist zu teuer	<input type="checkbox"/>							
Das Wohnraumangebot passt nicht zur Nachfrage	<input type="checkbox"/>							

**10.3 Welche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung führt Ihr Betrieb bereits durch?**

	ja	geplant	nein	Interesse
Anwerbung von Absolvent:innen (Schule / Hochschule)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aus- und Weiterbildung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erleichtern der Vereinbarkeit von Beruf und Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexible Arbeitsplatzgestaltung (z.B. Home-Office)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexible Arbeitszeitgestaltung (z.B. Arbeitszeitkonto)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beschäftigung und Einstellung älterer Arbeitnehmer:innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausrichtung der Arbeitsprozesse auf Bedürfnisse älterer Menschen und/oder Eltern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezielte Öffentlichkeitsarbeit / Marketing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10.3 Welche Maßnahmen zur Fachkräftesicherung führt Ihr Betrieb bereits durch?**

	ja	geplant	nein	Interesse
Schaffung finanzieller Anreize	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einrichtung von Fahrdiensten (z.B. für Auszubildende)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rationalisierung bzw. Umstrukturierung (z.B. Outsourcing)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsatz von Zeit- / Leiharbeiter:innen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Über-)Betriebliche Unterstützung bei der Versorgung mit Wohnraum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Über-)Betriebliche Kleinkinder-/Schulkinderbetreuung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(Über-)Betriebliche Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11.1 Ist die derzeit verfügbare Bandbreite Ihres Internetanschlusses momentan ausreichend? ja  nein

**11.2 Bitte geben Sie die derzeitige Bandbreite Ihres Internetanschlusses und Ihren eigentlichen Bedarf (Mbit/s) an:**

derzeitig:	<= 50 <input type="checkbox"/>	51-100 <input type="checkbox"/>	101-200 <input type="checkbox"/>	201-500 <input type="checkbox"/>	über 500 <input type="checkbox"/>	Symmetr. Anbindung <input type="checkbox"/> mit: ..... MBit/s
Bedarf bis 2024:	<= 50 <input type="checkbox"/>	51-100 <input type="checkbox"/>	101-200 <input type="checkbox"/>	201-500 <input type="checkbox"/>	über 500 <input type="checkbox"/>	Symmetr. Anbindung <input type="checkbox"/> mit: ..... MBit/s

**11.3 Wieviel wären Sie maximal bereit, für Ihren Anschluss monatlich mehr zu zahlen? (Bitte nur ein Kreuz)**

Nicht mehr als bisher ..... <input type="checkbox"/>	Bis zu 50 Euro mehr..... <input type="checkbox"/>	Bis zu 100 Euro mehr..... <input type="checkbox"/>	Weiß nicht..... <input type="checkbox"/>
Bis zu 30 Euro mehr..... <input type="checkbox"/>	Bis zu 75 Euro mehr..... <input type="checkbox"/>	Bis zu 200 Euro mehr..... <input type="checkbox"/>	

11.4 Hat Ihr Unternehmen Interesse oder Bedarf an einem Glasfaseranschluss? ja  nein

**12. Von welchen Auswirkungen der Corona-Pandemie ist bzw. war Ihr Betrieb betroffen? (Mehrfachnennungen möglich)**

Betriebsschließung (komplett)	<input type="checkbox"/>	Ausfall von Lieferanten	<input type="checkbox"/>
Betriebsschließung (teilweise)	<input type="checkbox"/>	Ausfall von Veranstaltungen (Events, Schulungen,...)	<input type="checkbox"/>
Einstellung der Produktion bzw. Dienstleistung	<input type="checkbox"/>	Logistische Engpässe	<input type="checkbox"/>
Ausfall von Aufträgen	<input type="checkbox"/>	Drohende Insolvenz	<input type="checkbox"/>
Ausfall von Kunden	<input type="checkbox"/>	Verschieben geplanter Investitionen	<input type="checkbox"/>
Ausfall von Mitarbeitenden	<input type="checkbox"/>	Sonstiges, und zwar:	
Anmeldung von Kurzarbeit	<input type="checkbox"/>		
Rückgang von Bewerber:innen für Ausbildungsstellen	<input type="checkbox"/>	.....	

**13. Wie entwickelt/e sich Ihr Umsatz seit Beginn der Corona-Pandemie?**

Umsatzerhöhung	keine Umsatzveränderung	Umsatzrückgang
<input type="checkbox"/> (um ca. .... %)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> (um ca. .... %)

**14.1 Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich im Bereich der Digitalisierung konfrontiert?**

IT-Kompetenz der Mitarbeitenden	<input type="checkbox"/>	Entwicklung neuer Projektideen	<input type="checkbox"/>
Datenschutz & IT-Sicherheit	<input type="checkbox"/>	Breitbandanbindung	<input type="checkbox"/>
Schutz eigener Ideen und Geschäftsmodelle	<input type="checkbox"/>	Kosten der Digitalisierung	<input type="checkbox"/>
Akzeptanz bei den Mitarbeitenden	<input type="checkbox"/>		

**14.2 Wie treffen die folgenden Aussagen zum Home-Office bzw. mobilen Arbeiten auf Ihren Betrieb zu?**

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft weniger zu	trifft überhaupt nicht zu
Bereits vor der Corona-Pandemie war Home-Office bei uns möglich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch die Corona-Pandemie hat Home-Office stark an Bedeutung gewonnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Durch die Etablierung von Home-Office können wir perspektivisch Bürofläche einsparen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**15. Möchten Sie uns zu dieser Umfrage oder allgemein noch etwas mitteilen?**

.....  
 .....  
 .....

**Vielen Dank!**

### 8.3 Workshop-Dokumentationen

Die Detaildokumentationen liegen der Wirtschaftsförderung vor. Dazu gehören neben den Inputfolien (Analysen, Ideen der GEFAK) auch die sortierten und überarbeiteten Ergebnisse der einzelnen Workshops. Aus Gründen des Datenschutzes werden an dieser Stelle lediglich die übergeordneten Fragestellungen sowie einige Impressionen aus den Workshops dargelegt, um die angewandte Methodik zu skizzieren. In den Handlungsempfehlungen wurden alle relevanten Workshopergebnisse integriert und mit der Wirtschaftsförderung endabgestimmt.

#### Workshop 1: Status Quo – Wo stehen wir nach der Wirtschaftspotentialanalyse 2019?

Teilnehmende: Vertreter:innen der Wirtschaftsförderung

Art: Online-Workshop, 15.02.2022

Impressionen: Aktuelle Aufgaben der Wirtschaftsförderung, bestehende Projekte und Handlungsempfehlungen der WPA 2019

#### Workshop 2: Integration der Verwaltung – Die Ergebnisse der Unternehmensbefragungen und Implikationen für die Wirtschaftsförderung in Trier?

Teilnehmende: Vertreter:innen der Wirtschaftsförderung

Art: Online-Workshop, 02.06.2022

Impressionen: Ergänzende Aufgaben/Ideen/Inhalte durch die Befragungsergebnisse

