

Bedeutung neuer Märkte für die
betrieblichen Standortanforderungen
der Zukunft

T 2433

T 2433

Dieser Forschungsbericht wurde mit modernsten Hochleistungskopierern auf Einzelanfrage hergestellt.

Die in dieser Forschungsarbeit enthaltenen Darstellungen und Empfehlungen geben die fachlichen Auffassungen der Verfasser wieder. Diese werden hier unverändert wiedergegeben, sie geben nicht unbedingt die Meinung des Zuwendungsgebers oder des Herausgebers wieder.

Die Originalmanuskripte wurden reprototechnisch, jedoch nicht inhaltlich überarbeitet. Die Druckqualität hängt von der reprototechnischen Eignung des Originalmanuskriptes ab, das uns vom Autor bzw. von der Forschungsstelle zur Verfügung gestellt wurde.

© by Fraunhofer IRB Verlag

Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Verlages.

Fraunhofer IRB Verlag

Fraunhofer-Informationszentrum Raum und Bau

Postfach 80 04 69
70504 Stuttgart

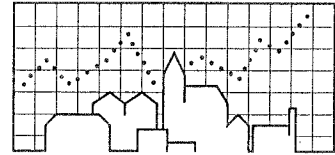
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart

Telefon (07 11) 9 70 - 25 00
Telefax (07 11) 9 70 - 25 08

E-Mail irb@irb.fraunhofer.de

www.baufachinformation.de

WIRTSCHAFTS- UND KOMMUNALBERATUNG DR. STEINRÖX



**BEDEUTUNG NEUER MÄRKTE
FÜR DIE BETRIEBLICHEN
STANDORTANFORDERUNGEN DER ZUKUNFT**

Forschungsauftrag des Bundesministeriums für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau /
Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung, Herbst 1991.

Inhaltsverzeichnis	Seite
0. <i>Einleitung und Zusammenfassung</i>	<i>I-III</i>
1. Forschungsfragen	2
2. Methodisches Vorgehen	3
2.1 Betriebsbefragung	3
2.2 Interviews mit Auslandshandelskammern und Botschaften/Konsulaten	7
2.3 Interviews mit Fachverbänden und Banken	8
2.4 Interviews mit Wirtschaftsförderungsgesellschaften	9
3. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die An- siedlung von Betrieben in der Bundesrepublik	10
3.1 Strukturwandel in der bundesdeutschen Wirtschaft	10
3.2 Ausländische Direktinvestitionen in der Bundesrepublik	16
4. Auswahlkriterien und Durchführung der Standortwahl	18
4.1 Organisation und Dauer der Standortrealisierung	18
4.2 Wichtung der Standortfaktoren	31
4.3 Bedeutung weicher Standortfaktoren	37
4.4 Zukünftige Kriterien der Standortwahl	42
4.5 Zukünftige Attraktivität von Teilräumen der (Alt-) Bundesrepublik	46
4.6 Einschätzung des Standortes "Neue Bundesländer"	49
4.7 Exkurs: Wechselwirkungen zwischen Marktentwicklung und Standortentscheidung am Beispiel der Automobilindustrie	53
5. Zusammenfassung in Thesen	58
6. Auswirkungen der Ergebnisse der Untersuchung auf die Aufgabenstellungen von Wirtschaftsförderung und Stadtplanung	61