



DORTMUND AUS DER SICHT SEINER BÜRGER UND UNTERNEHMEN

- **Grundlage:** Postalische Befragungen mit den Angaben von 2.161 Bürgerinnen und Bürgern sowie 565 Unternehmen.
- **Dortmund ist vor allem und gegenüber 2003 wenig verändert** Sportstadt, Westfalenmetropole und Einkaufsstadt. Für die Unternehmen festigt sich das Image als Technologiestadt. Es schwindet das „alte“ Bild als Stadt von Kohle, Stahl und Bier, aber auch das Ansehen als Messe- und Medienstadt.
- **Die Grundstimmung der Unternehmen ist optimistischer** als 2003: Es geht mehr Betrieben gut als schlecht, jeder 5. Befragte erwartet wachsende Belegschaften. Besonders zuversichtlich sind die Betriebe im Technologiepark und die großen Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten. Die Erwartungen der Bürgerinnen und Bürger sind dagegen noch überwiegend pessimistisch, wenn auch die tatsächliche wirtschaftliche Lage häufiger gut als schlecht ist.
- **Zufrieden sind die Dortmunderinnen und Dortmunder** mit der gesundheitlichen Versorgung, den Einkaufsmöglichkeiten und dem kulturellen Angebot. Bemängelt werden neben den fehlenden Arbeitsplätzen vor allem die Angebote für Jugendliche, der Straßenzustand (mit seit 2000 zunehmender Tendenz) und (wohl vor dem Hintergrund aktueller Diskussionen) die Sauberkeit der Luft.
- **Wichtigste Aushängeschilder sind das Westfalenstadion,** der Westfalenpark und der Weihnachtsmarkt. Erfreulich wird die Entwicklung der Brückstraße gesehen, der Hauptbahnhof verliert zunehmend an Ansehen.
- **In der Summe am zufriedensten äußern sich die Bürgerinnen und Bürger** in Hombruch und Hörde, eher unzufrieden die Befragten in Mengede, Brackel und Eving. Die Nordstadt hat große Schwächen und große Stärken.
- **Aus Sicht der Unternehmen ist der Standort Dortmund insgesamt „befriedigend“**, sie wünschen sich wie auch schon 2003 eine wirtschaftsfreundlichere Politik, eine kundenorientiertere Verwaltung und mehr Kaufkraft vor Ort.
- **Wichtigste Standortfaktoren bleiben ausreichende und preisgünstige Räume** sowie eine gute Erreichbarkeit. Kritischer als 2003 werden die Qualifikation der Arbeitskräfte und die finanziellen Belastungen gesehen.
- **Die Effekte der Globalisierung werden von den Unternehmen meist ambivalent gesehen.** Hinsichtlich der Fußball-WM herrscht Skepsis vor: 70 % der Betriebe erwarten keine positiven Auswirkungen.
- **Die neuen Medien verbreiten sich auch in Dortmund:** 90 % der Befragten verfügen über ein Handy, fast drei Viertel leben in Haushalten mit PC, zwei Drittel in Haushalten mit Internet-Zugang. Das sind jeweils rund 10 %-Punkte mehr als noch 2003.

1. ZUR DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNGEN

Im Rahmen des Informationssystems „Bürgerschaft & Verwaltung“ wurden nach 2000 und 2003 im letzten Jahr Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen in Dortmund zu ihrer Sicht auf die Stadt befragt. Die Umfragen fanden im Juni/Juli 2005 (Bürger) bzw. im Nov./Dez. 2005 (Betriebe) statt. Einbezogen wurden auf postalischem Wege rund 6.000 Bürger und 2.000 Unternehmen. 2.161 Personen und 565 Unternehmen haben sich an der Umfrage beteiligt. Das entspricht Rücklaufquoten von 37 % bei der Bürgerbefragung und 30 % bei der Unternehmensbefragung. Insbesondere bei den Bürgern geht die Teilnahmebereitschaft zurück (Rücklauf 2000: 44 %).

Die Inhalte der Umfragen lehnen sich, um die Vergleichbarkeit sicher zu stellen, weitgehend an die Erhebungen von 2000 und 2003 an. So sind die Bürgerinnen und Bürger befragt worden nach dem Image der Stadt, nach wichtigen politischen Handlungsfeldern, nach der Nutzung und Beurteilung des Öffentlichen Personennahverkehrs sowie nach der Nutzung neuer Medien und nach der Einschätzung der persönlichen wirtschaftlichen Lage. Die Unternehmen wurden vor allem nach betrieblichen Merkmalen, nach dem Standort Dortmund generell und nach individuellen Standortfaktoren sowie nach der Geschäftslage gefragt. Aus aktuellem Anlass wurde je eine Frage zur Globalisierung und zur Fußball-WM aufgenommen¹.

Dieser Bericht konzentriert sich auf ausgewählte Befunde im Zeitvergleich. Eine umfassendere Darstellung der Befragungsergebnisse findet sich im Download-Service auf der Internetseite des Fachbereiches².

¹ In beiden Fällen wurde auch nach der Beurteilung der Dortmunder Stadtverwaltung gefragt. Die Ergebnisse sind Gegenstand einer gesonderten Veröffentlichung (Kurzinformatik 2006-02).

² www2.dortmund.de/statistik-wahlen/

2. ERGEBNISSE DER BÜRGERBEFRAGUNG

Zum Image:

Bier, Kohle und Stahl prägen immer weniger

Über die Jahre etwa konstant beschreiben die Dortmunderinnen und Dortmunder ihre Stadt in erster Linie als Sportstadt, Westfalenmetropole und Einkaufsstadt (s. Abb. 1). Rund zwei Drittel der Befragten bestätigen der Stadt diese Attribute, maximal jede/r Zehnte sieht sie nicht gegeben³.

Schon zum Zeitpunkt der ersten Befragung im Jahr 2000 waren Kohle und Stahl für das Image Dortmunds nicht mehr prägend, seither ist die Bedeutung stetig weiter zurück gegangen. Nur noch 12 % der Befragten sehen Dortmund als Montanstadt, 65 % lehnen eine solche Charakterisierung ab. Noch stärker hat der Ruf als Bierstadt eingebüßt: Vor fünf Jahren sahen noch rund 70 % der Befragten Dortmund so, heute lediglich noch knapp 40 %.

Kann diese Entwicklung noch als unabdingbare Begleiterscheinung des Strukturwandels gesehen werden, muss die Tatsache, dass Dortmund weniger auch als Messe- und Medienstadt gesehen wird, nachdenklicher stimmen. So stimmen der Beschreibung als Messestadt nur noch 41 % statt 56 % (2000) bzw. 45 % (2003) der Befragten zu, der als Medienstadt nur noch 15 % statt 26 % (2000) bzw. 21 % (2003).

³ Maßstab für die Zustimmung bzw. Ablehnung sind, soweit nicht anders erwähnt, die Summen der Skalenwerte 1+2 (voll oder eher zutreffend) bzw. 4+5 (eher oder überhaupt nicht zutreffend) auf einer fünfstufigen Skala.

Zu Einzelaspekten:

Schulen sind auf gutem Weg, Probleme mit dem Straßenzustand und der Luft werden größer

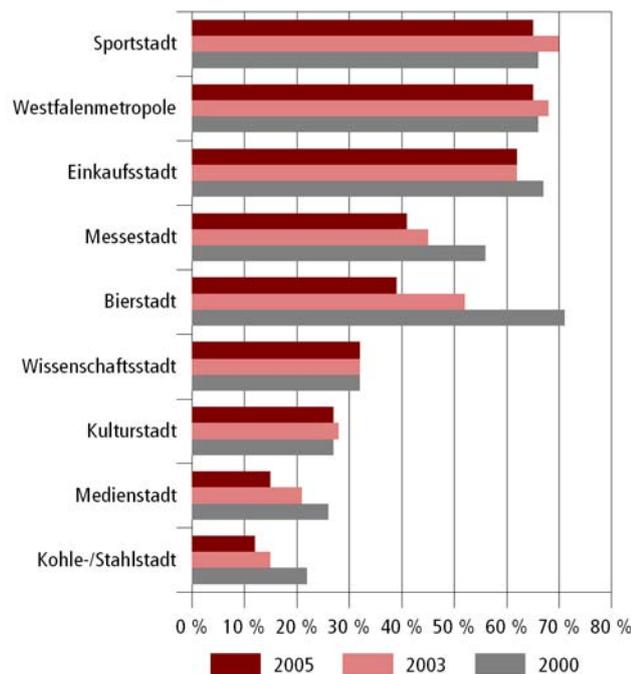
Nicht alle der 24 abgefragten Einzelaspekte betreffen die Bürgerinnen und Bürger in gleichem Maße, deswegen schwankt der Anteil derer, die zu einzelnen Punkten keine Angaben machen bzw. „weiß nicht“ angeben, in starkem Maße. Während etwa praktisch alle Befragten etwas zu den Einkaufsmöglichkeiten, zur Sauberkeit der öffentlichen Räume und zu den Parks und Grünanlagen sagen können, fehlen bei mehr als einem Drittel der Befragten Angaben zum Bau- und Landangebot, zu Pflegediensten, zur Sozialberatung und zu Kindergärten.

Losgelöst davon ist auch die Zufriedenheit der Dortmunderinnen und Dortmunder mit unterschiedlichen Angeboten und Lebensbedingungen in der Stadt sehr unterschiedlich ausgeprägt⁴. Generell lässt sich sagen, dass in der überwiegenden Zahl der Fälle (15 von 24) mehr Menschen zufrieden als unzufrieden sind. Vergleichsweise wenig Probleme gibt es mit Ärzten und Krankenhäusern, den Einkaufsmöglichkeiten und dem Angebot an Kinos/Konzerten (s. Abb. 2). Jeweils mehr als 70 % der Befragten sind damit zufrieden, weniger als 7 % unzufrieden. Theater/Museen, der öffentliche Nahverkehr und die Parks und Grünanlagen in der Stadt stehen dem kaum nach: Knapp 70 % sind mit diesen Punkten zufrieden, maximal 11 % unzufrieden.

⁴ Berücksichtigt sind nur Befragte, die Angaben zur Zufriedenheit gemacht haben. Fehlende Angaben wie die Angabe „weiß nicht“ sind nicht in die Berechnung eingegangen.

Dortmunder Image*
Zustimmung 2000 - 2003 - 2005

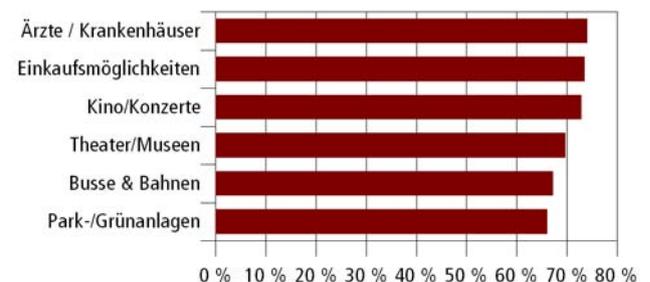
Abb. 1



* Summe der Skalenwerte 1+2 (trifft zu + trifft eher zu) in %.

Womit die Dortmunder zufrieden sind (2005)*

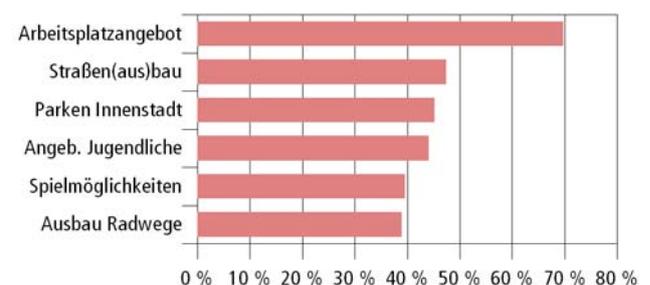
Abb. 2



* Summe der Skalenwerte 1+2 (Sehr zufrieden + eher zufrieden) in %.

Womit die Dortmunder nicht zufrieden sind (2005)*

Abb. 3



* Summe der Skalenwerte 4+5 (eher nicht zufrieden + überhaupt nicht zufrieden) in %.

Nach einem breiten „Mittelfeld“ beginnen die Aspekte, bei denen der Anteil der nicht Zufriedenen den der Zufriedenen übersteigt. Mit Abstand am größten ist die Diskrepanz bei der Einschätzung des Arbeitsplatzangebotes (s. Abb. 3). Nicht mehr als 3 % der Befragten sind damit zufrieden, 70 % äußern sich nicht zufrieden. Nicht viel besser sieht es mit den Angeboten für Jugendliche (13 % zufrieden, 44 % unzufrieden) sowie mit dem Straßenausbau und Straßenzustand (14 % zufrieden, 47 % unzufrieden) aus. Mehr Unzufriedene als Zufriedene gibt es darüber hinaus im Hinblick auf die Spielmöglichkeiten, die Parkplätze in der Innenstadt, den Zustand der Radwege, die Luftbelastung und die Sauberkeit der Straßen, Wege und Plätze.

Im Vergleich der Befragungen 2000, 2003 und 2005 zeigt sich bei rund der Hälfte der Aspekte eine sehr konstante Entwicklung, die Anteile Zufriedener wie Unzufriedener weichen bestenfalls um wenige Prozentpunkte ab. Das gilt zunächst für Angebote, mit denen die Dortmunderinnen und Dortmunder meist zufrieden sind, also Ärzte/Krankenhäuser, Einkaufsmöglichkeiten, Kino/Konzerte, Theater/Museen und Parks und Grünanlagen. Von den Aspekten mit mittlerer Zufriedenheit sind zu nennen das Wohnungsangebot, die Ruhe im Wohnviertel und die Sozialberatung. Schließlich gehören dazu auch einige Punkte, die eher kritisch gesehen werden, wie das Stadtbild, die Radwege und die Spielmöglichkeiten.

Eine wenn auch nicht sehr stark ausgeprägte, so doch kontinuierlich positive Entwicklung ist im Hinblick auf den öffentlichen Nahverkehr und die Stadtverwaltung festzustellen (s. Abb. 4). Waren im Jahr 2000 59 % mit Bussen und Bahnen zufrieden, sind es heute 67 %. 42 % statt 2000 36 % äußern sich heute mit dem Service der Stadtverwaltung zufrieden. Etwa in der gleichen Größenordnung sind in beiden Punkten die Anteile Unzufriedener rückläufig. Beim Baulandangebot und bei den Parkplätzen in der Innenstadt ist der Anteil Unzufriedener ebenso kontinuierlich geringer geworden, dem stehen aber nicht entsprechend höhere Anteile Zufriedener gegenüber, sondern stattdessen mehr Indifferente (teils/teils).

Bei einigen Punkten, wie den Kindergärten, den Schwimm-/Sportanlagen und der Sauberkeit der Straßen fällt auf, dass

die Zufriedenheit heute höher ist als 2003, das Niveau von 2000 aber nicht wieder erreicht ist. Relativ noch besser sieht das bei den Angeboten für Jugendliche aus, wo der Anteil Unzufriedener gegenüber 2003 um 11 %-Punkte gesunken ist, insbesondere aber bei den Weiterführenden Schulen, wo es nie mehr Zufriedene (52 %) und weniger Unzufriedene (11 %) gab. Die u. a. in Folge der „Pisa“-Diskussionen eingeleiteten Maßnahmen im Bildungsbereich zeigen also augenscheinlich eine erste positive Wirkung.

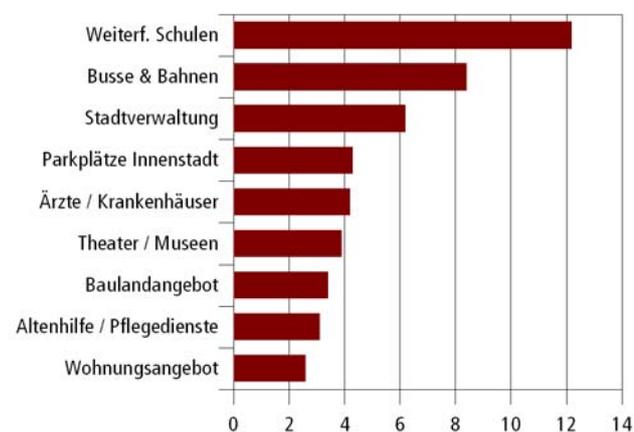
Zwei Aspekte, bezeichnenderweise die mit den höchsten Anteilen Unzufriedener, haben sich über die drei Befragungsrunden kontinuierlich verschärft: das Angebot an Arbeitsplätzen und der Zustand der Straßen (s. Abb. 5). Immer weniger Befragte sind mit diesen beiden Feldern zufrieden, immer mehr unzufrieden. So ist beim Straßenzustand der Anteil Zufriedener mit 14 % nur noch halb so hoch wie vor fünf Jahren, beim Arbeitsplatzangebot der Anteil Unzufriedener mit 70 % um die Hälfte höher.

Ein Aspekt erfordert aus aktuellem Anlass besondere Beachtung: Die Diskussion um die Feinstaubbelastung der Straßen dürfte ausschlaggebend dafür sein, dass die Bevölkerung in punkto Luftbelastung heute sehr viel kritischer ist als noch vor zwei Jahren (als die Zufriedenheit gegenüber 2000 gestiegen war). Der Anteil Zufriedener ist mit 24 % nur noch halb so hoch wie vor zwei Jahren, der Anteil der Unzufriedenen umgekehrt mit 32 % doppelt so hoch. Hier wird einmal mehr deutlich, dass Umfragen kein objektives Bild zeichnen können, sondern Themen in Abhängigkeit von deren öffentlicher Präsenz subjektiv beleuchten.

**Dortmunds „Aushängeschilder“:
Viel Positives - wenn der Hauptbahnhof nicht wäre**

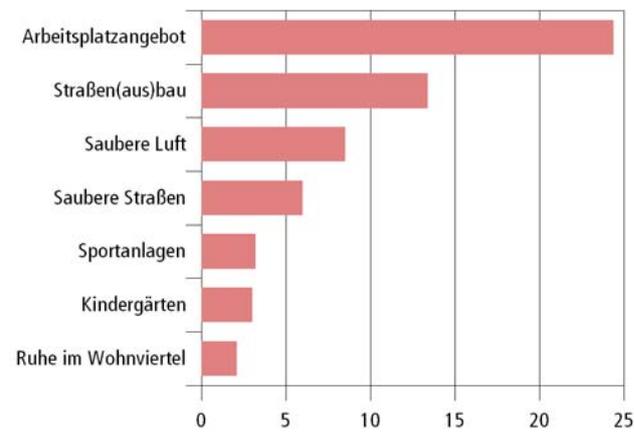
Auch die bekannten Einrichtungen, Straßen und Plätze sind nicht allen Dortmundern gleichermaßen vertraut. Nur den Hauptbahnhof, den Westen-/Ostenhellweg, den Bereich Rathaus/Friedensplatz, den Westfalenpark und den Weihnachtsmarkt kennen praktisch alle (weniger als 2 % „weiß nicht/

Was seit 2000 besser geworden ist * Abb. 4



* Summe der Skalenwerte 1+2 (Sehr zufrieden + eher zufrieden), Differenz 2005/2000 in %-Punkten.

Was seit 2000 schlechter geworden ist* Abb. 5



* Summe der Skalenwerte 4+5 (eher nicht zufrieden + überhaupt nicht zufrieden), Differenz 2005/2000 in %-Punkten.

kenne ich nicht“). Immerhin jede/r Neunte kennt das Westfalenstadion⁵ nicht. Noch weniger bekannt sind das Konzerthaus (14 %), die Stadt- und Landesbibliothek (15 %), die Universität (24 %) und die Spielbank Hohensyburg (26 %).⁶

Ganz überwiegend bekommen die „Aushängeschilder“ von den Dortmunderinnen und Dortmundern gute Noten. 13 von 15 Einrichtungen werden von mehr als der Hälfte der Befragten mindestens mit „Gut“ bewertet. Die größten Attraktionen sind demnach der Westfalenpark, das Westfalenstadion und der Weihnachtsmarkt, für diese drei großen „W“ vergeben mehr als 80 % der Befragten sehr gute oder gute Noten. Gemittelt in Schulnoten ausgedrückt bedeutet das eine „2 +“ (s. Abb. 6).

Der Großteil der „Aushängeschilder“ bekommt ein glattes „Gut“. Es sind diese die Spielbank, der Zoo, die Stadt- und Landesbibliothek, das Konzerthaus, die Westfalenhallen, der Rathausbereich, Oper/Theater und Florianturm. Der Anteil (sehr) guter Noten liegt hier zwischen 66 % (Florianturm) und 77 % (Spielbank). Schon etwas größere Vorbehalte (Note „2 -“) gibt es bei der Universität und dem Westen-/Ostenhellweg, wengleich auch hier nicht mehr als 3 % der Befragten ein „Mangelhaft“ oder sogar „Ungenügend“ vergeben.

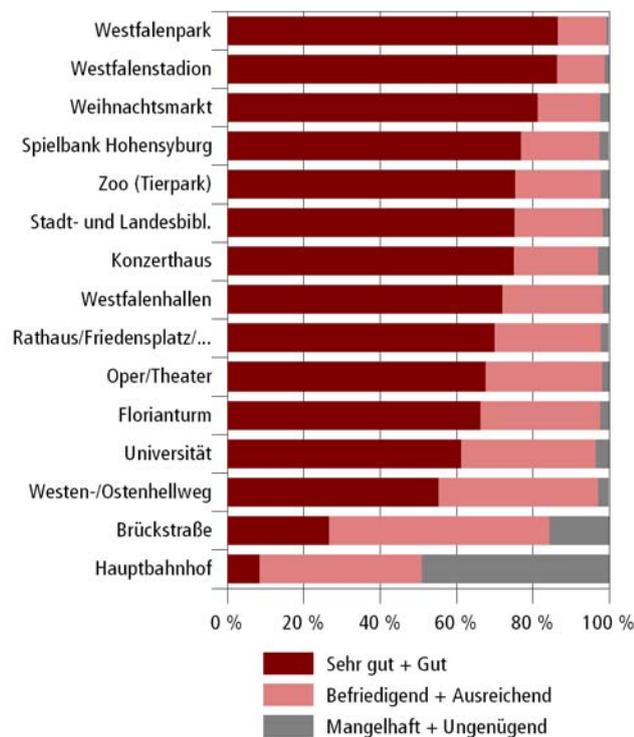
⁵ Das Westfalenstadion wurde zwischenzeitlich in Signal-Iduna-Park umbenannt. Hier wird der alte Name, der zum Zeitpunkt der Befragung gültig war, beibehalten.

⁶ Die folgenden Aussagen beziehen sich auf die Personen, die Angaben zu den „Aushängeschildern“ gemacht haben.

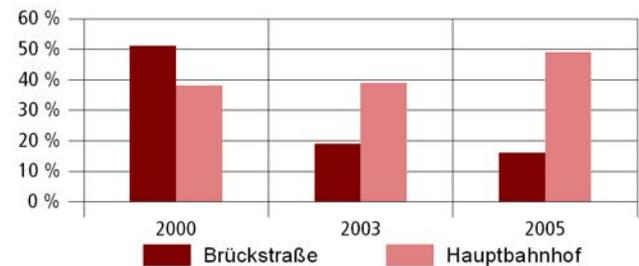
Die „Sorgenkinder“ (allerdings mit unterschiedlicher Entwicklung, s. u.) bleiben die Brückstraße und in besonderem Maße der Hauptbahnhof. Sie fallen gegenüber den anderen Objekten deutlich ab. Während für die Brückstraße immerhin mehr gute (25 %) als schlechte Noten (15 %) zu verzeichnen sind, beschreibt jede/r Zweite den Bahnhof als mangelhaft oder ungenügend, hingegen nur jede/r Elfte als (sehr) gut. Ein deutliches Zeichen, dass die große Mehrheit der Dortmunder/-innen mit dem gegenwärtigen Zustand des Bahnhofes nicht zufrieden ist.

Der Zeitvergleich (s. Abb. 7) zeigt eine angesichts der bekannt hohen Konstanz solcher Bewertungen in einem Fall eine spektakulär positive Entwicklung. Es betrifft dies die Brückstraße, für die der Anteil (sehr) guter Noten heute um 18 %-Punkte höher liegt als noch vor fünf Jahren, der Anteil schlechter Noten lag damals mit 51 % sogar noch mehr als drei Mal höher als heute. Die vielfältigen Bemühungen um eine Imageverbesserung in Verbindung mit dem Bau des Konzerthauses tragen also spürbar Früchte. Umgekehrt bekommt der Hauptbahnhof immer mehr schlechte Noten.

Bewertung Dortmunder „Aushängeschilder“ Abb. 6

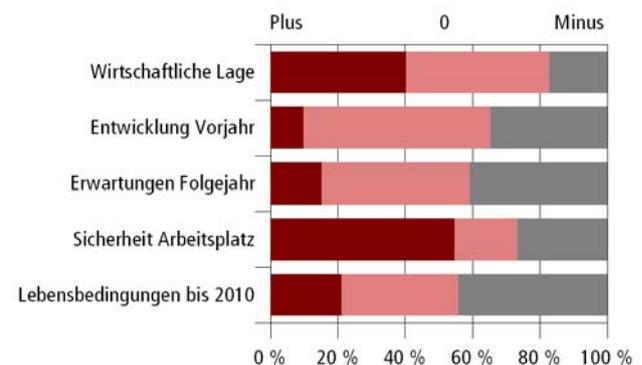


Negative Bewertung Brückstraße und Hauptbahnhof 2000 - 2003 - 2005 * Abb. 7



* Mangelhaft + ungenügend in %

Wirtschaftliche Lage und Erwartungen Abb. 8



Wirtschaftliche Lage:
Status quo meist eher gut, aber
Skepsis hinsichtlich der weiteren Entwicklung

In der Beurteilung ihrer augenblicklichen wirtschaftlichen Lage (s. Abb. 8) sind die relativ meisten Befragten unentschieden (43 %). Immerhin dominiert aber die Einschätzung als „gut“ mit 36 % deutlich gegenüber „schlecht“ mit 13 %. Die Extreme „Sehr gut“ und „Sehr schlecht“ sind mit je 4 % nur gering besetzt. Gegenüber 2003 gibt es keine nennenswerten Veränderungen, gegenüber 1995 sind beide Extreme etwas geringer besetzt.

Der Vergleich zum Vorjahr weist für die meisten Befragten keine Veränderung aus: 56 % sehen ihre wirtschaftliche Situation genau so wie vor einem Jahr. Davon abgesehen überwiegen die negativen Entwicklungen: 35 % der Befragten sehen ihre Lage (meist etwas) schlechter als im Vorjahr, aber nur 10 % (meist etwas) besser. Die Ergebnisse sind über die Zeit stabil.

Entsprechend zurückhaltend sind die wirtschaftlichen Perspektiven für das nächste Jahr. Zwar erwarten auch hier die relativ meisten (44 %) keine Veränderung, im übrigen sind die Erwartungen aber ähnlich deutlich pessimistisch wie der Vergleich mit dem Vorjahr. 41 % der Befragten fürchten im nächsten Jahr wirtschaftlich schlechter dazustehen (8 % sogar wesentlich schlechter), dagegen hoffen nur 15 % auf Besserung. Gegenüber 2003 gibt es auch in diesem Punkt keine nennenswerten Veränderungen.

Nicht mehr als 16 % der Befragten, 10 %-Punkte weniger als vor zehn Jahren, sind sich ihres Arbeitsplatzes sehr sicher. Immerhin in der gleichen Größenordnung höher ist mit 38 % der Anteil derer, die ihren Arbeitsplatz für eher sicher halten. 20 % schätzen ihren Arbeitsplatz als eher unsicher, 6 % sogar als sehr unsicher ein. Hier hat es im Zeitvergleich eine leichte Verschiebung von „sehr unsicher“ zu „eher unsicher“ gegeben.

Wie die Erwartungen an die persönliche wirtschaftliche Lage ist auch die Einschätzung der Lebensbedingungen in Dortmund in fünf Jahren überwiegend von Skepsis geprägt. Der

Anteil derer, die eine negative Entwicklung erwarten, ist mit 44 % rund doppelt so hoch wie der Anteil derer, die glauben, dass die Lebensbedingungen in Dortmund 2010 besser sein werden als 2005.

Handy, PC und Internet
weiter auf dem Vormarsch

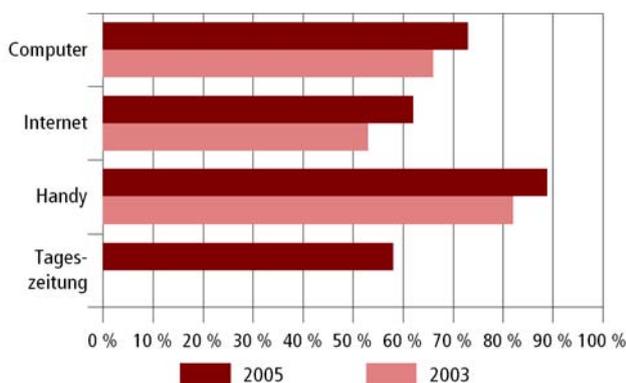
Innerhalb weniger Jahre sind Computer, Internet und Handy für die meisten Menschen zum Alltagsgegenstand geworden. Das war schon in der Bürgerumfrage 2003 deutlich erkennbar und hat sich seither weiter verstärkt (s. Abb. 9).

Stärker noch als Rechner und Netze sind mobile Telefone verbreitet: 89 % der Befragten geben an, über ein persönliches Handy zu verfügen. Das sind nochmals 8 %-Punkte mehr als vor zwei Jahren. Mehr als die Hälfte der Dortmundnerinnen und Dortmundner (56 %, die Personen ohne Handy eingeschlossen) ist auf diesem Wege praktisch immer erreichbar, 12 % beschränken sich auf bestimmte Zeiten, 21 % nutzen das Handy weniger, um angerufen zu werden als vielmehr überwiegend um anzurufen. Der Anteil derer, die permanent erreichbar sind, ist um 5 %-Punkte höher als 2003.

Fast drei von vier Befragten leben in einem Haushalt mit PC, 2003 lag dieser Anteil bei zwei Dritteln. Etwas mehr als die Hälfte der Haushalte, die über einen PC verfügen, das entspricht 39 % aller Haushalte, nutzt den Computer täglich, ein knappes Viertel aller Haushalte zumindest mehrmals wöchentlich. Damit leben rund 60 % der Befragten in Haushalte mit regelmäßiger Computernutzung.

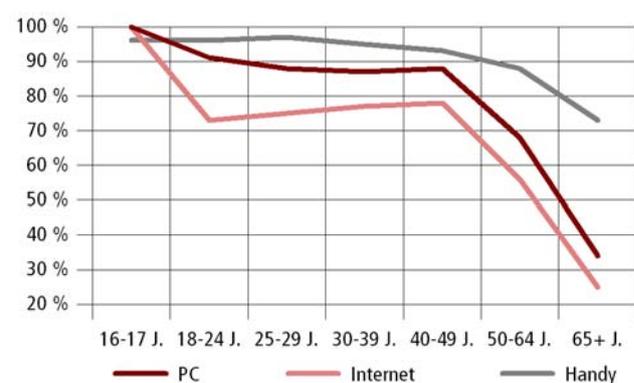
Noch etwas stärker als die Zahl der PC- ist die der Internetnutzer seit 2003 gestiegen, nämlich um knapp 10 %-Punkte auf 62 %. Dabei fällt besonders ins Gewicht, dass die Nutzungsintensität augenscheinlich stark zugenommen hat. Nutzten 2003 „nur“ 36 % der möglichen Haushalte das Internet, sind das heute bereits 47 %. Das entspricht 29 % aller Haushalte. Ein weiteres Drittel dieser (21 % aller) Haushalte geht mehrmals wöchentlich ins Netz, so dass ziemlich exakt in der Hälfte aller Haushalte das Internet regelmäßig genutzt

Ausgewählte Medien in Dortmunder Haushalten* Abb. 9



* Handy: in % der Personen.

Verfügbarkeit über Neue Medien nach Altersklassen Abb. 10



wird. Damit wird das Internet mehr und mehr auch zum Konkurrenten für das traditionelle Informationsmedium Tageszeitung, das noch 58 % der erfassten Haushalte abonniert haben.

Im Vergleich zu Nordrhein-Westfalen insgesamt ist die Ausstattung leicht überdurchschnittlich: Das Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik weist landesweit für 2004 Anteile von 65 % für den PC, 56 % für das Internet und 80 % für das Handy aus, 6 - 9 %-Punkte unterhalb der in der Befragung für Dortmund ermittelten Anteile.

Aber nicht nur in den Haushalten, sondern auch an den Arbeitsplätzen sind PC und Internet heute bereits weit verbreitet. Fast jeder zweite Erwerbstätige kann nach eigenen Angaben an seinem Arbeitsplatz über PC und Internet verfügen, weitere 19 % haben einen PC ohne Internet-Anschluss. Lediglich ein gutes Drittel der befragten Berufstätigen arbeitet weiterhin ohne diese Technik-Unterstützung.

Erwartungsgemäß ist die Verfügbarkeit über Neue Medien stark altersabhängig (s. Abb. 10). Ausnahmslos alle Befragten 16- bis 17-Jährigen verfügen nach ihren Angaben sowohl über mindestens einen PC als auch über einen Internet-Zugang im Haushalt. Auch die 18- bis 49-Jährigen sind signifikant überdurchschnittlich ausgestattet: Knapp 90 % mit vergleichsweise geringen Schwankungen in den Altersgruppen verfügen über einen PC im Haushalt, rund drei Viertel über eine Internet-Verbindung. Danach geht die Verfügbarkeit rapide zurück: Von den 50- bis 64-Jährigen haben noch 68 % PC und 56 % Internet, von den noch Älteren dagegen nur noch 34 % PC und 25 % Internet.

Ein eigenes Handy besitzen 2005 rund 95 % der unter 50-Jährigen, womit eine Sättigungsgrenze erreicht sein dürfte. Auch hier fällt die Quote bei den Älteren signifikant, aber doch deutlich weniger stark als bei Computern. Immerhin 88 % der 50- bis 64-Jährigen und 73 % der über 64-Jährigen haben ein Mobiltelefon.

Der Vergleich mit 2003 zeigt hinsichtlich PC und Handy einen leichten Abbau der Differenzen, die Steigerungsraten (in %-Punkten) sind bei den über 50-Jährigen höher als bei den jüngeren Altersgruppen. Beim Internet haben insbesondere die unter 25- und die 40- bis 64-Jährigen zugelegt.

3. ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

Zum Image:

Ergebnisse der Bürgerbefragung bestätigt

Wie die Bürger, sehen auch die Unternehmen Dortmund immer weniger als Kohle-, Stahl- und Bierstadt. Bei Kohle und Stahl liegt die Zustimmung bei unter 10 %, beim Bier noch bei knapp 30 %, Anteile, die sogar noch etwas niedriger sind als in der Bürgerumfrage. Und auch für die Unternehmen ist Dortmund in erster Linie Westfalenmetropole, Einkaufs- und Sportstadt. Hier liegen die Zustimmungsraten jeweils bei rund 60 %. Jedes zweite Unternehmen sieht Dortmund als Technologiestadt, der Anteil ist gegenüber 2000 und 2003 erfreulicherweise leicht gestiegen. Einen ebenso leicht positiven Trend gibt es auch hinsichtlich der Attribute Wissenschaftsstadt, moderne Stadt und Kulturstadt, wobei hier die Zustimmung aber lediglich bei etwa 20 % bis 25 % liegt.

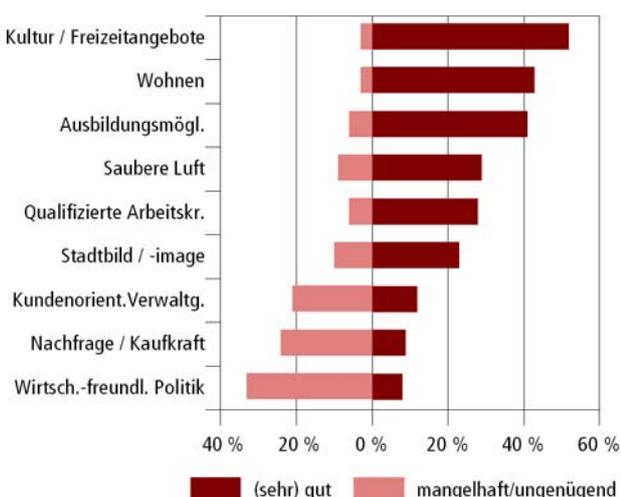
Standort Dortmund:

Hoher Wohn- und Freizeitwert, aber es mangelt an Kaufkraft

Die Dortmunder Unternehmen bewerten den Standort insgesamt eher durchschnittlich. In sechs der neun benannten Teilaspekte ist „Befriedigend“ die am häufigsten vergebene

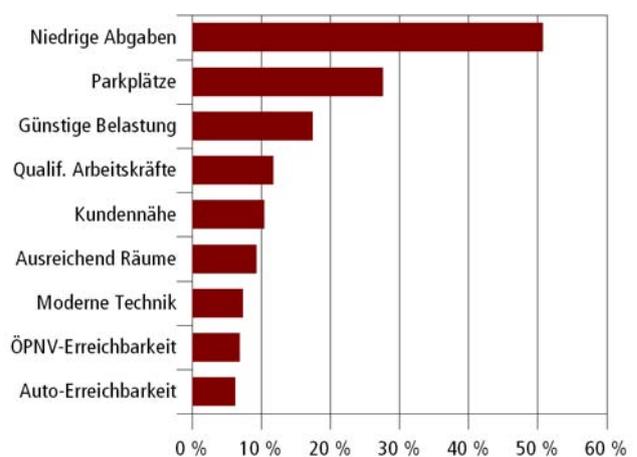
Noten für den Standort Dortmund

Abb. 11



Defizite* bei ausgewählten Standortfaktoren

Abb. 12



* Standortfaktor wichtig, aber (eher) nicht erfüllt (Skalenwerte 4+5 in %).

Note. Positiv davon ausgenommen ist das Kultur- und Freizeitangebot: Die Hälfte der Unternehmen benotet es mit (sehr) gut, hingegen nur 3 % mit mangelhaft oder ungenügend (s. Abb. 11). Vergleichbar positiv werden die Wohnbedingungen (43 % gut oder sehr gut, 3 % mangelhaft oder ungenügend) und die (Aus-)Bildungsmöglichkeiten (41 % / 6 %) gesehen. Leichte Abstriche hinsichtlich der (sehr) guten Noten sind zu konstatieren bei der Sauberkeit der Luft (29 %) und der Qualifikation der Arbeitskräfte (28 %), etwas größere beim Stadtbild/-image, wo 23 % guten 10 % schlechte Noten gegenüberstehen.

Drei Punkte werden von den Betrieben besonders kritisch gesehen. Die Zahl der mangelhaften bzw. ungenügenden Noten übertreffen hier die (sehr) guten deutlich. Das gilt für die Kundenorientierung der Verwaltung (12 % zu 21 %), das Nachfragepotenzial bzw. die Kaufkraft (9 % zu 24 %) und in besonderem Maße für die Wirtschaftsfreundlichkeit der Politik (8 % zu 33 %). In Schulnoten ausgedrückt wäre das jeweils nicht mehr als ein „Ausreichend“.

Die Ergebnisse sind auch in diesem Punkt im Zeitvergleich relativ stabil. Gegenüber 2003 gibt es nur eine deutliche Abweichung: Kritischer als damals wird 2005 die Sauberkeit der Luft gesehen. Der Anteil der Unternehmen, die hier zumindest ein „Befriedigend“ vergeben, ist um 10 %-Punkte auf 69 % zurück gegangen. Hier dürfte die öffentliche Diskussion um die Feinstaubbelastungen im Stadtgebiet einen wesentlichen Einfluss gehabt haben. Erwähnt werden sollte noch, dass sich die Politik jedenfalls in der Tendenz etwas wirtschaftsfreundlicher darstellt als 2003. Die schlechten Noten (mangelhaft/ungenügend) sind um 5 %-Punkte zu Gunsten mittlerer Bewertungen rückläufig.

**Betriebs-Standortfaktoren:
Zu hohe Kosten, zu wenig Parkplätze**

Wie schon in den vorausgegangenen Befragungen, bleiben eine gute Erreichbarkeit insbesondere für den Pkw-Verkehr einschließlich der zugehörigen Parkplätze sowie ausreichend große, preisgünstige Räumlichkeiten die wichtigsten Standortfaktoren. Rund drei Viertel - hinsichtlich der Größe zwei

Drittel - der Befragten haben diese vier Aspekte als wichtig für ihren Betrieb genannt. Rund 60 % finden qualifizierte Arbeitskräfte, einen guten ÖPNV-Anschluss und ein attraktives Gebäude wichtig. Im „Mittelfeld“ mit Anteilen um 50 % rangieren u. a. moderne Technik, niedrige Abgaben und eine „gute Adresse“. Insgesamt vergleichsweise geringes Gewicht (von jeweils etwa einem Fünftel der Betriebe genannt) haben neben Hafens- und Gleisanschluss Serviceleistungen im Gebäude und die Nähe zu Wissenschaft und Forschung. Die Gewichte der einzelnen Faktoren haben sich gegenüber der Befragung von 2003 nicht nennenswert verschoben.

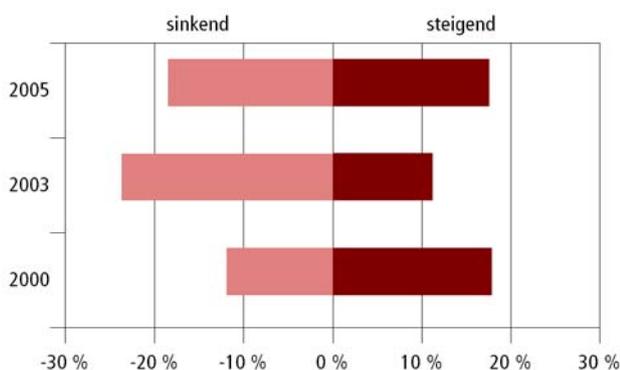
Keine der Bedingungen ist für alle Betriebe, die sie als wichtig bezeichnen, auch gegeben. Am besten steht es dabei noch um die verkehrliche Erreichbarkeit (Auto und öffentliche Verkehrsmittel), die Räumlichkeiten und die Technikausstattung (s. Abb. 12). Rund drei Viertel der Unternehmen, die diese Punkte für wichtig halten, sehen diesbezüglich ihre Anforderungen voll oder zumindest eher erfüllt (Stufe 1 + 2 auf einer fünfstufigen Skala), lediglich 7 % nicht. Eine große Diskrepanz zwischen Gewicht und Gegebenheit gibt es insbesondere im Hinblick auf die Kostenfaktoren (preisgünstige Räume, niedrige kommunale Abgaben), aber auch auf die benötigten Parkplätze. So sind jedem zweiten Unternehmen niedrige kommunale Abgaben wichtig, aber für die Hälfte von ihnen ist diese Bedingung nicht erfüllt. Bei den Parkplätzen liegt dieser Anteil bei knapp 30 %. Beide Aspekte werden zudem tendenziell kritischer gesehen als 2003.

**Wirtschaftliche Lage und
Beschäftigtenentwicklung besser als 2003**

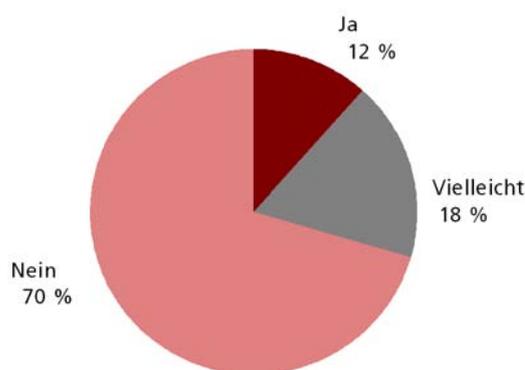
Die vergleichsweise optimistische Stimmung der Wirtschaft Ende 2005 spiegelt sich auch in der Umfrage wider. Mit 28 % ist der Anteil der Unternehmen, die ihre gegenwärtige Geschäftslage als gut bezeichnen, deutlich höher als der Anteil derer, die sie schlecht einstufen (21 %). Absolut die Mehrheit der Betriebe vergibt die Note „Befriedigend“ (51 %).

Eher gute Geschäftsaussichten sehen gegenwärtig die großen Betriebe mit mehr als 50 Beschäftigten (57 %), die Betriebe in der City und im Technologiepark/Stadtkrone Ost mit je

Erwartungen an Beschäftigtenentwicklung (%) **Abb. 13**



Positive Effekte durch die Fußball-Weltmeisterschaft? **Abb. 14**



44 %, die Dienstleistungsbetriebe mit Ausnahme des Handels (36 %) sowie jüngere Betriebe (5 - 10 Jahre, 40 %). Der Anteil Betriebe mit negativer Geschäftslage liegt meist zwischen 15 % und 25 %, nur bei Betrieben mit über 50 Beschäftigten (10 %) und im Technologiepark (0 %!) ist er niedriger.

Ein weiteres wichtiges Maß für die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage ist die erwartete Entwicklung der Beschäftigtenzahlen (s. Abb. 13). Für die nächsten beiden Jahren erwarten gleiche Anteile von jeweils knapp einem Fünftel der Betriebe steigende bzw. sinkende Mitarbeiterzahlen. Knapp zwei Drittel erwarten in diesem Zeitraum keine nennenswerten Veränderungen. Damit werden in etwa die vergleichsweise positiven Werte von 2000 erreicht. 2003 hatte es mit 24 % mehr als doppelt so viele Pessimisten wie Optimisten (11 %) gegeben.

Ungeachtet der anhaltend hohen Arbeitslosenzahlen haben augenscheinlich viele Betriebe Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Mitarbeiter/-innen. 44 % der Befragten bezeichnen es als schwierig, bei Bedarf qualifizierte Mitarbeiter zu finden, nur 32 % sehen diese Probleme nicht. 25 % äußern keinen Bedarf. Nicht wesentlich besser sieht es mit Blick auf Auszubildende aus. Jeweils ein Drittel der Befragten beantwortet die Frage, ob es schwer ist, qualifizierte Auszubildende zu finden mit „Ja“, „Weiß nicht/Kein Bedarf“ und „Nein“.

Erstmals gestellt wurden 2005 zwei Fragen nach der Bedeutung der Globalisierung und der anstehenden Fußballweltmeisterschaft für die örtliche Wirtschaft. In beiden Fällen sind die Befragten eher skeptisch. Im Hinblick auf die Globalisierung sehen zwar fast 60 % Betriebe Chancen und Gefahren in etwa gleichem Maße, darüber hinaus überwiegen aber für 29 % die Gefahren und nur für 12 % die Chancen. Noch bescheidener sind die Erwartungen an die WM (s. Abb. 14).

70 % der Betriebe versprechen sich davon (eher) keine positiven Effekte, nur 12 % tendieren zu positiven Erwartungen, 18 % sagen: „Vielleicht“. Am meisten Hoffnungen mit der WM verbinden noch die Betriebe in der City, aber auch hier sehen zwei von drei Befragten keine Vorteile. In den Nebenzentren ist die Relation sogar 4 % (Vorteile) zu 73 % (keine Vorteile). Auch der Handel gibt sich eher reserviert: 13 % sind optimistisch, weitere 23 % haben verhaltene Hoffnungen („vielleicht“).