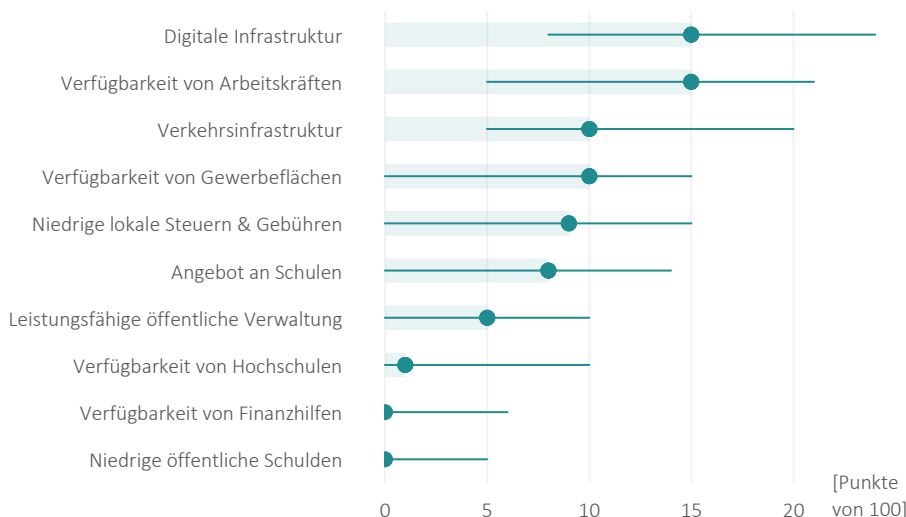


Nachdem der Ausbruch der Corona-Krise im Jahr 2020 zu einem Einbruch der Gewerbesteuereinnahmen geführt hatte, sind die Einnahmen deutscher Kommunen trotz wirtschaftlicher Belastungen im Zuge des Russland-Ukraine-Kriegs zuletzt auf Rekordhöhe gestiegen. Zu den höheren Einnahmen hat auch ein im Durchschnitt gehobener Gewerbesteuerhebesatz im Jahr 2021 beigetragen. Die Höhe des Hebesatzes unterliegt dabei aber starken lokalen Schwankungen. Niedrige Hebesätze gelten häufig als Lockmittel für höhere betriebliche Investitionen. Inwiefern diese Annahme gerechtfertigt ist oder ob Unternehmen doch andere Faktoren stärker bei der Standortwahl für Investitionen berücksichtigen, zeigen die Daten des GBP. Sie legen nahe, dass Unternehmen infrastrukturbezogene Faktoren sowie die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte vor Ort für wichtiger halten als niedrige kommunale Steuern und Gebühren. Die eigene Gewerbesteuerbelastung unterschätzen Unternehmer im Durchschnitt allerdings.

Infrastruktur und Personal sind die wichtigsten lokalen Standortfaktoren für Unternehmen

Deutsche Gemeinden stehen im interkommunalen Standortwettbewerb um unternehmerische Investitionen. Einerseits haben sie erhebliche Freiheitsgrade in der Beeinflussung der Steuerlast vor Ort durch die Anpassung eigener Gewerbesteuerhebesätze. Andererseits spielen sie eine wichtige Rolle für die Bereitstellung öffentlicher Güter durch eine Reihe von Verantwortlichkeiten im Bereich der Schulbildung, Kindertageseinrichtungen, Wirtschaftsförderung sowie im Verkehr und Bauwesen.

Diese Auswertung zeigt, welche Standortfaktoren aus Unternehmenssicht besonders relevant für die Attraktivität einer Gemeinde als potenzieller Unternehmensstandort sind. So können Rückschlüsse gezogen werden, wo Entscheidungsträger ansetzen können, um Investitionen anzuwerben.



15. März 2023

Projektleitung: Jannis Bischof, Philipp Dörrenberg, Davud Rostam-Afschar, Dirk Simons & Johannes Voget

unter Mitarbeit von: Sebastian Blesse, Fabian Eble, Christopher Karlsson, Yuhan Liu, Pascal Schrader & Thomas Simon
Universität Mannheim

TRR 266 Accounting for Transparency
www.accounting-for-transparency.de
www.gbpanel.org

Abbildung 1 illustriert die Relevanz verschiedener kommunaler Faktoren für die Wahl des Investitionsstandorts. Zu diesem Zweck wurden die Befragten gebeten, genau 100 Punkte auf die für sie relevanten Bereiche zu verteilen und so die relative Wichtigkeit der Faktoren zu quantifizieren.

Es zeigt sich, dass eine leistungsfähige digitale Infrastruktur vor Ort in den Kommunen den wichtigsten Standortfaktor darstellt. Daneben haben die Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte vor Ort, eine gute Verkehrsinfrastruktur sowie geeignete Gewerbeflächen besondere Relevanz. Im Vergleich dazu sind niedrige lokale Steuern und Gebühren nur von mittlerer Bedeutung. Als eher irrelevant für die Wahl des Unternehmensstandorts gelten demgegenüber die Verfügbarkeit öffentlicher Finanzhilfen sowie eine niedrige öffentliche Verschuldung.

Abbildung 1

Welche lokalen Standortbedingungen sind für Unternehmen wichtig?

Die Abbildung beschreibt, welche Standortfaktoren aus Unternehmenssicht relevant für die Attraktivität einer Gemeinde als potenzieller Unternehmensstandort sind. Die Befragten verteilen zu diesem Zweck genau 100 Punkte auf die gelisteten Faktoren. Als Punkt wird der mittlere Wert dargestellt. Im **hervorgehobenen** Intervall liegen 50 % der Antworten (25-75 % Quantil).

Abbildung 2

Wie sind kommunale Gewerbesteuerhebesätze und lokale Zugänge zu Autobahnen in Deutschland verteilt?

Die Abbildung illustriert Unterschiede in den Standortbedingungen deutscher Kommunen am Beispiel der Höhe der Gewerbesteuerhebesätze (links) und der kommunalen Erreichbarkeit von Autobahnen, welche durch die Fahrtzeit in Minuten vom Gemeindekern zur nächsten Autobahnauffahrt gemessen wird (rechts). Hohe Gewerbesteuerhebesätze und lange Fahrzeiten werden dunkel dargestellt. Informationen zu den Gewerbesteuerhebesätzen und zur Erreichbarkeit der Autobahnen entstammen dem Statistischen Bundesamt bzw. den Indikatoren und Karten zur Raum- und Stadtentwicklung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung.

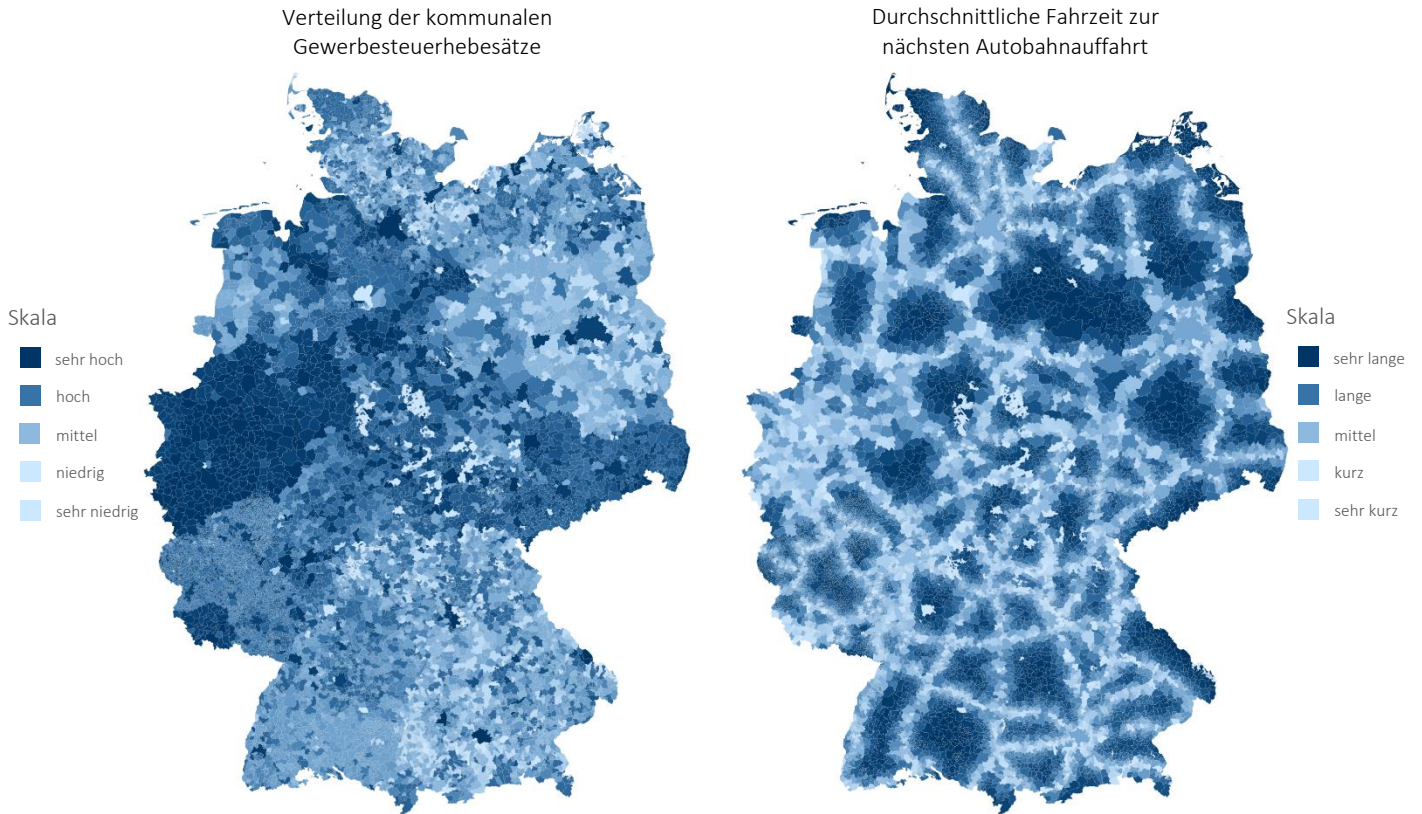
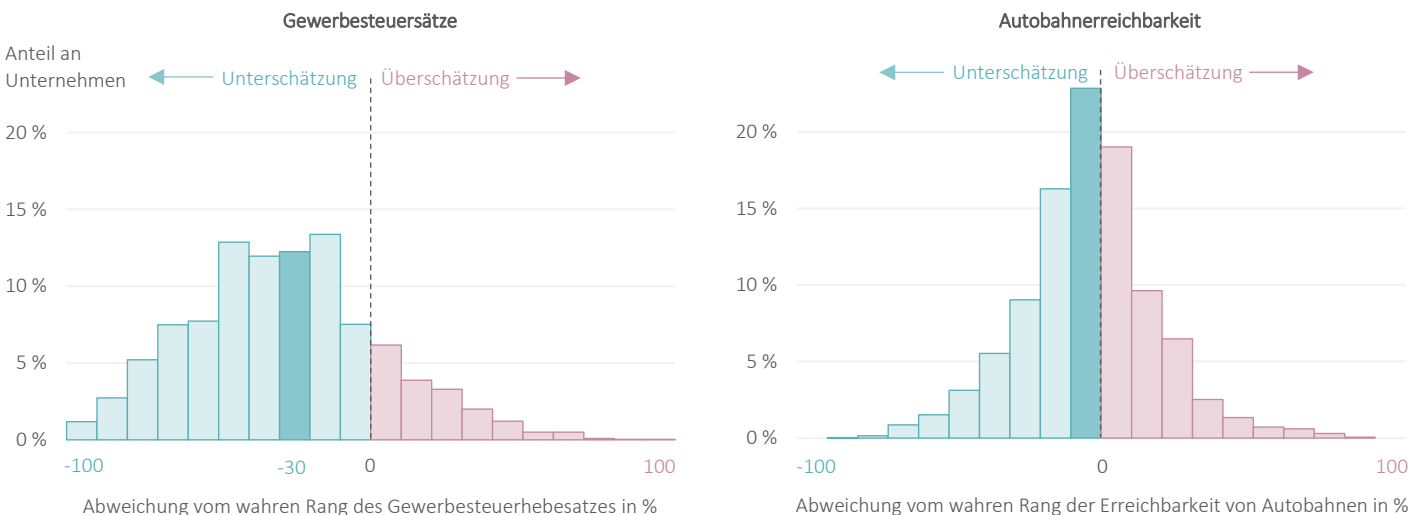


Abbildung 3

Wissen Unternehmer über ihre tatsächlichen Standortbedingungen Bescheid?

Die Abbildung zeigt, inwiefern Unternehmen in Deutschland über ihre tatsächlichen Standortfaktoren aufgeklärt sind. Zu diesem Zweck haben wir Unternehmer nach ihrer Einschätzung gefragt, welcher Anteil an Kommunen in Deutschland einen niedrigeren Gewerbesteuerhebesatz und eine schnellere Autobahnanbindung aufweist, und vergleichen diese Schätzung mit dem tatsächlichen Wert. Die Differenz aus Schätzung und den tatsächlichen Standortbedingungen ist unten dargestellt, wobei der Median der Fehlwahrnehmung farblich hervorgehoben ist. Negative Werte signalisieren eine Unterschätzung der relativen Steuerlast bzw. der relativen Fahrtzeit zur nächsten Autobahn.



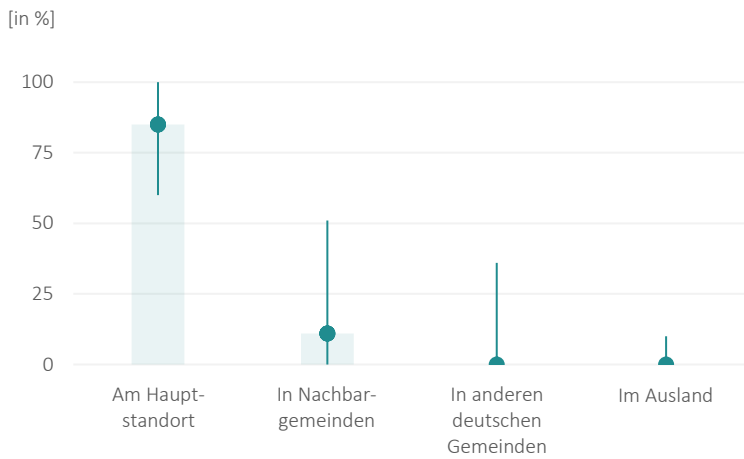


Abbildung 4

Wo wollen Unternehmen in Zukunft investieren?

Die Abbildung gibt die angegebene Wahrscheinlichkeit an, mit der die befragten Unternehmen in den nächsten zwei Jahren in vier unterschiedlichen regionalen Destinationen investieren möchten. Es zeigt sich, dass die Investitionsabsichten der Unternehmen in Deutschland vor allem lokaler Natur sind.

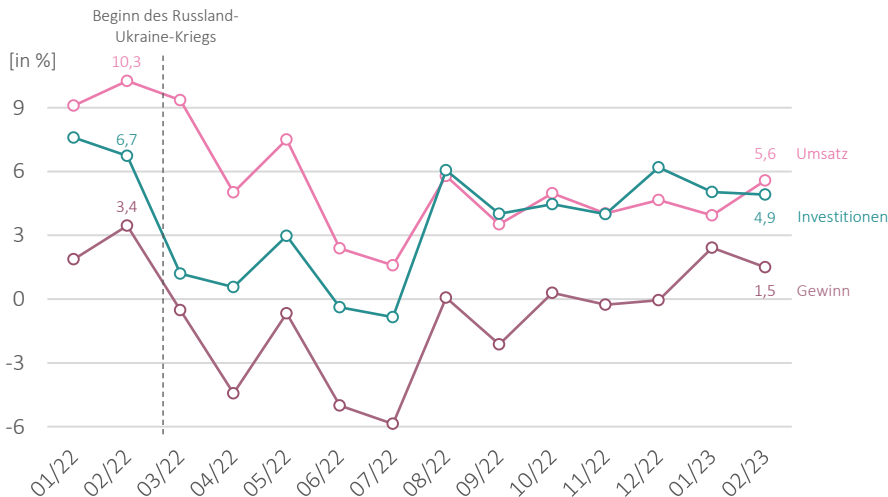


Abbildung 5

Entwicklung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Jahresverlauf

Die Darstellung verdeutlicht, dass sich der Trend einer Stabilisierung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen aus den vergangenen Monaten weiter fortsetzt. Deutsche Unternehmen blicken weiterhin optimistisch auf das aktuelle Geschäftsjahr: Im Mittel rechnen sie mit wachsenden Gewinnen (+1,5 %), Investitionen (+4,9 %) und Umsätzen (+5,6 %).

Leistungsfähige öffentliche Verwaltung und eine Hochschule vor Ort haben nur mittlere Relevanz

Während eine leistungsfähige digitale und verkehrsbezogene Infrastruktur sowie die Verfügbarkeit von Personal besondere Bedeutung für die Wahl des Investitionsstandorts haben, werden Investitionsentscheidungen seltener unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit der öffentlichen Verwaltung oder der Verfügbarkeit einer Hochschule und Forschungseinrichtung vor Ort getroffen. Einerseits sind solche Institutionen wichtig, um qualifizierte Arbeitskräfte bereitzustellen. Andererseits gilt qualifiziertes Personal als so mobil, dass es den Unternehmen häufig in regionalen oder überregionalen Arbeitsmärkten zur Verfügung steht, auch wenn entsprechende Bildungseinrichtungen nicht unmittelbar vor Ort angesiedelt sind.

Die Höhe der Gewerbesteuerhebesätze weicht teilweise stark voneinander ab

Dass es durchaus relevante Unterschiede hinsichtlich der Standortfaktoren zwischen den Kommunen gibt, verdeutlicht **Abbildung 2** am Beispiel der Höhe der Gewerbesteuerhebesätze und der kommunalen Erreichbarkeit von Autobahnen. Es wird offensichtlich, dass nicht nur in der örtlichen Steuerlast, sondern auch in Bezug auf andere Standortfaktoren, wie etwa die Erreichbarkeit des deutschen Autobahnnetzes, relevante kommunale Unterschiede bestehen.

Unternehmer unterschätzen die relative Höhe ihres Gewerbesteuerhebesatzes teils massiv

Inwiefern sind Unternehmer in Deutschland überhaupt über ihre Standortbedingungen relativ zu anderen Kommunen aufgeklärt? Zu diesem Zweck haben wir Unternehmer nach ihrer Einschätzung gefragt, welcher Anteil an Kommunen in Deutschland einen niedrigeren Gewerbesteuerhebesatz und eine schnellere Autobahnanbindung aufweist. Diese Schätzung verglichen wir mit dem tatsächlichen Wert.

Abbildung 3 illustriert die Differenz aus Schätzung und den tatsächlichen Standortbedingungen. Die Ergebnisse legen nahe, dass Unternehmer die relative Höhe des Gewerbesteuerhebesatzes am Hauptstandort des jeweiligen Betriebs teils signifikant unterschätzen. Insgesamt 82 % der Befragten unterbewerten den Anteil an Kommunen mit niedrigeren Gewerbesteuerhebesätzen; die tatsächliche Anzahl an Kommunen, die einen niedrigeren Hebesatz aufweisen, liegt also über der eigenen Wahrnehmung. Anders sieht es aber aus, wenn Unternehmer die ungefähre Zeit zur nächsten Autobahnauffahrt als Maß für die Erreichbarkeit von Verkehrsinfrastruktur einschätzen sollen. Zwar zeigt sich auch hier, dass die Befragten dazu tendieren, die Fahrzeit zur nächsten Autobahn relativ zu anderen Kommunen eher zu unter- als zu überschätzen (59 % vs. 41 %). Trotzdem scheinen Unternehmer in Bezug auf diesen infrastrukturellen Faktor besser informiert zu sein.

Die Investitionsabsichten von Unternehmen sind vor allem lokaler Natur

Neben den relevanten Standortfaktoren geben die Daten des GBP auch Aufschluss über die zukünftigen Investitionsabsichten der Unternehmen in Deutschland. **Abbildungen 4** zeigt, mit welcher Wahrscheinlichkeit die Befragten in den folgenden zwei Jahren an bestimmten Standorten investieren wollen. So können erste Anhaltspunkte über die regionale Struktur von Investitionsplänen offengelegt werden.

Abbildung 4 verdeutlicht, dass mittelfristige Investitionen deutscher Unternehmen hauptsächlich lokaler Natur sind und sich auf den bisherigen Hauptstandort des jeweiligen Unternehmens beziehen. Während etwa 85 % aller Befragten (Re-)Investitionen in den eigenen Hauptstandort planen, sinkt die Relevanz anderer Investitionsstandorte mit zunehmender Distanz.

Unternehmen in Deutschland blicken verhalten optimistisch auf das aktuelle Geschäftsjahr

Trotz anhaltender konjunktureller Sorgen zeigt **Abbildung 5**, dass sich der Trend zu einer Stabilisierung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen aus den Vormonaten auch im Februar fortsetzt: Aktuell rechnen Unternehmen in Deutschland damit, dass ihre Umsätze (+5,6 %), Investitionen (+4,9 %) und Gewinne (+1,5 %) relativ zum Vorjahr steigen. Die erwartete Gewinnveränderung liegt dennoch knapp unter dem Wert vom Januar (-0,9 Punkte).

„Ich zahle gerne mehr Gewerbesteuer, sofern die dann in öffentliche Infrastruktur/Einrichtungen (Glasfaser, Netzabdeckung, Schulen, Kitas, Straßen etc.) fließt. Dies fördert den Standort und ist damit auch unternehmensdienlich.“

Landwirtschaftlicher Betrieb mit einem Jahresumsatz von 60 Tsd. €

„Bei der Infrastruktur ist nicht nur auf die Autobahn Wert zu legen; der schienengebundene Verkehr und die Wasserstraßen gehören auch zur funktionierenden nachhaltigen Infrastruktur.“

Touristikunternehmen mit einem Jahresumsatz von 30 Tsd. €

„Sicher würde ich gerne mein Geschäft nach XXX verlagern, wo ich auch wohne, so müsste ich nicht die unzuverlässige Bahn verwenden und der Gewerbesteuerhebesatz beträgt hier nur 340%! Da aber das Familienunternehmen seit über 45 Jahren in XXX angesiedelt ist, bekannt und direkt im Zentrum, kommt ein Wechsel nicht in Frage.“

Einzelhandelsunternehmen mit einem Jahresumsatz von 200 Tsd. €

„Mainz ist eine Stadt mit dauerhaft vielen Baustellen, im Innenstadtbereich ist die Höchstgeschwindigkeit auf 30 km/h begrenzt, die Ampelschaltungen sind kaum entsprechend angepasst worden, der öffentliche Parkraum wird kleiner und die Parkplatzsuche immer länger. Daraus folgt: wir werden unseren Betrieb aus der Innenstadt mittelfristig ins Umland verlegen.“

Biotechnologieunternehmen mit einem Jahresumsatz von 500 Tsd. €

Unternehmenstrends im März



Weitere Kennzahlen finden Sie hier:

1. [Erwartete Umsatz-, Gewinn- und Investitionsveränderungen](#)
2. [Unternehmerische Entscheidungen](#)
3. [Erwartete Ausfallwahrscheinlichkeit in der Branche](#)
4. [Zufriedenheit mit der Wirtschaftspolitik](#)

Im Vergleich zum Vormonat sinkt die Gewinnveränderungsrate im Februar um **-0,93 Prozentpunkte**. Trotz dieses Rückgangs und anhaltender konjunktureller Sorgen liegt die erwartete Gewinnveränderung weiterhin in der Wachstumszone und damit deutlich über den Werten, die unmittelbar nach Ausbruch des Russland-Ukraine-Kriegs verzeichnet wurden.

Der leichte Rückgang der erwarteten Gewinnveränderungsrate schlägt sich in einem Anstieg des Risikos für Unternehmensaufgaben nieder: Die Ausfallwahrscheinlichkeit steigt im Vergleich zum Januar um **+0,66 Prozentpunkte**.

Gleichzeitig sinkt die Zufriedenheit mit der Wirtschaftspolitik um **-0,32 Punkte**. Sie liegt damit aktuell bei 3,3 Punkten auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden).

Das German Business Panel ist ein langfristiges Befragungspanel des DFG-geförderten überregionalen Projektes „Accounting for Transparency“.

Wir erheben systematisch und repräsentativ, wie Unternehmen unterschiedlicher Größenordnung Fragen der Unternehmenstransparenz einschätzen. Erhoben wird auch, wie sich die zunehmende Bereitstellung von Informationen sowie die zunehmende Regulierung in den Bereichen Rechnungswesen und Besteuerung auf Entscheidungen in Unternehmen und die Öffentlichkeit auswirken. Als umfassendes, langfristig angelegtes Befragungspanel liefern wir Daten in einer bisher nicht dagewesenen Qualität für die Forschung zu Unternehmenstransparenz und tragen dazu bei, Regulierung und Wirtschaft zu verbessern. Das German Business Panel ist Teil des Sonderforschungsbereichs „TRR 266 Accounting for Transparency“.

