

Klaus P. Schorer

# Moderne Gewerbeparks in Deutschland - attraktive Standorte für Unternehmen

TECHNISCHE HOCHSCHULE DARMSTADT	
Fachbereich 1	
<u>Gesamtbibliothek</u>	
<u>Betriebswirtschaftslehre</u>	
Inventar-Nr. :	45.368
Abstell-Nr. :	A03/336
Sachgebiete:	
	0.1.5
	0.5.1

---

LIT

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<b>Verzeichnis der Tabellen</b>	VIII
<b>Verzeichnis der Abbildungen</b>	IX
<b>Verzeichnis der Anlagen im Anhang</b>	X
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	XI
<b>Vorwort</b>	XII
<b>Einleitung</b>	1
<b>1. Theoretische Grundlagen zur Untersuchung</b>	3
1.1 Ansätze zur Definition von Gewerbeparks	3
1.1.1 Anmerkungen zur Begriffswahl	8
1.2 Erfahrungen mit Gewerbeparks im In- und Ausland	16
1.2.1 Stand der Forschung	16
1.2.2 Moderne Gewerbeparks in der Bundesrepublik Deutschland	20
1.3 Abgrenzung von modernen Gewerbeparks	24
<b>2. Der Strukturwandel in der Wirtschaft und seine Bedeutung für Standorte - Beschreibung der Untersuchungsziele</b>	27
2.1 Tertiärisierung und Internationalisierung	27
2.2 Arbeitskräfte und Standortqualität	32
2.3 "Unternehmenskultur" als Einflußgröße auf Standorte	39
2.4 Fragestellungen der Untersuchung	44
2.5 Methodischer Ansatz und Vorgehensweise	46

	Seite
<b>3. Moderne Gewerbeparks als Standortangebote</b>	<b>51</b>
3.1 Standorträumliche Aspekte moderner Gewerbeparks	53
3.1.1 Makroräumliche Betrachtung	53
3.1.2 Mesoräumliche Einordnung	58
3.2 Konzeption und Trägerschaft moderner Gewerbeparks	61
3.2.1 Öffentliche und private Trägerschaft	64
3.2.2 Gemeinschaftseinrichtungen und Dienstleistungsangebot	68
3.3 Struktur und Gestalt moderner Gewerbeparks	74
3.3.1 Grundstücksgrößen	74
3.3.2 Art und Größe des Nutzflächenangebotes	77
3.3.3 Arbeitsplatzwirkungen	82
3.3.4 Baustruktur, Architektur- und Gestaltungsmerkmale	86
<b>4. Unternehmen als Standortnachfrager</b>	<b>99</b>
4.1 Branchenstruktur der Unternehmen	100
4.2 Niederlassungstyp und Herkunft	105
4.3 Betriebsstättengrößen	108
4.4 Funktionale Flächennutzung	111
<b>5. Standortentscheidung und -beurteilung</b>	<b>116</b>
5.1 Standortentscheidung	116
5.1.1 Standortwerbung	116
5.1.2 Standortsuche	119
5.2 Harte Standortfaktoren	121
5.2.1 Flächenpreise	121
5.2.2 Lagemerkmale	123
5.2.3 Standortbesonderheiten, Gemeinschaftseinrichtungen und -dienstleistungen	127

	Seite	
5.3	Weiche Standortfaktoren und Unternehmenskultur	131
5.3.1	Standorträumliche Qualitäten des Mesoraumes	131
5.3.2	Qualität des Mikrostandortes und Unternehmenskultur	134
5.4	Standortkritik	139
<b>6.</b>	<b>Zusammenfassende Bewertung der Ergebnisse und Ausblick</b>	<b>142</b>
6.1	Moderne Gewerbeparks und Immobilienwirtschaft	142
6.2	Gewerbeparks als Standortalternativen für Unternehmen	147
6.3	Wirtschaftsförderung und moderne Gewerbeparks	150
6.3.1	Insellösung und Großprojekt	152
6.3.2	Public-Private-Partnership	156
<b>Summary</b>		<b>164</b>
<b>Resumen</b>		<b>166</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>		<b>168</b>
<b>Anhang</b>		<b>183</b>