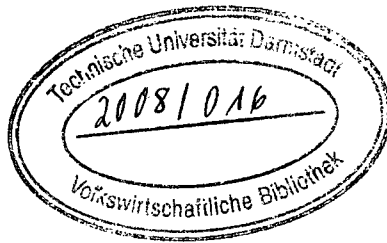


Stephan Ruß

# Telekommunikation als Standortfaktor für Klein- und Mittelbetriebe

Telekommunikative  
Entwicklungstendenzen und  
regionale Wirtschaftspolitik  
am Beispiel Hessen



**PETER LANG**

Frankfurt am Main · Bern · New York · Paris

**Inhalt**

	Seite:
Tabellenverzeichnis	15
Abbildungsverzeichnis	17
0. Einleitung	21
1. Entwicklungstendenzen und Effekte der neuen tele- kommunikativen Techniken	25
1.1. Definition und Abgrenzung der neuen Telekommuni- kationstechniken	25
1.1.1. Begriffsbestimmung	25
1.1.1.1. Terminologie	25
1.1.1.2. Abgrenzung der Individualkommunikation	28
1.1.2. Die neuen Telekommunikationstechniken	29
1.1.2.1. Überblick	29
1.1.2.2. Sprachkommunikation	31
1.1.2.3. Daten- und Textkommunikation	34
1.1.2.4. Bildkommunikation	39
1.2. Entwicklungsstrukturen der Telematik	42
1.2.1. Erwarteter Telekommunikationsbedarf in Hessen	42
1.2.1.1. Einführung	42
1.2.1.2. Empirische Befunde der Gesellschaft für Information und Dokumentation	43
1.2.1.3. Prognose der Deutschen Bundespost	49
1.2.2. Gegenwärtige Infrastruktur und Agglomeration der Telekommunikation	50
1.2.2.1. Infrastruktur der Bundesrepublik Deutsch- land	50

1.2.2.2. Agglomerationen in Hessen	54
1.2.3. ISDN-Entwicklungskonzept der Deutschen Bundespost	56
1.2.3.1. ISDN-Grundlagen	56
1.2.3.2. ISDN-Ausbaustrategie	58
1.2.3.3. ISDN-Tarife	60
1.3. Effekte der Telematik	62
1.3.1. Gesamtwirtschaftliche Effekte der Telematik	62
1.3.1.1. Generelle Aspekte	63
1.3.1.2. Beschäftigungseffekte	64
1.3.2. Regionalpolitische Effekte der Telematik	69
1.3.2.1. Gegenwärtige Entwicklungstendenzen	69
1.3.2.2. Wirkungsthese der Telematik	71
1.3.2.3. Ambivalenz räumlicher Wirkungen	77
1.3.3. Beschäftigungseffekte als Bestimmungsfaktor regionalpolitischer Wirkungen	78
1.3.3.1. Analogien zur Diffusion von Industrierobotern	79
1.3.3.2. Regionalpolitische Konsequenzen der Telematikdiffusion	81
2. Telekommunikationsförderung aus der Perspektive der regionalen Wirtschaftspolitik	86
2.1. Aspekte der regionalen Wirtschaftspolitik	86
2.1.1. Grundsätze und Koordinationsproblematik	86
2.1.1.1. Zum Begriff	86
2.1.1.2. Strategien und Ziele	87
2.1.1.3. Rechtliche Grundlagen	96
2.1.1.4. Koordinationsproblematik	101
2.1.2. Trends in den Konzepten der regionalen Wirtschaftspolitik	104

2.1.2.1. Von der exogenen zur endogenen Beeinflussung	104
2.1.2.2. Von der Nachfrageorientierung hin zur Angebotsorientierung	107
2.1.2.3. Standortfaktorwechsel	109
2.1.3. Regionalpolitischer Handlungsbedarf	112
2.2. Förderungsmöglichkeiten telekommunikativer Techniken	117
2.2.1. Förderung der Einführung und Anwendung	117
2.2.1.1. Direkte Subventionierung	118
2.2.1.1.1. Investitionshilfen	118
2.2.1.1.2. Subventionierung von individuellen Beratungen	126
2.2.1.2. Informations- und Beratungskonzepte	128
2.2.1.2.1. Information und Beratung durch die Deutsche Bundespost	128
2.2.1.2.2. Innovations- und Technologieberatungsstellen	129
2.2.1.3. Lokale und regionale Telematikvorhaben	132
2.2.1.3.1. Teleport und Telehaus	132
2.2.1.3.2. Technologie- und Gründerzentren	140
2.2.1.3.3. Einschlägige Informations- und Beratungseinrichtungen	145
2.2.1.3.4. Öffentliche Betriebsversuche	152
2.2.2. Infrastrukturpolitik	155
2.2.2.1. Gebührenpolitik unter regionalpolitischem Aspekt	155
2.2.2.2. Entwicklungstendenzen und raumstrukturelle Relevanz der Telekommunikationsgebühren	158
2.2.2.3. Regionale Infrastrukturpolitik	165
2.3. Beurteilung der regionalen Wirtschaftspolitik unter dem Aspekt veränderter Rahmenbedingungen	167

2.3.1. Veränderung der Rahmenbedingungen	167
2.3.1.1. Allgemeine Aspekte	167
2.4.1.2. Veränderung des betrieblichen Standortverhaltens	169
2.3.2. Konsequenzen für die regionale Wirtschaftspolitik	171
2.3.2.1. Bedeutungsgewinn der Bauleit- und Regionalplanung	171
2.3.2.2. Zur Neuorientierung raumordnungspolitischer Handlungskonzepte	172
3. Einzelbetriebliche Untersuchung des Einflusses der Telematik auf die Standortentscheidung von Klein- und Mittelbetrieben	178
3.1. Kennzeichnung der Untersuchung	178
3.1.1. Grundlagen und Ziele	178
3.1.1.1. Untersuchungsansatz	178
3.1.1.2. Arbeitshypothese und abgeleitete Unterhypothesen	180
3.1.1.3. Zielsetzung der Erhebung	182
3.1.2. Konzept und Realisierung der Erhebung	183
3.1.2.1. Auswahl und Abgrenzung der Unternehmen und Untersuchungsgebiete	183
3.1.2.2. Erhebungsmethodik	190
3.1.2.3. Stichprobenumfang, Rücklauf und Repräsentanz	191
3.1.3. Statistische Auswertungsverfahren	192
3.2. Analyse der Ergebnisse	197
3.2.1. Struktur der antwortenden Unternehmen	197
3.2.1.1. Regionale Verteilung und Branchenstruktur	197
3.2.1.2. Beschäftigtenzahl und Unternehmensumsatz	202

3.2.1.3. EDV-Ausstattung und Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten	204
3.2.1.4. Art und Gründungsjahr des Unternehmens	206
3.2.2. Einstellung der Unternehmen gegenüber der Telematik	210
3.2.2.1. Kenntnis- und Adoptionsstand	210
3.2.2.2. Bedeutung der Dienste für den eigenen Betrieb	217
3.2.2.3. Adoptionshemmnisse	221
3.2.2.4. Endgerätepreiseinfluß auf die Adoption	224
3.2.3. Standorteinschätzung und Standortverhalten	227
3.2.3.1. Einschätzung des Standortes	227
3.2.3.2. Einfluß der Standortfaktoren auf die Standortwahl	230
3.2.3.3. Informationsquellen zur Standortwahl	236
3.2.4. Telekommunikationsfördermaßnahmen	237
3.2.5. Kommunikationsverhalten	242
3.2.5.1. Kommunikationsintensität	242
3.2.5.2. Interne und externe Kommunikationsarten	245
3.2.5.3. Substitutionspotential persönlicher Kontakte	246
3.3. Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse der empirischen Untersuchung	249
3.3.1. Telekommunikation als Standortfaktor	249
3.3.1.1. Einfluß der Telekommunikation auf die Standortwahl	249
3.3.1.2. Standortaufwertung durch Förderung neuer Telekommunikationstechniken	250
3.3.2. Adoption neuer telekommunikativer Techniken	251
3.3.2.1. Regionales Adoptionsverhalten	251

3.3.2.2. Einflußgrößen der Adoption	253
3.3.2.3. Adoptionshemmnisse	254
3.3.3. Thesen zur Telekommunikation	255
4. Beurteilung der Telekommunikationsförderung als regionalpolitisches Steuerungsinstrument	259
4.1. Grundsätzliche Überlegungen zur Akzeptanz neuer Techniken	259
4.1.1. Kritik an den Netzausbauplänen der Deutschen Bundespost	261
4.1.2. Regionale und soziostrukturelle Disparitäten der Akzeptanz neuer Techniken	263
4.2. Beurteilung der Telekommunikationsfördermaßnahmen	267
4.2.1. Beurteilung der Telekommunikation als Standortfaktor	267
4.2.2. Beurteilung der finanziellen Anreize	269
4.2.3. Beurteilung der Realtransfers	270
4.2.4. Beurteilung der Anregung und Förderung von Kooperationen	274
4.2.5. Beurteilung infrastrukturpolitischer Maßnahmen	275
4.3. Telekommunikationsförderung im Ausland	277
4.3.1. Informationstechnologische Lokalzentren als Instrument der Regionalpolitik in Norwegen	277
4.3.2. Einführung des Télétel-Systems in Frankreich	280
4.4. Notwendige Maßnahmen zur Förderung der neuen telekommunikativen Techniken	282
4.4.1. Allgemeine Maßnahmen zur Akzeptanzsteigerung	282
4.4.2. Anwendungsförderung durch ISDN-System-Marketing	284
4.4.3. Förderung bis zur Mindestteilnehmerzahl	287

5. Befunde und politische Optionen	290
Literaturverzeichnis	298
Anhang	319