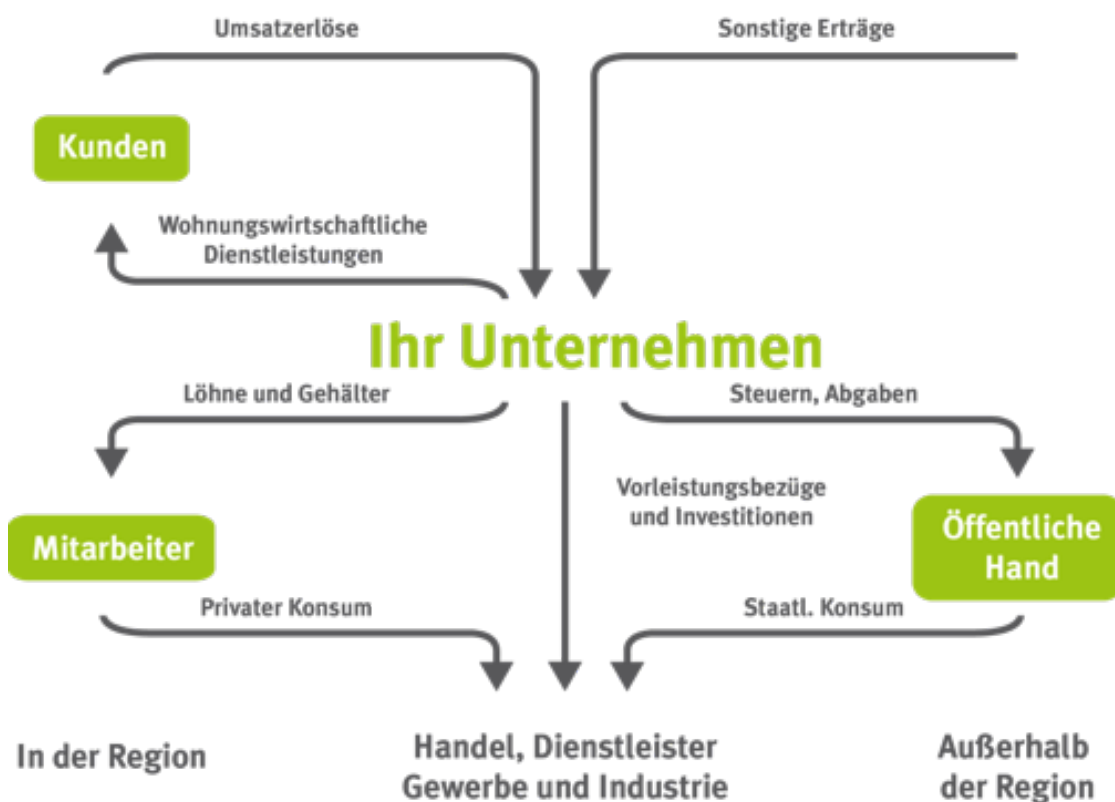


Marketing

# Regionale Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte – was hat ein Wohnungsunternehmen davon, die eigenen Werte zu kennen, Herr Günther?

Viele Wohnungsunternehmen leisten Enormes für die Wirtschaft einer Region. Das Pestel Institut misst diese Leistungen: mit wissenschaftlich gesicherten Methoden werden die Beiträge zur regionalen Wertschöpfung und Beschäftigung ermittelt. Klug kommuniziert, können die Ergebnisse das Image eines Unternehmens deutlich aufwerten. Ein Interview mit Matthias Günther vom Pestel Institut, das entsprechende Studien anfertigt.



Untersuchungsdesign der Studie: Wie viel bleibt in der Region?

**Herr Günther: Das Pestel Institut bietet Wohnungsunternehmen an, regionale Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte zu untersuchen. Was messen Sie dabei?**

Matthias Günther: Wir messen die Wirkungen eines Wohnungsunternehmens auf die lokale und regionale Wirtschaft. Wir untersuchen vor allem drei Bereiche: Welche Wertschöpfungseffekte löst ein Unternehmen auf lokaler und regionaler Ebene aus? Welche Anteile der Umsätze verbleiben in einer Stadt bzw. Region? Wie viele Arbeitsplätze werden durch die Geschäftstätigkeit des Unternehmens lokal und regional gesichert?



Matthias Günther; Foto Pestel

## Wie profitiert ein Wohnungsunternehmen von diesen Ergebnissen?

Matthias Günther: Die Ergebnisse sind einmal für die Kunden interessant – schließlich liegt „lokaler Konsum“ im Trend. Die Ergebnisse können zudem die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen stärken. Und nicht zuletzt können die Ergebnisse bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen eine Rolle spielen. Wenn ein Verantwortlicher weiß: „Von jedem Euro, den Unternehmen X ausgibt, bleiben 80 Prozent in der Region und ein Großteil fließt sogar direkt zurück ins Säckel der Stadt“, dann kann das die Bewertung eines Angebots verändern.

## Gibt es Erfahrungswerte, mit welchen Ergebnissen Wohnungsunternehmen rechnen können?

Matthias Günther: Jedes Unternehmen ist anders aufgestellt. Deutliche Differenzen ergeben sich allein durch die Vielfältigkeit der Geschäftsbereiche, die bei Wohnungsunternehmen zu finden sind. Neben dem klassischen Geschäft der Wohnungsvermietung und -Verwaltung finden sich Bauträgergeschäft, Projektentwicklung, Grundstücksentwicklung bis hin zu integrierten Tourismusagenturen. Dieses Spektrum verbietet es, mit Durchschnittswerten zu arbeiten.

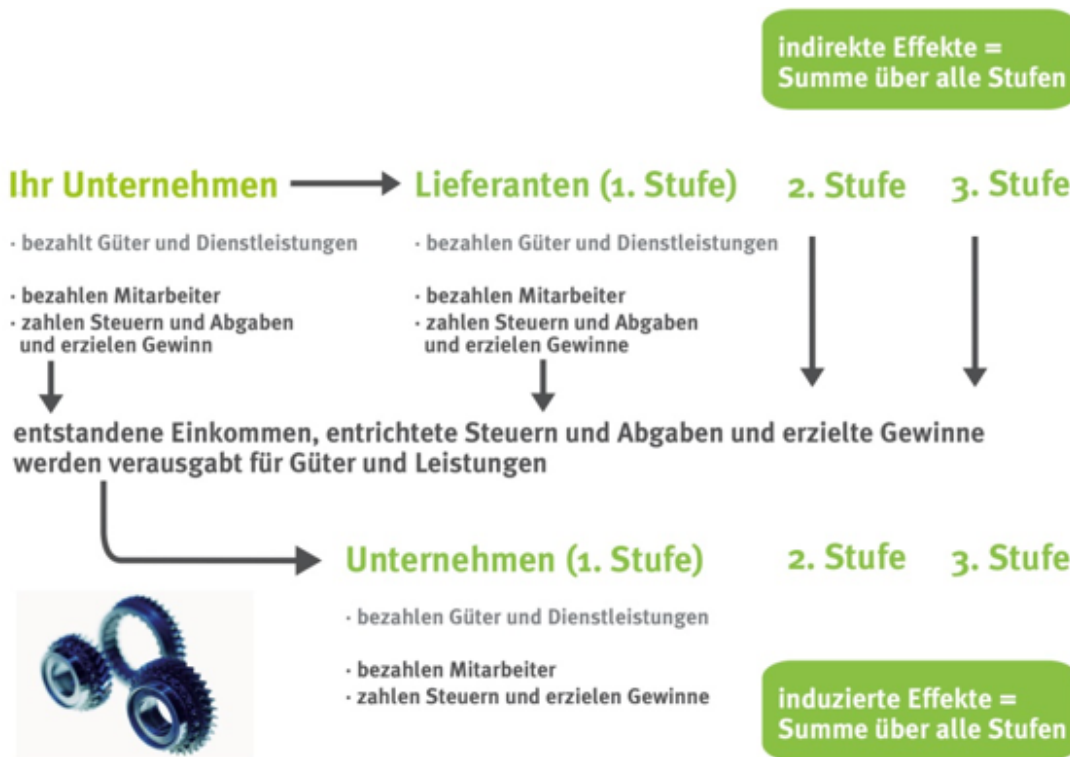
Diplom-Ökonom Matthias Günther ist Institutsvorstand des Eduard Pestel Instituts für Systemforschung in Hannover. Dieses versteht sich als Forschungsinstitut und Dienstleister für Kommunen, Unternehmen und Verbände. Mehr Informationen zur Wertschöpfungsstudie finden Sie auch unter [www.wertschoepfungsstudien.de](http://www.wertschoepfungsstudien.de).



Der beste Zeitpunkt  
für Ihren Website-Relaunch?  
**Jetzt.**

Tel. 0541 800493-0  
[www.stolpundfriends.de](http://www.stolpundfriends.de)

**STOLPUNDFRIENDS**  
Marketing für die Wohnungswirtschaft | Seit 1989



Untersuchung der indirekten Wertschöpfung eines Unternehmens: Auf der Basis von Daten des Statistischen Bundesamts ermittelt die Studie auch indirekte Wertschöpfungseffekte.

## Wie berechnen Sie solche Effekte?

Matthias Günther: Wir arbeiten mit einer Input-Output-Analyse. Basis sind die jeweils aktuellen Input-Output-Tabellen des Statistischen Bundesamtes. Aus den Unternehmen fließen dann die Ausgaben eines Jahres in die Berechnungen ein. Hierzu ziehen wir die nach Wirtschaftsbereichen und Regionen differenzierten Ausgaben für Fremdleistungen, Personal, Zinsen ebenso ein wie die Steuern und Abgaben sowie die Gewinnabführung.

Ein Beispiel: Ein Wohnungsunternehmen beauftragt im Rahmen einer Modernisierung einen Dachdecker aus der Region. Aus den Daten des Statistischen Bundesamtes wissen wir wiederum, wie die Branche ihre Umsätze einsetzt – wie viel vom Umsatz für die Bezahlung der Mitarbeiter, für Vorleistungskäufe usw. ausgegeben wird.

Entsprechend errechnen wir die Effekte aller Ausgabenposten. So kommen wir auf belastbare Zahlen zur regionalen Wertschöpfung. In der Abgrenzung zur GuV geht es um tatsächliche Ausgaben, nicht um kalkulatorischen Aufwand. Insofern achten wir immer darauf, dass es sich bei dem betrachteten Jahr um ein möglichst durchschnittliches Jahr hinsichtlich der Investitionen handelt. Sollte dies nicht der Fall sein, greifen wir z. B. auf die durchschnittlichen Investitionen der vergangenen Jahre zurück.

## Gibt ein Unternehmen für die Untersuchung nicht sehr sensible Daten Preis?

Matthias Günther: Wir gehen natürlich vertraulich mit den Daten um. Doch wir arbeiten auch gerne mit aggregierten und damit anonymisierten Daten. Die Aufbereitung erfolgt in dem Fall nach unserer Anleitung im Unternehmen.

## Sie kooperieren für die Wertschöpfungsstudie mit der Marketinggesellschaft STOLPDUNDFRIENDS: Welche Rolle spielt Marketing für solche Studien?

Matthias Günther: Die Ergebnisse der Studie müssen kommuniziert werden – sonst hat niemand etwas davon. Dazu gehört Pressearbeit, aber auch die Aufbereitung der Ergebnisse für Unternehmensmedien, Anzeigen oder auffällige Kampagnen. Das Pestel Institut arbeitet seit etwa zehn Jahren mit STOLPDUNDFRIENDS zusammen – und wir haben damit gute Erfahrungen gemacht. Die verstehen die Wohnungswirtschaft und die verstehen, wie wir arbeiten. Das erleichtert die Abstimmung enorm und führt schneller zu besseren Ergebnissen.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Günther.