

1 **WIRTSCHAFTSSTARKE STADT**

2 **Dresden – exzellenter Wirtschafts- &** 3 **Wissenschaftsstandort**

4
5 Dresden war als Wirtschaftsstandort in den vergangenen 25 Jahren stets privilegiert – als
6 Landeshauptstadt, als Begünstigte einer klugen Investitionspolitik des Freistaates, als
7 Forschungsstandort mit europaweiter Ausstrahlung und nicht zuletzt durch eine stetig
8 wachsende Gründerszene. Dennoch ist Dresden, im Vergleich mit anderen europäischen
9 Großstädten, kein Wirtschaftsstandort mit Strahlkraft.

10
11 Wissend, dass Politik nur die Spielräume nutzen kann, die die Wirtschaft ihr erarbeitet
12 hat, ist es ein hohes Ziel, Dresden zu einem wirtschafts- und unternehmerfreundlichen
13 Standort mit hoher Qualität zu entwickeln. Dazu gehören vor allem, jedoch nicht
14 abschließend und umfassend, die nachfolgenden „Bausteine“.

15
16 Diese zu schaffen, zu stärken und zu sichern, sehen wir als Aufgabe der CDU Dresden in
17 den kommenden Jahren bis 2030 an. Nur so eröffnen wir die Chancen für ein langfristig
18 stabiles Wachstum – unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung und der
19 Sicherung des Fachkräftebedarfs, der Talente und Ideen der Menschen im Wandel der
20 Zeit. Hierfür müssen wir aus stadtpolitischer Sicht aktiver handeln als bisher und nicht
21 bloß auf Entwicklungen reagieren.

22 23 24 **WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMERFREUNDLICHE STADT**

25
26 Um die Voraussetzungen für eine der Wirtschaft und dem Unternehmertum zugewandte
27 Stadt in Verwaltung und Gesellschaft zu schaffen, bedarf es erheblicher Anstrengungen.
28 Dazu gehört insbesondere, die Einstellung der städtischen Verwaltung zu ändern: hin zu
29 einem professionellen Dienstleister, der im Interesse seiner Bürger handelt und die
30 Anforderungen der Wirtschaft und der Unternehmer nicht als Last betrachtet. Kurz: Es
31 gilt, in der Verwaltung ein innovations- und unternehmerfreundliches Klima zu fördern
32 und dadurch unnötige Bürokratie zu vermeiden. Selbstverständlich ist städtische
33 Wirtschaftspolitik Chefsache, die nicht nur den OB fordert, sondern auch einen
34 Wirtschaftsbürgermeister verlangt: Dieser hat dem Stadtrat jährlich einen umfassenden

35 Bericht über die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt, die Ansiedlung neuer Betriebe
36 und die Zahl neuer (Netto)Arbeitsverhältnisse vorzulegen.

37

38 Wir wollen das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit wieder positiv besetzen und
39 auch junge Menschen für die berufliche Selbständigkeit interessieren. Dazu soll den
40 Schülern in den Schulen die Arbeitswelt nicht nur als Arbeitnehmer, sondern auch aus
41 der Perspektive des Unternehmers, die Möglichkeit einer selbständigen Tätigkeit
42 nahegebracht werden. Hierzu gehört u.a.

- 43 - Die Ermunterung zur Gründung und Unterstützung von Schülerfirmen an
44 Schulen, bei denen Schüler die Abläufe, Chancen und Risiken im
45 unternehmerischen Handeln kennen lernen können.
- 46 - Das Entwickeln und Bereitstellen eines Lernpakets „Selbständigkeit“, das die
47 Schulen abrufen können. Dazu gehört auch die Vermittlung von (Klein-)
48 Unternehmern, die aus ihrer Praxis berichten, sowie Material für Projektwochen
49 oder spielerische Simulationen unternehmerischer Tätigkeit.

50

51 Zudem sollte die Stadt Dresden einen Preis ausloben, der das beste Geschäftsmodell
52 bzw. die beste Business-Idee prämiert und an dem sich alle Bürger beteiligen können
53 (evtl. auch ein Spezialpreis für Schüler). Damit rückt die Idee vom Unternehmertum, das
54 maßgeblich Arbeits- und Ausbildungsstellen schafft, stärker in den Blick der
55 Stadtgesellschaft.

56

57 Wir streben an, die Übergangsphase in eine unternehmerische Tätigkeit zu erleichtern.
58 Gerade im handwerklich-künstlerischen Bereich und der Kreativwirtschaft handelt es
59 sich oft um einen gleitenden Übergang in die Eigenständigkeit. Es geht darum,
60 Möglichkeiten des sich Ausprobierens unterhalb der Schwelle von Investitionen zu
61 schaffen. Zur Unterstützung dieser kreativen Köpfe fordern wir ‚Techshops und Fablabs‘
62 (d. h. offene Werkstätten mit umfassender technischer und digitaler Ausstattung)
63 einzurichten – am besten in den vorhandenen und neu zu gründenden Technologie- und
64 Gründerzentren sowie den Beruflichen Schulzentren. Zudem sollten die bereits
65 bestehenden Möglichkeiten für Gründer besser kommuniziert werden. Techshops und
66 Fablabs bieten die Chance, Nullserien bzw. kleine Losgrößen zu fertigen, fach- und
67 branchenübergreifende Ideen und Innovationen zu entwickeln und diese dann auf den
68 Markt zu bringen. Des Weiteren können diese Einrichtungen junge Menschen an

69 Fertigungsverfahren des Handwerks und der Industrie heranzuführen sowie
70 wirtschaftliches Arbeiten vermitteln.

71

72 Dresden muss daher deutlich mehr zur Unterstützung von kleinen und mittelständischen
73 Unternehmen (KMU) tun, besonders für das Handwerk und die Industrie. Für diese
74 haben sich die Rahmenbedingungen in den letzten Jahren z. T. dramatisch
75 verschlechtert, auch wenn die Verantwortung hierfür nicht nur bei der Stadt Dresden
76 liegt. Zwei Hauptgründe sind die überbordende Bürokratie und der Fachkräftemangel;
77 hier kann die Stadt durchaus unterstützend wirken und hat gerade beim Abbau
78 unnötiger bürokratischer Hürden durchaus Möglichkeiten.

79

80 Zu einem wirtschaftsfreundlichen Dresden gehört schließlich auch, dass die Stadt dazu
81 beitragen muss, die inhabergeführten Unternehmen mit zum Teil sehr erfolgreichen,
82 auch überregionalen Wertschöpfungen in die nächste Wachstumsgeneration
83 überzuleiten. Dies lässt sich zwar nicht verordnen, aber über imagefördernde
84 Maßnahmen und mit einem klugen Netzwerkmanagement positiv begleiten. Hier will die
85 CDU in engem Schulterschluss mit IHK, Handwerkskammer und anderen
86 Wirtschaftsverbänden alles unternehmen, damit möglichst viele Unternehmen ihre
87 Nachfolgeregelung erfolgreich meistern und – soweit zweckmäßig – inhabergeführt
88 bleiben. Denn die mittelständischen Unternehmen und das Handwerk werden, über alle
89 Branchen hinweg, auch in Zukunft das Rückgrat unserer Wirtschaft sein!

90

91

92 **OHNE DAS UMLAND GEHT ES NICHT!**

93

94 Dresden geht es gut, wenn es auch seinem Umland gut geht. – und umgekehrt! So
95 einfach diese Erkenntnis auch ist, so sehr verstößt Dresden regelmäßig dagegen – gegen
96 seine eigenen Interessen! Die Befürchtungen der Umlandgemeinden waren in der
97 Vergangenheit nicht immer unberechtigt.

98

99 Die CDU wird sich daher intensiv für Kooperationen mit den Umlandgemeinden
100 einsetzen: Die interkommunale Zusammenarbeit im Bereich der
101 Unternehmensansiedlung und -entwicklung hat für uns eine besondere Priorität.
102 Namentlich interkommunale Gewerbegebiete sind gleichermaßen von Interesse für
103 Dresden wie die Umlandgemeinden. Hier sind verlässliche Absprachen und rechtliche

104 Rahmenbedingungen zu treffen. Vor allem ist darauf zu achten, dass nicht weiter aus
105 ideologischen und sachfremden Gründen wirtschaftliche Entwicklungen behindert oder
106 gar zerstört werden.

107

108 Hier bedarf es ebenfalls eines veränderten Verantwortungsbewusstseins der
109 Stadtverwaltung. Es dürfen nicht – wie in letzter Zeit vermehrt geschehen –
110 Unternehmen allein deshalb ins Umland oder gar in andere Regionen abwandern, weil
111 die städtische Verwaltung desinteressiert, bürokratisch, abweisend oder erst gar nicht
112 reagiert.

113

114 Mittel- bis langfristig ist auch daran zu denken, eine Wirtschaftsmetropolregion rund um
115 Dresden zu etablieren. Dies gelingt nur in Partnerschaft mit den benachbarten
116 Landkreisen, die davon ebenso profitieren werden. Eine solche Wirtschaftsregion mit gut
117 1,5 Mio. Einwohnern könnte die Stadt Dresden sowie die Landkreise Bautzen, Görlitz,
118 Meißen und Sächsische Schweiz–Osterzgebirge umfassen. Ihre Hauptaufgaben sind eine
119 gemeinsame Investorenanwerbung, Schaffung und Sicherung von Arbeits- und
120 Ausbildungsplätzen sowie der Ausbau der gemeinsamen Infrastruktur (Breitband,
121 Verkehrsanbindung usw.). Vom wirtschaftlichen Aufschwung der Region profitieren dann
122 alle – durch wachsende Einwohnerzahlen, Steuereinnahmen, Entwicklung lokaler
123 Schulen, moderne Verkehrsinfrastruktur und ÖPNV-Lösungen. Bessere internationale
124 Flugverbindungen und nationale wie internationale Bahnverbindungen werden dadurch
125 erst möglich sein.

126

127

128 **INFRASTRUKTUR: LEBENSADERN EINER WIRTSCHAFTSMETROPOLE**

129

130 Grundlage einer florierenden Wirtschaft ist eine funktionierende und moderne
131 Infrastruktur. Hier hat Dresden durchaus Nachholbedarf. Nach vielen Jahren des
132 Bemühens scheint zwar nunmehr der Weg frei für eine angemessene Einbindung
133 Dresdens in den europäischen Bahnfernverkehr. Dies ist aber auch schon deshalb
134 dringend erforderlich, weil der Fernverkehr über die Autobahnen immer häufiger
135 überlastet ist. Hier wird sich die CDU dafür einsetzen, die Autobahnen im Einzugsbereich
136 Dresdens auszubauen, wo dies notwendig ist. Innerstädtisch sind neue Linien des DVB zu
137 fördern, allerdings ohne eine weitere Verdrängung des Kraftverkehrs, erst recht nicht
138 aus ideologischen Gründen.

139

140 Die CDU steht hinter dem Dresdner Flughafen und möchte, dass der Flughafen zukünftig
141 mehr Passagiere abfertigt und eine größere Anzahl an Strecken zu europäischen und
142 gegebenenfalls sogar interkontinentalen Zielen anbietet. Dazu muss die Stadt als
143 Anteilseignerin des Flughafens auf eine Senkung der vergleichsweise hohen
144 Flughafenentgelte drängen, um im Wettbewerb mit den Flughäfen in Berlin und Prag
145 bestehen zu können.

146

147 Als Eigentümerin der DVB, DREWAG und der TWD hat die Stadt, ganz anders als andere
148 Kommunen, einen hohen Einfluss auf die Gestaltung ihrer Infrastruktur. Dies betrifft vor
149 allem die Elektromobilität und die Datenleitungen/IT-Infrastruktur. So kann die Stadt die
150 E-Mobilität fördern, z. B. durch Umstellung der öffentlichen Verwaltung auf
151 Elektroautos, der DVB auf Elektrobusse. Sie kann das bestehende Energienetz für eine
152 hohe Anzahl besser verteilter und leistungsstärkerer Ladesäulen ausbauen und auch
153 diese Ladesäulen errichten. Zu denken ist auch an H2-Tankstellen, mehr Parkflächen für
154 Car-Sharing Dienste und die Förderung neuer Ansätze beim Stromsparen durch
155 intelligente Speicher von Strom, die Steuerung von Stromnetzen usw.

156

157 Eine ganz wichtige Aufgabe ist der Breitbandausbau und Herstellung einer
158 zukunftsweisenden digitalen Infrastruktur. Die Stadt kann auch dafür Sorge tragen, dass
159 neue Kabelstrecken von vorn herein als reine Glasfaserlösung gebaut werden und neue
160 Technologien wie die in Dresden entwickelte 5G Technologie auch (zuerst) in Dresden
161 eingesetzt werden. Schließlich ist es unser Ziel, dass flächendeckend kostenfreie W-LAN
162 Hotspots an Versorgungseinrichtungen sowie touristisch relevanten Orten entstehen.

163

164 Wir wissen, dass nur eine zukunftsweisende IT-Infrastruktur die Wirtschaftsfähigkeit der
165 Stadt erhält und unabdingbare Voraussetzung für ihre Entwicklung ist. Dabei werden wir
166 vor allem darauf achten und fördern, dass die besonderen Innovationspotentiale aus den
167 Universitäten und Forschungsinstituten sowie Start-Ups, auch als Erprobungsstufen, in
168 Dresden umgesetzt und genutzt werden. Hier kann die Stadt zu ihrem eigenen Nutzen
169 deutlich innovativer tätig werden. Selbstverständlich ist dabei, dass dies im
170 Zusammenwirken mit dem Umland und der Region zu geschehen hat.

171

172 **BAU- UND IMMOBILIENWIRTSCHAFT BILDEN DAS FUNDAMENT DES WACHSTUMS**

173

174 Dresden wächst kontinuierlich – sowohl an Bevölkerung wie auch in der wirtschaftlichen
175 Entwicklung. Bis zum Jahr 2030 gehen die Prognosen von bis zu 600.000 Einwohnern
176 aus. Aus dieser Entwicklung resultiert ein enormer Baubedarf; im Wohnungsbau, in der
177 Infrastruktur, bei Büroflächen, bei Gewerbebauten usw. Die Bau- und
178 Immobilienwirtschaft hat damit eine herausragende Bedeutung innerhalb der Dresdner
179 Wirtschaft. Das bezieht sich sowohl auf ihre Funktion als Arbeitgeber zahlreicher
180 Berufsgruppen als auch als Auftragnehmer für Bauherren.

181

182 In Dresden gibt es auch im innerstädtischen Bereich nach wie vor ein gutes Potential für
183 bebaubare Flächen: sowohl für den Wohnungsbau als auch zu gewerblichen Zwecken.
184 Eine gute Durchmischung von Wohnen und Arbeiten sowie eine gleichberechtigte
185 Unterstützung von Wohnungsbau wie Büro- und Gewerbebaus muss das Ziel städtischer
186 Bau- und Stadtentwicklungspolitik sein.

187

188 Bauherren und Investoren klagen immer wieder über Gängelung, Bürokratie und
189 Zähigkeit städtischer Genehmigungsprozesse. Deshalb ist unser Ziel, die Bauverwaltung
190 bauherrenfreundlich auszurichten – so sollen z. B. Bauanträge innerhalb von drei
191 Monaten verbindlich und abschließend bearbeitet sein. Antrags-, Vergabe- und
192 Genehmigungsverfahren sind zu straffen, damit die gesetzlichen Fristen möglichst
193 unterschritten werden. Dazu gehört auch, die Anforderungen an Investoren und
194 Bauherren aufgrund städtebaulicher Abstimmungserfordernisse, zum Beispiel in Form
195 von Werkstattverfahren, Fassadenwettbewerbe, etc. zu reduzieren. Diese sollen sich
196 ausschließlich auf Projekte beschränken, die einem ausreichenden öffentlichen Interesse
197 unterliegen.

198

199 **Attraktiver Wohnungsbau gleich attraktive Stadt**

200

201 Im Bereich des Wohnungsbaus kommt es darauf an, einen ausreichenden Bestand und
202 Zuwachs an Wohnflächen zu sichern. Bis zum Jahr 2030 wird ein Bedarf von etwa 2.500
203 neuen Wohnungen pro Jahr prognostiziert. Dresden ist zugleich die Großstadt in
204 Deutschland mit der niedrigsten Wohnungs- und Hauseigentumsquote. Das birgt ein
205 großes Potential für eine Entlastung des Mietwohnungsmarktes durch das verstärkte
206 Schaffen von Wohneigentum. Dafür sind neben der Innenstadt speziell in den

207 Stadtrandgebieten sowie den Ortschaften ausreichend Flächen zu entwickeln und
208 vorzuhalten. Dabei ist auf gleichwertige Entwicklungschancen in allen Stadt- und
209 Ortsteilen Dresdens zu achten.

210

211 Die Schaffung von Wohnraum darf sich nicht allein auf den Bau von Sozialwohnungen
212 beschränken. Die neugegründete Dresdner Wohnungsbaugesellschaft richtet ihr
213 Angebot vorrangig an Menschen mit Wohnberechtigungsschein, die jedoch nur einen
214 geringen Teil der Dresdner Bevölkerung ausmachen. Die
215 Wohnungsbauförderprogramme von Bund und Land sind für alle Partner in der Bau- und
216 Immobilienwirtschaft attraktiv umzusetzen. Neben privaten, städtischen und
217 institutionellen Eigentümern wollen wir insbesondere die Wohnungsgenossenschaften
218 fördern. Sie sind ein sehr stabiler Partner bei der Bereitstellung preiswerten
219 Wohnraums. Investitionen im Bereich des studentischen Wohnens wollen wir energisch
220 unterstützen, denn auch dies trägt zu einer merklichen Entlastung des konventionellen
221 Mietmarktes bei.

222

223 Die Erschließung neuer und die Aufwertung vorhandener Wohngebiete sind mit einem
224 attraktiven und nachhaltigen Umfeld zu flankieren. Dazu gehören in ausreichendem
225 Umfang Stadtgrün, Spielplätze, ÖPNV-Anbindung, Parkmöglichkeiten, Nahversorgung
226 und Stadtteilzentren.

227

228 **Mehr Büro- und Gewerbeflächen braucht die Stadt**

229

230 Die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt erfordert kontinuierlich ein ausreichendes
231 Angebot an Büro- und Gewerbeflächen. Deshalb dürfen auch nicht alle verfügbaren
232 städtischen Flächen der Schaffung von niedrigpreisigem Wohnraum unterworfen
233 werden. Es sind ausreichend Flächen zu entwickeln und vorzuhalten, um Gründern,
234 Start-Ups und Technologieentwicklern Angebote machen zu können (z. B. Tatzberg /
235 Wissenschaftsstandort Ost/ Zwickauer Strasse). Das Gewerbeflächen-
236 Entwicklungskonzept der Stadt ist mit langfristigen Blick fortzuschreiben. Es sind die
237 Haushaltsmittel für den Flächenerwerb aufzustocken und ihre Erschließung wie
238 Anbindung an die technische und verkehrliche Infrastruktur unbürokratisch
239 sicherzustellen.

240

241 Umweltstandards sind mit Augenmaß umzusetzen und dürfen die
242 Unternehmensansiedlung und -entwicklung nicht behindern oder sogar verhindern.
243 Größere zusammenhängende Flächen in einer Großstadt sind immer eine natürlich
244 knappe Ressource, weshalb die Stadt verstärkt die Zusammenarbeit mit den Kommunen
245 im Umland suchen muss.

246

247

248 **DRESDEN: TOURISMUSMAGNET MIT WEITBLICK**

249

250 Der Tourismus ist für Dresden einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren, denn Dresden
251 wird als starkes Städtereiseziel wahrgenommen. Neben Hotellerie und Gastronomie
252 profitieren der Einzelhandel, die Kultureinrichtungen und zahlreiche Dienstleister, wie
253 bspw. Verkehrsunternehmen. Das Tagungs- und Kongressgeschäft hat sich entwickelt;
254 die großen Potenziale der Stadt Dresden bleiben jedoch oft noch ungenutzt. Ein
255 effektives städtisches Veranstaltungsmanagement fehlt weiterhin und bremst die
256 Bemühungen um neue Großveranstaltungen und Events. Die Flug- und Bahnanbindung
257 Dresdens wird häufig kritisiert und die Situation für Fernbusreisende ist aufgrund des
258 fehlenden Busbahnhofes noch unattraktiv.

259

260 Für Unverständnis bei Übernachtungsgästen und bei den Übernachtungsbetrieben sorgt
261 nach wie vor die Einführung der Bettensteuer im Jahr 2015. Die Steuer schafft
262 zusätzliche Bürokratie bei den Betrieben und in der Stadtverwaltung. Sie ist schädlich für
263 den Tourismus. In der Stadtverwaltung ist der Tourismus nun leider dem
264 Geschäftsbereich Kultur angegliedert und nicht mehr Chefsache.

265

266 Die CDU will:

- 267 - die Stärkung der Tourismus-Destination Dresden-Elbland, den weiteren Ausbau
268 von Kooperationen bei der touristischen Vermarktung und dem touristischen
269 Vertrieb mit dem Umland;
- 270 - die Stärkung Dresdens als Tagungs- und Kongress-Standort und die
271 Reorganisation des Convention Bureaus und Verbesserung der
272 Vermarktungsbudgets;
- 273 - die stetige Verbesserung der Flug- und Bahnanbindung und den Neubau eines
274 Busbahnhofs sowie eine wesentliche Verbesserung der touristischen
275 Ausschilderung;

- 276 - die Einrichtung einer zentralen Stelle für die Akquise und Koordinierung von
277 Großveranstaltungen als Ansprechpartner für Veranstalter;
278 - die Abschaffung der Bettensteuer und Nutzung der Möglichkeiten des
279 Sächsischen Ladenöffnungsgesetzes bei verkaufsoffenen Sonntagen.

280

281

282 **DIE ZUKUNFT STARTET HIER: START-UPS UND KREATIVWIRTSCHAFT IN DRESDEN**

283

284 Zu einer wirtschaftsfreundlichen Stadt gehört unabdingbar eine starke Gründer- und
285 Start-Up-Szene. Solche Unternehmensgründungen auch aus der Kreativwirtschaft sind
286 gezielt zu fördern. Dies kann etwa durch günstige und flexibel anmietbare Mietflächen,
287 Beratungs- und Coachingleistungen sowie eine ausgezeichnete Infrastruktur geschehen.
288 Eine lebendige Gründerszene ist zudem der Motor für eine dynamische Entwicklung der
289 Gesamtwirtschaft in der Region. Micro-Finanzierung und Venture-Capital mit
290 Institutionen bzw. Kapitalgebern wollen wir weiterentwickeln und mitgestalten. Das
291 Prinzip Open Data, also die Bereitstellung von öffentlichen Daten durch Behörden in
292 digitaler Form, sowie die Entwicklung von internetgestützten Beratungsangeboten
293 können erheblich zur Attraktivität Dresdens als Gründungsstandort beitragen.

294

295 Die Kreativwirtschaft ist in Dresden ebenfalls zu einem Wirtschaftsfaktor
296 herangewachsen, deren weitere Entwicklung zu fördern ist. Es braucht insgesamt eine
297 „Wirtschaftsförderung 2.0“, die den Unternehmen als Dienstleister zur Seite steht und
298 beim Aufbau von regionalen Kooperationsnetzwerken hilft. Die Vielzahl von
299 Wertschöpfungspartnern ist dabei einzubinden.

300

301

302 **IM GESPRÄCH BLEIBEN: STANDORTMARKETING INTERNATIONALISIEREN**

303

304 Dresden muss seine regionale und überregionale Standortpolitik aktiv vorantreiben, sich
305 mit seinen Interessen selbstbewusst einbringen und dabei andere Partner in der Region
306 berücksichtigen. Standortpolitik ist eine Querschnittsaufgabe innerhalb der
307 Stadtverwaltung. Die Wirtschaftsförderung muss in diesem Kontext noch erheblich mehr
308 Beiträge leisten; sie ist dann ebenso wie die DMG mit den erforderlichen personellen
309 und finanziellen Ressourcen auszustatten. Vorrangig ist die Imagestärkung des
310 Standortes und der Region; Dresden ist als Marke weiter international zu positionieren.

311 Dazu streben wir auch einen regionalen Verbund und Kooperationen mit
312 wirtschaftsfördernden Einrichtungen anderer Kommunen, von Land und Bund an.
313 Ein Standortmarketing wird erfolglos bleiben, wenn die Stadt nicht in der Lage ist und
314 sich auch nicht bemüht, ansiedlungswillige Unternehmen ausreichend Gewerberaum
315 und vor allem Gewerbeflächen anzubieten. Hier müssen wir noch erhebliche
316 Anstrengungen unternehmen, damit nicht – wie zuletzt vermehrt geschehen –
317 Unternehmen in andere Orte ‚ausweichen‘.