

Auswertung der Interviews

**Online-Befragung der Mitgliedsunternehmen &
Experteninterviews**

Durch: entra Regionalentwicklung GmbH

Befragung der Mitgliedsunternehmen

Online – Umfrage

-  **Angefragt: 82 Unternehmen**
-  **Antworten: 23**
-  **Rücklaufquote: 28 %**

Wie beurteilen Sie die Arbeit der Initiative?

	sehr gut	(4,35 %)
	gut	(39,13 %)
	befriedigend	(47,83 %)
	ausreichend	(8,7 %)

Wie informieren Sie sich über die Arbeit der Initiative?

	Zeitung	(66,67 %)
	Website	(52,38 %)
	Sonstiges, z.B. Mails, schauRhein	(33,33 %)

Wie beurteilen Sie die Öffentlichkeitsarbeit?

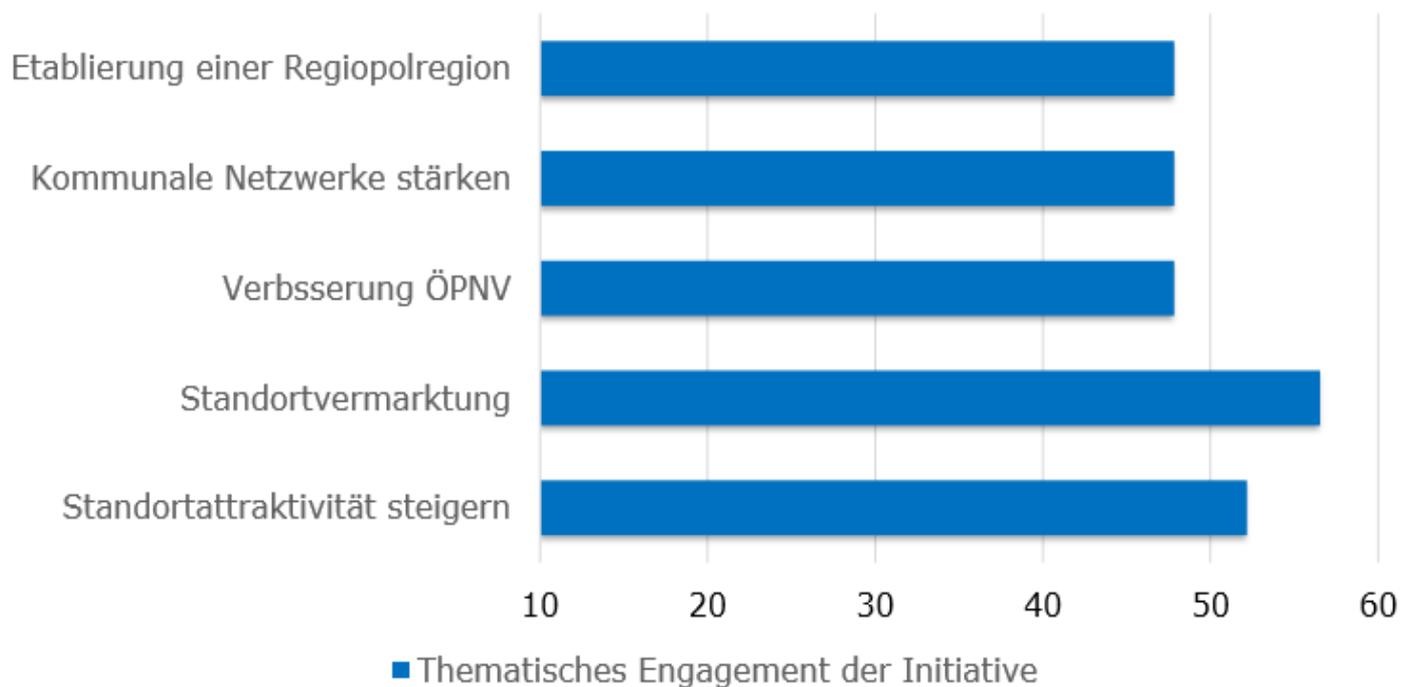
 sehr gut	(8,7 %)
 gut	(43,48 %)
 befriedigend	(43,48 %)
 ausreichend	(4,35 %)

Was kann die Initiative im Bereich Öffentlichkeitsarbeit verbessern?

-  Eigene Veranstaltungen durchführen
-  Medienpräsenz erhöhen

In welchen Themenfeldern sollte sich die Initiative engagieren?

Thematisches Engagement der Initiative (in %)



Experteninterviews

- **Angefragte Experten aus Unternehmen, die **NICHT Mitglied** der Initiative sind: 15**
- **Experteninterviews: 8**

Können Sie sich mit der Region Koblenz-Mittelrhein identifizieren?

- **Ja (50 %)**
(eher ein Kompromiss, wenig profiliert)
- **Geht so (25 %)**
(eher Koblenz und Umgebung als Mittelrhein,
eher Welterbe Oberes Mittelrheintal,
eher Bezug zur Eifel)

Benennen Sie Stärken und Schwächen der Region

Stärken

-  **Landschaft und Natur** (75 %)
-  **Geringe Lebensunterhaltungskosten** (50 %)
-  **Gut gelegen / Anbindung** (50 %)
-  **Attraktive Arbeitgeber** (25 %)
-  **Freizeitwert** (25 %)

Schwächen

-  **Infrastruktur** (37,5 %)
-  **ÖPNV** (37,5 %)
-  **Pendlerstadt** (25 %)



Welche Herausforderungen sehen Sie für Ihr Unternehmen aktuell und zukünftig?

Positiv

-  Demographischer Wandel
-  Digitaler Wandel
-  Regionale Produkte und Nachhaltigkeit

Negativ

-  **Fachkräftemangel (62,5 %)**
-  Bevölkerungsentwicklung
-  Breitband
-  Digitalisierung
-  ÖPNV stärken

Gibt es Unterstützungsangebote, die Sie kennen/nutzen?

Angebote:

- 🌐 Pflegekammern
- 🌐 Agentur für Arbeit

Haben Sie Unterstützungsbedarf zu bestimmten Themen?

Bedarf:

- 🌐 Gesundheitsstandort etablieren
- 🌐 Mediziner ausbilden
- 🌐 Fachkongresse mit regional relevanten Themen organisieren
- 🌐 Handwerk aufwerten

Nein: Es wird vieles selbst in Angriff genommen!

Ist das Thema Fachkräfte für Sie relevant? Wenn ja, in welchen Bereichen fehlen Ihnen wie viele Fachkräfte?

Ja **(87,8 %)**

- Insbesondere die akademischen Abschlüsse (Ärzte, Juristen, Architekten)
- Spezialisten
- in der Produktion (Mechatroniker)
- Kraftfahrer

- Zwischen 2-13 offene Stellen

Mit welchen Maßnahmen begegnen Sie dem Fachkräftemangel und haben Sie Kooperationspartner?

Maßnahmen

- **Arbeitgeberattraktivität (37,5 %)**
- **Ausbildungsmessen/Programme (25 %)**
- **Aus- und Weiterbildung (25 %)**
- **Social Media/Headhunter/Inserate**

Kooperationen

- **Ja (62,5 %), bspw. Schulen, Hochschulen, IHK,**
- **branchenbezogene Netzwerke**
- **Nein (25 %)**

Findet Ihr Betrieb die gewünschten/benötigten Auszubildenden?

- **Ja (75 %)**
aber es wird schwerer (37,5 %)
- Qualität und Quantität hat nachgelassen
- Azubi-Programme, Studientage, Messen, Partnerschulen etc.
- Zusammenarbeit mit den Innungen

Was fehlt Ihrem Unternehmen, um sich optimal zu entwickeln?

- **Gute Mitarbeiter (50 %)**
- **Standort nicht attraktiv genug (50 %)**

An welcher Stelle kann es eine stärkere Zusammenarbeit der Akteure geben?

Wirtschaft und Kommunen

- Standortmarketing
- Stadt als Moderator
- Wirtschaftsförderungen müssten stärker sein und Initiativen koordinieren
- Mobilität
- Netzabdeckung
- Breitband
- Weniger Bürokratie

Wirtschaftsakteure

- **Marketing für die Region (25 %), Projekte und gute Beispiele bewerben**
- Fachkräftegewinnung
- Fußball
- Telemedizin

Welche Netzwerke bestehen in der Region?

Wirtschaft

- R 56 +
- Lions/Rotary
- IHK, HWK
- BMI
- BVMW
- WJ
- WWA
- BDU
- Innungen

Spezielle Netzwerke

- Reiner Meusch Stiftung
- Caritas
- Verband der Familienunternehmen

Welche Netzwerke sind wichtig für die Region?

- Initiative Region Koblenz-Mittelrhein e.V.
- R 56 +
- Branchenbezogene Netzwerke

ABER: Profil der Initiativen stärken – zu viele

In welchen Netzwerken sind Sie aktiv?

- **Branchenbezogene Netzwerke** (50 %)
- Kammern (25 %)
- R 56 + (perspektivische Teilnahme)
- WWA
- Lions
- Regionalrat Wirtschaft e.V.
- Verband der Familienunternehmen
- In keinem (25 %)

Sehen Sie die Initiative als ein Ansprechpartner im Netzwerk?

- **Ja (25 %)**
- **Nein (12,5 %), wenig Entscheider, viele kommunale Vertreter**
- **Kennt die Initiative nicht konkret, nur aus der Zeitung (62 %)**

Welche Leistungen wünschen Sie sich von der Initiative?

Koordinierungsfunktion	Inhaltliche Ausrichtung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kräfte bündeln (25 %) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV (25 %)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netzwerke sinnvoll miteinander verknüpfen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontakt zur Politik
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kooperation mit den Kommunen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzentration auf die Kommunen, kommunales Netzwerk
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eine Marke für die Region prägen 	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kommission zur Etablierung einer Marke initiieren 	



Welches Image messen Sie der Region als Wohn-, Arbeits- und Wirtschaftsstandort bei (Innensicht)?





Image der Region als Wohn-, Arbeit- und Wirtschaftsstandort (Sicht von außen)?



Wird die Region nach außen vermarktet?

- 🌐 **Ja (50 %), touristische Vermarktung**
- 🌐 **Nein (37,5 %), nicht als Wirtschaftsstandort**
- 🌐 **Es gibt keine Ereignisse, die Koblenz überregional bekannt machen**

Was könnte in Zukunft verbessert werden?

- 🌐 **Die Region nicht nur touristisch, sondern auch als Wirtschaftsstandort vermarkten** (37,5 %)
- 🌐 **Stärkung des Wissenschaftsstandortes**
- 🌐 **Freizeitregion entwickeln**
- 🌐 **Zusammenarbeit mit größeren Städten aufbauen**
- 🌐 **Werbung für das Handwerk**
- 🌐 **Fußball, Etablierung der TuS in der 2. Bundesliga**

Sollte Standortmarketing eine gemeinsame Aufgabe sein?

- 🌐 **Ja** (75 %) **Wirtschaft stärker in den Fokus rücken**
- 🌐 **Eventuell** (12,5 %) **Kommt auf die Zielsetzung an**
- 🌐 **Nein** (12,5 %) **Koblenz ist die Marke**



INITIATIVEREGION
KOBLENZMITTELRHEIN

Auf dem Weg zur Regiopolregion

Chancen und mögliche Aufgaben

Können Sie etwas mit dem Begriff „Regiopolregion“ anfangen?

- **Ja / Nein (je 50 %)**

Welchen Vorteil bringt eine Regiopolregion mit sich?

- | | |
|--|-----------------|
| • Gemeinsames Standortmarketing | (37,5 %) |
| • Infrastruktur | (25 %) |
| • ÖPNV | (25 %) |

Wie wichtig ist Ihnen die Etablierung einer Regiopoleregion?

- Im Durchschnitt **67** von 100 Punkten
- Bedarf nach mehr Information wird gesehen

Welche Rolle sollte die Initiative bei der Etablierung spielen?

- **Treiber** (57,14%)
- **Vernetzer** (61,90%)



Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen

Erkenntnisse

- Die Mitglieder sind zufrieden mit der Öffentlichkeitsarbeit. Mehr als die Hälfte bewertet sie mit „gut und sehr gut“
- Die Mitglieder sind überwiegend zufrieden mit der Arbeit der Initiative. Mehr als die Hälfte bewertet sie mit „befriedigend und gut“
- Fachkräftegewinnung und Attraktivität des Standortes sind die branchenübergreifende Top-Themen
- Profilierung der Region ist erforderlich, weil unscharf
- Unternehmen sind am Instrument Regiopolregion interessiert



Empfehlungen

- Inhaltliche Arbeit der Initiative stärker vermarkten
- Profilschärfung der Initiative Region Koblenz-Mittelrhein e.V.
- Profilschärfung der Region
- Legitimation zur Etablierung einer Regiopolregion vonseiten der Wirtschaft