

INNENSTÄDTE DER ZUKUNFT: UNTERNEHMENS- BEFRAGUNG

27. JUNI 2023

Eine als attraktiv empfundene Innenstadt ist ein wesentliches Merkmal lokaler Lebensqualität. Der Mangel an Fach- und Arbeitskräften führt dazu, dass Menschen auf Jobsuche zunehmend die Freiheit haben, solche früher als „weich“ empfundenen Faktoren in ihre Entscheidung einzubeziehen.

Sehen die Unternehmen in Rheinland-Pfalz diesen Zusammenhang? Wie gehen sie damit um? Haben sie ein Interesse daran, sich für eine attraktive Innenstadt vor Ort zu engagieren?

Diese Befragung thematisiert also die Unternehmensperspektive. Die Perspektive von Mitarbeitenden haben wir in einer eigenen Untersuchung abgefragt.

**EXPLORATIVE
EXPERTENINTERVIEWS**

Um die Perspektive der Unternehmerinnen und Unternehmer aus Rheinland-Pfalz besser zu verstehen, haben wir vor den Umfragen zehn Gespräche geführt. Dabei waren Unternehmerinnen und Unternehmer aus dem gesamten Land mit verschiedenen Unternehmensgrößen.

Neben der unternehmerischen Sichtweise, konnten wir so über konkrete Formatideen zur Attraktivierung der Innenstädte sprechen, aber auch über Ziele und Anforderungen der Unternehmen an eine solche Beteiligung.

MIT WEM HABEN WIR GESPROCHEN?

Expertinnen und Experten	Unternehmen
Sabine Kaiser, Vice President HR Operations	BASF SE, Standort Ludwigshafen
Alexander Ody, Director Business Development	mac. brand spaces GmbH, Langenlonsheim
Daniel Stölzle, Referent Innovationsmanagement	Mainzer Stadtwerke AG, Mainz
Jürgen Medding, Senior Manager People & Organisation	Novo Nordisk Pharma GmbH, Mainz
Jacqueline Schattner, Prokuristin	Handke Brunnenbau GmbH, Dirmstein
Christian Arns, Abteilungsleiter Konzernkommunikation	Debeka, Koblenz
Svenja Burggraf, Head of People	Sdui GmbH, Koblenz
Dr. Kai Rinklake, Geschäftsführer	SKYLOTEC GmbH, Neuwied
Patrick Kölsch, CEO und Co-Founder	Greenable GmbH, Kaiserslautern
Jörg Röttgen, Global Director of People Operations	Canyon Bicycles GmbH, Koblenz

- Die Gesprächsteilnehmenden sind dem Thema gegenüber positiv gestimmt und erkennen die Relevanz für sich selbst – vor allem um Fachkräfte zu binden und gewinnen.
- Grundsätzlich sind die Befragten daher bereit, sich als Unternehmen zur Attraktivierung der Innenstadt zu engagieren.
- Sie sehen das als Chance mit ihrem Unternehmen sichtbarer zu werden.
- Alle betonen aber, dass es für dieses Engagement eine inhaltliche und organisatorische Unterstützung, z.B. durch die Kommune, geben muss. Ansonsten sei der Aufwand für das Projektmanagement zu hoch.

„Die Stadt hilft schon die Mitarbeiter an uns zu binden. Sie ist durchaus ein Argument für uns als Arbeitgeber.“

„Wenn wir die Innenstadt unterstützen, wollen wir es auf eine Art und Weise tun, die uns Fachkräftewerbung ermöglicht.“

„Ich will die Innenstadt so fördern, dass ich auch sichtbar bin. Dann wird es für mich interessant, weil ich diese Sichtbarkeit brauche, um Leute zu finden.“

„Ich will am Ende die Wirkung sehen und das Gefühl haben, dass mein Engagement etwas gebracht hat und zur Steigerung der Attraktivität beigetragen hat.“

„Die Mitarbeitenden legen Wert auf ihre Freizeit, deswegen sehe ich es für sinnvoll an, dass sich Unternehmen für eine attraktive Innenstadt engagieren.“

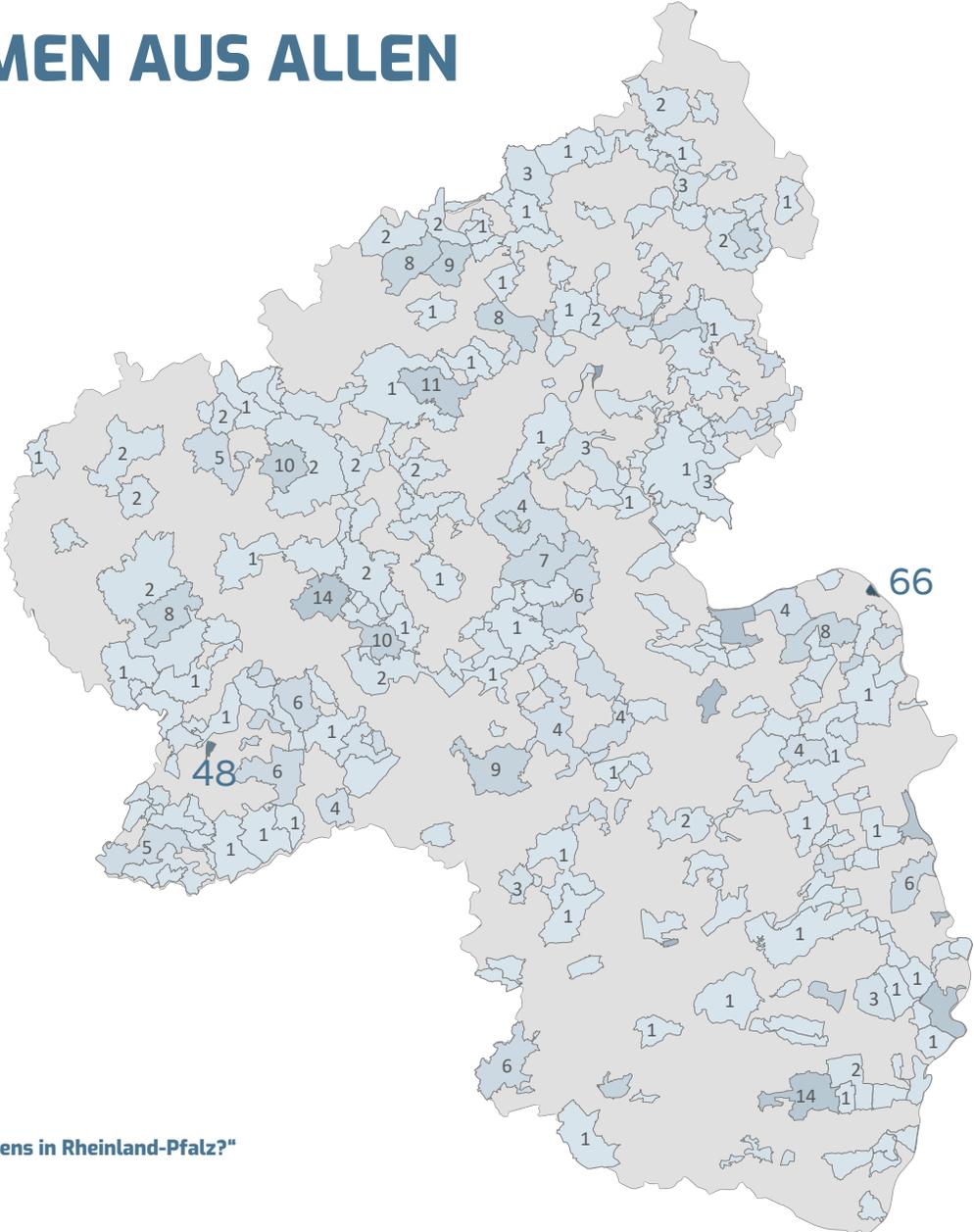
**QUANTITATIVE
UNTERNEHMENSBEFRAGUNG**

ZEITRAUM: 14. MÄRZ BIS 26. MAI 2023

TEILGENOMMEN: 1.072

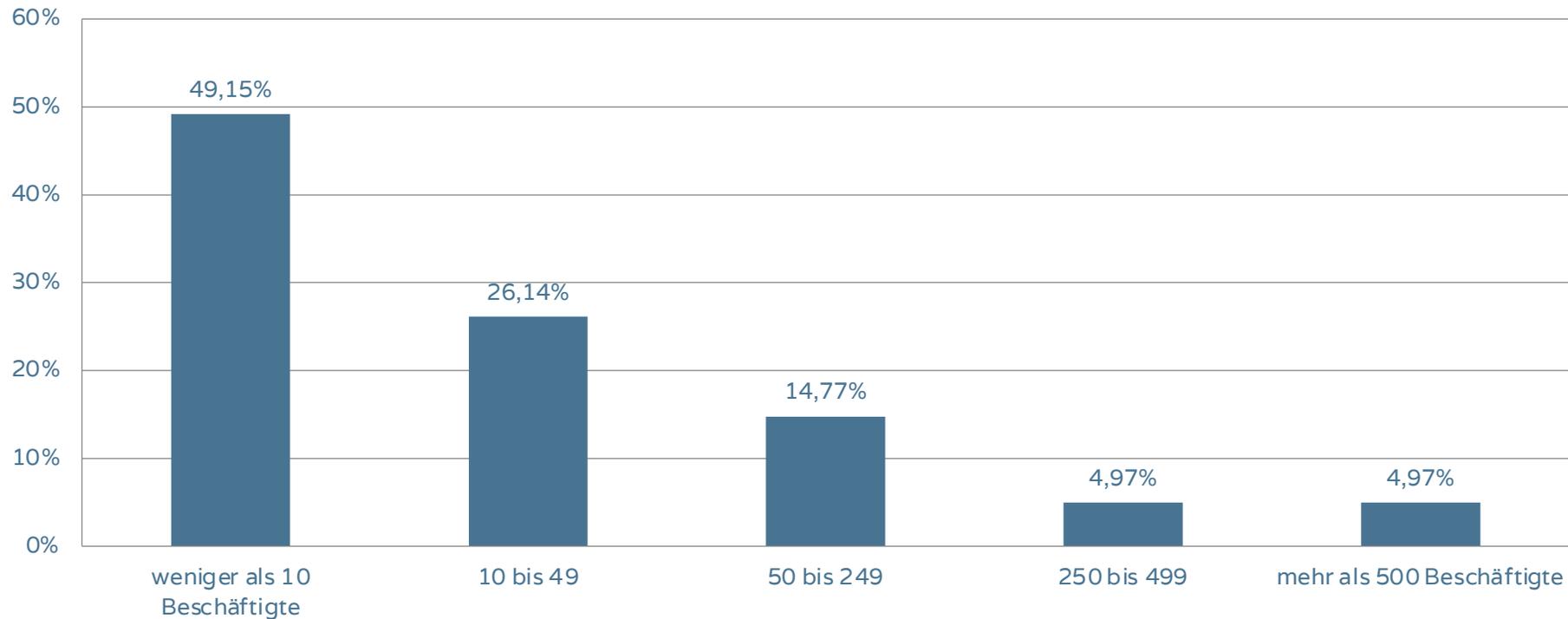
**AUFTRAGGEBER: MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR, LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU RHEINLAND-PFALZ**

DIE UNTERNEHMEN KOMMEN AUS ALLEN TEILEN DES LANDES.

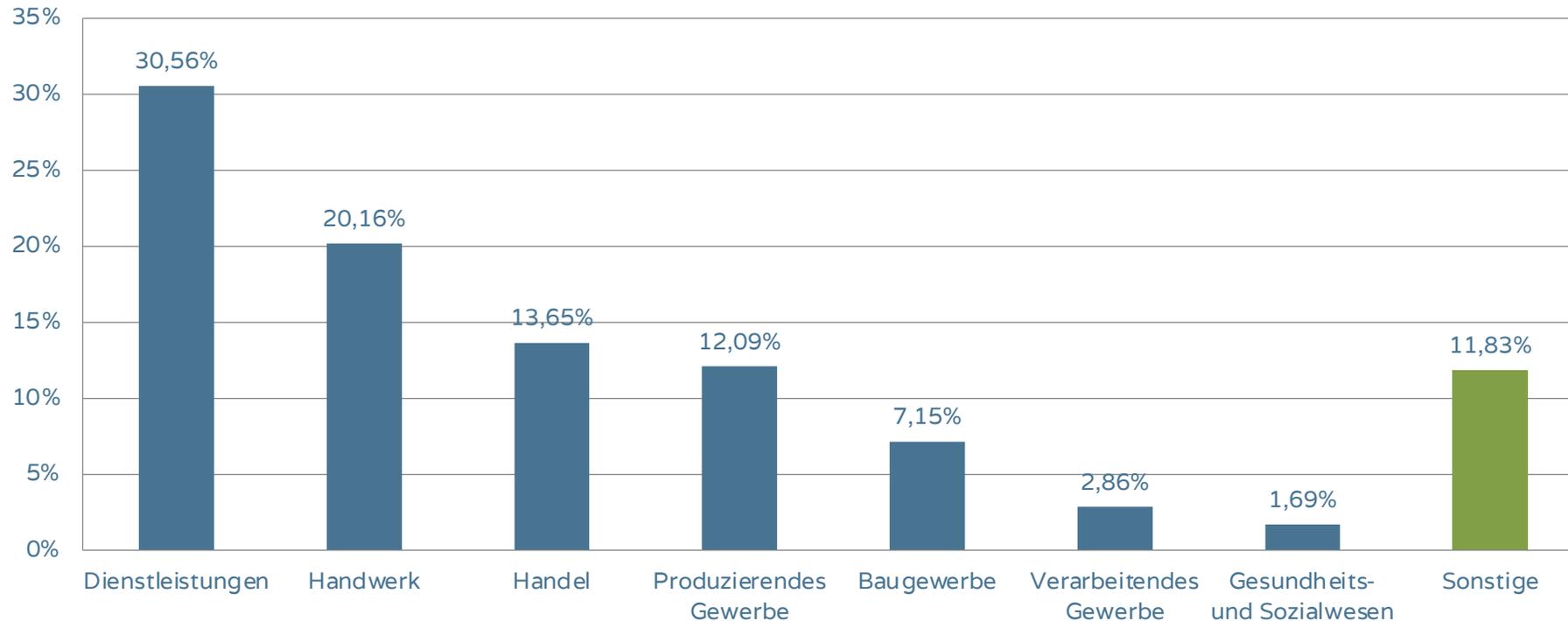


Frage Nr. 2: „Wo befindet sich der Hauptstandort Ihres Unternehmens in Rheinland-Pfalz?“
Beantwortet: 757, übersprungen: 315

DIE HÄLFTE DER TEILNEHMENDEN UNTERNEHMEN HAT MEHR ALS 10 BESCHÄFTIGTE.



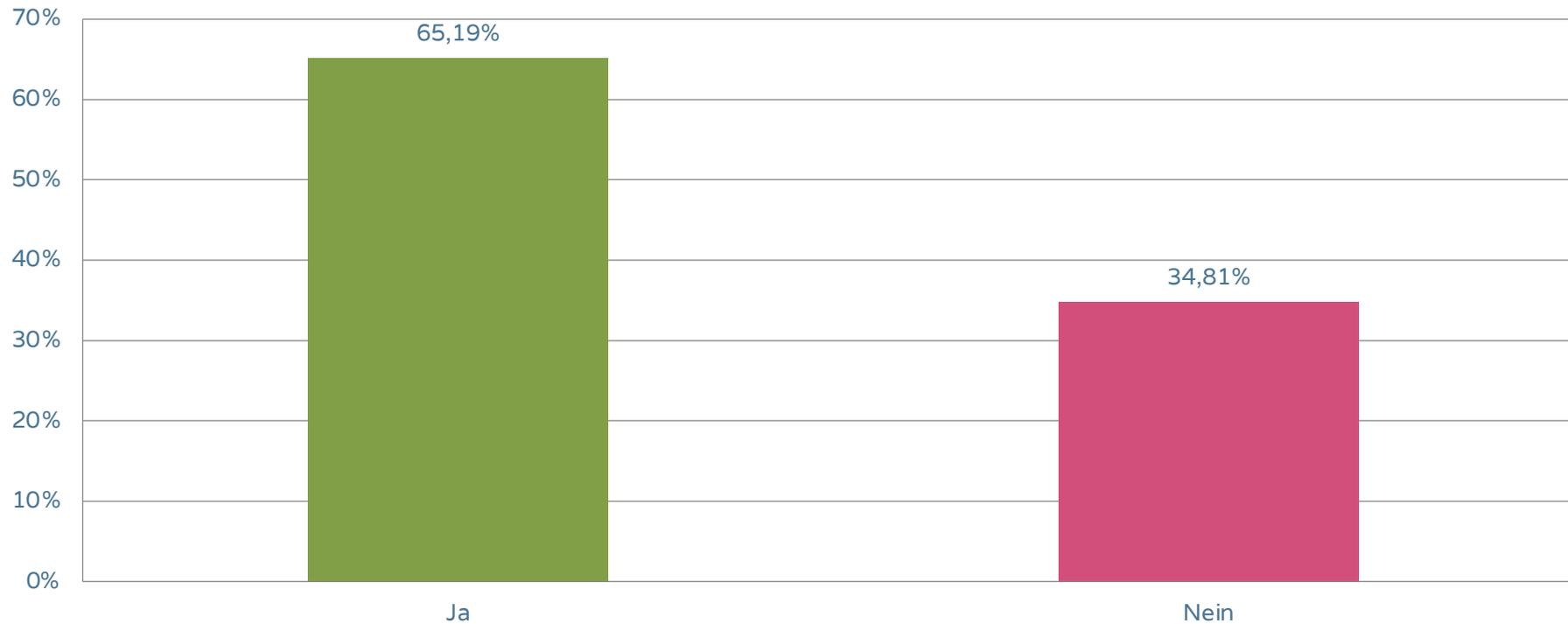
DIE VERTRETENEN BRANCHEN ZEIGEN EINEN BREITEN MIX.



Sonstige (Auswahl):

- Verwaltung (11)
- Architektur & Ingenieurwesen (10)
- Finanzen & Beratung (8)
- Energie (6)
- Landwirtschaft (6)
- Forschung & Wissenschaft (5)
- Gastronomie & Tourismus (5)
- Handel (5)

DIE UMFRAGE PASST ZUR AKTUELLEN FACHKRÄFTESTUDIE RLP: DIE UNTERNEHMEN BRAUCHEN ARBEITSKRAFT.



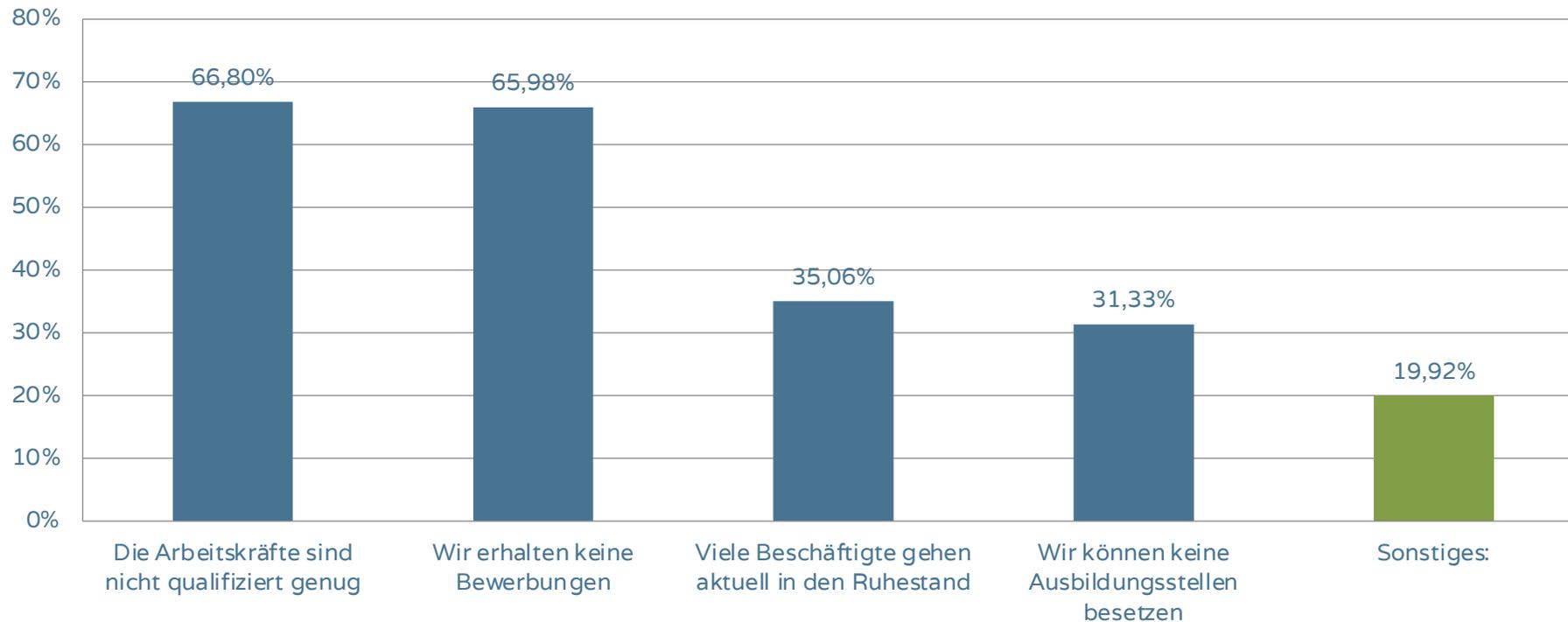
IM DURCHSCHNITT FEHLEN ETWA SECHS ARBEITSKRÄFTE.

MODULDREI

Ø 5,73

Arbeitskräfte

DIE GRÜNDE DAFÜR SIND VIELFÄLTIG.



Sonstige (Auswahl):

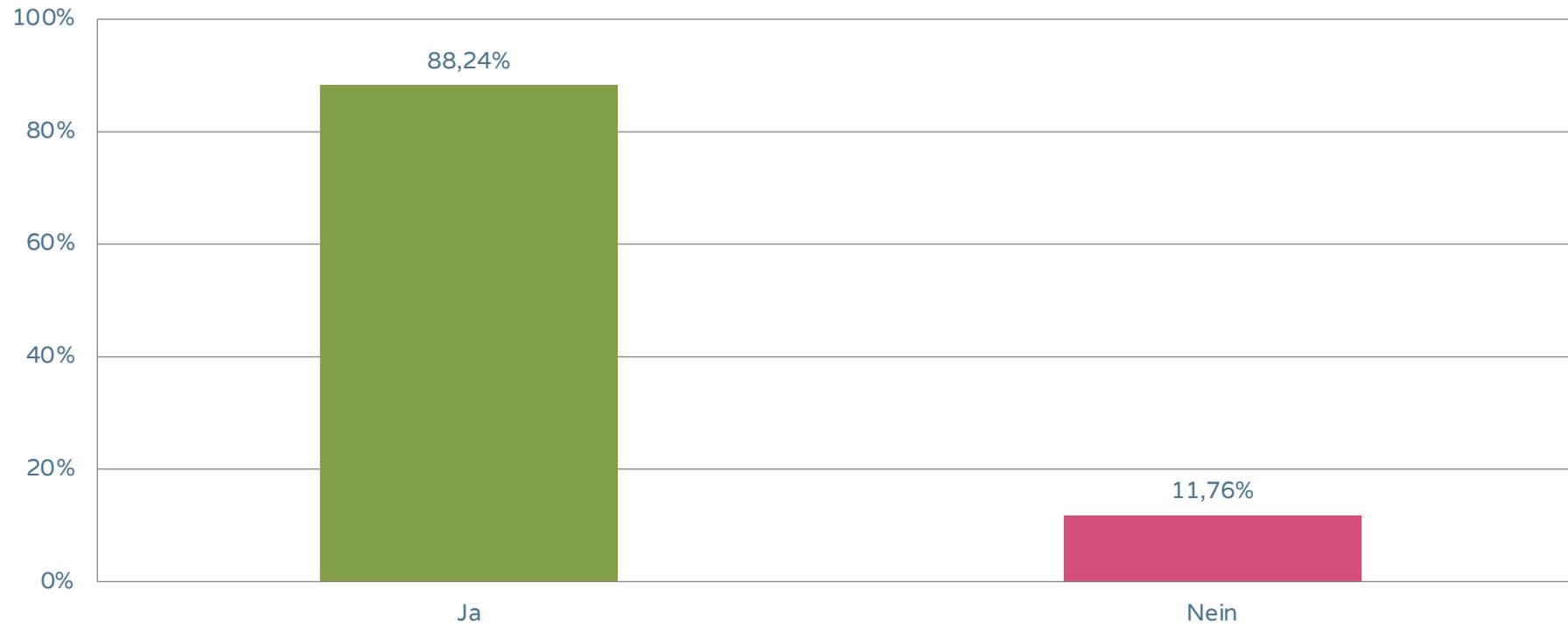
- Abwanderung (nach Luxemburg) (15)
- Fehlende Motivation bei Arbeitnehmern (15)
- Fehlende Bewerber-eignung (9)
- Gehalt (9)
- Ansprüche der Bewerber (9)
- Unattraktiver Standort (7)

WICHTIG ZUR EINSCHÄTZUNG: IM DURCHSCHNITT SIND DIE UNTERNEHMEN FÜNF KILOMETER VON DER CITY ENTFERNT.

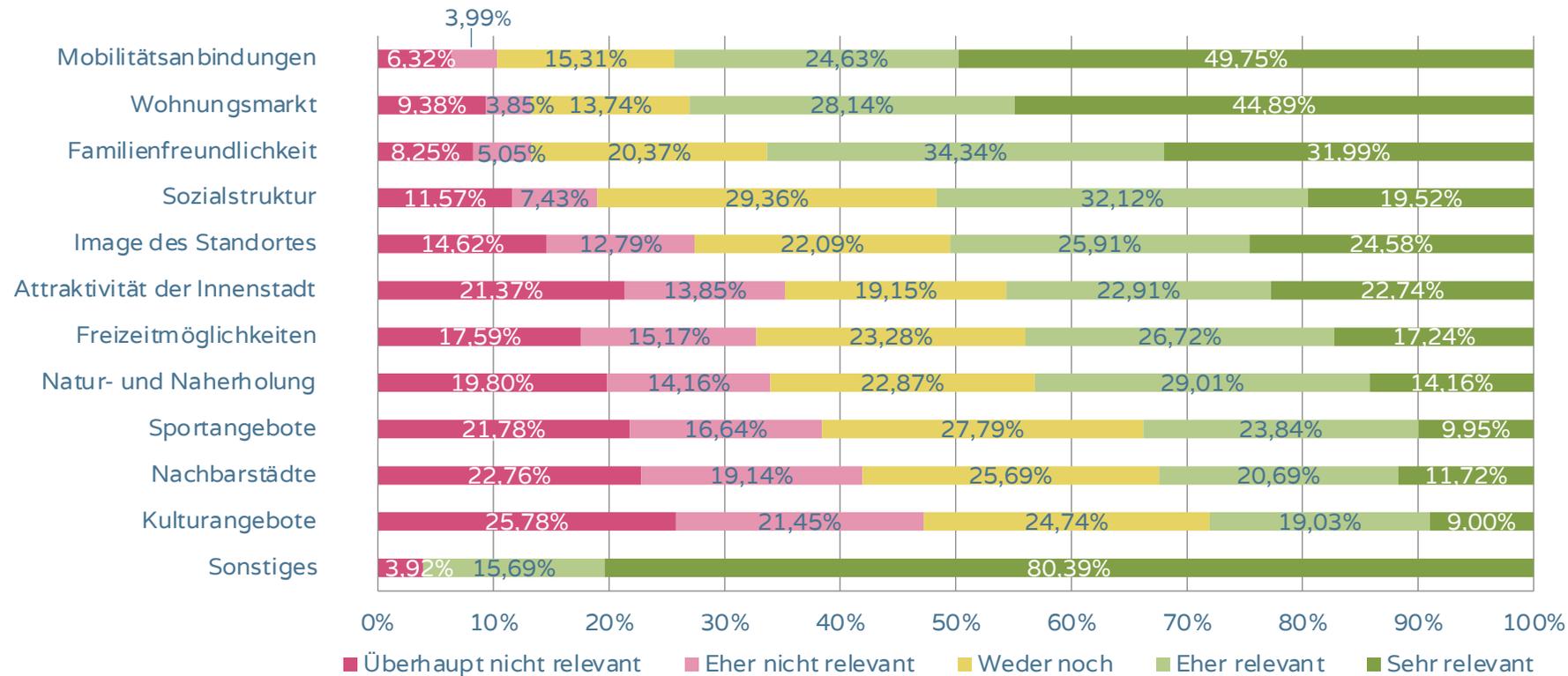
MODULDREI

Ø 5,26 km

UNSERE KERNFRAGE LAUTETE: FINDEN SIE DENNOCH EIN ENGAGEMENT FÜR DIE INNENSTADT SINNVOLL?



JA! DENN: HEUTE ZÄHLT MEHR ALS NUR DER JOB „AN SICH“.



- Sonstiges (Auswahl):
- Gehalt (6)
 - Work-Life-Balance (4)
 - Arbeitgeberleistungen (4)
 - Anbindung (4)
 - Miteinander (3)
 - Image (3)
 - Fortbildungsmöglichkeiten (3)

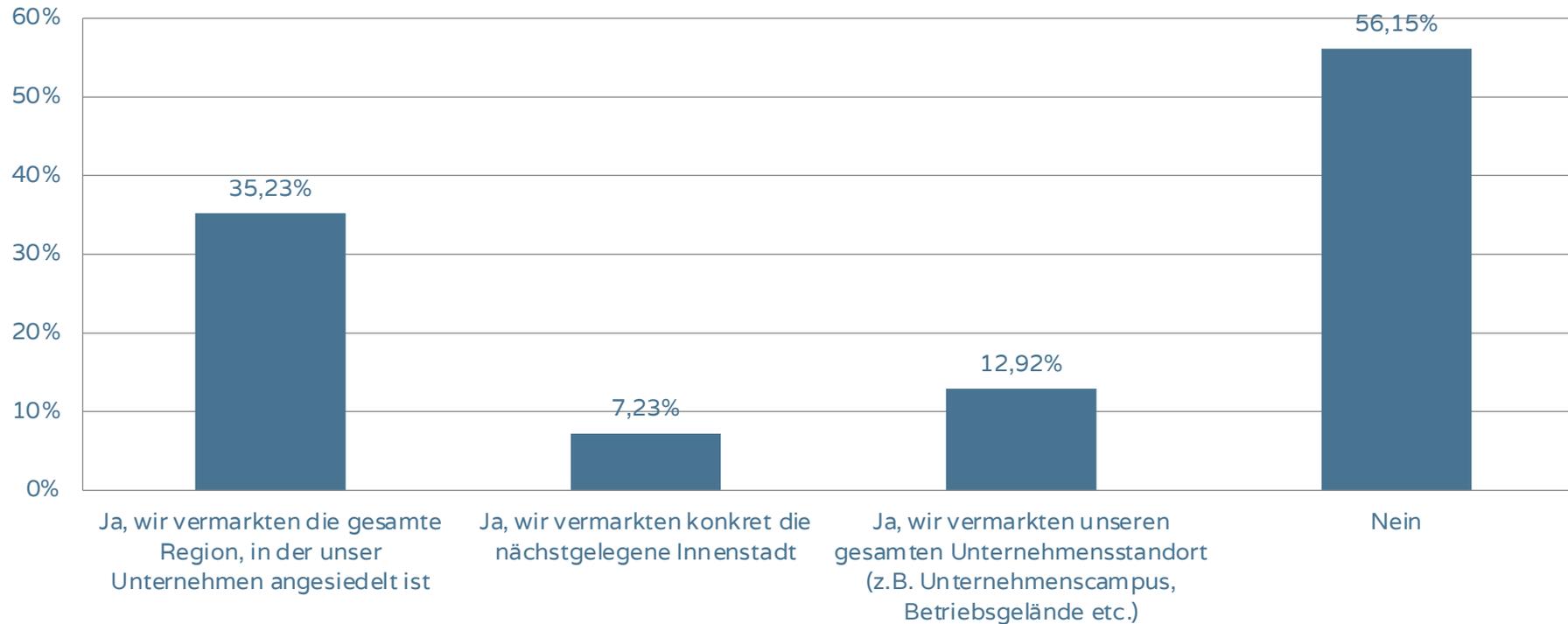
Obwohl die meisten mittelständischen Unternehmen vor Ort naturgemäß wenig Bezug zur Innenstadt haben und teils sogar erheblich entfernt sind, hat die Attraktivität der Innenstadt einen hohen Stellenwert für sie.

Die drei Topargumente für Arbeitssuchende aus ihrer Sicht sind: Mobilität, Wohnen, Familienfreundlichkeit.

Die Attraktivität der Innenstadt liegt bei den Entscheidungsgründen für Jobsuchende aber vor Freizeit, Natur, Sport und Kultur.

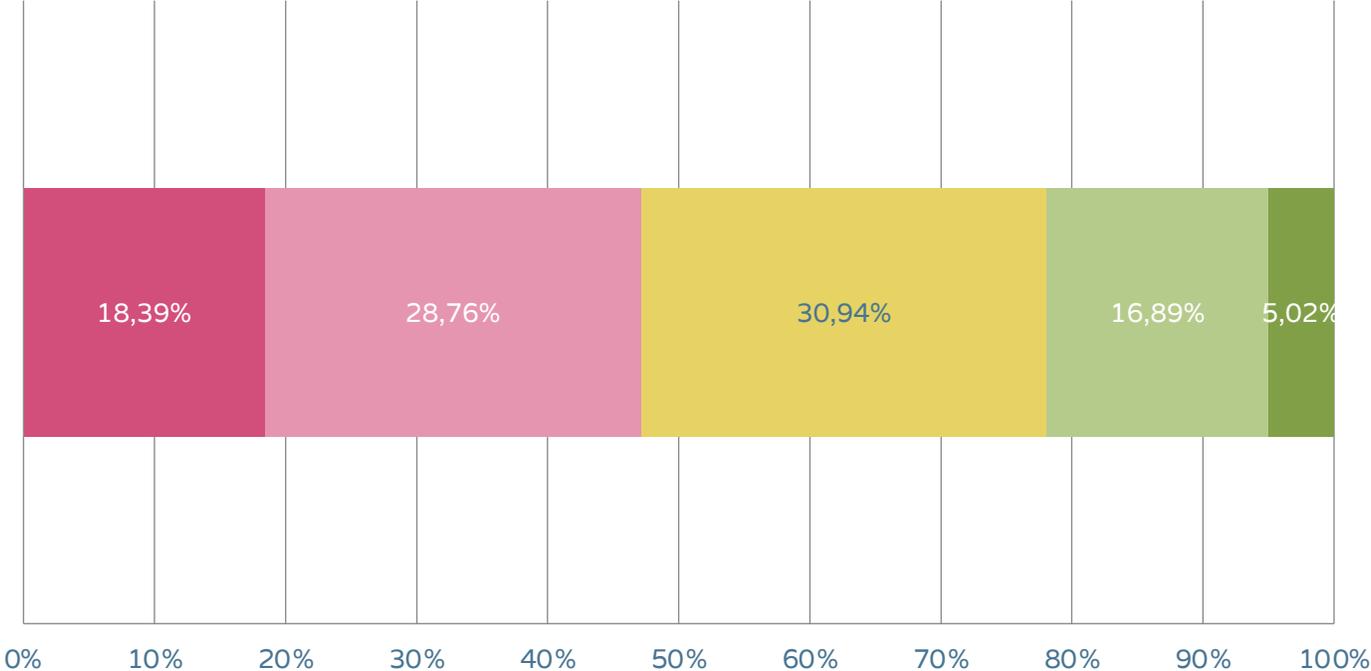
Wichtig: Das ist die Sicht derjenigen, die versuchen, Menschen für ihr Unternehmen zu gewinnen.

UNTERNEHMEN NUTZEN IHREN STANDORT ÜBERWIEGEND NICHT ALS ARGUMENT GEGENÜBER ARBEITSKRÄFTEN.

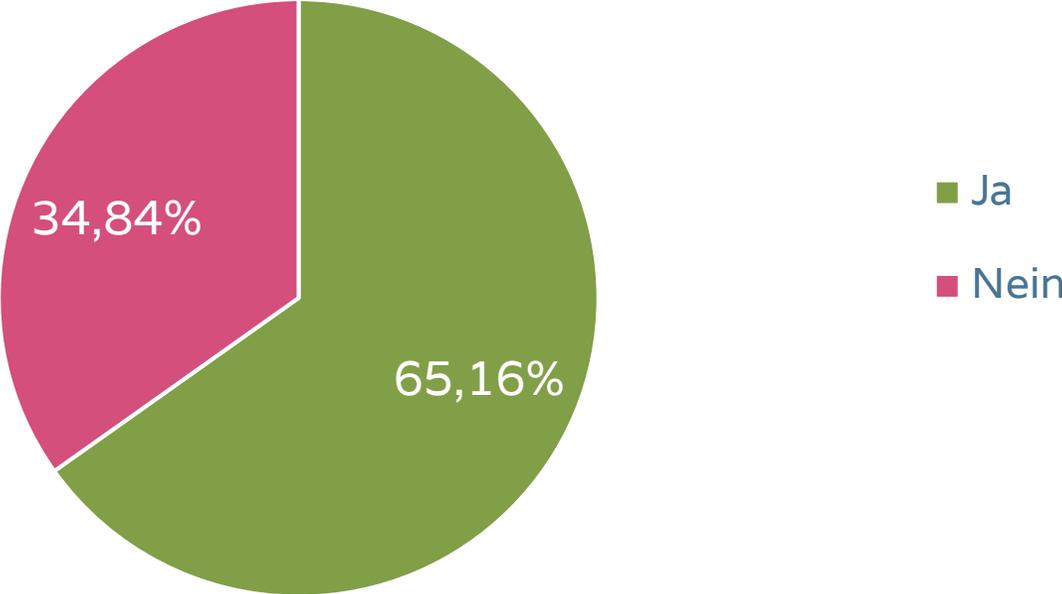


AUS SICHT DER UNTERNEHMEN SIND ATTRAKTIVE INNENSTÄDTE EHER SELTEN.

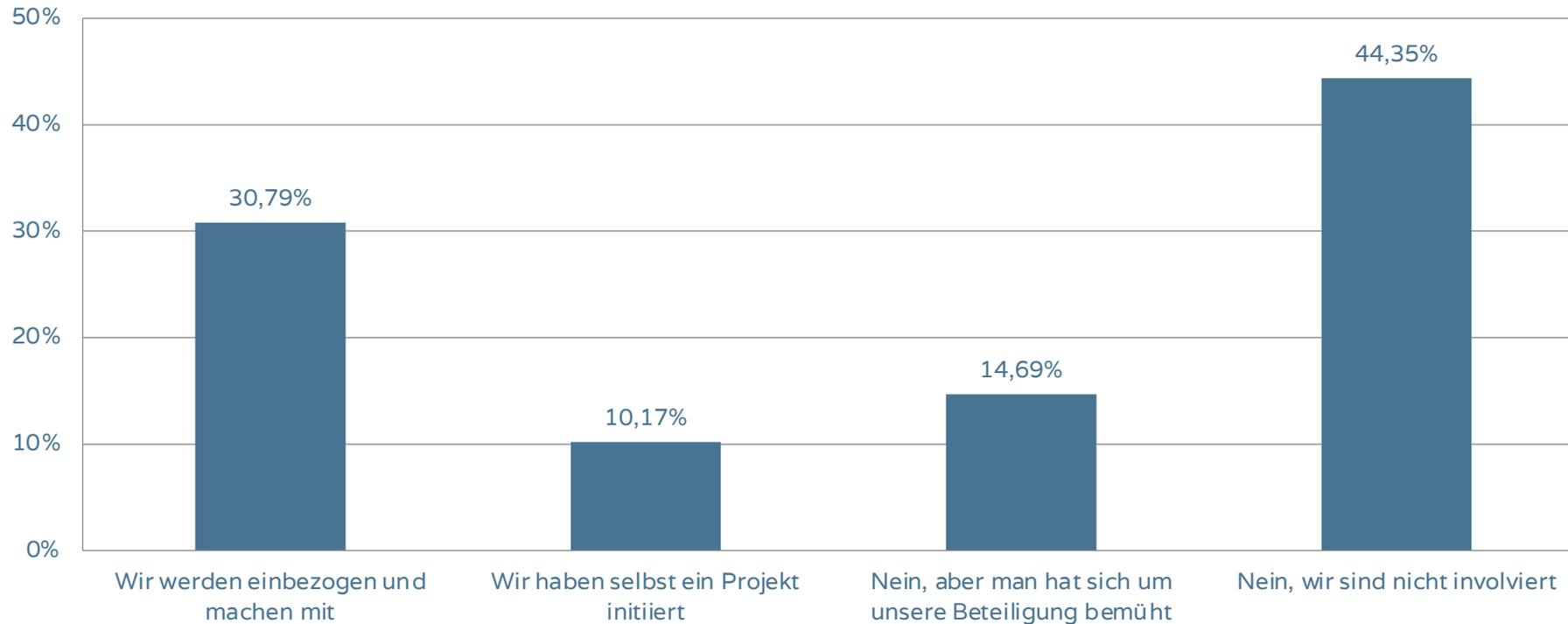
Wie attraktiv ist die Innenstadt an Ihrem Standort?



AN DEN ALLERMEISTEN STANDORTEN GIBT ES DAHER BEMÜHUNGEN ZUR ATTRAKTIVITÄTSSTEIGERUNG.



INTERESSANT: ZWEI VON FÜNF UNTERNEHMEN SIND DABEI AKTIV INVOLVIERT.



ABER WIE SIEHT DIESES ENGAGEMENT AUS?

- **MITARBEIT IN ARBEITSGRUPPEN**
- **MITGLIED IN GEWERBEVEREINEN**
- **SPENDEN/ SPONSORING/ PATENSCHAFTEN**
- **TEILNAHME AN WORKSHOPS**
- **MITARBEIT IN PRIVATEN INITIATIVEN**

UND WARUM ARBEITEN DIE UNTERNEHMEN AN DER ATTRAKTIVITÄTSSTEIGERUNG DER INNENSTADT MIT?

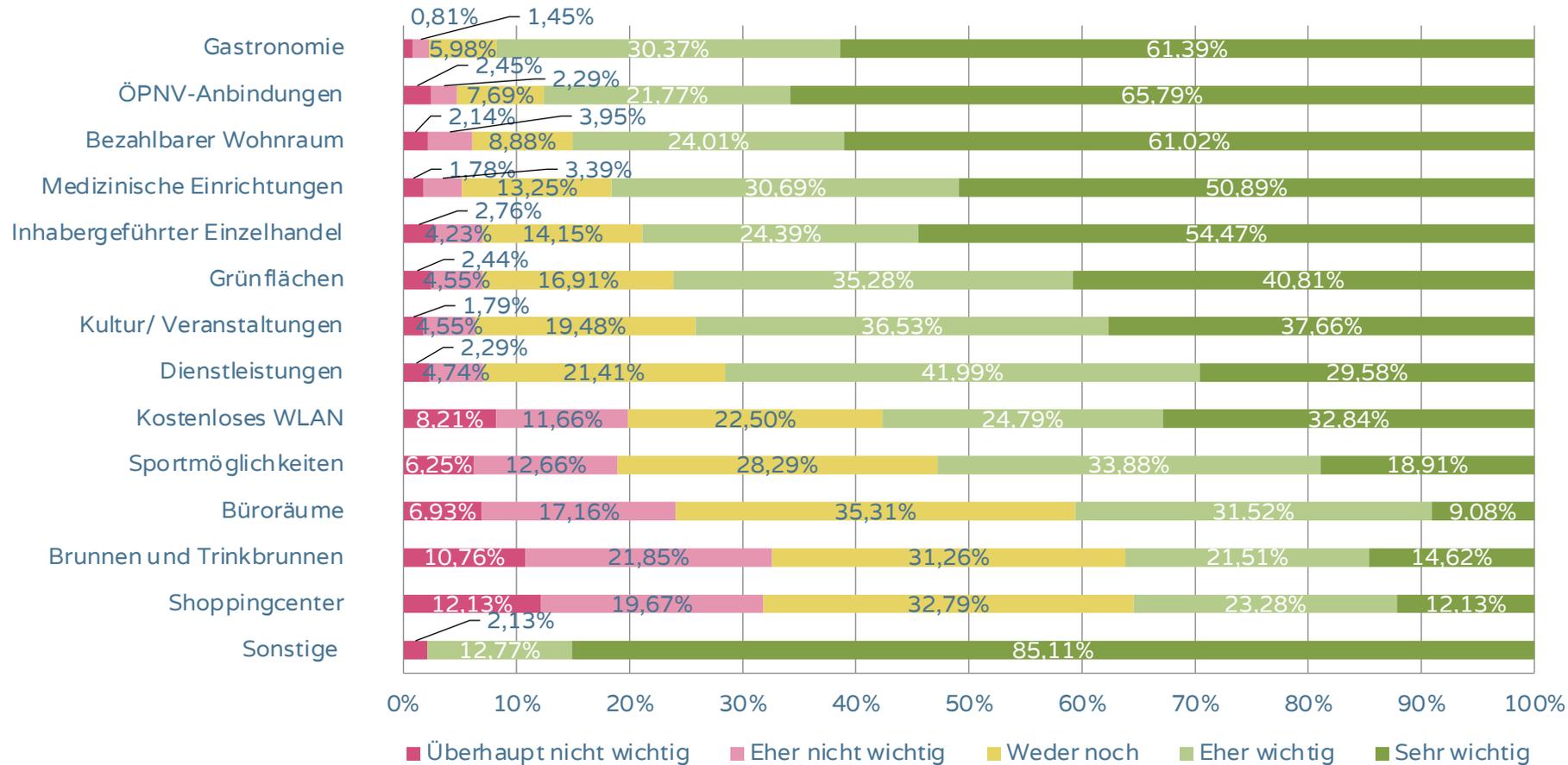
„UM DAS UMFELD UND DIE HEIMATSTADT ATTRAKTIVER, LEBENSWERTER UND KLIMARESILIENT ZU MACHEN“

„ATTRAKTIVITÄT DER REGION STEIGERN“

„WEIL WIR LETZTENDLICH VON DER ATTRAKTIVITÄT DER INNENSTADT LEBEN“

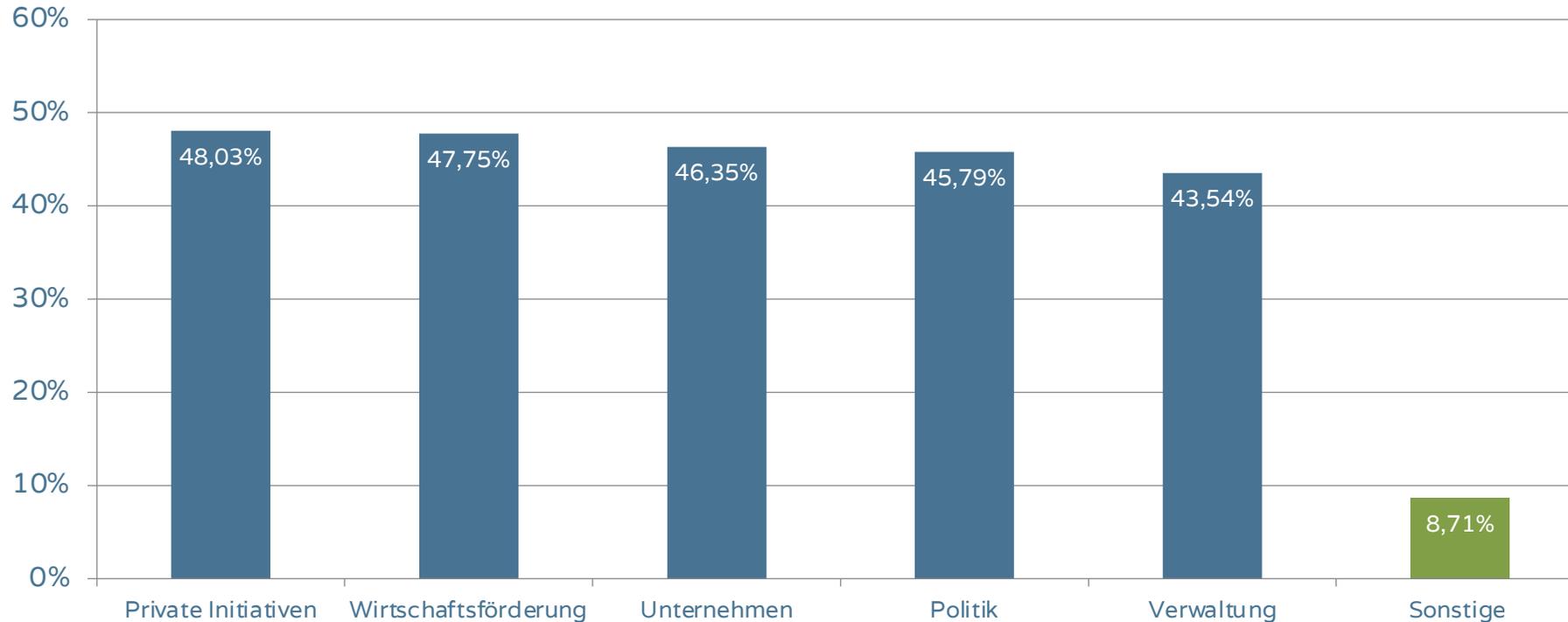
„LIEBE ZUR REGION“

WAS SORGT FÜR EINE ATTRAKTIVE INNENSTADT? GASTRONOMIE, ÖPNV, WOHNRAUM - UND VIELES MEHR.



- Sonstige (Auswahl):
- Parkmöglichkeiten (10)
 - Bildungseinrichtungen (4)
 - Ruhe (3)
 - Sauberkeit (3)
 - Hohe Aufenthaltsqualität (2)
 - Internet (2)
 - Radinfrastruktur (2)
 - Vielfältiges Angebot (2)

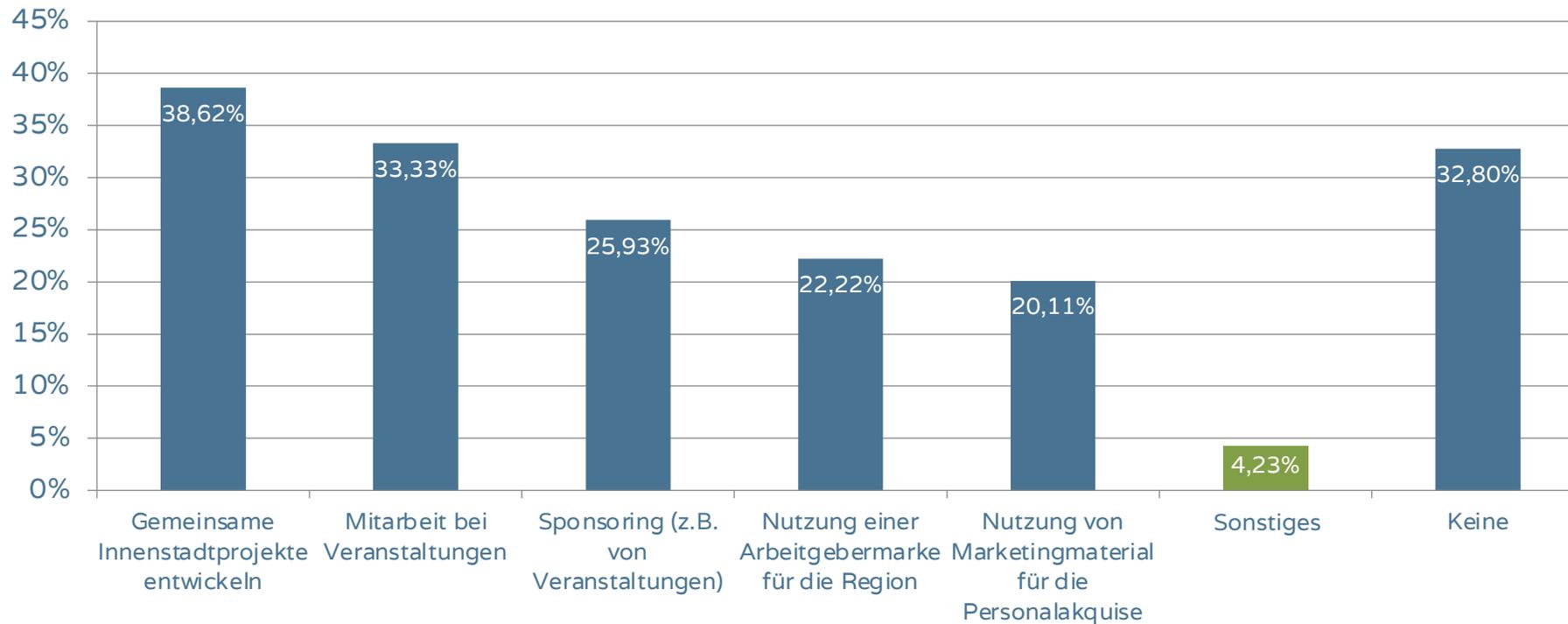
WER SETZT SICH VOR ORT FÜR EINE ATTRAKTIVE INNENSTADT EIN?



Sonstige (Auswahl):

- Ehrenamtliche/ Vereine (9)
- Gewerbeverein/ Werbegemeinschaft (7)
- Citymanagement/ Stadtmarketing (6)
- Unternehmensverbände und Kammern (2)
- Tourismus (1)
- Wissenschaft (1)

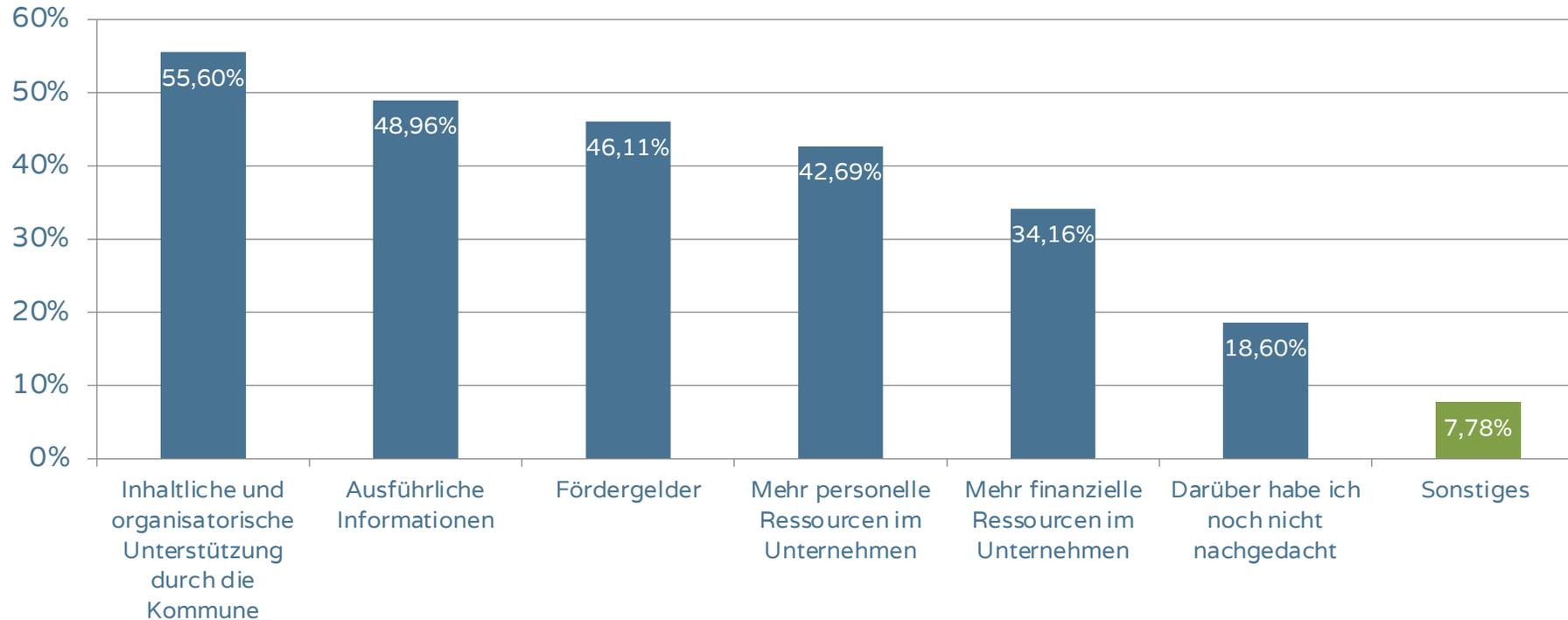
UND WELCHES ENGAGEMENT KÖNNTEN UNTERNEHMEN SICH SELBST VORSTELLEN?



Sonstiges (Auswahl):

- Mitarbeit in der Denkmalpflege (1)
- Kein Internetkauf (1)
- Strategie zur Stadtbelebung (1)
- Verbesserungsvorschläge einbringen (1)

DIE VORAUSSETZUNGEN DAFÜR BENENNEN DIE UNTERNEHMEN KLAR.



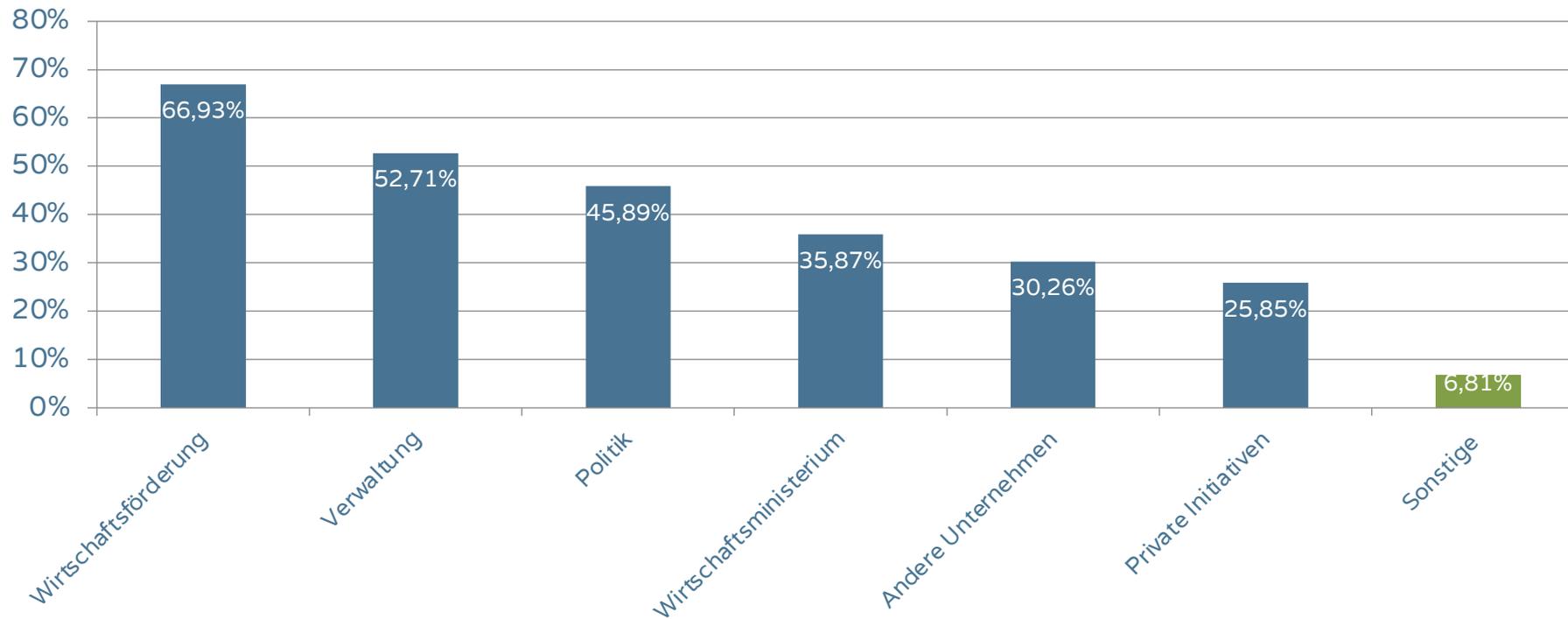
- Sonstiges (Auswahl):
- Verbesserung der Kommunikation und Kooperation (7)
 - Einbindung (4)
 - Ich möchte nicht helfen (3)
 - Vernetzung der Unternehmen (3)
 - Feste Ansprechpartner (2)

WAS ERSCHWERT DIE BETEILIGUNG DER UNTERNEHMEN?

MODULDREI

1. BÜROKRATIE UND VERWALTUNG
2. POLITIK UND ENTSCHEIDUNGSTRÄGER
3. ZEITLICHE UND FINANZIELLE ASPEKTE
4. STANDORT UND BRANCHENBEZOGENHEIT
5. FEHLENDE UNTERSTÜTZUNG UND ZUSAMMENARBEIT

DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG GILT ALS IDEALE SCHNITTSTELLE.



Sonstige:

- Keine Interesse (10)
- Alle (3)
- Kammern (2)
- Unabhängige Kümmerer (1)
- Stadtmarketing (1)
- Projektabhängig (1)
- Medien (1)
- Kreative Menschen (1)
- Gewerbeverein (1)

WELCHE STÄDTE UND PROJEKTE SIND VORREITER?

MODULDREI

- **BID KOBLENZ**
- **BAD DÜRKHEIM**
- **MAINZ**
- **NEUSTADT A. D. WEINSTRASSE**
- **CITTASLOW**
- **ANDERNACH FIRST FRIDAY**

DIE BEDEUTUNG ATTRAKTIVER INNENSTÄDTE IST FÜR UNTERNEHMEN HOCH UND DAS POTENZIAL IST GROSS.

Mit mehr als 1.000 teilnehmenden Unternehmen haben die Ergebnisse insgesamt eine hohe Aussagekraft.

Die Hypothese, dass eine attraktive Innenstadt wichtig sein kann für die Akquise von Fach- und Arbeitskräften, bestätigen die Teilnehmenden.

Das Überraschungsergebnis ist, in welchem hohem Umfang Unternehmen ein eigenes Engagement für eine attraktive Innenstadt für sinnvoll halten – und in welchem Maße sie dies schon leisten, obwohl sie räumlich teils weit entfernt sind.

Die Lücke zwischen Bereitschaft zum Engagement und der tatsächlichen Einbindung von Unternehmen in Innenstadtprojekten ist groß und bietet noch ein erhebliches Potenzial in vielen Kommunen.

Inhalt, Zusammenstellung, Struktur und Präsentation sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung und Verbreitung (auch auszugsweise) von Informationen und Daten sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung untersagt.

@Moduldrei

MODULDREI

Strategie und Kommunikation GmbH
Martin-Schmeißer-Weg 3a
44227 Dortmund

MODULDREI