



Photo by [Marvin Meyer](#) on [Unsplash](#)

# FACHKRÄFTESICHERUNG IM FOKUS

ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG  
ZUM INTEGRIERTEN  
STANDORTENTWICKLUNGSPROZESS DER  
VERBANDSGEMEINDE HERRSTEIN-RHAUNEN

Auswertung vom 03.09.2020



**KOKONSULT**

BY KRISTINA OLDENBURG



# IMPRESSUM

## **Prozess Standortentwicklung VG Herrstein-Rhaunen**

### **Unternehmensbefragung**

Maren Hoffmann-Schmidt

Stabsstelle Standortentwicklung

Fachbereich 1	Tel: +49(6785)79-1108
Organisation	Fax: +49(6785)79-81108
Brühlstraße 16	<a href="mailto:m.hoffmann-schmidt@vg-hr.de">m.hoffmann-schmidt@vg-hr.de</a>
55756 Herrstein	<a href="http://www.vg-hr.de">www.vg-hr.de</a>

### **Auftraggeber**

Ministerium des Innern und für Sport

Referat Kommunalentwicklung, Konversion, US-Stabilisierungsprogramm

Robert Freisberg

[robert.freisberg@mdi.rlp.de](mailto:robert.freisberg@mdi.rlp.de)

### **Auftragnehmer**

KOKONSULT by Kristina Oldenburg

Heyne Fabrik, Andréstraße 51 A

63067 Offenbach am Main

T. +49 (0)69 38 07 947-84

[kontakt@kokonsult.de](mailto:kontakt@kokonsult.de) | [www.kokonsult.de](http://www.kokonsult.de)



## ZUR ONLINE-BETEILIGUNG

Um die Verbandsgemeinde Herrstein-Rhaunen zu entwickeln, wurde ein Förderprozess zur integrierten Standortentwicklung aufgesetzt, das vom Ministerium des Innern und für Sport finanziert wird. Als ein Prozessbaustein wurde in Abstimmung mit der IHK und HWK eine Unternehmensbefragung „Fachkräftesicherung im Fokus“ gestartet. Ziel der Befragung ist es, die Lage aus Sicht der Unternehmen und potentielle Bedarfe/Mängel abzubilden.

Insgesamt wurden 315 Betriebe innerhalb der Verbandsgemeinde per Online-Anschreiben zu der Umfrage eingeladen. Im Zeitraum vom 09.07.-19.08.2020 haben 70 dieser Betriebe an der Umfrage teilgenommen, das entspricht einer Rücklaufquote von 22 %.

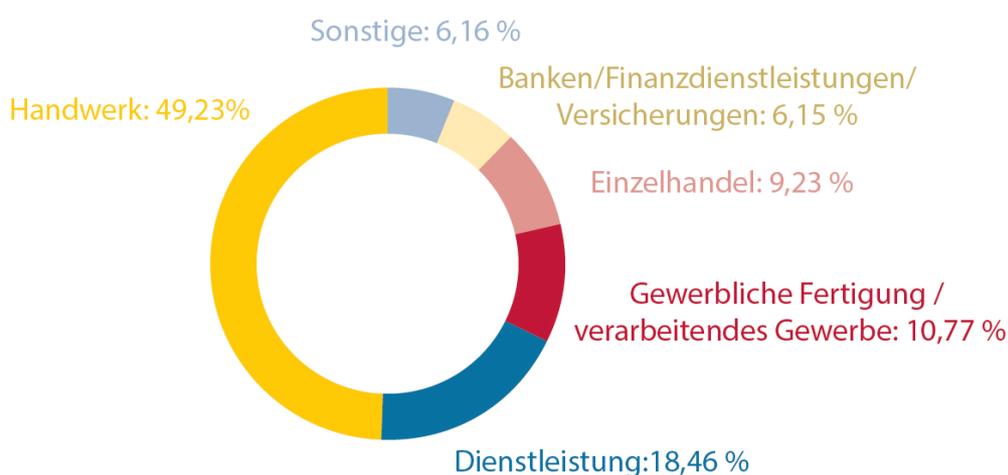
## ZUR AUSWERTUNG

Alle Antworten wurden in einem ersten Schritt quantitativ ausgewertet und statistisch dargestellt. In der anschließenden Ergebnisanalyse wurden Kategorien gebildet und relevante Themenfelder abgeleitet. Die Ergebnisse wurden zu zentralen Aussagen zusammengefasst.

## UNTERNEHMENSMERKMALE

### Ein breites Spektrum an Unternehmen mit vielen handwerklichen Betrieben

Die Hälfte aller Betriebe und Unternehmen, die an der Umfrage teilgenommen haben, ist dem Handwerk zuzuordnen. Der Dienstleistungssektor ist mit knapp einem Fünftel am zweit stärksten in den Umfrageergebnissen vertreten. Die restlichen Betriebe lassen sich in verarbeitendes Gewerbe, Einzelhandel, Finanzdienstleistungen und andere Branchen einordnen.

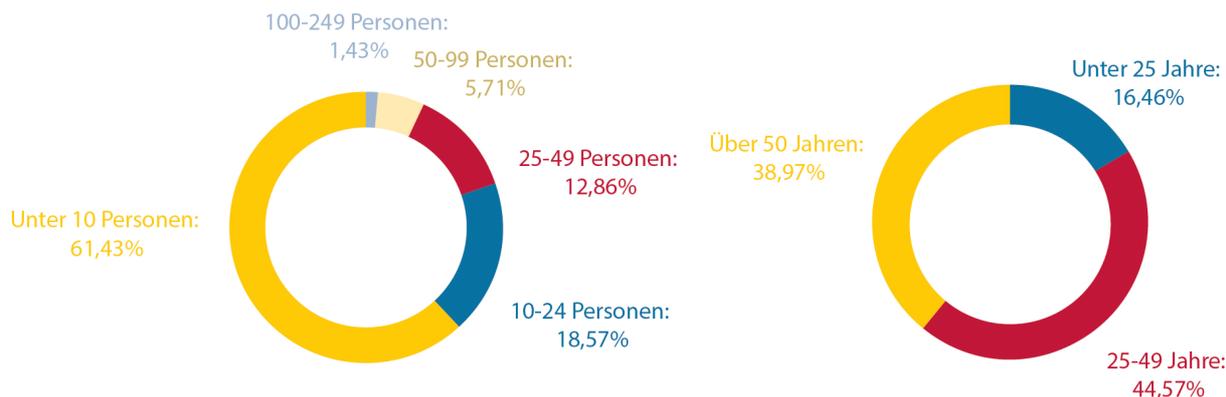




### **Kleine Betriebe mit überwiegend älteren, männlichen Mitarbeitern**

Mit einer Mehrheit von zwei Dritteln haben die meisten Betriebe weniger als zehn Mitarbeiter/-innen. Rund ein Fünftel beschäftigt zwischen 10 und 24 und etwa ein Achtel 25 bis 49 Personen. Insgesamt fünf der 70 Betriebe haben mehr als 50 Beschäftigte.

In den Unternehmen und Betrieben sind lediglich 16% der Mitarbeiter/-innen unter 25 Jahre alt. Die meisten sind zwischen 25 und 49 Jahre (45%), bzw. über 50 Jahre (39 %) alt. Die Mehrheit der Beschäftigten ist männlich (60 %).



## THEMEN IM ÜBERBLICK

### WIRTSCHAFTS- UND WOHNSTANDORT

#### **Guter Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität**

Die Unternehmen und Betriebe nehmen die Verbandsgemeinde Herrstein-Rhaunen überwiegend positiv wahr: vier von fünf Befragten sind mit dem Wirtschaftsstandort und den unternehmerischen Gestaltungsmöglichkeiten zufrieden und würden ihn mit 6,5 von 10 Punkten an befreundete Unternehmer weiterempfehlen.

Diese Tendenz bestätigt sich hinsichtlich des Wohnstandortes und der Lebensqualität in der Gemeinde, mit der 90% der Befragten zufrieden sind. Auch Image der Region wird von zwei Dritteln der Unternehmen als positiv bewertet.

#### **Blickwinkel „Zugezogene“ - verbesserungsfähiges Freizeit- und Versorgungsangebot**

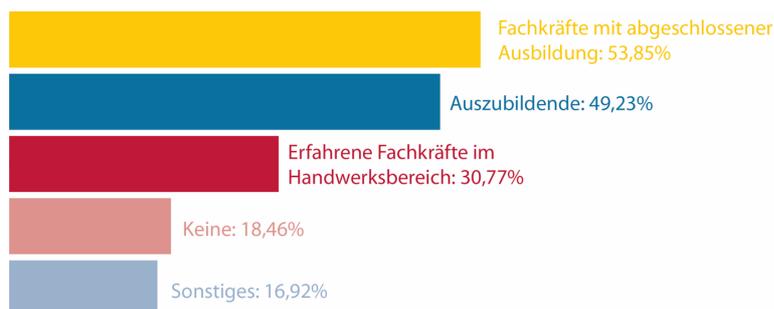
Nach Einschätzung der Betriebe sind über 90 % der kürzlich in die Region gezogenen Mitarbeiter/-innen mit der Wohnsituation zufrieden. Beim Freizeit- und Versorgungsangebot ist Verbesserungsbedarf vorhanden: ein Drittel der Befragten sieht dieses für Zugezogene als unzureichend an.



# AKQUISE VON MITARBEITER/-INNEN

## Es mangelt an Nachwuchs und Fachkräften

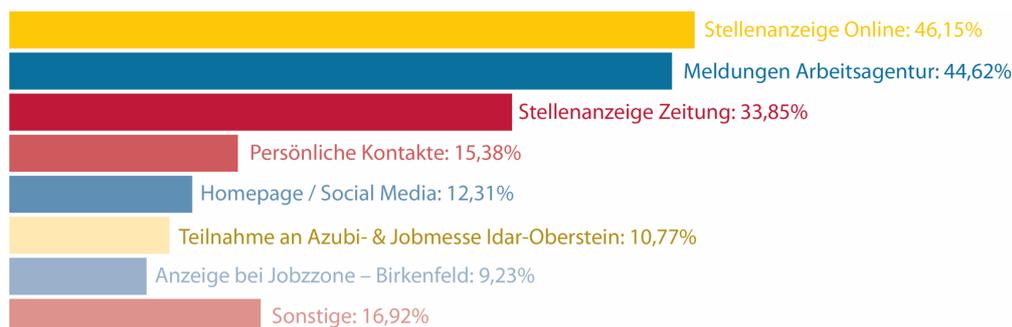
Aus den Umfrageergebnissen zeichnet sich ein Defizit an Arbeitskräften in der Region ab. Fast zwei Drittel der befragten Unternehmen haben Probleme bei der Akquise von neuen Mitarbeiter/-innen. Die Hälfte sucht aktuell Fachkräfte mit abgeschlossener Ausbildung. Einem Drittel aller Befragten mangelt es speziell im Handwerksbereich an erfahrenen Fachkräften. Qualifiziertes Personal zu finden ist für viele Unternehmen in der Region ein allgemeines Problem.



Die Hälfte der Betriebe hat Stellen für Auszubildende zu besetzen und hat gleichzeitig Schwierigkeiten damit, geeignete Kandidaten zu finden. Als Grund hierfür vermuten einige der Befragten ein allgemein fehlendes Interesse an handwerklichen Berufen.

## Bestehende regionale Plattformen werden kaum genutzt

Neue Mitarbeiter/-innen werden hauptsächlich über Meldungen bei der Arbeitsagentur und mithilfe von Online-Stellenanzeigen gefunden. Auch Stellenausschreibungen in der Zeitung nutzt rund ein Drittel der Betriebe. Vereinzelt werden neue Mitarbeiter/-innen zudem über soziale Medien oder persönliche Kontakte gefunden. Weniger in Anspruch genommen werden die Azubi- und Jobmesse in Idar-Oberstein und das Online-Portal der „Jobzzone Birkenfeld“, obwohl diese Möglichkeiten vielen der Befragten bekannt sind (70 %, bzw. 45 %).



## Schulen als zentrale Anknüpfstellen

Großes Potential sieht der überwiegende Teil der Unternehmen an der Schnittstelle zwischen Schulabschluss und Berufseinstieg. Mehr Zusammenarbeit mit Schulen wird als wichtiger Baustein in der Standortentwicklung gesehen. In der Praxis setzt zwar weniger als ein Drittel der Betriebe aktiv an dieser Stelle an, mehr als die Hälfte würde sich jedoch aktiv an einer Kooperation zwischen Wirtschaft und Schule beteiligen.



### **Wichtig sind Angebote für Gesundheit und die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit**

Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Familie, Freizeit und Beruf ist für die Hälfte der Umfrageteilnehmer ein wichtiger Ansatz, um neue Mitarbeiter/-innen zu akquirieren. Entsprechende Angebote gibt es jedoch nur bei einem Viertel der Befragten. Auch Unterstützung bei der Kinderbetreuung sieht jeder dritte Betrieb als pull-Faktor für potentielle Beschäftigte an, über entsprechende Angebote verfügt jedoch nur jeder Zehnte. Betriebliches Gesundheitsmanagement empfindet jeder Dritte als wichtig, weniger als jeder Fünfte bietet diese auch an.

## JOB-PORTAL UND PRAKTIKA

### **Eine Plattform für Praktikums- und Ausbildungsangebote in der Region - auf jeden Fall!**

Auf große Zustimmung trifft die Idee einer Broschüre, bzw. eines Online-Portals, in der freie Ausbildungsstellen in der Verbandsgemeinde gesammelt werden. Neun von zehn Befragten befürworten diese Idee. Ungefähr die Hälfte würde dieses Angebot zukünftig gerne nutzen, ca. ein Drittel ist sich noch unsicher. Nur wenige würden ein solches Angebot ablehnen, wobei berücksichtigt werden sollte, dass einige Unternehmen keine Ausbildungsplätze anbieten. Eine Online-Plattform zur Vorstellung der Unternehmen und eine Online-Stellenbörse werden als wichtiger Schritt in Richtung einer guten Standortentwicklung gesehen. Ein Job-Portal für Fachkräfte halten zwei Drittel der Befragten als sinnvoll, wobei viele nicht sicher sind, ob sie ein solches Angebot tatsächlich nutzen würden.

Die überwiegende Mehrheit der Betriebe bietet Schulpraktika an. Eine Übersicht aller Unternehmen in der Verbandsgemeinde, die Praktika anbieten, befürworten vier von fünf Befragten.

## STANDORTFAKTOREN UND DIGITALISIERUNG

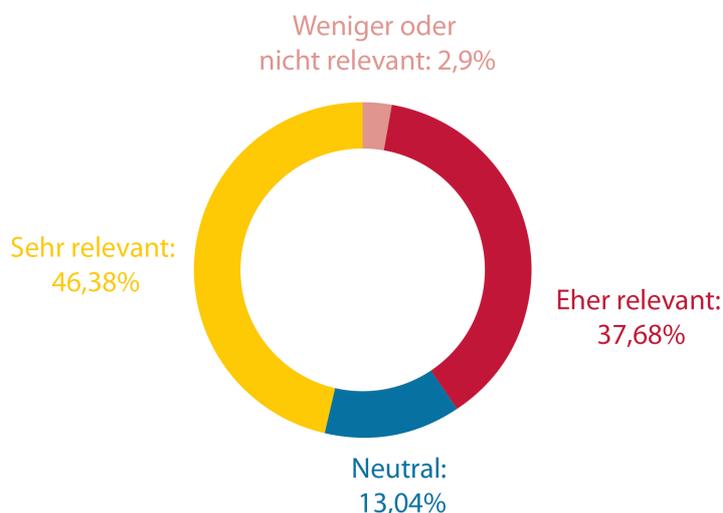
### **Eine gut ausgebaute Infrastruktur ist essentiell für Unternehmen und Beschäftigte**

Die maßgeblichen Standortfaktoren sind aus Sicht der Unternehmen die technische Infrastruktur, ärztliche Versorgungsinfrastruktur und Verkehrsanbindung. Entscheidend sind zudem das Angebot an qualifizierten Fachkräften sowie die Bildungs- und Betreuungsinfrastruktur. Weitere wichtige Aspekte sind Einkaufsmöglichkeiten, das Freizeitangebot, günstiges Wohnen, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen, Natur, Umweltschutz und das Image der Region. Als weniger relevant werden Kulturangebot und regionale Netzwerke bewertet.



### Schnelles Internet ist wichtig, Home-Office eher weniger

Die Digitalisierung ist für mehr als vier von fünf Unternehmen relevant. Die Hälfte hat diesbezüglich bereits Anpassungen vorgenommen, z.B. in Form eines Hochgeschwindigkeit-Internetzugangs oder durch technische Aufrüstung.



Eine fehlende Breitbandanbindung wird als größtes Hemmnis für die Digitalisierung genannt. Home-Office ist für vier von fünf Betrieben uninteressant, was sich zum Teil auf die Notwendigkeit der Arbeit beim Kunden vor Ort zurückzuführen lässt. Dorfbüros und Co-Working-Spaces sind mehr als 90% der Befragten unbekannt, ein Großteil kann sich nicht vorstellen, solche Strukturen zukünftig zu nutzen.

## STANDORTENTWICKLUNG, KAMPAGNEN UND MITWIRKUNG

### Zentrale Anlaufstellen und Beratungsangebote

Die meisten Unternehmen würden eine Bündelung von Angeboten und Informationen begrüßen. Wichtig für eine erfolgreiche Standortentwicklung ist nach Meinung der Befragten eine zentrale Online-Plattform für Stellenangebote und eine Möglichkeit für Unternehmen, sich im Internet zu präsentieren. Auch ein Downloadbereich für Anträge wird befürwortet. Ein aktives Standortmarketing mit zentralem Ansprechpartner und die Möglichkeit einer Fördermittelberatung sind weitere wichtige Elemente der Standortentwicklung.

### Viele Unternehmen begrüßen eine Kooperation

Die Hälfte der Unternehmen würde sich bei Kooperationen und gemeinsamen Projekten engagieren (Schulen, Darstellung der Ausbildungs- und Fachkräftemöglichkeiten vor Ort). Die Befragten sind sich jedoch unsicher, ob sie an Vorträgen und Infoveranstaltungen teilnehmen würde, um Erfahrungen und Wünsche an den Standort einzubringen.

### Kampagnen erreichen die Betriebe, jedoch nicht über alle Plattformen

Die Imagekampagne „Landleben rockt“ kennen zwei Drittel der Befragten. Die Social-Media-Kanäle haben eine unterschiedlich große Reichweite: der Facebook-Kanal ist mehr Personen bekannt (38 %) als der Instagram-Kanal (22 %).