



Fit für die Zukunft?

Der Standort Westerwaldkreis im Fokus der regionalen Wirtschaft

Ein Positionspapier mit Einschätzungen und Handlungsvorschlägen
von Unternehmer*innen und Führungskräften der Region

IHK

Koblenz

Starke Wirtschaft.
Starke Region.

Inhalt

Inhalt

Vorwort	3
I. Der Standort WW im Überblick	4
II. Handlungsfelder aus Sicht der Wirtschaft; Maßnahmen-Vorschläge	6
1. Bürokratie und Verwaltung	6
2. Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur	7
3. Energieversorgung und Klimaschutz	9
4. Standortattraktivität und -marketing	10
5. Bildungslandschaft und Arbeit	12
6. Innovationsumfeld	15
III. Zusammenfassung und Fazit	16
Der IHK-Regionalbeirat – aus der Wirtschaft für die Wirtschaft	18
Index	19

Vorwort

Wir freuen uns, das überarbeitete Positions- bzw. Standortpapier für den Wirtschaftsstandort Westerwaldkreis vorzustellen. Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz hat mit ihrer Regionalgeschäftsstelle Montabaur und deren Unternehmer*innen-Beirat dieses Papier erarbeitet, um eine nachhaltig florierende Wirtschaft in der Region zu unterstützen.

Im Jahr 2014 wurde bereits ein erstes Standortpapier für den Westerwaldkreis erstellt. Wie schon das erste basiert das nun vorliegende neue Standortpapier auf einem intensiven Austausch im genannten Beirat der Regionalgeschäftsstelle Montabaur, sehr vielen Gesprächen in Unternehmen im Kreis und mit vielen weiteren Ansprechpartnern sowie Datenerhebungen. Vor allem der kürzlich von der IHK Koblenz veröffentlichte und zusammen mit dem Statistischen Landesamt Rheinland-Pfalz erstellte Regionalmonitor erwies sich dabei als sehr hilfreich.

Angesichts der dynamischen Entwicklung der regionalen Wirtschaft und den damit verbundenen Herausforderungen war es notwendig, das Standortpapier aus dem Jahr 2014 zu überarbeiten und an die aktuellen Entwicklungen, Bedürfnisse und Potenziale anzupassen. Es bietet eine komprimierte Bestandsaufnahme des Westerwaldkreises als Wirtschaftsstandort und identifiziert die Stärken und Schwächen der Region bzw. die Chancen und Risiken für diese. Es kann mit seinen Handlungsempfehlungen als Grundlage für zukunftsgerichtete Strategien dienen, um die Wettbewerbsfähigkeit und das qualitative wirtschaftliche Wachstum des Standorts Westerwaldkreis nachhaltig zu stärken.

Unser Dank gilt allen Beteiligten, die ihr Fachwissen, ihre Zeit, ihre Erfahrung und ihre Ideen eingebracht haben, um das Standortpapier mit aussagekräftigen Inhalten zu füllen. Wir hoffen, dass es allen Interessierten einen wertvollen Einblick in den Wirtschaftsstandort Westerwaldkreis und dessen Entwicklungspotenziale ermöglicht sowie zu weiteren konstruktiven Diskussionen und bestenfalls zu Maßnahmen anregt, die den Standort voranbringen. Das gemeinsame Ziel muss sein, die wirtschaftliche Entwicklung der Region nachhaltig voranzutreiben und den Westerwaldkreis auch in Zukunft als attraktiven, weil zukunftsfähigen Standort zu positionieren.

Montabaur, im Sommer 2023



Jens Geimer
Vizepräsident
Industrie- und Handelskammer (IHK)
Koblenz

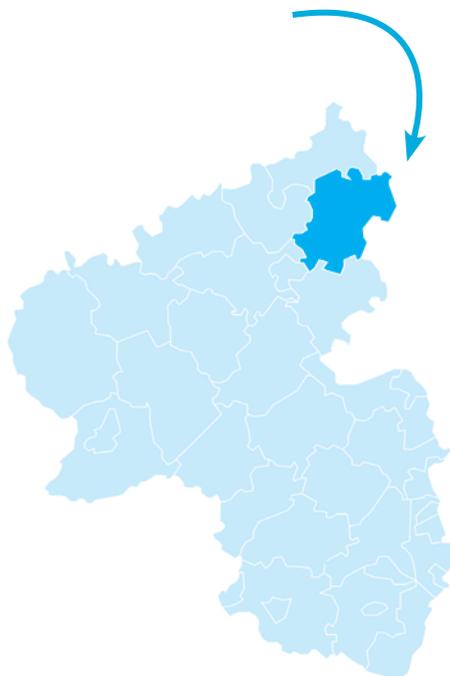


Laura Heuchemer
Vorsitzende des Regionalbeirats der
IHK-Geschäftsstelle Montabaur



Richard Hover
Regionalgeschäftsführer der
IHK-Geschäftsstelle Montabaur

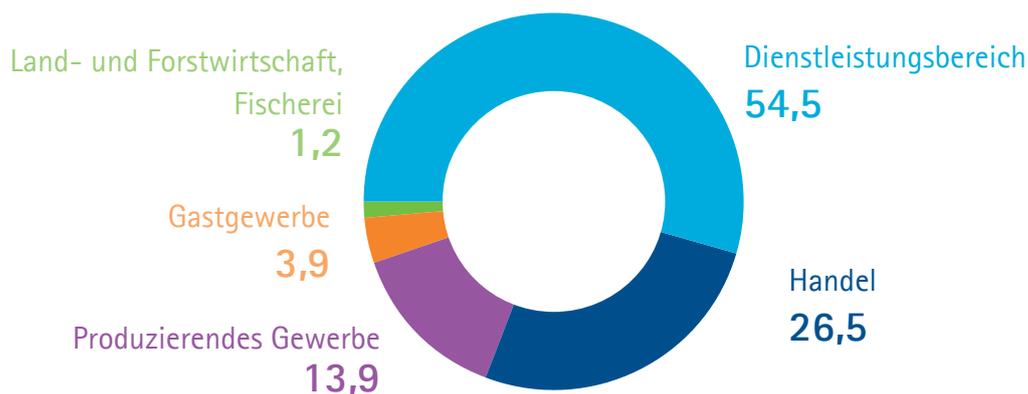
I. Der Standort WW im Überblick



Der Westerwaldkreis befindet sich im nördlichen Rheinland-Pfalz am Dreiländereck mit den angrenzenden Bundesländern Hessen und Nordrhein-Westfalen. Im Zuge der Kommunalreform 1974 entstanden, zählen zehn Verbandsgemeinden mit insgesamt 192 Gemeinden zum Kreis. Sitz der Kreisverwaltung ist Montabaur. Mit einer Gesamtfläche von 989 Quadratkilometern ist der Westerwaldkreis flächenmäßig einer der größten Landkreise in Rheinland-Pfalz. Der nördliche Nachbar des Westerwaldkreises ist der Landkreis Altenkirchen. Im Nordosten und Osten grenzt er an den nordrheinwestfälischen Kreis Siegen-Wittgenstein sowie an den Lahn-Dill-Kreis und den Landkreis Limburg-Weilburg in Hessen. Im Süden wird er durch den Rhein-Lahn-Kreis sowie das Gebiet der Stadt Koblenz begrenzt und im Westen von den Landkreisen Mayen-Koblenz und Neuwied. Die Bevölkerungszahl des Kreises ist mit der Zeit gewachsen: Stand 31.12.2021 hat der Westerwaldkreis 203.831 Einwohner.¹

Im Juli 2023 waren insgesamt 14.698 IHK-zugehörige Unternehmen im Westerwaldkreis registriert. Davon gehörten u. a. 13,9 Prozent zum produzierenden Gewerbe, 26,5 Prozent zum Handel und 54,5 Prozent zum Dienstleistungsbereich. Von der wirtschaftlichen Stärke und Leistungsfähigkeit im Westerwaldkreis zeigen sich Unternehmerinnen und Unternehmer, Führungskräfte und Entscheider aus Betrieben beeindruckt. Im Jahr 2020 erreichte der Westerwaldkreis eine Bruttowertschöpfung zu Herstellerpreisen von insgesamt 6.460 Mill. EUR.² Dabei beschäftigten die Betriebe im Jahr 2021 75.957 abhängig Beschäftigte.³

Branchenanteile der IHK-zugehörigen Unternehmen im Westerwaldkreis



¹ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2023): Statistische Berichte 2023 – Bevölkerung der Gemeinden am 31. Dezember 2021 (Kz.: A1033 202122), S. 54.

² Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2022): Statistisches Jahrbuch 2022, S. 290.

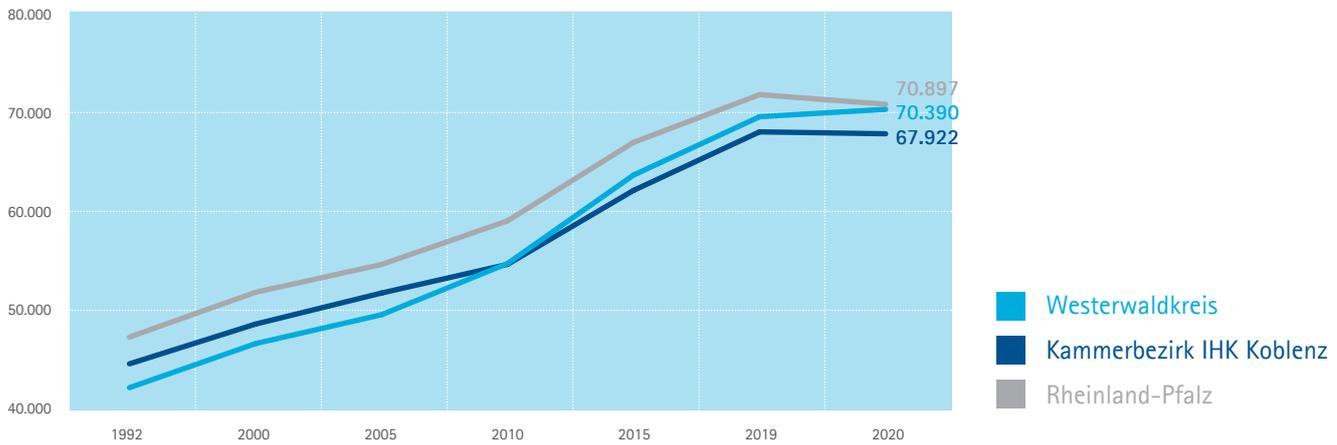
³ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2023): Unternehmensregister – Rechtliche Einheiten und Niederlassungen 2021 (Kz.: D2013 202100), S. 17.

⁴ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz (2022): Statistisches Jahrbuch 2022, S. 288.

⁵ Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz: Zeitreihe Bruttoinlandsprodukt auf der Seite „Mein Kreis, meine kreisfreie Stadt“, online abrufbar unter: <https://infothek.statistik.rlp.de/MeineHeimat/content.aspx?id=101&t=1&tq=07143&tp=134145>.

Nicht ohne Stolz verweisen die Unternehmen auch auf die in der Öffentlichkeit oftmals nicht wahrnehmbaren, in ihren Märkten jedoch herausragenden, sogenannten Hidden Champions aus der Region. Zudem wird die Resilienz der hiesigen Wirtschaft betont, die sich aus ihrer mittlerweile sehr heterogenen Struktur speist. Man bezieht sich dabei auch auf die vielen kleineren mittelständischen Unternehmen (KMU). Auch die regional stabile Wirtschaftslage wird positiv aufgenommen. Der Westerwaldkreis erreichte im Jahr 2020 ein Bruttoinlandsprodukt von 7.131 Mill. EUR, welches 5 Prozent des rheinland-pfälzischen Wertes ausmacht.⁴ Das Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen hat sich damit zwischen den Jahren 1992 und 2020 stetig gesteigert.⁵

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts je Erwerbstätigen (in EUR)



Die Arbeitslosenquote im Westerwaldkreis lag im Jahr 2022 im Jahresdurchschnitt mit 2,9 Prozent deutlich unter den Landes- und Bundeswerten (Rheinland-Pfalz: 4,6 Prozent; Deutschland: 5,3 Prozent)⁶

Entwicklung der Arbeitslosenquote (in Prozent)



Vor diesem Hintergrund hat der IHK-Regionalbeirat für den Westerwaldkreis in vielen Gesprächen, Unterredungen, Sitzungen und auch Workshops die bedeutsamsten bzw. prägendsten Faktoren für den Wirtschaftsstandort analysiert und nun sein Standortpapier aus dem Jahr 2014 aktualisiert. Bereits damals wurden im Anschluss an die Bewertung der einzelnen Standortfaktoren durch die Repräsentanten aus der Wirtschaft auch konkrete Handlungsbedarfe für alle wirtschaftsrelevanten Akteure definiert – neben der kommunalen Verwaltung und Politik auch ausdrücklich für die Unternehmen der Region. Das vorliegende, neue Standortpapier führt dies fort. Denn alle sind gefordert, wenn sich etwas ändern und es so vorangehen soll, damit der Westerwaldkreis als Wirtschafts-, Wohn- und Lebensstandort auch in Zukunft attraktiv bleibt.

⁶ Bundesagentur für Arbeit: Arbeitslose und Arbeitslosenquoten - Deutschland, Länder, Kreise und Gemeinden (Zeitreihe Monats- und Jahreszahlen), online abrufbar unter: https://statistik.arbeitsagentur.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Einzelheftsuche_Formular.htm?nn=27098&topic_f=gemeinde-arbeitslose-quoten

II. Handlungsfelder aus Sicht der Wirtschaft; Maßnahmen-Vorschläge

1. Bürokratie und Verwaltung

Unnötige **Bürokratie** kostet Zeit und bremst die Wirtschaft. Wenn Unternehmen von unnötiger Bürokratie entlastet würden, könnten sie sich mehr um ihre Geschäfte, um Innovationen, Arbeitsplätze und Ausbildung kümmern. Insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) wiegt das schwer. Gleichzeitig sind nicht wenige Menschen in Wirtschaft, Politik und Verwaltung des Themas aus unterschiedlichen Gründen überdrüssig: Sei es, dass man aus unternehmerischer Sicht keine Verbesserung bzw. Fortschritt in Richtung Entbürokratisierung wahrnimmt, oder aus Sicht von Politik und Verwaltung, weil es angesichts der Größe der Herausforderung und der Prozesse innerhalb der bestehenden Verwaltungsstrukturen nicht gelingt, eine signifikante Veränderung zu bewirken. Auch die Unternehmen im Westerwaldkreis treibt das Thema in unterschiedlicher Ausprägung tagtäglich um. Dabei kann durchaus differenziert werden: Es gibt Unternehmerinnen und Unternehmer, die trotz negativer Erfahrungen hierzulande von „relativ guten Genehmigungsbehörden“ sprechen. Trotzdem fordern alle Gesprächspartner aus den Unternehmen einen wirksamen und in Folge spürbaren Bürokratieabbau – insbesondere mit Blick auf bisher lang andauernde Genehmigungsverfahren und eine Optimierung der Prozesse durch mehr Digitalisierung.

Luft nach oben sehen die Wirtschaftsakteure des Kreises auch auf dem Feld der **Netzwerkbildung, -nutzung und -pflege** – nicht nur untereinander, sondern auch **zu Politik und Verwaltung** sowie in Richtung der Bürgerinnen und Bürger. Viele der befragten Führungskräfte aus der hiesigen Wirtschaft sagen, dass aufgrund der oftmals mangelnden Wahrnehmbarkeit ein Großteil der kleineren Unternehmen in der Folge auch nicht die gewünschte Unterstützung durch Politik und Verwaltung erfahren würden. Es werde nach wie vor zu wenig kommuniziert und wenn doch, dann in einem häufig nicht konstruktiven oder nachhaltigen Duktus.

Demgegenüber wird die im Vergleich niedrige **Verschuldung der Verwaltungseinheiten/Gebietskörperschaften** positiv gesehen.

Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- **Beschleunigung von Genehmigungsverfahren** und **schnellere Erschließung** von gewerblichen Bauflächen nach dem Grundsatz „Wir machen den Weg für die Unternehmen frei“.
- Stärkere **Netzwerkbildung** zwischen den Kommunen/Gebietskörperschaften: Regelmäßiger, **institutionalisierter Austausch von Unternehmen und Kommunen** auf VG- und Kreis-Ebene sowie mehr Mut und Zeit zum Miteinander zwischen Wirtschaft und Verwaltung vor Ort durch gemeinsame Veranstaltungen, Informationsrunden, Betriebsbesichtigungen und Projektworkshops. In manchen Städten und Verbandsgemeinden gibt es solche Runden bereits – dies sollte kreisweit Schule machen.
- Verstärkte **interkommunale Zusammenarbeit** oder **Public-Private-Partnership-Projekte (PPP)**, um Effizienzsteigerungen zu ermöglichen.

2. Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur

Wie bereits im ersten Standortpapier des IHK-Regionalbeirats aus dem Jahr 2014 spielt für die Unternehmen eine zukunftsfähige Infrastruktur – insbesondere die Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur – für ihren Erfolg, ja ihren grundsätzlichen Bestand, weiterhin eine herausragende Rolle. Die hiesige Infrastruktur sehen rund zwei Drittel der Betriebe überwiegend als Stärke des Standorts. Geschätzt werden insbesondere die zentrale Lage des Kreises zwischen benachbarten Ballungsräumen und die Nähe attraktiver Oberzentren in Verbindung mit der (über-)regionalen (Verkehrs-)Infrastruktur, vor allem mit Blick auf die benachbarten Autobahnen, den ICE-Anschluss in Montabaur, aber auch auf die innerhalb von kurzer Zeit erreichbaren internationalen Luftverkehrs-Drehkreuze Frankfurt/M. und Köln-Bonn, teilweise auch Düsseldorf. Diese **(verkehrs-)infrastrukturellen Verbesserungen der letzten Jahre** in der Region werden positiv wahrgenommen, wobei sich diese positive Wertung überwiegend auf den südlichen Kreisteil bezieht. Hervorgehoben wird dabei neben der ICE-Anbindung auch die verbesserte Straßeninfrastruktur (z. B. der Ausbau der B 255 ab Boden Richtung Hahner Stock oder der B 414 zwischen Nister und Kirburg) und in Teilen auch der Ausbau des Breitbandnetzes.

STRASSENZUSTAND/BAUMASSNAHMEN

Ein Drittel negative Bewertungen zeigen aber auch Verbesserungspotenzial auf. Ein Großteil der Gespräche mit Unternehmerinnen und Unternehmern offenbarte Unzufriedenheit mit den Kreis- und Ortsstraßen, die sich teilweise in schlechtem Zustand befinden. Im letzten Jahrzehnt gab es zwar Bewegung – aber nicht genug und es steht zu befürchten, dass aufgrund der allgemeinpolitischen, ideologisch aufgeladenen Stimmungslage jedwedes Investitionserfordernis vor allem in **Straßeninfrastruktur** im Keim erstickt wird. Dabei geht es weniger um neue Straßenbauprojekte als vielmehr um den Erhalt, die Modernisierung und den maßvollen Ausbau bestehender Verkehrswege mit Ortsumgehungen und auch einem damit einhergehenden (Teil-)Rückbau nicht mehr oder weniger genutzter Straßen. Gerade im ländlichen Raum ist dies von existenzieller Bedeutung. Dass es gut funktionieren kann, zeigt das Beispiel des Rückbaus der alten L 309, die ursprünglich zwischen dem Großen Herrgott und Hillscheid verlief und inzwischen als Ausgleichsmaßnahme für den Bau der Umgehung Neuhäusel entfernt wurde. Auch den weiteren Ausbau der B 255 Richtung Landesgrenze nach Hessen empfinden die Wirtschaftsvertreter*innen als von der Politik auf die lange Bank geschoben. Man ist enttäuscht, dass von den in der Region politisch Verantwortlichen in den letzten Jahren hierzu viel zu wenig zu vernehmen war. Erstaunen gibt es umso mehr über die Entscheidung, die B 49 zwischen Neuhäusel und Montabaur auszubauen. Hier fragen sich die Wirtschaftsvertreter, wie sich die Prioritätenliste für den Ausbau und die Modernisierung von Verkehrswegen in der Region definiert. Eine Priorität für den Ausbau der B 49 wird von der Wirtschaft im Westerwaldkreis wegen der parallel verlaufenden A 48 als leistungsstarke Alternativroute nicht gesehen und so stellt sich für viele die Frage, ob das Geld an anderer Stelle nicht sinnvoller hätte eingesetzt werden können.

ÖPNV

„Ländliche Räume sind geprägt durch weite Distanzen, ein eingeschränktes öffentliches Verkehrsangebot und daher autoverhaftete Alltagsroutinen.“⁷ Diese Aussage aus einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift trifft in vollem Umfang auf den Westerwaldkreis zu: Auch hier krankt das **ÖPNV-Angebot**. Dieses auszubauen und zu verbessern, das Netz und die Taktung der Verbindungen zu verdichten sowie die Qualität des Angebots anzuhähen, kostet Geld – im Zweifel viel Geld. Es stellt sich die Frage, ob wir als Gesellschaft bereit sind, dieses Geld – mit teuren Tickets oder über höhere Steuern – zu zahlen und was uns ein besserer ÖPNV wert ist, um Ressourcen zu schonen und das Fortschreiten



⁷ Nobis, Claudia/ Herget, Melanie (2020): *Mobilität in ländlichen Räumen - Betrachtungen aus Sicht der Verkehrswende und der Gleichwertigkeit von Lebensverhältnissen*, in: *Internationales Verkehrswesen* (72) 4 | 2020.

des Klimawandels aufzuhalten. Vor allem aber muss auch gefragt werden, ob wir bereit wären, das dann bessere Angebot tatsächlich zu nutzen, um die gewünschten Effekte zu erzielen. Vielleicht ist das bundesweite 49-Euro-Ticket auch für unsere Region ein Einstieg, um Neues auszuprobieren.

SCHIENENGÜTERVERKEHR

Immer wieder wird davon gesprochen, mehr Verkehr auf die **Schiene** zu verlagern – auch im ländlichen Raum bzw. Nahverkehr und hier vor allem im Gütertransport. Wo das Aufkommen vorhanden ist, um die Transportkosten darstellen zu können, mag die Reaktivierung von zwischenzeitlich stillgelegten Strecken der Bahn sinnvoll sein. Ob ein Neubau von Bahntrassen und Gleisanschlüssen hingegen sinnvoll sein kann, sei dahingestellt. Tatsache ist, dass erst ab einer gewissen Entfernung und Ladungsmenge Gütertransporte via Schiene kostenmäßig darstellbar sind. Grundsätzlich gilt, dass der Schienengüterverkehr vor allem bei größeren Entfernungen und bei Transporten von schweren Gütern wie Rohstoffen, Chemikalien, Gefahrstoffen oder Fahrzeugen eine wirtschaftliche Alternative zu LKW-Transporten darstellt. Abhängig von den genauen Rahmenbedingungen kann dies ab Entfernungen von etwa 300 bis 500 Kilometern der Fall sein. Kostendeckender Schienengüternahverkehr ist hingegen nur in sehr begrenztem Maße realisierbar.

NETZINFRASTRUKTUR

Schließlich ist und bleibt ein **leistungsfähiges Kommunikationsnetz**, insbesondere eine Breitband-anbindung der Gewerbegebiete mit der Möglichkeit zur Leistungserweiterung (Glasfaser) und ein lückenloses Mobilfunknetz im 5G-Standard ganz oben auf der Agenda der Unternehmen. Dies gilt es besonders für die Wirtschaft im ländlichen Raum zu unterstreichen, denn eine gute Infrastruktur kann mit Blick auf die vermeintlichen Standortvorteile von Ballungsräumen kompensatorische Wirkung haben.

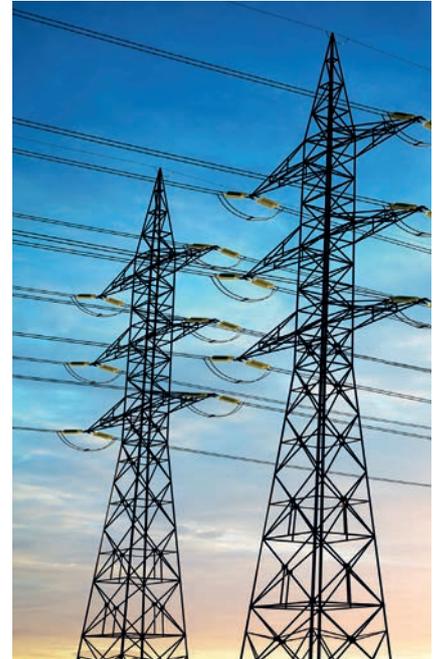
Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- Der **Ausbau und die Vernetzung der überregionalen Verkehrswege** im Bestand insbesondere zur besseren Anbindung des oberen Kreisteils (B 414, B 8, B 54; wechselseitige Überholspuren, Ortsumgehungen) muss weiterhin auf der Agenda stehen. Dafür braucht es auch eine grundsätzliche Beschleunigung und Vereinfachung der Planungsverfahren im Verkehrswegebau. In diesem Sinne sollte auch der weitere Ausbau der B 255 ab Hahner Stock Richtung Langenhahn vorangetrieben werden. Hier wünschen sich die Unternehmen wieder mehr sichtbares Engagement seitens der (politischen) Entscheidungsträger im Kreis, auf Landes- und Bundesebene.
- Um **Gewerbegebiete im Kreis besser (oder überhaupt) anzubinden**, muss der **ÖPNV** in der Region verbessert und öffentliche Mobilität auch im ländlichen Raum zukunftsfähig gemacht werden. Nutzer, Wirtschaft, Besteller und Betreiber des ÖPNV sollten dabei gemeinsam Konzepte erarbeiten, um einen bezahlbaren, attraktiven ÖPNV – inkl. Bahnverkehr – sowie dessen Vernetzung in der Region (auch mit dem Pkw) zu ermöglichen und neben dem Individualverkehr die Menschen der Region in Zukunft auch über öffentliche Angebote mobil zu halten. Dabei könnten PPP-Mobilitätsprojekte von Kommunen und Unternehmen bzw. Unternehmensgruppen/Pendler-Shuttle-Services oder (bezuschusste) Anrufsammeltaxis angedacht werden.
- **Sicherung des ICE-Bahnhofs Montabaur** mit dem permanenten Ziel, mehr Halte zu relevanten Zeiten in beide Fahrrichtungen einzuführen.
- **Anbindung** der bis dato noch nicht versorgten **Gewerbegebiete** an ein leistungs- und ausbaufähiges **Breitbandnetz** sowie ein **lückenloses Mobilfunknetz im 5G-Standard**.

3. Energieversorgung und Klimaschutz

„Die **Energiewende** ist eine der großen Herausforderungen (gesellschaftlich, planerisch und politisch) der letzten sowie der nächsten Jahrzehnte. Durch den Ausbau der erneuerbaren Energien, welcher zu einer Verlagerung der Energieerzeugung in den ländlichen Raum führt, wird eine relativ dezentrale Energiegewinnung gegenüber einer zentralen Erzeugung in Großkraftwerken zukünftig erheblich an Bedeutung gewinnen. Damit einher geht ein verändertes Verhältnis von Stadt und Land, da sich der Großteil der installierten Leistung regenerativer Energien, bedingt durch die Rohstoff- und Flächenverfügbarkeit, im ländlichen Raum befinden wird. Dies wiederum bedingt eine Transformation des ländlichen Raums zum Ort der Energieproduktion mit weitreichenden Folgen, die sowohl die gesellschaftlichen Handlungsmuster als auch die Landnutzung, die Infrastruktur sowie den Naturraum in komplexer Art und Weise tangieren.“⁸ Dieses Zitat trifft in vollem Umfang auch auf unsere Region zu. Den hiesigen Unternehmen ist dies sehr bewusst. Nicht erst seit den seit 2022 explodierenden Energiekosten sind diese aktiv auf der Suche nach Lösungen für sich, um ihre Energiekosten in den Griff zu bekommen, eine nachhaltig sichere Energieversorgung für ihre Produktion zu gewährleisten und ihre CO₂-Bilanz zu verbessern. Dazu bedarf es aber einer gewissen Planungssicherheit, um einigermaßen abschätzen zu können, ob die dazu erforderlichen Investitionen in Technologie, Anlagen, innerbetriebliche Leitungsnetze etc. sinnvoll sind – oder eben in eine falsche Richtung gehen.

Nachholbedarf wird auch mit Blick auf das Thema des **nachhaltigen Wirtschaftens** bezogen auf **Klimaneutralität** bei allen Akteuren im Kreis gesehen – also Unternehmen, Verwaltungen und der Bürgerschaft insgesamt.



Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- Besonders energieintensive Unternehmen im Westerwaldkreis fordern vom Land und vom Kreis Untersuchungen und Planungen für ein Konzept der künftigen **Energieversorgungsinfrastruktur** in der Region. Konkret geht es um deren Ausgestaltung, Umfang und Kapazität. Die Unternehmen wollen wissen, für welche Energieträger in welchem Umfang und zu welchem Zeitpunkt die erforderlichen Netze zur Verfügung stehen können. Wenn Unternehmen energieintensive Anlagen von fossilen auf regenerative/erneuerbare Energieträger umrüsten bzw. in entsprechende neue Anlagen investieren (müssen), so muss gewährleistet sein, dass diese über die hierfür erforderliche Leitungsinfrastruktur mit der nötigen Energie versorgt werden können. Gespräche mit den Unternehmen haben gezeigt, dass sie die Planungen für die künftige Versorgungsinfrastruktur in der Region mit den eigenen Plandaten unterstützen würden. Sie erwarten, dass sich Politik und Verwaltung von den Kommunen bis zur Landesebene dazu auf den Weg machen.

⁸ Megerle, Heidi Elisabeth/ Frick, Adrian (2022): *Energie(wenden) im Ländlichen Raum: Auswirkungen, Chancen und Risiken am Beispiel von Baden-Württemberg* (online abrufbar unter: <https://doi.org/10.1007/s00548-022-00788-0>; letzter Zugriff: 20.06.2022).

4. Standortattraktivität und -marketing

Positiv heben Verantwortliche aus der Wirtschaft des Kreises die **Lebensqualität** in der Region hervor, die sich vor allem aus der attraktiven Landschaft und verschiedenen regionalen Freizeitangeboten sowie der vergleichsweise zentralen Lage zwischen Ballungsräumen und benachbarten Oberzentren in Verbindung mit noch bezahlbaren Wohnkosten (in Abhängigkeit von der Lage im Kreis) ergibt. Zudem meint man in den letzten Jahren eine wieder wachsende Identifikation der hier lebenden und arbeitenden Menschen mit ihrer Heimat zu spüren.

ERSCHEINUNGSBILD

Andererseits werden in den Gesprächen mit Unternehmerinnen und Unternehmern Bescheidenheit und Zurückhaltung im Auftreten und das damit verbundene **Erscheinungsbild des Westerwaldkreises** als problematisch angesehen. Nicht wenige sprechen sogar von einem eher schlechten Image der Region in der Außenwahrnehmung. Führungskräfte aus der hiesigen Wirtschaft berichten häufig, dass ihre privaten wie geschäftlichen Besucher sie auf das eher negative Erscheinungsbild der Ortskerne und Dörfer im Kreis ansprechen und dabei nicht nachvollziehen können, wieso der wirtschaftlich an zweiter Stelle im Land stehende Landkreis sich in dieser Hinsicht nicht in einem besseren Licht präsentiert. In Folge stellen sich die Führungskräfte aus der Wirtschaft des Kreises die Frage, ob die zuvor dargelegten positiven (weichen) Standortfaktoren noch ausreichen, um junge Menschen in der Region zu halten oder den Zuzug von dringend benötigten Fach- und Arbeitskräften zu fördern, wenn das perspektivische Lebensumfeld sich nicht ebenso attraktiv darstelle. Hinzu kommen Entwicklungsunterschiede zwischen dem nördlichen und südlichen Teil des Westerwaldkreises. Bemängelt wird auch eine für viele Beobachter „nicht wahrnehmbare ‚USP‘ (Unique Selling Proposition), also ein fehlendes Alleinstellungsmerkmal des Westerwaldkreises als touristische Destination.

Abschließend werden auch die hohen **Immobilienpreise** sowohl im gewerblichen als auch im privaten Bereich in Verbindung mit der schlechten **Verfügbarkeit von Flächen** thematisiert. Gewerbeflächen mit einer Größe über 10.000 Quadratmetern seien überhaupt nicht mehr zu bekommen.



Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- Um die Region – auch als touristische Destination – und ihre Stärken intensiver und professioneller nach innen und außen zu vermarkten, muss das Kirchturmdenken einem zentral gesteuerten Marketing weichen. Vielmehr könnte über eine konzertierte Aktion eine **positive Marke „Westerwald“** installiert werden. Die Initiative hierzu könnte von der bereits bestehenden gemeinsamen Dachmarke „Wir Westerwälder“ – also durchaus auch in Kooperation mit den benachbarten Landkreisen Altenkirchen und Neuwied – ausgehen. Inhalte einer solchen Initiative könnten das Herausarbeiten eines Alleinstellungsmerkmals der Region Westerwald mit positiver und damit attraktiver Konnotation und dem Ziel einer nachhaltigen **Image-Kampagne** im Sinne von „**Pro WW**“ sein. Das Präsentieren der vielen attraktiven Arbeitgeber, das Initiieren einer Kampagne für Dorferneuerung, Sanierung und Verschönerung, eine Initiative für ein sogenanntes „Landleben“-Festival, das auch junge Menschen anspricht, sowie die Hervorhebung des touristischen Werts der Region mit besonderem Fokus auf touristische Leuchttürme, auch und insbesondere entlang der Peripherie der Kreisgrenzen.
- Eine **Bündelung/Konzentration der Kräfte im Tourismusmarketing** erscheint auch vor dem Hintergrund begrenzter Mittel sinnvoller als die kleinteilige Vermarktung der Region. Tourismusdestinationen an anderen Standorten – z. B. in Österreich – zeigen, dass diese Bündelung zu höheren Budgets für wirksameres Marketing bei deutlich niedrigeren Personalkosten führt. Damit könnten auch kreisübergreifende Aktivitäten, die den geographischen Westerwald umfassen, intensiviert und substanziell aufgewertet werden.
- Welterbe Limes, Kannenbäckerland, Westerwaldsteig und Westerwälder Seenplatte – um die **touristischen Highlights des Kreises** noch stärker zu bewerben, müssen Angebote **miteinander vernetzt und das Gastgewerbe bei der Präsentation** noch intensiver **eingebunden werden**. So könnten grundsätzlich Unternehmen aus der Region als Marketing-Botschafter für den heimischen Standort und seine Umgebung auf internationalen Messen agieren.
- Intensiveres Herausstellen bestehender und Schaffung neuer, moderner **Angebote in den Bereichen Freizeit, Vergnügen und Kultur** – auch um die Jugend in der Region zu halten.
- **Stärkung des Handels im ländlichen Raum:** Flächendeckende Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten auf VG-Ebene unter ernsthafter regionaler Abstimmung mit den Nachbar-Gebietskörperschaften und Zusammenarbeit des Handels/der Gewerbevereine über die Grenzen der jeweiligen Gebietskörperschaft hinaus (z. B. abgestimmte Terminierung der verkaufsoffenen Sonntage). Dafür braucht es auch mehr nachhaltiges ehrenamtliches Engagement des örtlichen Handels/Gewerbes in den Gewerbevereinen. Zudem sollte der örtliche Handel einen stärkeren Fokus auf die Chancen der eigenen Nutzung von Online-Plattformen bzw. -Technologie legen, statt vorwiegend deren Risiken zu betonen.
- **Ausweisung von Gewerbeflächen:** Die Ausweisung zusätzlicher (interkommunaler) Gewerbeflächen sowie deren transparente digitale (!) Darstellung mit allen wichtigen Eckdaten und Ansprechpartnern sowie deren Kontaktdaten ist erforderlich, um den Bestand entwickeln zu können, neue Unternehmen anzusiedeln und das Wirtschaftswachstum zu fördern.

5. Bildungslandschaft und Arbeit

Bei allen (!) angesprochenen Unternehmerinnen und Unternehmern bzw. Führungskräften aus der hiesigen Wirtschaft wird der **Faktor Arbeit** als Stärke des Westerwaldkreises angesehen. Dabei lobt man vor allem die guten, weil zuverlässigen Arbeitnehmer*innen im Kreis, deren Betriebstreue und die als positiv gewertete heterogene Fachkräftestruktur. Als Schwäche betrachtet man dagegen die mittel- bis langfristigen **demographischen Perspektiven** für den Westerwaldkreis, wobei die Aussagen je nach Standort (oberer Kreisteil vs. Unterkreis) differieren. Unternehmen im oberen Kreisteil sehen diese Perspektiven tendenziell stärker negativ. In über 90 Prozent der Gespräche wird zumindest Sorge zur demographischen Entwicklung hin zu einer alternden Gesellschaft („Vergreisung“) und deren Auswirkungen auch auf das künftige Wirtschaftsleben geäußert. So erwarten die Entscheider*innen in den Unternehmen durch den wieder stärker in den Fokus rückenden demographischen Faktor nicht nur eine Verschärfung des **Fachkräfte-**, sondern des **Arbeitskräftedefizits** generell. In nicht wenigen Gesprächen fand der Anglizismus „Brain-drain“ Erwähnung, also die Sorge vor Abwanderung und Verrentung, wodurch Arbeitskräfte und deren Know-how verloren gingen. Zwar wird die Standorttreue der Menschen hierzulande hervorgehoben, doch diese positive Erfahrung kompensiert leider nicht den Gesamttrend einer Abwanderung. Damit würde die Problematik der Altersstruktur nicht aufgewogen. Verschärft werde die Entwicklung zudem durch die nach wie vor höhere Aus-versus der Einpendlerquote, wobei man hier zumindest Ansatzpunkte sieht, Auspendler durch entsprechende Anreize für einen Arbeitsplatz in der Region gewinnen zu können. An dieser Stelle betonen die interviewten Unternehmer*innen und Führungskräfte wiederholt, dass das Umfeld lebenswert und attraktiv gestaltet und insbesondere am Erscheinungsbild der Dörfer gearbeitet werden muss. Dies würde dazu beitragen, junge Menschen in der Region zu halten und gleichzeitig die Attraktivität für Zuzugswillige zu steigern. Damit kommt man auch auf den Fach- bzw. mittlerweile auch im Landkreis deutlich spürbaren Arbeitskräftemangel zu sprechen. Vollbeschäftigung sei zwar ein für die Region positiver Indikator, doch dieser verdeutliche auch das wachsende Delta zwischen Bedarf und Verfügbarkeit gut ausgebildeter Arbeitskräfte – selbst in krisengeprägten Zeiten.

ZUWANDERUNG/WILLKOMMENSKULTUR

Besonderen Fokus legen die Unternehmen in diesem Kontext auf das Thema **Zuwanderung** und die damit verbundenen Chancen, Arbeits- und Fachkräfte zu gewinnen. Dabei spielt immer wieder das Thema „Willkommenskultur“ eine Rolle. Goutiert werden die Anstrengungen der Kommunen und ehrenamtlichen Helfer*innen bei der Bewältigung der Herausforderungen durch die Flüchtlingsströme. Zugleich wird aber ein kritisches Auge auf die bürokratische Praxis in den Ausländerbehörden in Sachen Bleiberechte geworfen. Schon 2014 – also vor der ersten großen Flüchtlingswelle – wurde hierauf im damaligen Standortpapier des IHK-Beirats hingewiesen. Nach wie vor hat man das Gefühl, dass sich im Mindset nicht viel geändert hat und man noch immer nicht wahrnimmt, dass Deutschland ein Einwanderungsland werden muss. Die Tatsache, dass Deutschland zudem im Wettbewerb mit anderen attraktiven Einwanderungsländern steht, scheint ebenfalls noch nicht erkannt worden zu sein. Anders ist auch nicht zu erklären, dass trotz Niederlassungsfreiheit innerhalb der Europäischen Union (EU) keine signifikant hohen Zahlen an Fachkräften anderer europäischer Staaten nach Deutschland kommen. Wir erscheinen nicht so attraktiv in den Augen anderer, wie wir selbst glauben zu sein. Daran gilt es zu arbeiten – bis hinunter auf die Kreis- und VG-Ebene.

BILDUNGSLANDSCHAFT

Ein differenzierteres Bild ergibt sich für die Wirtschaft bei Betrachtung der **Bildungslandschaft**, zu dem für diese auch der Bereich der Aus- und Weiterbildung zählt. Knapp 60 Prozent der Gesprächspartner ordnen die Bildungslandschaft als Stärke des Westerwald-

kreises ein, was aber im Umkehrschluss auch heißt: Rund 40 Prozent sehen hier eher die Schwächen. Somit gibt es auch hier die berühmte „Luft nach oben“. Positiv wird vor allem die hohe Bereitschaft zur Ausbildung bzw. die Umsetzung des Dualen Ausbildungssystems in der Region eingeschätzt. Dabei stehen aus Sicht der Betriebe die generell guten Qualifikationsmöglichkeiten, das Angebot an weiterführenden Bildungseinrichtungen in der nächsten Umgebung und das Wirken der Berufsbildenden Schulen (BBSn) hervor. Konkret wird dabei auf das Beispiel der BBS Westerburg mit ihren innovativen Ansätzen Bezug genommen. Dennoch wünschen sich die Betriebe einen stärkeren Fokus auf den **MINT-Bereich** (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik). Hier sieht man noch deutlichen Nachholbedarf. Unzufrieden ist man auch mit der Personalpolitik in den Schulen – eine Aufgabe, deren Erfüllung dem Land obliegt. Lehrermangel, zu viel Stundenausfall, bessere Bezahlung in benachbarten Bundesländern, eine schwerfällige Aufsichts- und Genehmigungsbehörde passen nach Auffassung der Führungskräfte aus der Wirtschaft nicht zu dem immer drängender werdenden Erfordernis unserer Zeit, erfolgreich und reaktionsschnell in Know-how zu investieren, um den Standort Deutschland weiterhin wettbewerbsfähig zu halten. Die allgemeinbildenden und weiterführenden Schulen werden sich auf höhere Anforderungen aus der Arbeitswelt einstellen und dies den Lernenden vermitteln müssen. Denn die Unternehmen brauchen künftig verstärkt Mitarbeiter*innen, die interessiert, leistungsbereit und selbständig sind. Wiederum positiv gewertet wird, dass Auszubildende im Vergleich zu anderen Regionen (noch) die Bereitschaft zeigten, nach ihrer Ausbildung im Betrieb zu bleiben, zumindest aber der Region die Treue zu halten. Überhaupt meinen die befragten Unternehmer*innen und Führungskräfte bei jungen Menschen eine Tendenz zu erkennen, dass diese hier bleiben, zumindest aber nach einem „Ausflug in die Ferne“ wieder zu den Wurzeln zurückkehren.

Positiv wird in vielen Gesprächen schließlich auch auf die in der Region gegebenen Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf hingewiesen. Konkret nehmen die Gesprächspartner dabei Bezug auf die vorhandenen Möglichkeiten der Ganztagsbetreuung für Kinder, die in der Regel gut erreichbare Betreuung von Kleinkindern ab dem ersten Lebensjahr in Kindertagesstätten und -gärten sowie das generell kinderfreundliche Lebensumfeld und die recht gute Schulinfrastruktur.





Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- Im Zusammenhang mit dem Arbeits- und Fachkräftemangel wird von den Unternehmen auch die **Idee eines/einer regionalen Fachkräftemanagers/-managerin** ins Gespräch gebracht. Die auf diesem Feld schon aktive Initiative „Fachkräfte regional“ (<https://www.fachkraefte-regional.de/>) wird leider wenig bis gar nicht wahrgenommen. Eine weitere Anregung aus der Unternehmerschaft ist auch die Einrichtung eines Runden Tisches „Bildung-Wirtschaft WW“ – in Ergänzung zu den Arbeitskreisen Schule-Wirtschaft der Region.
- Schulwesen weiterentwickeln und verbessern: Grundsätzlich befürworten die Unternehmen einen Anstieg der **Investitionen in die Bildungsinfrastruktur** – personell wie auch in Hardware. Dabei goutieren sie das starke finanzielle Engagement des Kreises an den verschiedenen Einrichtungen – seien es die allgemeinbildenden Schulen oder die beiden berufsbildenden Schulen im Westerwaldkreis. Auch mit Blick auf das Thema der erfolgreichen Standortvermarktung empfiehlt man dem Kreis, seinen starken Einsatz für eine gute Ausstattung der hiesigen Schulen beizubehalten und – wenn möglich – gar zu intensivieren.
- Die Standortvermarktung sollte ergänzt werden mit einem deutlicheren **Herausstellen der Weiterbildungseinrichtungen wie Universitäten, Hochschulen, Akademien** und sonstiger Weiterbildungs- bzw. Qualifikationseinrichtungen in unserer Region, also auch jenen Standorten, die sich in erreichbarer Nähe außerhalb des Landkreises befinden.
- Bei der Dualen Ausbildung und deren weiteren Entwicklung ist man sich bewusst, dass der Rahmen für dieses nach wie vor weltweit einmalige Qualifikationsmodell für die Fachkräfte der Zukunft im Wesentlichen nicht hier vor Ort gestaltet wird. Gleichwohl ist man in den Unternehmen der Auffassung, dass es durchaus Stellschrauben gibt, um das System hier vor Ort mit mehr Erfolg zu versehen und zu optimieren. So besteht zum Beispiel der Wunsch, dass **allgemein- und berufsbildende Schulen** im Kreis intensiver miteinander kommunizieren und in Folge **kooperieren** sollten.
- Mit Blick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist eine **Verbesserung der Kinderbetreuung** bis hin zu den Kleinsten nötig sowie die **Sicherstellung einer modernen medizinischen Versorgung** (flächendeckend funktionierendes Gesundheitswesen mit Krankenhäusern, Ambulanzen, Haus- und Facharztpraxen bzw. Arzthäuser/Gesundheitszentren).
- **Hausaufgaben für Unternehmen:** Grundsätzlich der **nachhaltigen Personalentwicklung** vor dem Hintergrund des demographischen Wandels und der Fach- und Arbeitskräfteproblematik mehr Aufmerksamkeit widmen. Dazu zählen: Strukturierte Weiterbildungsprogramme für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um diesen (Entwicklungs-)Perspektiven aufzeigen, bestehende Initiativen beim Thema Vereinbarkeit Familie und Beruf bzw. bei der **Unterstützung** der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter **in Sachen Kinderbetreuung sowie der Pflege von Familienangehörigen** weiterbetreiben, einen größeren Fokus auf das Thema „**Gesundheitsmanagement im Unternehmen**“ legen.

6. Innovationsumfeld

Beim Thema Innovation wird positiv bewertet, dass es im Kreis durchaus **starke High-Tech-Unternehmen mit Leuchtturmcharakter** gibt. Es gebe aber auch starke, nicht sehr auffällige Betriebe mit hohem Technologiegrad, die sogenannten **Hidden Champions**. Generell zeichneten sich viele mittelständische Unternehmen der Region im produzierenden Bereich durch hohe Eigenentwicklungsintensität zur Verbesserung der Produktivität aus. Vielfach geschieht dies durch selbst oder in Kooperation mit Spezialisten entwickelte Maschinen und Anlagenkomponenten. Hinzu kommen starke IT- und auch KI-orientierte Unternehmen.

Bei Betrachtung des Innovationsumfeldes als Standortfaktor kippt das Bild dennoch etwas ins Negative. Lediglich sieben (!) Prozent der befragten bzw. interviewten Unternehmer*innen und Führungskräfte, in deren Betrieben das Thema Innovation in Verbindung mit Technologie eine wichtige Rolle spielt, sehen das Innovationsumfeld im Landkreis als eine seiner Stärken – mit anderen Worten: 93 Prozent wünschen sich eine **Verbesserung der Rahmenbedingungen**. In den Bereichen IT und KI leiden Betriebe unter den **(Aus-)Bildungsdefiziten nachrückender Generationen** im MINT-Bereich. Die über lange Zeit vielfach geradezu gepflegten Aversionen in unserer Gesellschaft gegenüber neuen technischen Entwicklungen, Technik und Naturwissenschaften generell „fallen dieser nun auf die Füße“ – auch in unserer Region. Sehr viele Gründungen fänden in Bereichen der Dienstleistung statt, die aufgrund der niedrigen Markteintrittshürden zwischenzeitlich überbesetzt seien und mit dem sich hieraus ergebenden Preiskampf eher ruinös wirkten. Beklagt wird, dass es zu wenige innovativ ausgerichtete Start-ups gäbe. Grundsätzlich wird daher angeregt, auch im Westerwaldkreis für eine positivere **Haltung gegenüber dem Themenfeld Innovation** zu sorgen. Diese müsse sich ändern, um ein positives Umfeld mit Blick auf Innovation und Technologie zu schaffen. Innovationen sollten von den Menschen, der Verwaltung und der Politik positiver aufgenommen, begrüßt und mit offenen Armen empfangen werden. Andernfalls erfolge Innovation, deren praktische Nutzung und Gestaltung in anderen Weltregionen. Die Folge wäre (wie es ein Unternehmer im Gespräch pointiert sagte): „... dass wir Entwicklungen nicht mitgestalten und stattdessen wie das Kaninchen auf die Schlange schauend gestaltet werden.“ Beim aktuellen Thema Künstliche Intelligenz (KI) dürften hinsichtlich des Umgangs mit Schlüsseltechnologien nicht die gleichen Fehler gemacht werden wie in den Jahrzehnten zuvor.

Konkreter Handlungsbedarf – Maßnahmen zur Standortverbesserung:

- **Start-ups müssen stärker gefördert werden** – finanziell wie auch mit Blick auf Räumlichkeiten/Flächen und verwaltungsseitiger Begleitung.
- Zur Verbesserung des Images der Region als technologie- und innovationsfreundlicher Standort könnte etwa in Kooperation von öffentlicher Hand und privater Wirtschaft ein **Innovationszentrum in Form eines Public-Private-Partnership-Projekts** eingerichtet werden.
- Start einer regionalen **MINT-Offensive an den Schulen der Region** (z. B. Durchführung von Workshops für Mädchen mit Schwerpunkt MINT, Kooperationsprojekte mit Schulen, Elternarbeit zum Thema MINT, Lehrer*innenfortbildungen zum Thema MINT). Denn nach wie vor entscheiden sich zu wenige Jugendliche für MINT-Berufe und die Berufsbilder sind teilweise noch immer zu wenig bekannt. Ziel einer solchen regionalen Offensive muss sein, mehr junge Menschen – auch und insbesondere Mädchen und junge Frauen – für MINT zu begeistern, ihnen die vielen beruflichen Chancen und Perspektiven aufzuzeigen und die Gesellschaft für dieses Thema zu sensibilisieren.
- Hausaufgaben für Unternehmen: **Netzwerkbildung der Unternehmen untereinander verstärken** – auch branchenübergreifend – **und natürliche Clusterbildung** dort, wo es sinnvoll ist, **unterstützen** (Keramik, Metall, Kunststoff be- und verarbeitendes Gewerbe, Medizintechnik, Tourismus bzw. Hotellerie/Gastronomie). Das Ziel: Über den Tellerrand hinweg schauen und voneinander lernen und eine Best-Practice-Kultur entwickeln.

III. Zusammenfassung und Fazit

Das Standortpapier der IHK Koblenz für den Westerwaldkreis betont die Bedeutung einer perspektivischen Entwicklung für die Region. Um den Standort weiterhin erfolgreich im Wettbewerb zu positionieren und weiterzuentwickeln, werden folgende zehn Handlungsempfehlungen hervorgehoben – wobei deren Reihenfolge keine Priorisierung bedeutet:

1. Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur:

Der Ausbau der B 255, der Erhalt und die Pflege der Kreis- und Gemeindestraßen, ein langfristig attraktiver Fahrplan der Bahn am ICE-Bahnhof Montabaur in Verbindung mit einem guten ÖPNV-Angebot sind von großer Bedeutung, um eine effiziente, weil gut funktionierende Verkehrsinfrastruktur sicherzustellen. Dies fördert die Mobilität von Menschen und Gütern und unterstützt das Wirtschaftswachstum im Westerwaldkreis.

2. Investitionen in das Breitbandnetz und die 5G-Infrastruktur:

Vorausschauende Investitionen in das Breitbandnetz, insbesondere mit Blick auf die Anbindung von Gewerbegebieten, sind erforderlich, um die digitale Infrastruktur zu verbessern und Unternehmen wettbewerbsfähig zu machen. Eine zuverlässige und leistungsfähige Leitungsinfrastruktur ist heute entscheidend für unternehmerischen Erfolg und Innovation. Das gilt natürlich auch in Sachen Mobilfunknetz!

3. Planung und Aufbau einer zukunftsfesten Energieversorgung:

Die Entwicklung einer zukunftsfesten Energieversorgungsinfrastruktur ist von großer Bedeutung. Dies trägt nicht nur zur Nachhaltigkeit bei und ermöglicht es Unternehmen und Bürgern, auf saubere und effiziente Energiequellen umzusteigen. Die bezahlbare Versorgungssicherheit ist ebenso wichtig. Untersuchungen und Planungen für ein Konzept der künftigen Energieversorgungsinfrastruktur in der Region, also die Erstellung und Umsetzung eines Energieversorgungskonzeptes, gilt es sehr zeitnah anzugehen.

4. Stärkung der Bildungslandschaft und MINT-Fähigkeiten:

Weitere Investitionen in die Bildungslandschaft des Westerwaldkreises sind notwendig, um qualifizierte Fachkräfte auszubilden und die MINT-Kompetenzen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) der (jungen) Menschen zu fördern und auszubauen. Dies ermöglicht es Unternehmen, auf gut ausgebildete Arbeitskräfte zurückzugreifen und fördert die regionale Innovationskraft. Das führt direkt zum nächsten Punkt:

5. Der Ausbau guter Beziehungen zu Hochschulen:

Die Pflege enger Kontakte zu Hochschulen in der Region, auch über die Kreisgrenzen hinweg, ermöglicht den Wissensaustausch, die Zusammenarbeit bei Forschungs- und Entwicklungsprojekten sowie den Zugang zu qualifizierten Absolventen. Das stärkt die Innovationskraft und schafft neue Chancen für Unternehmen im Westerwaldkreis.

6. Stärkung des Handels im ländlichen Raum:

Die flächendeckende Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten auf VG-Ebene unter ernsthafter regionaler Abstimmung mit den Nachbar-Gebietskörperschaften und die Zusammenarbeit des Handels/der Gewerbevereine über die Grenzen der jeweiligen

Gebietskörperschaft hinaus (z. B. abgestimmte Terminierung der verkaufsoffenen Sonntage) muss stärker betrieben werden. Dafür braucht es auch mehr nachhaltiges ehrenamtliches Engagement des örtlichen Handels/Gewerbes in den Gewerbevereinen. Zudem sollte der örtliche Handel einen stärkeren Fokus auf die Chancen der eigenen Nutzung von Online-Plattformen bzw. -Technologie legen, statt vorwiegend deren Risiken zu betonen.

7. Professionelle Vermarktung des Westerwaldkreises vor allem im Tourismus sowie ein attraktiveres Erscheinungsbild von Ortskernen:

Eine professionelle Vermarktung des Westerwaldkreises als attraktive Tourismusdestination ist erforderlich, um Besucher anzuziehen und die Potenziale des hiesigen Tourismussektors zu nutzen. Dies erfordert gezielte Marketingmaßnahmen und die Förderung nachhaltiger Tourismusangebote. Eine konzentriertere Vermarktung auf Kreisebene wäre mit Blick auf mehr Effizienz anzuraten. Und: An einem attraktiveren Erscheinungsbild vieler Ortskerne sollte gearbeitet werden. Da ist noch viel Luft nach oben – auch mit Blick auf potenziell ansiedlungswillige Fachkräfte bzw. den Zuzug in Zeiten des demographischen Wandels.

8. Abbau von bürokratischen Hürden:

Eine Reduzierung der Bürokratie bei Genehmigungsverfahren und ein effizienterer Umgang mit Genehmigungsprozessen unterstützen eine schnelle und reibungslose Unternehmensgründung und -entwicklung. Dies schafft ein positives Geschäftsumfeld im Westerwaldkreis. Diesbezüglich ist in vielen Behörden und Verwaltungen nach wie vor eine entsprechende Änderung im Mindset erforderlich.

9. Ausweisung von Gewerbeflächen:

Die Ausweisung zusätzlicher (interkommunaler) Gewerbeflächen ist erforderlich, um den Bestand zu entwickeln, neue Unternehmen anzusiedeln und das Wirtschaftswachstum zu fördern. Eine ausreichende Verfügbarkeit von Gewerbeflächen ist entscheidend für die Attraktivität des Westerwaldkreises als Standort für Unternehmen. Das aktuelle Flächenangebot reicht nicht mehr aus.

10. Intensivierung des Netzwerkgedankens:

Die Intensivierung der Zusammenarbeit und des generellen Austauschs zwischen Behörden, Kommunen, Schulen (hier vor allem Gymnasien!) und Unternehmen sowie dieser untereinander im Kreis würde den Netzwerkgedanken stärken und den Erfahrungsaustausch sowie die kooperative Lösung von Herausforderungen fördern. Es würde eine stärkere lokale Gemeinschaft, gegenseitiges Verständnis und eine besser vernetzte regionale Wirtschaft bedeuten.

Um den Westerwaldkreis nachhaltig zu entwickeln, ist gegenseitiges Verständnis und hieraus folgend eine koordinierte Zusammenarbeit zwischen den kommunalen (Genehmigungs-)Behörden, Unternehmen, Bildungseinrichtungen und der Gemeinschaft unerlässlich. Es gilt zu betonen, dass natürlich die Politik und die Verwaltungseinrichtungen vor Ort besonders gefordert sind – aber nicht nur: Auch die Akteure in der Wirtschaft selbst, also in den Unternehmen, müssen sich entsprechend stärker einbringen. Die Umsetzung der vorgenannten Empfehlungen kann dazu beitragen, die Wirtschaft zu unterstützen, die Lebensqualität aller zu verbessern und den Westerwaldkreis weiterhin als attraktiven und zukunftsfähigen Standort im Wettbewerb zu positionieren.

„Die Entwicklung eines starken und dynamischen Wirtschaftsstandortes ist entscheidend für den Wohlstand einer Nation. Es erfordert eine kontinuierliche Anpassung an die sich wandelnden globalen Gegebenheiten und die Förderung von Unternehmertum, um Wachstum und Beschäftigung zu schaffen.“

Christine Lagarde, Präsidentin der Europäischen Zentralbank

Der IHK-Regionalbeirat – aus der Wirtschaft für die Wirtschaft

In die Vollversammlung der IHK Koblenz wurden 73 Unternehmerpersönlichkeiten aus den verschiedenen Wirtschaftsbereichen und Regionen des nördlichen Rheinland-Pfalz gewählt. Die gewählten Vollversammlungsmitglieder sind ehrenamtlich tätig. Im Mittelpunkt ihrer Arbeit steht die Vertretung des Gesamtinteresses der Wirtschaft im nördlichen Rheinland-Pfalz und vor allem die Interessen des hiesigen Mittelstandes zu wahren. Der Westerwaldkreis wird durch elf, der Rhein-Lahn-Kreis durch sechs Unternehmer*innen/Führungskräfte aus der regionalen Wirtschaft in der IHK-Vollversammlung vertreten. Gemeinsam bilden sie zudem den Beirat für die Regionalgeschäftsstelle in Montabaur. In jeder Geschäftsstelle der IHK Koblenz besteht ein solcher Beirat, der jährlich mindestens zweimal tagt. Dieser unterstützt die Geschäftsstelle in ihrer Aufgabe als Vertretung der gesamtwirtschaftlichen Interessen in der Region. Zudem beobachtet und berät er über die wirtschaftliche Lage im Geschäftsstellenbereich, setzt Zeichen und gibt Impulse auch in Richtung Öffentlichkeit.

Die IHK-Regionalgeschäftsstelle am Standort Montabaur ist die Vor-Ort-Präsenz der Industrie- und Handelskammer (IHK) Koblenz für den Rhein-Lahn-Kreis und den Westerwaldkreis. Sie vertritt das Gesamtinteresse der rund 22.000 dort ansässigen Unternehmen gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit. Ihre Arbeit beruht auf dem Prinzip der unternehmerischen Selbstverwaltung anstelle staatlicher Bürokratie und ist unabhängig von Einzel- oder Brancheninteressen. Die IHK fördert die berufliche Bildung und erfüllt hoheitliche Aufgaben. Sie engagiert sich für die Förderung der gewerblichen Wirtschaft und bietet ihren Mitgliedern ein breit gefächertes Serviceangebot. Mit neun Regionalgeschäftsstellen und einem Büro in Cochem ist die IHK Koblenz im nördlichen Rheinland-Pfalz vor Ort bei den Unternehmen.

Aus der Wirtschaft, für die Wirtschaft: der Regionalbeirat

Im Westerwaldkreis



Wendelin Abresch

Abresch Consulting,
Montabaur



German Drechsler

THINK Unternehmensentwicklungs
GmbH, Wirges



Jens Geimer

Vizepräsident der IHK Koblenz
Westerwald Brauerei H. Schneider
GmbH & Co.KG, Hachenburg



Stefanie Klöckner

Birkenhof-Brennerei GmbH,
Nistertal



Matthias Koch

Koch Dachplan GmbH,
Wirges



Markus Mann

Vorsitzender IHK-Industrierausschuss
Mann Naturenergie GmbH & Co. KG,
Langenbach b.K.



Christian Schlosser

Schütz GmbH & Co. KGaA,
Selters



Susanne Szczesny-Öbing

Präsidentin der IHK Koblenz
ewm Industry GmbH, Mündersbach

Im Rhein-Lahn-Kreis



Alexander Bayer

Modehaus Bayer GmbH,
Nastätten



Laura Heuchemer

Heuchemer Verpackung GmbH &
GmbH & Co.KG, Bad Ems/Miehlen



Marc Phillip Lausberg-Gajdosik

Wilhelm Lausberg & Sohn
GmbH & Co. KG, Nassau



Andreas Mangold

Rheinquartier GmbH & Co. KG,
Lahnstein

Im Westerwaldkreis und Rhein-Lahn-Kreis



Joachim Altmann

Vorsitzender IHK-Verkehrsausschuss
Gebrüder Schröder GmbH & Co. KG,
Ebernhamm



Reiner Burkard

Burkard Holzhandel GmbH,
Lahnstein



Lisanne Maria Güll

Kailis gelassen feiern GmbH,
Bad Ems



Daniela Miskulin

WOLKE 8,
Montabaur



Dr. Andreas Reingen

Sparkasse Westerwald-Sieg,
Bad Marienberg



Index

- Alleinstellungsmerkmal 10, 11
- Arbeit 6, 12
- Arbeitskräftedefizit 12
- Arbeitslosenquote 5
- Ausländerbehörden 12
- Ausstattung 14
- B 255 7, 8, 16
- B 49 7
- Bahn 8, 16
- Ballungsräume 7, 8, 10
- Behörden 17
- Berufsbildenden Schulen 13, 14
- Beschäftigung 17
- Bildungseinrichtungen 13, 14, 17
- Bildungsinfrastruktur 14
- Bildungslandschaft 12, 16
- Bildungslandschaft und Arbeit 12
- Braindrain 12
- Breitbandanbindung 9
- Bruttowertschöpfung 4
- Bürokratie 6, 17
- Bürokratie und Verwaltung 6
- CO2-Bilanz 9
- Demographische Perspektiven 12
- Demographischer Wandel 15, 17
- Dienstleistungsbereich 4
- Digitalisierung 6
- Duales Ausbildungssystem 12
- Effizienzsteigerungen 6
- Einwanderungsland 12
- Energiekosten 9
- Energieversorgung 9, 16
- Energieversorgung und Klimaschutz 9
- Energieversorgungsinfrastruktur 9, 16
- Energiewende 9
- Entbürokratisierung 6
- Entwicklungspotenziale 3
- Erneuerbare Energieträger 9
- Erscheinungsbild 10, 12, 17
- Europäische Union (EU) 12
- Fachkräfte 12, 14, 16, 17
- Fachkräftemangel 14
- Familie und Beruf 14
- Flächenverfügbarkeit 9
- Flüchtlingsströme 12
- Freizeit, Vergnügen und Kultur 11
- Führungskräfte 4, 6, 10, 12, 13, 15, 18
- Gastgewerbe 11
- Gebietskörperschaften 6, 12, 17
- Gemeinden 4
- Genehmigungsverfahren 6, 17
- Gesamtinteresse 18
- Gewerbe 17
- Gewerbeflächen 10, 11, 18
- Gewerbegebiete 8, 16
- Gewerbevereine 11, 16, 17
- Glasfaser 8
- Gütertransport 8
- Gymnasien 17
- Handel 4, 11, 17
- Handlungsbedarf 5, 6, 8, 9, 11, 14, 15
- Handlungsempfehlungen 16
- Hidden Champions 4, 15
- High-Tech-Unternehmen 15
- Hochschulen 14, 16
- Hoheitliche Aufgaben 18
- Hotellerie/Gastronomie 15
- ICE-Bahnhof Montabaur 8, 16
- IHK-Regionalbeirat 5, 18
- Image-Kampagne 11
- Infrastruktur 7, 8, 9, 16
- Initiative „Fachkräfte regional“ 14
- Innovation 15, 16
- Innovationskraft 16
- Innovationsumfeld 15
- Interkommunale Zusammenarbeit 6
- Investitionen 9, 14, 16
- IT 14
- Kannenbäckerland 11
- Keramik 15
- Kinderbetreuung 14
- Kirchturmdenken 11
- Klimaneutralität 9
- Klimaschutz 9
- KMU 4, 6
- Kommunikationsnetz 8
- Kreis- und Ortsstraßen 7
- Künstliche Intelligenz (KI) 15
- Lebensqualität 10, 17
- Leitungsinfrastruktur 9, 16
- Leitungsnetze 9
- Marke „Westerwald“ 11
- Marketing-Botschafter 11
- Maßnahmen 3, 6, 8, 9, 11, 14, 15, 17
- Medizinische Versorgung 14
- Medizintechnik 15
- MINT 15, 16
- Mobilfunknetz 8, 16
- Naturwissenschaften 14, 16
- Netzwerkbildung 6, 14
- Netzwerkgedanke 17
- Oberzentren 7, 10
- Online-Plattformen bzw. -Technologie 11, 17
- ÖPNV 7, 8, 16
- Optimierung 6
- Ortskerne 10, 17
- Ortsumgehungen 7, 8
- Personalkosten 11
- Produzierendes Gewerbe 4
- Public-Private-Partnership-Projekte (PPP) 6
- Prozesse 6
- Rahmenbedingungen 8, 14
- Regionalgeschäftsstelle 3, 18
- Regionalmonitor 3
- Rohstoffe 8
- Schienengüternahverkehr 8
- Schlüsseltechnologien 15
- Schulen 15, 16
- Schulwesen 14
- Standortattraktivität 10
- Standortattraktivität und -marketing 10
- Standortfaktoren 5, 10
- Standortpapier 3, 5, 7, 12, 16
- Standortverbesserung 6, 8, 9, 11, 14, 15
- Standortvermarktung 14
- Standortvorteile 8
- Stärken und Schwächen 3
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz 4
- Straßeninfrastruktur 7
- Technologie 9, 15, 17
- Tourismus 14, 17
- Tourismusdestination 11, 17
- Tourismusmarketing 11
- Transportkosten 8
- Unique Selling Proposition 10
- Universitäten 13
- Unternehmen 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
- Unternehmer 3, 4, 6, 7, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
- Unternehmerinnen 4, 6, 7, 10, 12
- Unternehmern 7, 10, 12
- Unternehmertum 17
- Unzufriedenheit 7
- Verarbeitendes Gewerbe 15
- Verbandsgemeinden 4, 6
- Verkehrs- und Kommunikationsinfrastruktur 7
- Verkehrsinfrastruktur 6, 16
- Verkehrswege 7, 8
- Verkehrswegebau 8
- Vermarktung 11, 14, 17
- Vernetzung 8
- Verschuldung 6
- Versorgungsinfrastruktur 9, 16
- Versorgungssicherheit 16
- Verwaltungen 19, 17
- Verwaltungseinrichtungen 17
- Vollversammlung 18
- Vollversammlungsmitglieder 18
- Wachstum 3, 16
- Welterbe Limes 11
- Westerwälder Seenplatte 11
- Westerwaldkreis 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 14, 15, 17, 18
- Westerwaldsteig 11
- Wettbewerb 12, 16, 17
- Willkommenskultur 12
- Wir Westerwälder 11
- Wirtschaft 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18
- Wirtschaftsstandort 3, 5
- Wirtschaftsvertreter*innen 7
- Wissensaustausch 16
- Wohlstand 17
- Zuwanderung 12

Ansprechpartner/Kontakt

Richard Hover

Regionalgeschäftsführer

IHK-Regionalgeschäftsstelle Montabaur

Bahnhofplatz 2-4

56410 Montabaur

☎ 02602 1563-0

@ mt@koblenz.ihk.de

Herausgeber

IHK Koblenz

Schlossstraße 2

56068 Koblenz

Bildnachweis: stock.adobe.com

Stand: Herbst 2023